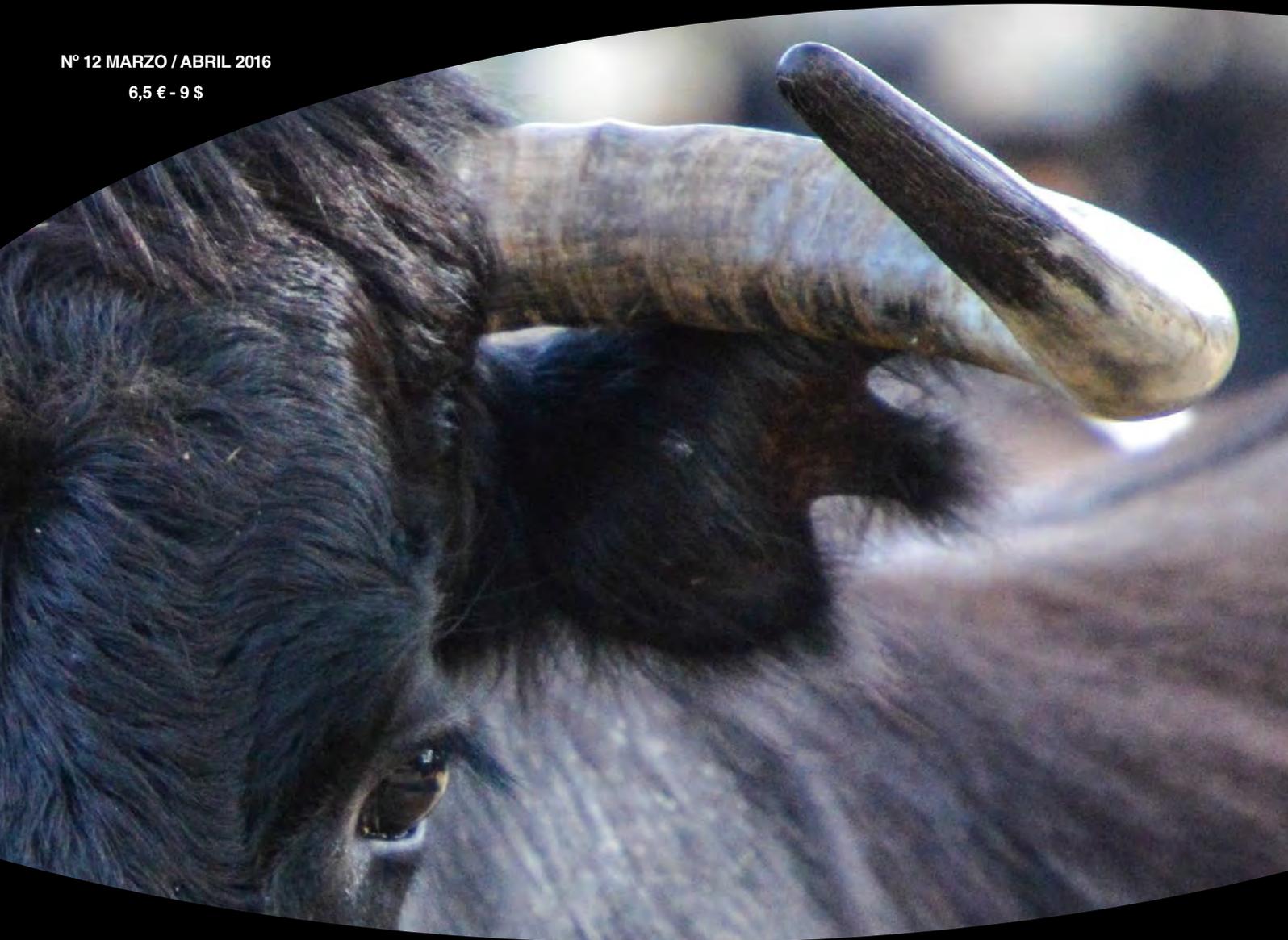


PUNTO MICE

Revista del sector de reuniones, incentivos, convenciones y eventos de empresa

Nº 12 MARZO / ABRIL 2016

6,5 € - 9 \$



LA VOZ DEL SECTOR

Últimas tecnologías aplicadas a eventos: ¿está garantizado el deseado efecto *wow!*?

DESTINOS

Costa del Sol, o la magia de Andalucía, y Oporto, el encanto de la decadencia en versión portuguesa

PURO INCENTIVO

Guayaquil: cada vez mejor comunicado, este destino ofrece múltiples opciones para recompensar

DÍA A DÍA

La planificación conlleva dominar la incertidumbre: pautas para conseguirlo

70 años uniendo Europa y Latinoamérica.

Hace 70 años fuimos los primeros en volar a América Latina y, hoy, seguimos haciéndolo con la misma ilusión. Por eso somos líderes y llegamos a 20 destinos en toda Latinoamérica.

Porque mantener la pasión del primer día es lo que nos hace crecer.

iberia.com



EDITORIAL

HORA DE DEMOSTRAR

Las tendencias señalan, los proveedores confirman y los organizadores ratifican que en España ya no existe recesión. Los índices de ocupación, tanto de los hoteles como de las clases *business*, de las rutas que enlazan destinos empresarialmente hermanados... terminan de corroborar que ya no son los frenos quienes controlan la velocidad del sector.

Lo mismo está ocurriendo en México y Colombia, donde se sigue respirando un ansia de novedades que tiene claro reflejo en la actividad de la industria MICE. Por eso ciudades como Guayaquil ya no quieren ser solamente lugares de reuniones o de escalas: los destinos quieren a los grupos de empresa y por eso apuestan por un sector bien formado y una amplia oferta de espacios y actividades. Incluso los que gozan de solera en la recepción de grandes cupos, como la Costa del Sol, saben que al organizador siempre hay que ofrecerle algo nuevo.

Porque el objetivo de nuestra industria es dejar huella, ya sea formando en marcos que inspiran, recompensando a través de viajes que sólo el trabajo puede generar o motivando a todos los que influyen en el desarrollo del negocio mediante los eventos organizados.

Con la tecnología disponemos de una herramienta que facilita sobremano conseguir el efecto *wow!* Sin embargo, y tal como afirman las voces que se expresan en esta edición, su uso debe ser coherente, como en todos los aspectos que atañen al crecimiento de esta industria.

Con la crisis aprendimos que algunas cosas que habíamos creado eran meros escaparates que escondían espacios vacíos. Ahora que de nuevo se invierte en esta industria debemos demostrar que detrás de la inversión hay un interés real, objetivos bien definidos y, al final, resultados palpables. Será la evidencia de que hemos aprendido con lo vivido y optimizado el esfuerzo que nos ha traído hasta aquí.

Eva López Álvarez
EDITORA



EMPRESA EDITORA:
GRUPO PUNTO MICE®

Sede Central:
Calle del Tribulete 9, 4ªA
28012 Madrid
☎ +34 91 539 00 61

Delegación Argentina:
Mitre (54) 4535
San Martín - Buenos Aires
☎ +54 11 5275 9934

www.puntomice.com
☎ redaccion@puntomice.com

EDITORA:
Eva López Álvarez
☎ eva.lopez@puntomice.com

DIRECCIÓN COMERCIAL:
Sofía Calvo
☎ sofia.calvo@puntomice.com

DIRECCIÓN DE ARTE Y DISEÑO:
Grupo Deboss

PRODUCCIÓN: José Carlos Suárez

CORRECCIÓN: Claudia Cabrero

ADMINISTRACIÓN:
Ramón Clapés
☎ administracion@puntomice.com

REDACTOR JEFE:
Vincent Richeux
☎ vincent.richeux@puntomice.com

HAN COLABORADO
EN ESTE NÚMERO:
Javier García
Alejandro Martínez
Claudia Abad
Ricardo Ríos

COMMUNITY MANAGER:
Margarita González
☎ @PUNTOMICE
📧 /PUNTOMICE

SUSCRIPCIÓN
Bimestral:
6,50 euros / 9 dólares (IVA incluido)
Suscripción anual (6 números):
36 euros / 50 dólares
☎ suscripciones@puntomice.com

IMPRESO EN ESPAÑA Gráficas Covadonga

PUNTO MICE no comparte necesariamente las opiniones de sus colaboradores o entrevistados. PUNTO MICE es una marca internacional registrada. Queda prohibida la reproducción total o parcial de textos, fotografías y/o ilustraciones de PUNTO MICE sin la autorización expresa del grupo editor. Los contenidos de esta publicación son propiedad de PUNTO MICE y están protegidos por las normas nacionales e internacionales de la propiedad industrial e intelectual.

DEPÓSITO LEGAL M-12379-2014



Siente la Felicidad

GRUPOS Y EVENTOS

- ▶ Ubicaciones excepcionales en los mejores destinos.
- ▶ Servicio personalizado para hacer de sus eventos momentos únicos.
- ▶ Fantásticas salas de reuniones.
- ▶ Organización de fiestas privadas con todo lo necesario para que sean un éxito.
- ▶ La garantía y exclusividad que Bahia Principe Hotels & Resorts ofrece en sus hoteles y campos de golf propios.



República Dominicana · México · Jamaica · España

SUMARIO

Nº 12 - EDICIÓN MARZO /
ABRIL 2016

PUNTO MICE

6

ACTUALIDAD

Novedades del sector y entrevistas a proveedores de referencia

18

LA VOZ DEL SECTOR: EL EFECTO WOW!

Organizadores y proveedores del sector de los eventos nos confirman que el uso coherente de la tecnología es la mejor arma para impresionar

24

DESTINO: COSTA DEL SOL

Los clásicos de Marbella no dejan de renovarse y Málaga protagoniza las novedades en una región que ofrece mucho más que costa y sol

36

DESTINO: OPORTO

La decadencia se vuelve encanto en la capital del Duero y el mejor vino portugués

44

APPS

Herramientas que hacen más fácil la vida del viajero y el organizador

46

PURO INCENTIVO: GUAYAQUIL

No sólo es la puerta de entrada al paraíso de Galápagos: también un interesante combinado de ciudad y naturaleza

54

ANÁLISIS

Las navieras marítimas y fluviales siguen apostando por la industria MICE con novedades que abarcan desde los barcos a los itinerarios

60

DÍA A DÍA

Saber planificar es sinónimo de gestionar la incertidumbre y controlar los parámetros que son realmente decisivos

64

MOTIVACIÓN

Propuestas de diferentes agencias y países con un objetivo común

68

CON ESTILO

Los monederos inteligentes combinan comodidad y diseño con seguridad

IBERIA VOLARÁ A JAPÓN Y CHINA

La compañía anunció la apertura de dos nuevas rutas directas desde Madrid a Tokio y Shanghái, el mayor núcleo económico de China. En la actualidad, no existen vuelos sin escalas que conecten España con estos países.

A partir del 18 de octubre, Iberia operará tres frecuencias directas semanales entre Madrid y el aeropuerto Narita de Tokio. El vuelo a China comenzará a funcionar durante la temporada de invierno 2016/2017, cuando Iberia obtenga los permisos y slots necesarios, por lo que aún no hay fecha de inicio de las operaciones.



Para ambas rutas la compañía utilizará sus nuevos aviones A330-200, con 288 asientos distribuidos en 19 de clase Business y 269 de clase Turista.

Más vuelos a Cuba

A partir del 2 de junio Iberia operará un vuelo diario desde Madrid, justo un año después de retomar una ruta que había abandonado en 2013. Este aumento de frecuencias forma parte del plan de consolidación como aerolínea de referencia entre Europa y Latinoamérica. Actualmente ofrece 250 vuelos semanales que unen Madrid con 20 destinos del subcontinente.

COMIENZA LA REESTRUCTURACIÓN DE TAP PORTUGAL

A partir del 27 de marzo comenzará a operar la nueva TAP Express: sustituirá a PGA (Portugalia Airlines), hasta ahora filial regional de la compañía. Será dotada de una flota más eficiente y capacidad reforzada -con un 47% más de plazas disponibles-. Entre las novedades, un nuevo servicio enlazará Lisboa y Oporto con ocho conexiones diarias

Novedades también en la compañía matriz

TAP inaugurará el 1 de julio una nueva ruta en España con vuelos diarios entre la ciudad gallega de Vigo y Lisboa. Se convertirá en el noveno destino español operado por TAP. Por

otra parte, se suspende en marzo el vuelo Oporto-Barcelona como parte de la reducción de vuelos desde la segunda ciudad portuguesa.

En cuanto al medio y largo radio, la compañía mejorará su oferta hacia Norteamérica con dos nuevos aviones A320-200, mientras que renuncia a seguir operando la ruta Lisboa-Bogotá-Panamá. También rutas que enlazan el hub de Lisboa con Goteborg (Suecia), Hanover (Alemania), Zagreb, Budapest y Bucarest, mientras que desde Oporto se abandonan, junto a Barcelona, las rutas hacia Bruselas y Roma.

AEROMÉXICO AMPLÍA RUTAS HACIA EUROPA

Según confirmó el director corporativo de ventas de la compañía mexicana, Jorge Goyortua, Aeroméxico centra sus esfuerzos en el mercado europeo. Por eso la aerolínea aumentará frecuencias en las rutas que conectan Ciudad de México con Madrid y Londres. También comenzará a operar el destino Ámsterdam a partir de mayo.

Tras más de 60 años volando entre Madrid y Ciudad de México, actualmente la compañía ofrece nueve enlaces directos a la semana entre ambas capitales. A partir de mayo se ampliarán a once las frecuencias semanales operadas con aviones B777 con capacidad para



277 pasajeros -49 de ellos en Clase Premier- y B787 Dreamliner con 243 asientos -32 en Premier-.

Club Premier Corporativo en España

El programa de fidelidad exclusivo para empresas Club Premier Corporativo está ahora disponible en España. Permite acumular Kilómetros Premier (KmP) al formalizar la reserva, tanto en vuelos operados por Aeroméxico como por las compañías de la alianza Skyteam.

Con tres categorías, en todas los KmP cargados en la cuenta corporativa se añaden a los que perciben los viajeros en sus cuentas individuales.

AIR EUROPA TIENE COMO OBJETIVO LATINOAMÉRICA

Como parte de la estrategia de la compañía de ganar cuota de mercado entre España y Latinoamérica, Air Europa estrenará este año dos nuevas rutas. Desde su hub de Madrid, en el aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas, la aerolínea propondrá vuelos directos con destino a Bogotá y Guayaquil, en Ecuador.

Será el 28 de junio cuando la aerolínea inaugure su vuelo con destino a la capital colombiana, operado con un avión Boeing

787-800 Dreamliner que realizará la ruta con una frecuencia diaria. Los vuelos a Guayaquil comenzarán a ser operados en el mes de diciembre.

Air Europa ya ofrece vuelos directos entre Madrid y Caracas; Lima; Santa Cruz de La Sierra (Bolivia); Salvador de Bahía y Sao Paulo en Brasil; Montevideo, Asunción y Buenos Aires. Los pasajeros pueden conseguir puntos canjeables por vuelos a través del programa Suma lanzado a finales de 2015.



Entrevista

Saúl Herrero

Jefe de Ventas España de Air Europa

“Pretendemos ser la alternativa más sólida para quienes viajan entre Europa y Latinoamérica”

¿Hacia dónde va Air Europa?

Tenemos claro que para nosotros 2016 será un punto de inflexión y no sólo en cuanto a rutas, también en productos. Pretendemos ser la alternativa más sólida para quienes viajan entre Europa y Latinoamérica. Para ello contamos con nuevos destinos tras abrir Paraguay el año pasado: el 28 de junio inauguraremos el vuelo a Bogotá, operado con un avión Boeing 787-800 Dreamliner y una frecuencia diaria. En diciembre comenzaremos a operar la ruta a Guayaquil.

También tenemos nuevos aviones (B787 y B786). Nuestro primer Dreamliner comenzará a operar entre Madrid y Miami en marzo y a finales de año tendremos cuatro. También estamos renovando el interior de los A330, esperamos tenerlos todos equipados en diciembre con las nuevas clases.

¿Latinoamérica es su área de desarrollo prioritario?

Sin duda: Colombia y Ecuador era destinos prioritarios desde hace mucho tiempo y México está ahora en nuestro punto de mira. También Chile porque ya volamos a todos los países del subcontinente sudamericano y es el único que nos falta.

Estamos orgullosos de contar con una oferta global de destinos en Latinoamérica y por eso trabajaremos en desarrollar el producto asociado: esperamos pronto ofrecerles a los planificadores herramientas propias para que puedan acceder mejor a nuestras tarifas y descuentos.

¿Cuáles son las novedades de cara a los grupos MICE?

Además de nuestro programa SUMA y el Global Meetings que ofrecemos a través de nuestra alianza con Skyteam, estamos trabajando en iniciativas propias que nos permitan aumentar cuota en este mercado. Ya disponemos de una plataforma para uso de códigos promocionales asociados a eventos con fechas y destino específicos.

Además estamos siempre trabajando en nuestras estrategias de precios porque funcionó muy bien nuestra iniciativa de promoción de la business, así que seguiremos trabajando en darle atractivo a nivel de precios a la parte delantera de nuestros aviones más allá de que sea un producto nuevo.

También seguiremos ampliando nuestro mapa de conexiones en Madrid, con nuevos destinos europeos como Zúrich (Suiza), que empezaremos a operar en junio.



HOTELES

EXE INAUGURA HOTELES EN MÉXICO Y COLOMBIA

La cadena hotelera perteneciente al grupo Hotusa anunció la apertura del hotel Exe Cities Reforma en México y el Exe Santafé Boutique Hotel en Colombia. Con estas incorporaciones, Hotusa suma quince establecimientos en destinos latinoamericanos.



Exe Cities Reforma (anteriormente NY.T. Roma) se encuentra en la principal zona empresarial de Ciudad de México. Se trata de un hotel *boutique*, de cuatro estrellas, con 51 habitaciones y dos salas de reuniones con capacidad máxima para 130 personas.

El Exe Santafé Boutique Hotel, de cinco estrellas, se sitúa en el barrio de Santa Bárbara, en Bogotá. Posee 53 habitaciones y tres salones para reuniones de hasta 80 personas. A mediados de año, Hotusa inaugurará el Eurostars Bacatá de cinco estrellas, situado en la Torre BD Bacatá del casco histórico de Bogotá; contará con 323 habitaciones, incluidas diecinueve suites, y dieciséis salas de reuniones distribuidas en una superficie de 3000 metros cuadrados, entre otros servicios.

NH APUESTA POR SU MARCA COLLECTION

El grupo hotelero anunció que seis nuevos establecimientos pasarán a formar parte de la marca más exclusiva del grupo en el transcurso de este año.

Todos los nuevos hoteles NH Collection están en España, con excepción del Liberdade de Lisboa. Se trata del Gran Hotel Calderón y NH Collection Pódium, en Barcelona; Palacio de Vigo, en Pontevedra; NH Collection Colón Madrid (anteriormente NH Sanvy), y NH Suecia, que se incorporará a la cartera de establecimientos de cinco estrellas del grupo bajo el nombre de NH Collection Cibeles, también en Madrid.

NH prevé finalizar 2016 con 24 establecimientos integrados en la marca NH Collection en la Península Ibérica, además de abrir diecinueve hoteles en trece países antes de 2020.

Breves

MELIÁ ABRIRÁ ESTE AÑO 25 HOTELES

El grupo hotelero celebrará este año su 60 aniversario con la apertura de 25 hoteles en quince países que se suman a los 25 que ya inauguró el año pasado. Asia, Oriente Medio y Sudeste Asiático son regiones prioritarias para el grupo, que también apuesta por Cuba para sus proyectos más inmediatos. En la isla del Caribe Meliá cuenta con 28 hoteles a los que se sumarán los cuatro nuevos proyectos que incluyen un hotel de 900 habitaciones en Varadero.

MADRID CONTARÁ CON SU PRIMER W EN 2018

Starwood Hotels & Resorts anunció la apertura de su segundo hotel W en España. El nuevo W Madrid abrirá sus puertas en 2018 en la Plaza de Canalejas de la capital española. Contará con 141 habitaciones, incluyendo 20 *suites* y entre ellas una Extreme WOW. También contará con bar y piscina exteriores ubicados en la azotea, con vistas al *skyline* de la ciudad y en un área disponible para eventos. De cara al segmento MICE también contará con dos pequeñas salas de reuniones.

HARD ROCK ENTRA EN LATINOAMÉRICA

Hard Rock Internacional anunció tres nuevos proyectos hoteleros que suponen la llegada de la marca a Latinoamérica. La entrada en el subcontinente americano se realizará a través de Brasil: tres establecimientos en Brasilia, Caldas Novas e Itapeuma sumarán 878 habitaciones.

ACCOR CONSTRUYE UN SOFTEL EN MÉXICO

El grupo francés Accor ya ha empezado a construir el Sofitel México Reforma de Ciudad de México: será su primer hotel de construcción propia en el país, donde ya gestiona tres establecimientos.

ILUNION AMPLÍA CARTERA EN ESPAÑA

Ilunion Hotels, anteriormente Confortel y propiedad de la Fundación ONCE, suma 25 hoteles en España. El Mérida Palace de cinco estrellas ha sido su última incorporación y forma parte de un plan de crecimiento que prevé integrar diez hoteles más en los próximos tres años favoreciendo el empleo de personas con discapacidad.

H10 ABRIO SU CUARTO HOTEL EN CUBA

En febrero abrió sus puertas el hotel Ocean Casa del Mar de Cayo Santa María, cuarto del grupo H10 en el país y con 800 habitaciones. Completa la oferta de los tres establecimientos que la firma ya tiene en Varadero y La Habana.



HOTELES

AC BY MARRIOTT ABRIRÁ SIETE HOTELES EN LATINOAMÉRICA

La cadena hotelera gestionará 22 nuevos establecimientos. Entre ellos, seis ya están siendo integrados en el porfolio de hoteles AC By Marriott durante el primer semestre de este año: los AC Guadalajara y AC Querétaro de México; el AC Cincinnati North/West Chester (Ohio); AC Boston North (Massachusetts) en Estados Unidos y el AC Marseille en Francia.

Los proyectos que se desarrollarán en el segundo semestre incluyen nuevos hoteles en Brasil, Chile, México, Panamá, Estados



Unidos, Reino Unido, Alemania, Polonia e Israel. Esto significa que de los 22 hoteles que amplían la oferta del grupo siete se encuentran en América Latina, lo que supone la entrada de la marca en el subcontinente: exactamente tendrá un hotel en Panamá, dos en Brasil, uno en Chile y tres en México.

AC Hotels by Marriott es una de las 19 marcas de Marriott International y hasta el momento cuenta con 80 hoteles en España, Italia, Portugal, Dinamarca, Turquía, Francia y Estados Unidos.



Entrevista

Zoe Lara

Directora internacional de ventas y distribución de AMResorts

“La calidad tiene un precio: por eso no somos los más baratos”

¿Qué ofrece AMResorts a las empresas?

Nuestro principal activo son las instalaciones de los 42 *resorts* de lujo que ofrecemos en México, Caribe, Panamá y Costa Rica. Cada uno de los hoteles que gestiona AMResorts está preparado para recibir al turista profesional en viaje de negocios, incentivo o convención y no solamente con las mejores instalaciones, sino con excelentes profesionales. Cada uno de nuestros establecimientos tiene equipo propio de organización de eventos y un gran abanico de espacios.

Cada empresa tiene necesidades específicas y por eso ponemos a su disposición distintas opciones MICE en cada una de las seis marcas hoteleras de AMResorts: desde las lujosas instalaciones de nuestros establecimientos *boutique* Zoëtry a la sofisticación y exclusividad de los hoteles *only adults* Secrets y Breathless, pasando por el alto nivel de lujo para huéspedes de todas las edades en los Dreams y Now y los establecimientos Sunscape, donde la diversión siempre está asegurada.

¿Qué les diferencia de su competencia?

Nuestro programa Unlimited-Luxury es un servicio todo incluido que no requiere la típica pulsera e incluye bebidas *premium* ilimitadas en todas las zonas del hotel; no es necesario reservar en el restaurante si se quiere cenar por libre y garantizamos una mesa disponible sea cual sea el volumen del grupo. Además contamos con completos *spas* y campos de golf. Somos conscientes de que no somos la opción más barata, pero en AMResorts estamos convencidos de que no todo es dinero y la calidad tiene un precio. Es algo que nos confirman nuestros clientes a diario ya que tenemos un altísimo índice de empresas que repiten con nosotros. Por eso nos gusta premiar su fidelidad con programas de descuentos.

¿Qué novedades ofrecerán en los próximos meses?

Seguiremos trabajando en Unlimited Connectivity, una *app* que permite que los huéspedes tengan acceso gratuito al *wi-fi* del hotel en todo el *resort*, incluyendo llamadas a USA y Canadá. También tenemos previsto ampliar nuestra cartera en, como mínimo, catorce nuevos complejos en los próximos tres años en mercados nuevos como Panamá, donde estamos presentes desde enero, y Aruba.



AMERICAN EXPRESS MEJORA SU EXPERT CARE

La solución tecnológica de American Express Global Business Travel incluye nuevas funcionalidades como parte de la mejora destinada a reforzar el servicio de seguridad -localización y comunicación- de los viajeros corporativos.

Esta herramienta, que localiza en todo momento al viajero en cualquier lugar del mundo, da la posibilidad a los *travel managers* de conocer con antelación posibles alteraciones y riesgos que puedan afectar a los viajeros de negocios en el transcurso de su desplazamiento. También incluye la opción de comunicarse con representantes afectados por situaciones imprevistas en tiempo real.

Además de las opciones de email y SMS, ya existentes en la oferta de Expert Care, American Express Global Business Travel ha lanzado ahora en Europa una *app* móvil a través de la que el viajero puede comunicarse en todo momento con el gestor de viajes de su compañía.

En tiempo real

Otra de las mejoras incorporadas es un servicio de seguimiento e información en tiempo real sobre el estado de vue-

los, a través del que los gestores pueden estar al corriente de retrasos y otras alteraciones desde el mismo momento en el que se producen. De un solo vistazo pueden visualizar a todos aquellos viajeros que, en un momento concreto, están sufriendo un retraso o una cancelación, así como comunicarse con ellos.

Además, una función nueva permite localizar y comunicarse con representantes situados en sedes corporativas de otros países cuando tiene lugar un imprevisto o catástrofe. Expert Care ofrece los datos relativos a transacciones de la tarjeta corporativa de American Express, aportando información adicional que contribuya a localizar a un viajero determinado durante una situación de emergencia.

American Express Global Business Travel también ha anunciado la ampliación de su acuerdo de colaboración con Ijet, proveedor de soluciones para la gestión de riesgos. A través de este acuerdo, los clientes de American Express Global Business Travel que hagan uso de Expert Care podrán customizar y elegir el rango de gestión de riesgo, así como la capacidad de respuesta de la compañía ante posibles imprevistos.

NACE WORLD2MEET DE LA FUSIÓN DE NT INCOMING Y NEW TRAVELERS

Las dos empresas adquiridas en 2015 por el grupo Iberostar han sido fusionadas bajo la marca W2M WORLD2MEET (W2M). Desaparecen por tanto NT Incoming y New Travellers. Bajo una misma dirección se han creado tres divisiones:

- W2M DMC para el segmento receptivo y de servicios turísticos en destino.
- W2M API para el banco de camas, mayorista *online* de hoteles y otros componentes del viaje.
- W2M PRO para la turoperación y venta a profesionales y agencias de viajes.

Nueva imagen

Se mantienen los colores corporativos "como reflejo de que el espíritu de las personas y el servicio que ha llevado al grupo a las cotas actuales no cambia", según explicó la nueva dirección. El objetivo es hacer evolucionar la actividad para expandir las áreas de negocio y apoyar a socios hoteleros y clientes en nuevas oportunidades de negocio y tecnológicas.



NT incoming y New Travelers, ahora W2M, superó los 250 millones de euros en facturación en 2015 gracias a los quince destinos españoles que programa en la Península Ibérica, Baleares y Canarias, así como con su actividad de mayorista/banco de camas -principalmente a través de la contratación de producto de forma directa-.

W2M PRO

New Travelers, ahora W2M PRO, seguirá especializado en la venta de paquetes y hoteles tras transportar a más de 100.000 personas en 2015.

Este turoperador *online*, que lanzó una nueva plataforma de reservas a finales de 2015, distribuye sus productos a través de más de 4000 agencias de viajes en España. Está especializado en paquetes de circuitos y combinados en Emiratos Árabes, Tailandia y grandes capitales mundiales.

Haz que tu mundo se mueva.

Expertos en la gestión de viajes de Eventos.



Open your mind,
open your world.

NAUTALIA Eventos es una compañía dedicada a la gestión de viajes de eventos. Aportamos la garantía del mejor asesoramiento en viajes y en la creación de soluciones a medida para su empresa. Más de 300 agentes avalan nuestra actividad.

T. 911 109 298

email. comercial@nautaliaeventos.es





TENDENCIAS

¿DESAPARECERÁN LOS CONSERJES DE HOTEL?

Tras las primeras experiencias con “conserjes virtuales” realizadas en hoteles de Accor, a través de pantallas en las que el huésped se informa sobre qué hacer en destino, la *start-up* española Smartvel recopila todo lo que ofrece el lugar de la estancia en cuanto a oferta cultural y lúdica y propone en base a ello generar una agenda de actividades personalizada para cada cliente.

Los principales destinatarios de la nueva tecnología serían los clientes de los hoteles, ávidos de saber cómo optimizar su tiempo libre y aprovechar su viaje profesional para disfrutar de alguna actividad de ocio, desarrollando el llamado *bleisure* que consiste en combinar los desplazamientos profesionales con momentos de ocio. O lo que es lo mismo, aprovechar la estancia en un destino al que se ha viajado por trabajo para conocer parte de su oferta destinada al público vacacional.



Completamente personalizado

Conciertos, eventos deportivos, congresos, festivales, agendas culturales, exposiciones, fiestas, teatro... así como puntos de interés y restaurantes forman parte de la información aglutinada por Smartvel. Se puede consultar en varios idiomas y en todos los dispositivos, siendo la *app* que permite acceder al contenido capaz de interactuar con el usuario. De este modo, tras mostrar su localización, el usuario puede conocer todo aquello de su interés que se encuentra en las cercanías.

Los hoteles, no ya en la persona del conserje sino a través de su web, pueden crear una agenda digital con contenidos seleccionados según su ubicación y preferencias, siendo posible completar las propuestas con contenidos propios relacionados con comercios colaboradores o eventos en los que participe el establecimiento.



TECNOLOGÍA

SKYPE FOR BUSINESS LLEGA AL TELÉFONO FIJO

SPC, marca española de electrónica de consumo, ha comenzado a comercializar los teléfonos Yealink compatibles con Microsoft Skype for Business (SFB).

Los nuevos teléfonos poseen calidad de voz de alta definición, funciones avanzadas de conferencia, gestión visual del buzón de mensajes, marcación en un solo *click* y BToE (Better Together over Ethernet) que permite intercambiar llamadas entre el usuario de Skype for Business en PC y los teléfonos fijos.

Desde este primer trimestre, SPC ofrecerá cinco modelos de teléfonos Yealink para SFB: el T40P, T41P, T42G, T46G y el T48G. Esta última versión cuenta con pantalla táctil de dieciocho centímetros, incluye la presentación de imágenes y el estado de presencia de los contactos de la agenda.



MEJORA LA TECNOLOGÍA PARA VIDEOCONFERENCIAS

Acer presentó su nuevo Chromebox para reuniones ACXV2, una solución para videoconferencias que incluye *hardware*, *software* y soporte, todo en una sola caja. Con un tiempo de inicio de ocho segundos y para reuniones de un máximo de 15 participantes a través de varios dispositivos, de momento está disponible para el mercado español.

El altavoz y el micrófono omnidireccional proporcionan una mejor respuesta de frecuencia de banda ancha e integra un procesador de señal digital para una mayor claridad de voz. Asimismo, cuenta con las funciones de silencio, finalizar llamada y botones de volumen.

Basado en el sistema operativo Chrome OS, se actualiza de manera automática cada seis semanas para asegurar que el último *software* y las funciones de seguridad estén siempre instalados. Toda la información almacenada en Chromebox está encriptada y protegida con un chip 1.2 (Trusted Platform Module) que genera y guarda las claves criptográficas. En cada inicio, revisa la integridad y validez de los archivos del sistema para asegurarse de que no hayan sido manipulados.



Cambia tu modo de reunión

Gijón y punto

Gijón

Convention Bureau



BIOSPHERE
PARES-POINTE
TOURISME

www.gijoncongresos.com

IMEX FRANKFURT SE CELEBRARÁ POR PRIMERA VEZ EN EL MES DE ABRIL

Del 19 al 21 de abril tendrá lugar en el recinto Messe Frankfurt de Alemania la próxima edición de IMEX Frankfurt, feria de referencia en Europa para los organizadores de viajes de negocio, congresos, convenciones, incentivos y eventos de empresa. PUNTO MICE será media partner del evento.

Habitualmente organizado en la capital financiera del país en la segunda quincena de mayo, excepcionalmente este año

la celebración del evento ha sido adelantada al mes de abril. En 2015 cerca de 4000 *hosted buyers* pudieron conocer la oferta de los 3500 proveedores procedentes de 78 países.

El 70% de los compradores asistentes fueron agentes de viajes, mientras que el 17% fueron *travel managers*; el 8% representantes del medio asociativo y el 5% planificadores independientes.



¿Qué novedades encontrarán los *hosted buyers* este año?

Tendremos más expositores y nuevas propuestas educativas, así como un programa de compradores invitados ampliado. Con esto crecen las oportunidades de hacer negocio y conocer las tendencias clave de la industria.

Los compradores europeos podrán extender su visita a IMEX y optar por adelantado por un programa de tres días -dos noches-. Lo hemos diseñado para darles más tiempo para estar en el salón, hacer negocios, *networking* y absorber nuevas ideas. Esta nueva opción complementa el programa de una noche que hemos estado implementando los últimos trece años.

Del 19 al 21 de abril en Messe Frankfurt, los compradores se encontrarán ante una amplia selección de proveedores, entre ellos muchos que han aumentado su superficie de exposición: Croacia, Nueva Zelanda, Perú, San Francisco y Serbia, además de grupos hoteleros como ATA, Hilton International, Preferred Hotels o Trump Hotel Collection. Algunos tendrán presencia por primera vez o vuelven tras años sin presencia: es el caso de Bahrein, Catalunya Convention Bureau, Wyndham Hoteles, Viajes Uniglobe o Bizzabo.

¿De dónde proceden los compradores?

Estamos listos para recibir a más de veinte grupos de compradores invitados de todo el mundo, incluyendo Alemania, Polonia, China, Sudáfrica y Sudamérica, además de UNICEO - red de decisores en eventos corporativos-. ISES (International Special Events Society) organiza por primera vez su cumbre anual en el marco de nuestro evento.

¿Qué sesiones destaca a nivel formativo?

Ofreceremos sesiones de educación centradas en el desarrollo personal, actividades de RSE y el bienestar empresarial, todo diseñado para ofrecer nuevas ideas sobre cómo cambiar viejos hábitos de la mente, el cuerpo y el espíritu. Pine Communication + Training nos enseñará cómo trabajar en favor de una mayor facilidad para alcanzar objetivos y lograr una vida saludable y exitosa. Shawna Suckow, presidenta de SPIN (Senior Planners Industry Network), ayudará a los propietarios de pequeñas empresas que desean hacer crecer sus compañías.

El arte de la narración y su poder de comunicación, captar la atención y fomentar la participación será explorado por Gebert Janssen de la Party- y Eventarchitect. Entre las más de 180 sesiones programadas también hablaremos de la *sharing economy* y su impacto en nuestra industria.

Entrevista

Carina Bauer

CEO de IMEX Group

“Los veinte grupos de compradores invitados a IMEX Frankfurt contarán con más de 180 sesiones de formación”



ESCOCIA AMPLÍA SU ABANICO DE VENUES

Visit Scotland Business and Events anunció la puesta en marcha de nuevos proyectos que servirán para ampliar la oferta de espacios singulares en el destino. Dicha oferta ya se ha visto recientemente incrementada con la inauguración del Apex City de Glasgow, un hotel de cuatro estrellas situado en el corazón de la ciudad con 104 habitaciones.

Este año comienza la construcción del complejo Edinburgh Saint James, uno de los más grandes e importantes proyectos de regeneración llevados a cabo en el Reino Unido. Ubicado en el centro de Edimburgo, su apertura está prevista para 2020 e incluye un hotel de cinco estrellas y 210 habitaciones, además de 250 apartamentos.

Este año también se llevará a cabo la reforma del histórico Royal College of Physicians, situado en el centro de la ciudad y con una amplia gama de espacios. Se construirá un auditorio con capacidad para 300 personas y se ampliarán los espacios comunes y de reuniones, con la inclusión de un atrio de cristal que unirá el edificio antiguo con el moderno.

Durante los próximos 18 meses, el hotel Fairmont St. Andrews, de cinco estrellas, experimentará varias reformas interiores con el objetivo de mejorar tanto las zonas comunes como las suites y los baños. El objetivo es fusionar un diseño interior moderno con el legado de St. Andrews como cuna del golf. Se llevará a cabo por fases para no interrumpir la actividad normal del hotel.

MEJORES CONEXIONES EN NUEVA YORK

Con la próxima inauguración del intercambiador de transportes (HUB) en el World Trade Center de Nueva York, once líneas de metro estarán conectadas con la terminal de *ferry* Battery Park, los trenes de cercanías del PATH, el Memorial Center y el One World Trade Center. Se espera que más de 250.000 personas lo utilicen cada día y una sensible mejora de los tiempos de conexión en Manhattan.

El intercambiador está coronado por el Oculus, una gran cúpula en acero y vidrio que alberga el Westfield World Trade Center.



AL AEROPUERTO DE BARCELONA, EN METRO

Gracias a la extensión de la línea 9, los viajeros podrán acceder en un tren sin conductor hasta las terminales 1 y 2 del aeropuerto de Barcelona. A través de quince paradas a lo largo de casi 20 kilómetros, la línea conecta las poblaciones de Barcelona, L'Hospitalet de Llobregat y El Prat de Llobregat con la plataforma. El precio del billete es de 4,5 euros, correspondientes a los 2,15 euros que cuesta el trayecto básico y los 2,35 euros que se aplican como suplemento.

SERBIA QUIERE ATRAER AL MERCADO MICE

Air Serbia, compañía nacional del país balcánico, firmó un acuerdo de código compartido con Air Europa como parte de su estrategia para atraer a grupos profesionales en viajes de convención o incentivo. Además de los incentivos que propone el ayuntamiento de Belgrado, las autoridades turísticas serbias apuestan por la formación y profesionalización de los receptivos locales.

EL FERRARI LAND DE ESPAÑA ABRIRÁ EN 2017

El primer proyecto de la Scuderia en Europa, que inauguró en 2010 un Ferrari Land en Abu Dabi, ocupará una superficie de 60.000 metros cuadrados y estará ubicado dentro del recinto de Port Aventura, a una hora y media de distancia por carretera de Barcelona (España). Con una inversión aproximada de cien millones de euros abrirá sus puertas el año que viene y tendrá como atracción estrella un acelerador vertical que batirá récords como la montaña rusa de mayor altura en Europa (112 metros). Con una aceleración de 180 km/h en cinco segundos, servirá para que los visitantes experimenten la sensación de pilotar un monoplaza de Fórmula 1.

CUBA TENDRÁ VUELOS DESDE ESTADOS UNIDOS

Hasta 110 vuelos procedentes de Estados Unidos podrán aterrizar cada día en Cuba a partir del último trimestre de este año, tras más de 50 años sin vuelos comerciales que unan ambos destinos. El secretario de Transportes de Estados Unidos firmó con las autoridades cubanas un acuerdo que autoriza hasta veinte vuelos al día con destino a La Habana y otros diez enlaces diarios a cada uno de los aeropuertos internacionales de la isla.

MADRID, PRINCIPAL SEDE DE FERIAS EN ESPAÑA

La Comunidad de Madrid albergará este año un total de 41 ferias internacionales, el 50% de todas las que se celebrarán en España. Estos datos suponen un incremento del 14% respecto a las exhibiciones con carácter internacional celebradas en 2015. La segunda región que más ferias internacionales acoge es Catalunya, seguida de la Comunidad Valenciana.

DIRECTO AL NEGOCIO

Con la confirmación de eventos internacionales de gran envergadura y el reconocimiento internacional como destino dinámico y *hub* de conocimiento, el emirato se consolida como la mejor opción para generar actividad y compartir desarrollo.

El emirato sigue demostrando un dinamismo imparables con nuevos proyectos que pasan por el apoyo a la investigación y la innovación, además de nuevas y mejores infraestructuras.

Con una cuota del 50% en los eventos, conferencias y congresos profesionales organizados en la región, Dubái es el destino perfecto para recibir y sellar acuerdos.

En 2015 la ciudad recibió a más de 6000 delegados chinos de los sectores de Seguros y Finanzas durante el International Dragon Award Congress. Este importante evento se celebró por primera vez fuera de Asia y fue uno más de la serie de nuevos acontecimientos profesionales ganados que contribuyeron a fortalecer aún más la posición de Dubái como destino número uno en la región.

Importantes victorias

Otras victorias notables de 2015 incluyen el Congreso Mundial de Neurología 2019 con 8000 delegados; la Conferencia Internacional de Medicina de Emergencia 2021 con 4000 participantes; el 34º Congreso Internacional de la Sociedad Internacional de Transfusión de Sangre que tendrá lugar este año con 4000 delegados y, en septiembre, la Conferencia y Exhibición Técnica Anual (ATCE) de la Society of Petroleum Engineers (SPE) que se organizará por primera vez en Oriente Medio tras 91 años de historia del evento. Atraerá la impresionante cifra de 10.000 delegados.

El emirato también se está preparando para su mayor evento: la Exposición Universal 2020, donde se esperan más de 25



millones de visitas durante más de seis meses.

¿Por qué Dubái?

Porque ofrece acceso único a sectores clave, universidades de referencia, organizaciones dedicadas a la investigación y al talento que aquí se concentra: por eso es el destino perfecto para que las asociaciones intercambien ideas y generen resultados duraderos a través de sus eventos.

Dubái es un *hub* de conocimiento en Energías renovables, Transporte, Educación, Salud, Tecnología, Agua y Espacio donde ampliar las redes profesionales y compartir conocimientos a nivel internacional.

Máximo apoyo

En Dubai Business Events -Buró oficial de convenciones-, un equipo de profesionales altamente especializado ofrece asesoramiento imparcial, orientación y apoyo a los organizadores en la planificación de reuniones internacionales, conferencias, incentivos y exposiciones en la ciudad. Está a su disposición para mostrarle los lugares adecuados y ayudarles en materia de negociación, logística y creación de los programas de incentivo o turismo.

Dubái fue incluida entre las veinte ciudades más vibrantes del mundo en el 2015 City Momentum Index de Jones Lang LaSalle por ser altamente dinámica, referente de innovación y por apostar por la creación de empresas de vanguardia.

Más información en
Dubai Business Events
Official Convention Bureau
Tel: +971 600 55 5559
askdbe@dubaitourism.ae
www.dubaibusinessevents.



WHERE INFRASTRUCTURE MEETS INNOVATION

The regional commercial hub and gateway between East and West, Dubai is a city built on innovation and infused with opportunities. The city's diverse knowledge base and community of trained professionals make Dubai the ideal location for association conferences, corporate meetings and incentive events. Direct access from over 280 destinations worldwide, an array of venues, over 98,000 hotel rooms in all categories and numerous exciting activities in and around Dubai make this city the most remarkable destination for successful business events.



Dubai Business Events - The Official Convention Bureau
Tel: +971 600 55 5559, Email: askdbe@dubaitourism.ae, www.dubaibusinessevents.ae

visitdubai.com





EL EFECTO *WOW!*

Por **Javier García**

Desde la Revolución Industrial la tecnología no ha dejado de evolucionar. Muchos de esos desarrollos, fruto del trabajo e ingenio de ilustres nombres de la ciencia y de otros no tan conocidos, tienen aplicaciones prácticas en la industria MICE.

En el marco de la pasada edición de Fiturtech, se presentó un informe que recoge cuáles son los diez campos tecnológicos que más están evolucionando: *big data/open data*, marketing digital, entorno móvil, realidad virtual/inmersiva, Internet de las Cosas, trans-comercialización, procesamiento de lenguaje natural, gamificación, sistemas de personalización e impresión 2D/3D.

Más allá de las nuevas herramientas de gestión que están influenciando sobremedida nuestra industria, muchas de las nuevas propuestas tecnológicas se destinan a conseguir el “efecto wow!” en los eventos de empresa, que siempre persiguen el objetivo de sorprender al asistente y dejar un recuerdo indeleble en su memoria.

Lo más importante es el mensaje

Si bien no parece claro que incorporar estas herramientas garantice el éxito, sí que con toda seguridad contribuirá a lograrlo siempre y cuando tenga sentido invertir en ellas. Porque es indiscutible que recurrir a tecnologías que sorprenden requiere mayor inversión y es en este punto en el que merece la pena analizar si habrá coherencia entre los

medios desplegados y el mensaje que se quiere transmitir. Tal y como nos confirman los organizadores de eventos encuestados, lo más importante es tener claro qué se quiere contar. Si hay posibilidad de reforzar la idea y dejar una mayor huella en el asistente con medios audiovisuales y tecnologías avanzadas, qué mejor que demostrar que se está al día de lo que ofrece el mercado y dar impresión de modernidad.

Marcando diferencias

No es lo mismo seguir una presentación del CEO por Skype a que parezca presente a través de un holograma

No es lo mismo seguir una presentación del CEO de la empresa por Skype o mediante un proyector, aún menos si parece presente en la sala a través de un holograma y puede interactuar con el público. Tampoco es lo mismo ver un vídeo en una pantalla de televisión común o en una gran pantalla de altísima definición, a través de *video mapping* o en proyecciones inmersivas.

Tecnología aplicada a la interacción

Los proveedores nos cuentan que los clientes exigen cada vez más interacción con los asistentes y que a eso se destinará la tecnología del futuro aplicada a los eventos.

Ya no sólo servirá para generar ese deseado efecto wow!, sino que podrá ser compartida, permitirá valorar impresiones y servicios, estimulará el *networking* y, en definitiva, servirá para que el invitado interactúe con todo aquello que forma parte del evento.

LA VOZ DEL ORGANIZADOR

1. ¿Se puede afirmar que un evento exitoso debe incluir tecnología avanzada?
2. ¿Qué es lo último que ha llegado al mercado?
3. ¿Usar tecnología avanzada implica mayor inversión?



Raúl Muñoz
Director MICE de Bestours (España)

“La última tecnología abre posibilidades insospechadas”

1. Incluir tecnología avanzada no es garantía de éxito pero sí un valor añadido que debería contribuir a conseguirlo. Hay varios factores que debemos tener en cuenta a la hora de aplicar las nuevas tecnologías y deben estar relacionados siempre con el mensaje que se quiere transmitir, ya que no podemos olvidarnos de componentes básicos como la interacción o los nuevos formatos.

Las nuevas tecnologías abren posibilidades insospechadas para la realización de los eventos en todas las fases, desde la convocatoria hasta la medición del retorno, pero no deberían ser el objeto del evento en sí mismas, sino una mera herramienta para conse-

guir el objetivo de la comunicación y, por lo tanto, el éxito.

2. En Madrid destacaría la telepresencia holográfica que propone el hotel NH Collection Eurobuilding, con el primer *dome* permanente en España con proyección inmersiva.

3. Las novedades tecnológicas forman parte de la demanda de las empresas, ya que son conscientes del impacto positivo que las nuevas tecnologías generan en todos los ámbitos. Por eso empiezan a dotar presupuestariamente estos conceptos, gracias también a la recuperación económica y a los nuevos canales de comunicación.

Andrea Juncos
Association Relations Manager de MCI Argentina

“La tecnología debe ser el medio, no el fin del evento”

1. Su rol cada día es más relevante. No se trata ya del contenido o la creatividad puesta en una presentación, sino de la escenografía o los efectos audiovisuales que se pueden crear. Todo lo visual genera fuerte impacto. Lo importante es que la tecnología sea un medio para lograr el objetivo del evento, no el fin mismo.

2. Estar actualizado es muy difícil. Creo que todo pasa por lograr la implicación (*engagement*) de las audiencias y medirla. Double Dutch es una plataforma muy eficiente para analizar en tiempo real los intereses de las audiencias.

Otras tecnologías que adquieren importancia son las que mejoran la participación de los asistentes. El *mapping* ya es algo clásico en eventos con alto impacto visual. Realidad virtual, robots y drones son novedades que aún no tienen tanta presencia

3. Las empresas esperan que el organizador le presente ideas creativas que contribuyan a lograr los objetivos de la empresa en materia de comunicación. Muchas de estas ideas van acompañadas de tecnologías innovadoras y algunas sí implican mayor inversión, pero no todas. Lo importante es, nuevamente, que la tecnología sea el medio y no el fin.





1. ¿Se puede afirmar que un evento exitoso debe incluir tecnología avanzada?
2. ¿Qué es lo último que ha llegado al mercado?
3. ¿Usar tecnología avanzada implica mayor inversión?

Alberto Mestre
Director American Express Meetings & Events España

“La tecnología asegura un buen retorno de la inversión”

1. Tecnología y creatividad son factores que marcan la diferencia, el impacto y, en definitiva, el grado en el que un evento se hace memorable y permanece en la mente de los asistentes. Además, la tecnología cobra cada vez más importancia a la hora de alcanzar los objetivos de un evento y mejorar la experiencia de los asistentes antes, durante y después del mismo.
2. Desarrollamos *apps* que facilitan información actualizada, personalizada y en tiempo real a cada asistente, espacios virtuales para la interacción y *networking* o que cada asistente pueda evaluar cada sesión, actividad, *venues* y otros aspectos del evento. También utilizamos robots o drones con algunos de nuestros clientes más innovadores, tecnología LED, proyecciones en *streaming*, realidad aumentada y realidad virtual.

Actualmente, incluir tecnología avanzada no es un factor que determine el éxito de un evento. Y es que una acción sencilla puede ser innovadora sin necesidad de que el componente tecnológico adquiera un papel protagonista. No obstante, su incorporación será fundamental en la medida en que el sector siga evolucionando.

3. Sí. No obstante, el impacto generado y el posicionamiento alcanzado también serán mayores. En este sentido, las soluciones tecnológicas garantizan un buen retorno de la inversión.



Arturo de Noriega
Event planner de La Fete (Perú)

“Un mensaje se transmite mejor con tecnología”

1. Por supuesto que sí. La tecnología contribuye a una mejor difusión del mensaje que se quiere proyectar, ya sea en un evento corporativo, dando a conocer mejor los atributos de una empresa o producto, o en eventos privados: en ambos lo que se busca es generar sensaciones o experiencias que no se pueden vivir de otra manera, o cuesta mucho conseguirlo. Yo me apoyo en lo tecnológico para crear sensaciones únicas y cada vez me sorprende más de lo que se puede crear.
2. Me parece muy interesante el uso que se puede hacer de los hologramas.

Fuimos los primeros en Perú en hacer un *dress mapping*. Para ello tuvimos que crear una escenografía, establecer mapas del vestido y hacer los ensayos necesarios con la cantante protagonista del momento. El resultado fue realmente impactante.

3. Sí, definitivamente, pero esto genera un impacto de la marca que respalda y justifica la inversión. Si la empresa ya está bien posicionada en el mercado, sin duda debe recurrir a tecnologías avanzadas para demostrar que forma parte de un mercado que está evolucionando y que conoce las tendencias que lo marcan.



Agustina Quirno
Responsable Comercial de Eventos Corporativos de Furlong-Fox / HRG Argentina

“Se pueden realizar eventos con éxito y sin tecnología”

1. Un evento con éxito es el que deja un recuerdo imborrable en los asistentes y cumple con las expectativas, pero no tiene por qué incluir tecnología avanzada. Sin embargo, muchos clientes creen que el impacto está asociado a un despliegue técnico y es en esos casos cuando proponemos incluir recursos audiovisuales novedosos o *apps* que permitan la interacción.
2. El *video mapping* ya es un clásico y el coste de su uso es alto cuando se utiliza correctamente y por eso debe ser analizada la necesidad real de invertir en este recurso.
3. Nuestros mayores éxitos se han dado cuando hemos puesto la tecnología al servicio de una muy buena idea, y no al revés. Las empresas, en general, quieren realizar eventos de impacto con pocos recursos. Nos corresponde a nosotros persuadirlas para invertir en tecnología siempre que podamos explicar claramente la necesidad de usarla, por qué contribuye a conseguir el objetivo del evento o por qué la inversión es mayor.

Considero que lo más importante es organizar formación permanente entre nosotros, clientes y proveedores para que todos comprendamos el alcance y posibilidades de cada nueva tecnología. Muchos clientes se dejan seducir por algo novedoso y presionan para recibir una propuesta, pero en el fondo no saben de qué se trata o si servirá para cumplir su objetivo.



2. El *video mapping* ya es un clásico y el coste de su uso es alto cuando se utiliza correctamente y por eso debe ser analizada la necesidad real de invertir en este recurso.

Chema Gómez Merino
CEO del Grupo Evento.es

“La novedad y la efectividad no siempre van de la mano”

1. El éxito de un evento depende del contenido del mismo y de cómo hacer que ese contenido llegue e impacte a los participantes de la forma más experiencial posible. No cabe duda de que si usamos como herramienta la tecnología esto puede ayudar, pero no es la única forma: la comunicación de los ponentes, los formatos de las sesiones, la sede del evento... son ingredientes igual de trascendentales en un evento con éxito.
2. Quizá la realidad virtual sea lo más novedoso hoy en día, pero sinceramente creo que el uso de tecnologías que no sean de última generación pero estén bien aplicadas puede ser incluso más útiles. Con un teléfono móvil podemos todavía hoy lograr una interacción de los asistentes que marque la diferencia. La novedad y la efectividad no siempre van de la mano.
3. Hay muchos tipos de cliente: los hay que desean estar a la última y piensan menos en la

inversión pero, en general, lo que las empresas buscan es la optimización de recursos. Conocer bien los objetivos definirá si es mejor recurrir a nuevas tecnologías o no. A veces pueden ser necesarias como herramientas que nos ayuden, pero nunca deben ser un fin en sí mismas. Es decir, no creo que sea la piedra filosofal de los eventos porque su coste, mayor, debe ser coherente con el rendimiento. Nada es mejor porque sea barato o caro, todo depende de lo que se logre con ello.





EL FUTURO ESTÁ EN LA INTERACCIÓN

No cabe duda de que vivimos en un momento donde gran parte del servicio de los hoteles pasa por proponer tecnología que ayude a generar el efecto *wow!* En este sentido, el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH) de España trabaja en dos ámbitos principales. Por un lado, la digitalización de espacios, es decir, la generación de entornos inmersivos que permitan llevar a cabo reuniones y conferencias en un ambiente que va más allá de la pantalla de proyección y que se circunscribe al espacio completo de los salones. Por otro lado trabaja en la impresión en gran formato, que permite de una forma sencilla y fácil cambiar el interiorismo de los salones y adaptarlo a la imagen corporativa del cliente o al evento en cuestión.

Cada cliente tiene su propia demanda basada en los conocimientos que tiene de las novedades existentes en el mercado. Rodrigo Martínez, jefe de Proyectos del Área Operaciones y Nuevas Tecnologías del ITH sostiene: “Si hablamos de lo indispensable, se trata de una conexión *wi-fi* con garantías, una iluminación adecuada y medios audiovisuales de calidad”. A partir de aquí, es cierto que los organizadores de eventos no sólo requieren medios para sorprender sino que quieren conocer en detalle los niveles de satisfacción de los asistentes.

“En ese sentido, sistemas como los *beacons* -balizas de posicionamiento- abren un abanico de posibilidades en cuanto a la interacción, valoración del servicio y otras muchas opciones que, sin duda, ocuparán un lugar importante”, apunta Martínez.

El *mapping* está de moda

Según apunta Miguel Ángel Piñeiro, Project Manager de Mapp3d Producciones, los eventos audiovisuales que integran *mapping* son los que más demanda tienen. “Son los que tienen una mejor y mayor respuesta del público, sobre todo por la espectacularidad que ofrece una proyección 3D”. De entre ellas Piñeiro destaca las proyecciones inmersivas en los eventos que incluyen domos geodésicos. Con el público en el interior la sensación de inmersión

es total. Por otro lado, las aplicaciones o *displays* interactivos permiten conectar directamente con las marcas y/o productos o simplemente informar al público. “Lo mejor es la conjunción de ambos elementos: domos inmersivos con tecnología interactiva”.

Interacción sí o sí

Los proveedores confirman que las novedades apuntan a otros formatos de *displays* como pantallas curvas, transparentes y, ante todo, interactivas. Respecto a los *venues*, marca tendencia la instalación de espacios temporales, del tipo de domos. Una vez elegido el lugar, se impone el control simplificado de la tecnología desde sistemas como los Building Management Systems (BMS), semejantes a los empleados en un *smartphone*.

Otra tendencia es el cambio en la forma de relacionarse con el entorno. Tecnologías como el *leap motion* ofrecen una nueva forma de transmitir mensajes ya que, con un simple movimiento, las presentaciones cambian de un entorno a otro, permitiendo la interacción y relación de los contenidos entre sí”



Sonido selectivo

El mundo de los eventos cuenta ya con una nueva herramienta para sorprender: un sofisticado sistema de sonido hipersónico que permite dirigir el audio hacia un punto determinado, generando una columna ajustada de sonido acústico, con la precisión y direccionalidad necesarias para producir zonas aisladas. De esta manera, sólo se puede escuchar el mensaje cuando la persona se posiciona en un lugar específico. Gracias a este sistema, ideado por BDG Buenos Aires, el mensaje no es audible para las personas fuera del ajustado campo de dirección.



Las gafas del futuro

Tras varios intentos fallidos ya existen gafas con las que disfrutar de una experiencia visual única, en 3D, futurista y totalmente inmersiva. La distancia focal ajustable de las nuevas NEO VR1 desarrolladas por Woxter evitan en todo momento las imágenes dobles. Además, las gafas cuentan con alta transparencia ya que se trata de lentes magnificadas para visualizar imágenes estereoscópicas, protegiendo los ojos del usuario.

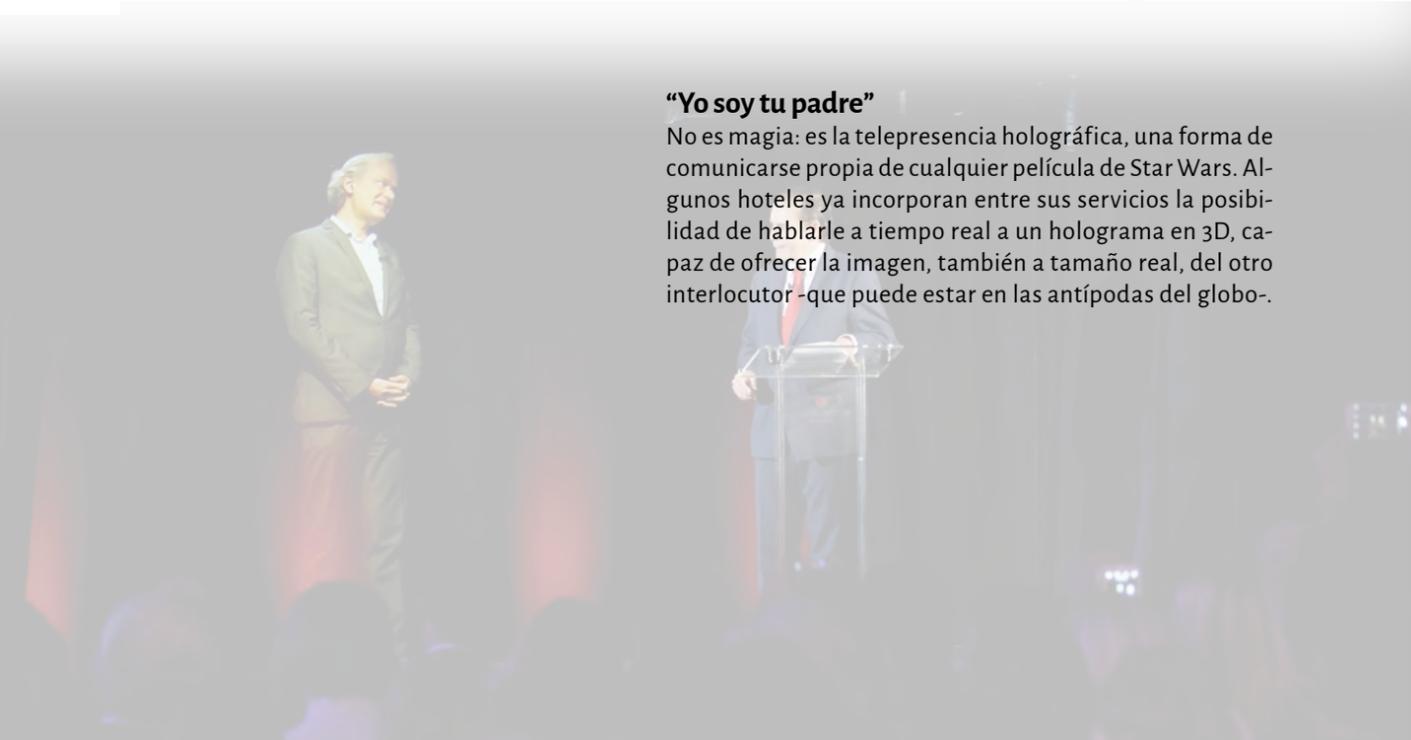
De paseo

Patrullar por los interminables pasillos de una feria o centro de convenciones puede llegar a ser divertido. El Smart Gyro recuerda al *segway* pero sin manillar, está equipado con un motor eléctrico que tiene hasta 25 km de autonomía y permite alcanzar los 12 km/h. Con este ingenioso invento se pueden llegar a realizar todo tipo de movimientos, así como giros de 360 grados y saltos.



“Yo soy tu padre”

No es magia: es la telepresencia holográfica, una forma de comunicarse propia de cualquier película de Star Wars. Algunos hoteles ya incorporan entre sus servicios la posibilidad de hablarle a tiempo real a un holograma en 3D, capaz de ofrecer la imagen, también a tamaño real, del otro interlocutor -que puede estar en las antípodas del globo-



DESTINO: COSTA DEL SOL

Más que costa y sol

La también conocida como Costa del Golf es un referente de la hospitalidad andaluza aplicada a la industria de convenciones e incentivos. Porque compaginar sesiones de trabajo con la alegría del sur de España no sólo es posible sino altamente recomendable.

Por **Eva López Álvarez**
Fotos **Visita Costa del Sol**

La también conocida como Costa del Golf es uno de esos destinos del mundo que, aunque sólo sea por el nombre, todo el mundo ubica en la Andalucía más turística. La marca Costa del Sol fue la primera que se creó en España allá por los años 60 del siglo pasado, cuando el sur del país empezó a despuntar en el mapa de los destinos vacacionales elegidos por los europeos del norte.

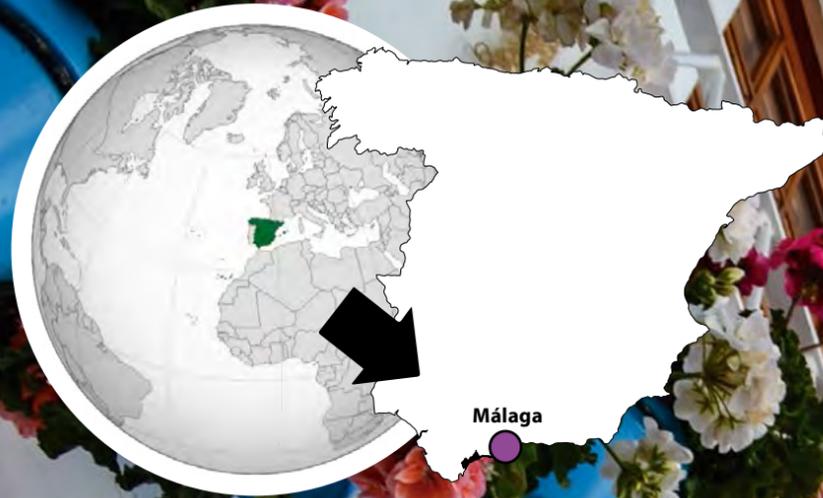
La captación de grupos profesionales en congreso y/o convención formó parte de la estrategia de Torremolinos cuando el resto de España ni siquiera se planteaba atraer a cupos de turistas: como consecuencia de ello, en 1968 abrió sus puertas el Palacio de Congresos y Exposiciones de la Costa del Sol. Sigue siendo uno de los grandes *venues* de esta zona que sorprende no sólo por

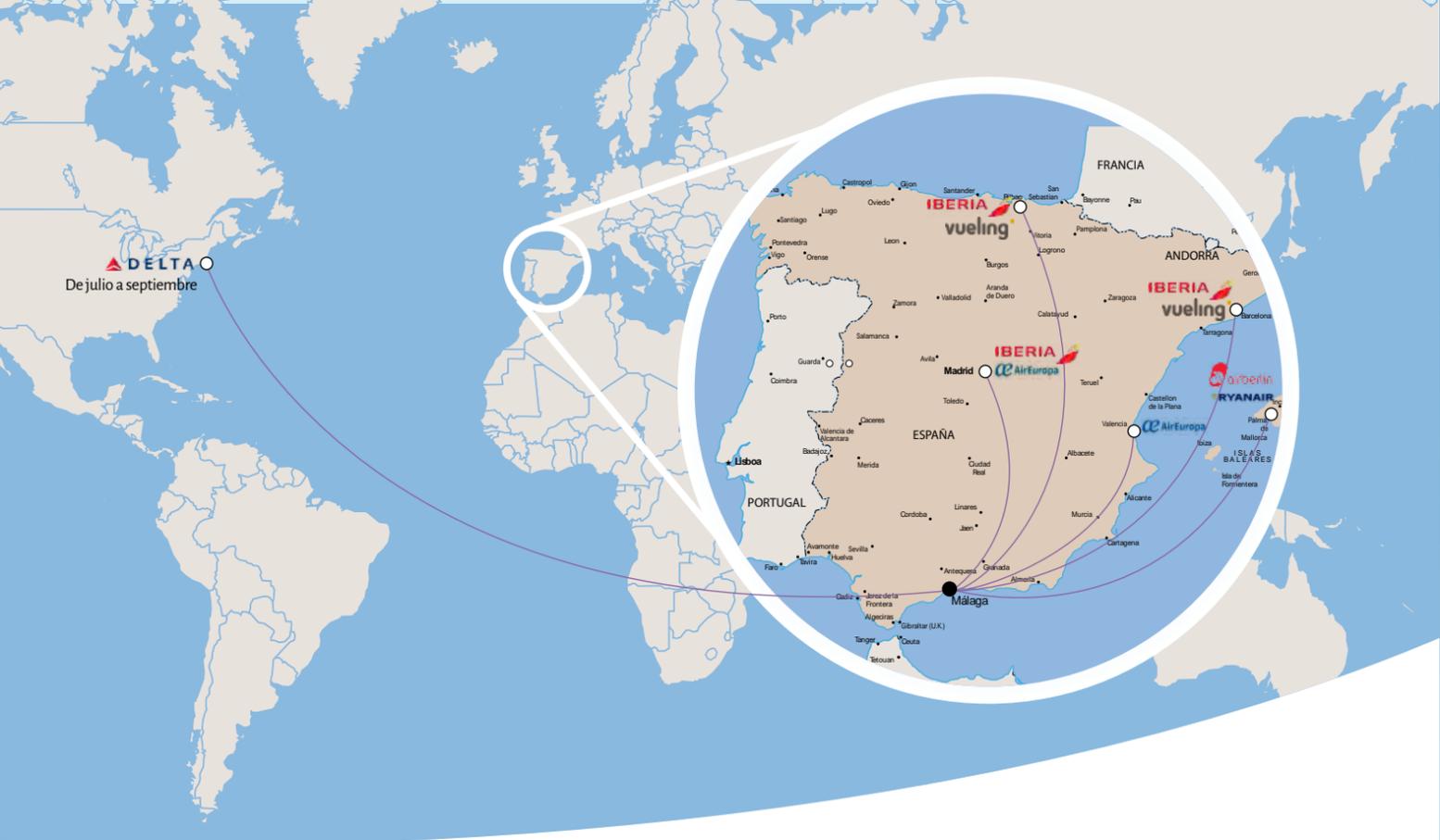
lo clemente de su clima sino por el dinamismo de un convention bureau que no cesa en recordar a los planificadores que la Costa del Sol no se duerme en los laureles.

Aunque desde 2003 no se han inaugurado grandes infraestructuras para congresos, siendo el de Málaga el último palacio abierto en 2003, proveedores de espacios y agencias receptoras demuestran que la reincidencia no está reñida con la originalidad.

Muy cerca de Madrid

Todo cambió en Málaga, la capital de la Costa del Sol, cuando en 2007 llegó el tren de alta velocidad (AVE) desde Madrid, comunicando ambos destinos en dos horas y media. Con la opción del tren se ampliaron las posibilidades de llegar a una ciudad ya de por sí muy





bien comunicada con las capitales del norte de Europa -solamente con Londres conectan más de 25 vuelos a la semana-, si bien sólo un vuelo durante el periodo estival local enlaza con América: Delta opera la ruta Nueva York-Málaga.

Kilómetros de sol

Los 160 kilómetros que separan las poblaciones de Estepona y Nerja constituyen la Costa del Sol, que merece su denominación ya que cuenta con más de 300 días al año coronados por el astro rey.

Lejos de ser la costa más virgen de España, conocida por la intensa urbanización del litoral, la masificación que en temporada alta se puede vivir en las carreteras se compensa con hoteles y *venues* don-



Casco antiguo de Marbella

de los planificadores pueden tener una impresión real de espacio y tranquilidad.

Marbella

Esto es posible incluso en Marbella, una población conocida por las aglomeraciones de turistas y el boom de construcción que tanto ha dado que hablar. Sorprende la belleza del casco antiguo que recuerda a la Andalucía más auténtica.

Alberga *venues* con encanto como el **Hospital Real de la Misericordia**, más conocido como "Hospitalillo": fundado por los Reyes Católicos y tras una profunda remodelación que acabó en 2010, hoy se presta a cócteles de hasta 100 personas en el patio de columnas interior o el espacio que precede a la entrada.

DESAFÍE LO COTIDIANO.

CELEBRE SUS CONVENCIONES A BORDO DE UN CRUCERO PULLMANTUR.

EL MEJOR SERVICIO
MÁS DE 10 AÑOS DE EXPERIENCIA
ESPACIOS E ITINERARIOS PERSONALIZADOS

MÁS INFORMACIÓN:
grupos.latam@pullmantur.es
+34 91 418 71 71



Con una altura superior a la de la plaza en la que se sitúa, los grupos tienen la impresión de asistir a un evento en el corazón de un pequeño pueblo: una impresión perfectamente compatible con el disfrute de la clemente temperatura, sumamente agradable incluso en algunos días del invierno local.

El ayuntamiento ofrece varios espacios municipales para la organización de actos al aire libre: el más llamativo es el patio de la Iglesia de la Reencarnación. En el **Cortijo de Miraflores** se pueden organizar degustaciones del mejor aceite de oliva dentro del pequeño museo que cuenta con un antiguo molino.

Calidad hotelera

Marbella presume de sus hoteles y alberga

auténticas instituciones de la planta andaluza como el **Gran Meliá Don Pepe**. La amplitud del vestíbulo, recientemente renovado, recuerda a la holgura de las vistas, ya que se encuentra en primera línea de playa. En los días despejados se puede ver Marruecos.

El patio de la Iglesia de la Reencarnación es uno de los espacios públicos que se ofrecen

La mayoría de las 194 habitaciones de este establecimiento ofrecen panorámicas sobre el Mediterráneo. Cócteles para grupos de hasta 50 personas pueden tener lugar en las dos *suites* del piso superior. Además, los jardines se ofrecen para actividades de *teambuilding* y banquetes de hasta 120 comensales.

La proximidad al palacio de congresos es otro atractivo de este complejo que incluye dos pistas de tenis, dos de pádel y acceso al paseo marítimo que comunica con Puerto Banús, situado a seis kilómetros a lo largo de un itinerario

ideal para los amantes del *running*. En el interior, diez salones pueden albergar sesiones de trabajo de hasta 600 participantes.

El **Puente Romano Beach Resort & Spa** es una suerte de pueblecito andaluz con 258 habitaciones, todas con terraza, repartidas en casas. La pequeña plaza que reúne variadas propuestas gastronómicas, junto al puente que da nombre al recinto, incluye entre otros los menús del afamado cocinero Dani García, galardonado con dos estrellas Michelin.

Entre las salas para eventos destaca un gran espacio diáfano de 688 metros cuadrados. Esta especie de oasis de la costa contará próximamente con una nueva sala para fiestas que podrá recibir hasta 600 invitados.

El reconocido club de tenis puede ser sede de torneos entre delegaciones, que también pueden tener lugar en los dos campos de golf privados en el corazón de la llamada Milla del Golf: el Marbella Club Golf Resort y El Higueral. Cada estancia incluye un *green fee* y *transfer* gratuitos.

El Club de Playa del Puente Romano figura entre los más famosos de la zona y se utiliza para cenas de hasta 130 personas con el mar como principal decoración.

Para todos los presupuestos

Para presupuestos más reducidos, **El Fuerte**, junto al casco histórico, ofrece un trato familiar y un toque *vintage* en cada una de sus 263 habitaciones. Su *beach club* es uno de los más bonitos de Marbella y cuenta con 50 plazas sentadas en el interior que se repiten sobre la terraza que da directamente a la arena.

El mismo grupo hotelero inauguró a finales de febrero el **Amàre**, un hotel de diseño sólo para adultos en el que los blancos resaltan el azul del mar que se divisa desde las 236 habitaciones.

No sólo los hoteles ofrecen sus espacios y clubes de playa para eventos: entre los *venues* singulares, **La Meridiana del**

Alabardero es uno de los clásicos y atrae a los organizadores por la tranquilidad de sus jardines, donde se pueden organizar banquetes para 250 comensales. En Puerto Banús, el restaurante **El Gran Gatsby** ofrece exclusividad y magníficas vistas. El **Cine-Teatro Goya** es el último espacio singular en abrir sus puertas a los grupos de empresa.

Entre Marbella y Málaga, exactamente en la confluencia entre Fuengirola y Benalmádena, el hotel **Double Tree by Hilton Reserva del Higuerón** forma parte de un gran complejo inmobiliario y ofrece 177 habitaciones y doce salones. Como todo el establecimiento, se caracterizan por la presencia de la luz natural y los espacios de diseño depurados. Los clientes tienen acceso gratuito al afamado club deportivo anexo.

Gracias a las amplias instalaciones, este hotel es muy solicitado para grupos con programas de trabajo acompañados de sesiones deportivas. En las pistas de pádel y tenis se pueden organizar competiciones y cursos. Una gran superficie de arena alberga eventos internacionales en torno a modalidades como el *volley playa* y se presta a divertidos programas de *teambuilding*.

Andalucía taurina

Cinco kilómetros antes de llegar a Ronda, en **Reservatauro**, los grupos pueden vivir una experiencia única. Antitaurinos y taurinos escucharán fascinados las explicaciones del torero y ganadero Rafael Tejada. Además de conocer la versión de quien defiende tratar a los toros bravos con el respeto que merece la raza, el recorrido por la dehesa permite descubrir este particular paisaje creado por el hombre en el que los animales de lidia pasean entre las encinas.

Junto a la plaza, en la que se pueden organizar capeas como *teambuilding* o pura diversión, un espacio de 325 metros cuadrados se destina a eventos que incluyen desde seminarios a comidas camperas. Estas últimas se pueden organizar en la dehesa con los toros como espectadores. Darles de comer puede formar parte de las actividades, así como la visita del picadero con una clase



magistral de toreo. Magníficos caballos españoles pueden ser utilizados para un recorrido por la instalaciones.

Muy cerca, el circuito de carreras **Ascari** se presta a incentivos muy exclusivos en los que los participantes pueden probar la velocidad de los mejores modelos del mercado.

Ronda

Situado al noroeste de Marbella, es uno de los pueblos más bonitos y fotografiados de Andalucía. Un trayecto de hora y media por carretera recuerda que los olivos producen ese oro líquido del que tanto presumen en la zona. Y no sólo eso, vinos blancos y tintos completan las variedades de vino dulce típicas de Málaga.

Siguiendo con la temática de los toros, y también para presupuestos muy elevados, la emblemática **Plaza de La Maestranza de Ronda**, allí donde se practicó por primera vez el toreo a pie, se presta a la organización de conciertos privados para 200 invitados en la bonita biblioteca o espectáculos de la escuela ecuestre que reside en el recinto. En el picadero ya se han organizado cenas de gala para 250 comensales.

Las mejores vistas de la impresionante garganta excavada por el río Guadalevín se encuentran en las habitaciones del **Parador de Ronda**. Si bien no se trata de un edificio histórico y las 78 habitaciones se caracterizan por la austeridad, la terraza del piso bajo se utiliza para cócteles de hasta 80 personas con magníficas vistas.

Al otro lado del puente que comunica con la parte más antigua de Ronda, el **Palacio de Congresos y Exposiciones** es en realidad un antiguo convento dedicado a Santo Domingo. La antigua capilla sirve para conciertos de hasta 225 personas como cierre a las sesiones de trabajo que se pueden organizar en los doce espacios disponibles, cuyas capacidades oscilan entre 40 y 225 personas en teatro.

El **Catalonia Reina Victoria Wellness & Spa** es un hotel con solera herencia de la presencia británica como consecuencia de la construcción del ferrocarril. Es el mayor hotel de Ronda gracias a sus 95 habitaciones. Los espacios exteriores se prestan a eventos con excelentes vistas de la Serranía de Ronda.

Son comunes las barbacoas que se acompañan de espectáculos de flamenco posteriores a la bonita puesta de sol. Los tres salones interiores se destinan a





Museo Automovilístico de Málaga
© Pepe Gómez Fotografía

sesiones de trabajo con un máximo de 250 participantes. Cócteles para 50 invitados se programan en el Mirador de Rilke, con las vistas en 360 grados. Destaca la calidad de los platos del restaurante Azahar, de 80 cubiertos.

Málaga

La capital de la Costa del Sol, para muchos desconocida hasta la llegada del AVE, es hoy un destino en auge cuyo dinamismo se aprecia en los *venues* que se ofrecen a la industria MICE.

La más llamativa es el **Museo Automovilístico** inaugurado en 2010 en el antiguo edificio de la Tabacalera. Alberga la colección privada de João de Lacerda, un apasionado de los coches que ha acumulado más de 90 modelos únicos y no sólo eso: vestidos y complementos de alta costura comparten espacio con los vehículos dando lugar a un *venue* original que no dejará indiferente a nadie.

Los grandes volúmenes permiten montar banquetes de hasta 800 cubiertos entre la colección, diseminada en espa-

cios de diferente tamaño que se adaptan a las necesidades de los organizadores.

En torno al vino, **Los Patios de Beatas** del centro peatonal de Málaga es una vinoteca-museo fruto de la recuperación de dos edificios antiguos. Aquí se pueden organizar desde degustaciones de vino -se ofrecen hasta 40 variedades- hasta catas de agua o aceite. Puede ser el complemento a un seminario en la sala de la planta superior que tiene capacidad para 40 personas.

Otro *venue* singular de Málaga alberga una colección privada de pintura española: el **Museo Carmen Thyssen Málaga**. No sólo se ofrece para eventos en su bonito patio de entrada -para 150 personas de pie- sino que cuenta además con una sala para veinte personas con vistas a los tejados malagueños.

También supone una alternativa cultural en los programas con visitas tematizadas de la colección: en torno al flamenco, los bandoleros de la serranía de Ronda, los toros, los jardines... se pueden descubrir obras emblemáticas de artistas

El museo Carmen Thyssen Málaga es un *venue* que permite recorrer Andalucía en 270 obras

españoles como Sorolla y otros pintores extranjeros que influenciaron el arte nacional: es un auténtico recorrido por la historia reciente de Andalucía a través de 270 obras.

Clásicos

Para los más clásicos, las haciendas de las afueras son muy utilizadas para cenas de gala. **Hacienda del Álamo** ocupa una parte del Jardín Botánico y el omnipresente sonido del agua hace olvidar la cercanía de la ciudad. Hasta 500 personas pueden disfrutar de un banquete en el llamado Jardín de Verano. Un espacio interior con *zona chill out* se destina a las fiestas más tardías.

A pocos metros, los responsables de la **Hacienda Nadales** reivindican que la Orden de San Juan de Dios, propietaria del recinto, utiliza los ingresos obtenidos con los eventos en obras sociales. Además de los múltiples formatos posibles en los 30.000 metros cuadrados de jardín, destaca el invernadero de hierro y cristal para cenas de gala de hasta 120 comensales. Un edificio restaurado hace cinco años alberga varias salas que se utilizan para sesiones de trabajo de hasta 260 personas en teatro.

Cinco estrellas en Málaga

También fruto de la recuperación de antiguos espacios de Málaga nacieron los originales bajos del hotel **Vincci Posada del Patio**. Las partes acristaladas permiten "caminar" sobre la antigua muralla de camino a las 106 habitaciones en las que dominan la madera clara y los tonos oscuros. Tiene cuatro salas de reuniones con capacidad para 1000 delegados en la mayor y un patio donde organizar cócteles de hasta 70 invitados.

Es de momento el único hotel cinco estrellas de la ciudad, a la espera de que abra sus puertas el Gran Hotel Miramar junto al Palacio de Miramar y al Paseo Marítimo Picasso, en primera línea de la playa de la Malagueta. Su inauguración está prevista para finales de este año y contará con 198 habitaciones y cinco espacios para eventos que se verán ampliados con los jardines.

Como consecuencia de la nueva estación de tren que marcó un antes y un después en la historia de la ciudad, el hotel **Barceló Málaga**, situado junto a las vías y el

A finales de año abrirá otro cinco estrellas: el Gran Hotel Miramar, situado junto a la playa

Teambuilding en la Costa del Sol



Clase de palmas

Puede formar parte de un curso de percusión flamenca como los organizados por Exploramás. Los grupos se sumergen en ritmos caracterizados por la naturalidad y la alegría de vivir. Los más atrevidos terminarán bailando a ritmo de palmas.



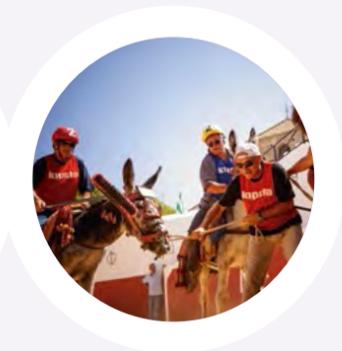
Capea

El ruedo de Reservatauro organiza capeas en las que los matadores son los miembros del grupo, que demostrarán su valentía y destreza ante las becerras que se sueltan para la ocasión. Como remate, qué mejor que una comida campera entre toros.



Big paddle surf

La clemencia del tiempo en el sur mediterráneo permite organizar esta actividad casi todos los meses del año: en grupos de 10, es todo un reto conseguir que todos se mantengan encima de la tabla. Con esta actividad se asegura el baño y la risa.



Burro-polo

Organizado por Exploramás en la plaza de toros de Mijas, el medio de transporte por excelencia del pueblo se convierte en vehículo para los jugadores. No siempre es fácil hacer que se desplacen estos animales, caracterizados por su parsimonia.

centro comercial que alberga el recinto, llama la atención por el tobogán que invita a los delegados a descender del centro de convenciones situado en el primer piso, compuesto por dieciséis salones modulables y con capacidad para 700 personas en el mayor. Cuenta con 221 habitaciones.

Alegría del sur

Cualquier programa en Málaga puede contar con una parte lúdica que culmine en El Pimpi, una bodega tradicional donde disfrutar no sólo de la cocina tradicional sino del ambiente musical más andaluz. Las firmas sobre los barriles recuerdan la visita de personajes ilustres y otros que forman parte de la cultura popular española.

La Costa del Sol no sólo es la Costa del Golf, y eso que cuenta con más de 70 campos. También es la cuna de una gastronomía

presidida por el mejor jamón, codiciados aceites, cada vez más renombrados vinos y otros productos populares como el *espeto* de sardinas o el queso *payoyo*.

La Costa del Sol no es sólo Costa del Golf, y eso que cuenta con 70 campos de distintas categorías

Los marcos para disfrutar de la característica luz de esta parte de Andalucía varían desde los pueblos blancos llenos de encanto como Ronda o Mijas a la exclusividad de los hoteles de Marbella, pasando por la chispa de los locales de Málaga y los espacios de una costa que, a pesar de haber sufrido una invasión inmobiliaria desmesurada en algunas zonas, alberga *venues* para todo tipo de grupos y presupuestos.

El litoral entre Estepona y Nerja no sólo es una costa llena de sol, también de profesionales que conocen muy bien las necesidades de la industria MICE y garantizan eventos en los que nunca falta ese sabor y alegría andaluces que contribuyen al éxito. Compaginar trabajo y *salero* andaluz no sólo es posible sino altamente recomendable.

Empresas con buena salud

Como parte del nuevo Hub Knowmad instalado en el hotel Reserva del Higuero Double Tree by Hilton, el programa Health First Positive pretende transferir valores y conocimientos de deportistas de élite al ámbito de la empresa. Existen varias modalidades destinadas a que cada participante pueda mejorar su propia salud y, en consecuencia, la de los que le rodean: sesiones de análisis de la predisposición genética a determinadas enfermedades; hábitos para una mejor comunicación oral; capacidad de resistencia y evaluación del estado físico... forman parte de unas jornadas que se pueden completar con cursos de formación a cargo de mentalistas cualificados que ayudarán a comprender mejor el funcionamiento del cerebro.

También forma parte del Hub Knowmad el Centro de Alto Rendimiento Directivo (CARD): se trata de un entrenamiento destinado a empresarios y directivos que desean alcanzar su máximo nivel de productividad y rendimiento, tanto a nivel personal como profesional. Para ello se trabajan diferentes aspectos como la capacidad de concentración; los hábitos alimentarios; el equilibrio personal y emocional; el rendimiento y análisis de conductas; la toma de decisiones en situaciones de estrés o el aprendizaje de técnicas de Salud Positiva. Todo ello integrando metodologías de alta competición.



THE NEW SOUND OF THE ISLAND TENERIFE, YOUR SUMMER AMPLIFIED

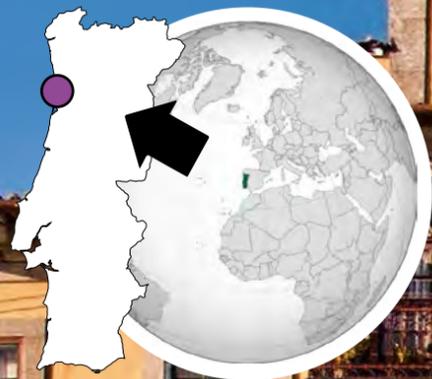
OPENING OCTOBER 2016

Ya sea para un gran evento corporativo, una sesión creativa de brainstorming o una reunión de incentivos, Hard Rock Hotel Tenerife ofrece una amplia selección de instalaciones y servicios que se adaptan a sus necesidades. Nuestro experto equipo de coordinadores hará todo lo posible por conseguir que los detalles y la organización creen un entorno empresarial óptimo y productivo para cualquier tipo de evento.

THIS IS **Hard Rock**
HOTEL

TENERIFE AV. ADEJE 300, S/N, 38678 | HRHTENERIFE.COM

©2015 Hard Rock International (USA), Inc. All rights reserved.



Destino: Oporto

El encanto de la decadencia

No todos los programas de trabajo tienen por qué ser frenéticos, también pueden ser tranquilos, sosegados, serenos... al ritmo de una ciudad como Oporto que parece languidecer pero que lejos de adormecer, inspira. Y mucho.

Por Vincent Richeux
Fotos Alejandro Martínez Notte / Turismo de Portugal

La capital del norte de Portugal es un destino en el que el tiempo parece haberse detenido. Perdersé por sus callejuelas, sufriendo en ocasiones por la inclinación de las pendientes, es sobre todo un paseo entre la decrepitud y el abandono.

Sin embargo, esto no impide que el visitante perciba tras la hermosa decadencia el glorioso pasado que vivió la ciudad:

fue posible gracias a ser el *porto* -o "puerto"- de salida de los mejores vinos de Portugal y sede de numerosos artistas e intelectuales que dieron lugar a un Siglo de Oro que se extinguió hace doscientos años pero cuyos testimonios prevalecen.

Porque como todo en esta ciudad, hasta el pasado parece extinguirse... pero nada se va del todo.

Conexiones transatlánticas

El aeropuerto de Oporto-Francisco Sá Carneiro, a 13 kilómetros al norte del destino, está bien comunicado con España a través de TAP Portugal, Iberia, Air Europa, Ryanair, Vueling e Easyjet.

Gracias a las fuertes relaciones que existen entre Portugal y Brasil, con salida de Oporto TAP ofrece conexiones directas a Río de Janeiro y Sao Paulo, con dos vuelos semanales a cada uno de estos destinos. La compañía ofrece la posibilidad de que los pasajeros compren sus billetes con salida/llegada a la ciudad española de Vigo, en Galicia, ya que se incluye en el precio del billete el trayecto por tierra -160 kilómetros- entre ambas ciudades.

El río Duero parece languidecer a su paso por esta ciudad somnolienta: esta impresión existe principalmente en el casco antiguo, que culmina precisamente en el río, y que fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1996.

Casco antiguo

En la parte más antigua de la ciudad está el hotel **Carrís Porto Ribeira**, que abrió sus puertas en 2012 como fruto de la recuperación de varios edificios románicos. Es imposible no percibir en este establecimiento que Oporto es una de las ciudades más antiguas de Europa: todos los espacios públicos del hotel lo recuerdan.

En total cuenta con 90 habitaciones y tres salones para eventos con capacidad para 30 asistentes -en teatro- en el mayor. Incluye un bar de tapas en una antigua capilla para banquetes de hasta 30 comensales rodeados de historia.

Muy cerca del casco histórico se encuentra el hotel **Infante Sagres**, para muchos el mejor hotel de la ciudad y perteneciente a la red Small Luxury Hotels of the World.

Sus 73 habitaciones están decoradas con antigüedades originales que comparten espacio con elementos de diseño, generando una atmósfera muy particular que transporta a los palacios de siglos pasados, sin que el viajero pueda sospecharlo desde fuera. En cuanto a eventos, dispone de tres espacios para cupos de hasta 100 personas en formato teatro.



En el centro

Desde la estación de tren de Sao Bento, en la parte moderna, se percibe una bonita vista del sinuoso relieve de Oporto. A escasa distancia, la Praça da Liberdade es el centro neurálgico de la ciudad. Aquí se encuentra una de las instituciones hoteleras de Oporto, el **Intercontinental Porto - Palacio das Cardosas**: ocupa el palacio del mismo nombre y tiene 105 habitaciones, además de cuatro espacios para convenciones y banquetes de hasta 140 comensales.

En un estilo completamente diferente, el **Hotel da Música** forma parte del edificio que también alberga el Mercado do Bom Sucesso, al que tiene acceso directo. Tiene 85 habitaciones y una sala multiusos con capacidad para 80 personas en teatro. Se presta a organizar actividades relacionadas con las compras que los participantes en una actividad de *teambuilding* pueden hacer en el mercado.

Venues singulares

Oporto cuenta sobre todo con hoteles a la hora de ofertar espacios para eventos profesionales pero también cuenta con algún *venue* singular. El más emblemático es el **Palacio de la Bolsa**, con once salas, todas diferentes, que pueden albergar grupos de entre 30 y 800 personas en teatro. El neoclasicismo impregna el trabajo de estuco y madera que decora todos los espacios.

Para cenas de gala al aire libre cerca del centro, la **Fundación Serralves** es un bonito ejemplo de *art nouveau* con jardines que han contribuido al reconocimiento del recinto como Monumento Nacional. Sirven para cenas de hasta 600 comensales amenizadas con música.

Como animación asociada a la visita de los exteriores se proponen cursos de fotografía que son la excusa para descubrir la vegetación y la bonita área de plantación de té.

La Fundación es sede del Museo de Arte Contemporáneo, por lo que la visita de la colección puede preceder cualquier evento nocturno. También sirve a menudo de remate a sesiones de trabajo organizadas en los espacios interiores que abarcan desde el auditorio del museo, con 250 asientos, a las distintas estancias de la casa que habitó la familia de condes que da nombre a la fundación.

El Duero parece languidecer a su paso por esta ciudad somnolienta y así se percibe en el casco antiguo

El Duero

Este río ha definido y define la personalidad de Oporto. Las pendientes de la ciudad parecen recordar continuamente que todo termina en el río. En el lado histórico, una de las desembocaduras para los grupos profesionales es el **Centro de Congresos Alfandega de Porto**.

Ocupa los espacios de la antigua aduana y, con 22.000 metros cuadrados de superficie, puede albergar congresos de hasta 3000 asistentes y banquetes de 1700 comensales en los 22 espacios propuestos. Destaca entre ellos el Cais, un muelle junto al Duero con las vistas de Vila Nova de Gaia como fondo, muy recomendable para eventos al aire libre sobre todo entre los meses de mayo y octubre.

Los depósitos del afamado vino de Oporto se encuentran en Vila Nova de Gaia, en la orilla de enfrente: el magnífico puente Luis I parece dividir la ciudad dormida de la zona de bodegas, música para turistas en las temporadas de más afluencia, potentes luces que recuerdan cuáles son las marcas que alcanzaron fama mundial... el Oporto más turístico también tiene mucho que ofrecer a los grupos de incentivo.

En bodegas

Graham's Lodge forma parte de las bodegas más conocidas y es uno de los grandes *venues* del destino. Construida en 1890, es la más visitada de Oporto. Además de las instalaciones de la bodega propiamente dicha, este gran complejo incluye varias casas cuyos espacios también pueden ser utilizados: desde salas pequeñas a grandes terrazas con vistas al río. El abanico de posibilidades para los organizadores es enorme.

Cálem, también junto al puente Luis I, ofrece cinco espacios para seminarios, convenciones o banquetes, para grupos de un máximo de 120 personas en formato teatro. Entre las barricas, los grupos pueden disfrutar de conciertos privados de *fado*.

Cualquier incentivo que se precie siempre incluirá un cruce por el Duero y nunca faltará un momento de *fado*: esa expresión musical portuguesa que parece inundar de tristeza, y de belleza, el lugar donde se canta.

Si se escucha a bordo del *ravelo*, el barco tradicional del Duero, la magia crece.

El Centro de Congresos Alfandega de Porto ocupa los espacios de la antigua aduana, junto al río

Teambuilding en Oporto



Buscando pistas

Las callejuelas del casco antiguo se prestan a la perfección a juegos de pistas a través de las que descubrir la historia de la ciudad. Como remate ideal cuando el grupo se encuentre junto al río, y admirando el puente Luis I, qué mejor que un brindis con Oporto.



Montaña y ciudad

Varios receptivos proponen recorrer en bicicleta de montaña las empinadas calles de la ciudad. Los circuitos incluyen paradas en lugares panorámicos, con la posibilidad de hacer simultáneamente un curso de fotografía, y se adapta al nivel de cada grupo.



Vino decorativo

Una de las actividades más originales que se organizan en torno al vino es utilizar las botellas vacías para crear originales lámparas y candelabros. La luz no sólo cambia con el color de la botella sino con la decoración que los participantes le hayan dado al objeto.



Torneo de golf

Todo el año se puede jugar al golf en un destino en que a veces los torneos tendrán la lluvia como acompañante: otro reto más a la hora de mejorar la puntuación. El campo más cercano -a diez kilómetros- es el Club de Golf de Miramar, de nueve hoyos.

Durante el recorrido, que lleva de la ciudad a la desembocadura en el océano Atlántico, se divisan los puentes que hacen que el itinerario sea conocido como la Ruta de los Seis Puentes. Además de eso, viñedos hasta donde se pierde la vista recuerdan que todo el valle del Duero es un área de producción vinícola de primer orden.

Entre viñedos

Los paisajes que rodean Oporto mantienen ese aspecto bucólico que tantas veces aparece en la ciudad. Los grupos pueden experimentar el tacto de la arcilla fresca creando sus propias figuras de barro. Por qué no el emblemático gallo de Portugal. En todo el norte, principalmente en el área de Barcelos, existen múltiples talleres familiares donde organizar esta actividad.

Entre los viñedos que rodean Oporto varias quintas, suerte de haciendas portuguesas, se han convertido en hoteles y se proponen para privatizaciones completas o estancias que incluyan sesiones de incentivo y *teambuilding*.

La **Quinta do Portal** es una de las quintas que se abren a los grupos de

En medio de los viñedos que rodean Oporto varias quintas se han convertido en hoteles para incentivos

trabajo gracias a su auditorio de 74 plazas. La denominación de origen de Oporto es la más antigua del mundo pero no la única que se produce en esta zona: los llamados vinos "do Douro" se producen en todo el valle del río Duero, también declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. En esta quinta también se produce el *vinho verde*, típico del norte de Portugal procedente de las viñas que se extienden entre el Duero y el Miño.

Los grupos pueden aprender sobre los vinos portugueses intentando diferenciarlos y conociendo las principales características de cada uno. Si a eso se suma una

degustación de los productos locales en forma de maridaje, los invitados tendrán la ocasión de probar excelentes embutidos, quesos, tipos de pan... y cómo no, deliciosas versiones de la cocina del bacalao.

Exclusividad rural

El complejo **Six Senses Douro Valley**, en lo alto de una colina, no sólo ofrece magníficas vistas de los viñedos sino que es uno de los recintos más exclusivos del país. Con 41 habitaciones, nueve *suites* y siete villas, cuenta con un *spa* en el que se ofrecen tratamientos a base de cítricos locales.

Para actividades de incentivo tales como la degustación, el recinto cuenta con varias salas entre las que destaca la conocida como Biblioteca del Vino. Con los libros de la colección se pueden organizar búsquedas del tesoro que combinen la degustación con la lectura, y sin necesidad de salir de la sala. Puede ser un plan atractivo en días de mal clima, ya que en esta zona de Portugal, a diferencia del sur del país, el sol no está garantizado.

En un estilo más intimista **The Vintage House** mezcla sofisticación y clasicismo. Tiene 43 habitaciones y ocupa un lugar privilegiado junto al río, a 150 kilómetros de Oporto. Cuenta con cuatro salas, la mayor de ellas para banquetes de hasta

La decrepitud no está reñida con el color sino todo lo contrario: nada como sentar a los grupos a pintarlo

160 comensales. Pocos lugares en Portugal se prestan como éste a sesiones de *brainstorming* en las que el discurrir del agua es el único sonido de fondo.

Incentivos con color

Quien no conoce Oporto podría pensar que se trata de una ciudad sombría y nada más allá de la realidad. De hecho una actividad de *teambuilding* consiste en sentar a los grupos en el puerto a pintar las coloridas fachadas de la ciudad.

La decrepitud no está reñida con el colorido y es que, además de las fachadas pintadas, los motivos de los azulejos tan típicos de Portugal que cubren muchos edificios contribuyen a crear esa sensación de color generalizado. Como guinda sobre el pastel, la característica ropa secando al sol añade aún más a la paleta de tonos.

Oporto es uno de esos destinos en los que dejar tiempo libre es una de las partes más preciadas del programa: la hospitalidad de los lugareños contribuye a ello. Aunque lo ideal sea



Azulejos de la Capilla de las Almas

perderse, Oporto es una ciudad en la que es muy fácil encontrarse: sólo con caminar hacia abajo y llegar al río cualquier viajero se encuentra perfectamente localizado.

Es la mejor manera de acceder a lugares únicos como la biblioteca Lello & Irmao, que figura entre las más bonitas del mundo. Es mundialmente conocida desde que fue escenario de algunos de los momentos vividos por el mago Harry Potter en su vida cinematográfica.

La Capilla de las Almas es otra de esas joyas en miniatura que esconde la ciudad, profusamente decorada en el exterior con sus azulejos pintados: precisamente decorar azulejos es otra de las actividades que los receptivos proponen en torno a la historia de Oporto y el color que transmite el destino.

La biblioteca Lello & Irmao destaca por su belleza y gracias al cine es conocida en todo el mundo

Hablar de Portugal es sinónimo de mencionar buena comida y a buen precio: Oporto no es una excepción. Además de crear recetas vanguardistas en torno a productos tan clásicos como el bacalao, los cocineros instalados en el destino también ofrecen reinterpretaciones de la gran especialidad local: la *francesinha*. Se trata de un receta que los grupos pueden elaborar ellos mismos ya que no conlleva ninguna complejidad.

Todo parece sencillo en Oporto ya que la decadencia que se respira en todas partes se combina con la serenidad y parsimonia que caracteriza el habla de los habitantes. La ciudad genera sonrisas y simpatía, sin que esto esté reñido con un viaje profesional del que se esperan resultados.

Y es que el impacto que Oporto deja en el viajero no puede ser sino positivo: una recarga de energía a base de momentos *slow* para enfrentarse mejor a la velocidad del día a día.

Un vino con historia

El vino de Oporto no sólo figura entre los más antiguos de Europa sino entre los que los especialistas denominan más "generosos". Tal generosidad procede de la mayor graduación que tiene, y que es debida a la adición de alcohol que tiene lugar antes de que se haya completado la fermentación.

Por eso es un vino que se bebe principalmente con los postres y que es mucho más dulce que la mayoría de caldos del mercado. No obstante, existen versiones como el Oporto blanco que se sirve de aperitivo y otras como el Vintage especialmente dulces.

El Oporto o Porto se produce desde hace más de dos mil años. En 1756 la zona de producción en el valle del Duero pasó a ser la primera en el mundo con reconocimiento oficial. Hasta algunas cepas de la uva local con la que se elabora -touriga nacional, touriga franca y tinta barroca- forman parte del Patrimonio Mundial certificado por la Unesco. El paisaje del valle del Duero también ha merecido la distinción por su belleza y el mantenimiento de una producción ancestral en base a estrechas terrazas soportadas por muros de piedra que salvan los niveles de las laderas sobre las que se instalan.

Muchos no saben que no hay vino que proceda de la ciudad: todo viene del alto valle del Duero, a 150 kilómetros: pero al ser la puerta de salida en su conquista del mundo, la ciudad mereció bautizarlo.



ESPACIOS PARA DISFRUTAR DE UNA EXPERIENCIA ÚNICA

DESCUBRE LA GRAN VARIEDAD DE ÁREAS DE RESTAURACIÓN

En Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center encontrará una gran variedad de espacios con diferentes estilos destinados a restauración con el principal objetivo de ofrecer una experiencia única durante su estancia.

Greatroom, Atrium Bar, Restaurante a la carta "Kalma", Champion's Bar o Lounge Bar son alguno de ellos.

Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center

Madrid, 28022
+34914004400

 MADRID MARRIOTT AUDITORIUM

 @HOTELAUDITORIUM

Avda Aragón, 400 - 28022 - Madrid - www.madridmarriottauditorium.com - Phone: +34914004400 - Email: info.madad@marriott.com


MARRIOTT
MADRID AUDITORIUM

LA VIDA MÁS FÁCIL

¿Qué vacunas son necesarias antes de viajar a un destino? ¿Allí podré encontrar una bicicleta pública? La respuesta a estas preguntas está en las aplicaciones, que además ayudan a llevar un control de los gastos y a no dejar atrás nada de lo imprescindible antes de desplazarse. Sin olvidarse tampoco de las apps que ayudan a la gestión de eventos, que hasta se especializan en sectores incluyendo los aspectos específicos de cada uno: ¿quién da más?

Compliance incorporada en HCP Mobile Connect

Versiones: iOS / Android

En qué consiste:

- Es una app ofrecida por American Express Meetings & Events creada específicamente para el sector farmacéutico
- Incluye los criterios de *compliance* que afectan a la organización de eventos en esta industria
- Se adapta a la regulación específica del país de origen de la empresa
- Permite recopilar datos ampliando la transparencia y control en cada partida de la inversión
- Los organizadores pueden ratificar y registrar electrónicamente la asistencia de los profesionales



Gastos controlados con Fintonic

Versiones: iOS / Android

En qué consiste:

- Presenta una evolución del gasto por partidas
- Alerta cuando se producen cambios bruscos en los fondos disponibles o se han aplicado comisiones a algún pago
- Permite controlar los movimientos de las tarjetas registradas
- Incluye datos y movimientos de las tarjetas de fidelidad
- Sirve para controlar tanto los gastos profesionales como personales durante los viajes



Salud en todo el mundo con Vacunas 3.0

Versiones: Android / iOS

En qué consiste:

- Ofrece recomendaciones vacunales para viajeros con indicaciones, contraindicaciones, posibles efectos secundarios y pautas de administración
- Informa sobre calendarios vacunales -de España-, enfermedades inmunoprevenibles y nuevas vacunas
- Una vez elegido el destino, proporciona información sobre otros requisitos sanitarios relacionados con el lugar
- Incluye consejos que ayudan a reducir los riesgos



Triplist para no olvidar nada

Versiones: iOS

En qué consiste:

- Permite crear hasta 250 listas y alertas en su versión de pago
- Se puede añadir el número de elementos o ítems deseados
- Algunas categorías de objetos pre-instaladas se pueden personalizar
- Otros usuarios pueden añadir notas
- Permite preparar un gran abanico de viajes: viajes de negocios, convenciones, personales... con listas específicas para cada desplazamiento



Bicicleta siempre cerca con Bikeaway

Versiones: iOS

En qué consiste:

- Encuentra las estaciones de bicicletas públicas más cercanas a la posición del usuario
- Incluye 36 países y 281 ciudades de todo el mundo
- Además de las bicicletas presenta rutas y lugares de interés
- Con una navegación fácil y sencilla incluye mapas que guían hacia todos los puntos seleccionados





Destino: Guayaquil (Ecuador)

Magia del Pacífico

El centro financiero de Ecuador reúne numerosos atractivos para los organizadores de incentivos ya que pueden programar en un mismo viaje efervescencia urbana y naturaleza tropical. Si la estancia en Guayaquil se completa con una visita a Galápagos el objetivo estará claro: que los participantes regresen con un recuerdo sin duda indeleble.

Por Alejandro Martínez Notte

Ecuador en general y Guayaquil en particular prometen dar mucho que hablar como destino de incentivos. Prueba de ello es la apuesta de las compañías aéreas por conectar capitales con este destino, considerado el centro económico del país. La última compañía en anunciar conexiones directas fue Air Europa, que comenzará a operar el próximo mes de diciembre vuelos desde Madrid.

Desde su fundación en 1538, la ciudad fue ganando en importancia hasta llegar a ser el puerto más grande de la costa oeste sudamericana. Durante el siglo pasado se consolidó como sede de las multinacionales que eligieron instalarse en el país y en los últimos quince años es fiel reflejo de la pujanza de las empresas nacionales. Ecuador cuenta con una creciente clase media ávida de consumir y esto se percibe nada más llegar

al Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo, a tan sólo cinco kilómetros del centro de Guayaquil. Muchos participantes en viajes-recompensa conocen esta plataforma tras haber hecho escala en su ruta hacia las islas Galápagos. Sin embargo, la ciudad y sus alrededores cuentan con atractivos que merece la pena tener en cuenta.

Centro de Guayaquil

El país ofrece paisajes muy diversos ya que se divide geográficamente en cuatro regiones: Los Andes (conocida localmente como "La Sierra"); el bosque amazónico (El Oriente); La Costa o Litoral (con capital en Guayaquil) y las islas Galápagos.

Las iguanas son el emblema de la última región, sin embargo son también protagonistas en Guayaquil. Para comprobarlo, nada mejor que un paseo por el Parque Seminario, también llamado Parque Bolívar o Parque de las Iguanas, en la zona colonial y junto a la catedral.

Llama la atención que en pleno centro haya un espacio dedicado a la conservación de estos animales que a muchos extranjeros impresionan, y que circulen y tomen el sol con total libertad. Por eso los viajeros no pueden evitar cruzarse, y fotografiarse, con los reptiles que son en realidad los habitantes de este parque.

Muy cerca, el hotel **Oro Verde** es el único perteneciente a la red Leading Hotels of the World en el Ecuador continental y ofrece 236 habitaciones recientemente remodeladas. Puede albergar hasta 3000 personas en teatro en el mayor de sus 10 espacios para eventos.

El **Wyndham Hotel Guayaquil** es muy utilizado por los grupos de incentivo y está situado a pocos pasos del cerro de Santa Ana y el Malecón: tiene 179 habitaciones y

cinco espacios para eventos que pueden albergar grupos de entre 15 y 500 personas. Las vistas del Pacífico que se aprecian desde la mayoría de las habitaciones figuran entre las mejores de la ciudad.

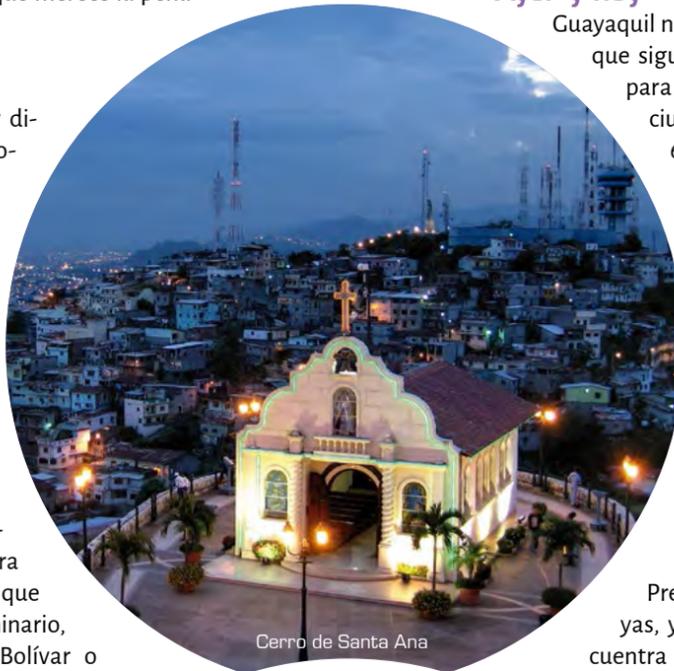
Ayer y hoy

Guayaquil nació en el cerro de Santa Ana, que sigue siendo hoy el mejor lugar para observar los colores de la ciudad. Ocupa una colina de 60 metros de altura y desde aquí se aprecia la unión de los ríos que dan lugar al Guayas, eje de la ciudad, al norte; el área comercial de Guayaquil al sur; la isla Santay y Durán al este y el resto de la ciudad al oeste. La subida de los 444 escalones que llevan al mirador principal se puede amenizar con una búsqueda del tesoro.

Precisamente junto al río Guayas, y en el centro urbano, se encuentra uno de los *venues* más llamativos de Guayaquil: el Palacio de Cristal, totalmente transparente gracias a la estructura original de hierro forjado creada en 1908, alberga cenas de gala y conciertos para los grupos más grandes.

La vida local se concentra en el Malecón, un espacio antes dominado por los cocodrilos y recuperado en 2002 para los lugareños. Son 2,5 kilómetros que homenajean a Simón Bolívar y no miran al mar sino al río Guayas: aquí se concentran hoteles, atractivos turísticos como el Hemiciclo de la Rotonda o la Torre Morisca, espacios culturales y, sobre todo, muchos locales mezclados con turistas.

Desde aquí se organizan paseos en barco en los que apreciar la costa, dibujada por la ciudad y los manglares. Es muy popular para incentivos utilizar un barco que imita el usado por el pirata Morgan a su paso por la ciudad. Guayaquil fue codiciada, y bautizada como "Perla del Pacífico", por los muchos



Cerro de Santa Ana



Barco de Morgan



Colombia

EN COLORES
DMC

Let's **MICE**
Together!

**INCENTIVE
MEETINGS
CONVENTIONS
EVENTS
CARTAGENA
COLOMBIA**

Tel : +57 304 352 7750
marc@colombiaencolores.com
www.colombiaencolores.com

Argentina
EN COLORES

piratas y corsarios ambiciosos de la plata que se acumulaba en el puerto tras su paso por el estrecho de Magallanes de camino a Panamá.

Se trata de un paseo fluvial desde el que divisar el puerto Santa Ana, el Barrio las Peñas o la isla Santay. El velero tiene capacidad para 160 personas y una zona exclusiva para 60 invitados, en veladas que suelen incluir las llamadas “farras piratas”: son trayectos de una hora que incluyen espectáculo y barra libre.

Parque Histórico

Muy cerca del aeropuerto, en el Parque Histórico Guayaquil se puede descubrir cómo era la región antes de que llegase el desarrollo urbano. Las ocho hectáreas que conforman este parque han sido diseñadas con fines educativos, culturales y medioambientales.

En la llamada Zona de vida silvestre se recrea el ambiente natural de más de 50 especies de aves, mamíferos y otros animales, algunos en peligro de extinción. Los visitantes pueden observar papagayos, águilas, tucanes, perezosos, ocelotes, monos araña o tapires. En otra área del parque, situados en el contexto de la época llamada “La Pepa de Oro” por la bonanza del cacao, los grupos descubren una hacienda de producción que incluye una inmersión en el proceso de elaboración del chocolate.

En bicicleta

A 800 metros del centro de Guayaquil está la isla Santay y la mejor manera de descubrirla es organizando un recorrido por la misma en bicicleta: durante el trayecto se pueden observar mamíferos, reptiles, aves tropicales y especies vegetales locales típicas del paisaje de manglar.

La Cocodrilera es una gran área presidida por la laguna que alberga cocodrilos, boas, iguanas, mapaches y osos hormigueros, entre otros habitantes. Sorprende que tan cerca del centro los grupos puedan sentirse en plena naturaleza tropical.

Galápagos

La guinda del pastel que es la visita de Guayaquil en un viaje de incentivo será el viaje a las islas Galápagos. Al hogar de iguanas, leones marinos, tortugas gigantes y tiburones se llega en avión tras dos horas de vuelo



desde Guayaquil, situado a casi 1000 kilómetros de distancia. Los aeropuertos de Baltra y San Cristóbal reciben a los grupos que una vez allí podrán admirar los paisajes, fauna y flora del segundo archipiélago con mayor actividad volcánica del planeta.

Otra opción, la mejor para visitar los lugares más recónditos y menos masificados, son los cruceros que suelen durar cuatro o cinco noches.

Durante el trayecto, además de realizar submarinismo en paisajes volcánicos que quedarán para siempre en la retina de los participantes, los más afortunados observarán durante las inmersiones en el mar y laguna interiores especies únicas como las iguanas marinas y los llamados “cactus de lava”, además de las famosas tortugas gigantes y, cómo no, las om-

nipresentes iguanas que son la imagen de toda la iconografía relacionada con el destino.

Una opción para recorrer Galápagos son los cruceros que permiten acceder a los lugares más recónditos

El **Finch Bay Eco Hotel** es el más premiado de los establecimientos del archipiélago, frente a la bahía de Puerto Ayora en la Isla Santa Cruz, y cuenta con su propia oferta de programas para descubrir la superficie tanto submarina como terrestre.

Las rutas de senderismo son otras de las actividades más programadas, con ascensos a volcanes y pingüinos, halcones y otros animales que decoran un marco único.

Guayaquil y Galápagos son un combinado de ciudad y naturaleza litoral único en el mundo: la efervescencia del destino urbano y la magnificencia de las islas volcánicas son los ingredientes perfectos para un incentivo de los que, sin ninguna duda, dejan la boca abierta.

El “sombbrero panamá”

Al contrario de lo que muchos creen, el llamado “sombbrero panamá” tiene como nombre original “sombbrero de paja toquilla”, por la hoja de la palmera con la que se fabrica, y su origen es ecuatoriano. La razón que llevó a asociarlo con Panamá es la gran importación que se hizo de este complemento durante la época de construcción del Canal.

Se dice que comenzó a ser creado en el litoral ecuatoriano, por eso en Guayaquil hay muchos comercios donde adquirirlo y algunos talleres donde los grupos pueden observar el proceso de elaboración. La mayoría se fabrican en las regiones de Montecristi y Cuenca.

La calidad viene dada por la finura del sombrero: a mayor finura mayor valor comercial y más fibra utilizada por centímetro de pieza. El color de la paja original es el más demandado, aunque existen cada vez más versiones que incluyen tintes del hilo de palmera de todos los colores.

Es todo un emblema del país y ha sido reconocido por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Una actividad de incentivo asociada al sombrero de paja toquilla es personalizar la tira de tela que lo decora y es, como no podía ser de otra manera, el souvenir más solicitado.

AirEuropa SKYTEAM



¿Dónde le llevamos?

www.aireuropa.com



ANÁLISIS DE PRODUCTO: CRUCEROS

Un horizonte muy lejano

Las navieras saben que sus barcos interesan a los organizadores de convenciones e incentivos. Por eso, como cualquier proveedor de espacios con oferta lúdica asociada, siempre deben sorprender con algo nuevo, en un universo caracterizado por una fuerte competencia, que además transita por los mismos caminos.



Por **Eva López Alvarez**

Los responsables de convenciones e incentivos en las navieras nos confirman que cada vez tienen más en cuenta las necesidades de los grupos profesionales a la hora de desarrollar producto.

En el de los cruceros, tanto marítimos como fluviales, es imperativo estar siempre innovando ya que la competencia es muy grande y todo se juega en torno a las mismas escalas. Por eso entre la gran mayoría de compañías de cruceros lo que marca la diferencia es el barco y la calidad de los servicios a bordo.

Apuesta por la gastronomía

Mejorar la oferta gastronómica es algo común a todas las navieras y no sólo en los restaurantes que no entran en el todo incluido: recetas locales, toques exóticos, mejor presentación... forman parte de una apuesta clara por refinar los bufés.

Los itinerarios no sólo se amplían sino que se adaptan a las situación geopolítica, demostrando una capacidad de reacción paralela a la búsqueda continua de nuevas opciones.

Siempre hay destinos que salen perjudicados y otros que se benefician del desvío de flujos, pero lo más importante es que el pasajero siempre perciba que desembarca en el mejor lugar posible.

Barcos-destino

Sin embargo, Royal Caribbean es líder a la hora de crear cruceros en los que cada vez importan menos las escalas: el incentivo es el barco en sí mismo. Siguiendo esta línea llegará pronto al mercado el Harmony of the Seas, un gigante que se asemeja al imponente Allure of the Seas pero que aún ofrece más diversión a bordo, en este caso en forma de tobogán de diez cubiertas de altura.

Hurtigruten navega por distintos mares apostando por barcos que sean cada vez más la excusa para elegir recorrido: las visitas de los mismos ya forman parte de los programas y la cuidada decoración hace de los buques mucho más que un modo de transporte entre escala y escala. El toque cultural que este año se añade a los circuitos también marca la diferencia.

Servicio personalizado

Más variedad, mejor calidad, más opciones a la hora de salir de excursión, programas en español... son los *leit motiv* de Politours o Pullmantur. Esta última naviera busca facilitar el acceso de los grupos con nuevos puertos de embarque.

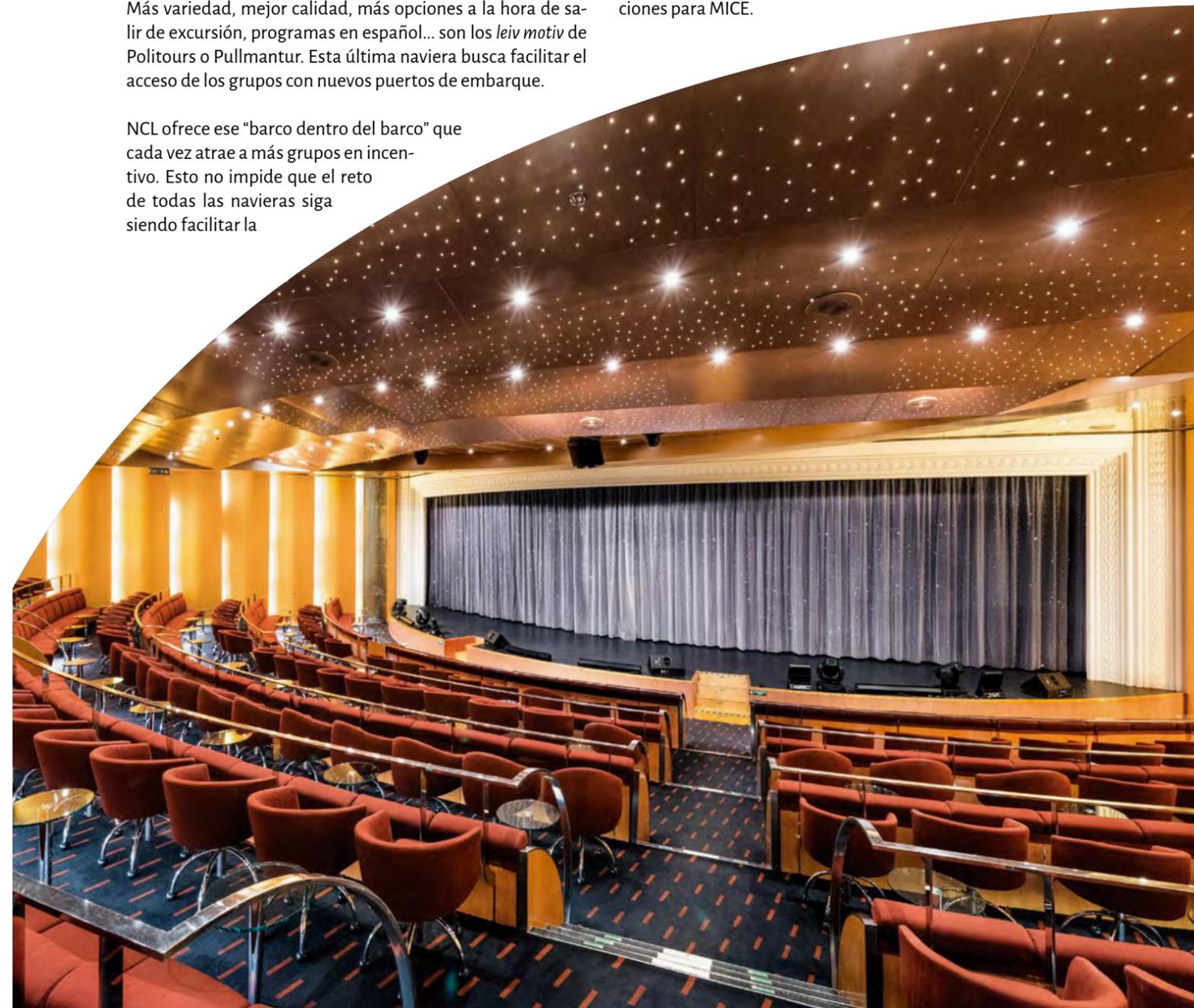
NCL ofrece ese "barco dentro del barco" que cada vez atrae a más grupos en incentivo. Esto no impide que el reto de todas las navieras siga siendo facilitar la

tarea de organizadores y guías cuando los grupos representan en algunos cruceros un porcentaje mínimo en el volumen total de pasajeros. Por eso la continua comunicación con un equipo exclusivamente dedicado es la principal exigencia de quien contrata convenciones o incentivos en el mar.

El mar no tiene límites

Las navieras trabajan para que los barcos tampoco los tengan: el desafío ya no es lograr mayores capacidades, sino sorprender continuamente a los clientes, independientemente de su edad, origen y predisposición a disfrutar de un crucero.

El objetivo es claro: cualquier participante en un evento a bordo no sólo debe desembarcar con el efecto *wow!* grabado en la memoria, sino desear compartirlo durante su tiempo vacacional. El reto de mantener el horizonte lejano sigue de momento generando interesantes opciones para MICE.





ROYAL CARIBBEAN

El mayor barco del mundo

Harmony of the Seas

Actualmente en construcción, el que será el barco más grande del mundo llegará a Barcelona (España) el próximo 5 de junio: desde aquí realizará su viaje inaugural y tendrá su puerto base durante toda la temporada 2016.

El barco contará con 16 cubiertas, capacidad para 5479 pasajeros en ocupación doble y 2747 camarotes. Entre las innovaciones, The Ultimate Abyss será el tobogán más alto en alta mar, con 33 metros de caída (10 cubiertas).

Además, será un referente de la última tecnología: en el Bionic Bar serán robots quienes preparen cócteles; habrá balcones virtuales en camarotes interiores con vistas en tiempo real al mar y al puerto; las pulseras WoWBands con tecnología RFID mejorarán la experiencia a bordo y el servicio VOOM ofrecerá el internet más rápido en alta mar.

Este barco realizará travesías de siete noches por el Mediterráneo Occidental. En noviembre tendrá como puerto base Fort Lauderdale (Florida), para salidas de siete noches por el Caribe Occidental y Oriental.

PULLMANTUR

Sobre todo: novedades

Más calidad

Como parte del plan bautizado “Movidos x ti”, la naviera española ha renovado sus menús de la mano del cocinero Paco Roncero, completando una revisión del concepto *todo incluido* basado en productos de primeras marcas nacionales e internacionales. También ha sido ampliada la oferta de excursiones en tierra.

Más capacidad

El buque Monarch navega por Europa, lo que permite incrementar en 1000 personas el número de plazas para los cruceros “Fiordos del Norte” y “Capitales Bálticas”. En este último itinerario se ha incluido un *overnight* en Estocolmo, junto al ya existente en San Petersburgo, ampliando las posibilidades de incentivos en tierra que completen la navegación.

Nuevos itinerarios y puertos de embarque

A los recorridos “Brisas del Mediterráneo” y “Leyendas del Mediterráneo” se unirá “Colores del Mediterráneo” a bordo del Sovereign a partir de octubre, con escalas en Barcelona, Palma de Mallorca, Nápoles, Civitavecchia, Porto Torres, La Seyne Sur Mer y Barcelona. Los grupos pueden embarcar en los puertos españoles de Vigo y Alicante.



HURTIGRUTEN

Nuevas aventuras con nuevo diseño

Nuevos itinerarios culturales

La naviera noruega propone nuevos itinerarios dedicados a la cultura local que se llevarán a cabo durante los meses de abril y mayo en seis barcos nuevos. En los recorridos, bautizados “Rumbo Norte” y “Rumbo Sur,” la música es protagonista a bordo, con conciertos, lecturas sobre leyendas y tradiciones y *tours* guiados por los navíos. En el exterior: conciertos en cuevas, iglesias o fábricas de pescado... hasta en la imponente Catedral de Tromsø.

Renovación de los barcos

Hurtigruten empezó en enero a renovar sus navíos según el estilo escandinavo New Artic Interior, con colores inspirados en la tierra, la costa y el mar y materiales naturales.

Nuevo barco de expedición

El MS Spitsbergen navegará en mayo completamente renovado para 320 personas.

Nueva carta gastronómica de invierno

Inspirado en la cocina tradicional noruega, platos con sabores naturales y toques creativos se acompañan de pasteles de elaboración propia.



POLITOURS

Inmersión en Rusia

M.S. Kandinski

La naviera ha comenzado a operar este barco en sus itinerarios por Rusia y propone una auténtica inmersión en el país para los grupos de incentivo. Tiene capacidad para 196 pasajeros y los recorridos incluyen la escala con visitas en español de Moscú y San Petersburgo.

A bordo cuenta con un equipo de animación hispano/ruso que propone un amplio abanico de actividades. Incluyen desde clases de canto e idioma ruso a conferencias sobre la historia y política nacionales. En la cubierta solárium se encuentra una sala de reuniones de 80 metros cuadrados para las sesiones de trabajo que puedan completar los programas.

Barco renovado

El Switzerland navega este año en la ruta de Países Bajos tras la renovación realizada en el barco el año pasado. Cuenta con 55 camarotes -todos exteriores-, dos cubiertas para pasajeros y un salón-bar panorámico con pista de baile. Toda la animación, tanto dentro como fuera del barco, se ofrece en español.



MSC CRUCEROS

“Con isla privada en el Caribe”

Nuevo posicionamiento de marca

La naviera ha lanzado una nueva campaña de comunicación bajo el lema *Not just any cruise* (No es cualquier crucero), prometiendo a sus clientes que navegar en sus cruceros no es como en los demás. Además, recientemente ha firmado un acuerdo con Samsung para equipar siete cruceros de última generación con el fin de ofrecer lo último en “cruceros inteligentes”.

Más capacidad

MSC Cruceros está inmerso en un plan de inversión que duplicará la capacidad de su flota. Este crecimiento engloba siete nuevos buques de última generación, los MSC Meraviglia y MSC Seaside. Además, MSC reforzará su presencia en Cuba con un segundo barco en La Habana, duplicando así el número de itinerarios por el Caribe.

Una isla privada

Los grupos pueden vivir experiencias únicas en una isla de Bahamas rodeados de la reserva marina Ocean Cay, de 38,5 hectáreas y 3,5 kilómetros repartidos en seis playas. Será el mayor proyecto llevado a cabo por una naviera en una isla caribeña y se construirá durante los próximos dos años.

NORWEGIAN CRUISE LINE (NCL)

Nuevo gigante

Norwegian Escape

El barco más grande de Norwegian Cruise Line pasará su temporada inaugural en el Caribe. El primer navío de la clase Breakaway Plus, con capacidad para 4200 pasajeros, realiza cruceros de siete noches desde su puerto base en Miami por el Caribe Oriental.

Entre las posibilidades de alojamiento se incluye The Haven by Norwegian, un concepto de lujo característico de la compañía según el principio de “barco dentro del barco”, con cabinas adaptadas a los viajeros individuales, grupos de diversas edades, adeptos del *spa*, etc.

Nuevos itinerarios

El Norwegian Star navegará durante la temporada de transición 2016-2017 hacia el Golfo Pérsico, India y Sri Lanka, así como hacia el Sudeste de Asia, Australia y Nueva Zelanda.

Por primera vez en el Caribe, NCL propone cruceros desde San Juan, así como un programa ampliado en Sudamérica con nuevos itinerarios desde Buenos Aires y Río de Janeiro hacia Sao Paulo, incluyendo playas de Brasil y Montevideo.



Los mejores Cruceros Fluviales de Europa 2016



GRAN CRUCERO DE BÉLGICA Y HOLANDA

⊙ De Amsterdam a Bruselas (o V.V.)

M.S. SWITZERLAND II 4↓

DOMINGOS, del 15 de mayo al 25 de septiembre

8 D/7N desde
1.080€
Por persona



GRAN CRUCERO POR EL DANUBIO

⊙ De Linz a Budapest (o V.V.)

M.S. SWISS DIAMOND 4↓

LUNES, del 16 de mayo al 19 de septiembre

8 D/7N desde
1.195€
Por persona



GRAN CRUCERO POR EL RHIN ROMÁNTICO

⊙ De Colonia a Estrasburgo (o V.V.)

M.S. SWISS PEARL 4S↓

LUNES, del 16 de mayo al 10 de octubre

8 D/7N desde
1.240€
Por persona



GRAN CRUCERO DE RUSIA (I)

⊙ De Moscú a S. Petesburgo (o V.V.)

M.S. PRINCESS ANABELLA 3S↓

Del 23 de mayo al 10 de septiembre

11 D/10N desde
1.490€
Por persona

GRAN CRUCERO DE RUSIA (II)

⊙ De Moscú a S. Petesburgo (o V.V.)

M.S. KANDINSKI 4S↓

del 18 de mayo al 5 de septiembre

11 D/10N desde
1.850€
Por persona



GRAN TOUR DE CROACIA

⊙ De Dubrovnik a Zadar (o V.V.)

M.S. LE CORDEA 4S↓

DOMINGOS del 17 de julio al 21 de agosto

* (EN CRUCERO-YATE POR LAS ISLAS DÁLMATAS)

8 D/7N desde
1.100€
Por persona

FLETADOS EN EXCLUSIVA PARA HISPANO PARLANTES

Información y reservas en su agencia de viajes o en www.politours.com

CÓMO DOMINAR EL ARTE DE PLANIFICAR

La toma de decisiones correctas implica la gestión de la incertidumbre que genera enfrentarse a diferentes opciones. Existen métodos que ayudan a identificar obstáculos y llegar al mejor puerto de la mejor manera, sin olvidar que no existe un camino perfecto y que como seres humanos tenemos la posibilidad de avanzar pero también de cometer errores... y solventarlos.

Por **Ricardo Ríos**

La planificación es una actividad propia del ser humano, un hábito permanente ya sea a corto, medio o largo plazo, y planificar implica decidir: ¿qué opción es la más adecuada?... Es una cuestión cotidiana que implica un “lado oscuro” que se llama incertidumbre. De hecho hacer planes conlleva la toma de decisiones, un acto que es en sí mismo una herramienta para combatir y eliminar la incertidumbre pero que conlleva superarla antes de lograr el objetivo: decidir estando seguro de que se ha elegido por la mejor opción.

La planificación se mueve entre dos extremos indeseables: el perfeccionismo paralizante y la improvisación irresponsable. El perfeccionismo que busca controlarlo todo termina por lo general paralizando o haciendo reflexionar y dudar en exceso, mientras que ir hacia adelante sin programar nada suele conducir a un estruendoso fracaso.

Lo primero que tenemos que considerar a la hora de planificar, y más aún en el ámbito empresarial, es la direccionalidad, es decir, qué queremos conseguir. A partir de aquí comienza la parte más laboriosa: construir la viabilidad, y aquí es donde toparemos con la incertidumbre.

Gestionar la incertidumbre

¿Cómo seleccionar la oferta más conveniente a nuestro objetivo? Existen métodos que parten del principio de que un problema está casi resuelto una vez que lo hemos descompuesto y estructurado, en tanto que el meollo del asunto consiste en organizar el problema. Un procedimiento desarrollado por John Friend y Allen Hickling recomienda identificar entre tres tipos de incertidumbre:

1. Incertidumbre de valores: se refiere a dudas relacionadas con las líneas directrices marcadas por la empresa y/o por los decisores que influyen directamente en el tema trabajado. De acuerdo a ellas se pueden descartar destinos, espacios y/o formatos, reduciendo el abanico de posibilidades.

2. Incertidumbre de entorno: es por lo general de carácter técnico o propio al tema que estamos abordando. Por ejemplo, una vez que decidimos el tipo de destino es necesario indagar sobre los costes de los lugares posibles, ya que el precio por viajar hasta algunos de ellos conllevará un descarte inmediato.

3. Incertidumbre de relaciones: se caracteriza por la necesidad de coordinación en aspectos que dependen de terceros, del tipo de visados o cualquier otro trámite legal.

Es importante tener identificados estos tres tipos de incertidumbre y elaborar listas de las cuestiones que van incluidas en cada una de ellas. Una vez identificadas será más fácil aplicar un plan de acción sobre cada una, ya sea el des-

carte o la gestión, de tal modo que el avance sea rápido y con una visión integral del tema que se está tratando.

En ocasiones habrá algunas incertidumbres que se podrán reducir o eliminar a la velocidad deseada: en ese caso se impone valorar los avances obtenidos y trabajar en aquello que pueda seguir evolucionando, de tal modo que no se detenga el proceso. Lo más importante es obtener avances sucesivos, cada vez con más precisión.

Derecho al error

La planificación pareciera ser un sinónimo de racionalidad, pero no todas las decisiones humanas están basadas en ella: en ocasiones hay mucho de pasión que nos hace tomar decisiones que a ojos de terceros pueden parecer absurdas o irracionales.

Esto responde al hecho de que somos personas humanas, que no podemos controlar todo lo que sucede a nuestro alrededor ni llegar por un camino de perfección al objetivo soñado. Por eso como parte de la mejor planificación siempre debe figurar el derecho al error.



Caso práctico: Cómo elegir el destino para su próximo evento

Existen muchos métodos para planificar y reducir la incertidumbre, uno de ellos es el llamado Proceso Analítico Jerárquico (AHP, por sus siglas en inglés) o multicriterio.

Como en cualquiera de los procedimientos recomendables, debemos partir de la base de que el grupo estará formado por asistentes de diferentes edades, procedencia, gustos y costumbres, y común a todos ellos es el deseo de vivir una buena experiencia.

Con el AHP se abordan opciones que combinan elementos racionales e intuitivos, con el objetivo de obtener un espectro de prioridades de acuerdo a criterios de comparación previamente definidos. Es una herramienta basada en las matemáticas y la psicología. a partir de la que ya se han desarrollado programas de *software*.

Básicamente es una técnica estructurada para gestionar decisiones complejas. En lugar de prescribir la decisión correcta, el AHP ayuda a los decisores a encontrar la solución que mejor se ajusta a sus necesidades siguiendo los siguientes pasos:

- Elaborar una lista que incluya todas las posibilidades
- Establecer un *ranking* de criterios relevantes a la hora de tomar una decisión, del tipo de coste, accesibilidad, referencias...
- Priorizar según importancia los criterios definidos, otorgando puntuación a cada uno de ellos, siendo el valor más alto para el argumento más importante y el menor para el menos relevante
- Una vez clasificados y puntuados los criterios evaluamos cada una de las posibilidades de la primera lista: por ejemplo, si accesibilidad tenía el mayor valor, otorgaremos esa nota al destino que más adecuado nos parece. Si el coste es el segundo en valor, puede ser la nota máxima en otra de las posibilidades...

Una vez contabilizados los puntos obtenidos por las diferentes opciones la que mayor cifra obtiene será la más adecuada, habiendo conseguido “objetivar la subjetividad” racionalizando elementos intuitivos.

Caso práctico: El taxista de Jerusalén

En la toma de decisiones hay mucho de impulso y subjetividad, de modo que corresponde a los planificadores tenerlo en cuenta para gestionar de la mejor manera situaciones que implican confrontaciones generadas en muchos casos por el comportamiento humano.

El método de análisis confrontacional y la teoría de juegos se basa en la siguiente anécdota: varios participantes en una sesión de trabajo programada en Jerusalén tomaron un taxi con destino al centro de convenciones. Previamente se habían informado sobre el coste del trayecto que, según les indicó el gerente del hotel, era de cinco dólares.

Al llegar a su destino, y sin haber comprobado el importe previamente con el chófer, uno de los viajeros le entregó un billete por el valor estimado. El conductor les informó de que el precio ascendía a diez dólares. Tras una acalorada discusión que terminó enfureciendo al taxista, éste recurrió a los seguros automáticos del vehículo, impidiendo a los pasajeros descender, y

los llevó de vuelta al hotel. Para los asistentes este comportamiento fue absolutamente irracional y sin sentido, pues conllevó más tiempo de trayecto y recursos para que al final nadie resultase satisfecho. Pero, tuviera o no sentido, así fue la decisión del taxista.

La anécdota pretende revelar que cuando planificamos debemos tener en cuenta el análisis del entorno, los actores y su comportamiento, los propios errores personales y los límites de la racionalidad.



**Congreso para la Organización
de Congresos y Convenciones**

11 y 12 de abril

Cartagena, Colombia | Hotel Las Américas

Los expertos en **viajes de negocio y turismo de reuniones** en Latinoamérica están aquí

**2 días de actualización • 15 expertos internacionales
8 países invitados**



MeetingsCorp es un escenario maravilloso de conocimiento local y regional y mucha transferencia y relacionamiento. Muy especial su atención y cuidado a los detalles, eso hace la gran diferencia".

Luis Sánchez

**Director de Proyectos
Plaza Mayor Medellín Convenciones &
Exposiciones**

**Conozca el programa académico y regístrese en línea hoy mismo:
www.meetingscorpamericas.com**

No se pierda esta oportunidad única de hacer contactos con las empresas líderes del sector, así como con travel managers y meeting planners.



Más información:

Bogotá **+57 [1] 381 9215** Panamá **[507] 833 6274** México **+52 [55] 4170 8330**
Miami **+1 [305] 285 3133** Argentina **+54 [11] 5917 5403**

Para participar en la exposición comercial o como patrocinador: **Fabio Enrique Giraldo, Ext. 45 | fgiraldo@meetingscorpamericas.com**
Para asistir al programa académico: **Albeiro Cortés López, Ext. 44 | acortes@meetingscorpamericas.com**





Motivación

Por Redacción

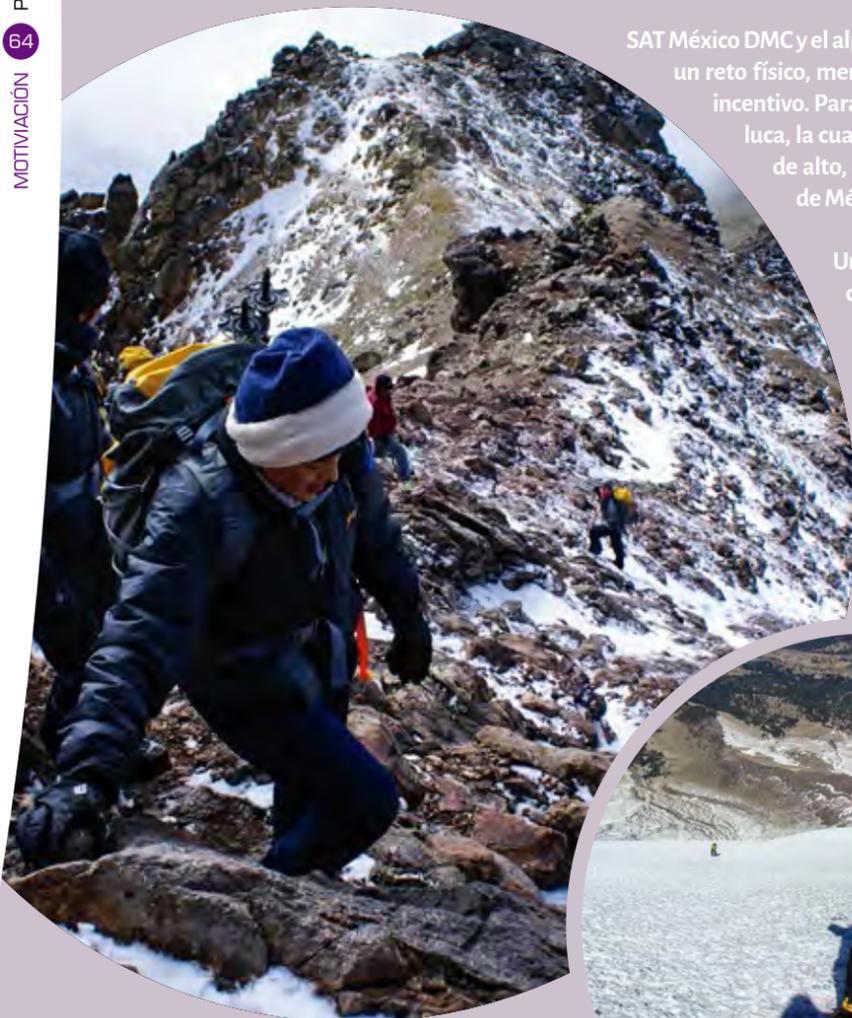
Desde la energía que da la adrenalina a la serenidad que puede generar un rato de pintura, pasando por la calma de la pesca, el reto de desafiar a la naturaleza o el placer de compartir música... todas son buenas ideas para que los participantes en un *teambuilding* sientan que la estimulación crece, la motivación se acentúa y las ganas de trabajar van a más.

En lo más alto

SAT México DMC y el alpinista mexicano Héctor Ponce de León han creado un reto físico, mental, emocional y espiritual destinado a grupos de incentivo. Para superarlo es necesario ascender el Nevado de Toluca, la cuarta montaña más alta de México con 4660 metros de alto, en una jornada completa con salida desde Ciudad de México.

Una primera salida sirve para establecer un primer contacto con la altitud, familiarizarse con las técnicas de marcha y conocer las demandas físicas, emocionales y mentales del ascenso definitivo: se trata de un recorrido de ocho kilómetros con un desnivel de 800 metros y una duración de siete horas. En el camino, los participantes deben adaptarse al tipo de terreno e inclinación -senderos en bosque, aristas de arena y roca y alguna pendiente con nieve- con cambios de clima y temperatura según el momento de la etapa.

Para grupos pequeños, los miembros de la expedición regresarán cargados de energía positiva, pasión e inspiración para sus tareas profesionales.



De pesca en Barcelona

La costa de Barcelona cuenta con una gran variedad de fauna acuática. Por eso el receptivo Barcelona Cultural propone disfrutar del Mediterráneo de una manera original durante cualquier mañana del año y en las modalidades de *spinning* costero, curricán y pesca de altura a bordo de embarcaciones que zarpan del Puerto Olímpico.

Adaptada para principiantes y expertos en grupos de máximo seis personas, es una actividad más individual que colectiva, más competitiva que colaborativa, ya que cada asistente captura su propia pesca con los anzuelos, cañas y explicaciones dadas por el patrón.

Los participantes pueden conocer sus habilidades, paciencia y disfrute del mar en cualquier época del año pero también recompensar al grupo con el esfuerzo individual: una vez acabada la práctica, el pescado puede ser preparado a petición previa -ya sea a bordo o en algún restaurante del puerto- o bien entregado directamente al cliente para que se lo lleve.

Popurrí inesperado

La agencia española El Factor Pink propone que cualquier evento pueda contar con una actividad sorpresa en forma de popurrí: antes de entrar en la sala, cada asistente será identificado con un color. Una vez localizados a los demás miembros del equipo, éste deberá seleccionar una canción para cantarla en grupo junto a una coreografía que también será diseñada por los componentes. Cada participante se adaptará según su conocimiento de la canción a los diferentes puestos de voz cantante, coros...

El objetivo es trabajar individualmente y en colaboración con el resto del equipo para que la presentación final de la canción sea lo más atractiva posible. Durante la preparación de la misma, que dura una hora y media, se estimula la creatividad y la comunicación, fomentando la unión entre asistentes y la empatía, sin que haya límite de participantes en una actividad sencilla pero no por ello poco estimulante para el grupo.





Aventura en el Caribe

El receptivo Connect DMC propone disfrutar del mar Caribe en República Dominicana navegando en una balsa construida por los participantes. Aportando un toque de originalidad a esta actividad, los miembros del equipo no sólo tienen que usar la imaginación y los materiales básicos de los que se les provee: pronto se dan cuenta de que falta el elemento esencial, ya que la cuerda está escondida en un punto estratégico cuya situación se les comunica posteriormente. Para ello se recurre a sorpresas que dejarán boquiabierto a más de uno.

Es imprescindible que cada equipo, de máximo diez personas, realice la prueba en el menor tiempo posible. Tras construir la balsa deben remar hasta una boya colocada a seis metros de la orilla y regresar con al menos un integrante del equipo a bordo. Gana el equipo que llegue antes y con la balsa en óptimas condiciones.

Es una manera divertida de disfrutar del mar mediante una propuesta que promueve la integración entre los miembros del equipo; el compromiso ante un reto común; la consolidación de la confianza en los compañeros y la adaptación a una situación novedosa.



Inspirados en Van Gogh

Maas Travel es un receptivo que opera en Benelux y Austria y propone una actividad que homenajea a uno de los más ilustres habitantes del norte de Europa: el pintor Vincent Van Gogh.

Los participantes aprenden sobre el tratamiento del color y la técnica de la pintura impresionista, en una actividad indoor que incluye muchas declinaciones: desde poner en común una temática que cada persona desarrollará según su propio juicio, a intentar completar una gran composición gracias al detalle aportado por cada participante.

El museo Van Gogh de Ámsterdam cuenta con espacios donde organizar esta actividad, que adquiere un sentido especial si el grupo puede "comparar" su obra con la del afamado artista.



IMEX

Frankfurt



19-21
April 2016



"We came. We saw.
We conquered
our To Do list."

Why is doing business at IMEX so enjoyable?

You see a lot of smiling faces at IMEX, the well-loved event at the heart of the meetings industry. The explanations for this are simple:

1. Being able to meet with destinations, venues and suppliers means that event planners can get so much work done, it saves them weeks of time – a liberating feeling!
2. Spending time with like-minded people is a heartening experience. Meeting up with contacts old and new bonds business friendships and feels good.
3. The aisles are oozing with information, creativity, culture and innovation, so everybody goes home buzzing with exciting ideas they can't wait to share.

Come to IMEX in Frankfurt on 19-21 April 2016, and go home with a smile.

IMEX. Who knew business could be such fun?



imex-frankfurt.com
 Call: +44 (0)1273 227311
 Email: info@imexexhibitions.com
 Tweet: @imex_group



The worldwide exhibition for incentive travel, meetings and events.

"INSPIRATION ON EVERY CORNER"



Con estilo

LO MÁS MODERNO DE LO MÁS CONVENCIONAL

Los monederos inteligentes no sólo ofrecen comodidad a la hora de reunir en un mismo espacio dinero en efectivo, documentos de identificación y medios de pago, sino que garantizan la seguridad del cliente. No todo el mundo sabe que cada vez se recurre más al escaneo externo por proximidad para recuperar datos de los usuarios, que creen seguro su monedero por llevarlo dentro de un bolso o cartera.



WALLET CASH & CARDS DE TRU VIRTU

Qué nos gusta:

Diseñado principalmente para albergar tarjetas de crédito, también puede contener monedas en uno de sus compartimentos interiores. Su estructura de aluminio impide el escaneo RFID externo que permite recuperar los datos del usuario sin que éste se dé cuenta. Los materiales utilizados en la fabricación evitan la desmagnetización de las tarjetas. Las protege de elementos externos del tipo de agua, humedad o arena. Existe en cinco modelos y diez colores diferentes, incluyendo una versión en piel.



WOOLET

Qué nos gusta:

A través de una *app*, el usuario recibe una alerta cuando el monedero se aleja de su *smartphone*, lo que ayuda a evitar robos y localizarlo en caso de pérdida. Fabricado en piel, destaca el grosor inferior a diez milímetros. Dispone de compartimentos escondidos para los medios de más valor. Protege todo el contenido de escaneos externos.

XL IROKO FUSION WALLET

Qué nos gusta:

Permite llevar llaves, monedas, billetes y tarjetas de crédito en un mismo soporte, aunque hay que tener en cuenta que el modelo más grande pesa 115 gramos. Es compatible con todas las tarjetas de crédito emitidas en Reino Unido, EE.UU. y Europa. Combina aluminio y madera en modelos hechos a mano que se pueden personalizar.



CASCADE DE MANY WONDERS

Qué nos gusta: Cuenta con un sistema que permite visualizar todas las tarjetas de tal modo que se puede extraer solamente aquella que se necesite. Una pinza exterior sirve para colocar billetes. Cuenta con sistema de bloqueo de datos ante intrusiones externas mediante escáner. Se ofrece en cinco colores diferentes.

STRATOS

Qué nos gusta:

Es un monedero en forma de tarjeta que puede aglutinar los datos de medios de pago y tarjetas de fidelidad en un solo soporte. Con sólo tocar dos veces el *smartphone*, en éste aparecen los datos relacionados con la tarjeta, promociones de programas y otra información relevante, sin que nunca se reflejen los datos del cliente en caso de intromisión indeseada. Se pueden anular tarjetas robadas desde la aplicación móvil.



AGENDA

EUROPEAN SPRING M&I FORUM

4-7 y 6-9 de abril

Este año la sesión para compradores europeos de Meetings & Incentives Forum tendrá lugar de nuevo en Dubái en dos sesiones diferentes. El requisito para participar es la organización de al menos cinco eventos MICE con asistencia internacional fuera de las fronteras de la empresa.

Sede: JW Marriott Marquis Hotel Dubai

VIAJESCORP/MEETINGS-CORP AMERICAS

11 y 12 de abril

Más de 300 organizadores de viajes y eventos corporativos asistieron en 2015 a las sesiones organizadas en el marco del evento MICE más consolidado en Colombia. Además de las sesiones de formación para *travel managers* y *meeting planners*, un área de *workshop* reúne la oferta de proveedores colombianos y latinoamericanos.

Sede: Hotel de las Américas. Cartagena de Indias (Colombia)

IMEX FRANKFURT

19 a 21 de abril

La feria de referencia para el sector MICE en Alemania adelanta este año de manera excepcional su celebración al mes de abril. Entre las de mayor afluencia del mundo, aglutina expositores internacionales ante miles de *hosted buyers* procedentes de todo el mundo previa minuciosa selección por parte de la organización.

Sede: Messe Frankfurt

FIEXPO LATINOAMÉRICA

30 de mayo a 1 de junio

Feria internacional, y única especializada en el sector en Perú, destinada a proveedores y organizadores de reuniones, convenciones y viajes de incentivo en América del Sur, Centroamérica, Caribe y México.

Sede: The Westin Lima

EUROPEAN SUMMER M&I FORUM

28-30 de junio y 30 junio-2 julio

Es un evento destinado principalmente

a los planificadores del 90% de grandes empresas españolas, instaladas en Madrid, y los organizadores interesados en los destinos España y Europa.

Sede: NH Madrid Eurobuilding

IBTM LATIN AMERICA

7 y 8 de septiembre

Tras un año de transición la antigua feria ICOMEX es oficialmente IBTM Latin America y reúne en Ciudad de México a proveedores y compradores locales e internacionales, con un interesante programa de *networking*.

Sede: Centro Banamex de México DF

IMEX AMERICA

18 a 20 de octubre

El mayor evento organizado por IMEX en América reunirá a más de 11.000 visitantes ante 3100 proveedores. De ellos, 3000 serán compradores que podrán acceder a un amplio programa de formación.

Sede: Sands Expo Las Vegas (EE.UU)



Si se suscribe a la revista, nos leerá en su oficina.

¡No importa dónde esté! Lo que nos importa es que quiera estar al día de lo que ocurre en el mundo MICE

Precio de la suscripción anual: **6 números**

España: **36 €**
Sudamérica y México: **50 \$**

suscripciones@puntomice.com



MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL

PUNTO MICE es:

➔ Revista bimestral destinada a la industria MICE hispanohablante

➔ Web actualizada diariamente con noticias del sector: www.puntomice.com

➔ *Newsletter* quincenal

➔ Un punto de encuentro también a través de las redes sociales:

- En **Twitter** le contamos todas las novedades de los proveedores
- En **Facebook** le presentamos con fotos y vídeos qué hacemos y qué hacen
- En **LinkedIn** le ponemos en contacto con los profesionales que le interesan y compartimos contenidos de interés



/PUNTO MICE

UNA COLECCIÓN DE MÁS DE 350 HOTELES EN 40 PAÍSES

En Meliá Hotels International ofrecemos experiencias y servicios globales de alojamiento basados en la excelencia, responsabilidad y sostenibilidad. Nuestros hoteles ofrecen alojamiento de primer nivel, diseño y arquitectura extraordinaria, servicio altamente personalizado y una gran selección de instalaciones para hacer que su estancia sea lo más agradable posible.

Meliá Hotels International ha seleccionado los mejores destinos y hoteles para sus eventos, reuniones e incentivos. Descubra nuestras marcas, todas únicas que ofrecen servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los más sofisticados viajeros.

Para más información contacte: meetings.latam@sol-group.com

GRAN MELIÁ
HOTELS & RESORTS

ME
BY MELIÁ

PARADISUS
BY MELIÁ

MELIÁ
HOTELS & RESORTS

INSIDE
BY MELIÁ

TRYP
BY MELIÁ

Sol
hotels & resorts

MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL

B Destination
Services



Your DMC in Spain and Portugal

Serving your customers as you would do

Tlf. +34 91 757 49 85 | booking@bds.com



Exclusive

Spectacles

Guides

Groups

Unique Experiences

Sports Transfers

Events

Hotels Culture

Fair & Congress

Fit Gastronomy

Barceló

G R U P O

