

PUNTO MICE

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

Nº 13 MAYO / JUNIO 2016

6,5 € - 9 \$



LA VOZ DEL SECTOR

Centros de convenciones: la experiencia como atractivo ante los grandes eventos

DESTINOS

París se esfuerza por brillar a base de novedades. Mallorca: la isla mayúscula

PURO INCENTIVO

Bali o el sueño de tantos: viajes de recompensa únicos llenos de sonrisas y exotismo

DÍA A DÍA

Cómo combinar *teambuilding* y solidaridad para sentir orgullo por la empresa

Madrid

Negocios que son un placer

MADRID
CONVENTION
BUREAU



Las convenciones no tienen por qué ser convencionales

Los viajes de negocio a Madrid parecen menos duros que el resto.

El sol, la buena ubicación de los centros de convenciones y la comida para gourmets son sólo algunas de las ventajas que disfrutarás cuando nos visites por negocios.

Tras un día de mucho trabajo, los famosos museos de Madrid y sus elegantes comercios son una magnífica forma de recargar pilas antes de disfrutar la vibrante vida nocturna de la ciudad.

Relájate tomando unas tapas en la terraza de un bar o baila hasta el amanecer.

Hagas lo que hagas, Madrid es el lugar.

info.mcb@esmadrid.com
(+34) 91 758 55 28
www.esmadrid.com/mcb

esmadrid.com/mcb

madrid-convention-bureau

EDITORIAL A LO GRANDE

Las voces que hablan en esta edición confirman que el número de eventos organizados -especialmente grandes, pero también pequeños- no sólo aumenta sino que ese incremento es cada vez más fácil de justificar. En este mundo en el que vivimos, en el que lo más complicado es elegir a través de qué canal comunicarnos, el cara a cara se impone como un ejercicio no sólo necesario sino obligatorio para lograr mejores resultados.

Dedicamos este número a varios grandes: recintos feriales y centros de convenciones compiten mano a mano con hoteles de gran capacidad y *venues* singulares capaces de albergar cupos muy voluminosos. Sus armas: la experiencia y el mimo, porque al final lo que más se valora, como en tantos aspectos de la vida, es la atención personalizada y la facilidad a la hora de convertir grandes sueños en realidad.

De grandes sueños puede presumir París, ese faro de la belleza cuya luz se apagó durante las horas en las que la población local fue objetivo del sinsentido el pasado 13 de noviembre. Hoy no sólo brilla con más fuerza sino que se resiste al desánimo y la incertidumbre con muchas novedades, seguridad y altas dosis de ese *savoir vivre* que Francia sabe compartir con el visitante.

La más grande de las islas Baleares es nuestro segundo destino para convenciones e incentivos: atractivos no le faltan a la mejor dotada del Mediterráneo español. Como tampoco le faltan a Bali, ese destino tan soñado por muchos que tiene de todo para viajes de incentivo en los que no falte de nada.

Analizamos la oferta de grandes espacios que pueden generar enormes momentos de diversión: los parques temáticos se ofrecen a los organizadores como infraestructuras de primer orden dotadas de lo necesario para que el evento sea un éxito y sea, sobre todo, inolvidable. Porque qué mejor que amenizar los momentos menos formales con esos recuerdos compartidos que forman parte de lo que nunca olvidaremos.

Nunca olvidar lo que nos rodea es la sugerencia de las agencias que proponen actividades de *teambuilding* responsable y solidario. Porque nuestro trabajo debe generar resultados pero también impactos positivos en lo que nos rodea, ya sea natural o social. Es una obligación moral que una vez cumplida genera más satisfacción que cualquier otra, ya que incluye el orgullo de pertenecer a un sector que nos permite dejar un legado positivo. Y eso es lo que nos permite ser grandes.

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 Notte
Claudia Abal
Cristina Cunchillos

COMMUNITY MANAGER:
Margarita González
☎ @PUNTO MICE
☎ /PUNTO MICE

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



CONVENCIONES E INCENTIVOS

- ▶ Modernas instalaciones.
- ▶ Equipos especializados.
- ▶ Servicio personalizado para la celebración de sus eventos y reuniones.



Bahia Principe Bavaro Resort

Grand Bahia Principe Turquesa *****
Grand Bahia Principe Bavaro *****
Grand Bahia Principe Punta Cana *****
Luxury Bahia Principe Ambar ***** Don Pablo Collection
Luxury Bahia Principe Esmeralda ***** Don Pablo Collection

Bahia Principe La Romana Resort

Grand Bahia Principe La Romana *****
Luxury Bahia Principe Bouganville ***** Don Pablo Collection



PUNTA CANA, BÁVARO



PLAYA NUEVA ROMANA

República Dominicana

SUMARIO

Nº 13
EDICIÓN MAYO / JUNIO 2016

PUNTO MICE

6

ACTUALIDAD

Novedades del sector y entrevistas a proveedores de referencia

18

LA VOZ DEL SECTOR: ¿CENTROS DE CONVENCIONES O GRANDES VENUES?

Responsables de espacios especializados en grandes eventos justifican el valor de la experiencia como atractivo ante los organizadores

24

DESTINO: PARÍS

La Ciudad de la Luz sigue brillando con un amplio abanico de novedades y proyectos que auguran todavía más sorpresas

36

DESTINO: MALLORCA

La isla balear propone espacios singulares y múltiples actividades en entornos naturales únicos, tanto de mar como de montaña

44

APPS

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

46

PURO INCENTIVO: BALI

Este destino soñado por muchos cuenta con todo lo necesario para que cualquier viaje de recompensa sea un auténtico regalo

54

ANÁLISIS

Los parques temáticos ofrecen sus espacios para que combinar trabajo y ocio se convierta en una experiencia inolvidable

60

DÍA A DÍA

Organizar actividades de *teambuilding* solidarias ayuda a cohesionar los equipos y genera orgullo por pertenecer a la empresa

64

MOTIVACIÓN

Propuestas de diferentes agencias y países con un objetivo común

68

CON ESTILO

Los llaveros inteligentes sirven para mucho más que para tener localizadas las llaves



AEROLÍNEAS AMPLÍA SU RED DOMÉSTICA

Aerolíneas Argentinas anunció la ampliación de su mapa de rutas domésticas a partir del mes de julio, con un incremento total del 18% en la oferta de vuelos.

Los cambios incluyen un nuevo servicio directo desde Salta al aeropuerto Ezeiza en Buenos Aires, que permitirá a los viajeros conectar con la red internacional del mayor aeropuerto de la capital. Además, habrá más conexiones entre el norte y sur de Argentina sin necesidad de hacer conexión en Buenos Aires, destacando entre los nuevos tramos la ruta Cór-

doña-Ushuaia y nuevas frecuencias entre Rosario-Mendoza y Córdoba-Jujuy.

Asimismo, se incrementarán las frecuencias semanales desde Buenos Aires a Bariloche, Chapelco y Ushuaia.

La ampliación de vuelos internos forma parte de un plan de reestructuración de la compañía que incluirá novedades en las conexiones hacia Europa y que al cierre de esta edición aún no había sido presentado.



Entrevista

Roberto Kan

Gerente Regional Senior
Negocios Corporativos
de COPA Airlines

“Somos la aerolínea más puntual de América Latina y la segunda a nivel mundial”

¿Qué ofrece COPA Airlines a las empresas hispanohablantes?

Uno de los factores que nos diferencia es la puntualidad: hemos sido reconocidos por FlightStats, y recientemente por la OAG (Air Travel Intelligence), como la aerolínea más puntual de América Latina y la segunda a nivel mundial. En cuanto a facilidades para los viajeros, los pasajeros de la clase ejecutiva de Copa Airlines, miembro de Star Alliance, tienen la oportunidad de vivir una experiencia única en las más de 1000 salas VIP de esta red global de compañías en todo el mundo. De igual forma, Copa Airlines cuenta con cinco salas VIP “Copa Club” en Panamá, Santo Domingo, Ciudad de Guatemala, San José y Medellín.

Otro de los beneficios que pueden disfrutar estos viajeros, además de la comodidad y atención adaptadas a cada uno de ellos, es la clase *business* de nuestras 100 aeronaves que cuentan con un moderno sistema de entretenimiento personalizado a bordo.

¿Cuáles son sus proyectos de cara a este segmento?

Copa Airlines está orientada a brindar rápidas conexiones desde el *hub* de las Américas en Ciudad de Panamá hacia el resto de Latinoamérica, cumpliendo con los más altos estándares de calidad en un ambiente único, cómodo, con flexibilidad de horarios, tarifas accesibles y nuevos destinos. Por eso estamos continuamente ampliando nuestra red de vuelos directos. Hoy en día la compañía vuela a 76 ciudades en 31 países del continente americano, incluyendo el Caribe.

En cuanto a innovación, renovamos constantemente nuestra flota: a partir de 2018 introduciremos los Boeing 737 MAX 8 y 9 en los vuelos de mayor distancia, ofreciendo más espacio, comodidad y tecnología.

¿En qué consiste ConnectMiles, su nuevo programa de fidelización?

Permite a los viajeros frecuentes acumular y redimir millas en base a la distancia volada. En función de la tarifa adquirida y de su estatus dentro del programa pueden obtener millas adicionales. Gracias a ser miembros de Star Alliance, los usuarios de ConnectMiles pueden ganar y redimir millas en vuelos de las aerolíneas asociadas, que generan una red de más de 1330 destinos en 192 países del mundo. De igual forma, Copa Airlines ha implementado acuerdos de código compartido con otros socios estratégicos como KLM, Tap Portugal, Gol y Aeroméxico, con quienes también es posible acumular millas.



IBERIA ADELANTA SUS VUELOS A CHINA

La compañía decidió adelantar el inicio de las operaciones entre Madrid y Shanghái, previsto para finales de año, al 28 de junio, con tres frecuencias semanales directas. El avión que operará esta ruta es el más moderno de la flota de Iberia: el A330-200, equipado con las nuevas cabinas de largo radio.

La capacidad de este aparato es de 288 plazas, 19 en clase Business y 269 en clase Turista. En ambas cabinas cuenta con entretenimiento individual a la carta y *wi-fi*. En *business* las butacas se convierten en camas de dos metros, todas con acceso directo al pasillo.

El adelanto del lanzamiento de la ruta, que operará los martes, viernes y domingos desde España, y los lunes, miércoles y sábados desde Shanghái, permite promocionar el destino chino como alternativa para los organizadores de convenciones y eventos que están programando las acciones del segundo semestre, sin olvidar que



a partir del 18 de octubre Tokio se unirá a los nuevos destinos propuestos por Iberia.

Shanghái y Tokio no son las únicas novedades del programa de Iberia para los próximos meses. El 15 de mayo la compañía inaugura vuelos entre Madrid y Puerto Rico y el 1 de agosto inicia operaciones desde la capital de España con destino a Johannesburgo, en ambos casos con tres frecuencias semanales. El vuelo a Boston que normalmente opera de marzo a octubre, este año continúa hasta diciembre.

Con motivo de la caída de la demanda a raíz de los últimos acontecimientos, Iberia ha suspendido temporalmente los vuelos a Estambul. También suspenderá a partir del 12 de mayo la ruta hacia Lagos, destino muy afectado por la situación del mercado petrolífero, y Acra - a partir del 17 de mayo - ante la baja demanda registrada.



HOTELES

WORLDHOTELS LLEGA A ECUADOR Y COLOMBIA

El grupo Worldhotels incorporó trece nuevos hoteles en Sudamérica y Europa durante el primer trimestre del año, incluyendo nuevos destinos como Ecuador y Colombia.

La primera incursión del grupo en Ecuador es resultado de un acuerdo con la cadena de hoteles de lujo Oro Verde Hotels por el que se incorporan cinco propiedades: Oro Verde Cuenca; Oro Verde Manta; Oro Verde Machala; Oro Verde Guayaquil y Unipark Hotel en la misma ciudad. Worldhotels entra también en Colombia con la afiliación del Hotel Morrison 114 en Bogotá.

Una nueva alianza con Elite World Hotels en Estambul tiene como resultado la integración de los establecimientos Elite World Business y Elite World Europe de la ciudad turca.

Además, se suman a la red global de Worldhotels los hoteles Prealpina y Rose de Suiza; el Christiania Teater de Oslo; el Bohinj Park Eco Hotel en Bohinj, Eslovenia y el Courthouse Hotel London de la capital británica, donde se sumó también en abril el Courthouse Hotel Shoreditch.

MELIÁ APUESTA POR LA SOSTENIBILIDAD

El grupo hotelero español cuenta con un nuevo programa que ya se ha implantado en todos los hoteles de España y está en fase de desarrollo en el resto de países: EcoTouch afecta tanto a los procesos operativos como a los materiales y gastronomía ofrecidos en los eventos y sin ningún coste adicional para el cliente. Asimismo pretende sensibilizar a los asistentes sobre la necesidad de hacer un uso responsable de los recursos y el impacto medioambiental generado por su actividad.

Destaca el cálculo de la huella de carbono de cada evento, de modo que el cliente lo pueda reducir o compensar. Todos los materiales usados, como las libretas de notas o posavasos, son reciclados. Se potencia el uso eficiente de los recursos, empleando jarras de cristal en lugar de botellas de plástico, iluminación de bajo consumo, equipos con calificación energética A o la recogida selectiva de residuos.

En el apartado gastronómico, el programa EcoTouch potencia los productos mediterráneos, saludables y de temporada, y ofrece menús alternativos para alérgicos o vegetarianos, todos elaborados por cocineros formados en el programa.



MARRIOTT CREA UNA RED DE HOTELES MICE

Marriott International presentó su nueva Red Europea de Congresos (ECN, por sus siglas en inglés): se trata de una colección que reúne 14 hoteles del grupo especializados en acoger congresos y grandes eventos, ofreciendo un punto de contacto único para los organizadores de congresos y convenciones.

Se dirige especialmente a aquellos que se encargan de eventos anuales o bienales en Europa, ofreciéndoles opciones diferentes para cada edición en las principales ciudades europeas y simplificando el proceso de reserva.



Todos los hoteles que forman parte, entre los que figuran el AC Hotel Barcelona Forum y el Madrid Marriott Auditorium Hotel and Conference Centre, ofrecen un mínimo de 350 habitaciones y 2500 metros cuadrados de espacios, con capacidad para al menos 150 asistentes por evento.

La red incluye establecimientos de las cadenas JW Marriott, Renaissance, Marriott, AC Hotels by Marriott o Autograph Collection en ciudades como París, Londres, Berlín, Frankfurt, Lisboa, Copenhague, Baku, Roma, Varsovia, Moscú, Budapest y Bucarest.



¿Qué les caracteriza de cara a los grupos de empresa?

El hecho de que RIU Hotels & Resorts ofrece a las empresas una amplia gama de servicios para grupos de toda clase. Ya sean reuniones, incentivos, convenciones o congresos, RIU tiene un hotel que puede cubrir las necesidades del grupo, sean las que sean. Para ello contamos con tres líneas de hoteles: Palace, Classic y Plaza, en las que ofrecemos opciones para todo tipo de conceptos y formatos a la hora de organizar jornadas profesionales, siempre con la calidez del servicio que nos caracteriza como marca.

¿Dónde se encuentran y cuáles son sus proyectos?

Actualmente el grupo se encuentra en expansión: contamos con 35 hoteles de playa en ocho países de América y el Caribe: México, República Dominicana, Jamaica, Costa Rica, Aruba, Panamá, Bahamas y St. Martin. Nuestra línea de hoteles Plaza -establecimientos urbanos de alta gama- cuenta ya con presencia en USA, México, Panamá y Berlín. Para RIU, 2016 está siendo un año de nuevos proyectos, con las aperturas de dos hoteles Classic Adults Only: Riu República y Riu Reggae.

Riu República será nuestro sexto hotel en Punta Cana (República Dominicana): hemos tenido una presencia fuerte durante muchos años y seguimos apostando por el destino. Abrirá sus puertas en junio. Riu Reggae se sumará a nuestra oferta en Negril (Jamaica) en el mes de diciembre.

¿Qué tendencias percibe en la organización de eventos profesionales?

En lo que va de año estamos percibiendo cambios positivos en el mercado de grupos y convenciones, especialmente en el hecho de que hemos notado un gran repunte en los destinos Panamá y Costa Rica. Cancún y Riviera Maya se mantienen entre los destinos preferidos por los organizadores de eventos MICE. La duración de los programas permanece entre los tres y cinco días dependiendo del formato y el origen del grupo. De forma global continuamos sintiendo la recuperación de este segmento. Para 2016 adelantamos un crecimiento del número de eventos organizados, al igual que en 2017.

Entrevista

Amaury Hernández

Director MICE Corporativo América de RIU Hotels & Resorts

“Abrimos en Jamaica y República Dominicana”



NEW YORK, NEWARK

VÍA LISBOA - 1 VUELO DIARIO
VÍA OPORTO - 2 VUELOS SEMANALES

NEW YORK, JFK

VÍA LISBOA - 1 VUELO DIARIO

BOSTON

VÍA LISBOA - 1 VUELO DIARIO

MIAMI

VÍA LISBOA - 1 VUELO DIARIO

CON LOS BRAZOS ABIERTOS

Hay lugar para nuevas experiencias!



TAP PORTUGAL

con los brazos abiertos

A STAR ALLIANCE MEMBER



Vuelos TAP desde Madrid, Barcelona, A Coruña, Asturias, Bilbao, Valencia, Málaga, Sevilla y desde julio también Vigo. Para más información consulte con TAP o su Agencia de Viajes.

flytap.com





GLOBAL DMC CREA UN BUSCADOR DE RECEPTIVOS

La nueva web de la red Global DMC Partners permite buscar Destination Management Companies (DMCs) en más de 100 destinos de todo el mundo mediante un mapa interactivo. El nuevo diseño incluye un vídeo de introducción, blog y sección de noticias.

Las DMCs pertenecientes a la red se presentan con webs diferentes según el destino que trabajen. En cada página se

puede encontrar información de la agencia receptiva, ejemplos de su oferta y testimonios de clientes.

La web ofrece información, imágenes y un mapa de cada destino, sugiriendo actividades y programas que la DMC puede organizar. Esta herramienta pretende convertirse en referencia para los agentes que ofrezcan a sus clientes destinos en los que no hayan trabajado o quieran renovar programas.



Entrevista

Cristóbal Estalella

Groups, MICE & Charters
Director de Pullmantur
Cruceros

“Ofrecemos un producto rediseñado con muchas novedades”

¿Qué novedades ofrecen este año al sector MICE?

Tras un intenso proceso de escucha activa de nuestros pasajeros hemos diseñado una nueva propuesta de valor que implica destacadísimas novedades en nuestro producto: en el ámbito de la gastronomía, nuestros cocineros a bordo han trabajado mano a mano con el reconocido *chef* Paco Roncero, con dos estrellas Michelin, rediseñando nuestros menús haciendo foco en la dieta mediterránea y española para hacer de nuestro 'Todo Incluido' el mejor del mercado. Además, hemos llevado a cabo un exhaustivo análisis de nuestra oferta de excursiones con el objetivo de aumentar la variedad. Esto no es todo: el Monarch, buque insignia de Pullmantur Cruceros, operará por primera vez dos de nuestras rutas más características y dedicadas principalmente al mercado español: 'Capitales Bálticas' y 'Fiordos del Norte'. Con la llegada de este buque, incrementamos en casi 1000 pasajeros por salida nuestra capacidad. De cara al mercado latinoamericano, la próxima temporada estrenaremos los cruceros 'Islas del Caribe' y 'Caribe Legendario'.

¿Qué rutas son las más demandadas por los organizadores de incentivos?

El Mediterráneo es el destino más demandado por las empresas españolas. No obstante, en los últimos años también estamos experimentando un creciente interés por las rutas del norte de Europa. Mientras, en Latinoamérica nuestras rutas por el mar Caribe tienen gran aceptación. Más allá de que en nuestros barcos el idioma sea el castellano y la oferta a bordo esté diseñada a la medida del público latino, nuestros principales puertos de embarque son Colón (Panamá) y Cartagena de Indias (Colombia), lo que supone una tremenda ventaja en términos de visado.

¿Cómo calificaría el conocimiento del producto Cruceros por parte de las empresas? ¿Percibe un interés creciente?

En los últimos años hemos asistido a un incremento del conocimiento que las empresas tienen sobre esta opción, pero aún queda mucho por hacer. Y es que no debemos olvidar que el sector de los cruceros tanto en España como en Latinoamérica aún es muy joven y está lejos de mercados con una gran madurez como es el caso de Estados Unidos. Pero puedo confirmar que cada vez son más las empresas que nos eligen como opción para celebrar sus convenciones o seminarios gracias a todas las comodidades que ofrecemos y nuestro 'todo incluido'. Nuestros barcos están perfectamente equipados y cuentan con todos los servicios necesarios para celebrar un evento a bordo, con el valor añadido de contar con un marco excepcional: el mar. También quisiera destacar la comodidad que supone para la compañía organizar un evento con un único proveedor, Pullmantur Cruceros, y nuestra capacidad de entregarle un producto en mano perfectamente adaptado a sus gustos y necesidades.

aerolineas.com



Buenos Aires Non Stop.

Desde Madrid o Barcelona. Sólo por Aerolíneas.

Directo a Buenos Aires, a bordo de los nuevos Airbus 330-200 ⁽¹⁾. Sólo vuelos sin escalas desde ambas ciudades hacia la capital argentina. Llegando los primeros, antes que los demás, y en el mejor horario, sin colas ni esperas, a la nueva Terminal C del Aeropuerto Internacional de Ezeiza, exclusiva de Aerolíneas Argentinas. Y para quienes los negocios o vacaciones les llevan más allá, la posibilidad de disfrutar de nuestro recientemente inaugurado Salón Cóndor, un lounge con comodidades de clase mundial, un beneficio para pasajeros volando en Club Cóndor, o con categorías Aerolíneas Plus Oro, Platino, y Elite Plus de SkyTeam.

Viva la verdadera experiencia Buenos Aires non-stop. Sólo por Aerolíneas.



SKY PRIORITY

Prioridad en el check-in, despacho de equipaje y embarque para un viaje cómodo y rápido.



AEROLÍNEAS PLUS

Sume millas y vuela gratis a destinos nacionales e internacionales de Aerolíneas y de las compañías de SkyTeam.

(1) LAS AERONAVES AIRBUS 330 OPERAN ÚNICAMENTE EN LA RUTA MADRID-BUENOS AIRES-MADRID. LA RUTA BARCELONA-BUENOS AIRES-BARCELONA ES OPERADA POR AERONAVES AIRBUS 340-300.



LOS HOTELES URBANOS ¿LA OFICINA ALTERNATIVA?

Los hoteles urbanos se pueden reservar como una oficina por horas utilizando servicios como los ofrecidos por la nueva aplicación Worktel o la plataforma *online* Dayuse.

Esta opción proporciona a los viajeros de negocios un espacio privado en el que trabajar en silencio mientras están en tránsito o a la espera de la próxima reunión. Además, pueden acceder a servicios que no tendrían en una cafetería, como *business centre*, *wifi* de alta velocidad, aparcamiento o transfer al aeropuerto.

Worktel es una aplicación gratuita para iOS y Android que

permite reservar espacios de trabajo por horas en más de 70 hoteles en ciudades españolas y próximamente en otros países de habla hispana. Mediante geolocalización, el usuario puede ver los más cercanos con espacios disponibles, así como precio, horarios y descripción de servicios.

En Dayuse.com se pueden reservar habitaciones durante el día, entre las 10 y las 18 horas, con un ahorro de entre el 30 y el 75% sobre la tarifa media de noche. Éstas pueden ser utilizadas como espacios de trabajo o para el descanso necesario durante un programa de reuniones.



Entrevista

David Hidalgo

Representante de IBTM Events para América Latina y Show Director de IBTM Latam (ex ICOMEX)

“El comprador interesado en Latinoamérica ya tiene una plataforma para negociar”

¿Qué diferencias encontrarán quienes conocían ICOMEX y acudan el próximo mes de septiembre a IBTM Latin America?

Muchos de los cambios que hemos estado haciendo desde que Reed Exhibitions se hizo cargo de este evento han sido de fondo, más que de forma. Entre ellos, la revisión de los estándares de calidad relacionados con la evaluación de los compradores, la manera de comunicar el evento, la propuesta de valor sobre la que estamos cimentando una nueva plataforma de negocio que tiene como objetivo fundamental generar reuniones de negocio eficientes y de calidad. Por eso seleccionamos a los compradores más calificados y profesionales de la región latinoamericana, y no sólo eso, también recibiremos a *hosted buyers* del resto del continente americano y Europa con intereses en Latinoamérica.

Los asistentes se encontrarán con un evento en el que se han revisado todos los estándares de calidad aplicables desde la alfombra del suelo hasta al proveedor aéreo: la experiencia del comprador será tan cuidada que cuando se siente con un potencial proveedor estará contento y pensando en hacer negocio. Generaremos un ambiente de negocio en el que el contexto sólo sirva para contribuir a eso: negociar en las mejores condiciones.

¿Necesitaba Latinoamérica un salón especializado y regional?

Sí, no sólo por los compradores interesados en esta región sino por la necesidad de profesionalización de la oferta. La industria MICE ha evolucionado muchísimo en la región en los últimos quince años y esto ha generado necesidades que no se habían estimado en un principio. Los expositores suelen ser muy jóvenes en este sector, por lo que tratamos no sólo de sentarle frente a un comprador de calidad sino de ayudarlo a definir estrategias, incluso a conocer mejor y presentar su propio producto. El comprador internacional que vea una oportunidad de negocio en América Latina contará con una plataforma para concretar ese interés.

¿La parte formativa será entonces primordial?

Sí, por eso celebraremos más de veinte eventos destinados a asociaciones, *travel managers*, organizadores de congresos y *meeting planners*. Simultáneamente albergaremos las reuniones regionales de redes de referencia como American Express o CWT. No sólo habrá reuniones sino enriquecimiento profesional tanto del lado de los compradores como de los expositores.



aeromexico.com

UNA RUTA ÚNICA, MUCHAS MÁS FRECUENCIAS



A partir de mayo abrimos más vuelos de temporada hacia la Cd. de México saliendo de Madrid.

Disfruta a partir del mes de mayo hasta 12 vuelos semanales, 5 de ellos operados por nuestro 787 Dreamliner, uno de los aviones más modernos del mundo.

Visita aeromexico.com, solicita a tu agente de viajes que tu vuelo sea por Aeroméxico o llámanos al tel. 900 995 282.



ESPAÑA ES LÍDER EN LA CONECTIVIDAD DE SUS AEROPUERTOS... PERO TIENE DEMASIADOS VENUES

Según un estudio del portal de viajes Liligo.com, España es el país europeo con mayor número de aeropuertos que ofrecen conexión *wifi* gratuita, disponible en 28 de ellos. Los viajeros pueden disfrutar de acceso a internet sin coste ni límite de tiempo en un 82% de los aeropuertos europeos.

La conexión gratuita suele ser lenta, por eso los viajeros pueden optar por una versión *premium* de pago que permite navegar a más velocidad y descargar documentos pesados.

Exceso de oferta

Otro estudio realizado por la Escuela de Negocios de la Cámara de Sevilla, en relación a los *venues* en España concluye que existe sobreoferta de espacios para congresos de tamaño medio, con 473 sedes capaces de albergar eventos de más de 500 delegados. La cifra es muy superior a la de países de tamaño similar, que pueden invertir más recursos en una oferta más reducida lo que redundará en mayor competitividad, afirman los creadores del informe.



¿Hacia dónde va COCAL con la nueva presidencia?

Mantendremos la continuidad del plan estratégico de la anterior presidencia que ya había encaminado sus esfuerzos hacia una renovación y modernización de la asociación, por lo que seguiremos avanzando hacia esas metas que nos hemos propuesto. Después de haber trabajado durante estos últimos años para que los países se implicasen más, utilizarasen nuestras herramientas y creciese el número de socios estratégicos, ya contamos con los cimientos, ahora vamos a construir el edificio.

¿Cuáles son esas metas que quieren alcanzar?

En todos los países de Latinoamérica hace falta capacitar y profesionalizar al sector para competir con los países que albergan grandes eventos, que podrían celebrarse en nuestra región porque contamos con la infraestructura necesaria para ellos. Muchos gobiernos han invertido en conectividad, hotelería... nosotros pretendemos que se den cuenta de que pueden alcanzar eventos para los que creen no estar preparados. Queremos concienciarlos de que pueden aspirar a más pero para eso hay que estar preparado. Todos los destinos tienen las herramientas que la Federación pone a su disposición, entre ellas programas de certificación *online* con reconocimiento internacional.

¿Cómo ve a la región latinoamericana en el panorama MICE?

Soy muy ambiciosa en cuanto a las metas: Latinoamérica creció un 3% en el último año según las estadísticas de ICCA. No decreció, y esto es positivo, pero ¿por qué no crecemos más? Porque estamos siempre escuchando que el mundo está mirando a Latinoamérica, hagamos un bloque latinoamericano... pero no estamos captando lo suficiente. La idea de esta nueva directiva es sentarnos con cada país para ver qué no estamos haciendo cuando tenemos más hoteles, la infraestructura necesaria. Los países tienen que reaccionar, los eventos nunca van a llegar solos aunque se cuente con los espacios ideales para ellos.

Otra de las cosas que nos falta es innovar en eventos porque el potencial es enorme y no está siendo aprovechado por los actores del sector. Hay países como Perú que están trabajando muy bien, pero otros podrían captar más eventos internacionales. Tenemos que formar un cuerpo humano: cada órgano tiene una función, pero de su buen funcionamiento depende el de los demás, COCAL debe ser la cabeza de ese cuerpo humano y necesita que los órganos estén en forma para que ese cerebro pueda generar ideas para un cuerpo completo. Aspiramos a la actividad de Estados Unidos o Europa porque tenemos todo para conseguirlo.

Entrevista

Graciela Sánchez

Presidenta de COCAL (Federación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina)

“Latinoamérica creció un 3% en la captación de eventos pero puede aspirar a mucho más”



GIJÓN SUBVENCIONA LOS EVENTOS

Gijón Turismo, a través del Gijón Convention Bureau, ofrece un programa de ayudas económicas para fomentar la organización de congresos, seminarios, reuniones, convenciones, viajes de incentivo y eventos profesionales en la ciudad del norte de España a lo largo de este año.

Se incentivarán especialmente aquellos eventos que atraigan a profesionales del resto del país o el extranjero, así como los que tengan más repercusión en la promoción de la ciudad. Otro criterio que se valorará es la sostenibilidad en la organización y desarrollo de los eventos y reuniones, en línea con el reconocimiento de Gijón por la UNESCO como destino turístico sostenible.

El plazo para solicitar las subvenciones de Gijón Turismo finaliza el 18 de noviembre de este año. La solicitud debe presentarse al menos 30 días hábiles antes de la celebración del congreso, reunión o evento.

LIMA SE PREPARA PARA ACOGER FIEXPO LATAM

La capital peruana se prepara para acoger la novena edición de la Feria Internacional del Mercado de Reuniones y Viajes de Incentivo de Latinoamérica, FIEXPO 2016, que tendrá lugar del 30 de mayo al 1 de junio en The Westin Lima Hotel & Convention Center.

PUNTO MICE estará presente como *media partner* en este salón, único destinado a la industria MICE que se celebra en Perú, y que atrae a compradores internacionales interesados en el continente latinoamericano. El evento ha sido avalado por ICCA (International Congress and Conventions Association).

Oficinas de turismo, hoteles, DMCs, agencias de viaje especializadas y otros proveedores de servicios expondrán sus últimas novedades y propuestas. En 2015, FIEXPO contó con 310 expositores y un total de 1376 participantes. El programa de la feria incluye sesiones académicas, presentaciones de destinos, conferencias, *workshops* y actividades sociales.



Vuela a Asia y Pacifico con SAUDIA

- | | | |
|--------------|-----------|----------|
| Manila | Bombay | Lahore |
| Singapore | Kochi | Peshawar |
| Kuala Lumpur | Dhaka | Karachi |
| Colombo | Jakarta | |
| Guangzhou | Islamabad | |

saudiairlines.com



DUBÁI: HUB DE NEGOCIOS Y CONOCIMIENTO

No es ningún secreto que Dubái es un destino de ocio famoso entre quienes buscan lujo y *glamour*, pero el emirato quiere demostrarle al mundo que es mucho más que un centro mundial para eventos de negocios e intercambio de conocimientos.

Conocido a nivel internacional por sus lugares emblemáticos y el gusto por las iniciativas récord, el emirato es a menudo visto como un emocionante destino de vacaciones: playas de ciudad, calles llenas de rascacielos, atracciones como el **Burj Khalifa**, el edificio más alto del mundo; el **Burj Al Arab**, el hotel más lujoso del mundo, y el **Ski Dubai**, mayor centro de esquí cubierto del planeta, son la imagen de Dubái en la conciencia colectiva.

Un destino que no para

Sin embargo, el emirato está en constante evolución, y más allá de los superlativos, busca consolidarse como *hub* mundial de los eventos de negocios e intercambio de conocimientos. Para ello, Dubái apuesta por la celebración de eventos profesionales de categoría mundial que promueven y enriquecen los sectores económicos claves en su economía -Salud, Servicios financieros, Tecnología de la información, Comercio y Logística-: esto atrae a numerosos líderes internacionales de opinión y decisores en materia de congresos, conferencias y exposiciones.

Como parte del plan **Tourism Vision 2020**,

Dubái duplicará su número de visitantes y triplicará los ingresos por turismo: de los diez millones de visitantes recibidos en 2012 se llegará a los 20 millones en 2020. Este ambicioso plan se centra en el mantenimiento de la cuota de mercado, con la vista puesta en mercados de alto potencial, y el aumento de visitantes que repiten destino tanto en sus viajes de ocio como profesionales. Se espera que en 2020 la ciudad reciba 3,5 millones de viajeros corporativos.



Segmento prioritario

El segmento MICE es un área prioritaria para el desarrollo económico y por varias razones. Según Steen Jakobsen, director de Dubai Business Events -(DBE) convention bureau oficial- "los eventos generan economía del conocimiento y posicionan a Dubái como centro mundial para el intercambio de sabiduría y desarrollo".

Dubái domina la industria de eventos en la región con el 50% de los actos organizados en los seis países del Consejo de Cooperación del Golfo (CCG).

Mejor relación calidad-precio

El aeropuerto internacional de Dubái ofrece conexiones con 260 destinos. Hay más de 630 hoteles en el emirato, lo que significa un total de 89.000 habitaciones. A lo largo de 2016, la planta se ampliará con 25.000 habitaciones más. Mientras crece el número de establecimientos de cinco estrellas, también aumenta el de hoteles de tres y cuatro estrellas. Además de eso, Dubái cuenta con 5600 restaurantes y un altísimo nivel de seguridad, lo que provoca en palabras de Jakobsen que sea "mayor la relación calidad-precio".

Dubái aspira a reunir las sedes regionales de las asociaciones internacionales gracias a incentivos gubernamentales. "Esto ayudará a impulsar la siguiente etapa en el desarrollo del emirato como centro de conocimiento y de la industria de reuniones", explica Jakobsen.

Más información:

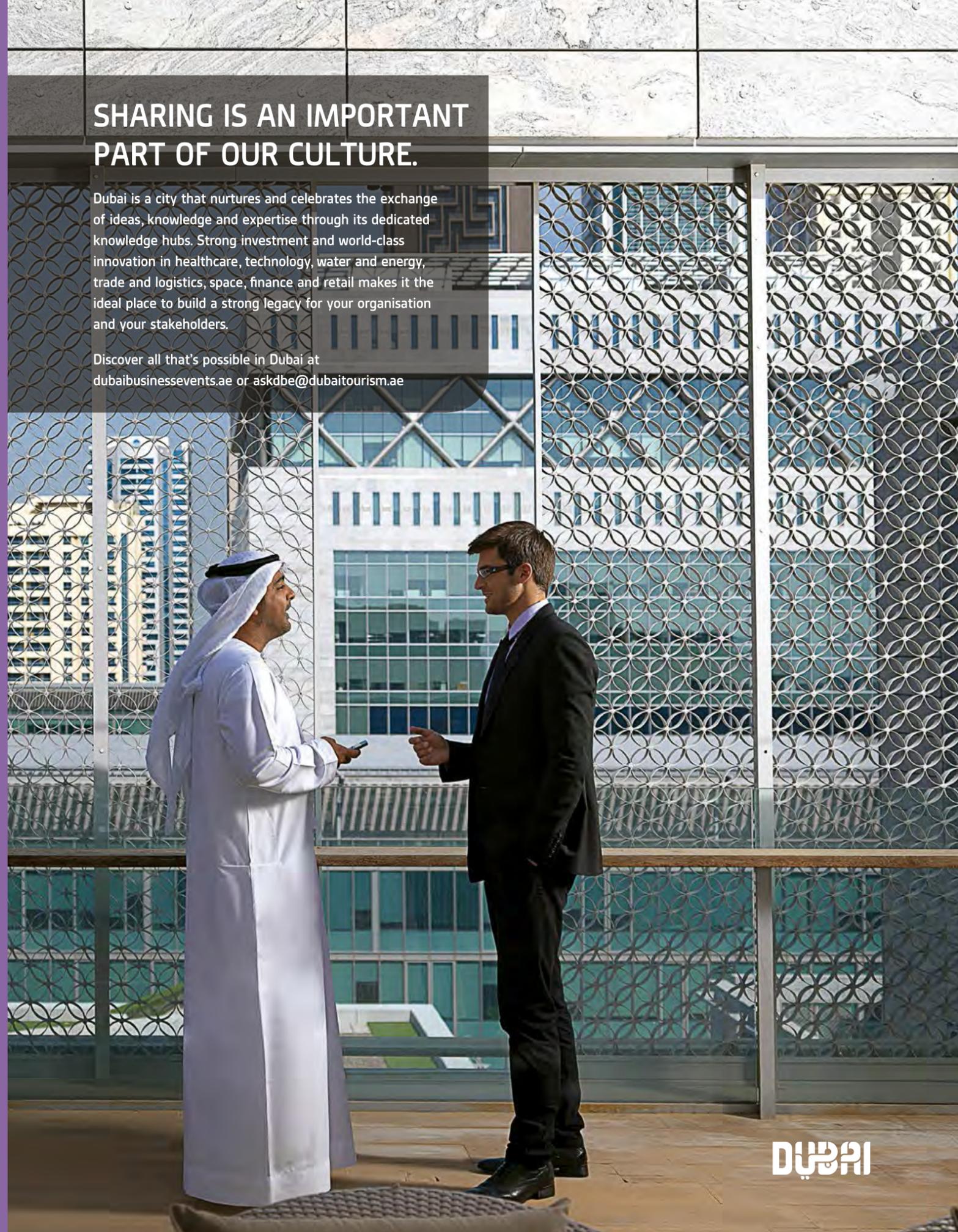
Dubai Business Events
P.O. Box 594 Dubai UAE
Telephone: 00914 2821111
askdbe@dubaitourism.ae
www.dubaibusinessesevents.ae



SHARING IS AN IMPORTANT PART OF OUR CULTURE.

Dubai is a city that nurtures and celebrates the exchange of ideas, knowledge and expertise through its dedicated knowledge hubs. Strong investment and world-class innovation in healthcare, technology, water and energy, trade and logistics, space, finance and retail makes it the ideal place to build a strong legacy for your organisation and your stakeholders.

Discover all that's possible in Dubai at dubaibusinessesevents.ae or askdbe@dubaitourism.ae





EL VALOR DE LA EXPERIENCIA

Por **Javier García**

Las nuevas tecnologías dibujan un escenario entre realidad y ciencia ficción que ha transformado nuestro mundo, nuestra vida y nuestra sociedad y, cómo no, la industria MICE. En este nuevo contexto, hay quien cuestiona la utilidad real de los grandes eventos, del tipo de ferias y grandes congresos, en un mundo tan conectado como el nuestro.

Si bien es cierto que para conocer las novedades de una empresa expositora basta con buscarla en Internet, hay algo que ni las redes sociales ni ninguna nueva aplicación puede sustituir: el contacto personal. Por eso hoy más que nunca, en esta era de las comunicaciones, realidad virtual, mails, *whatsapps*, *twits* y videoconferencias holográficas, el cara a cara es una prioridad a la hora de generar *networking*.

Resolviendo la dificultad del “dónde”

Dónde reunir a grandes cupos de participantes forma parte de las decisiones más complejas a la hora de organizar un gran evento. ¿Hotel?, ¿venue?, ¿centro de convenciones?, ¿recinto ferial? He aquí un dilema que se complica si el organizador quiere dotar al evento de cierta exclusividad o completar con momentos lúdicos el programa de trabajo... ¿queda en este caso hueco en la lista para los centros de convenciones y recintos feriales?

Obviamente, si hablamos de eventos que requieren grandes alturas, introducción de equipos muy voluminosos y

maquinaria pesada, los recintos feriales no tienen competencia. Pero a la hora de decidir dónde reunir a los cientos o miles de participantes en un gran evento que incluya sesiones de formación, conferencias, comidas, fiestas y espacio de *workshop* sin necesidad de techos especialmente elevados, es difícil elegir entre un centro de convenciones, un gran hotel o un *venue* singular, sobre todo cuando estos dos últimos ofrecen grandes capacidades en entornos únicos.

Para los mayores eventos es difícil elegir entre centro de convenciones, recinto ferial, gran hotel o *venue* singular

Espacios y conectividad: la clave

Ante grandes volúmenes de asistencia, la diferencia que inclina la balanza hacia los centros de convenciones y recintos feriales es el hecho de que hayan sido diseñados con este fin. La amplitud es por tanto una de sus armas, y no sólo en cuanto a salones y pabellones: zonas de aparcamiento, descarga, cocina... nacen adaptados a los mayores cupos. La conectividad por carretera y transporte público suele ser otro elemento diferenciador que forma parte de los criterios que justifican la existencia de un gran espacio congresual.

Tal y como defienden las voces de esta edición, aún falta destacar dos cosas importantes: la capacidad de albergar momentos lúdicos y, sobre todo, la experiencia a la hora de trabajar con grandes flujos. El personal de los centros de convenciones está especializado en el manejo de todo aquello que es grande, desde un objeto a un banquete... y sin renunciar al mimo en la atención.

LA VOZ DEL EXPERTO

1. ¿Cómo están evolucionando los congresos y grandes convenciones?
2. ¿Qué les aventaja frente a hoteles o *venues* con grandes capacidades?
3. ¿Qué tipo de programas lúdicos se organizan en sus instalaciones?

Alexandra Torres

Gerente de Marketing y Ventas de Ágora Bogotá (Colombia)

“No se trata de proponer salas sino oportunidades”



1. Es tal vez la primera vez en la historia que los eventos convocan tres generaciones diferentes (*boomers*, generación X y *millennials*) por lo que los congresos y grandes convenciones conllevan más trabajo en ingeniería del contenido. Para los organizadores de un gran evento, el número de asistentes es un indicador de éxito. Por eso la capacidad que tengan el socio local y el destino a la hora de convocar serán relevantes para la selección de la sede.

Los espacios debemos estar adaptados al hecho de que existe un número importante de nuevos profesionales con necesidad de capacitarse y realizar contactos y *networking*. Y no sólo eso, los participantes se dividen en diferentes perfiles y exigencias: por eso es tan importante proponer un amplio abanico de espacios

que permita una correcta definición del contenido del evento. Ya no se trata de ofrecer simplemente salas sino oportunidades para generar intercambio de conocimiento y gestionar la inteligencia colectiva.

2. No sólo es la capacidad. La diversidad de espacios y versatilidad de los recintos feriales permite ofrecer exclusividad sin que los participantes se mezclen con otras actividades en el caso del hotel. La multiplicidad de salones que tiene un centro de convenciones otorga elasticidad a los eventos, que pueden crecer o disminuir.

3. Aún no hemos comenzado a operar por lo que no tenemos experiencia.

Carolina García Directora Comercial y de Marketing del CCIB (España)

“La presencia nunca será reemplazable al 100%”

1. Positivamente en cuanto a número de eventos, que aumentan en todos los segmentos. Estos datos denotan la fortaleza del sector. En un mundo globalizado que se caracteriza por el auge de las nuevas tecnologías y la comunicación digital, la industria MICE mantiene su eficacia como instrumento de marketing al servicio de una mejor relación con clientes, proveedores, competidores, sector y público interno. Pese al cambio constante en el entorno, la presencia no será nunca reemplazable al 100% por los nuevos canales y, por ello, la evolución pasa por potenciar este aspecto fundamental. Cada reunión debe ser única y el

escenario, el más adecuado para poner en valor el contacto real entre personas. Para ello hace falta profesionalidad e instalaciones de calidad, capacidad de adaptación y dinamismo, servicios complementarios y un destino con una marca consolidada y atractiva.

2. Por definición, un hotel ofrece alojamiento mientras que, en su sentido más estricto, un centro de convenciones es el espacio pensado específicamente como sede para reuniones.

3. Claro: cenas, fiestas temáticas de cualquier formato y con amplia variedad de servicios y puestas en escena, conciertos *afterwork*, etc.



1. ¿Cómo están evolucionando los congresos y grandes convenciones?
2. ¿Qué les aventaja frente a hoteles o *venues* con grandes capacidades?
3. ¿Qué tipo de programas lúdicos se organizan en sus instalaciones?

Dzella Campos
Gerente Comercial de Espacio Riesco (Chile)

“Es clave ofrecer buena conectividad en la ubicación”

1. La responsabilidad social y la aplicación de medidas comprometidas con el medio ambiente se valoran a la hora de seleccionar sede. Creo que esto responde a un fenómeno global: hay mayor conciencia de la huella de carbono, los desechos que producen los eventos, la eficiencia energética, etc.

La calidad en los banquetes también es actualmente un factor fundamental, ya que no basta con realizar un encuentro de negocios en un lugar cómodo: hace falta un servicio de gastronomía propio y destacado. Al cliente le importa que exista variedad y calidad, pero sobre todo, que cuente con un producto seguro.

Otro tema que ha cobrado gran importancia es la conectividad. Por último, disponer de un lugar cómodo y bien conectado con suficientes estacionamientos para vehículos de todos los tamaños es clave.

2. Uno de los rasgos diferenciadores es la excelencia en el servicio, que es además personalizado. Es fundamental contar con un equipo capacitado que controle cada detalle y aspectos fundamentales como generar empatía y amabilidad con un cliente, gestionar el evento en sí y solucionar los posibles problemas que se puedan presentar. A eso se suman buenas instalaciones, servicio de restauración propio y variedad de salones versátiles y flexibles.

Mara Anapios
Gerente de Marketing del Centro de Convenciones Buenos Aires (Argentina)

“El gran interés por nuevos centros demuestra que la demanda crece”

1. El gran interés que despierta la construcción de nuevos centros, como es el caso del Centro de Convenciones de la Ciudad de Buenos Aires (CCBA), demuestra claramente que existe una demanda creciente relacionada con este tipo de alternativas para los congresos y convenciones del futuro. El cliente manifiesta la necesidad de encontrar lugares amplios, con luz natural y espacios verdes a que tiene muy en cuenta la sostenibilidad y protección del medioambiente.

2. Muchas veces, a la hora de elegir entre un hotel y un centro de conven-

ciones, el cliente duda porque cree que es lo mismo, pero no tiene en cuenta que los centros de convenciones fueron construidos a partir de una necesidad del mercado y de acuerdo a la demanda para cada lugar. La logística aplicada al acceso y circulación es mucho más ágil y directa. Esto ayuda a ahorrar tiempo de armado y desarme, ya que no hay necesidad de esperar, por ejemplo, en los ascensores.

3. Si bien no hemos comenzado a operar propondremos propuestas lúdicas que tendrán relación con la protección del medio ambiente y la vida saludable, dentro de programas de Responsabilidad Social.



Belén Mann
Directora de Convenciones de Ifema (España)

“Un recinto ferial o centro de convenciones es ágil”



1. Hay patrones que se mantienen, como la pre-reserva con mucha antelación y procesos largos de toma de decisión en los congresos. Los médicos requieren de más apoyo del destino, pero en líneas generales es un negocio que no cambia. Sin embargo, en las grandes convenciones sí se reclama mayor flexibilidad por parte del recinto y se tarda en decidir: se preseleccionan varios destinos y se mide la idoneidad de las ofertas recibidas.

2. Un recinto ferial o centro de convenciones tiene la capacidad de ofrecer una respuesta ágil a todas las peticiones recibidas y

la asignación de un responsable de proyecto a cada acto o congreso, que actúa de puente entre el cliente y los departamentos que proveen los servicios, desde que se envía la cotización hasta que, de confirmarse, termina el evento. Las ferias y centros de convenciones ofrecemos muchos espacios de gran versatilidad, además de un servicio personalizado y cercano.

Por otro lado, los recintos feriales suelen contar con la tecnología necesaria para la realización de eventos de gran formato, plazas de aparcamiento para vehículos y camiones de carga, facilidades para agilizar el montaje y desmontaje de los distintos eventos y como parte de un amplio abanico de ventajas.

3. Obviamente es el organizador el que decide si los eventos lúdicos paralelos a su evento o congreso se desarrollan en nuestro centro o en otros lugares de Madrid. La mayoría de los que tienen lugar en el recinto de Ifema son cócteles -con o sin animación musical o de otro tipo- y cenas de gala.

Arnaldo Nardone
Gerente General del Centro de Convenciones de Punta del Este (Uruguay)

“El cliente no quiere que seamos proveedores sino socios”

1. Los clientes actuales no quieren que pensemos sólo como proveedores de servicios sino como socios para lograr eventos exitosos. Valora que durante todo el evento haya una persona asignada que esté atenta a todos los detalles y tenga poder de decisión para resolver problemas y necesidades inmediatas, así como situaciones inesperadas. Los salones y espacios deben contar con buena decoración para generar atmósferas acogedoras para los participantes. Ya no basta solamente con las instalaciones tal y como fueron diseñadas, sino que se exige mayor cuidado y ambientación, calidad en la gastronomía, limpieza, soporte técnico profesional... eventos a medida en los que todo nuestro *staff* está comprometido al 100% y genere interacción con los delegados.

2. El compromiso con los clientes y sus eventos y un equipo 100% especializado en reuniones y eventos, no en otras unidades de negocios, des-

de una ejecutiva de ventas hasta un coordinador de salas son personal capacitado. No es la infraestructura lo que diferencia a un centro de convenciones: es la cultura de servicios especializados y eso es lo que valoran los clientes.

3. Proponemos un programa de actividades para que los delegados interactúen con el lugar, donde nos encontramos. Contamos con un entorno natural único así que proveemos de bicicletas o la posibilidad de programar clases de taichí y yoga.



LA VOZ DEL ORGANIZADOR

1. ¿Cómo están evolucionando los congresos y grandes convenciones?
2. ¿Qué les aventaja frente a hoteles o *venues* con grandes capacidades?
3. ¿Qué tipo de programas lúdicos se organizan en sus instalaciones?

Juan Felipe Zuluaga

Gerente de Marketing y Ventas de Plaza Mayor Medellín (Colombia)

“La tecnología asegura un buen retorno de la inversión”

1. El mundo de las grandes reuniones está evolucionando a pasos agigantados y los grandes recintos debemos estar preparados para atender el antes, el durante y el después de cada experiencia comercial.

Otro punto importante es que estamos afrontando un cambio generacional en los equipos directivos de las compañías: ahora están más atentos a los detalles, pues los organizadores participan regularmente en eventos mundiales y conocen las nuevas formas de hacer grandes eventos y convenciones, además de convivir con las nuevas tecnologías. Se buscan los eventos sencillos pero prácticos, intuitivos y eficientes, donde el tiempo es el elemento diferencial.
2. Somos mucho más que un espacio para la realización de ferias, convenciones y reuniones: una plataforma de interacción y servicios que generan experiencias de encuentro memorables. La promesa de valor de todo centro, como en nuestro caso, debe fundamentarse en una atención personalizada de cara a la gestión global de cada evento.
3. Nos hemos alineado con la dinámica internacional, donde el diferencial a la hora de escoger un destino es la ciudad de la sede. Por eso ofrecemos a los participantes visitas para que vivir Medellín forme parte de su evento. La infraestructura de Plaza Mayor Medellín permite la inclusión de actividades *team-building* al aire libre, en un jardín de bambús.



Sara García

Gerente Comercial de Expo Guadalajara (México)

“Se pueden realizar eventos con éxito y sin tecnología”

1. Los congresos y convenciones están en constante renovación y cuentan con nuevas herramientas, muchas relacionadas con la tecnología: aplicaciones móviles, realidad aumentada y la realidad virtual... La infraestructura de Internet de las sedes se vuelve vital para el buen desarrollo de los eventos. Asimismo, contar con edificios inteligentes y con prácticas verdes es un factor diferenciador. Por otro lado, se eligen destinos con buena ubicación geográfica y conectividad aérea y terrestre. Dentro de las actividades de los congresos, se incluyen acciones que potencien el *networking* y las conversaciones cara a cara.
2. La existencia de una infraestructura especializada y requerimientos técnicos de los recintos feriales o centros de convenciones tales como la altura y cantidad de salones, la resistencia del suelo para la exhibición de equipos y maquinaria pesada, grandes áreas de patio de maniobras que facilitan el montaje al tener la capacidad de albergar tráileres y vehículos pesados, así como facilidades de servicios eléctricos, drenaje, suspensión o sistemas de seguridad especializados. Por otro lado, disponemos de muchos metros cuadrados y eso nos permite albergar varios eventos simultáneamente, generando sinergias entre los mismos. Las producciones audiovisuales resultan más espectaculares en los recintos precisamente por la amplitud de los espacios.
3. Observamos la necesidad de romper con formatos estandarizados con la introducción de juegos o personajes durante las pausas, música en vivo, animaciones teatrales en base a la cultura regional, deportes... y todo puede tener cabida en nuestras instalaciones.



Dentro de las actividades de los congresos, se incluyen acciones que potencien el *networking* y las conversaciones cara a cara.

BIENVENIDOS AL ESPACIO

IFEMA CONVENCIONES Y CONGRESOS

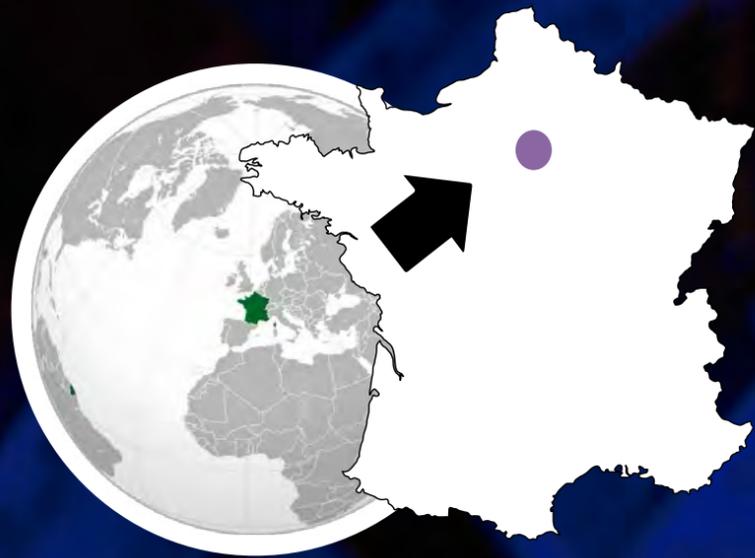
12 PABELLONES | 97 SALAS | 2 AUDITORIOS | 2 PASARELAS



En IFEMA Convenciones y Congresos, podrás alquilar espacios para eventos, convenciones, congresos, reuniones y celebraciones nacionales e internacionales. **Múltiples espacios con infinitas posibilidades.**

www.convencionesycongresos.ifema.es

DESTINO: PARÍS



En el punto de mira

Desgraciadamente, el pasado 13 de noviembre París concentró todas las miradas a raíz de los atentados que la sacudieron. La Ciudad de la Luz se enfrentó al drama aportando garantías de seguridad y, sobre todo, muchas novedades. Porque París quiere que la sigan mirando: por sus espacios únicos para eventos inolvidables, belleza y *savoir vivre*.

Por Eva López Alvarez

Paris siempre será París, dice la canción y los organizadores de convenciones e incentivos cuando se les interroga sobre el impacto que los últimos acontecimientos han podido tener sobre el destino. Y es que la capital francesa sigue siendo un valor seguro a la hora de organizar viajes de recompensa, sesiones de trabajo condimentadas con buena gastronomía en espacios únicos o cualquier evento que busque sorprender.

Aunque oferta para ello nunca ha faltado en París, la ciudad se presenta como un destino renovado desde 2015. Desgraciadamente, el 13 de noviembre todo el mundo habló de apagón: la luminosidad de la Ciudad de la Luz desapareció durante los atentados terroristas cometidos contra la población local. Sin embargo, 2015 fue un

año lleno de novedades y sorpresas que se alarga a este 2016 y promete continuar. París se mantiene por tanto en la lucha por superar ese final de año trágico destacando todo aquello que el destino está creando con el objetivo de fascinar.

Una ciudad que se transforma
Los cambios urbanísticos que están redefiniendo la ciudad comienzan en Les Halles, ese corazón parisino inmerso en una total renovación de la mano del Forum des Halles. Además, se prologan hacia el Grand París, un vasto proyecto urbanístico que transformará el noroeste en una nueva postal cuyo emblema es ya la nueva Philharmonie.

París Expo-Porte de Versailles, el parque de exposiciones del sur, está siendo reconstruido y aportará importantes



novedades al sector de congresos y grandes eventos: el actual *hall 7* se convertirá en 2018 en el mayor centro de convenciones de Europa. La sala plenaria del tercer piso contará con 5200 asientos y un techo acristalado que filtrará la luz del día. Incluirá salas menores y espacios gastronómicos privatizables para actos con vistas panorámicas.

En total, 16.000 delegados podrán participar del mismo evento en este único pabellón. Como parte de las nuevas construcciones, dos hoteles integrarán el recinto generando 440 habitaciones en total. Ya se sabe que uno de ellos llevará en 2019 la firma de Mama Shelter del grupo Accor. Y como remate a este faraónico proyecto, la Tour Triangle está llamada a redefinir el *skyline* de la ciudad.

Nuevos hoteles

Sorprende la cantidad de novedades que ofrece la planta hotelera de París para los grupos en convención e incentivo. **The Peninsula** lidera el grupo de actores que comenzó a actuar recientemente en el destino. Este oasis de exclusividad ocupa el antiguo Majestic, un edificio de 1908 que resulta ser uno de los más bellos ejemplos de la arquitectura aristocrática que define los alrededores del Arco de Triunfo. Este establecimiento es la primera incursión en Europa de la marca asiática.

Con 200 habitaciones, incluye detalles tan del gusto de los amantes del lujo más refinado como el secador de uñas. Los beiges predominan en estancias en las que no falta lo necesario para el que viaja por trabajo: adaptadores, impresora y escáner propio y modo *spa* en el baño están pensados para quienes optimizan al máximo su paso por París sin renunciar al mejor descanso.

Para eventos, The Peninsula cuenta con un *ballroom* que puede albergar 250 comensales, otros espacios singulares como el *cigar bar* privatizable para sesiones de 30 invitados o el famoso restaurante L'Oiseau Blanc, con vistas panorámicas de París: con 40 cubiertos, puede ser reservado para desayunos de trabajo.

El **Renaissance Republique** se enmarca dentro de ese lujo *trendy* que muchos buscan en París: abrió sus puertas el pasado mes de abril con 121 habitaciones. Las ubicadas en los últimos pisos -del seis al nueve- ofrecen magníficas vistas de los tejados y la ciudad. La inspiración étnica e industrial se combina en todos los espacios y culmina en el patio para cócteles con 200 invitados.

Tres salas de reuniones sin luz natural se ofrecen para sesiones de trabajo de hasta 40 participantes en formato teatro. Existen bicicletas de diseño a disposición de los clientes a partir de la categoría "Bobo", que juega precisamente con ese término parisino que tan bien conjuga con este hotel de estilo "burgués-bohemio".

El **Meliá La Défense** fue el último en abrir en el distrito financiero de París, en febrero de 2015. Estratégicamente situado junto a la salida del metro, cuenta con 369 habitaciones en las que dominan los blancos y grises con toques de rojo. Sobre todo, el establecimiento ofrece mucha luz gracias a los grandes ventanales que sirven de muro a las mejores habitaciones y el espacio de *fitness*.

El bar del piso 19, bien llamado Skyline, ofrece una panorámica única de la ciudad. Se puede reservar para grupos en *afterwork* de 150 asistentes en el interior, a los que se añaden los 50 invitados que pueden disfrutar de la terraza. Cuenta con ocho salas de reuniones con capacidad para 320 personas en teatro en la mayor.

Clásicos que se renuevan

El **Hilton Paris Opera**, anexo a la estación de Saint Lazare, nació en 1889 junto a la Torre Eiffel y desde junio de 2015 se presenta como un hotel completamente nuevo. La recepción se ha convertido en el bonito bar que se puede privatizar para eventos en cuya atmósfera se combina el recuerdo de los pasajeros llegados a París desde América tras desembarcar en Normadía y tomar el tren hasta la estación, y la modernidad de una carta de cócteles de moda en la ciudad.

Con 268 habitaciones decoradas en base a blancos y grises, cuenta con ocho espacios para reuniones de hasta 150 participantes.



Patio del Novotel Les Halles

Algunos hoteles han acometido la renovación de sus espacios para eventos. Es el caso del **Intercontinental Paris Le Grand Hotel**, cuyo emblemático Salón de la Ópera, con capacidad para 450 comensales, es aún más majestuoso. El Salón Berlioz, situado justo debajo y con la misma capacidad, parece tuviese luz natural a raíz de las nuevas iluminaciones.

En línea con el renovado barrio, el **Novotel Les Halles** ofrece una nueva cara que incluye el último modelo de habitación *N-room* de Novotel pensado para el viajero profesional: enchufes USB, menús ejecutivos de calidad y ocho espacios para reuniones que serán próximamente redecorados se ofrecen para quienes buscan alojamiento en pleno centro.

Tiene 286 habitaciones entre las que destacan las originales nueve *junior suites* abuhardilladas. El patio interior, con un bonito jardín vertical, se puede utilizar para cócteles de hasta 150 personas. Con estándares de servicio superiores a los que caracterizan a la marca, promete ser referencia para los organizadores de *teambuildings* relacionados con la gastronomía en hoteles.

Será gracias al concepto bajo el que serán renovados los espacios de trabajo: el objetivo es que el delegado se sienta "como en casa", con una suerte de cocina central donde disponga de lo necesario para reponer fuerzas durante los momentos de distensión.



Bar del Hilton Paris Opera

También del grupo Accor, el **Pullman Tour Eiffel** renovó recientemente sus instalaciones, quedando pendiente parte de las 430 habitaciones. Los renovados 2000 metros cuadrados de salones forman parte de los más solicitados de la ciudad. Sobre todo el salón Trocadero, famoso por las impresionantes vistas que ofrece de la Torre Eiffel gracias a su techo acristalado. Alberga banquetes de 200 comensales.

Espacios singulares

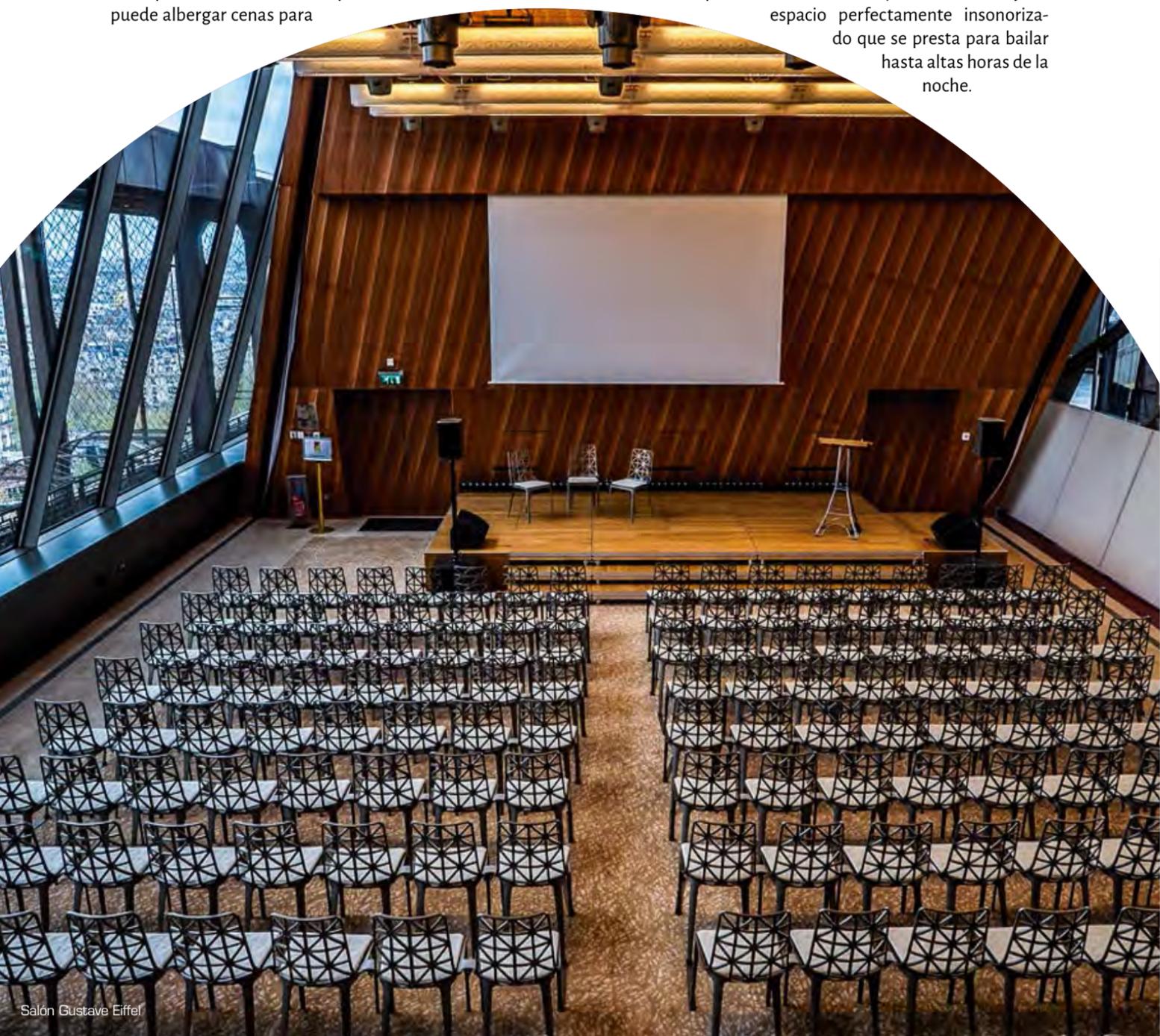
Hasta la Torre Eiffel ofrece novedades: desde 2014, el mayor reto de un ponente en el salón Gustave Eiffel es atraer la atención de los asistentes ante el interés de las vistas. Situado en el primer piso del icono parisino, este cubo transparente puede albergar cenas para

120 invitados y cócteles para 300 personas que pueden disfrutar de las iluminaciones de la ciudad hasta la una de la madrugada.

La nueva Philharmonie de Jean Nouvel ya ha sido utilizada para convenciones de empresa

La visita de la Plaza Vendôme es sin duda un clásico, pero la posibilidad de organizar un evento en el **Hotel Evreux** es otra de las novedades. El grupo especializado en *catering* de alta gama Potel & Chabot ofrece los seis salones de un apartamento parisino del año 1700 con magníficas vistas a la plaza.

Es ideal para cócteles de hasta 130 invitados que pueden continuar de fiesta en el antiguo banco, hoy **Pavillon Vendôme**, que se encuentra sobre la misma plaza. Lo que era la sala de las cajas fuertes es hoy un espacio perfectamente insonorizado que se presta para bailar hasta altas horas de la noche.



En el piso superior, la *mezzanina* puede acoger a los músicos que animen en vivo una cena de gala para 530 comensales. La plaza más bonita de París esconde otra novedad que el sector espera con impaciencia: el hotel **Ritz** de la plaza Vendôme abrirá sus puertas en el mes de junio tras una profunda renovación.

Entre las novedades en cuanto a espacios para eventos que ocupan antiguos palacetes, el grupo Eurosites ofrece a los pies de Montmartre **L'Hôtel Particulier**, una mansión de 1853 para reuniones en un marco exclusivo, con cuatro salones para grupos de hasta 20 personas situados en el piso superior.

Todos cuentan con un pequeño salón adyacente para comidas, creando una especie de "círculo" para sesiones de trabajo y almuerzo. El piso inferior, con patio de entrada y posterior, se utiliza para cócteles de hasta 300 invitados.

Muchas novedades

El grupo Noctis gestiona otra de las novedades de París: el restaurante **Le Balcon**, con 150 cubiertos incluyendo la terraza, domina la nueva joya de la corona del Parc de La Villette,

en el noroeste de la ciudad. La **Philharmonie**, diseñada por Jean Nouvel e inaugurada en enero de 2015, ofrece una excelente agenda musical que merece ser tenida en cuenta por los organizadores de viajes de incentivo.

El Museo de las Artes FERIALES es una de las mejores opciones a la hora de combinar eventos y magia

Grupos de hasta 200 personas pueden disfrutar de tratamiento VIP durante una de las sesiones organizadas en la magnífica sala de conciertos con escenario central y 2400 asientos. Ya se ha utilizado para convenciones de empresa. Un cóctel durante el entreacto puede culminar en una cena sobre la terraza del noveno piso dominando la ciudad. Se podrá privatizar a partir de junio y tendrá capacidad para 700 personas.

El grupo Noctis está detrás de muchas de las novedades que ofrecerá París en materia de restaurantes para eventos. En un ala del Museo del Louvre, como parte del Museo de las Artes Decorativas, el esperado **Loulou** abre sus puertas con vistas a los jardines de las Tullerías. **Monsieur Bleu** es otro de los emblemas del grupo, compartiendo edificio con el Palacio de Tokio, junto al Sena y la Torre Eiffel. La sala del primer piso alberga 40 comensales, la terraza 250 invitados en cóctel.

BCD meetings & events



viajes de incentivo

Eventos Deportivos



arquitectura efímera



Reuniones y Congresos



Eventos Corporativos



Si puedes soñarlo, podemos hacerlo

902 702 891 | bcdtravel.es **Barceló**

GRUPO

BCD travel

BCD meetings & events

B Destination Services

BCD travel viajeros

20x00 viajes BCD travel



Museo de las Artes FERIALES

Este museo se enmarca dentro de la recuperación del barrio de Bercy, en torno al Ministerio de Economía. Los antiguos depósitos de

vino han sido recuperados como espacios comerciales y de restauración que componen una suerte de pueblo dentro de París llamado **Bercy Village**. Próximamente los organizadores podrán contar con bonos de descuento para que los grupos puedan disfrutar de un momento de *shopping* como parte de sus programas.

Muy cerca ha sido recientemente renovada la segunda mayor infraestructura para eventos de París -tras el Stade de France-: el **AccorHotels Arena** es sede de grandes conciertos y eventos deportivos gracias a sus 22.200 plazas y ofrece sus espacios para convenciones de empresa, aunque es necesario tener en cuenta la escasa altura de los techos. Los cuatro salones del piso superior cuentan con acceso directo y luz natural.

El emblemático **Lido** de los Campos Elíseos propone sus espacios para eventos corporativos en un marco que combina *glamour* con la *face*ta más pícaro de París. La tecnología utilizada para el espectáculo de cabaret que cada noche sorprende a los 1100 espectadores que puede recibir, ameniza presentaciones en las que los ponentes pueden “desaparecer” del escenario o presentarse ante los asistentes cual *vedettes*.

Noctis opera buses discoteca con capacidad hasta 75 personas para desplazar a los grupos durante un aperitivo que consista en una degustación de champán con música local durante el tiempo de trayecto.

Eventos de ensueño

Una de las mejores combinaciones que ofrece París a la hora de combinar pasado y futuro es el **Museo de las Artes FERIALES**. La fantástica colección de juegos, carruseles y personajes de las ferias de antaño decoran los tres ambientes que componen el museo.

Hasta 2500 invitados pueden sumergirse en un mundo mágico de juegos, música, luces y sombras, utilizando la bonita calle central que comunica los espacios.

En las salas interiores, además de disfrutar del encanto del entorno, se organizan torneos mediante juegos que trasladan al pasado. Las risas están aseguradas en las atracciones que aún funcionan como el carrusel de pedales.

El **área de Bercy Village** es una suerte de pueblo de tiendas dentro de un barrio renovado

Manteniendo los azules y dorados que caracterizan el Lido, todo el recinto fue completamente renovado el año pasado tras cuatro meses de cierre por obras. Las convenciones, de hasta 900 delegados, que pueden tener lugar en la sala principal, suelen continuar con un cóctel previo al espectáculo. Las famosas bailarinas del Lido se prestan a sesiones de *photocall* con los invitados en veladas cuya temática puede ser el París más coqueto y picante.

Un clásico que siempre gusta es el cruceo por el Sena: Yachts de Paris ofrece su mayor barco, **Le Paquebot**, para cócteles de hasta 1200 invitados durante travesías de dos horas y media. La Barge Liberty es una *house boat* de techo acristalado propuesto para sesiones de trabajo previas al embarque que puede recibir seminarios de 150 participantes.

Paraíso de las compras

Las compras son sin duda uno de los grandes atractivos de París y las **Galerías Lafayette** han hecho de ellas uno de los mejores productos de incentivo que ofrece el destino. Desde septiembre de 2015 este enorme centro comercial compuesto por tres áreas -mujer, hombre y hogar/decoración- cuenta con el salón Opera: en este espacio creado para

eventos se pueden organizar talleres de perfumería, maquillaje o desfiles de moda multimarca.

El recinto cuenta con un producto exclusivo para grupos de hasta cinco personas: un auténtico apartamento parisino de 400 metros cuadrados situado en el último piso se utiliza para sesiones privadas previas a un selecto cóctel sobre la terraza que domina el barrio de Montmartre.

Para los invitados que quieran disfrutar libremente de los más de 70.000 metros cuadrados de las tiendas más exclusivas, existen bonos de compra y tarjetas de descuento personalizables, espacios propios para el pago y exención de impuestos y servicio de *conciergerie* hispanohablante. El tiempo de compras puede culminar en un itinerario privado por la zona *gourmet* con degustación de *delicatessen* locales durante una hora.

Louis Vuitton es una de las marcas que más atrae a los visitantes extranjeros. Está detrás de la construcción de otro de los nuevos iconos arquitectónicos de París:

Las Galerías Lafayette incluyen un auténtico apartamento para los grupos más selectos

Teambuilding en París



Tour gourmand

El receptivo Lafayette propone paseos a pie con paradas en la calle rue Montorgueil, en el corazón de la ciudad, con degustación de quesos, vinos, chocolate... en una calle parisina ideal para compartir impresiones con los locales.



En bicicleta

Durante un recorrido de dos horas y media los grupos se sienten como auténticos parisinos, cada vez más adeptos a la bicicleta. Paradas con explicaciones guiadas permiten descubrir los secretos de la Pirámide del Louvre o la Place des Vosges.



Team Break

En el barrio de La Défense, grupos de doce personas deben cumplir durante una hora una misión en espacios tematizados que transportan a los participantes hasta el mundo de Harry Potter, El Señor de los Anillos o un antiguo museo de paleontología.



Taller de perfume

VAP Incoming es una de las agencias que propone descubrir una de las tradiciones más emblemáticas de Francia: la elaboración de perfumes. En el Museo Fragonard los grupos pueden diseñar su aroma y partir con el recuerdo de su propia creación.

la **Fondation Louis Vuitton**. Inaugurado en 2014, este nuevo museo de arte contemporáneo diseñado por Frank Gehry, domina el bosque de Bologne y acoge los eventos más exclusivos.

En esta área, rodeada de los verdes del bosque, el **Pavillon des Etangs** es una mansión campestre para cenas de gala amenizadas con baile de hasta 160 invitados. El antiguo palomar, de estética industrial, ha sido renovado para conferencias de hasta 400 participantes.

Los espacios del parque se prestan para actividades de *teambuilding* al aire libre, como las que propone Team Break desde hace un año y medio. Además de sus locales en La Défense y el distrito 9, externaliza sus servicios para que los grupos resuelvan misiones durante una hora. Incluso en exterior se pueden tematizar retos relacionados con Walking Dead,

Star Trek o El Señor de los Anillos en grupos de doce personas que deben trabajar conjuntamente para conseguir neutralizar a los enemigos en el tiempo estipulado para ello.

En el bosque de Bologne los grupos pueden resolver misiones tematizadas con Walking Dead o Star Trek

Las novedades de París no terminan aquí. De la mano de los grandes proyectos en los que está inmersa la ciudad nacerán nuevos emblemas de la oferta MICE local como la futura Tour Triangle. Incluirá hotel y centro de convenciones en un horizonte que sitúa su apertura en 2024.

De la mano de la gastronomía, cada vez más restaurantes de referencia apuestan por deleitar a los grupos profesionales, como una división más de esa oferta que no acepta dejar de crecer. Y es que la Ciudad de la Luz quiere seguir siendo referencia de los eventos más glamorosos: pese a las sombras que sobrevuelan la industria MICE, París no piensa dejar de brillar.

Un nuevo corazón

La reconversión del barrio de Les Halles es fiel reflejo del dinamismo de París. A principios de abril fue inaugurado el nuevo Forum des Halles, un espacio comercial perfectamente comunicado con el resto de la ciudad -750.000 personas transitan cada día por el *hub* de metro y tren Chatelet-Les Halles-, en el corazón de la capital francesa y coronado por un nuevo emblema arquitectónico: la Canopée.

Cubriendo un espacio similar al del patio de entrada del Louvre, 15 "cimas" de cristal simulan las alturas de los bosques tropicales y sirven de cubierta a 150 espacios comerciales que incluyen desde tiendas de ropa, complementos, librerías y tecnología a restaurantes de última generación, además de equipamientos como cine, piscina olímpica o gimnasio.

Abierto desde las 10 de la mañana hasta las 8 de la tarde, el Forum des Halles está llamado a ser el nuevo centro neurálgico de la vida local como parte de un proyecto aún en curso que comenzó en 2011 y culminará en 2018. Sigue en proceso la renovación de los jardines Nelson Mandela: más de cuatro hectáreas de espacios verdes unificados que ejercerán de pulmón en el centro urbano bajo un concepto de jardín moderno realizado según los principios del urbanismo comprometido con la ecología. Incluirá una plaza dedicada al *hip hop*.

AIRFRANCE

FRANCE IS IN THE AIR



PARÍS

MINI PRECIOS

A PARTIR DE
49€

AIRFRANCE_KLM

Tarifa solo ida en clase Economy desde Madrid y Barcelona. Tarifa ida y vuelta desde 99€ tasas incluidas. No incluye equipaje facturado, si acepta acumulación de millas Flying Blue. Tarifa sujeta a condiciones especiales y disponibilidad. El precio final puede variar según el canal de venta. Consulte las condiciones de la tarifa y horario de los vuelos en www.airfrance.es

AIRFRANCE.ES

AL RITMO DE MADRID

Lo que hace especial a la capital de España es la capacidad de entusiasmar al visitante por su carácter, vitalidad y optimismo, así como la cultura e historia que enmarcan cualquier evento.

Quien haya viajado a Madrid sabe lo que es sentirse parte de ella. Será por el carácter alegre y abierto que le imprimen sus 3000 horas de sol al año, por su secular condición de crisol de culturas y capital del reino o, tal vez, por su posición estratégica entre continentes... sea por lo que sea, lo cierto es que la ciudad tiene una energía contagiosa y la transmite al visitante las 24 horas del día.

Este carácter dinámico de Madrid se traduce en un mercado turístico cada vez más profesionalizado, moderno y original, en continua evolución y que ofrece al organizador de eventos más y mejores instalaciones y servicios.

El sector hotelero madrileño

Uno de los aspectos más interesantes de la actualidad de Madrid es la evolución que está viviendo su sector hotelero, con una profunda inversión en renovación y apertura de nuevos establecimientos. Ejemplo de ello son Novotel Madrid Center o Marriott Madrid Hotel & Conference Center, el mayor hotel de la cadena en Europa.

Este panorama y las buenas cifras turísticas que la ciudad está alcanzando atraen a inversores como las cadenas internacionales Starwood (futuro W) y Four Seasons (proyecto de Plaza Canalejas): hoteles que enriquecerán en el futuro la oferta de turismo de reuniones existente.



Madrid Marriott Auditorium Hotel



Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid Barajas

Aeropuerto Adolfo Suárez-Madrid Barajas: la plataforma que evoluciona con conciencia ecológica

En lo que se refiere a la conectividad aérea de Madrid, cuyo aeropuerto internacional, Adolfo Suárez-Madrid Barajas, gestiona más de 40 millones de pasajeros al año, se verá reforzada en el año en curso con nuevas conexiones como Paraguay, Hangzhou y Shanghai (China), San Juan de Puerto Rico, La Habana, Johannesburgo o Tokio.

Este aeropuerto se ha inscrito muy recientemente en el Registro de Huella de Carbono. La inscripción, otorgada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de España, fomenta el cálculo y reducción de la huella de carbono por parte de las organizaciones españolas registradas. De este modo, el aeropuerto contribuye a la reducción de emisiones de CO2 y lucha contra el cambio climático.

El Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas es el único aeropuerto español que ha alcanzado -desde 2012-, el nivel 2 del programa "Airport Carbon Accreditation" creado por Airport Council International (ACI) Europe.

Madrid: ferias y congresos internacionales

La ciudad gana en 2016 un importante peso como referente internacional del turismo de negocio al concentrar el 50% de la cuota de ferias

internacionales que se celebrarán en España, según la catalogación que anualmente otorga el Ministerio de Economía y Competitividad a través de la Secretaría de Estado de Comercio.

Estos datos suponen un incremento del 14% respecto a las ferias con carácter internacional celebradas en 2015. En cuanto a los recintos, la actividad ferial se distribuye entre los pabellones de Ifema- Feria de Madrid, que acogerán más del 54%, seguido por la Casa de Campo y espacios feriales polivalentes.

En lo que se refiere a eventos celebrados en los últimos meses, el congreso 2016 World ATM ATCA-CANSO reunió en la ciudad a 6000 delegados especialistas de empresas y asociaciones relacionadas con la navegación aérea. El evento, que celebró su cuarta edición consecutiva en Madrid, acaba de anunciar oficialmente que el congreso se mantendrá en esta ciudad hasta 2022.

Otros eventos relevantes que también están teniendo lugar en Madrid son el 24 Congreso Europeo de Psiquiatría-EPA, con 3500 delegados, o el XXIII Congreso @Aslan, la Asociación de Proveedores de red de Internet y telecomunicaciones, con 4000 participantes.

Aunque, si bien la infraestructura de transportes y la planta hotelera son elementos destacados de la oferta para el mercado turístico de las reuniones y los eventos, lo que hace especial a la ciudad, su toque de distinción, es la capacidad de entusiasmar al visitante por su carácter, vitalidad y optimismo, así como la cultura e historia que enmarcan per-



Ifema-Feria de Madrid

fectamente cualquier evento, ya sea un congreso, una convención o un incentivo.

La apertura de nuevos restaurantes para grupos como Sagardi Castellana o Arzábal Reina Sofía y espacios como Domo Complutense completan la celebración de exposiciones tan espectaculares como la que el Museo del Prado dedicará al V Centenario del Bosco a partir de finales de mayo o la exposición de Renoir en el museo Thyssen-Bornemisza -desde octubre-. Todo ello contribuye a que el viajero de negocios sienta realmente que en Madrid es bienvenido y que en nuestra ciudad los negocios son un placer.

ACERCA DE MADRID CONVENTION BUREAU:

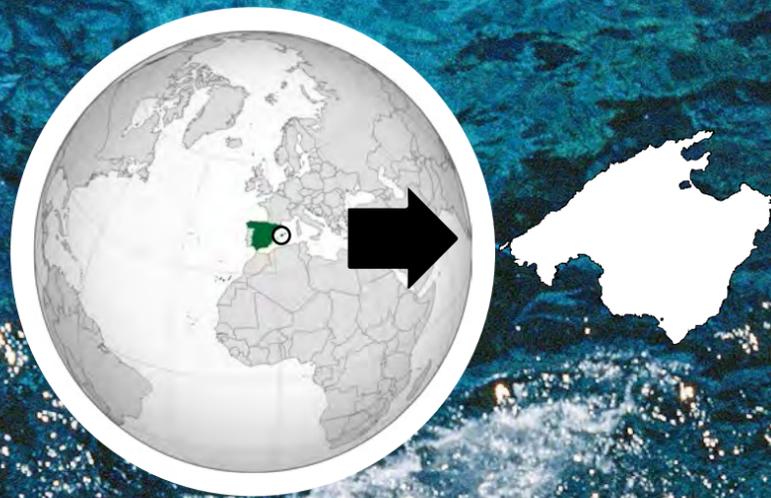
MCB (Madrid Convention Bureau) es un organismo sin ánimo de lucro dependiente de la empresa municipal Madrid Destino, cuyo cometido es la promoción de Madrid como ciudad idónea para acoger todo tipo de eventos profesionales.



Sagardi Castellana



Datos de contacto:
Madrid Convention Bureau
 Plaza Mayor, 27
 28012 Madrid
 info.mcb@esmadrid.com
 www.esmadrid.com/mcb
 Síguenos en LinkedIn:
 www.linkedin.com/company/madrid-convention-bureau



DESTINO: MALLORCA



La isla mayúscula

Por Alejandro Martínez Notte

La mayor de las Islas Baleares reúne autenticidad y exclusividad con el Mediterráneo como único límite. Los bellos paisajes de la Sierra de Tramontana culminan en las aguas turquesas de las calas y, de camino, multitud de *delicatessen* que degustar y la posibilidad de organizar eventos en marcos únicos.

El aeropuerto de Palma de Mallorca certifica la importancia de la mayor isla del archipiélago balear como destino turístico: Son San Joan fue el tercero de España en cuanto a tráfico aéreo en el último global anual, convirtiéndose desde hace mucho en el primero cuando comienza la temporada turística, de junio a septiembre. Situado a diez kilómetros de Palma de Mallorca, capital de la isla, cuenta

con numerosas conexiones nacionales e internacionales, si bien de momento no está conectado con ningún aeropuerto americano.

Su ubicación entre España, el sur de Francia e Italia, lo sitúa a un máximo de dos horas de vuelo de las principales ciudades europeas.

Alemania es el principal mercado emisor para esta isla que es además residencia de numerosos habitantes del norte de Europa deseosos de buen clima. Muchos de ellos están detrás de la creación de espacios artísticos que también albergan eventos como el **CCA Andratx**, el mayor espacio dedicado al arte contemporáneo de la isla.

Fue creado hace 15 años por un matrimonio danés que eligió para su colección un edificio inspirado en la arquitectura tradicional mallorquina y situado en plena sierra de Tramontana. Alberga banquetes, cócteles y seminarios de hasta 120 personas.

Entorno natural

Los mejores paisajes de Mallorca se encuentran precisamente en el noroeste, recorrido por la sierra que da nombre a ese viento que los mallorquines tantas veces mencionan: la tramontana es un aire frío y seco que impacta en el paisaje y, al parecer, también en el humor.

En la zona de Alaro se encuentra uno de los mejores establecimientos rurales de la isla: el hotel **S'Olivaret**. Permite complementar sesiones de trabajo con salidas de senderismo. Con 27 habitaciones disponibles de marzo a octubre, puede ser privatizado en exclusiva para grupos corporativos el resto del año a partir de un mínimo de 15 habitaciones. Cuenta con espacios interiores para convenciones de hasta 100 delegados.

También en un edificio histórico, pero ejemplificando el lujo rural, el hotel **Castillo Son Vida** es una casa de campo aristocrática construida hace 800 años que abrió como hotel en 1961. Tras la modernización de los espacios de trabajo acometida el año pasado, hoy ofrece nueve salas para convenciones y eventos con capacidad para 360 personas en teatro en la mayor, que cuenta además con terraza priva-

da. El mayor de los espacios exteriores del hotel es conocido como el Balcón de Mallorca por sus magníficas vistas de la capital, situada a 15 kilómetros. Con 164 habitaciones, incluye cuatro pistas de tenis y *spa*, así como tarifas preferenciales para el cercano campo Arabella Golf Mallorca, el *resort* de golf más grande de España con tres campos de 18 hoyos. Uno de ellos -Son Muntaner-, está siendo renovado para una nueva apertura en el mes de octubre.

De sobra conocida por sus playas, Mallorca esconde bucólicos paisajes de montaña en el seno de su Tramontana. Los senderistas reciben a menudo el premio de las vistas de una costa de agua eternamente turquesa que se funde con la tierra en las emblemáticas calas. En los días de buen tiempo, sobre todo de abril a noviembre, muchas parecen auténticas piscinas naturales.

Mar de Mallorca

Las entradas de mar entre los acantilados y vegetación mediterránea dan lugar a bonitas playas de arena fina muy concurridas en la temporada turística -de julio a septiembre-. Sin embargo, fuera de la estación de mayor afluencia los grupos pueden disfrutar de salidas al mar en catamarán que culminen con una barbacoa durante la puesta de sol.

El **Velero Rafael Verdera** es un barco que se utiliza para trasladar a los grupos desde el muelle de Palma hasta Mhars Sea Club. En realidad se trata del velero más antiguo en activo de la flota española. El itinerario de una hora es la mejor excusa para disfrutar de las vistas y el aire del Mediterráneo.

Cerca de Palma de Mallorca, el **Mhars Sea Club** abierto de abril a octubre, se puede privatizar a partir de las ocho de la tarde, aunque durante determinados momentos al año puede ser utilizado para eventos de día completo. Hasta 800

personas pueden asistir a un banquete con vistas al mar y sesiones musicales hasta la madrugada.

Palma y alrededores

Situado en la entrada de la capital, a diez minutos del aeropuerto, el palacio de congresos es como un pez varado en la arena llamado a ser el mayor espacio para eventos profesionales de la isla. Por fin ha concluido la construcción de una infraestructura realizada en base a madera africana, aluminio y piedra que imita el *marés* típicamente mediterráneo con el que se construyó la imponente catedral.

Con fecha de apertura aún pendiente, cuenta con dos auditorios, el menor de 462 butacas y el mayor panelable con 1978 asientos. El hotel anexo, pendiente de adjudicación, será un cinco estrellas de 268 habitaciones.

Cerca del palacio de congresos está uno de los *venues* más singulares de la isla: en el **Palma Aquarium** un buzo que aparece por sorpresa puede brindar con los invitados desde el agua mientras les dirige al espacio donde disfrutarán de la cena. Es una sala con capacidad para 50 comensales con los tiburones como principal elemento de animación.

El restaurante **Galdent** pone a disposición de los organizadores una cantera de la piedra local: un actividad de *team-building* consiste en dejar al grupo en plena montaña con el reto de localizar la pequeña puerta de madera que esconde la entrada al recinto. Para eventos de entre 30 y 300 personas, se puede ampliar hasta 800 invitados en cóctel en caso de utilizar las áreas exteriores.

En el Palma Aquarium grupos de 50 personas cenan con los tiburones como figura de animación

Entre la capital y la cantera se ubica el hotel **Blau Porto Petro** de 319 habitaciones. Un área residencial alejada de la zona familiar se utiliza para los grupos de empresa que se desplazan en carros de golf hasta los espacios para convenciones y seminarios recientemente renovados. Entre ellos, un auditorio de 280 butacas y un gran salón divisible con luz natural. Las capacidades alcanzan hasta los 500 delegados en teatro.

Delicatessen mallorquinas

En los alrededores de Palma se encuentra una de las bodegas de vino emblemáticas de la isla. Desde 1931, la cuarta generación de la familia de José L. Ferrer sigue elaborando

Teambuilding en Mallorca



Cata de aceite

Los grupos aprenden a diferenciar las variedades de aceituna que se producen en la isla catando el aceite como si de vino se tratase: aspirando profundamente, dejando después al líquido impregnar la boca y tragándolo posteriormente.



Con sobrasada

Es posible dejar Mallorca llevando como recuerdo la sobrasada que el grupo haya elaborado: se trata de un embutido crudo y curado que se fabrica a partir de carnes seleccionadas del cerdo y que existe en versiones dulce y picante.



Fabricando licor

Los grupos elaboran el licor típico mallorquín a base de hierbas locales, si bien no existe una receta estándar ya que cada mallorquín tiene la suya: por eso se permiten sugerencias que pueden estimular la creatividad, además de diseñar la etiqueta.



Pesca de atún

Aunque se puede organizar desde casi todos los puertos de Mallorca, grupos de hasta seis personas suelen partir muy temprano de Palma y Sóller. La recompensa es alguno de los grandes ejemplares que se pueden pescar entre abril y septiembre.



Hotel S'Olivaret



Mhars Sea Club

caldos con las cepas autóctonas mantonegro, *callet* y *moll*. Actualmente está siendo acondicionado un nuevo espacio para eventos en la que será la nueva **Bodega Veritas**, que estará lista para la vendimia del próximo mes de septiembre: 60 personas podrán participar en un cóctel en el interior con vistas a las viñas.

En las instalaciones de Es Cós, donde vivía en los orígenes quien se encargaba del complejo vitivinícola, se ofrecen espacios para banquetes de hasta 80 comensales. En septiembre se propone que los grupos de empresa participen en la vendimia como parte de un programa de *teambuilding*.

La degustación de *delicatessen* locales

En **El Corte Inglés** se pueden organizar catas de aceite de oliva y sales para grupos de 15 personas como parte de un programa de incentivo se puede realizar en **El Corte Inglés**: hasta 15 personas participan de una explicación sobre las bondades del aceite mallorquín durante una cata de aceites de oliva y sales, descubriendo además las diferentes variedades autóctonas que generan sabores diferentes.

Portals Nous

En el municipio de Calviá, Portal Nous es una de las áreas más exclusivas de la isla y de todo el Mediterráneo, punto de encuentro de algunos de los mejores yates que circulan por las turquesas aguas que rodean Mallorca.

Aquí está uno de los mejores hoteles del destino: el **St. Regis Mardavall**, del grupo Starwood, posee 125 habitaciones y alberga presentaciones masivas gracias a la amplitud de sus salones para eventos.

Los nueve espacios interiores para conferencias cuentan con vistas al mar y terraza para las pausas. Los amplios jardines se prestan para la organización de actividades de *teambuilding outdoor* que completen las sesiones de trabajo. Los delegados pueden descansar en el *spa* o disfrutando de la gastronomía del restaurante Es Fum: una estrella Michelin que reconoce las recetas del cocinero Rafael Sánchez.

Iberostar abrirá en julio uno de los establecimientos más exclusivos de su cartera de hoteles, sólo para adultos: el **Grand Hotel Portals Nous** contará con acceso directo a la playa y 66 habitaciones en un establecimiento *boutique* que sorprenderá por su diseño, ya que cada espacio del hotel pretende ser una obra de arte del diseñador holandés Marcel Wanders.

Especialmente recomendable para incentivos que no impliquen sesiones de trabajo sino el puro disfrute de Mallorca, propondrá originales habitaciones tematizadas, un *spa* de 650 metros cuadrados y acceso preferente a los siete campos de golf que se encuentran en las cercanías.

El grupo Iberostar renovó recientemente las instalaciones del hotel **Royal Cristina**, bajo un concepto todo incluido en segunda línea de playa y en el área de Playa de Palma. En la

mayor de sus salas puede albergar convenciones de 250 delegados.

Lujo y autenticidad

Aunque mantiene la esencia rural en muchos de sus pueblos, Mallorca es referencia del trato más VIP en un entorno mediterráneo. Compañías como **Transfer Club** se han especializado en los desplazamientos que pueden llegar hasta la escalera del avión. De la mano del receptivo **Iberoservices** un detalle que recuerda lo más tradicional de la isla incluye a un grupo de señoras mallorquinas, ataviadas con el traje regional, que ofrecen buñuelos a los participantes como regalo de despedida antes de subirse al avión que les llevará de regreso.

A pesar de ser un destino vacacional de primer orden que está batiendo en las últimas temporadas estivales sus propios récords de afluencia, antes de junio y a partir de septiembre es posible disfrutar de bonitos e inaccesibles paisajes a los que los grupos pueden llegar tras una excursión en 4x4. Qué decir de las magníficas calas que sólo tienen acceso en velero.

Variedad

La isla permite crear programas que abarcan desde lo más exclusivo a lo más popular. Una de las propuestas que sirven



Mallorca · Santanyí
PROFESSIONAL EVENTS
BlauPortoPetro
BeachResort & Spa
★★★★★

Disponemos de todos los espacios perfectos para tu evento.

En PURAVIDA Resort Blau PortoPetro***** hemos creado un mundo de comodidad y tecnología en un lugar privilegiado de Mallorca, a lo largo de 900 metros de costa, rodeado de naturaleza, con amplios espacios interiores y exteriores donde realizar los mejores eventos.

319 habitaciones y Suites	Centro de Convenciones y Auditorium	Salas con luz natural	Amplios espacios con vista al mar	5 Restaurantes 5 Bares
---------------------------	-------------------------------------	-----------------------	-----------------------------------	---------------------------



Carrer des Far, 16. Spain. Mallorca. Portopetro
T. +34 971 648 282 · +34 971 648 283
portopetro@blauhotels.com

PURAVIDA Resort Blau PortoPetro*****
El lugar ideal para que tu evento sea un éxito.
Blauportopetro.com



para conocer la cultura insular es el viaje en tren de Palma a Sóller en antiguos vagones de madera: tras atravesar trece túneles en un recorrido de 45 minutos, Sóller recibe al visitante con numerosas muestras de artesanía local.

El trayecto incluye paradas para fotografiar los paisajes y una vez en el pueblo la excursión puede continuar con la visita de varios edificios diseñados por el arquitecto catalán Antonio Gaudí. Como parada durante el paseo, los grupos pueden asistir a la elaboración, y por supuesto degustar, las cocas dulces y saladas, los licores de naranja o los vinos mallorquines.

Un tranvía conduce al pintoresco puerto que esconde uno de los hoteles más lujosos de Mallorca: el **Jumeirah Port Soller Hotel and Spa** que parece suspendido entre el mar y el cielo al situarse en lo alto de un acantilado. Cierra durante los meses del invierno europeo.

Para incentivos con sede en el casco

antiguo, junto a la lonja de Palma de Mallorca, el hotel **Tres** se ofrece como un establecimiento rústico *chic* de 41 habitaciones y una azotea desde la que disfrutar de las vistas 360° de la ciudad, la montaña y la bahía en la que culmina.

Casco histórico de Palma

También en el casco histórico, y de nuevo ocupando un edificio centenario, el **Palacio Ca Sa Galesa**, con sólo doce habitaciones, se presta a privatizaciones completas en incentivos llenos de exclusividad. La terraza incluye vistas de la ciudad y la catedral.

Un paseo por el centro sirve para descubrir los productos elaborados en cuero tan típicos de Mallorca. Algunas de las tiendas más exclusivas de la capital se encuentran en la avenida Jaume III. A 45 minutos del centro, Puerto Adriano es el último puerto que se construyó en el destino y también sede de las marcas más famosas del panorama internacional.

Nuevos proyectos

Mallorca ya cuenta con una extensísima planta hotelera que incluye 200.000 camas, pero esto no es obstáculo para nuevos proyectos que verán la luz en los próximos años e interesarán a los organizadores de convenciones e incentivos: por ejemplo, la construcción de un hotel Park Hyatt en Canyamel, en el este de la isla bajo un concepto de lujo exclusivo en sus 142 habitaciones. El campo de golf de 18 hoyos anexo será uno de los atractivos que complete la oferta del hotel.

Canyamel está consolidando su fama como destino *cool* dentro de la isla y pequeños hoteles *boutique* están abriendo sus puertas con intención de atraer a los grupos de incentivo deseosos de disfrutar de una de las zonas más desconocidas, y no por ello menos bonitas, de Mallorca. Se prevé que el destino dé mucho que hablar en un futuro cercano.

El área de Playa de Palma, una zona un tanto devastada por el turismo y que se sumergió en un profundo plan de renovación, también albergará nuevos hoteles. Se suman a los más de 25, del total de 140, que han elevado su categoría. Forman parte del objetivo de desestacionalizar una zona sumamente frecuentada entre junio y septiembre pero con poca ocupación el resto del año.

Aún se encuentran sitios desconocidos: Canyamel se consolida como destino cool que dará mucho que hablar

Esto es algo común a toda la isla y que se traduce en interesantes opciones para los organizadores fuera de las estaciones más turísticas, aún más si se movilizan cupos grandes.

Mallorca ofrece opciones para todos los tamaños y presupuestos, todas coloreadas del verde mediterráneo y el turquesa de las calas. Si a eso sumamos las alturas de la Tramontana y los bonitos paisajes que genera, cualquier viaje a la mayor de las Baleares supondrá un soplo de aire fresco.



Vino insular para los más selectos

Sin formar parte de la lista de denominaciones más famosas de España en el imaginario popular europeo y mundial, los vinos mallorquines se incluyen en la carta de muchos establecimientos que proponen caldos selectos de gran calidad. En 1931, José L. Ferrer fue pionero en la isla en el cultivo de la vid y el primero en embotellar vino mallorquín destinado a la exportación a Europa y EE.UU.

A raíz de la crisis de la filoxera que asoló Europa en 1891, los locales apostaron por cepas autóctonas, exactamente mantonegro, *callet* y *moll*, que se mezclan con *cabernet sauvignon*, *syrah*, *chardonnay* y moscatel. El motivo es darle al vino un perfume y color del que carecen las uvas insulares. A consecuencia de la crisis vitivinícola Mallorca no sólo apostó por sus propias uvas: la isla se convirtió en un vergel de olivos y almendros en plena Sierra de Tramontana, lo que hace especialmente llamativo el paisaje montañoso mallorquín en la primavera europea.

La Sierra recibió los primeros y más afamados viñedos, que actualmente se han extendido a la planicie. Muchos nombres acaparan ahora el interés de los amantes del vino, como Jaime Mesquida, pionera en el cultivo ecológico, o Bini-grau, famosa por sus vinos blancos.

LA VIDA MÁS FÁCIL

Smartphones localizados en caso de pérdida y/o robo y protegidos de virus o ataques cibernéticos... las aplicaciones no sólo ayudan a reunir información sino a protegerla, así como a acceder a destinos que reúnen sus servicios para que sean fácilmente localizados desde el teléfono. Hasta son un canal de comunicación con determinados proveedores... el horizonte de las *apps* no tiene límites.

Móvil protegido con Psafe

Versiones: Android

En qué consiste:

- Resguarda al usuario contra ataques cibernéticos o la pérdida/robo del teléfono móvil
- También protege la privacidad bloqueando el acceso de terceros a archivos o datos personales
- Utiliza la nube para procesar datos por lo que no ocupa mucha memoria y la respuesta a cualquier amenaza es más rápida
- Se puede utilizar para liberar espacio en el móvil
- Como antivirus, detecta virus que pueden proceder de diferentes canales como WhatsApp, Facebook o al conectar a un *wi-fi* público. Una vez detectados los bloquea en menos de un segundo
- Actúa igualmente como antirrobo, bloqueando el móvil y permitiendo su localización a través de Google desde cualquier PC o *smartphone*, siempre que no esté demasiado alejado

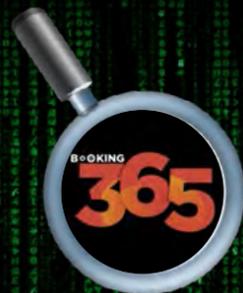


Todos los datos reunidos con Booking365

Versiones: iOS / Android

En qué consiste:

- Es la nueva aplicación móvil del comparador aéreo Servivuelo
- Notifica cualquier cambio en la reserva
- Incluye información sobre la terminal de embarque, horarios y duración del trayecto, así como la previsión meteorológica en destino para los cinco días posteriores a la llegada, además de la apertura del embarque y la puerta asignada en el aeropuerto de llegada
- Si se trata de reservas múltiples, la aplicación asocia y guarda las tarjetas de embarque de cada pasajero
- El viajero puede acceder fácilmente a los datos de contacto de su agencia
- Permite añadir una lista de viaje personalizada en el móvil para no olvidar ningún detalle relacionado con el desplazamiento



Asistencia en el teléfono con Visa

Versiones: iOS / Android

En qué consiste:

- Es una aplicación de Visa Europe que incluye un conversor de divisas, localizador de cajeros automáticos y asistencia telefónica en caso de pérdida de vuelo o de la tarjeta de crédito
- Permite acceder a todos los servicios en los diferentes países europeos incluso sin conexión a internet
- Incluye descuentos y otros beneficios en restaurantes, atracciones culturales o tiendas en una larga lista de países, así como información práctica de cada destino.



El destino Panamá en una app

Versiones: iOS

En qué consiste:

- Conecta al viajero con entidades públicas a través de su *smartphone*
- Remite a un sitio web que contiene un menú con instituciones estatales organizadas en categorías: finanzas, turismo, seguridad, sanidad, trámites... y próximamente transporte terrestre e información sobre tránsito
- Una vez instalada, el usuario debe crear una cuenta y completar los datos requeridos
- Cuando elija una categoría, se desplegarán todas las *apps* estatales relacionadas con sus intereses



Transavia atiende por Whatsapp

Versiones: Android / iOS

En qué consiste:

- Los clientes pueden contactar con la compañía por Whatsapp en inglés, francés, alemán, español, italiano, portugués y holandés
- Pueden enviar sus preguntas en su propio idioma y la aerolínea se compromete a responder en el plazo de una hora, o en menos tiempo siempre que sea posible
- El servicio está disponible los siete días de la semana 8 a 22 horas (hora de Holanda)





DESTINO: BALI (INDONESIA)

El sueño de tantos

Bali evoca playas de ensueño, templos recónditos, culturas exóticas... y lujo. Todo eso reúne esta isla indonesia en la que la sonrisa fácil de los habitantes mejora cada experiencia. Para incentivos únicos, un destino único.

Por Alejandro Martínez Notte

Es un destino codiciado por parejas en luna de miel y turistas ávidos de exotismo. Para ellos se ha desarrollado una hotelería de alta gama idónea para albergar grupos de incentivo. Y es que viajar a Bali es sin duda una recompensa. Desde España, Singapore Airlines ofrece conexión en Singapur tras el vuelo directo desde Barcelona. Desde Latinoamérica, la misma compañía opera el destino desde Sao Paulo, con escala en la Ciudad Condal.

Air France y Saudia Airlines también forman parte de las compañías que operan el destino. Nada más llegar, el aeropuerto internacional Denpasar-Ngurah Rai sugiere exotismo: es el primer testimonio de las formas que caracterizan la singular arquitectura balinesa.

Está en la zona sur de esta isla que tiene forma de corazón. En la parte inferior del mapa se concentran los mejores hoteles y

es aquí donde las infraestructuras gozan de mayor calidad. No por ello los atascos de la capital, Denpasar, dejarán de formar parte de los desplazamientos a otras zonas de la isla: es imposible evitarla.

Aunque Bali, isla y al mismo tiempo provincia de Indonesia, tiene 140 kilómetros de largo y 90 de ancho, no es fácil recorrerla en su totalidad. Los lugares más visitados se encuentran en el centro, sur y este, por lo que norte y oeste, a pesar de su belleza y exotismo virgen, no suelen formar parte de los programas.

Nusa Dua

El extremo sur del corazón, a 15 kilómetros del aeropuerto, es la península de Nusa Dua y aquí se concentra la hotelería más exclusiva. Entre los mejores hoteles figura el **Meliá Bali The Garden Villas**, un asiduo en los programas de incentivo más selectos. Hasta el coco de bienvenida se puede personalizar para grupos de 20 personas.

El complejo ocupa más de 10 hectáreas en un enclave privilegiado, que permite garantizar la serenidad a pesar de contar con 484 habitaciones y 10 villas. Tiene siete espacios interiores para eventos, pudiendo albergar 250 comensales en una cena de gala en el mayor. Los exteriores ofrecen múltiples posibilidades: hasta 500 personas sentadas pueden disfrutar del área de la piscina durante el atardecer. Para grupos de hasta 50 invitados, la misma playa se ofrece como *venue*.

Es posible organizar actividades no motorizadas del tipo de *snorkeling* y *paddle surf*, además de salidas para buceo desde la misma playa del hotel. Algunos de los mejores *spots* de la isla se encuentran a 30 minutos de navegación.

En este hotel se pueden organizar actividades de *teambuilding* que sirven para descubrir tradiciones locales: en una sesión de *fruit carving* se decoran las frutas; haciendo *penjor* se aprende a trenzar el bambú o la hoja de palmera y bailando se conocen mejor las sugerentes danzas balinesas.

Una isla hinduista

A diferencia del resto de Indonesia, donde predomina el Islam como religión, más del 90% de la población de Bali prac-

tica el hinduismo, en una versión local propia conocida como "hinduismo balinés". Creencias animistas y santos budistas se mezclan con numerosísimas deidades hindúes dando lugar a ceremonias que sólo se pueden vivir en esta isla.

Los lugareños son proclives a que el extranjero participe observando sus rituales aunque prefieren que éste haya sido previamente invitado por alguno de los participantes.

En el centro de la isla proliferan los templos y los campos de arroz. Los grupos suelen hacer al menos una noche en Ubud, capital de la fiesta y cultura locales destinadas a ser consumidas por los extranjeros.

Afirman los isleños que el mejor hotel de Ubud es el **Viceroy**, famoso por la tranquilidad de las terrazas desde las que admirar el paisaje montañoso de los alrededores sin sentir el bullicio que generan los visitantes, ansiosos de adquirir recuerdos entre los artistas locales que invaden las calles de la ciudad.

Cuenta con 25 exclusivas villas y entre el abanico de actividades que se ofrecen figuran las sesiones de masaje balinés, clases de cocina y paseos en bicicleta por los arrozales.

Otro de los atractivos turísticos de Ubud es el bosque de los monos: aparecen por doquier y es imperativo prestar atención a cualquier pertenencia que pueda interesarles... en realidad les interesa todo y no dudan en acercarse sin ninguna timidez a los transeúntes.

Auténtico paraíso

Aunque las temperaturas no varían mucho a lo largo del año, Bali cuenta con una estación seca de mayo a octubre, lo que convierte a esta época del año en la más recomendable para viajar al destino. La media anual se sitúa en torno a los 30 grados centígrados con altos índices de humedad y temperaturas frescas durante la noche.

Los mejores paisajes de arroz se encuentran en la zona de Jatiluwih. Esta área fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2008: no sólo por su belleza, también porque los campesinos locales aún aplican técnicas ancestrales de cultivo. Las terrazas son un anfiteatro natural en el que las figuras de la representación son los lugareños

A diferencia del resto de Indonesia, donde predomina el Islam, el 90% de los balineses son hinduistas



Meliá The Garden Villas



Descubra nuestras modernas instalaciones para grupos y eventos



BENEFICIOS ESPECIALES

PARA GRUPOS MAYORES DE 10 HABITACIONES

Le presentamos una gran variedad de modernas instalaciones para eventos y grupos incluyendo nuestras nuevas salas de conferencias que, junto con los servicios de nuestros hoteles vacacionales, ofrecen la combinación perfecta entre negocios y placer.

Nuevo Centro de Convenciones Bavaro · PUNTA CANA

Nuevo Centro de Convenciones Playacar · PLAYA DEL CARMEN

Nuevo Riu Palace Costa Rica · GUANACASTE

Hotel Riu Santa Fe · CABO SAN LUCAS

Hotel Riu Ocho Rios · JAMAICA

Hotel Riu Playa Blanca · PANAMÁ



Para más información sobre beneficios de grupos +52 (998) 848 7890
contacte: grupos@riu.com o visite www.groupsbyriu.com



que siguen practicando el *subak*, un complejo sistema de irrigación y gestión del agua que permite cultivar y recolectar arroz todo el año.

Los altares también se incluyen entre los arrozales ya que antiguamente las terrazas se construían en torno a templos de agua y la distribución era realizada por un sacerdote previa bendición de los cultivos.

Existen varios puntos panorámicos desde los que deleitarse con las múltiples variedades de verde. Los más afortunados podrán pasear entre los surcos y disfrutar de las sonrisas que los campesinos suelen ofrecer al visitante a pesar del arduo trabajo que realizan bajo altas temperaturas.

Siguiendo hacia el norte está otra de las joyas de Bali: el templo de Bedugul, situado sobre el lago de un antiguo cráter volcánico actualmente extinguido. Hace cuatrocientos años que se construyó este complejo en el que conviven las religiones budista e hinduista y que se compone de pagodas, bonitos jardines y numerosos altares en una suerte de oasis religioso que parece flotar en las aguas.

Volcanes y templos

Para disfrutar de los paisajes de montaña nada mejor que desplazarse hacia el norte y admirar el volcán Batur, aún activo y punto más alto de la isla, con 1.717 metros de altura. En muchos momentos pueden escucharse pequeñas erupciones o atisbar las fumarolas que testimonian su actividad.

Particulares formaciones rocosas y exuberante flora sorprenden a los participantes en las rutas de *trekking*. El ascenso permite descubrir magníficas vistas del lago que se encuentra a los pies del gigante. De aquí procede gran parte del agua

Las pequeñas erupciones y fumarolas del volcán Batur recuerdan que se encuentra en actividad



Terrazas de arroz en Bali

que se utiliza en los arrozales del centro y este de la isla, los de Jatiluwih entre ellos.

Suele formar parte de la misma excursión la visita del templo Pura Besakih, en la ladera del Monte Agung. Es el más importante y antiguo de la isla: está compuesto por 22 templos y su visita equivale a perderse por una ciudad hindú.

Otro de los templos más llamativos de Bali es el Batur, desde el que se puede observar el volcán antes mencionado y el lago de la diosa a la que está dedicado el recinto. La construcción con piedra volcánica tan típica de los templos de la zona acentúa la majestuosidad del complejo en el que conviven altares de diferentes religiones asiáticas, siendo un bello ejemplo de la tolerancia que implica la espiritualidad balinesa.

Cabe destacar que las mujeres no pueden acceder a ningún templo en sus días de menstruación ni desprovistas de un *sari*. En los más visitados las vendedoras locales insistirán de manera vehemente ante las féminas extranjeras para que uno de sus atuendos sea el adquirido para la visita.

Espiritualidad única

La espiritualidad es omnipresente en Bali en forma de altares y ofrendas que salpican todos los rincones. Cada día los balineses ofrecen granos de arroz y otros alimentos a las numerosas deidades de su religión. Es frecuente que haya cortes en las carreteras por el paso de procesiones o concentraciones que tienen como motivo implorar a los dioses y compartir comida.

Las playas suelen albergar las ceremonias fúnebres que consisten en arrojar las cenizas del difunto al mar, tras una larga conmemoración que puede durar semanas hasta el momento adecuado para la cremación del cadáver. Una vez realizada, familiares y vecinos parten en procesión tras la imagen del homenajeado y entre cantos y rezos le despiden junto a la orilla.



Ceremonia local

De playa

Las de postal, esas de arena fina y agua transparente que aparecen en todas las postales, se encuentran en el este y sur de Bali, siendo la parte norte y oeste de piedra volcánica y con accesos para el baño a menudo difíciles.

Los primeros complejos hoteleros nacieron en Kuta, que hoy se ha convertido en sede de un turismo internacional más joven y ruidoso, quedando la exclusividad y la calma relegadas a Nusa Dua. De ambas zonas parten numerosas excursiones para la práctica del *snorkeling* y el buceo. Las aguas que rodean la playa de Sanur forman parte de las más codiciadas para los amantes de la fotografía submarina sin necesidad de saber bucear.

Para los más especializados, al este de la isla está el estrecho de Lombok, un fosa marina que esconde un sistema montañoso y alberga especies únicas. Las fuertes corrientes generan gran visibilidad por lo que es fácil divisar especies como el gigantesco pez Luna también llamado *mola mola*.

Las playas de arena están en el sur y este de la isla: el resto son volcánicas y muchas de difícil acceso

Tanah Lot

Cercano al aeropuerto internacional se encuentra uno de los grandes atractivos turísticos de Bali: el templo hinduista de Tanah Lot.

Se trata de un pequeño santuario sobre un islote a 100 metros de la orilla que con la subida de la marea se rodea de agua. La leyenda confirma que unas serpientes protegen el lugar y de ellas sale el agua bendita con la que todo aquel que quiera acceder debe impregnar su frente.

Además de los granos de arroz que los monjes pegan en el rostro del visitante aprovechando la humedad del agua santa, un donativo es exigido para subir a la parte alta. La escarpada costa de acantilados salpicados de templos sobre formaciones naturales en la roca merece el paseo por los alrededores, repletos de tiendas de *souvenirs* a precios imbatibles.

El mejor momento para visitar Tanah Lot es sin duda el atardecer. Es además el momento de presenciar el *kechak*, o danza combinada con espectáculo de fuego que cada día se organiza en el cercano templo de Pura Batu Bolong, situado en un pequeño islote comunicado con tierra por un puente de piedra.

Hospitalidad innata

Aunque los habitantes de Bali, principalmente los del sur, están muy acostumbrados al tránsito de turistas, no han perdido la naturalidad ni la sonrisa fácil. Organizar cualquier actividad de incentivo que implique contacto con los locales permitirá disfrutar de la dulzura y la curiosidad que demuestran aquéllos que pueden comunicarse en inglés, numerosos en el sur y prácticamente inexistentes en el norte.

Prueba de la hospitalidad innata de los balineses es la posibilidad de organizar para grupos en incentivo un recibimiento con danzas en un pueblo local. Los locales no dudarán en abrir las puertas de sus casas, compartir sus costumbres y presentar a sus familiares, siendo posible organizar una ofrenda de arroz y otras viandas a alguna de las deidades locales junto a los miembros de la comunidad.

Compartir con adultos y niños un taller de elaboración de cometas balinesas para disfrutar viéndolas volar en la playa es otra experiencia inolvidable que sin duda dejará huella en las memorias.

Cada vez son más las empresas que apuestan por premiar a sus representantes con un viaje que *a priori* podría desanimar a más de uno por su duración -mínimo 17 horas desde España-. Sin embargo, es tanta la magia que encierra el destino, tanto el exotismo y tanta la amabilidad de sus habitantes que los viajeros no pueden regresar con otra impresión que la de haber recibido un regalo único.

Los proyectos hoteleros en curso muestran el interés creciente por parte del público en general. Los organizadores de incentivo, tal y como testimonian los representantes de las compañías aéreas que operan en Bali, también forman parte de los interesados en un destino tan soñado por muchos. Y es que Bali, a pesar de ser sólo una más de las 17.000 islas de Indonesia, es un enorme tesoro único en el mundo.





ANÁLISIS DE PRODUCTO: PARQUES TEMÁTICOS

No sólo cosa de niños

La proliferación de parques temáticos en todo el mundo ha captado la atención de los organizadores de congresos, eventos e incentivos, que ven en estos espacios una alternativa ideal para combinar ocio y negocio. Conscientes de ello, los responsables de los parques nos cuentan cómo invierten en mejorar su oferta para grupos.

Por **Cristina Cunchillos**

Ya lo dijo Platón: “se puede descubrir más sobre una persona en media hora de juego que en un año de conversación”. Los organizadores de incentivos y actividades de *teambuilding* aplican esta máxima continuamente, introduciendo elementos lúdicos en los programas que organizan para empresas. Pero, ¿se debería jugar con algo serio como un congreso o una reunión de alto nivel?

A juzgar por el número de convenciones y eventos que se celebran en parques temáticos, la respuesta es un rotundo sí. Estos espacios ofrecen un ambiente relajado para una recepción o un *networking* post-congreso. La oferta lúdica del parque puede ser el complemento ideal que rinda la ocasión más memorable.

El niño que llevamos dentro

Los participantes pueden olvidar sus inhibiciones y despertar al niño que llevan dentro. No hay mejor forma de establecer un vínculo con nuevos contactos que compartir una experiencia divertida, sea jugando con figuritas Lego, una foto de grupo con los Simpson, Mickey Mouse, Elmo o Bugs Bunny, o un emocionante viaje en montaña rusa o simulador de última generación.

La mayoría de los parques de hoy en día no sólo ofrecen atracciones: son completos *resorts* con variadas opciones de

alojamiento asociados a sus espacios de trabajo. Todos cuentan además con varios restaurantes donde se pueden celebrar cócteles o cenas de gala sin descartar una gastronomía de calidad.

Algunos ofrecen sus teatros o escenarios de espectáculos, en principio destinados a los visitantes de ocio, como *venues* para eventos. Y en los casos más avanzados de cara a la industria MICE, cuentan con centro de convenciones propio dotado de las últimas tecnologías aplicadas a eventos.

Una oferta muy diversa

La gran diversidad de opciones en un mismo lugar es el principal atractivo a la hora de celebrar un evento o congreso en un parque temático. Los grupos pueden trasladarse de un ambiente a otro en tan sólo unos minutos, pasando por ejemplo de una conferencia en un teatro chino a una cena en un salón del lejano oeste con tan sólo dar unos pasos.

Es una oferta que cambia continuamente. Cada año hay nuevas atracciones, siempre buscando proporcionar emociones más intensas, con mayor velocidad o usando la última tecnología. También se añaden nuevos personajes que interactúan con el público, ya sean resultado de películas de moda como los Minions en Universal Orlando o pertenecientes a nuevas áreas temáticas como Sésamo Aventura en PortAventura.

Y no sólo eso: los complejos no dejan de crecer con más hoteles y hasta nuevos parques temáticos anexos. La consecuencia es que un mismo grupo podría regresar al mismo recinto

to sin dejar de vivir experiencias diferentes en cada ocasión que se presente.

La imaginación: el único límite

Otra ventaja de celebrar un evento en un parque temático es que no es necesario decorar el *venue* o tematizar la velada. Es algo que viene con el producto y sólo queda elegir entre un ambiente Maya, una aventura con superhéroes o un mundo de fantasía Disney, por poner algunos ejemplos.

La creatividad de los parques no tiene límites, algo que no es de extrañar cuando reúnen atracciones creadas por gigantes del cine como Universal Studios o Warner Bros. Esta habilidad a la hora de crear mundos de ensueño se traslada al diseño de eventos corporativos realizados a la medida de las necesidades o deseos del organizador.

En manos de profesionales

Demostrando la profesionalización de un producto de ocio y su adaptación al MICE, muchos parques cuentan con equipos dedicados que cubren todos los detalles, desde la restauración al diseño de un *teambuilding*. Solo queda elegir dónde disfrutar trabajando.



QUEREMOS SABER...

- ¿De qué espacios disponen para congresos y convenciones?
- ¿Podría describirnos la oferta lúdica asociada que ofrece su recinto?
- ¿Por qué marca la diferencia organizar una convención en un parque temático?

Aura Maristany Gerente de Grupos y Convenciones de Xcaret (México)
“Ofrecemos un amplio abanico de posibilidades según perfil e intereses”

Contamos con más de 20 espacios diferentes tanto al aire libre como en cavernas y teatros que brindan un sinnúmero de posibilidades para cenas, cócteles, conferencias, conciertos o actividades exclusivas, que pueden abarcar desde una cata en nuestra Cava Vino de México para 20 personas hasta una cena durante la presentación de Xcaret México Espectacular para 1870 asistentes.

Ofrecemos programas de integración orientados a apoyar el logro de los objetivos de nuestros clientes a través del disfrute de nuestras instalaciones y atractivos. Organizamos deportes acuáticos, talleres y recorridos por el parque, así como otras actividades representativas de nuestra cultura, como el Juego de Pelota, danzas prehispánicas, desfiles de trajes típicos o un despliegue de bailes regionales.

Por el carácter único y originalidad de las actividades ofrecidas, que se desmarca por completo de los recintos habituales, aseguramos una experiencia inolvidable. La calidad y servicio de clase mundial que ofrece Experiencias Xcaret, junto con la variada oferta de espacios y actividades, brindan un amplio abanico de posibilidades para diferentes perfiles e intereses, desde la contemplación y contacto con la naturaleza hasta actividades de aventura, abarcando opciones de día completo o medio día.



Alberto Roncero Jefe de Ventas de Grupo Parques Reunidos (España)
“Contamos con espacios perfectamente equipados”

El Parque Warner Madrid ofrece cuatro espacios principales, tres de ellos con acceso para discapacitados. El Teatro Chino tiene aforo para 675 asistentes y dos zonas diáfanas anexas para servicios de *coffee break*, exposiciones o *workshops*. La Casa Blanca ofrece 700 metros cuadrados con capacidad para 600 asistentes en formato cóctel. El Teatro Hollywood, con aforo para 450 personas, cuenta con una zona de *pre-show* de 300 metros cuadrados diáfanos. Finalmente, el Teatro Especialistas es un auditorio semicubierto con capacidad para 2500 asistentes.

Las diferentes áreas temáticas y nuestros personajes suponen una ventaja competitiva respecto a otros espacios. Gracias a ello podemos proponer múltiples opciones a la hora de programar espectáculos para amenizar cenas, presentaciones, jornadas de trabajo, etc. Son algunas de las muchas posibilidades que brinda Parque Warner. Además, contamos con los mejores proveedores de actividades con las que trabajar valores corporativos a través del *teambuilding*.

Contamos con espacios perfectamente equipados para todo tipo de eventos de cualquier magnitud gracias a la amplia variedad de auditorios, salas e instalaciones. La combinación de negocio y ocio que ofrece Parque Warner nos coloca en una posición preferente en la organización de todo tipo de eventos corporativos.



QUEREMOS SABER...

- ¿De qué espacios disponen para congresos y convenciones?
- ¿Podría describirnos la oferta lúdica asociada que ofrece su recinto?
- ¿Por qué marca la diferencia organizar una convención en un parque temático?

Rebecca Peyton
Gerente Senior de Ventas de Eventos de Universal Orlando (EE.UU.)
“Pronto tendremos nuevo hotel y nuevo parque acuático”

Universal Orlando Resort ofrece diversas opciones para congresos y eventos a partir de 20 asistentes: cuatro hoteles tematizados a los que se añade este año el Loews Sapphire Falls Resort, de ambiente caribeño; dos parques temáticos, Universal Studios Florida y Universal's Islands of Adventure; y el centro de ocio Universal City Walk. Próximamente abriremos un nuevo parque acuático: Universal's Volcano Bay.

Hay opciones para todos los gustos. Además de las atracciones de los parques, ofrecemos eventos tematizados como una encantadora fiesta callejera en New York Street, aventuras con los superhéroes en Marvel Súper Hero Island o un evento mágico en The Wizarding World of Harry Potter. También organizamos actividades de búsqueda de tesoros y de producción de películas.

Porque no existe un lugar con tal variedad de espacios y hoteles para eventos en un mismo lugar y cerca del aeropuerto. La combinación de gigantes del ocio y la hostelería como Universal y Loews Hotels proporciona un estándar de calidad sin igual. Además de marcas de ocio de renombre mundial, ofrecemos una restauración ganadora de premios y un servicio superior para que cada congreso sea excepcional en todos los aspectos.



Laura Valdeolivas
Directora de Portaventura Business & Events (España)

“Ofrecemos el valor añadido de nuestro centro de convenciones”

Ofrecemos varios espacios adaptables a todo tipo de eventos de empresa, pequeños o grandes. Disponemos de un centro de convenciones con capacidad para 3000 personas, en un entorno mediterráneo con amplios jardines y vistas al mar, cinco hoteles con más de 2000 habitaciones en total, 30 restaurantes, un Beach Club, campos de golf y la opción de abrir diferentes áreas de PortAventura Park en exclusiva para las empresas.

Contamos con una amplia gama de restaurantes para cenas de gala o temáticas. A la hora de organizar actividades de *teambuilding*, la imaginación es el único límite. Ofrecemos divertidas opciones como *gymkhanas*, búsquedas del tesoro, actividades acuáticas, experiencias gastronómicas, talleres, espectáculos musicales y teatrales, deportes, etc. Sin duda, reservar el parque o áreas en exclusiva es lo más popular.

En nuestro caso, la diferencia está en el valor añadido de nuestro centro de convenciones. Realizamos todo tipo de eventos, del más lúdico al más serio, donde conviven ocio y negocio: el parque temático es un complemento a la actividad que tiene lugar en el centro de convenciones. Contamos con un equipo dedicado a eventos, ofreciendo un único interlocutor para las gestiones con las diferentes áreas del *resort*.



QUEREMOS SABER...

- ¿De qué espacios disponen para congresos y convenciones?
- ¿Podría describirnos la oferta lúdica asociada que ofrece su recinto?
- ¿Por qué marca la diferencia organizar una convención en un parque temático?

Lisa Gower Gerente de Eventos y Congresos de Legoland Windsor Resort

“Cada vez más empresas buscan un enfoque nuevo para sus eventos”

Las modernas instalaciones del hotel Legoland Windsor Resort pueden acoger conferencias de hasta 300 delegados y contamos además con tres salas adjuntas que pueden acomodar hasta 20 personas. La Suite Lego es el sitio ideal para mezclar ocio y negocio, con el toque singular de nuestra marca para hacer que cualquier evento sea más divertido y memorable. Organizamos desde congresos a presentaciones, seminarios, exposiciones, cenas de gala privadas y *teambuilding*, a la medida de las necesidades del cliente.

Lego es diversión y educación. Nuestras actividades de *teambuilding* permiten desarrollar la habilidad de comunicarse más eficazmente, despertar la imaginación y afrontar el trabajo con mayor confianza y dedicación. Se puede dar colofón a un congreso con el alquiler privado de una de las atracciones del parque, como el Atlantis Submarine Voyage, seguido de una cena privada en la Suite Lego con la cordial bienvenida de uno de nuestros personajes -una oportunidad genial para fotos de equipo-.

Legoland Windsor Resort Hotel es reconocido como un destino único que inspira no sólo a los visitantes habituales sino también a los clientes corporativos. Conforme cada vez más empresas buscan dar un enfoque nuevo a sus eventos y quieren crear un ambiente que sea profesional y divertido al mismo tiempo, Legoland Windsor Resort ofrece todo lo que necesitan, y más, para disfrutar de un día memorable tanto de placer como de trabajo.



Nicolas Dupeux Director de Business Solutions Disneyland Paris

“En Disney sabemos muy bien contar historias con mensaje”

Disponemos de 19.300 metros cuadrados de espacios profesionales que incluyen dos centros de convenciones y dos estructuras cubiertas destinadas a eventos y dos parques temáticos que se pueden privatizar totalmente, de modo que el grupo pueda disfrutar de algunas atracciones, o completamente, además de restaurantes temáticos. Para completar la oferta de nuestro recinto: 8200 habitaciones de hotel en 15 establecimientos. Estamos a diez minutos del aeropuerto Charles de Gaulle y 35 minutos de París.

Nuestra ventaja es que proponemos un marco para eventos de empresa con un alma propia, con decorados que surgen a los participantes en universos diferentes que permiten tematizar las cenas de gala, además de la oportunidad única de utilizar las atracciones de Disneyland Paris, el lago que tenemos en el recinto o el bosque anexo a nuestros espacios para actividades de *teambuilding* deportivos, artísticos o ecológicos. En nuestras instalaciones los asistentes pueden convertirse en actores de una película, jugar al casino, competir en carreras de motos de agua o cantar junto a su equipo para ser los campeones de un concurso de estrellas.

Un evento con nosotros será una experiencia rica en emociones ya que en Disney sabemos muy bien contar historias al servicio del mensaje de la empresa y de manera impactante: ¡nuestra imaginación no tiene límites!

PUBLIRREPORTAJE

ESPACIOS SINGULARES PARA EVENTOS ESPECIALES

Es mucho más que un espacio: una puerta abierta a un mundo de posibilidades en el corazón del Mediterráneo donde convertir en éxito cualquier evento de empresa.

PortAventura Business & Events ofrece todo tipo de experiencias originales para que cualquier evento de empresa sea un éxito. Es mucho más que un espacio, es una puerta abierta hacia un mundo de posibilidades en el que los eventos encuentran la creatividad y originalidad necesarias para convertirse en recuerdo que perdure en la memoria de sus asistentes.

PortAventura World dispone de una amplia oferta compuesta por un gran centro de convenciones con capacidad de diez a 3000 personas, cinco hoteles de cuatro y cinco estrellas, restauración propia, *beach club*, campos de golf y PortAventura Park.

En el corazón del Mediterráneo

Experimente la agradable sensación de vivir un evento en el corazón del Mediterráneo rodeado de amplios jardines y con vistas al mar en el centro de convenciones de PortAventura Business & Events, un espacio de 13.000 m2 compuesto por 18 salas modulares y polivalentes, totalmente adaptado para eventos tecnológicos.

A la hora de organizar actividades de *teambuilding*, PortAventura Business & Events ofrece un gran número de actividades: *gymkanas*, búsquedas del tesoro, atracciones, actividades acuáticas, experiencias gastronómicas, talleres, espectáculos musicales y teatrales, deportes, etc.

Desde la decoración minimalista del restaurante Lumine hasta la ambien-



tación temática del Saloon del Far West o la Cantina Mexicana, pasando por un cóctel en el lago de Mediterránea y una cena en el restaurante Bora-Bora en Polynesia: PortAventura Business & Events cuenta con un departamento propio de restauración que se adapta a las diferentes necesidades del cliente.

Hotelería propia

Tras una intensa jornada de trabajo, el alojamiento es clave y la comodidad, imprescindible. PortAventura World pone a disposición de sus clientes 2100 habitaciones en cinco hoteles propios, cuatro de categoría cuatro estrellas y uno de cinco, a escasos metros del centro de convenciones.

También es posible disfrutar de PortAventura Park en exclusiva: el equipo de Business & Events ofrece abrir áreas temáticas del parque para que los asistentes vivan una experiencia irrepetible y sientan la emoción de atracciones, espectáculos privados y restaurantes temáticos.



PortAventura World, que apuesta continuamente por la innovación, está desarrollando el proyecto más ambicioso de su historia: Ferrari Land, el primer y único parque temático en Europa dedicado a la mítica firma italiana, se inaugurará en 2017, con una superficie de 60.000 metros cuadrados y con gran variedad de nuevas y emocionantes atracciones para todos, y muy especialmente para los aficionados a la adrenalina.

CÓMO MOTIVAR CON SOLIDARIDAD

Por **Cristina Cunchillos**

Las actividades de *teambuilding* mejoran la moral de los empleados, ayudan a desarrollar habilidades y generan buen ambiente de equipo. Si además son solidarias, la autorrealización se propaga por una plantilla más leal y productiva. Y es que con actividades que generan un impacto positivo en el entorno social y medioambiental, todo el mundo gana.

Vivimos en una sociedad que cada vez requiere ser más responsable y solidaria; los múltiples debates sobre el cambio climático nos conciencian del impacto de nuestras acciones sobre el medioambiente; situaciones sociales como la actual crisis de refugiados en Europa nos recuerdan que existen grupos desfavorecidos en todo el mundo; contamos con más información y estamos más sensibilizados con la discapacidad o las necesidades de quienes padecen ciertas enfermedades... Estamos rodeados de retos que nos incumben a todos, y sabemos que todos podemos ayudar. Por eso el concepto de responsabilidad social ha cobrado tanta fuerza en las últimas décadas.

En el ámbito corporativo, las empresas buscan aportar su grano de arena mediante políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), ya sea por iniciativa propia o porque así lo esperan sus clientes o accionistas.

Hoy por hoy contar un programa de RSC no es una exigencia legal sino algo que las empresas adoptan voluntariamente en mayor o menor medida: mientras que algunas se limitan a mejorar la gestión de sus desechos otras participan en algún torneo benéfico... también hay quien centra sus esfuerzos en trabajar con la comunidad local y proteger su entorno natural. Sea como sea, la RSC coherente es aquella en la que los representantes de la empresa participan y adoptan los principios que la definen.

Vincular a los representantes

Las actividades de *teambuilding* son la excusa ideal para vincular a los empleados con estas políticas, del mismo modo

que contribuyen a difundir otros valores corporativos. El resultado es doble: se motiva a los participantes mediante una experiencia que genera la impresión de que sus esfuerzos repercuten directamente, y de forma positiva, en un colectivo o en el medioambiente.

Por eso la combinación de iniciativas de RSC y ejercicios de motivación en programas de *teambuilding* responsables y solidarios es una opción cada vez más popular.

Cómo organizar un *teambuilding* responsable

Se pueden diseñar múltiples actividades que, además de probar la destreza de los participantes y fomentar el trabajo en equipo, resultan algo tangible que beneficiará al entorno natural o social en el que se llevan a cabo. Por ejemplo, los grupos pueden acometer la reforestación de un terreno o la limpieza de arroyos, trabajar en el acondicionamiento o construcción de instalaciones educativas o en el montaje de juguetes y equipamientos para menores sin recursos.

Por ejemplo, tras la última sesión de trabajo del congreso 2016 de la Federación de Organizadores de Congresos y Afines de América Latina (COCAL), los participantes fueron divididos en grupos. Cada uno debía terminar de construir una silla de ruedas que posteriormente sería cedida a una comunidad de Guadalajara (México). No sólo queda patente la implicación de los asistentes en el reto. El momento lúdico llegó cuando mediante una carrera se probaron los equipamientos. Y la emoción repleta de satisfacción, llegó con la entrega a un grupo de niños.

Otra forma de añadir un elemento de responsabilidad social a una actividad de *teambuilding* es utilizando la iniciativa para recaudar fondos destinados a la asociación benéfica que la empresa elija.

Un ejemplo consiste en organizar una sesión de cocina en la que los participantes deben demostrar sus habilidades haciendo pasteles que posteriormente

pondrán a la venta. Otra posibilidad consiste en organizar una clase de música tras la que los participantes darán un concierto para el que se venderán entradas, todo ello con fines benéficos.

Receptivos implicados

Cada vez hay más receptivos que organizan este tipo de programas. La agencia argentina Sintec-Tur trabaja con la oenegé Techo para ofrecer una actividad en la que los grupos construyen casas de madera para familias necesitadas.

En México, Teams propone el ensamblaje de bicicletas que se regalan a niños desfavorecidos: una actividad, entre otras, que también ofrecen Exploramás en España y O3E en el Reino Unido. Esta última es una agencia que se dedica exclusivamente a actividades de *teambuilding* responsable, así como eventos en *venues* pertenecientes a organizaciones de caridad de modo que éstas se benefician económicamente y el evento deriva en acciones concretas con la comunidad y el entorno.

Estas agencias no se contentan con organizar las actividades sino que hacen un seguimiento exhaustivo para garantizar que se genera el beneficio previsto en el medio natural o el colectivo. Es el caso de Exploramás, que tras una reforestación realiza labores de control de la zona repoblada. Si se trata de una actividad con una oenegé, mantienen el contacto con sus responsables con vistas a comprobar el impacto de la acción y actualizar las necesidades que se produzcan.

Huella

Los participantes suelen regresar a sus hogares sorprendidos del profundo impacto personal de su actividad.

No sólo comparten un momento único con sus compañeros: el sentimiento de autorrealización, como trabajador y, sobre todo como persona, que genera haber contribuido al bien de terceros es impagable. Y es que la sonrisa de un niño que recibe su primera



bicicleta es sin duda algo difícil de olvidar. Muchos empleados mantienen contacto con los beneficiados por lo que la buena acción social se extiende más allá de lo vivido con la empresa.

Impacto en la reputación empresarial

Además de fomentar la motivación de las plantillas, las empresas que organizan programas de *teambuilding* responsable y solidario perciben una mejora en su reputación. No es igual una sociedad que sólo piensa en su negocio que aquella que muestra que se preocupa por su entorno social y medioambiental.

Esto obviamente puede repercutir en un incremento de las ventas.

Y que el efecto es palpable. En 2015, la agencia O3E donó 400 bicicletas construidas por grupos en actividades de *teambuilding*. Gracias a estas bicis, tres jóvenes residentes en comunidades aisladas encontraron empleo o un niño con tumor cerebral puede disfrutar de excursiones con su familia en su nuevo triciclo para discapacitados.

Este tipo de historias no sólo llegan al corazón sino que demuestran que en un *teambuilding* responsable, ganan todos.



¿Están de moda los *teambuilding* responsables?

No me atrevería a calificarlo de moda. En Exploramás llevamos diez años diseñando y organizando experiencias que crean un vínculo de compromiso con el entorno natural y social del destino. Son eventos que generan una relación *win-win*, vivencias con una intensa carga emocional que dejan huella en el destino y los participantes y permiten a las empresas vincular a sus representantes con sus políticas de RSC. También impactan en nosotros por la emotividad que implican y la exigencia que generan en nuestra organización.

¿Podría darnos ejemplos de *teambuilding* responsable?

Recientemente organizamos un evento en Marbella para 110 empleados de una multinacional. Los participantes recibieron herramientas con las que acometer el montaje de bicicletas para un Hogar Infantil de Acogida local. Al mismo tiempo, organizamos juegos en la playa para los menores de ese centro. Ninguna de las partes conocía la presencia de la otra hasta que hicimos que se encontraran cara a cara y compartieran un momento de juegos.

La carga emocional de ese momento impactó en todos: niños, participantes y, desde luego, en nuestro personal. Hubo incluso participantes que se interesaron por algunos niños y se comprometieron a mantener el contacto para tratar de ayudarles en su etapa educativa.

También hemos llevado a cabo reforestaciones, tanto en el medio natural como *indoor*, *gymkhanas* con fines solidarios, actividades en las que los premios son donaciones a entidades sociales.... afortunadamente son muchas las posibilidades que existen a la hora de implicar a los grupos en acciones responsables.

¿Qué impacto tienen estas experiencias?

Son vivencias que impactan en los participantes de una manera intensa, generan un vínculo con el destino en el que se encuentran y abren un camino de compromiso y cooperación que en muchos casos se mantiene cuando regresan a sus países. Para las empresas son magníficas oportunidades de incorporar a sus empleados en sus políticas de RSC, reforzar el vínculo con su propia marca y, algo que hay que tener muy cuenta, hacer que se sientan orgullosos de pertenecer a la compañía que les ha permitido vivir la experiencia.

Para Exploramás son acciones que generan tanta exigencia en su planificación y desarrollo como satisfacción tras su ejecución.

Entrevista

Manuel Araújo

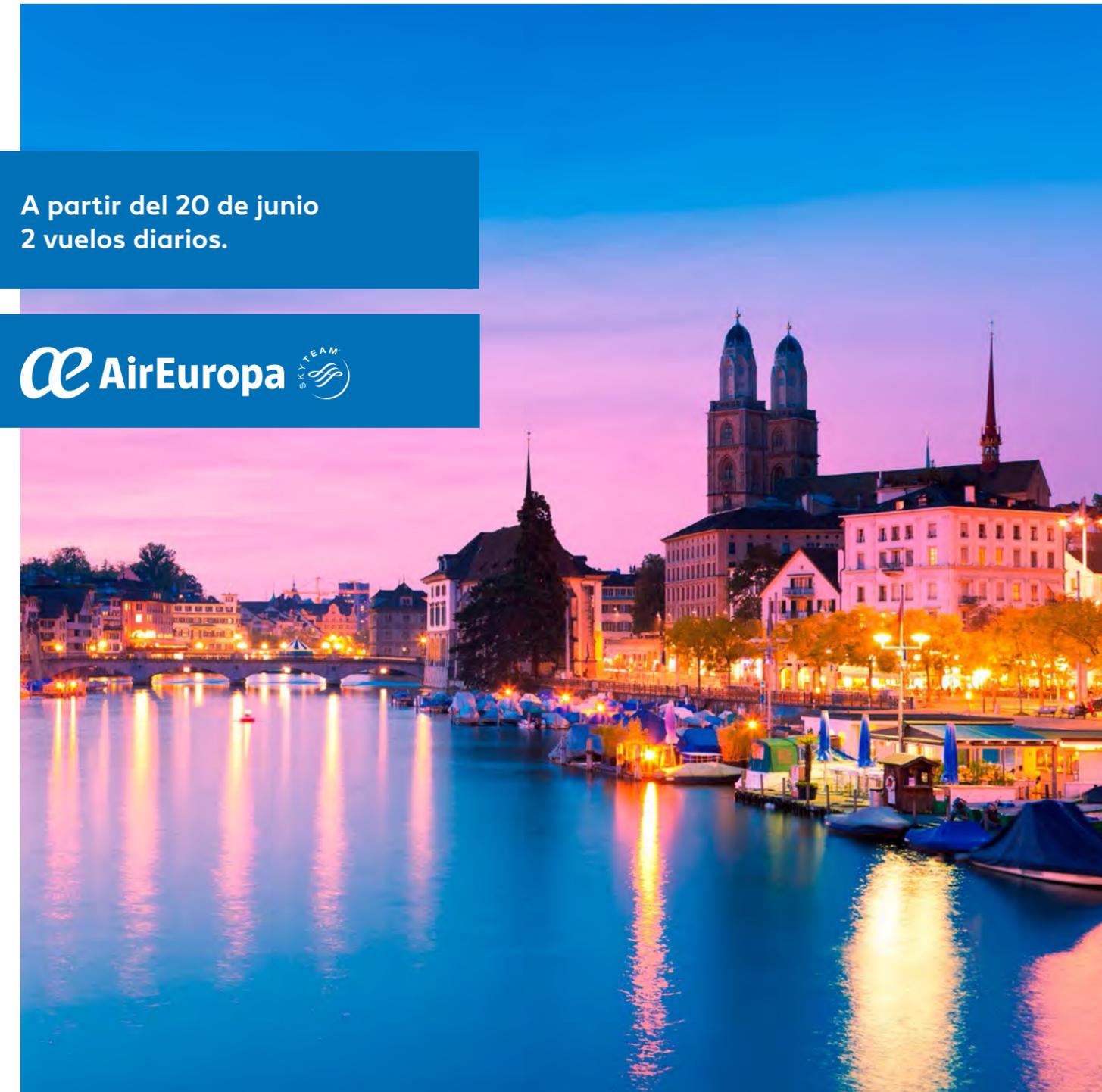
Director general de Exploramás

“Los asistentes sienten orgullo de pertenecer a la empresa que les permite vivir la experiencia”

Ahora Madrid — Zúrich

A partir del 20 de junio
2 vuelos diarios.

 AirEuropa 





Motivación

Por Redacción

Compartir un momento divertido en torno a la pintura o la cocina, o explorando juntos un destino mientras se superan diferentes retos, son maneras de reforzar los lazos entre los miembros de un equipo, mejorar el ambiente de trabajo y, sobre todo, disfrutar.

Reto cavernícola

El receptivo mexicano Grupo Meca propone una aventura prehistórica en la selva y cuevas del parque Xcaret, situado en el corazón de la Riviera Maya. El objetivo es poner a prueba la destreza de los participantes.

Un cavernícola da la bienvenida al grupo cuando éste se adentra en su cueva y entrega a cada equipo, de un máximo de 15 personas, un cuaderno de bitácora en el que irán anotando todo aquello que consiguen. Aquí también encontrarán preguntas que deben responder.

La aventura les conduce a un recorrido por el parque teniendo que completar circuitos en tirolesa, balsas, vehículos anfíbios y flotando por ríos subterráneos. También se incluyen retos como el que obliga a demostrar las habilidades artísticas en un juego de *pictionary* rupestre. Otras pruebas divertidas consisten en trasladar huevos de dinosaurio a través de un finísimo riel, obviamente evitando que se caigan, o construir una galería de estalagmitas sin utilizar las manos.

Al final del día el cavernícola recibe nuevamente al grupo para anunciar al ganador y celebrar juntos el trabajo realizado.



Jugando a Huntopoly

The London Team Building Company es una agencia recién creada que ofrece un programa de actividades originales en la capital británica. Entre ellas proponen una búsqueda de tesoros alternativa, siguiendo el tablero del clásico juego de Monopoly.

El grupo se divide en equipos: cada uno debe sumar puntos en un tiempo límite visitando varios de los destinos londinenses representados en las casillas del tablero. Dentro del plazo establecido deben conseguir regresar a la base.

Como en el juego, algunas casillas tienen más valor que otras, por lo que necesitan buena planificación estratégica para idear su itinerario y conseguir más puntos. Además de hacer fotos y vídeos, deben superar ciertos retos en *hotspots* predeterminados.

Cada equipo cuenta con un Ipad en el que pueden seguir los progresos de sus competidores... salvo durante la última media hora, lo que garantiza una recta final intrépida con un resultado sorpresa para todos.

La paella perfecta

La ciudad española de Valencia es conocida como la cuna de la paella, por eso el receptivo Valencia DMC utiliza este plato tan internacional para motivar a los grupos que visitan la ciudad. Su misión, divididos en equipos de un máximo de seis personas, es cocinar la paella valenciana perfecta.

La primera parada es el Mercado Central, donde comprar los ingredientes seleccionando la mejor calidad y ajustándose al presupuesto. Ya en la cocina, y convertidos en cocineros provistos de gorros y delantales, los participantes reciben instrucciones del Maestro Paellero sobre cómo cocinar este plato.

Una buena paella requiere la cooperación de todos. Finalizada la prueba, el Maestro Paellero elige el plato ganador y todos reciben un diploma, pero la mejor recompensa es saborear el fruto del esfuerzo en un ambiente jovial y relajado.





Rally volcánico

Ten Travel es un receptivo que opera en las Islas Canarias (España) y propone una forma divertida de disfrutar de los paisajes volcánicos de Tenerife a la vez que se impulsa el trabajo en equipo. Los participantes del Fun Car Rally recorren la isla en grupos pequeños, equipados con un coche, una cámara fotográfica y un libro de ruta con mapa e instrucciones.

Durante el itinerario deben encontrar diferentes productos autóctonos del tipo de plátanos, higos o mojo, la típica salsa canaria. Todos tienen que prestar atención a la hora de identificar en el paisaje algunas de las formaciones volcánicas más peculiares de la isla, conocidas como el León de Taganana, el Oso de Benijo o la Rosa de la Orotava. De todas ellas deben aportar fotografías.

También se añaden pruebas como el tiro con arco o pequeñas rutas en bicicleta de montaña que suman puntos al balance final. Cada miembro del equipo contribuye con sus mejores habilidades al objetivo de lograr en equipo el mejor resultado posible.



Pintando los valores corporativos

La agencia española Eventísimo propuso en el marco de un congreso una actividad inspirada en el arte urbano. Además de estimular la creatividad de los asistentes, sirvió para inculcar los valores de la compañía y crear un legado para el futuro.

Los participantes se dividieron en grupos: cada uno tenía como misión pintar en un lienzo un ícono representativo de la empresa de la forma más original posible, con total libertad en cuanto a técnica y estética utilizada. Contaron con el asesoramiento de un profesional de las artes plásticas.

Con los lienzos terminados se creó un colorido mural que permanece expuesto en la sede de la empresa: la idea es inspirar a los representantes presentes y futuros.



ibtm® latin america

antes ICOMEX

La fusión de una expo latinoamericana y una plataforma global para la industria de eventos, congresos, convenciones y viajes de incentivos

Reserva la fecha ciudad de méxico, méxico 7 - 8 septiembre 2016

www.ibtmlatinamerica.com

[in](#) [t](#) [f](#) [v](#) #ibtmlatam

LIMA <small>Buró de Convenciones y Visitantes Convention and Visitors Bureau</small>	gold sponsor <small>ORIGINA DE CURSOS Y CONVENCIONES</small>	Media Partner PUNTO MICE	Airline Alliance Partner <small>ibtm events</small>	Parte de <small>Reed Travel Exhibitions</small>	Organizado por ICOMEX	Antes ICOMEX
Socios Estratégicos						
México	SECTUR	CDMX	Site	CETA		

The ibtm® trademark is owned and protected by Elsevier Properties SA and Reed Exhibitions Ltd uses such trademark under licence. Hosted Buyer® is a trademark of Reed Exhibitions Ltd. Reed Travel Exhibitions® is a registered trademark of RELX Group plc.

Con estilo

¿DÓNDE ESTÁN LAS LLAVES?

Gracias a la tecnología *bluetooth*, los llaveros inteligentes nos ayudan a encontrar las llaves u otros objetos de valor desde una *app* de nuestro *smartphone*. Igualmente, podemos localizar el móvil con tan sólo agitar el llavero. Sin embargo, esto es parte de lo que ofrecen: las funciones de estos *gadgets* son cada vez más amplias.



GOKEY

Qué nos gusta:

Además de localizar el *smartphone* en un radio de 30 metros, permite ejecutar acciones a distancia tales como hacer una foto.

Cuenta con una batería extra de 400 mAh que permite cargar el móvil en situaciones de emergencia, dándole al menos dos horas más de vida.

Funciona como memoria USB con 8, 16 o 32 GB de capacidad para guardar fotos, vídeos o documentos y se puede sincronizar con el móvil.

Estará a la venta en septiembre.

TILE

Qué nos gusta:

Tiene una cubierta sólida de plástico que lo hace impermeable, aunque esto hace que no se pueda cambiar la batería y haya que reemplazar el dispositivo al cabo de un año, para lo que se ofrece un *upgrade* a precio reducido.

Localiza objetos en un radio de 30 metros o muestra la última ubicación conocida.

Mediante *crowdsourcing*, si otros usuarios están cerca del objeto, el propietario recibirá una notificación privada de su ubicación.

Presionando le "e" de Tile, suena el móvil aunque esté en modo silencio.



TRACKR BRAVO

Qué nos gusta:

Es un dispositivo fino de aluminio, disponible en cuatro colores, que se puede usar como llavero, pegado a otro objeto o metido en la cartera.

Tiene una batería recambiable que dura un año. Utiliza *crowdsourcing* para que otros usuarios ayuden a encontrar el objeto, mostrando su ubicación en un mapa por GPS.

Además de localizar objetos, comunica la distancia a la que se encuentran. También funciona como correa invisible, alertando en caso de alejamiento superior a 12 metros del móvil o las llaves.



CHIPOLO

Qué nos gusta:

Tiene un alcance de hasta 60 metros. Fuera de ese radio, utiliza GPS para indicar la última ubicación.

Está diseñado en colores vivos para destacar fácilmente entre otros objetos.

Su cubierta de plástico es duradera y viene con una batería de recambio.

Tiene un termómetro incorporado que indica si el objeto extraviado está en un lugar exterior o interior. Se pueden conectar hasta nueve Chipolo al mismo *smartphone*.

HIPKEY

Qué nos gusta:

Además de localizar el móvil, se puede programar una alarma a la distancia definida por el usuario (hasta 50 metros). También se puede desactivar en sitios seguros como la casa o la oficina (y que así no suene en cada desplazamiento).

El modo Niño sirve para vigilar a los pequeños. Hipkey avisa en caso de que se alejen.

Tiene una alarma de movimiento que suena si alguien se intenta llevarse el móvil.

Su batería es recargable por medio de un cable micro USB.



AGENDA

FIEXPO LATINOAMÉRICA

30 de mayo a 1 de junio

Única feria especializada en el sector en Perú, se destina 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

EXPOEVENTOS

Agosto (fechas aún por definir)

Los destinos argentinos se presentan junto a los proveedores nacionales en el salón de referencia en Argentina para los profesionales de la industria MICE.

Sede: Centro Salguero Buenos Aires

IBTM LATIN AMERICA

7 y 8 de septiembre

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

ICBTM CHINA

7 y 8 de septiembre

Simultáneamente al evento destinado al mercado latinoamericano, Reed Exhibitions organiza el mayor acontecimiento del sector MICE en China, concentrando a compradores y organizadores asiáticos además de *hosted buyers* internacionales con intereses en Asia.

Sede: China National Convention Centre de Pekín

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)

IBTM WORLD

29 de noviembre a 1 de diciembre

15.000 profesionales de la industria MICE internacional se reúnen cada año en Barcelona en una cita que sirve para hacer balance y realizar previsiones de cara al 2017. Destacan los programas de formación ofrecidos por los diferentes proveedores y la calidad de las ponencias de analistas especializados.

Sede: Fira Gran Vía Barcelona

FITUR

Del 18 al 22 de enero de 2017

Al no contar con una feria especializada en la industria MICE, Madrid reúne a muchos profesionales de la industria MICE con motivo de su mayor feria de Turismo.

Sede: Ifema



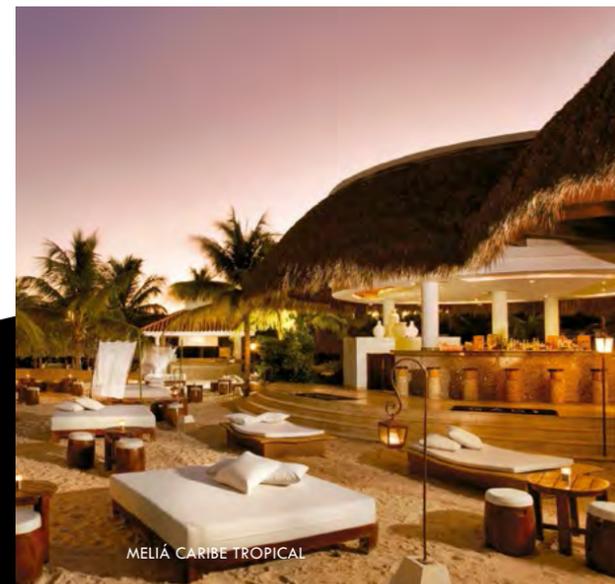
Si se suscribe a la revista, nos leerá en su oficina.

¡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



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



Elegir Meliá significa asociarse con verdaderos profesionales. Un equipo que se esfuerza por hacer que cada reunión y evento sea un éxito garantizado. Bienvenido a Power Meetings, una manera innovadora de hacer negocios.

- Personal altamente calificado.
- Salones de reunión completamente equipados.
- Eventos a la carta.
- Ubicaciones incomparables.
- Programa de sostenibilidad EcoTouch.
- Habitaciones y suites de lujo.
- Espacios dedicados al ocio, restaurantes, servicio de spa y otras actividades.

MELIÁ
HOTELS & RESORTS

you are the journey

Meliá Barcelona Sarriá, España
Meliá Berlín, Alemania
Meliá Caribe Tropical, República Dominicana

Meliá Castilla, España
Meliá Milán, Italia
Meliá Madrid Princesa, España
Meliá Nassau Beach, Bahamas

Meliá Sitges, España
Meliá Viena, Austria
Meliá Villaitana, España
Meliá Braco Village, Jamaica

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



LE FACILITAMOS
PÀRIS

OFICINA DE TURISMO Y CONGRESOS DE PARÍS

Su contacto en el Convention Bureau
para organizar eventos e incentivos

Valérie Exposito | vexposito@parisinfo.com

CONVENTION • PARISINFO • COM

