

PUNTO MICE

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

Nº2 JULIO / AGOSTO

2014 / 6,5€ - 9 \$



LA VOZ DEL SECTOR

Virtual meetings : una opción a tener en cuenta en una política de viajes coherente

DESTINOS

República Dominicana y París, dos ejemplos de dinamismo dentro de la industria MICE

PURO INCENTIVO

Costa Rica: donde la naturaleza es reina y con un amplio abanico de opciones para descubrirla

DÍA A DÍA

La primera impresión es la que cuenta: consejos de estilismo para cuidar la imagen



Aerolíneas Argentinas SKYTEAM

España y Sudamérica unidas por Aerolíneas.

Le ofrecemos vuelos directos de Madrid (7 semanales) y Barcelona (6 semanales) a Buenos Aires y viceversa. También contamos con conexiones a toda la Argentina, la región sudamericana y el resto de España con nuestros socios de la alianza global SkyTeam.

Nuestra red de destinos:

En Argentina

Bahía Blanca
Bariloche
Buenos Aires (Aeroparque y Ezeiza)
Catamarca
Chapelco
Comodoro Rivadavia
Córdoba
Corrientes
El Calafate
Esquel
Formosa
Iguazú
Jujuy
La Rioja

Mar Del Plata
Mendoza
Neuquén
Paraná (nuevo)
Posadas
Resistencia
Río Gallegos
Río Grande
Río Hondo (nuevo)
Rosario
Salta
San Juan
San Luis
San Rafael
Santa Fe

Santa Rosa

Santiago Del Estero
Trelew
Tucumán
Ushuaia
Viedma

En la región

Asunción
Belo Horizonte (nuevo)
Bogotá
Buenos Aires
Brasilia (nuevo)
Caracas
Curitiba (nuevo)

Florianópolis

Lima
Montevideo
Porto Alegre
Punta del Este
Río de Janeiro
San Pablo
Santa Cruz de la Sierra
Santiago de Chile

Para facilitar y agilizar sus conexiones en Buenos Aires hacia aquellos destinos en los cuales deba cambiar de aeropuerto, le ofrecemos el servicio de transfer gratuito de Ezeiza a Aeroparque y viceversa.

aerolineas.com / 900-955-747 / Agencias de viajes

EDITORIAL MUCHAS GRACIAS

Las ganas de ser el nexo de unión entre todos los actores del mundo hispanohablante son, si cabe, más grandes tras el recibimiento que nos han brindado



Ante todo queremos agradecer a lectores en papel y *online*, seguidores en las redes, proveedores y todos aquéllos que nos informan y dan ideas por el excelente recibimiento que nos han brindado. Las ganas de ser ese nexo de unión entre todos los actores de la industria hispanohablante son, si cabe, más grandes.

No sólo nos hemos dado cuenta de que el mercado valora la llegada de un medio nuevo, sino que percibimos que parece ir en sintonía con la realidad del sector, que poco a poco se impregna de un optimismo que en el caso de España llevaba años estando ausente.

La crisis parece poco a poco situarse en el pasado y muchos comentan que, si bien todavía se esperan algunos repuntes, hemos aprendido de lo vivido y los profesionales están haciendo las cosas mejor. Intentamos empaparnos del dinamismo de Latinoamérica, donde sentimos un auténtico *boom*, en lo

que a organización de congresos, convenciones e incentivos se refiere, pero con ganas de dar pasos firmes y seguros y sin dejarse llevar por la euforia.

Nos han transmitido que el mercado necesita novedades y por eso hemos elegido para este número tres destinos que nos parecen ejemplo de energía y buen hacer: República Dominicana, por la oferta que se está creando y la orientación del todo incluido hacia los grupos de empresa. También hablamos de París porque, aunque parezca que el destino se vende solamente con el nombre, lejos está de dormirse en los laureles. Y por último Costa Rica, ejemplo de belleza y de esa responsabilidad hacia el medioambiente que desde nuestra posición defendemos.

Seguirán viendo muchas caras, hablando de *virtual meetings*, de seguros, de tendencias, de producto... porque nos interesa la visión que como profesionales tienen del sector. Así aprendemos todos. Y nosotros los primeros.

Eva López Álvarez
EDITORA

EMPRESA EDITORA:
GRUPO PUNTO MICE®

Sede Central:
C/ Mesón de Paredes, 54
28012 Madrid
☎ +34 91 539 00 61

Delegación Argentina:
C/ 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:
Alejandro Martínez
✉ comercial@puntomice.com

DIRECCIÓN DE ARTE Y DISEÑO:
Grupo Deboss

PRODUCCIÓN: José Carlos Suárez

CORRECCIÓN: Claudia Cabrero

ADMINISTRACIÓN:
María Laura García
✉ administracion@puntomice.com

REDACTORA JEFE:
Mar Rodríguez
✉ mar.rodriguez@puntomice.com

ESPECIALISTA EN
TEAMBUILDING, EVENTOS
Y MICE INTERNACIONAL:
Anne Golec

ESPECIALISTA EN RSC:
Sara García

COMMUNITY MANAGER:
Margarita González
✉ @PUNTOMICE
✉ /PUNTOMICE

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

IMPRESO EN ESPAÑA Gráficas Rigel

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

Gijón te encaja...



¿Te inspira organizar tu evento dentro de un reloj?

¿Eliges una cena en un castillo medieval o la prefieres con la magia del Jardín Botánico?

¿Escoges navegar, o perderte en un bosque encantado?

¡Definitivamente, Gijón te encaja!

Gijón

Asturias con sal

SUMARIO

Nº 2 - EDICIÓN JULIO/AGOSTO 2014

PUNTO MICE

- 6 ACTUALIDAD**
Los actores del sector nos hablan de sus novedades de cara a las empresas
- 18 LA VOZ DEL SECTOR: ¿SUSTITUIRÁN LOS VIRTUAL MEETINGS A LOS VIAJES?**
La tecnología destinada a reuniones y pequeñas convenciones virtuales se consolida como una alternativa para darle coherencia a la política de viajes
- 24 DESTINO: REP. DOMINICANA**
Este paraíso del Caribe cuenta con nuevas propuestas hoteleras y una reorientación del todo incluido para las empresas, además de incentivos siempre festivos
- 34 DESTINO: PARÍS**
La capital francesa no para: nuevos hoteles, *venues*, propuestas de incentivo... siempre con ese toque parisino que dota de *glamour* cualquier convención o viaje recompensa
- 42 APPS**
Herramientas que hacen más fácil la vida del gestor de viajes y el viajero
- 44 PURO INCENTIVO: COSTA RICA**
Este pequeño país figura entre los primeros veinte del mundo en cuanto a biodiversidad, un atractivo único para viajes de incentivo siempre ecológicos.
- 52 ANÁLISIS**
El producto cruceros fluviales interesa cada vez más a las empresas en sus viajes de incentivo, gracias a la cercanía con los destinos y la flexibilidad a bordo
- 56 DÍA A DÍA**
La imagen es una proyección de las capacidades profesionales, además de una vía de expresión más para transmitir el mensaje de una marca
- 60 MOTIVACIÓN**
Propuestas de diferentes agencias y países con un objetivo común
- 64 CON RESPONSABILIDAD**
A través de un caso concreto analizamos cómo perciben las empresas sus viajes y cuál es la manera de introducir buenas prácticas
- 68 CON ESTILO**
Tabletas que combinan lo mejor del ordenador y el *smartphone*





Air Europa apuesta por Madrid en su objetivo de ampliar vuelos a Latinoamérica

La aerolínea española, miembro de la alianza SkyTeam, inauguró su nuevo *hub* en el aeropuerto Adolfo Suárez-Barajas de Madrid.

La plataforma de conexiones de Air Europa y sus asociadas se reparte entre las terminales 1, 2 y 3, comunicadas entre sí y con tiempos de conexión adaptados para reducir los tiempos de espera en tránsito. Nuevos corredores entre las zonas de embarque también simplifican la continuación hacia otros vuelos.



También servirán para agilizar el paso hacia los aviones. Las tres terminales contarán con Fast Track para pasajeros frecuentes o con acceso a Sky Priority.

La puesta en marcha del nuevo *hub* forma parte de la estrategia de la compañía, que quiere consolidar su posición entre los transportistas de referencia para el mundo hispanohablante. El año que viene aumentará el número de conexiones entre Madrid y Latinoamérica, Caribe y Norteamérica.

En 2016 se ampliará el mapa de destinos con la apertura de rutas de Madrid a Bogotá, México D.F. y Quito. Para ello la compañía contará con cinco nuevos Boeing 787.

Más conexiones entre España y México

Los presidentes de Iberia e Interjet firmaron un amplio acuerdo de código compartido gracias al que Iberia podrá conectar sus 80 destinos en España, Europa, África y Próximo Oriente con 24 aeropuertos de México, que podrían llegar a 36 a corto plazo. Iberia ofrece actualmente dos vuelos diarios directos entre Madrid y México DF.

Las rutas se incorporarán paulatinamente y, en una primera fase, se potenciará la oferta relacionada con destinos de negocios como Guadalajara, Bajío y Monterrey, así como otros de sol y playa como Cancún y Huatulco. Hacia estas cinco ciudades

habrá más de un vuelo diario de conexión.

Este acuerdo entrará en funcionamiento una vez sean tramitados los permisos correspondientes de la autoridad mexicana. La venta se realizará por parte de Iberia en todos sus canales de distribución (página web, oficinas de ventas y agencias de viaje).

Tanto Interjet como Iberia operan desde la Terminal 1 del aeropuerto internacional Benito Juárez, en México DF, lo que facilitará el tránsito de los pasajeros.



Code share entre Iberia y LAN Colombia

Ambas compañías, socias de la alianza oneworld, han puesto en marcha un acuerdo de código compartido por el que Iberia comercializa en sus canales de venta, y con su propio código, vuelos operados por LAN Colombia. Gracias a este pacto, los clientes de Iberia podrán, en una primera etapa, conectar desde Europa y vía Bogotá con siete ciudades colombianas: Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Pereira, Bucaramanga y Santa Marta. Se espera que en una segunda fase el acuerdo incluya las veinte ciudades operadas por LAN Colombia.

Iberia cuenta con acuerdos de código compartido con las aerolíneas del Grupo LATAM en Chile, Ecuador y Perú, y ahora se suma Colombia, lo que permite ofrecer a los clientes de ambos grupos acceso a una red de más de 150 destinos a ambos lados del Atlántico.

Más vuelos a Panamá con Iberia, TAP, Air France, Conviasa y VivaColombia

Iberia anunció la ampliación de sus vuelos hacia el país centroamericano con origen en Madrid. Desde el 2 de junio, las cinco frecuencias semanales que operaba hasta el momento han aumentado hasta seis. El 6 de julio, el programa se completará con una séptima frecuencia que dará lugar a un vuelo cada día.

Por su parte, la aerolínea portuguesa TAP conecta Lisboa y Panamá desde el 1 de julio, con cuatro frecuencias por semana (lunes, martes, jueves y sábados) en aviones A330-200 con capacidad para 268 pasajeros.

Air France, que inauguró a finales de noviembre la ruta París Charles de Gaulle-Panamá, ampliará en octubre los tres vuelos semanales que opera actualmente hasta llegar a las cinco frecuencias.

También la venezolana Conviasa inició vuelos directos entre el aeropuerto internacional de Tocumen de Ciudad de Panamá y el Maiquetía Simón Bolívar de Caracas. VivaColombia anunció por su parte la apertura de una nueva ruta desde la ciudad colombiana de Medellín al aeropuerto internacional de Panama City.



Importante reducción en la oferta de vuelos hacia Venezuela

Según un informe de la Asociación de Líneas Aéreas de Venezuela, Avianca recortó en un 66% su programa de vuelos con destino a Venezuela. En el caso de LAN, la reducción es del 63%. Estas cifras proceden de las operaciones registradas hasta el 20 de mayo.



Desde entonces se han producido más anuncios de recortes: Copa Airlines anuló el 45% de sus operaciones y tiene previsto aplicar más recortes. La reducción afecta sobre todo a sus rutas entre Caracas y Bogotá, con un 40% menos de vuelos, y Medellín (Colombia), con un 86% menos de operaciones y pasando de 742 a 106 asientos semanales. Además,

los tres vuelos diarios de Copa entre Caracas y Panamá se operan con aviones más pequeños, por lo que el número de plazas se reduce un 21%.

En los últimos meses, Air Canada y Alitalia cancelaron de forma temporal todas sus operaciones.

Además, Air France rebajó de siete a dos sus frecuencias desde París. Air Europa suprimió el 1 de julio dos de sus cuatro vuelos entre Madrid y Caracas, mientras que Lufthansa redujo su capacidad en 47%. En total, las compañías europeas han anulado un 30% de sus frecuencias con respecto a diciembre de 2013. La única que las aumentó fue la brasileña Gol, en un 58%.

Alianza de Aerolíneas y Air Europa

Desde el 1 de julio, Air Europa y Aerolíneas Argentinas operan en código compartido todos sus vuelos entre Buenos Aires y Madrid. En una primera etapa, Air Europa ofrece los vuelos de Aerolíneas Argentinas con su propio código UX, mientras que Aerolíneas Argentinas comercializa los de Air Europa con su código AR.

Con esta alianza se amplía la oferta de vuelos entre Ezeiza y Madrid, así como las conexiones entre España y Latinoamérica. Desde julio habrá dos vuelos diarios con salida de Buenos Aires: el de Aerolíneas Argentinas a las 23h55 y el de Air Europa a las 11h55. Asimismo, habrá dos frecuencias diarias desde Madrid: la de las 20h10 de Aerolíneas Argentinas y la de las 23h55, operada por Air Europa.

Los pasajeros podrán acumular millas en los programas de fidelización de ambas aerolíneas.



NH amplía sus servicios para el sector MICE

El grupo hotelero ha presentado el nuevo concepto "NH MEETINGS: inspire. create. enjoy" a través del que pretende homogeneizar a nivel internacional su oferta para reuniones y eventos de empresa.

Para adecuarse a las necesidades de los diferentes perfiles de cliente, NH implementa nuevos servicios: entre ellos destaca Ambassador Service, mediante el que el *meeting planner* será acompañado por un profesional desde el momento de la reserva hasta la facturación final. El objetivo es garantizar que el evento organizado sea un éxito y un solo interlocutor responda a todas las demandas. También ofrece presupuestos personaliza-

dos con compromiso de respuesta en dos horas, *wi-fi* gratuito de entre 0,5 y 1 MB en las habitaciones y zonas comunes, así como una oferta gastronómica personalizada que incluye alternativas para celíacos o vegetarianos.

Además, NH se compromete con el medioambiente y permite a los clientes organizar eventos sostenibles. Para ello ofrece informes sobre la huella de carbono del acto, apoyando la optimización de recursos energéticos a través de la papelería ecológica, la iluminación de bajo consumo o LED, la utilización de servicios de transporte verde o el uso de energías renovables.



¿Qué novedades tiene Warwick?

Acabamos de renovar nuestra página web, con una presentación mejorada de nuestros hoteles y un proceso de reserva simplificado. Además, hemos incorporado a nuestra red un establecimiento de cinco estrellas Gran Lujo en Doha y el Unic de Praga, de cuatro estrellas. Este año también hemos inaugurado hoteles en Estocolmo, Chicago y Dubái, sumándose a los cuatro que también incluimos recientemente en Medio Oriente: dos en Líbano y dos en Jordania. Nos estamos acercando a los 60 hoteles en 30 países y los planes de expansión son ambiciosos, no sólo con hoteles propios, sino con los que adhieren a nuestra marca o gestionamos.

¿Qué identifica a sus hoteles?

Tres cosas: emplazamiento, calidad y destinos de especial interés. Estamos siempre ubicados en pleno centro y en las ciudades o zonas del mundo más demandadas a nivel internacional. Por ejemplo, el Unic de Praga está en el corazón del casco antiguo; en Nueva York, nuestro hotel es uno de los emblemas de Manhattan, frente al MoMa; en París estamos junto a los Campos Elíseos y la Plaza Vendôme. Además de la ubicación y la calidad, cuidamos al extremo que la cultura local esté presente y que cada hotel sea diferente.

¿Qué objetivos tiene la marca de cara al mercado hispanohablante?

Para incentivos contamos con propuestas de altísima gama en Asia-Pacífico, donde queremos llegar a los 15 hoteles en tres años. Además de eso, estamos en las principales ciudades del mundo y nuestros hoteles siempre son únicos y caracterizados por la elegancia y el buen gusto, ya que hemos nacido en Nueva York pero estamos basados en Francia, lo que nos da un conocimiento del mercado internacional de primer orden.

A nivel de desarrollo, nos gustaría llegar con la marca a México DF, Sao Paulo o Buenos Aires, ciudades que nos interesan especialmente y no sólo por el mercado local, ya que sabemos que las empresas son cada vez más dinámicas a la hora de viajar por negocio y organizar eventos. También por el emisor europeo que busca hoteles de alta calidad en Latinoamérica.

Jean Marie Pebrel

Director Comercial y Marketing Europa de Warwick International Hotels

“Sólo estamos en los lugares estratégicos de los destinos de más interés”



THE GLOBAL MEETINGS & EVENTS EXPO

18-20 November 2014 • Barcelona, Spain



EIBTM. Donde España se conecta con el sector mundial de conferencias y eventos.

APUNTE LA FECHA y participe con nosotros en el mayor evento del sector de las conferencias español e internacional

- ◆ Más de 15 000 profesionales del sector de eventos y conferencias
- ◆ Más de 3 000 expositores internacionales y 450 proveedores españoles clave
- ◆ Inspiradora zona de innovación, programa Especializado en Español y *apasionantes funciones* para 2014

¿Sabía que nuestro programa **Hosted Buyer exclusivo** está ahora disponible para los planificadores de conferencias y eventos españoles, que celebran negocios internacionales y nacionales? **Obtenga más información y Regístrese ahora en www.eibtm.com**

EIBTM es parte del Portafolio Eventos IBTM Global organizada por Reed Travel Exhibitions.



Hotusa inaugura su primer hotel en Colombia



El grupo español inauguró recientemente el hotel Exe Bacatá 95, ubicado en el barrio de El Chicó, en la zona norte de Bogotá. Es el primer establecimiento del grupo español en Colombia y el punto de partida de un ambicioso plan de expansión en el país. Cuenta con 106 habitaciones y una sala de reuniones con capacidad para 70 personas.

En 2016, Hotusa prevé operar un segundo hotel en la capital colombiana bajo la marca Eurostars. Se trata de un cinco estrellas situado en el centro y compuesto por dos torres, una de ellas la más alta del país. Dispondrá de 323 habitaciones y más de 3.000 m2 para eventos y convenciones distribuidos en 16 salas.

Barceló firma una joint venture para crecer en Italia

La cadena española, que en la actualidad cuenta con seis establecimientos en Italia (Barceló Aran Mantegna, Barceló Aran Blu y Barceló Aran Park en Roma, Barceló Milan, Barceló Floriana Village y Barceló Simeri Village en Calabria), ha firmado una *joint venture* con el Grupo Alessandro Rosso Incentive y el turoperador Best Tours Kuoni, con el objetivo de alcanzar la cifra de 40 hoteles urbanos y *resorts* vacacionales en las principales ciudades de Italia y mayores destinos turísticos del país en los próximos cinco años.

La alianza establece que Barceló Hotels & Resorts se hará cargo de la gestión de los establecimientos que se vayan incorporando, mientras que el Grupo Alessandro Rosso Incentive asumirá la parte comercial sirviéndose de la destacada presencia que tiene en el sector de empresas y agencias italianas.



Breves

HARD ROCK ABRE NUEVOS HOTELES

El Hard Rock Hotel Ibiza abrió sus puertas en junio y se convirtió en el vigésimo establecimiento de la colección en el mundo y el primero de la marca en Europa. De cinco estrellas, cuenta con 493 habitaciones y un centro de convenciones para 600 personas. En mayo abrió el Hard Rock Hotel Riviera Maya en Puerto Aventuras, México. Es el cuarto complejo de la marca de *resorts* All Inclusive Collection, con 1.264 habitaciones y 88.915 m2 de espacio para eventos y convenciones a orillas del Caribe.

VICEROY ABRIRÁ UN SEIS ESTRELLAS EN COLOMBIA

Se construirá en un antiguo convento dentro del casco histórico de Cartagena de Indias, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Su apertura está prevista para el año 2017, tras una reforma que costará en torno a 50 millones de dólares (36 millones de euros). De seis estrellas, contará con 102 habitaciones y 1.250 metros cuadrados de espacios para eventos. Se situará cerca de Centro de Convenciones de Cartagena.

HILTON PRESENTA SU NUEVA MARCA CURIO

La nueva marca Curio, A Collection by Hilton reúne una selección mundial de hoteles de cuatro y cinco estrellas. Cada uno será único, como denota el término 'curio', que hace referencia a la curiosidad. SLS Las Vegas Hotel & Casino será el primer hotel en el que ondee la bandera de la marca y abrirá sus puertas en agosto tras tres años de renovación y 1.620 habitaciones, además de 2.800 m2 de espacio para reuniones.

ACCOR CRECE EN ARGENTINA

El grupo francés invertirá 100 millones de dólares para ampliar su planta hotelera en Argentina: este año abrirán el Ibis Pilar, de 110 habitaciones en la provincia de Buenos Aires, y el Mercure Iguazú, de 100 habitaciones en Misiones, al norte de país. Accor tiene otros proyectos en Tucumán, donde se abrirán dos hoteles; en Resistencia (Chaco), donde proyecta abrir un hotel de 120 habitaciones; en Buenos Aires, con un establecimiento de 115 habitaciones; en Santa Rosa (La Pampa), con un edificio de 88 habitaciones; en Bariloche, con un hotel de 130 habitaciones y en Río Cuarto (Córdoba), con un establecimiento de 98 habitaciones.

¿Qué tendencias percibe en el sector MICE?

Percibimos una reactivación, las empresas están reservando más, aunque los grupos son más pequeños. Sentimos que ya se va superando ese miedo al "qué dirán" de muchas empresas españolas y que aumenta el presupuesto para viajes de incentivo. Esto es reflejo de una recuperación económica porque eso significa que los viajeros recompensados han superado sus objetivos de ventas.

Notamos que en España la edad de los participantes en los viajes de incentivo aumenta, por eso se está reduciendo la demanda de actividades de teambuilding con alto componente físico. Además de que a mucha gente no le gusta exponerse o perder, aunque sea como parte de un grupo.

En cuanto a destinos, podemos decir que Tanzania y Estambul están de moda en este momento.

De la crisis ha quedado la costumbre de no incluir a los acompañantes en los programas y, cada vez más importante, sentimos que las redes sociales tienen una importancia creciente por todo lo que el viajero comparte durante una experiencia en forma de viaje.

¿Hacia dónde va el servicio?

El cliente se ha acostumbrado a ajustar al máximo el precio pero no quiere renunciar a la calidad, por eso hay que darle el mejor servicio al mejor coste para él. Siempre teniendo en cuenta que el sector MICE es un negocio de personas, por eso hay que conseguir que quienes lo componen se sientan lo mejor posible.

En cuanto a producto, y en materia de seguros por ejemplo, junto con nuestros proveedores intentamos ofrecer coberturas creadas *ad hoc* para el cliente. La atención 24 horas ya es algo indisoluble del servicio prestado a las empresas.

¿Cómo ve al sector MICE en el mundo hispanohablante?

Creo que en Latinoamérica muchos receptivos aún están demasiado pendientes del precio negociado con el hotel, sin embargo valoro que son muy receptivos a adaptarse a los productos que el cliente está solicitando y a sus necesidades: aumenta el número de clientes que busca la innovación, en muchas ocasiones en destinos en los que no haya estado o donde pueda brindar a los componentes de viajes de incentivo experiencias que no podrían vivir por sí solos.

¿Qué destacaría de Nautalia frente a otras agencias especializadas?

Nuestro personal, sin ninguna duda. Sólo llevamos un año en España, ya trabajamos con todas las grandes empresas y hemos creado un departamento de *incoming* especializado en eventos deportivos. También tenemos proyectos de expansión a Latinoamérica, aunque iremos poco a poco y sin hacer experimentos. Sabemos qué hay que recordar para hacer las cosas bien y lo tenemos siempre presente: el cliente quiere confianza y nosotros se la damos.



Rafael Garrido

Responsable de Empresas y Eventos en Nautalia

“El cliente exige la mayor calidad para el precio elegido, pero sobre todo quiere confianza”



Avis ofrece *wi-fi* gratis



El nuevo servicio *wi-fi* móvil de Avis en Europa ofrece al cliente un giga diario para que pueda conectarse mediante el portátil, el móvil o la tableta, siendo posible acceder a la red con hasta cinco dispositivos a la vez.

De esta manera, los viajeros podrán mantenerse conectados durante sus desplazamientos en el vehículo de alquiler y también fuera, ya que gracias al diseño compacto del *router* se puede llevar en el bolsillo a cualquier parte. La rapidez de la velocidad de descarga hace posible realizar videoconferencias o acceder a documentos *on line*. Además, los usuarios que viajen al extranjero no pagarán suplemento por *roaming*. El servicio está disponible en doce países europeos.

CWT opera en China

La división de reuniones y eventos de CarlsonWagonlit Travel, CWT Meetings & Events, ha recibido certificación para operar en China y se convierte en la primera red que puede gestionar viajes, reuniones y eventos en China a nivel interno.

Las empresas extranjeras que quieran organizar reuniones, convenciones y eventos en el país tendrán de esta forma acceso a todo el abanico de productos y servicios que CWT Meetings & Events ofrece a sus clientes en todo el mundo.



Entreprise amplía su red en Europa

Enterprise Rent-A-Car amplía su oferta dirigida a los clientes de empresa en Europa tras firmar un acuerdo con varias entidades de gestión de viajes.

Entre estas empresas se encuentran American Express Travel y BCD Travel, con las que Enterprise ya tiene una relación comercial establecida en Estados Unidos. Ahora, gracias a este nuevo acuerdo de colaboración, los viajeros de empresa procedentes de cualquier



lugar del mundo a través de estas redes de agencias tendrán acceso a la red de alquiler de automóviles del operador de *rent a car* en todo el continente europeo.

Además, la compañía de alquiler de coches abrió cinco nuevas delegaciones en los principales puntos de llegada, del tipo de estaciones de metro y aeropuertos, de Bélgica, República Checa, Chipre, Bosnia Herzegovina y Macedonia.

Los billetes de Renfe serán identificativos



Renfe ya ha puesto a la venta los billetes identificativos para los viajeros de AVE (Alta Velocidad Española), Larga Distancia y Avant en todos sus trayectos en España. Están a disposición de todas las agencias y a través de sus canales de venta *online*. Los billetes son identificativos, pero

no nominativos: es decir, la información del viajero no aparece en el billete: si él mismo hace la compra debe introducir su *e-mail* o su teléfono. De manera opcional se puede añadir un documento identificativo. La titularidad se podrá cambiar hasta 15 minutos antes de la salida del tren sin coste añadido.

Con el nuevo billete, Renfe pretende mantener una relación directa y personalizada con el viajero, así como evitar fraudes o robos.

¿Hacia dónde va la industria MICE en Latinoamérica?

El mercado MICE en la región aún tiene un potencial muy grande para ser explotado. Las empresas se deben organizar para crear políticas y controles relacionados con este tema, centralizando decisiones y reportes, pero esto aún llevará tiempo para que realmente sea implementado y respetado. Hoy por hoy las empresas ya están haciendo esfuerzos para que haya un control en cuanto a los viajes individuales, sin embargo en cuanto al cumplimiento de las políticas en grupos y eventos la situación es más difícil, ya que existe mucha descentralización en la demanda y una tendencia clara a los pedidos de última hora. Este escenario que era más común en las empresas de un tamaño pequeño o medio, también se está presentando en entidades de gran tamaño.

¿Está definida la figura del gestor de viajes y planificador de eventos?

Si consideramos que el área de viajes y eventos representa la tercera o cuarta parte de la inversión de una empresa, estas posiciones deberían tener un reconocimiento más claro y relevante. Considerando la región como un todo, estamos lejos de realidades como las de Norteamérica y Europa, donde los travel managers tienen posiciones más importantes e influyentes. Tenemos buenos ejemplos en países como Brasil, especialmente en los principales mercados como Sao Paulo y Rio de Janeiro, donde su papel es claramente perceptible y lo convierte en un gran aliado para la gestión y negociación comercial. En otros países se percibe la búsqueda de una definición más clara a través de capacitaciones, pero en su mayoría estas áreas dependen aún de otras áreas como Marketing, Compras, Finanzas o Recursos Humanos.

¿Cuál es la tendencia en cuanto a precios?

Es difícil de definir, pues el mercado MICE es muy dinámico y está sujeto a diversos criterios de evaluación. Considerando que tenemos diversas categorías de hoteles en diferentes regiones y países, podemos decir en términos generales que la evolución acompaña la tendencia al aumento en el mercado individual con respecto a la demanda apartamentos. En el caso de alimentos y bebidas, sufrimos el impacto de la inflación anual que se está registrando en esta región del mundo.

¿Cuál es la situación de Accor en Latinoamérica?

El desarrollo en el mercado latinoamericano forma parte de las prioridades de Accor. Hoy ya somos líderes en la región con 235 hoteles, de los que 193 están en Brasil, además de contar con un ambicioso plan de expansión en países como Chile, Colombia y Perú. Hablando de marcas, acabamos de lanzar Adagio en Brasil, bajo el formato de apartahotel, donde la idea es que el cliente se sienta como en su casa. Otro diferencial de la marca son las tarifas que van decreciendo de acuerdo con el número de noches reservadas de manera consecutiva. A esto se suma que estamos trabajando en el lanzamiento de dos nuevas oficinas comerciales: una que se ocupará de los mercados argentino y uruguayo, mientras que la segunda se centrará en las empresas chilenas. Estamos convencidos del potencial de esta región con respecto al flujo de viajeros nacionales e internacionales.



Paulo Frías

Gerente de Ventas Regional
Accor Latinoamérica

“El mercado MICE en Latinoamérica tiene un potencial enorme”



¿Qué ofrece Aon a las empresas?

En primer lugar, un análisis global sobre los posibles riesgos a los que se enfrentan teniendo en cuenta las características específicas de los organizadores de congresos y encargados de los viajes de negocio. A partir de este análisis, facilitamos asesoramiento sobre las soluciones aseguradoras más adecuadas para cada empresa y diseñamos las pólizas con las mayores coberturas y las mejores condiciones económicas.

Entre las pólizas más adaptadas al sector destacan las que protegen la responsabilidad de las empresas cliente frente a sus representantes y proveedores: por ejemplo, cubrimos el riesgo derivado de los alquileres de locales como palacios de congresos y centros de convenciones).

Asimismo, hemos desarrollado seguros de asistencia a los congresistas para aquellas incidencias que puedan surgir durante la celebración del evento, así como seguros de anulación para cubrir la posible cancelación del acto.

¿Qué problemáticas presentan las empresas que requieren un seguro específico para ellas?

Son clientes cuyas actividades implican riesgos que hay que tener más en cuenta que en otros sectores. Me refiero por ejemplo a las cancelaciones. Hay muchas causas posibles que conducen a la anulación de un evento o congreso y que no son fáciles de cubrir con un seguro tradicional.

Lo mismo ocurre con los problemas que puedan sufrir los asistentes a los congresos y que, en muchos casos, requieren una actuación urgente que sólo una adecuada cobertura aseguradora y asistencial puede garantizar. Por esta razón, es importante contar con asesoramiento profesional, que conozca en profundidad el sector MICE y que tenga acceso a los mercados aseguradores nacionales e internacionales especializados.

¿Hacia dónde va la oferta en seguros dirigida a este sector? ¿Qué nuevos aspectos exigen las empresas tener cubiertos?

La oferta sigue dos caminos: en primer lugar, el de dotar a estas empresas de pólizas de Responsabilidad Civil que cubran convenientemente esta actividad, es decir, avanzando hacia una mayor autoprotección. En segundo lugar, hacia soluciones aseguradoras de asistencia o de cancelación que protejan a los congresistas convenientemente y que a su vez supongan una buena rentabilidad para nuestro cliente, que sería la empresa organizadora de eventos.

En cuanto a las nuevas exigencias del sector, me gustaría señalar que existe una creciente preocupación por proteger la seguridad financiera de las empresas ante las cancelaciones de congresos o eventos. Nuestros esfuerzos se centran en avanzar en esta línea y dar respuesta a esta necesidad desarrollando nuevas soluciones que vayan más allá de las coberturas tradicionales. En Aon estamos diseñando pólizas diferentes, mucho más amplias en coberturas y límites.

Katia Estace

Directora de Turismo en Aon Risk Solutions / Aon Affinity

“Existe una preocupación creciente en las empresas por protegerse ante cancelaciones de congresos o eventos”

Nueva plataforma de Egencia

Egencia, compañía del grupo Expedia, acaba de lanzar en Europa su Plataforma de Servicios Inteligente (ISP, por sus siglas en inglés). La herramienta se pondrá en marcha en nueve centros de atención al cliente en Francia, Reino Unido, Alemania, Suiza y Bélgica.

Esta plataforma facilita el trabajo de los servicios de atención de Egencia cuando uno de sus clientes requiera hacer cambios en su viaje. Mediante ella quedan conectados la tecnología de reservas con los servicios de telefonía, ofreciendo una ventana emergente en la pantalla del agente de viajes. Esto le permite saludar al cliente de manera personalizada, acceder a su perfil y proporcionarle la ayuda necesaria.

Amadeus se alía con SAP

Amadeus anunció un acuerdo tecnológico con SAP para lanzar al mercado una solución de viajes corporativos basada en la nube, con capacidad para realizar reservas y gestionar gastos vía *on line* y a través de dispositivos móviles.

Amadeus integrará la solución Cloud for Travel and Expense de SAP en su herramienta Amadeus e-Travel Management, creando una interfaz de usuario unificada, con una única oferta integral para distribuidores y clientes directos. La nueva oferta, disponible para clientes de todo el mundo, se comercializará bajo la marca Amadeus y será una solución integral “a la carta” por parte de un único proveedor.

¿Qué novedades ofrece Amadeus a las empresas?

Hoy en día, tanto empresas como agencias de viajes nos piden herramientas *end to end*. En este sentido, acabamos de anunciar el lanzamiento de Corporate Suite, que estará disponible en el último trimestre del año. Es una herramienta global: desde el momento en el que el cliente identifica que necesita viajar por trabajo le ayudará a decidir dónde se debe reunir, si es mejor volar o coger el tren, cómo gestionar sus gastos o incluso le informará de los restaurantes cercanos.

¿Cuáles son los principales obstáculos que encuentran las empresas a nivel tecnológico?

Más que problemas son necesidades. La tecnología evoluciona a un ritmo muy rápido y las agencias nos piden que les ayudemos a adaptarse un cliente mucho más informado y tecnológico. Tenemos que darle formación al sector y enseñarle cómo utilizar esas herramientas. Además, es importante que la empresa cliente vea que la tecnología redundará en eficiencia y ahorro.

¿Hacia dónde va la gestión? ¿Qué aspectos se podrán informatizar?

La pregunta habría que hacerla al revés: ¿qué no se podría informatizar? Creemos que cualquier gestión es susceptible de tener una mejora. Casi un 25% de las empresas españolas gestiona sus viajes a través de herramientas de autorreserva, percibimos una tendencia creciente.

El futuro va hacia una adopción total de la tecnología, gracias a ella el viajero será mucho más dueño de lo que hace y, en ese sentido, la movilidad pasa a ser crítica. La gente lleva el móvil en la mano todo el día y esto tiene especial importancia en los viajes corporativos. Por eso, en Amadeus estamos analizando cuáles son las mejores opciones. No todo es bueno, pero una aplicación que permita por ejemplo transmitir una alerta de seguridad que permita a la empresa localizar a sus empleados cuando se encuentren ante un problema es una manera de mejorar la vida de los viajeros.



Juan Carlos Iglesias

Adjunto al director general y director comercial de Amadeus España

“El futuro es una adopción total de la tecnología”



Ana Braña

Gerente de la Sociedad Mixta de Turismo de Gijón (España)

“Valoramos la fidelidad de los organizadores de reuniones y eventos. Muchos repiten”

¿Qué novedades ofrece la ciudad para convenciones y congresos?

Gijón está en constante evolución y contamos con numerosos espacios adaptados a todo tipo de reuniones: desde el Palacio de Congresos o Laboral Ciudad de la Cultura, pasando por las salas de hoteles y numerosos espacios singulares como el Acuario o el Jardín Botánico, sin olvidar los museos de la ciudad.

En el conjunto de Laboral, Ciudad de la Cultura, ofrecemos lugares que convierten cualquier reunión en un encuentro especial: el teatro, la iglesia redonda y desacralizada, la sala de las pinturas, o las más reciente planta 13 de la torre, que amplía las posibilidades del piso 12 para celebrar eventos dentro de la torre del reloj.

Respondiendo al hecho de que la creatividad es una de las características de la ciudad, otros lugares han pasado a ser espacios habituales de eventos o reuniones, como el estadio de fútbol de El Molinón y el Teatro Jovellanos, en pleno centro.

¿Qué diferencia a Gijón de otros destinos del norte de España?

Aportamos un punto de novedad y de originalidad a la hora de elegir el marco de una reunión o evento de empresa. Además de la polivalencia de nuestras instalaciones, ofrecemos la posibilidad de realizar todo tipo de actividades en un entorno natural hermoso y protegido como es Asturias, siempre a un distancia máxima de 40 minutos con respecto al hotel elegido. Incluso los propios espacios verdes de la ciudad se abren a las empresas. Ejemplo de ello son las actividades al aire libre que se pueden programar en el entorno rural del Muséu del Pueblu d'Asturies, al que se accede a pie desde los principales hoteles.

En un momento en que la sostenibilidad es un valor apreciado y buscado por los clientes, Gijón y Asturias permiten incorporar este valor añadido a las actividades de las compañías que nos elijan como destino de su evento. Y Gijón ha dado un paso más en esta línea al adquirir el compromiso y trabajar para conseguir la certificación Biosphere World Urban Destination, una marca que otorga el Instituto de Turismo Responsable, entidad asociada a la UNESCO y a la Organización Mundial de Turismo.

Otro hecho que valoramos como diferenciador es la contrastada fidelidad de los promotores de reuniones. Disfrutamos de un alto índice de repetición en la convocatoria de reuniones, implicación y colaboración con el Gijón Convention Bureau para la identificación de otros promotores y otros congresos. Muchos repiten.

¿Existe algún tipo de subvención para eventos?

Contamos con una línea de subvenciones que gestionamos desde el Gijón Convention Bureau. La ayuda está orientada a empresas españolas y extranjeras que elijan Gijón como destino de su reunión, convención o viaje de incentivo. La cuantía es variable y se determina en función del número de participantes, pernoctaciones, etc. En definitiva, de su impacto económico en la ciudad.

La novedad que incorporamos es una línea de ayudas específica para pequeñas reuniones o convenciones. Nos referimos a reuniones de entre 25 y 50 personas realizadas en hoteles, con una duración media de día y medio y que, además de la sala y habitaciones, contratan al menos otro servicio en la ciudad, como un almuerzo o cena en alguno de los restaurantes o espacios singulares. La subvención oscila entre los 1.000 y los 4.000 euros y tenemos en cuenta la anticipación en la reserva y la época del año en que se realice el evento. Si la empresa decide convocar su reunión en los meses de menor actividad turística para la ciudad se verá recompensada.

LA GOMERA EN LAS ISLAS CANARIAS: PROPUESTAS DE INCENTIVO

Senderismo en bosques de laurisilva, avistamiento de ballenas, rutas en kayak y paseos para conocer el pasado colombino y las tradiciones de este destino de las Islas Canarias, situadas a la altura del Sáhara y a más de 1.800 kilómetros de la España peninsular. La Gomera ofrece un amplio abanico de posibilidades para viajes de incentivo.

Situada en el océano Atlántico, en la parte occidental del Archipiélago canario, La Gomera es una de las siete islas principales que lo componen. Para llegar a ella es necesario viajar desde la España peninsular, en avión o en barco, con escala en Tenerife Norte o Gran Canaria.

Una vez en cualquiera de estas dos islas, bien conectadas con las principales ciudades españolas, Binter opera dos vuelos diarios, con trayectos de 35 ó 45 minutos según el lugar de salida. Las compañías marítimas Fred Olsen y Naviera Armas ofrecen seis rutas diarias en ferry desde el Puerto de Los Cristianos, en el sur de Tenerife, con una duración de 50 minutos. Cualquier estación es buena para visitar La Gomera, ya que registra una temperatura media de 20°C durante todo el año.

Senderismo en el Parque Nacional de Garajonay

Declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, alberga una red de rutas de senderismo ideal para descubrir el frondoso bosque de laurisilva que data de la era terciaria. A través de cualquiera de los 40 senderos señalizados, se puede disfrutar de la magia de la lluvia horizontal y el permanente mar de nubes, fruto de la altura de las montañas y el efecto de los vientos alisios sobre la climatología local. Además, en sus 4.000 hectáreas, se conservan especies que desaparecieron del resto del planeta hace millones de años. Se pueden organizar visitas guiadas, gratuitas y en español, para grupos de hasta 20 personas. Las rutas comienzan en la Laguna Grande, a 29 km de San Sebastián, capital de la isla. Su duración es de cuatro horas.

Aquí se puede admirar la práctica del silbo, un lenguaje ancestral único en el mundo. Es Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Creado por los aborígenes de la isla para comunicarse a través de

los barrancos, actualmente reproduce el castellano hablado en Canarias. Sin embargo, el silbo sirve para hablar en cualquier idioma, ya que se basa en la reproducción de las características sonoras de cualquier lengua hablada. Los gomeros pueden llegar a comunicarse incluso en distancias cercanas a los tres kilómetros.

Avistamiento de cetáceos y delfines

La Gomera es una de las zonas del planeta con mayor diversidad de cetáceos, sobre todo en la franja comprendida entre Playa de Santiago y Valle Gran Rey. Excursiones Yani es uno de los operadores que organiza excursiones con salida en Valle Gran Rey, a 46 km de San Sebastián, todos los días excepto los martes y para grupos de hasta 80 personas. El paseo, de tres horas, es una oportunidad única para avistar ballenas y delfines, observando el fondo marino a través del fondo acristalado del interior del barco, y por qué aprovechando para darse un chapuzón.

Golf con vistas panorámicas

En Playa Santiago, a 30 kilómetros de la capital, está el campo Tecina Golf, con vistas al océano Atlántico y al Teide, el pico más alto de España y que corona la vecina isla de Tenerife. Con 18 hoyos y 54 hectáreas de extensión, el recorrido incluye el descenso de una ladera de pronunciada pendiente. Gracias a esta singularidad, el golfista puede disfrutar de las vistas al mar desde todos los hoyos, algo de lo que pocos campos de pueden presumir.





VIRTUAL MEETINGS SIN MOVERSE DEL ASIENTO

Por **Mar Rodríguez**

A mediados de los 90 hubiera sido impensable que un grupo de Madrid mantuviera una reunión virtual con una delegación de Latinoamérica. Lo que entonces parecía ciencia ficción hoy es una realidad gracias a la revolución que ha supuesto Internet y, sobre todo, las soluciones de telepresencia.

En el mundo global en el que vivimos, las empresas necesitan interactuar en tiempo real con sus clientes, socios o representantes en cualquier lugar del mundo. Esto se ha traducido en un crecimiento significativo de los viajes corporativos, pero también de las soluciones de videoconferencia aplicadas al mundo empresarial.

Mucho se ha escrito sobre la reducción de viajes como consecuencia del desarrollo de la tecnología que los puede evitar, pero el mercado apunta a que ambas soluciones son compatibles. Siempre que sea posible, evitar el desplazamiento puede conllevar una mayor productividad, reflejada además en una reducción de los efectos contaminantes derivados del desplazamiento.

Según Cisco, 98 horas de telepresencia evitan lanzar a la atmósfera las mismas emisiones de CO₂ que se generan durante un viaje en avión entre San José (California) y Nueva York,

ciudades separadas por 4.000 km.

El estrés derivado de algunos viajes, estimado por Carlson Wagonlit en 487 euros por desplazamiento y un tiempo de trabajo perdido de 6,9 horas de promedio, se puede evitar con el simple hecho de no viajar.

Optimización de la inversión

Recurrir a las videoconferencias redundará en una reducción de los costes siempre y cuando sea posible conseguir el mismo resultado sin moverse de la oficina.

Pero no significa una reducción en la inversión en viajes de empresa, sino en una optimización de los mismos: las prospecciones de mercado, primeros contactos con clientes, convenciones entre delegaciones, etc. siguen requiriendo el desplazamiento físico porque virtualmente no se puede conseguir el mismo resultado que en un *face to face*.

Por eso organizar *virtual meetings* de manera coherente supone una optimización de la inversión en viajes, ya que serán organizados aquéllos que realmente sean necesarios y cuyo retorno se traduzca en un aumento del negocio y una mejora de las relaciones entre representantes, además de influir en el bienestar del trabajador. La gestión de equipos también ha encontrado en la telepresencia una herramienta eficaz para mejorar el nivel de satisfacción del personal.

Contacto

La tecnología de telepresencia se basa en una comunicación mediante vídeo de alta calidad. Para ello se utilizan pantallas de alta definición y los últimos avances en materia de imagen y audio, lo que hace posible ver a los interlocutores en tamaño real, sin retardo y con un contacto visual y auditivo de gran calidad. Los participantes tienen la sensación de asistir a una reunión presencial en todo momento, como si estuvieran sentados en la misma sala.

Los avances tecnológicos de los últimos años permiten conversar con total claridad, de forma segura y sin interrupciones, dado que las soluciones ofrecidas por los proveedores no sólo incluyen la tecnología, sino también el acondicionamiento de las salas, iluminación, aislamiento acústico y todo lo necesario para que la reunión o pequeña convención se pueda llevar a cabo sin elementos que favorezcan la dispersión, sino todo lo contrario.

Porque durante las reuniones virtuales los interlocutores no tienen por qué perder ni un detalle de la comunicación no verbal, algo muy importante ya que se estima que ésta representa más del 30% de lo que influye en una conversación.

La telepresencia integra además otras opciones como la posibilidad de grabar la sesión en vídeo de alta calidad, compartir documentos, gráficos y presentaciones... incluso el escritorio de un ordenador situado al otro lado del mundo.

Productos

Cisco es uno de los principales proveedores mundiales en materia de telepresencia. Ofrece a las empresas varias herramientas con las que celebrar reuniones virtuales: desde salas y equipos que se alquilan por horas, como cualquier sala de hotel o espacio para eventos; a

sistemas de videoconferencia *online* para ser utilizados desde la propia oficina mediante Cisco WebEx y Collaboration Meeting Rooms.

Cisco WebEx es un servicio de videoconferencia web albergado en la nube que, además de las reuniones de voz y vídeo *on line*, permite compartir contenidos, incluyendo la visualización del escritorio del ordenador de los participantes. Cualquiera de las soluciones que conllevan no desplazarse de los locales de la compañía se pueden implementar de tres formas distintas: mediante *hardware* y *software* instalado en los locales de la compañía, llamado *on-premise*; bajo un modelo alojado en la nube de Internet o *cloud* y, por último, mediante un modelo híbrido que combina ambas posibilidades.

Cisco cuenta con distintos ejemplos de uso que demuestran el potencial de las reuniones virtuales a la hora de reducir costes y mejorar procesos. Es el caso del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), que dispone de dos salas de telepresencia propias en su sede de Madrid y en la Oficina Económica y Comercial de España en Shanghái, con capacidad para 12 personas. Ambas están conectadas a una amplia red de más de 200 salas de telepresencia de Telefónica y Cisco ubicadas en todo el mundo y permiten a las empresas españolas celebrar reuniones de trabajo con clientes, socios y distribuidores en el exterior.

HP es otro de los proveedores de referencia en esta materia, con soluciones como HP Halo. Diseñada por DreamWorks Animation SKG™, proporciona el espacio, el servicio y la asistencia técnica para organizar *virtual meetings*.

Esta solución de telepresencia se ejecuta en una red privada diseñada específicamente para la colaboración por vídeo y ofrece audio dúplex completo en todas las conexiones entre empresas, que también pueden instalar la tecnología en sus oficinas.

La variante HP Halo Webcasting permite ampliar el alcance convirtiéndose en un auténtico estudio de televisión propio desde donde emitir para cientos de personas en todo el mundo al mismo tiempo, sin que ello conlleve una pérdida en la calidad de la imagen ni el sonido.





Raquel Ferreiro
Travel manager de Ikea Ibérica

“Los *virtual meetings* suponen un ahorro de costes y colaboradores más contentos”

¿Viajes y reuniones deben estar conectados?

En IKEA, hace tiempo que empezamos a ver los viajes como una consecuencia de la necesidad de nuestros colaboradores de reunirse, ya sea con un colega o con un proveedor, con el objetivo final de hacer crecer la marca. Y dado que viajamos para reunirnos, entendemos que son dos conceptos interrelacionados que no pueden tratarse por separado. Ello no impide que existan otras alternativas que hemos incluido dentro de nuestro propio programa Meeting the IKEA Way.

¿En qué consiste?

El principal objetivo es desarrollar nuestro negocio, permitiendo a nuestros colaboradores elegir la forma más adecuada para reunirse, teniendo en cuenta la sencillez, el precio y el sentido común. Meeting the IKEA Way proporciona los métodos más adecuados, independientemente de que sean reuniones físicas o virtuales. Es una estrategia que refleja nuestros valores y nuestra cultura.

¿Qué tipo de *virtual meetings* se organizan en IKEA?

Web Meetings: fueron los primeros que implementamos. Recomendamos utilizar este formato de reunión cuando se quieren presentar datos, resultados, informes; o realizar formaciones sobre programas, herramientas o aplicaciones, entre otros.

Phone Meetings: Se implementaron en una segunda fase. Son una alternativa a las antiguas teleconferencias, para reuniones telefónicas de más de dos personas.

Video Meetings: Han sido los últimos en llegar. Tienen más calidad de sonido e imagen que las antiguas videoconferencias, permiten conectar varios *sites* a la vez y compartir documentos. Recomendamos su utilización en la fase inicial de procesos de selección, reuniones con representantes en otros países o una primera toma de contacto con compañeros en otros destinos.

Mensualmente realizamos formaciones internas para que nuestros colaboradores conozcan las herramientas y les puedan sacar el máximo partido. El nivel de utilización ha crecido de manera asombrosa en los siete años que llevamos utilizándolas y, aparte del ahorro económico que suponen, juegan un papel muy importante en la conciliación de la vida personal y laboral, además del cuidado del medioambiente.

¿Complementan a las reuniones o llegan a sustituirlas?

Es un formato alternativo a las reuniones físicas cuando resulta idóneo sustituirlas, pero también sugerimos que se mantengan encuentros físicos.

¿Cuáles son las ventajas y desventajas?

Claramente, la mayor ventaja es el ahorro de costes, además de que los colaboradores están más contentos, ya que evitan viajes que consumen su tiempo personal, así como la reducción de emisiones de CO₂.

La información fluye de una manera asombrosa a través de estos canales y el nivel de comunicación ha aumentado a todos los niveles, desde reuniones en las que participan a nivel nacional todas nuestras tiendas, hasta encuentros a nivel global en los que se reúnen representantes de todos los países en los que estamos presentes para explicar estrategias, nuevas formas de trabajo, iniciativas, buenos ejemplos... con una frecuencia antes impensable por el coste en viajes y tiempo que esto suponía.

Entre las desventajas puedo mencionar la pérdida de contacto visual y la falta de interacción si no se gestiona bien la reunión. En nuestro caso, el tema del idioma en este tipo de reuniones a veces genera un problema añadido, ya que no es fácil integrar sistemas de traducción simultánea en varias lenguas.

La facilidad de utilización de estas herramientas puede provocar que se abuse de las mismas y se organicen demasiadas reuniones. Por último, y como cualquier herramienta, la tecnología también puede fallar.

¿Cuáles son esas herramientas?

Todas nuestras salas de reunión están equipadas con teléfono de conferencia, ordenador y pantalla para los Web Meetings. Para el Video Meeting tenemos un equipo especial habilitado en una de nuestras salas de las oficinas centrales. El reto está en enseñar a la gente cómo utilizarlas y cómo liderar una reunión utilizando estos métodos.

¿Cuál es el futuro?

No es fácil saberlo, creo que se trabajará en la integración de los diferentes sistemas y también con los dispositivos móviles, logrando ser menos dependientes de dónde está cada uno de los participantes a la hora de asistir a una reunión.



Sin instalaciones

Intercall ofrece Blue Jeans Network, una solución para organizar reuniones a nivel global. Es posible conectarse desde cualquier lugar, en cualquier momento y desde cualquier dispositivo. La herramienta está basada en la nube, por lo que combina espacio e interoperabilidad con otras soluciones. Su uso no conlleva la misma inversión que la del alquiler de un espacio destinado a este tipo de reuniones. Por eso es interesante para las pymes que aún no pueden invertir en instalaciones más completas.

Videra Virtual Office Immersive Telepresence incluye el diseño de la habitación virtual, incluido el mobiliario, con tecnología de alta calidad, soporte y mantenimiento. La posición de la cámara y pantalla panorámica permiten el contacto visual entre los participantes, mientras que los sistemas de audio garantizan un sonido de calidad.

Quién lo utiliza

Telefónica tiene salas de telepresencia en Europa, Latinoamérica, Estados Unidos

y China. En México, Harman Internacional firmó un acuerdo con GetThere, marca comercial de Sabre Travel Network, para la instalación de Sabre Virtual Meetings en las oficinas de la compañía. El objetivo es organizar reuniones en las salas virtuales proporcionadas por la plataforma *on line*. Tal y como explicó Sally Sabella, directora de Viajes Corporativos Globales de Harman Internacional, “es una manera de mantener los gastos de viajes bajo control, sin olvidar que los desplazamientos son necesarios para nuestro negocio”. En su opinión, las soluciones virtuales se destinan principalmente a las reuniones internas.

Rodolfo Silva, director gerente de GetThere para América Latina, explica que los usuarios pueden saber con antelación dónde reservar en el momento de la reunión, qué tipo de sala estará disponible y qué pasos seguir cuando organizan un encuentro virtual. La solución Virtual Meetings también brinda acceso a salas públicas y de otras compañías, con el objetivo de aumentar la colaboración audiovisual. En total, Sabre Virtual Meetings ofrece más de 4.000 salas abiertas al público.

VENTAJAS

- *Ahorro de costes*
- *Posibilidad de establecer contacto entre varias delegaciones de la misma empresa*
- *Ningún impacto medioambiental*
- *Mayor conciliación de la vida personal y laboral*

DESVENTAJAS

- *Menor interacción entre los participantes*
- *Es difícil gestionar la traducción cuando los interlocutores hablan diferentes idiomas*
- *Abuso del número de reuniones organizadas*
- *Aún no se pueden integrar muchos dispositivos móviles*



José Manuel Petisco
Director general de Cisco España

”Gracias a la telepresencia nos hemos ahorrado el 32% de nuestros viajes desde 2006”

¿Qué novedades ofrece Cisco a las empresas interesadas en los virtual meetings?

Acabamos de anunciar la disponibilidad de lo que denominamos Collaboration Meeting Rooms (CMRs): combinando el poder de la telepresencia con la escalabilidad y la flexibilidad de Cisco WebEx, los CMRs proporcionan a cada trabajador su propio espacio de colaboración en una nube personal, privada y siempre disponible.

Estos espacios o salas virtuales ofrecen la posibilidad de organizar reuniones en las que los interlocutores puedan participar desde el dispositivo de su elección, ya se trate de un terminal de vídeo de Cisco o de cualquier otro equipo de vídeo basado en estándares, cliente *desktop* o móvil, o incluso desde un soporte ligero como Microsoft Lync.

Además, Cisco CMR puede incluir más usuarios que cualquier otra solución de tipo empresarial disponible en el mercado, de un modo tan sencillo como

haciendo clic en el identificador único de cada sala. Los usuarios pueden organizar reuniones que se vayan a realizar de forma instantánea o programarlas en una sala virtual siempre disponible utilizando un identificador dedicado.

¿Va en aumento la demanda de este tipo de tecnología?

Sí. En el entorno de trabajo actual, altamente colaborativo y marcado por el incremento exponencial de profesionales móviles y de equipos distribuidos, las reuniones virtuales facilitan la participación de los trabajadores en cualquier momento y lugar, contribuyendo significativamente al aumento de la productividad y a la reducción de los costes que conllevan los viajes.

En el caso concreto de Cisco, WebEx es actualmente el mayor servicio de videoconferencia web en el *cloud* de todo el mundo, según la consultora Synergy, con 11 millones de *hosts* registrados, más de 2.600 millones de minutos de reuniones cada mes y más de 5.500 millones de descargas de la aplicación en terminales móviles. En el segundo trimestre de nuestro actual ejercicio fiscal, los ingresos de Cisco WebEx han crecido un 21% interanual.

Sin embargo aún nos queda mucho mercado en el que entrar ya que, aunque la comunicación mediante vídeo interoperable, fiable, escalable y de alta calidad, frente al vídeo basado en *webcams*, poco fiable e incapaz de escalar, juega un papel fundamental, las estadísticas demuestran que el 90% de las salas de reuniones equipadas con vídeo no incluyen sistemas de imagen de alta calidad.

Esto se debe a la complejidad de las herramientas, por lo que Cisco ofrece

soluciones de vídeo en alta definición y audio de gran calidad, escalables, con un diseño elegante, sencillas de instalar y configurar, basadas en estándares interoperables con casi cualquier dispositivo o cliente web.

¿Qué porcentaje suponen las reuniones virtuales frente al global?

Es muy difícil estimar el porcentaje actual. En nuestro caso podemos compartir la experiencia de Cisco, multinacional con más de 73.000 trabajadores a escala global. Desde que empezamos a utilizar las soluciones de telepresencia en octubre de 2006, nos hemos ahorrado casi 383.000 desplazamientos a escala global. Esto representa aproximadamente el 32% de las reuniones presenciales que organizábamos hasta el momento.

Si hablamos del ahorro económico, estamos hablando de más de 1.500 millones de dólares en gastos de viaje y 575 millones que hemos estimado como consecuencia directa de la mejora de la productividad. Otro dato muy importante es que el ciclo básico de ventas se ha acelerado hasta en un 9,7%.

¿Han estimado el impacto medioambiental?

Por supuesto, ya que no hay que olvidar la importancia en la reducción de contaminación que tiene utilizar la telepresencia cuando el tipo de encuentro lo permite, y más en un contexto en el que las empresas desarrollan políticas de Responsabilidad Social Corporativa cada vez más relevantes de cara a sus accionistas y clientes: en nuestro caso hemos evitado la emisión a la atmósfera de 827.000 toneladas métricas de CO², un dato que además, mejora nuestra imagen.

Hoy,
nuevos horizontes,
nuevos ritmos.

Vuela a partir del 1 de septiembre a **Santo Domingo**

Hoy, pierdes el miedo a bailar. ¿Y mañana? ¿Te imaginas?

Compra ya en iberia.com





DESTINO: REPÚBLICA DOMINICANA

Paraíso en la tierra

El primer país al que llegaron los colonizadores españoles sigue siendo invadido cada año, aunque por grupos de turistas en busca de buen tiempo, playas paradisíacas y una forma de vivir que Europa añora. Los profesionales tienen a su disposición una infraestructura hotelera que no solo está conduciendo el todo incluido hacia el alto standing, sino dando lugar a nuevos modelos boutique donde crear un oasis de trabajo y placer dentro de ese gran vergel que es el país.

Por **Eva López Alvarez**

La Española fue descubierta por Colón en el primero de sus viajes al Nuevo Mundo. Hoy por hoy es un destino turístico de primer orden al que millones de turistas viajan cada año en busca de playas paradisíacas, el ritmo de vida caribeño que el europeo tanto admira para sus momentos de relax, y un clima caluroso todo el año.

Destino en reconversión

Las autoridades en materia de turismo quieren afianzar la presencia de República Dominicana en el panorama internacional de destinos de convenciones e incentivos, disociando la imagen del país a la de un destino puramente vacacional.

El potencial que ofrece para este segmento es enorme, ya que los atractivos del país se adaptan perfecta-

mente a lo que los organizadores necesitan para elaborar un programa lúdico que complete una convención u organizar un viaje de incentivo puro.

Para ello existe una infraestructura hotelera que, si bien nació en los años 80 en Puerto Plata claramente orientada al modelo de todo incluido que revolucionó el turismo de ocio, está sabiendo reorientarse para responder a la demanda de los grupos profesionales. A ello se une un abanico de posibilidades de incentivo organizadas por operadores locales cada vez más conscientes de las exigencias de las empresas.

Santo Domingo

La capital de la isla siempre ha sido considerada como un lugar de paso hacia la costa. Sin embargo, merece la

pena organizar una parada en la que descubrir el casco antiguo, testimonio de lo que fue uno de los primeros asentamientos europeos en América.

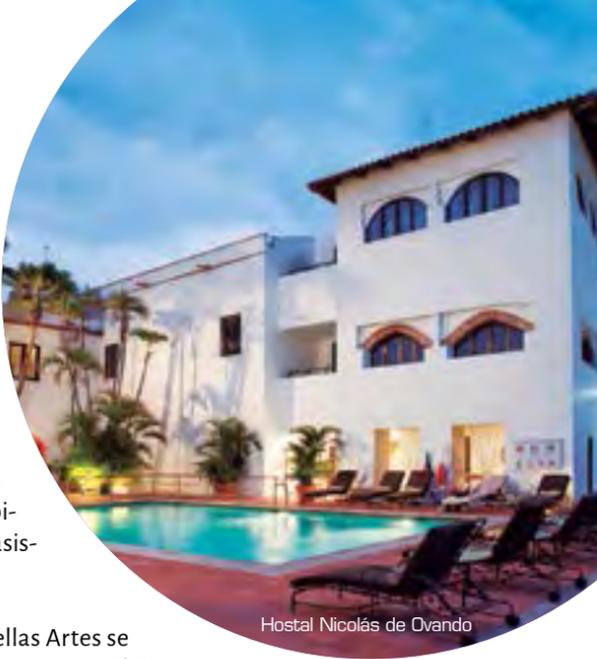
Como punto de partida y bajo la marca MGallery del grupo hotelero Accor, el **Hostal Nicolás de Ovando** ocupa los espacios de la que fue la casa del primer gobernador de la ciudad. El carácter colonial impregna las 104 habitaciones y los siete espacios para eventos profesionales, que incluyen dos patios. En el mayor de ellos se pueden organizar banquetes para 250 comensales.

Su excelente ubicación hace de este hotel el punto de partida ideal para un paseo por la ciudad antigua, reconocida como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO: son sólo tres km2 que merece visitar con un guía local que cuente

los orígenes de la colonización y lo que ésta supuso para el desarrollo de la isla. 300 edificios de la época de Ovando se aglutinan en esta área, que incluye la calle de las Damas, primera pavimentada del Nuevo Mundo.

Barceló cuenta con el mayor salón para eventos de empresa dentro de un hotel en la capital y ha sido recientemente renovado: el **Barceló Santo Domingo**, de 217 habitaciones, puede acoger hasta 1.200 asistentes en su mayor salón.

Fuera de los hoteles, el Palacio de Bellas Artes se utiliza para convenciones hasta 625 personas. El Teatro Nacional, en la Plaza de la Cultura, cuenta con un auditorio de 2.175 plazas.



Hostal Nicolás de Ovando



Convenciones e Incentivos

Los nuevos centros de convenciones de nuestros resorts de Bávaro y La Romana pone a su disposición: modernas instalaciones, equipos especializados y una exquisita atención personal para la celebración de convenciones, congresos y reuniones de grupos e incentivos.

Bahia Principe Bavaro Resort

- Grand Bahia Principe Premier ★★★★★
- 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
República Dominicana

PLAYA NUEVA ROMANA
República Dominicana

Diversidad paisajística

La isla está ocupada por dos países: Haití y República Dominicana. El suroeste es árido y el noroeste frondoso gracias a la selva tropical, mientras que en el centro se eleva el Pico Duarte, el más alto de las Antillas con más de 3.000 de altura.

El recorrido de Santo Domingo a Samaná, hoy por hoy la zona más dinámica en cuanto a desarrollo turístico, permite admirar el bonito paisaje húmedo de la isla atravesándola de norte a sur, a lo largo de 120 kilómetros por una carretera recién construida: la llanura se sucede de un relieve suave y ondulado que va cambiando hacia el paisaje montañoso que alberga el Parque Nacional Los Haitises. Y el siguiente paisaje ya es el del mar.

Precisamente este Parque Nacional es uno de los lugares más recomendables a la hora de organizar una excursión dentro de un programa de incentivo: manglares, cayos, cuevas con arte rupestre... componen un paisaje en el que sólo faltan los dinosaurios. La visita de la cueva Fun Fun supone adentrarse en la tierra a lo largo de dos de los ocho kilómetros explorados hasta el momento.

Este parque representa a la perfección las posibilidades de ecoturismo en Samaná y alrededores. Otra de las excursiones más programadas para incentivos es el ascenso en caballo hasta el Salto del Limón, una cascada natural de 50 metros de altura en la que refrescarse tras un recorrido de una hora a través de la jungla.

Los organizadores interesados por las salidas al mar deben tener en cuenta que de diciembre a marzo miles de ballenas jorobadas viajan a las costas de Samaná cada año para reproducirse.



Hoteles en Samaná

Esta parte del país es fiel reflejo del compromiso por desarrollar una infraestructura hotelera que no sólo proponga estancias en régimen todo incluido. Un buen ejemplo es **The Bannister**, único con marina propia, con todo lo que eso conlleva a la hora de organizar salidas para grupos.

Las 31 *suites* y villas decoradas con un estilo depurado se completan con dos salones para eventos, el mayor con capacidad para 180 personas en cóctel.

Quizá lo mejor del hotel sea su *Café del Mar*, ideal para una privatización completa. Ni siquiera los excelentes cócteles locales pueden competir con la puesta de sol a la hora de dejar un recuerdo imborrable en la memoria de los asistentes.

El grupo hotelero español Piñero, a través de su cadena Bahía Príncipe, apuesta claramente por el país, donde cuenta con doce hoteles. El **Luxury Bahía Príncipe Cayo Levantado** es uno de los mejores establecimientos de la marca y, al ser sólo para adultos, es muy utilizado para grupos en un viaje de recompensa. La llegada en barco al paradisíaco cayo ya es un incentivo en sí mismo. Bajo el concepto *all inclusive*, 209 habitaciones, con nueve villas en la playa, se completan con *spa*, cuatro restaurantes y seis bares. Un aliciente más es la cantidad de actividades acuáticas y de navegación que se pueden organizar desde el hotel.

Al norte de la península de Samaná está Las Terrenas: no es Caribe, pero lo parece. Playas completamente vírgenes como la de El Rincón harán las delicias de cualquier viajero: agua cristalina a temperatura ambiente y postales de ensueño se mire donde se mire, dejan claro por qué la costa dominicana figura entre las consideradas como las más bonitas del mundo. La excursión de un día en velero con comida en una de las playas es la mejor manera de apreciarla.

La Romana

En el sur de la isla, a 100 kilómetros de la capital, La Romana concentra algunos de los hoteles más exclusivos del país. Precisamente otro de los mejores establecimientos de Bahía Príncipe está en esta zona: con 244 habitaciones sólo para adultos, el **Luxury Bahía Príncipe Bouganville**, fue inaugurado a finales de 2013. El **Gran Bahía Príncipe La Romana**, dentro del mismo complejo, también cuenta con espacios para eventos y 400 habitaciones.

Casa de Campo Golf Resort es otro de los hoteles emblemáticos dentro de la oferta de lujo en La Romana. Cada huésped cuenta con su propio cochecito de golf para desplazarse por las instalaciones, que incluyen 185 habitaciones y 40 villas, dos campos de golf de 18 y 27 hoyos y dos centros de convenciones con capacidad para 500 personas en teatro en el mayor espacio. La playa Minitas es muy utilizada para cócteles al aire libre hasta 600 personas.

La misma entidad que gestiona el hotel se ocupa de Altos del Chavón, un curioso lugar que domina el río del mismo nombre y que reproduce un pueblo renacentista italiano. Los bajos de las casas están ocupados por restaurantes y firmas de diseño. El anfiteatro abierto, los patios y terrazas, se prestan para eventos multitudinarios, como el concierto de Frank Sinatra que inauguró el espacio en 1982.

Algunas de las villas privadas que se ubican dentro del área de la Casa de Campo también pueden ser privatizadas para fiestas o como alojamiento exclusivo para incentivos de alto *standing*.

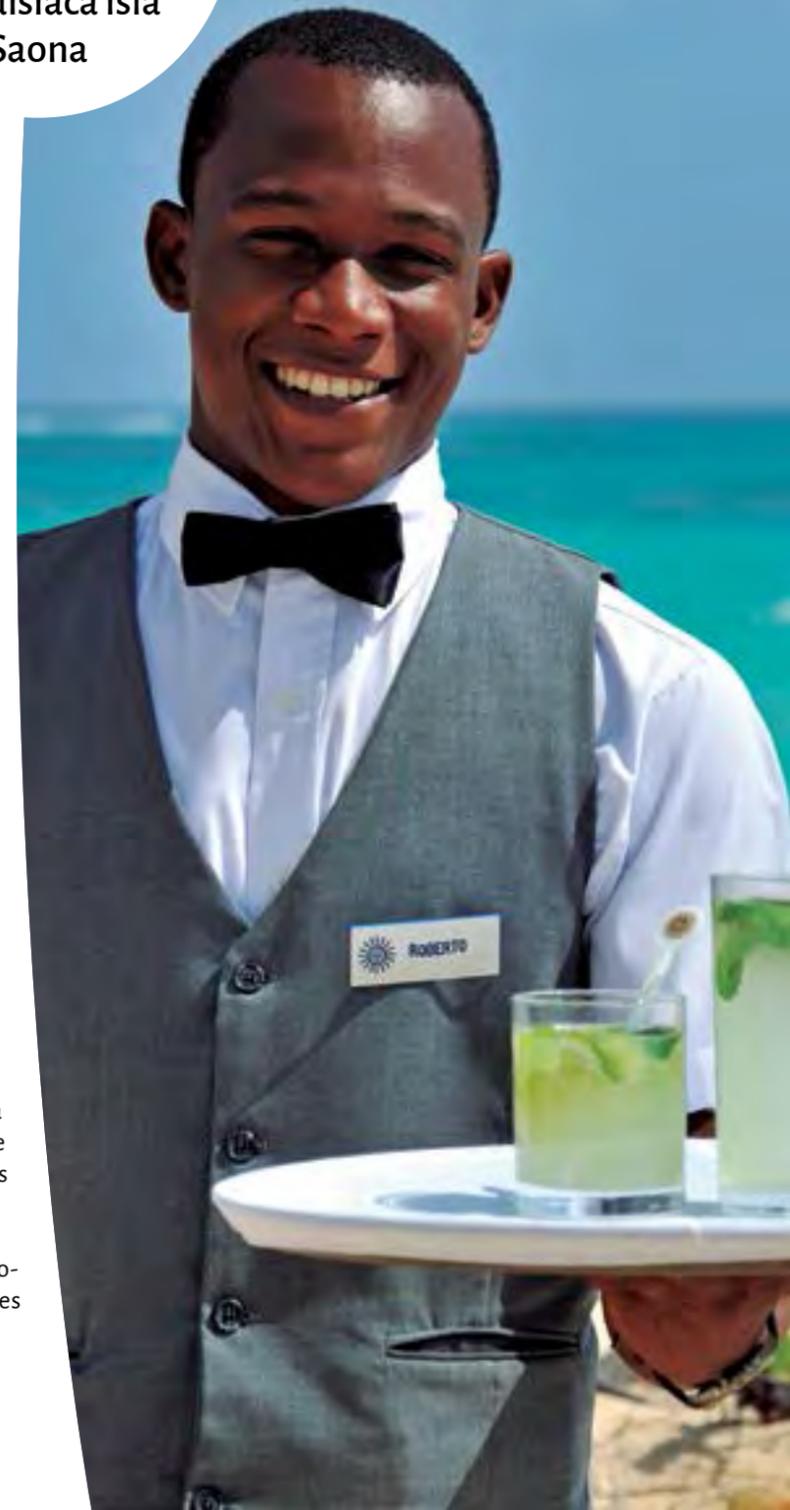
Desde aquí se puede organizar una de las excursiones más emblemáticas en República Dominicana cuando se quiere combinar playa, ambiente festivo y ritmo caribeño. Desde Bayahibe parten los catamaranes con destino a isla Saona: Caribe en estado puro en playas desde las que admirar las tonalidades de turquesa que puede generar este mar en sus rincones más paradisíacos.

La fiesta empieza nada más abordar: música local y “vitamina B” en homenaje al ron (Brugal y Barceló son las marcas más emblemáticas) para que los grupos bailen y disfruten de una jornada de fiesta. Tras dos horas de navegación, varios chiringuitos de la isla proponen la degustación de la cocina local con opciones para varios presupuestos: desde los bufés más clásicos a la langosta recién pescada en las aguas circundantes.

De regreso a la isla principal, la parada en una zona sin profundidad es la excusa para otro baño y admirar las especies de estrellas de mar que abundan en la zona.

La excursión más emblemática para incentivos es la que conduce a la paradisíaca isla Saona

La cordialidad y las sonrisas están siempre presentes en el servicio por parte de los dominicanos



Punta Cana

Quién no ha oído hablar de las playas de Punta Cana: allí donde confluyen las aguas del Caribe y el Atlántico se concentra el 50% de la oferta hotelera del país. Más de 50 vuelos diarios llegan cada día en la temporada alta, de diciembre a mayo, a lo que era hasta los años 90 una gran extensión de los campos de caña de azúcar que le dieron nombre.

Algunos complejos, emblemas del todo incluido como el **Barceló Bávaro Beach**, aglutinan en un mismo espacio todo lo que una convención con programa lúdico requiere. Se compone de cuatro hoteles, siendo el Club Premium Deluxe el más adaptado para grupos de trabajo e incentivo. Con recepción propia, las 144 habitaciones cuentan con *jacuzzi* en la terraza y magníficas vistas. En cuanto a restauración, los once restaurantes ofrecen propuestas gastronómicas diferentes y con distintos estilos según el perfil de la comida o cena que se quiera organizar. Es posible privatizar algunos de ellos.

Los clientes de esta parte del complejo tienen acceso a las instalaciones reservadas para los clientes del Barceló Bávaro Beach Solo Adultos, que también forma parte del complejo.

Punta Cana aglutina el 50% de la oferta nacional y hay hoteles para todos los gustos

El campo de golf de 18 hoyos se presta para la organización de torneos o cursos de iniciación. El U-Spa, con gimnasio, cuenta con sala de yoga, aunque los locales recomiendan que las clases se hagan en la playa. También las de bachata, una de las actividades de incentivo que más éxito tiene entre los organizadores internacionales.

El Barceló Bávaro Convention Center que está dentro del recinto cuenta con más de 11.500 m² repartidos en 13 salas que se pueden subdividir hasta un total de 24 salones. El mayor espacio puede reunir a más de 2.500 personas en teatro. Las instalaciones no solamente se prestan a la organización de eventos muy grandes. Por ejemplo, para grupos inferiores a 100 personas existen otras opciones como el bar semiabierto Higüey.

Grandes complejos

Bahía Príncipe ofrece cinco hoteles para eventos e incentivos en su complejo de Playa Bávaro: los de mayor categoría son **Luxury Bahía Príncipe Ambar** (sólo para adultos) y **Luxury Bahía Príncipe Esmeralda**, de 528 y 570 habitaciones respectivamente. El centro de convenciones del hotel Esmeralda puede albergar 600 personas en convención. A este espacio se añaden dos salones más con capacidad para 280 y 150 personas.

El complejo cuenta con tres hoteles más, generando un total de 3,114 habitaciones, todas muy cerca del Punta Blanca Golf Club, de 18 hoyos. Grand Bahía Príncipe Premier, Grand Bahía Príncipe Bávaro y Grand Bahía Príncipe Punta Cana también cuentan con equipamientos y espacios dedicados a los grupos de empresa.



Barceló Bávaro Beach Resort

PREMIUM



Eventos exclusivos en Playa Bávaro

Uno de los más grandes y modernos centros de convenciones del país con 13 salas convertibles a 24. Ofrece los últimos avances tecnológicos en informática y equipos audiovisuales.

En la Casa Club contamos con 8 nuevos salones multifuncionales convertibles a 13 para todo tipo de eventos con amplios servicios de cocina y almacenes.

2 hoteles (uno Adults Only)
14 restaurantes y 16 bares
Campo de golf de 18 hoyos
7 canchas de tenis y 5 pistas polideportivas (fútbol, balonmano, baloncesto, voleibol y pádel)
U Spa y piscinas
Casino y discoteca

- 1.991 habitaciones
- 3.000 pax máximo
- 20 km | Punta Cana Int'l
190 km | Las Américas Int'l
- Bávaro beach
- 60 km | Higüey
205 km | Santo Domingo
- Campo de golf "The Lakes" diseñado por P. B. Dye

Playa Bávaro | República Dominicana
bavaro.grupo-gte@barcelo.com
+1 809 686 5797



Catalonia ofrece tres salones para eventos, el mayor de 592 m², en su complejo de Playa Bávaro sólo para adultos. Éstas no son las únicas propuestas en cuanto a marcas hoteleras de referencia para el mundo hispanohablante: Riu, Iberostar, Meliá... también cuentan con grandes hoteles en la zona.

Pero no sólo hay *resorts* todo incluido en Punta Cana. A través de una carretera recientemente asfaltada se accede al hotel **Sivory**. Con 55 habitaciones y decorado en estilo asiático, ofrece detalles para los adultos que se hospedan de manera exclusiva en el hotel como el desayuno en la puerta de la habitación.

La cuidada gastronomía de sus tres restaurantes y la calma que se respira en el hotel hacen de él una opción muy recomendable para grupos más pequeños. En las dos salas que se ofrecen para eventos se pueden organizar reuniones para un máximo de 150 participantes.

Puerto Plata

Aquí fue donde empezó todo. Los primeros hoteles que aplicaron el modelo del todo incluido abrieron en esta parte de la isla, donde los chárter comenzaron a traer a miles de turistas cada semana atraídos por los 100 kilómetros de playas desde las que observar las alturas de las montañas que las rodean.

La subida en teleférico hasta lo alto del monte Isabel es la mejor manera de apreciar la orografía de esta parte de la costa norte, antes conocida como la Costa del Ámbar, por la importante presencia de este mineral fósil. La Isabela recibió a las tres carabelas de Colón en su primera toma de contacto con el continente americano.

Hoy por hoy reúne la mayor cantidad de propuestas de turismo activo en República Dominicana, por lo que interesará a aquellos que incluyan las subidas de adrenalina dentro de sus programas. En Sosúa, conocida como el lugar donde se instaló la población judía acogida por el gobierno dominicano durante su persecución por los nazis, reúne a los principales operadores en materia de submarinismo y *snorkel*.



Más conexiones aéreas

El mapa de conexiones aéreas de República Dominicana evidencia la importancia que tiene el destino para el mercado europeo. Las compañías españolas están apostando fuerte por él.

A partir del 1 de septiembre Iberia

retomará sus vuelos entre Madrid y Santo Domingo con cinco frecuencias semanales, tras haber abandonado la ruta en 2012. Por su parte, Air Europa integró el destino Punta Cana en la línea circular Madrid-Miami, que se abrió recientemente, con tres vuelos semanales. Con destino a Santo Domingo la aerolínea opera un vuelo diario.

Avianca aumentó en 2013 sus vuelos desde Colombia añadiendo un tercer vuelo semanal a su ruta Bogotá-Punta Cana dos veces por semana, sumada a las cuatro frecuencias semanales que opera entre la capital colombiana y Santo Domingo.

El año pasado, Copa Airlines aumentó sus conexiones entre

Ciudad de Panamá y Punta Cana, hasta los cuatro vuelos diarios. La filial colombiana también inauguró una ruta de Bogotá a Punta Cana con cuatro vuelos semanales.

A pesar de mantener excelentes conexiones desde Europa, República Dominicana no está conectada en vuelo directo con Argentina, Chile, Perú y México.



Damajagua es una zona de 27 cascadas y saltos de agua que se pueden

recorrer haciendo *canyoning*. También se pueden organizar rutas en bicicleta o kayak en el mar.

Cabarete es la referencia para los que quieren disfrutar de la noche dominicana y una de las mejores zonas para organizar clases de surf, ya que sus playas están consideradas entre las mejores del planeta para la práctica de este deporte. La influencia de los vientos alisios sobre el clima se percibe claramente en el movimiento de las aguas.

Los complejos hoteleros con los mayores espacios para eventos se concentran en Playa Dorada, con hoteles como **Occidental Allegro Playa Dorada**, con 271 habitaciones y espacios para grupos hasta 120 personas. El **VH Gran Ventana Beach Resort** tiene 506 habitaciones y centro de convenciones hasta 250 participantes. El **Iberostar Costa Dorada**, con 516 habitaciones y playa privada, se ofrece para grupos que busquen mayor privacidad y cuenta con salones para eventos de hasta 800 personas

En un estilo muy diferente y para grupos reducidos, el **Casa Colonial Beach & Spa Resort** es un hotel *boutique* de 50 habitaciones en una mansión. Su *spa* tiene fama en toda la

Las frutas tropicales son otro atractivo del destino

isla. En su sala para conferencias se pueden organizar reuniones para 45 personas en formato teatro.

En los grandes complejos los grupos pueden tener la sensación de disfrutar un espacio reservado

República Dominicana es uno de los destinos por excelencia en la oferta de enormes complejos con todo incluido, sin embargo los grupos de trabajo pueden disfrutar de la sensación de disponer de un espacio reservado. Esto es posible gracias a la apuesta de los diferentes *resorts* por no mezclar a los públicos vacacionales y profesionales.

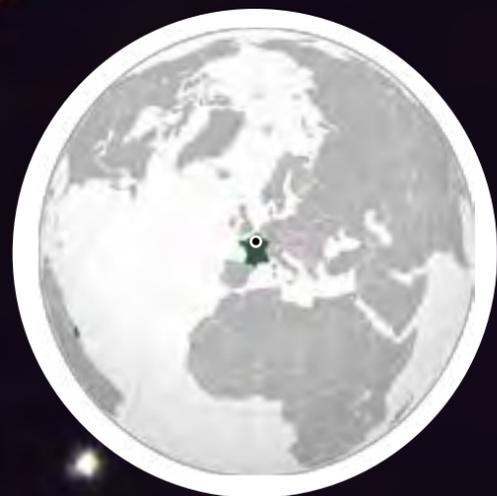
Los nuevos hoteles que se están inaugurando demuestran que hay opciones para todos los gustos en un país donde cualquier congreso, convención o incentivo dejará el buen recuerdo que emana de las playas de postal, los baños en aguas cristalinas, la calidez de la acogida del dominicano, la música caribeña omnipresente y el buen ambiente que se respira en cada rincón de la isla. República Dominicana es un destino en el que cualquier evento profesional, sea cual sea su perfil, terminará siendo una fiesta.

DESTINO: PARÍS

Non stop

Lo mejor de París es que el clasicismo más francés no es incompatible con la modernidad más arriesgada, sino todo lo contrario. Siempre impregnados de ese *savoir vivre* y ese *glamour* que cualquiera espera encontrar en la Ciudad de la Luz, sorprende el dinamismo de una urbe que podría venderse sólo con el nombre. Sin embargo, lejos de eso, las propuestas de incentivo, hoteles y lugares para eventos se multiplican de año en año.

Por Alejandro Martínez Notte
y Eva López Álvarez



Harían falta muchas páginas para explicar qué novedades ofrece París. Lo más llamativo es que el conservadurismo que tantas veces se achaca a los franceses no se deja ver en ningún momento en su oferta como destino para convenciones e incentivos. Hasta los clásicos se renuevan: por ejemplo, el Lido y el Moulin Rouge presentarán nuevo

espectáculo en 2015. El pasado diciembre abrió sus puertas el nuevo cabaret Mugler Follies, con menús que acompañan al espectáculo tan sugerentes como la “tortura de puntilla”. Sin ser tan reciente, porque ya cumplió dos años, el Cesar Palace ofrece un *show* de mimo para grupos de hasta 120 personas que

pueden ser adaptables, y aún más cómicos, a la idiosincrasia del grupo.

Nuevos hoteles

El grupo Accor, ha renovado los cinco hoteles Pullman que tiene en la ciudad. Entre ellos, el **Pullman Paris Montparnasse**, con 957 habitaciones y excelente ubicación, cuenta con uno de los dos mayores centros de convenciones en la ciudad: de 4.000 m2, se puede modular en 49 salas de reuniones, la mayor con capacidad para 1.500 delegados en teatro. El **Pullman Paris Tour Eiffel**, con 430 habitaciones, también luce como nuevo y cuenta con 23 salones para eventos entre 15 y 40 personas. El salón acristalado, muy utilizado para banquetes, dejará boquiabierto a más de uno por las sorprendentes vistas que ofrece de la Torre.



Pullman Montparnasse

Muy cerca del Arco del Triunfo, el antiguo Hilton que hoy es el **Hotel du Collectionneur** es ideal para grupos grandes. La decoración inspirada en los barcos transatlánticos combina lujo y sobriedad en las 478 habitaciones y ocho salas de reuniones modulares, con capacidad entre 10 y 650 personas, en torno a un patio central.

Junto a los Campos Elíseos, el **Warwick Champs Elysées** es un agradable hotel de 149 habitaciones en estilo cosy, con la chimenea encendida durante los meses fríos. Ofrece tres salas para reuniones de hasta 80 personas.

También se pueden organizar *meetings* de hasta 18 asistentes en la *suite* presidencial, con terraza.

El grupo adquirió recientemente el hotel **Westminster**, estratégicamente situado junto a la plaza Vendôme. El estilo de la Regencia impregna cada una de las 102 habitaciones y salones

Nuevos incentivos



Enología gourmet

Hubris organiza propuestas en torno al vino en galerías de arte, espacios históricos o al aire libre, siempre con un toque refinado y combinando la degustación de seis vinos con productos locales de alta gama. La propuesta Casino del Vino incluye clases sobre cómo elegir, degustar, servir y maridar.

Perfume propio

Candora propone la elaboración de un perfume con etiqueta personalizada. Fragonard, marca emblemática en la elaboración de perfumes en Francia, dispone de un museo en París donde organizar esta actividad y abrirá próximamente un espacio exclusivamente destinado para grupos.



Paseo en zepelín

Air Ship opera el trayecto que comienza a 25 km del centro y termina en Chantilly o Versailles. La altura de 300 metros permite divisar la ciudad, que no se puede sobrevolar. Las ventanas panorámicas del dirigible, y la posibilidad de estar de pie, hacen del recorrido una vivencia diferente, para un máximo de 12 personas.



París variado

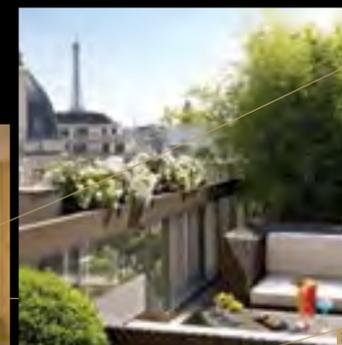
Animaé propone visitar París de maneras diferentes dentro de un mismo programa: desde trayectos en *buggy* a paseos a pie con sesiones fotográficas interactivas, incluyendo degustaciones de productos en mercados o la elaboración de un cómic en colaboración con los habitantes. Sólo hay que elegir la zona a descubrir.



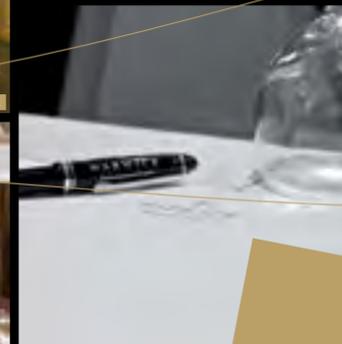
1



2



2



1



*Life is a collection of special moments...
Let Warwick be part of it.*

Hôtel Warwick Champs-Élysées & Hôtel Westminster - Paris


HOTEL WARWICK
Champs-Élysées


Hôtel Westminster
Rue de la Paix - Paris

www.warwickhotels.com

1 France, Paris, Hôtel Westminster | 2 France, Paris, Hôtel Warwick Champs-Élysées

eventos destinados a un máximo de 100 personas.

Variedad

Con un diseño completamente diferente, y aunque inaugurado en 2009, el **Hotel Banke** junto a la Ópera sigue siendo referencia de la elegancia más atrevida en París. Es al mismo tiempo un establecimiento *boutique* y un hotel grande, ya que ofrece 94 habitaciones, cada una más original que las demás, decoradas de manera ultra vanguardista. La sala con acceso independiente que se utiliza para eventos recuerda que en el pasado el edificio del hotel era un banco. De hecho se trata de la cámara de seguridad donde aún están las cajas fuertes. Aquí se pueden organizar cócteles de hasta 200 personas.

El **Hotel Crayon by Elegancia**, junto al museo del Louvre, es muy recomendable para una privatización completa dentro de un programa de incentivo que no requiera salas de reunión: sólo tiene 17 habitaciones y representa a la perfección el gusto por el *vintage* con un toque bohemio tan asociado también a la ciudad. La multitud de colores hacen de ésta una suerte de casa de huéspedes de estilo pop que recuerda que en París hay mucho más que lo más clásico. Y que algunos hoteleros no dudan en arriesgarse con propuestas llamativas.

Hotel Banke, junto a la Ópera

El **Mövenpick Paris Neuilly**, cerca del

distrito financiero que se articula en torno al Arco de la Défense, ofrece 281 habitaciones que también ha sido completamente renovadas en el estilo *chic* más parisino.

Más alejado del centro, en mayo abrió sus puertas el **MGallery Molitor**, junto a una de las piscinas más emblemáticas de la ciudad: con 124 habitaciones y una terraza muy recomendable para eventos en la parte superior.

Nuevas venues

París ofrece espacios de lo más diverso para organizar eventos: desde las salas del **Museo de Arte Moderno**, donde organizar una cena de gala con vistas al Sena y la Torre Eiffel, a los bajos para fiestas de la **Cité de la Mode et du Design**, inaugurada en 2012 y donde se puede hacer llegar a los grupos por el río. Las terrazas superiores también se pueden utilizar para cóc-



Shopping

“La Suite”

Las Galerías Lafayette Haussmann, junto a la Ópera, son las más famosas de París y en ellas fue ideado recientemente un espacio exclusivo de 400 m2 en lo alto del edificio. Se divide en cuatro salas con vistas panorámicas y terraza, que se pueden utilizar para eventos muy selectos o pequeñas reuniones VIP y, por qué no, para pequeñas cenas de gala en un entorno único que sucedan a un momento de compras en la galería de la bellísima cúpula *art déco*.

BHV / Marais

Junto al ayuntamiento, este centro comercial de referencia para los parisinos, que lo conocían como el Bazar antes de que fuese renovado, apuesta por los grupos de incentivo gracias a su oferta de moda y complementos, además de objetos de decoración y uso diario emblemáticos del *art de vivre* francés. Los organizadores pueden negociar descuentos para grupos durante el plazo estipulado en el programa como tiempo de shopping.

Aeroville

Este espacio comercial cercano al aeropuerto Charles de Gaulle gana peso en los programas de incentivo como parada de *shopping* previa al vuelo de regreso. No es un centro comercial de lujo, sino que alberga tiendas de las marcas de referencia en cuanto a moda y productos de consumo franceses de media-alta gama. Es una alternativa interesante para rematar un programa.

teniendo en cuenta en todos los casos que la música debe acabar a las 22h.

Del mismo año data la **Cité du Cinéma**, ubicada en las afueras, al norte de la ciudad, y en la que se organizan eventos multidinarios dentro de la gran nave que fue el espacio principal de una fábrica de electricidad: estética industrial y todos los recursos del cine a disposición de actos que pueden albergar hasta 4.000 personas.

Terrass Kardinal también forma parte de las nuevas *venues* exteriores: en el *loft* cubierto se organizan fiestas con *dj* y desde el espacio exterior, con capacidad para 200 personas en cóctel, se aprecian bonitas vistas de la ciudad. Para eventos más ínti-

mos, el **Studio Harcourt** puede reunir hasta 100 invitados en la meca de la fotografía con mayor caché de París. El retrato firmado por la casa es un regalo exclusivo al que ya han recurrido muchas empresas.

Elephant Paname es una mansión privada de la época de Napoleón estratégicamente situada entre la Ópera y la Plaza Vendôme. Da mucho juego para organizadores que no duden en darle un toque atrevido a un cóctel dentro de un marco señorial.

Y este solo es un resumen de las novedades de París: un destino que, aunque podría venderse solo con el nombre, apuesta sin descanso por ofrecer novedades a los grupos de empresa. Por algo ha desbancado a Viena como primer destino congresual del mundo, según el último ranking de la International Congress & Conventions Association. Hasta la Torre Eiffel está renovando sus espacios para eventos, Será difícil quitarle el puesto.



Incentivos mágicos

Disneyland Paris ofrece la mayor capacidad de Europa para la organización de congresos y convenciones: hasta 25.000 personas en dos palacios de congresos, tres salas plenarias para un máximo de 2.300 asistentes, 95 salas de reuniones para grupos entre 10 y 600 personas y espacio de exposición de 2.400 m2. Dos espacios exteriores cubiertos se utilizan para fiestas sin depender del clima. A la enorme polivalencia de los espacios se añaden 8.200 habitaciones repartidas en 14 hoteles. Todo en un mismo recinto, anexo, pero al mismo independiente, de los dos parques temáticos Walt Disney Studios y Disneyland Paris.

La división Business Solutions cuenta además con un amplio abanico de propuestas de *teambuilding* que completen una jornada profesional. Los organizadores elegirán si quieren que Mickey y compañía estén presentes en el evento. Pueden ser la gracia de una cena-espectáculo en uno de los restaurantes del interior de los parques a la que acompañe el acceso a las atracciones, privatizables fuera de los horarios de apertura. Muchos disfrutarán de un regreso a la infancia y de las subidas de adrenalina de algunas propuestas como la mítica Space Mountain o la Torre del Terror. Las veladas temáticas también forman parte de las especialidades de Disney.

Propuestas de *teambuilding*



Carreras de motos

En el lago Disney, dentro del mismo recinto hotelero, se pueden organizar carreras en motos de agua para un máximo de 250 participantes. Varios obstáculos harán que los equipos tengan que decidir cuál es la mejor manera de sortearlos para realizar el recorrido en el menor tiempo.



Elaboración de vino

Los equipos reciben una guía, seis botellas de vino y todo el material necesario para realizar la mezcla destinada a la creación de su propio vino. Una vez elaborado, deben decidir el nombre, diseño de la etiqueta y la estrategia de marketing que permitirá hacerse hueco en el mercado.



Torneo de golf

El golf Disneyland, de 27 hoyos, se presta para la organización de torneos. Previamente, los equipos demuestran su precisión y destreza con la bola, hasta decidir quién representa al grupo en el torneo final. No sólo gana el mejor golfista, también el equipo que más anima.



Ruta de aventura

Los aventureros de Anahita es una propuesta que combina la superación de pruebas en equipo: entre ellas, una suerte de *rafting* por aguas tranquilas, la degustación de productos con los ojos cerrados, juegos de equilibrio en grupo, o de destreza con objetos como esquís gigantes.

LE FACILITAMOS
PARÍS

Photos: © OTCP/M. Bertrand, A. Dupont, D. Lefranc, DR.

OFICINA DE TURISMO Y CONGRESOS DE PARIS

Su contacto en el Convention Bureau para organizar eventos e incentivos

Valérie Exposito – vexposito@parisinfo.com

CONVENTION.
PARISINFO.com

PARIS
Convention
and Visitors Bureau

LA VIDA MÁS FÁCIL

Reservar cualquiera de los 1.200 hoteles de Starwood con las Google Glass, estar comunicado con los servicios de emergencia en más de 200 países o seleccionar el asiento a bordo conociendo las características de la plaza cuando se compra a través de agencia, son sólo algunas de las últimas novedades que facilitan la vida del gestor y del viajero.

HelpMe para emergencias

Versiones: iOS / Android

En qué consiste:

- Utiliza los sistemas de geolocalización desarrollados por SOS International
- Permite conectar con policía, bomberos y ambulancias del país donde se encuentra el usuario
- Les transmite las coordenadas concretas del lugar donde se encuentra el demandante a través de SMS o e-mail
- Se configura automáticamente con el idioma del *smartphone*
- Registra los números de emergencia en destino
- En el caso de no disponer de cobertura 3G, se puede configurar manualmente para acceder a los teléfonos de emergencia del país
- Opera en más de 200 países y en 35 idiomas



SPG para Google Glass de Starwood

Versiones: disponible en el portal MyGlass

En qué consiste:

- Explora el destino en el que se busca hotel
- Permite visualizar los diferentes establecimientos
- Se puede realizar todo el proceso de reserva
- Incluye los 1.200 hoteles de Starwood en el mundo
- Interfaz personalizada
- El usuario puede consultar el estado de su cuenta y su situación en el programa de fidelización de Starwood



Tickelia: facilita la gestión de gastos

Versiones: iOS / Android / Windows Phone

En qué consiste:

- Tomando una fotografía del ticket, Tickelia permite introducir un determinado gasto en el dispositivo móvil y enviarlo al departamento correspondiente
- Facilita el trabajo del empleado, del gestor de viajes y del director financiero
- Se puede acceder a estadísticas concretas, como el gasto global en un determinado servicio
- Integra las políticas de consumo de la compañía
- Alerta o bloquea el sistema cuando se registran incidencias en tiempo real
- Permite reservar y contratar viajes desde el propio dispositivo móvil, facilitando enlaces con las principales centrales de reservas



Mod: del cuaderno a la nube

Versiones: puede sincronizarse con Dropbox, OneNote o Evernote

En qué consiste:

- El usuario puede escribir sus notas en un cuaderno que posteriormente será digitalizado y sincronizado con la nube
- Pagando 18 euros (25 dólares americanos), el usuario recibe una libreta dentro de un sobre con el franqueo pagado. Cuando rellena la última página, debe meter el cuaderno en ese mismo sobre para enviarlo de forma gratuita
- En un plazo máximo de cinco días, recibirá la notificación de que su libreta ha sido digitalizada y ya está en la nube
- El usuario puede acceder a su histórico de libretas y encontrar datos antiguos
- Por ahora, el servicio es exclusivo para los cuadernos de NeedWant, aunque en un futuro aceptarán cualquier tipo de libreta



TripNavigator de Egencia

Versiones: iOS / Android

En qué consiste:

- Ofrece información sobre vuelos
- Emite alertas en tiempo real
- Permite hacer el *check-in online*
- Cataloga más de 190.000 hoteles en todo el mundo
- Ofrece indicaciones de interés y de cómo llegar a los distintos lugares
- Incluye mapas interactivos de cada escala del viaje
- Los usuarios pueden beneficiarse de ofertas "sólo para móviles", con descuentos de entre el 10 y el 50 % en 7.200 hoteles de todo el mundo



SeatGuru en Sabre

Versiones: disponible para todas las agencias Sabre

En qué consiste:

- Las agencias de viajes pueden reservar asiento a bordo para sus clientes
- Ofrece un mapa interactivo del avión con detalles de cada plaza, como el servicio de entretenimiento, acceso a refrigerios, conexión *wi-fi* o enchufes
- Se puede utilizar en cualquiera de los 130 países en los que opera Sabre



TravelOfertas en tiempo real

Versiones: Android

En qué consiste:

- Alerta al usuario de todas las ofertas y promociones que difunden en tiempo real los turoperadores, mayoristas de viajes, compañías de cruceros y otras empresas turísticas
- Localiza la agencia más cercana que ofrezca la promoción elegida gracias a su servicio de GPS
- Las ofertas se pueden visualizar fácilmente gracias a la interfaz intuitiva de la aplicación, que permite hacer una búsqueda por secciones con ofertas de última hora, venta anticipada o según el destino elegido
- Las promociones se pueden compartir en las redes sociales o a través de los servicios de mensajería instantánea



Incentivo Puro

Costa Rica: puro verde

Por Alejandro Martínez Notte

En este pequeño destino centroamericano la naturaleza es reina: la cuarta parte de la superficie se integra dentro de reservas y parques naturales donde todo está enfocado hacia un mismo objetivo: el de respetar al máximo el mayor atractivo turístico del país. Transporte, hoteles, actividades de incentivo... también se engloban dentro de ese todo y gracias a ello los grupos pueden disfrutar de paisajes y rincones donde los príncipes en forma de rana, y no sólo ellos, se pasean a sus anchas.

Costa Rica es para los amantes de la naturaleza como Las Vegas para los adeptos a los casinos. Los que se encuentren cómodos rodeados de selva virgen y los habitantes que la animan, se sentirán en el paraíso. Porque en realidad poco le falta al país para serlo: la cuarta parte de la superficie nacional está protegida y la cantidad de animales que se puede observar es sorprendente.

Y es que, a pesar de su tamaño, se trata del destino con mayor biodiversidad del planeta. Una vida no da para ver la cantidad de árboles, flores, plantas, insectos, arañas, aves, mamíferos, reptiles... que conviven en Costa Rica. Las cifras hablan por sí solas: 28 parques nacionales y 169 áreas protegidas en una superficie total de 50.000 km².

Paradójicamente, la decisión política de renunciar a un ejército consolidó el carácter seguro, tranquilo y amable

del país, que figura en muchos rankings como el primero entre los que la gente se siente más feliz. Hace sesenta años que el gobierno decidió suprimir la partida destinada a la protección militar y destinó parte de ella a la preservación del espacio que ha convertido a Costa Rica en el primer destino ecoturístico mundial.

El buen clima nunca está asegurado y el impermeable debe formar parte de cualquier equipaje. No obstante, las lluvias se reducen en los meses de enero a abril. Aunque las distancias nunca son muy largas, los trayectos si pueden serlo porque el estado de las carreteras esta lejos de ser óptimo, algo que debe ser tenido en cuenta por los organizadores de incentivos, sobre todo en los meses con más precipitaciones.

Para llegar al país de la Pura Vida desde Europa, la opción

más directa es la de Iberia, que vuela cada día desde Madrid. Avianca, Aeroméxico, Air Panama, Copa e Interjet conectan el destino con las principales capitales latinoamericanas. American Airlines, Delta, United y US Airways son algunas de las aerolíneas que vuelan a San José desde Estados Unidos.

El aeropuerto internacional Juan Santamaría, situado a 20 kilómetros de la capital, recibe en torno a cuatro millones de pasajeros al año. Éste es otro de los alicientes del destino, especialmente recomendable para grupos de incentivo puro: las opciones a la hora de visitar reservas y parques son muy amplias y los flujos lejos de ser masivos, así que es fácil sentirse siempre acompañado por los sonidos de la jungla y observar animales. Pocos destinos en el mundo ofrecen garantías de regresar con excelente material tras un safari fotográfico.

Las conexiones domésticas son operadas por Sansa y Nature Air. Como no podría ser de otra manera, esta última compañía fue la primera en el mundo en compensar todas sus emisiones de CO₂.

San José

La capital es una urbe sin encanto que solía servir únicamente de puerta de entrada para todos los viajeros deseosos de descubrir las riquezas naturales del país. Sin embargo, poco a poco se ha ido consolidando como un foco regional para la organización de convenciones y congresos: además de contar con una infraestructura hotelera adaptada, es fácil organizar un programa lúdico llamativo dada la gran cantidad de espacios naturales a los que acceder desde la capital.

De cara a este segmento se está construyendo un nuevo Centro de Convenciones y Congresos de 15.000 m² cuya apertura ya se ha retrasado en varias ocasiones. Según las últimas previsiones, abrirá sus puertas en el segundo semestre de 2015.

Aunque la visita del centro de la ciudad no suele formar parte de los programas, allí se encuentra el muy interesante Museo del Oro: merece una visita si se quiere conocer la vinculación de la región con el precioso metal y el

uso que de él hacían los indígenas precolombinos, cuya presencia se extinguió completamente con la llegada de los españoles.

Para incentivos que pasen una noche en la ciudad, o como complemento a una convención o congreso, existe la posibilidad de organizar una salida nocturna a los museos locales que puede culminar con un espectáculo en el Teatro Nacional.



Teatro Nacional de San José

28 parques

La duda en Costa Rica no es a dónde ir sino qué tipo de paisaje se quiere admirar. A tan sólo 25 kilómetros de la capital está la reserva de bosque nuboso y lluvioso Los Juncos, recomendable para aquellos que no tengan tiempo para incluir la visita de alguno de los grandes parques nacionales.

El ascenso al volcán Poas, también cerca de San José, permite incluir de camino la visita a una plantación de café. Es otra alternativa a la que recurren muchos organizadores que buscan una propuesta en la naturaleza cercana a la ciudad.

A 24 kilómetros también está Cartago. Fue la capital del país hasta 1823 y es uno de los pocos lugares donde apreciar el pasado colonial. Muy cerca, y a 3.400 metros sobre el nivel del mar, el paseo en torno al cráter del volcán Irazú dejará en la retina de los viajeros auténticas imágenes de postal. *Rafting*, paseos a caballo, forman parte de las actividades que se pueden organizar en esta zona.

Esta área de Cartago también concentra a los mejores pintores de carretas, que han convertido durante generaciones un vehículo banal en auténticas obras de arte llenas de color. Para grupos de incentivo se puede organizar una sesión de pintura para carretas a pequeña escala que servirán como recuerdo del viaje.

Rincón de la Vieja

La región de Guanacaste, en el Pacífico Norte, figura entre las más visitadas del país pero no por ello ha dejado de mantener su carácter virgen y selvático. Aquí se encuentra el parque nacional Rincón de la Vieja, un espacio de gran belleza dominado por el volcán que le da

nombre. Se puede visitar a caballo, a pie, en *quad*... como en toda Centroamérica, allí donde hay altura se instalan tirolinas, una manera interesante de recorrer distancias observando los valles desde las alturas y haciendo paradas entre las copas de los árboles.

Uno de los establecimientos que propone esta actividad y muchas otras, y que además es uno de los mejores hoteles de la zona, es el **Borinquen**, un buen ejemplo de las propuestas de ecoturismo de lujo que propone Costa Rica. Es un *resort* de 39 bungalós, todos con balcón, desde los que disfrutar de los magníficos atardeceres que ofrece la montaña. La calidad del restaurante, con muchas propuestas locales, también merece ser reseñada.

Atravesando frondosos bosques y ríos de aguas cristalinas, se llega a las diferentes formaciones volcánicas que parecen de ficción, siempre acompañados de los monos aulladores, araña y carablanca. Las *pailas* son lagunas burbujeantes de barro incandescente a las que se accede mediante caminos salpicados de fumarolas. Resulta impresionante percibir en el ambiente ese olor a azufre que recuerda constatemente la actividad geológica de la zona. Varios complejos hoteleros proponen tratamientos terapéuticos en saunas naturales.

Las playas de Guanacaste figuran entre las más visitadas de Centroamérica y es un placer observar cómo no por ello han dejado de ser ejemplo de convivencia entre turismo y una naturaleza

Las pailas son lagunas burbujeantes de barro incandescente a las que se llega por caminos salpicados de fumarolas

respetada. En Bahía Papagayo se encuentran algunos de los complejos de referencia en materia de todo incluido de alta gama que se encuentran en el país: Meliá tiene previsto abrir en 2015 el Paradisus Papagayo Bay con 381 habitaciones, cinco restaurantes y cinco bares, además de 19.000 m² de espacios para reuniones y eventos de empresa.

En la parte central de la costa del Pacífico, a 150 kilómetros de San José, Manuel Antonio es el parque más visitado y conocido por albergar algunos de los mejores *ecolodges* de lujo de Costa Rica.

Es lugar de residencia de monos en peligro de extinción. La excursión para recorrer los manglares permite apreciar porciones de bosque húmedo tropical primario: para incentivos se pueden organizar salidas en kayak. En el corazón del bosque, y para los más aventureros, es posible programar sesiones de escalada en cascadas o *rafting* en ríos de nivel 3 y 4. El nivel de formación de los guías, auténticos especialistas de la naturaleza que les rodea,



hace de cualquier excursión un curso acelerado de biología y sensibilidad medioambiental.

Pacífico Sur

La península de Nicoya es la extensión de Guanacaste hacia el sur y una de las zonas más vírgenes, aunque esta afirmación resulte difícil de justificar en un país en el que en muchos lugares los grupos tienen la impresión de que pocos han pisado previamente el suelo que transitan.

Aquí se pueden organizar salidas al mar en el parque nacional marino de Punta Ballena, llamado así por la forma de cola de cetáceo que se puede admirar desde el aire.

Los guías enseñan a los viajeros a distinguir las numerosas especies de peces que se pueden observar haciendo

snorkel en el arrecife de coral. Las ballenas jorobadas y tres especies de delfines que habitan la zona se pueden ver fácilmente. Y es que el Pacífico de Costa Rica es uno de los mejores lugares del mundo para la observación de ballenas, ya que la temporada es especialmente larga: durante ocho meses al año se puede asistir a su tránsito hacia la península de Osa, exactamente entre los meses de agosto a octubre y de diciembre a abril.

Tortuguero

En el Caribe norte, un paseo en barco de dos horas conduce al parque nacional Tortuguero, completamente diferente en cuanto a paisaje de los que se encuentran en la zona del Pacífico. Llama la atención la cantidad de aves, iguanas y cocodrilos que se observan durante el paseo en canoa por los canales, recomendable a primera hora de la mañana para disfrutar de la mejor luz.

Los cursos de iniciación a la observación de aves son especialmente recomendables en esta zona. Aunque ninguna actividad será tan impactante como la observación, entre julio y octubre, de los miles de tortugas verdes que llegan a desovar a la playa.

Los afortunados participantes en un incentivo que incluya este espectáculo partirán en plena noche equipados de linternas, prestando mucha atención a no hacer ningún ruido que pueda perturbarlas. Los flashes de las cámaras están prohibidos, como recuerdo permanente de que en Costa Rica el turismo no prima sobre la riqueza local.



Para incentivos muy activos

Costa Rica ofrece numerosas propuestas para incentivos con un alto componente deportivo y en los que se busque liberar adrenalina. Siempre en entornos naturales exuberantes y en los que prima el respeto por la fauna y flora locales.

Rafting

La época lluviosa es el mejor momento para hacer *rafting* de alto nivel (III y IV), aunque una de las ventajas del país es que también ofrece muchas opciones para hacer cursos de iniciación.

El río más famoso, por la cercanía entre recodos que superar en algunos de sus tramos, es el Reventazón. La actividad se puede organizar como excursión de un día desde San José.

Rapel en cascadas

También llamado barranquismo o *canyoning*, los programas combinan senderismo y escalada, generalmente en la costa del Pacífico, más montañosa que la del Caribe.

El parque nacional Manuel Antonio es uno de los destinos más concurridos para esta práctica por la gran cantidad de cascadas que alberga, muchas superando los 50 metros de altura.

Tiroлина

Muchos hoteles cuentan con sus propios circuitos de *canopy*.

En Monteverde, el propuesto por el Hotel Establo, a 75 km del aeropuerto de San José, es famoso por su altura y la longitud de sus tramos. En Rincón de la Vieja, Hacienda Guachipelín propone tiroлина en un cañón rocoso, acompañado de *tubing* escalada fácil.

Los *ecolodges* de la zona cortan la electricidad a las ocho de la tarde, con lo que a los grupos no les queda más remedio que olvidarse de la tecnología. Se pueden organizar salidas nocturnas para la observación de insectos: es el momento en el que las tarántulas se pasean por los senderos y asustarán a más de uno. Los hoteles ofrecen la salida en tarimas flotante en las que organizar cenas que continúen con fiesta a bordo.

Caribe Sur

En la provincia de Limón, hasta hace dos décadas inaccesible por carretera, se puede disfrutar del ritmo afro-caribeño que no se puede encontrar en ninguna otra zona del país. Sin duda es la zona más pintoresca de Costa Rica.

El parque nacional Cahuita fue creado para proteger el arrecife de coral más grande del país. Los hoteles transmiten a la perfección el carácter virgen de la provincia. **Almonds & Corals**, dentro del Refugio de Vida Salvaje Gandoca-Manzanillo, es un complejo ideal para favorecer la cohesión de grupos en un entorno en el que sólo se les puede oír a ellos o a la naturaleza que les rodea: 24 cabañas con *jacuzzi* y mosquiteras en lugar de paredes, en una versión refinada del ecoturismo más auténtico. De la misma manera que todo lo que se dice dentro se oye fuera, en la cama los sonidos del mar y la jungla están tan cerca como las sábanas.

Este alojamiento supone un acercamiento tan evidente con la naturaleza que hasta los osos perezosos se pasean bajo las pasarelas que sirven de pasillos, en otro testimonio claro de que en Costa Rica el medio ambiente se protege por encima de todo.

La playa en la que culminan los pasillos del hotel se presta para la organización de actividades de *team-building* o salidas al mar. Los grupos que quieran disfrutar del ambiente caribeño encontrarán varias opciones, todas festivas, en Puerto Viejo, a 10 kilómetros.

Costa Rica es el país de la naturaleza por excelencia y, como tal, cualquier incentivo en el país tendrá su disfrute como atractivo principal. La enorme cantidad de propuestas para descubrirla permite organizar programas para todos los gustos: desde los cargados de adrenalina a los más exclusivos, en *spas* naturales dentro de paisajes que parecen salidos de cuentos de hadas.

Haciendo honor a uno de sus eslogans, es muy fácil sentirse feliz en Costa Rica o, al menos, apreciar la Pura Vida.

Hasta los osos perezosos se pasean bajo las pasarelas que sirven de pasillos





Biodiversidad como incentivo

Con sólo el 0,03% de la superficie mundial, Costa Rica es uno de los veinte países del mundo que más biodiversidad concentra. Es el resultado de tener costa en dos océanos, el Pacífico y el Atlántico, un relieve montañoso y un sinfín de microclimas. Estas condiciones han convertido a Costa Rica en el hábitat de más de 500.000 especies animales, de las 300.000 son insectos.

Esta diversidad da lugar a muchas propuestas de incentivo basadas en el descubrimiento de una naturaleza que se puede percibir en estado puro con sólo pasear por cualquiera de los espacios protegidos del país.

Observación de aves

Cada miembro del grupo, dotado de prismáticos, puede aprender a distinguir aves emblemáticas y conocer más sobre su comportamiento. El parque nacional Tortuguero es ideal para organizar una salida temprana.

Avistamiento de ballenas

En la zona del Pacífico, y durante ocho meses al año, se pueden programar salidas en barco para observar de cerca a las ballenas jorobadas y tres especies de delfines que habitan en la zona.

Paseos nocturnos

La noche es el mejor momento para descubrir insectos y arañas que no se pueden ver en otras partes del mundo. La compañía de un entomólogo hará de la actividad una clase magistral sobre el comportamiento animal.

Espectáculos naturales

La llegada de miles de tortugas a las playas de Tortuguero entre julio y octubre merece ser tenida en cuenta por cualquier organizador que quiera impresionar a los participantes en un incentivo. Los grupos salen durante la noche equipados con linternas y ropa contra el frío.

A partir de ese momento comienza el desove sobre la arena.



AIRFRANCE SKYTEAM
FRANCE IS IN THE AIR

DESDE ESPAÑA VÍA PARÍS
NUEVA YORK **35 VUELOS**
SEMANALES

AIRFRANCE SKYTEAM
FRANCE IS IN THE AIR

DESDE ESPAÑA VÍA PARÍS
TOKIO **21 VUELOS**
SEMANALES

AIRFRANCE SKYTEAM
FRANCE IS IN THE AIR

NUEVO DESTINO VÍA PARÍS
BRASILIA **3 VUELOS**
SEMANALES

AIRFRANCE SKYTEAM
FRANCE IS IN THE AIR

DESDE ESPAÑA
PARÍS **124 VUELOS**
SEMANALES



ANÁLISIS

Cruceros fluviales para convenciones e incentivos

Por Redacción

Este producto busca hacerse un hueco entre las empresas, más grande del que ya tiene para incentivos. Son varias las ventajas: desde la facilidad en cuanto a tamaño para privatizaciones completas a la flexibilidad en los horarios y adecuación de espacios para convenciones programadas en los tiempos de travesía. Con el aliciente de que siempre se llega al centro de las ciudades y la ribera siempre está presente.



No son sólo barcos que llegan hasta el centro de las ciudades. Los cruceros fluviales también son espacios para convenciones y eventos y una opción de alojamiento en el mismo centro. Empresas como Politours confirman que el interés por parte de los organizadores es creciente, gracias a que el producto combina singularidad en cuanto espacios, cercanía a los destinos y facilidad de acceso a los mismos en lo que a distancia y tiempo se refiere, una gran diferencia con respecto a los cruceros marítimos. Y además de eso, una flexibilidad en los horarios que los hace fácilmente adaptables a las excursiones que formen parte de un programa de incentivo.

Politours se presenta como la empresa de referencia en cuanto a cruceros fluviales destinados al mundo hispanohablante. Dentro de su amplísimo programa de rutas destacan las más adaptadas a incentivos cortos, como la que recorre el Duero en Portugal durante cinco días; o la del Sur de Francia, en torno a Burdeos, con la misma duración. Además, la compañía propone salidas al mar en Croacia, Costa Rica, Canadá y Patagonia chilena y Argentina.

Ventajas

Evitar la dispersión de los asistentes a una convención es mucho más fácil que en crucero marítimo. Como en este último, el control sobre los gastos también está asegurado ya que se contratan paquetes cerrados en los que el cliente decide la gama de las bebidas y los menús que se ofrecerán.

En cuanto a las excursiones y otras propuestas de incentivo, la cercanía a los centros de las ciudades permite incluir su visita y, por qué no, pasar jornadas enteras. Las travesías no suelen ser muy largas, a lo sumo de ocho horas, que se pueden programar para la noche.

El contacto con el barco es directo, así como con la costa, siempre a la vista y con el encanto añadido de descubrir lugares históricos desde el agua.

Es importante tener en cuenta que muchas veces las cabinas, más pequeñas en tamaño que los camarotes de los barcos de crucero, son dobles. Politours ofrece capacidades en este formato de hasta 160 personas, destacando que la existencia de menos cubiertas, dos o tres como máximo en función del barco, favorece el contacto entre los asistentes.

No por ello se trata de barcos pequeños: los que ofrece Politours cuentan con zona *solarium* o sala de gimnasio y sauna. Para eventos, el mobiliario de restaurante y otros espacios permite el acondicionamiento en aula para cualquier programa profesional. Otro de los alicientes es la posibilidad de personalizar: la imagen de marca de la empresa puede estar presente en cada uno de los rincones del navío.

Todo incluido

CroisiEurope es pionera en la introducción del todo incluido en sus cruceros fluviales. Cuenta con la flota más grande de

Europa y el 70% de sus 230.000 clientes en 2013 fueron grupos. Para ellos se ofrecen capacidades entre 100 y 180 personas, siempre con la posibilidad de organizar una convención a bordo en la que el grupo esté reunido en una misma sala.

En total, ofertan 250 itinerarios con duraciones que abarcan desde los cuatro a los doce días, siempre con la filosofía de que un crucero fluvial es más un hotel que navega y se dirige hasta el centro de las ciudades. De hecho, muchas empresas ya han optado por sus barcos como alojamiento, en ciudades como París o Venecia: un "hotel" que permite desplazarse durante la jornada a diferentes puntos del destino y organizar eventos lúdicos a bordo mientras se visita desde el agua. Las *peniches* de París tienen capacidad entre 12 y 24 pasajeros y navegan por todos los canales de Francia.

Conscientes de la necesidad de adaptar los tiempos a las necesidades de los clientes del sector MICE, proponen el mítico crucero por el Rin en cinco días en lugar de ocho.

Variedad de destinos

AmaWaterways y Politours proponen circuitos en barco en destinos exóticos como Vietnam y Camboya, con navegación en la bahía



Natasha Santos

Asesora de Viajes en Incentivos Veinte Diez

“Lo mejor es privatizar un barco completo”

¿Qué experiencia tiene organizando eventos en cruceros?

Recientemente organizamos un crucero por el Danubio para 90 personas y privatizamos un barco de AmaWaterways. El grupo partió de Budapest y visitó Bratislava, Viena, Dürnstein, Linz... con la última noche en Múnich. En todos los lugares se descendió del barco y se visitaron los destinos mencionados.

¿Qué ventajas tiene este producto para incentivos?

Con respecto al crucero marítimo, los barcos en un recorrido fluvial llegan al centro de las ciudades, por lo que se gana mucho tiempo para la visita. Independientemente del tipo de ruta, privatizar un barco es lo más recomendable para grupos, y esto es más fácil en los cruceros fluviales. Cualquier crucero tiene sus horarios, pero si se tiene en exclusiva es mucho más fácil que el programa se amolde a las necesidades del cliente, y con ello éste se siente más cómodo. La organización de fiestas también es otra de las actividades que es más fácil programar cuando el barco entero está a disposición del grupo de incentivo..

¿Recomienda el crucero fluvial?

Sin duda. Todo el tiempo se mantiene el contacto visual con la tierra y el contacto con el barco es mucho más agradable. En cuanto a costes, el control es el mismo en cualquier tipo de crucero, independientemente de que sea fluvial o marítimo, todo es cuestión de negociar con anterioridad aspectos como la barra libre, las marcas presentes y la gama de los menús..

de Along, el río Mekong y hasta Siem Reap para visitar Angkor. Todos los operadores europeos tienen circuitos en Rusia, sobre todo de Moscú a San Petersburgo, dentro de sus productos estrella. China, con la travesía por el río Yangtzé; Egipto y el Nilo, también forman parte de los más demandados.

Algunas navieras proponen circuitos tematizados en torno al vino o en combinación con otros medios, como el recorrido en barco y tren que AmaWaterways ofrece en Sudáfrica.

Hay que incluir en el programa, y en su coste, el traslado de los grupos hasta el punto de partida. Una vez allí, el crucero fluvial se revela como una combinación óptima para trabajar y descubrir varios destinos, sin olvidar el interés del barco como alojamiento y las actividades de incentivo y *teambuilding* que también se pueden organizar a bordo.



Pablo Moreno
Director de Spain Events

“Los cruceros aún se ven como algo vacacional”

¿Ha organizado algún evento de empresa en un crucero?

Sí, hace años organizamos uno dentro de un viaje de incentivo en Egipto: fue un crucero de corta duración por el río Nilo y he de decir que fue un éxito. Pero nunca nos han pedido un crucero en exclusiva para viajes o eventos.

¿Por qué las empresas no recurren más a este producto?

Por desconocimiento, porque ha habido poca oferta hasta hace muy poco y porque muchos clientes lo ven todavía como algo vacacional. Por otro lado, los viajes relacionados con la industria MICE duran como mucho cuatro días y los cruceros suelen conllevar como seis o siete. Por otro lado, también hay que valorar los desplazamientos de los invitados, con el consiguiente sobrecoste.

¿Qué temores cree que suscita?

Por el desconocimiento total pueden surgir miedos del tipo: ¿y si alguno se marea?, ¿estaríamos todo el día encerrados en un barco?, ¿se aburrirán? En mi opinión, los objetivos estarían más que cubiertos y, además, no se perdería nadie.

¿Le parece una alternativa interesante?

Sí, estoy convencido, y lo enfocaría para incentivos de corta duración. Pero los turoperadores y compañías deben ajustarlo al sector MICE en cuanto a días, destinos, precios, salones para reuniones, etc... Nosotros tenemos que conocerlo también para que podamos transmitirlo a nuestros clientes.

CONFIRMACIÓN INMEDIATA

VERANO 2014

VUELOS DIRECTOS - Cupos Aereos

BELLEZAS DE CHINA 12d/9n



desde **2.120€**

Salidas 12 y 26 de Julio de 2014. Hoteles 4* Sup. En MP + 15 visitas Traslados, Tasas, Visado y Seguro.

JAPÓN TRADICIONAL 12d/9n



desde **2.470€**

Salidas desde Madrid, Barcelona, Bilbao, Valencia, Málaga y Santiago de Junio a Diciembre de 2014. Hotel 4* A/D + Traslados, Tasas y Seguro.

CANADÁ SORPRENDENTE 11d/9n



desde **2.325€**

Salida Miércoles desde Madrid Julio 2, 16, 23, 30 y Agosto 13 y 20 de 2014. Hoteles 4* Traslados, Tasas y Seguro.

CANADÁ OESTE: GRANDES PARQUES NACIONALES 11d/9n



desde **2.755€**

Salidas desde Madrid y Barcelona los lunes del 23 de Junio al 15 de Septiembre de 2014. Hotel 4* A/D + Traslados, Tasas y Seguro.

THAILANDIA AL COMPLETO 10d/7n (+Isla Opcional)



desde **1.600€**

Salidas desde Madrid del 2 de Junio al 18 de Octubre de 2014. Hoteles 4*/5* traslados, Tasas y Seguro.

ATENAS + ISLA GRIEGA 8d/7n IBERIA



desde **930€**

Salidas desde Madrid, Bilbao, San Sebastián, Asturias, Pamplona, y Santander los sábados de Julio a Septiembre de 2014. Hotel 3* y 4* A/D + Traslados, Ferry, Tasas y Seguro.

CRUCEROS FLUVIALES



MAAS Y ESCALDA (PAISES BAJOS) MS SWISS CRYSTAL 4♣S
Crucero 8 días - 7 noches de AMSTERDAM a BRUSELAS (o V.V.) Salidas los DOMINGOS de MAYO a SEPTIEMBRE desde **1.218€**

RHIN Y MOSELA (ALEMANIA/FRANCIA) MS SWISS CROWN 5♣
Crucero 8 días - 7 noches de COLONIA a ESTRASBURGO (o V.V.) Salidas los LUNES de MAYO a SEPTIEMBRE desde **1.294€**

DANUBIO (AUSTRIA/ESLOVAQUIA/HUNGRÍA) MS SWISS DIAMOND 4♣S
Crucero 8 días - 7 noches de LINZ a BUDAPEST (o V.V.) Salidas los LUNES de MAYO a SEPTIEMBRE desde **1.268€**

NOTA IMPORTANTE: Los precios incluyen: Avión en los programas indicados, Hoteles 3*/4* en habitación/camarote doble estándar, régimen según programa, traslados, tasas y Seguro. Consultar diferentes categorías de Hoteles, itinerarios detallados y salidas desde otros puntos. Condiciones generales en nuestro folleto de Venta Anticipada 2014.

INFORMACIÓN Y RESERVAS EN SU AGENCIA DE VIAJES



POLITOURS

40 Celebramos **AÑOS**
1974 - 2014

LA PRIMERA IMPRESIÓN ES LA QUE CUENTA

“La imagen nos puede dar valor o aplastar”... No hay una segunda oportunidad para una primera impresión. Y, si hay un mundo donde esto es especialmente relevante, es el empresarial. Una imagen representa a una marca. El cuidado personal, la atención al detalle y el buen gusto también son una continuación de la expresión de las cualidades profesionales.

Por **Mar Rodríguez**

Desde el director hasta el representante que viaja, de la persona que se ocupa de la recepción al organizador de un evento: todos son embajadores de la marca para la que trabajan. Por eso la apariencia es un elemento más de la imagen corporativa de una empresa: transmite quién es, qué hace y cómo lo hace.

Esa imagen debe ir acorde con la política de la marca y estar al servicio de su filosofía: “desde los cánones más clásicos, como los del banco suizo UBS, donde tienen su propio manual sobre cómo debe ser la indumentaria de sus empleados, hasta empresas de moda, publicidad o informática, más innovadoras y que rompen moldes, como es el caso de Google, donde sus empleados tienen libre elección de su vestuario e incluso pueden acudir en zapatillas deportivas a la oficina”, explica la experta española en imagen integral Sonia Saborido.

Reforzar la marca

Google es una clara excepción. Hoy en día la mayoría de las empresas exigen un código de vestuario formal que refuerce la marca corporativa. Para conseguir una imagen adecuada a su identidad es imprescindible conocer la misión, visión y valores de la empresa. Y que todos los miembros de la jerarquía los asuman como propios. Es lo que se denomina *branding* social, es decir, la coherencia entre todos los agentes que conforman una imagen.



Las personas están continuamente generando mensajes, también con su aspecto. De hecho, “el impacto que provocamos en una primera toma de contacto está influido en un 55% por la apariencia, en un 38% por el lenguaje corporal y en un 7% por el verbal”, afirma María Pilar Valverde, asesora de compras de Personal Shopper Chile.

Principios básicos

Lo más importante es ofrecer una imagen apropiada para el trabajo que se lleva a cabo, aunque hay estilismos que se deben evitar sea cual sea el sector profesional: por ejemplo los estampados visualmente agresivos, ya que “las rayas en zigzag o el estampado animal reflejan una imagen excesivamente atrevida o una actitud violenta”, matiza Evelyn Guerino, Personal Planner Fashion Stylist de Argentina, convencida de que “la imagen nos puede dar valor o aplastar”.

Más allá de lo que se quiere transmitir, es importante conocerse bien a uno mismo para que el atuendo refuerce las cualidades físicas de cada uno. Rebeca Ávila, editora del blog de estilismo empresarial WorkingOutfits.com, recomienda “apostar por indumentarias con las que la persona se sienta cómoda, aportando su toque personal y evitando aquello con lo que no se sienta segura”.

Disponer de un buen fondo de armario no es tan complicado si se invierte de manera inteligente: los profesionales recomiendan tener pocas prendas pero que sean de buena calidad. En el guardarropa masculino no deben faltar trajes, abrigos, gabardinas, camisas, corbatas y algún jersey de color. El hombre puede incorporar diferentes texturas usando la pana o la lana en sus chaquetas. Es mejor recurrir a los colores sobrios y nunca debe faltar una camisa blanca de excelente calidad.

La mujer tiene mayor libertad a la hora de mostrarse creativa gracias a los complementos o el maquillaje. En su armario siempre deben estar presen-

tes una gabardina, un *trench*, camisa blanca, vestido negro, falda negra, chaquetas que proporcionen un toque de color y complementos acordes con el conjunto.

Qué colores

Es conocido el impacto psicológico de los colores y esto es aplicable a la moda corporativa. No todos son adecuados para llevar a la oficina, presentarse ante un cliente o asistir a una convención. Evelyn Guerido recomienda evitar el amarillo ya que, a pesar de ser alegre, es considerado inestable; el gris denota pasividad y falta de energía; el rojo evoca pasión, pero también agresividad. Los estilistas aconsejan optar por el verde, que denota armonía; el azul, que se considera conectado al intelecto; el marrón *camel*, que transmite estabilidad, y el negro, que es elegante, estiliza la figura y genera una impresión de seriedad. También se pueden utilizar naranjas, violetas y blancos como complementos, evitando abusar de ellos.

Los profesionales recomiendan pantalones de colores sobrios, azules, negros o grises, acompañados de prendas superiores en colores como el verde claro, celeste, melocotón o limón. Las tonalidades rosa o malva son más adecuadas para un evento de noche. En cualquier caso, la blusa siempre debe ser más clara que el traje.

Según el momento

No es lo mismo una reunión con compañeros de trabajo que el lanzamiento de un nuevo producto o una cena de gala. Rebeca Ávila afirma que “los eventos de día exigen naturalidad, colores más claros y maquillaje que apenas se note en el caso de las mujeres.

Sin embargo en los actos nocturnos se puede arriesgar un poco más, usando colores más oscuros y un maquillaje más sofisticado”. Las reuniones informales son perfectas para apostar por el estilo casual o incluso arriesgar con algún modelo que se quiera probar. Ávila recuerda, en el caso de las mujeres, la importancia de sentirse cómoda con zapatos de tacón en caso de utilizarlos. El atuendo semiformal se adecúa más a cócteles o lanzamientos de producto.

Las mujeres

Los códigos de vestimenta son más flexibles en el caso de las féminas gracias a la diversidad de prendas que pueden generar una misma impresión. Sin embargo hay premisas a tener en cuenta: las faldas pueden ser cortas, pero nunca más de 2,50 centímetros por encima de la rodilla.

El vestido negro es para la mujer como el traje oscuro para el hombre: un elemento básico, ya sea para acudir a la oficina, asistir a un cóctel o participar en una convención. Según el momento, el vestido será más o menos elegante y/o sugerente.

Hay que prestar atención a que las prendas no sean demasiado ajustadas ni con escotes muy pronunciados: la línea que separa lo sugerente y lo vulgar es a veces demasiado fina.

En cuanto a materiales, la lana no es aceptable, ya que no se considera lo suficientemente elegante. Las transparencias deben ser evitadas siempre que no se haya pensado en la prenda que va a ir debajo y su correcta adecuación con el conjunto.





PARA EL

- Trajes con colores neutros
- Estampados clásicos
- Corbata centrada, nudo bien hecho y tocando el cinturón
- Camisa de manga larga
- Elegir entre cinturón o tirantes
- Calcetines del color del traje
- Evitar los relojes grandes



PARA ELLA

- Pantalones sobrios
- Blusas lisas más claras que el traje
- Evitar las prendas ajustadas y con escote pronunciado
- Faldas de cualquier altura pero sin superar los 2,5 cm por encima de la rodilla
- Evitar la lana y las transparencias
- Recurrir a joyas que no sean estridentes
- Bolsa y demás complementos en sintonía con el resto

En el momento de elegir los zapatos y otros complementos hay que pensar en el tipo de evento. No hay por qué no atreverse con estampados o colores atrevidos, siempre y cuando no generen una impresión estridente.

Los hombres

Tienen menos opciones, sobre todo cuando deben optar por un atuendo semiformal. Para eventos de día, una chaqueta informal o un *blazer* sobre la camisa son una buena opción mientras combinen en color con el pantalón. Se recomienda elegir tonalidades más claras, como tostado y crema, durante el día y dejar los colores oscuros, como negro, gris oscuro y azul marino, para la noche.

A la hora de vestir con traje y corbata, esta última debe ser un complemento que dé armonía al conjunto, sin que destaque demasiado sobre todo lo demás. El nudo tiene que estar bien centrado y la corbata debe tocar el cinturón. Quienes prefieran los tirantes deben elegir entre éstos y el cinturón, pero en ningún caso llevar los dos.

En cuanto al traje, se recomiendan estampados clásicos como la raya diplomática o el 'príncipe de gales'. La camisa, nunca de manga corta, debe ser lisa o con rayas finas, conviene evitar cualquier otro estampado. No es necesario llevar chaleco para ir vestido más elegante: los estilistas consideran más importante que la tela del traje

sea de buena calidad y se ajuste adecuadamente al cuerpo de quien lo lleva. Así como los trajes de lino son muy recomendables para eventos de día, se desaconseja su uso en actos nocturnos.

Un pañuelo bien doblado en el bolsillo o unos gemelos aportan el toque glamuroso que muchos buscan en un chaleco.



Los zapatos de cuero sin cordones son la mejor opción para los pies. Los calcetines deben ser de un color semejante al del traje.

¿Clasicismo o última tendencia?

No es bueno abusar de ninguna de las dos estéticas. Lo ideal es ser creativo a la hora de vestirse, mezclando prendas clásicas con otras

más informales o de última tendencia, buscando siempre el equilibrio. Querido propone pantalones *palazzo* con camisas de gasa opaca blanca, o combinar vestido negro con collar y chaqueta de color para las mujeres, así como un *blazer* bicolor para los hombres. Ávila opta en el caso de las féminas por una camiseta básica y un traje sastre, o un *top* sofisticado con falda de talle alto.

Los accesorios

Las carteras deben ser de tamaño mediano o grande para que entre todo lo necesario, buscando siempre el lado práctico pero sin perder el estilo. Los colores neutros complementan prácticamente todos los *looks*. Las joyas darán un toque de elegancia, siempre y cuando no tengan demasiada presencia. Se recomienda evitar los relojes muy grandes.

Los accesorios son importantes ya que, combinados con acierto, realzan el conjunto. Son un recurso ideal para actualizar el estilo cada temporada, ya que gracias a ellos se modifica la imagen en pocos segundos.

Tal y como concluye Rebeca Ávila, "una buena imagen ayuda profesionalmente porque aporta confianza, seguridad y refleja orden y estabilidad. Cuando uno se siente bien con su imagen, está motivado y proyecta entusiasmo y valores positivos.

TANTOS MOTIVOS PARA INSCRIBIRSE...

2000 destinos para reunirse

90 países

Servicios personalizados para organizadores de eventos

Un mundo de ventajas



La tarjeta gratuita de Accor que otorga más ventajas a los organizadores de eventos. Descúbrelas y benefíciate de ellas

...Y TANTOS HOTELES PARA ELEGIR

Nuevo programa online **Accor Meeting Finder**

Más de 2.000 hoteles Accor en todo el mundo

Selección inmediata:

- Por tipo y capacidad de salón
- Por categoría de hotel y habitaciones

Entra en:

<http://www.accormeetingshotels.com/meeting-hotel-finder/>



Reservas: grupos.mice@accor.com

ACCORHOTELS.COM Meetings



Motivación

Por Anne Golec

Desde nuevas tecnologías que darán un toque sorprendente e instructivo a propuestas de incentivo clásicas, a revisiones de actividades en torno a temáticas recurrentes como la del vino, pasando por terapias de choque o el disfrute de marcos naturales con encanto. Siempre con un mismo objetivo: que los equipos salgan reforzados.

Gymkhana con Google Glass

Ya se conoce al *teambuilding* guiado con tabletas. Ahora la empresa española Moove-Team y su aplicación Soft for You, especialistas en tecnología destinada a juegos colaborativos con iPads, proponen organizar experiencias con las Google Glass. La famosa invención aún no está disponible a la venta fuera de Estados Unidos, pero ya suscita muchas ideas de uso aplicado al sector empresarial. Moove-Team ideó un juego de pistas en el que cada equipo tiene un delegado portador de las Google Glass, mientras el resto utiliza iPads.

El delegado actúa como espía avanzado e intenta localizar ubicaciones y objetos que suministrarán la información necesaria para seguir el hilo del enigma. Puede enviar fotos y vídeos a sus compañeros, que pueden apreciar en tiempo real lo que está viendo el portador de las Google Glass. También dar órdenes mediante voz y texto. Además de formar parte de un reto estimulante y lúdico en equipo, los participantes conocen una tecnología puntera que aporta nuevas posibilidades de comunicación mientras quedan las manos libres.



Terapia de choque

Esta propuesta se organizó en Francia: en el Positive Stress Center, los delegados iban vestidos con uniformes de comando, pero no se trataba de imitar a los actores de las series policíacas, tampoco de jugar al *paintball*. El escenario fue una antigua fábrica situada cerca de la ciudad de Tours, en la región de los castillos del Loira. Ha sido acondicionada para acoger talleres muy especiales, ya que en ellos los grupos de empresa descubren el universo de las fuerzas de intervención. En este caso les esperaban varias pruebas: cruzar un puente de cuerda colgante, superar recorridos con los ojos tapados, transitar por un circuito de orientación, hacer escalada en una pared de 25 metros de altura, atravesar una distancia importante por encima de una viga o simular una intervención armada. Durante las pruebas se recrearon situaciones de estrés, inspiradas en las experiencias que viven los miembros de las fuerzas de la policía nacional. La dimensión realista de los talleres impresionó a quienes participaron en ellos. Sin embargo, el objetivo no era impresionar sino estimular la capacidad de análisis frente a cada situación y fortalecer los equipos. A lo largo del recorrido, los participantes aprendieron a superar sus propias limitaciones y se iniciaron en la gestión de crisis. Se organiza para grupos de hasta 15 personas, en función de su nivel físico.

Patagonia de altura

Los 20 delegados de una compañía multinacional, procedentes de varios países de Latinoamérica, fueron reunidos en un viaje de incentivo en torno al programa "Competencia de Altura". Aprovechando el tamaño reducido del grupo, la agencia AV Business-Communication de Argentina planteó una experiencia exclusiva en el corazón de Bariloche. El Cerro Cathedral fue el escenario de un recorrido concebido como una sucesión de sorpresas, que comenzaron con el ascenso en *quad* a lo largo de una ruta panorámica hasta llegar al destino final en altura. Allí un brindis esperaba a los participantes. Continuaron con motos de nieve hasta descubrir La Cueva en Cerro Cathedral. Esta cueva natural cuenta con un restaurante en plena montaña, con horno de leña y menús *gourmet*. Evidentemente, las especialidades gastronómicas de la Patagonia protagonizaron la cena.





Reforestación *indoor*

Por increíble que pueda parecer, uno puede colaborar de manera concreta en acciones de reforestación desde una sala de reunión. Es lo que propone la agencia española Exploramás, que también organiza actividades de reforestación *outdoor* en terrenos afectados por incendios.

El taller que ha ideado Exploramás permite iniciar a los participantes en una técnica inventada por el japonés Masanobu Fukuoka, que preconizaba una agricultura natural. Según la agencia, que cuenta con un biólogo en su equipo, esa técnica de repoblación sería cinco veces más efectiva que una acción de reforestación clásica. Consiste en la elaboración de "supersemillas", a base de arcilla y semillas. Con ello se forman bolas que se depositan en el terreno seleccionado una vez que han secado. No se necesita cavar, la naturaleza hace el resto.

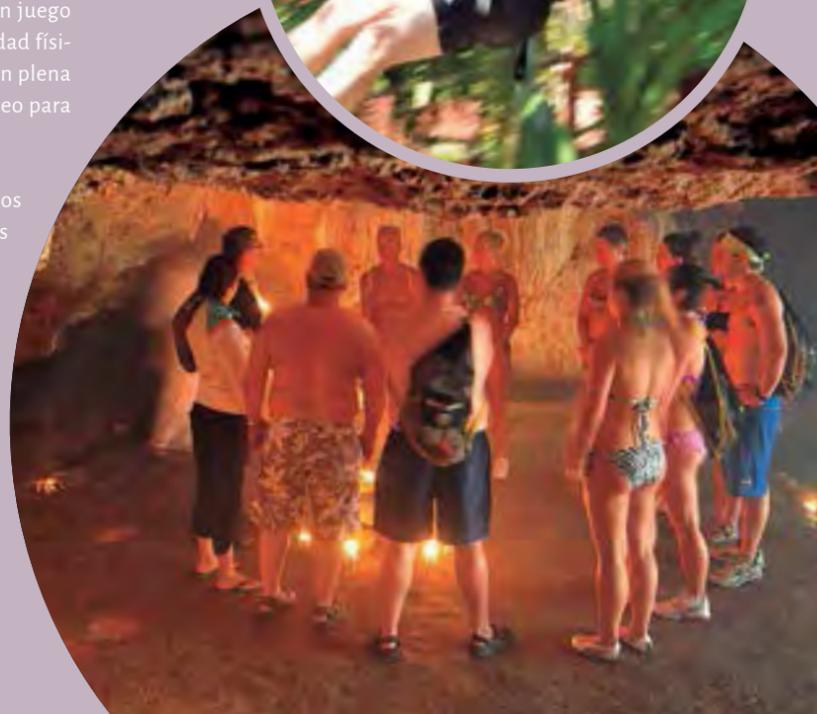
Flexible en cuanto al número de participantes, este taller se puede organizar en cualquier lugar. Pero es importante que los participantes establezcan la relación entre su acción y los efectos positivos en el área elegida. Además de la responsabilidad, conlleva trabajo en equipo.



Rally en un cenote

Los cenotes y la selva de la Riviera Maya están en el corazón de este *rally* ideado por Condor Verde Travel en México. La agencia lo organiza para grupos de hasta 100 personas, divididos en equipos que compiten para obtener el puntaje más alto. Además de ser un juego colaborativo que favorece el trabajo en equipo, requiere agilidad física y un poco de estrategia. Tiene la ventaja de desarrollarse en plena naturaleza y en el espléndido marco de un cenote, lugar idóneo para la aventura.

El *rally* incluye una sucesión de desafíos relacionados con los elementos naturales: agua, aire, tierra, fuego, flora y fauna. Las pruebas consisten, por ejemplo, en hacer *rappel* en el cenote para recoger palabras y formar una frase; un recorrido en trolina; conseguir agua del cenote y preservarla o cruzar una telaraña sin pisar dos veces el mismo lugar. Otro ejemplo: los participantes deben conseguir copal en el cenote para ofrecerlo a un chamán, incluyendo un ritual maya de agradecimiento a los cuatro puntos cardinales y la naturaleza circundante. La agencia añade un cuestionario sobre el medioambiente con el objetivo de sensibilizar a los participantes en la necesidad de respetarlo.



Bailar el *gumboot*

Este baile originario de Sudáfrica, donde fue inventado por los trabajadores de las minas de oro, servía en un principio como medio de comunicación que permitía a los mineros intercambiar informaciones con sólo golpear sus botas de goma y zapatear.

Lo que se ha vuelto una práctica cultural popular, con percusiones y cantos, hoy puede adaptarse al contexto de la empresa. La agencia francesa Taos Event lo puso en escena con 180 colaboradores de una compañía del sector informático en París y se puede plantear el ejercicio con cientos de personas.

Del modo espectáculo al modo *teambuilding* sólo hay un paso. Tanto para lanzar un evento como para crear una actividad de grupo, el *gumboot* da forma a la energía de los participantes y se basa en una coreografía sencilla, destinada a ser aprendida rápidamente. Basta con calzarse las botas de goma y seguir el ritmo. El resultado se apoya sobre el efecto de grupo. Original, sin música, pero con mucho ritmo.

Elaboración de un vino propio

Muy populares a la hora de organizar actividades de *teambuilding*, las vendimias y los concursos relacionados con ellas se pueden completar con propuestas adicionales con el fin de que los participantes profundicen en su conocimiento sobre la producción del vino. La agencia Equinox de Argentina propuso a un grupo de 30 directores de empresa varios talleres dirigidos por un enólogo en la zona vitícola de Mendoza.

Las actividades tuvieron lugar al pie de las montañas en la finca Vignes des Andes, a más de 1.100 metros de altura. En este espléndido marco, los participantes comenzaron la jornada asistiendo a las vendimias (en los meses de enero y febrero) y degustando un asado en medio de las viñas. A eso siguió una cata a ciegas. El objetivo era familiarizarse con las diversas cepas cultivadas en el viñedo: Malbec, Cabernet Sauvignon, Chardonnay, etc. Después de esta iniciación, tanto gustativa como lúdica, se organizó un taller en torno al ensamblaje del vino. Cada equipo pudo crear así su propio caldo siguiendo los consejos del enólogo.





CON RESPONSABILIDAD

Por Redacción, en colaboración con Sara García y Capella

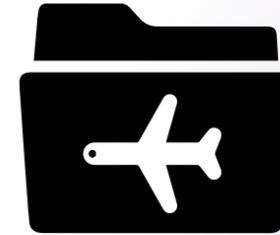
De la realidad a la práctica: las políticas de viajes integradas en planes de Responsabilidad Social son algo concreto que las empresas tienen que crear y saber aplicar, con decisiones coherentes que abarcan desde el visto bueno de la organización a un desplazamiento a la elección de proveedores y pautas de comportamiento que transmitir a los representantes.



Disponer de una política de viajes coherente con el Plan de Responsabilidad de la empresa no sólo permite optimizar los costes, a la cabeza de las prioridades, sino incluir pautas de comportamiento para que los representantes integren en sus desplazamientos un consumo responsable. Sin embargo, hay que empezar por el principio.

Lo primero que hay que analizar es la estructura de la empresa y la necesidad de viajar. No es lo mismo una pyme que una gran entidad. También hay que saber si la empresa cuenta con planes de expansión, ya sea a nivel nacional o internacional, a medio o largo plazo. Dependiendo de estos elementos la previsión de viajes será mayor o menor.

En función de eso habrá que definir una política integral y transversal, ya que habrá que tener en cuenta todos los aspectos que impactan en los gastos de la compañía a la hora de desplazarse y en el entorno en el que se desarrollará



Cientes
¿Dónde están y cómo llegar a ellos?



Medioambiente
¿En qué entorno se desarrollará la actividad?



Representantes
¿Conocen la política y respetan sus pautas?



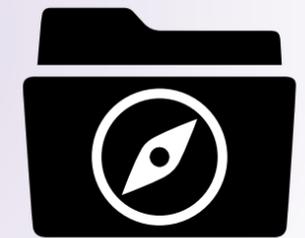
Preguntas sin cuyas respuestas no se puede elaborar una política de viajes responsable



Proveedores
¿Sus políticas son coherentes con las de la empresa?



Accionistas
¿La política de viajes redonda en una optimización de los costes?



Indicadores
¿Están bien definidos?

la actividad: por ejemplo, los horarios de trayectos que obligarán a recurrir al taxi en lugar del transporte público deben ser tenidos en cuenta. Es relevante la posición geográfica de la empresa y el domicilio del viajero: en función de eso se elegirán los proveedores en materia de transporte que tengan en cuenta en sus respectivas políticas el respeto por el medioambiente.

Transversalidad

La política establecida tiene que ser conocida por todos los que forman parte del viaje, desde quien lo valida y contrata a quien provee los servicios asociados. Obviamente también por quien se desplaza. Y no sólo eso: de poco serviría que una política de viajes responsable estuviera muy enlazada con el departamento comercial y en cambio no lo estuviera con el depar-

tamento de Recursos Humanos o de Compras. Todos deben implicarse en la consecución de una serie de objetivos a nivel corporativo.

Para asegurar el cumplimiento hay que establecer unos indicadores con los que se pueda medir el impacto de los viajes. Y hacer un seguimiento de los mismos de forma continuada que permita saber cuál es el grado de adopción.

Con esta información se pueden elaborar estadísticas con el fin de extraer conclusiones y establecer las medidas correctivas que se crean necesarias. También hay que estar dispuesto a una actualización permanente, ya que en ocasiones la propia empresa se ve obligada a tomar decisiones que implican un cambio en los objetivos iniciales.

Por ejemplo, si inicialmente la compañía tiene un plan de exportación en países lejanos y prefiere apostar por un mercado de proximidad, los objetivos y el entorno cambian y, con ello, los proveedores.

Medir el impacto

Cada empresa debe generar su propia lista de indicadores en función de su actividad y medios disponibles. Por ejemplo, si la mayoría de desplazamientos se realiza en coche, será relevante disponer de una flota de vehículos híbridos o eléctricos. Si se viaja en avión, no es igual recorrer distancias cortas, medias o largas. Si se puede recurrir a la videoconferencia, no sólo es primordial estudiar el impacto de sustituir los viajes por ellas sino también analizar de dónde procede la energía utilizada en la empresa para ello.



Caso concreto: Banco Popular de España

¿Quiénes son y cuándo viajan?

Banco Popular es una entidad financiera con presencia principalmente en España, donde tiene su sede, así como en Portugal y Estados Unidos. Los viajes realizados por motivos de trabajo son consecuencia de la actividad propia del negocio, siendo las reuniones con clientes y entre empleados las dos actividades que provocan más desplazamientos. Éstos se realizan de manera puntual, justificada y siempre que no haya otra alternativa.

¿Quién coordina los desplazamientos?

El departamento de Servicios Generales es el que se encarga de la coordinación de los viajes por motivos de trabajo. Su función consiste en gestionar los desplazamientos así como los servicios que éstos requieren para su viaje: reservas de transporte, hoteles, alquiler de coches, etc.

¿Cuáles son las líneas directrices en materia de viajes?

La línea principal en la que se apoya la política del Banco en materia de viajes es facilitar el desarrollo de la actividad profesional de todos sus empleados en las mejores condiciones. Para ello se tienen en cuenta una serie de objetivos relacionados con la gestión eficiente de los viajes:

1. Reducir el número de desplazamientos para minimizar la huella medioambiental generada por la entidad.
2. Conseguir el grado máximo de conciliación entre la vida laboral y profesional.
3. Reducir los costes derivados de los desplazamientos con el objetivo de generar un impacto positivo en la cuenta de resultados.

¿Imponen pautas de comportamiento?

Sí. Dentro su política medioambiental, el Banco ha establecido una serie de iniciativas encaminadas a disminuir al máximo las emisiones de CO₂ generadas por los desplazamientos de los empleados por motivos de trabajo. Las más importantes son las siguientes:

- Reducir al máximo el número de viajes para los que no exista otra alternativa.
- Sustituir los viajes por videoconferencias/multiconferencias siempre que sea factible.
- Concentrar todos sus Servicios Centrales de Madrid en dos edificios cercanos entre sí para evitar desplazamientos de cara a reuniones entre oficinas.
- Valorar la incorporación de coches híbridos/eléctricos a la flota de vehículos del Banco.

¿Calculan el impacto de sus viajes?

La emisión de las toneladas de CO₂ derivadas de los desplazamientos por motivos de trabajo realizados en avión y tren, así como por la flota de vehículos del Banco, suponen sólo el 7,5% del total de las emisiones de Banco Popular.

Hay que tener en cuenta que en el cálculo de la suma del total de emisiones se incluyen las producidas por otros consumos como gasóleo, electricidad, etc. En ese sentido, cabe destacar que el 100% de la electricidad consumida por el Banco en 2013 en España procedió de fuentes de energía renovables y, por lo tanto, las emisiones producidas por este concepto fueron nulas.

Este hecho es importante ya que, al no acumular emisiones de CO₂ producidas por consumo eléctrico en España, el peso de las generadas por otros conceptos, entre ellos los desplazamientos, aumenta de manera considerable.

¿Cuentan con un plan de Ecoeficiencia?

Tenemos un Plan 2014-2020 donde se marcan las pautas a seguir en materia medioambiental. Uno de los objetivos principales es la reducción de emisiones de CO₂ por desplazamientos de trabajo. A tal efecto, se han establecido varios indicadores para medir las emisiones por este concepto y los pasos a seguir para reducirlas:

- Número de kilómetros recorridos por la flota de vehículos, trenes y aviones por motivos de trabajo.
- Número de kilómetros que se dejan de realizar por el uso de videoconferencias/multiconferencias.

¿Cuál es el grado de seguimiento?

El ahorro energético y ecológico queda evidenciado por el uso de videoconferencias y multiconferencias. En 2013, la utilización de este sistema permitió que se dejaran de emitir más de 200 toneladas de CO₂. Además, en la medida en la que el Banco vaya incorporando a su flota de vehículos más coches híbridos/eléctricos, este ahorro se verá aumentado considerablemente.

¿Cómo se traduce esto en su actividad?

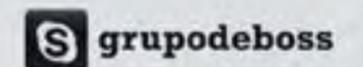
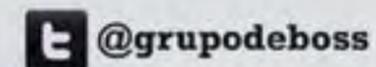
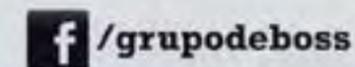
Los principales puntos clave a tener en cuenta desde Responsabilidad Corporativa con respecto a la política de viajes del Banco son los siguientes:

- a. Sensibilizar a los empleados informándoles sobre la huella medioambiental derivada de sus desplazamientos.
- b. Impulsar el uso de videoconferencias y multiconferencias.
- c. Promover la adquisición de vehículos híbridos/eléctricos por parte de la Entidad.
- d. Formar a los empleados en conducción eficiente para reducir las emisiones de CO₂ generadas en los desplazamientos.
- e. Fomentar la conciliación entre la vida laboral y profesional de sus empleados mediante la reducción de desplazamientos siempre que sea posible.



GRUPO DEBOSS

MÁS DE 10 AÑOS BRINDANDO SOLUCIONES PARA INTERNET
SIEMPRE SUPERANDO LAS EXPECTATIVAS DE NUESTROS CLIENTES



www.grupodeboss.com

Con estilo

TABLETAS: ENTRE ORDENADOR Y *SMARTPHONE*

A medio camino entre el portátil y el teléfono de última generación, la tableta se ha convertido en un aliado del viajero. Su presencia en la mano de los profesionales es creciente y esta tendencia no hará más que consolidarse viendo las prestaciones que ofrecen los últimos modelos. Ésta es una comparativa de algunos referentes del mercado: cada usuario juzgará qué le conviene más en función del uso que le quiera dar.



IPAD AIR

Dimensiones:

24 x 16,95 x 0,75 cm

Peso: 469 gramos**Sistema operativo:** IOS 7**RAM:** 1 GB**Resolución:** 2048 x 1536 píxeles**Pantalla:** Retina de 9,7 pulgadas**Batería:** 10 horas**Qué nos gusta:** Es un 28% más ligera y un 21% más delgada que el iPad 4. Destaca su potencia a la hora de utilizar aplicaciones de última generación gracias a su procesador A7

BQ EDISON 2 QUAD CORE

Dimensiones: 25,8 x 17,6 x 1,1 cm**Peso:** 680 gramos**Sistema operativo:** Android 4.2 Jelly Bean**RAM:** 1 o 2 GB, según modelo**Resolución:** 1280 x 800 píxeles**Pantalla:** IPS multitáctil capacitiva 10 puntos de detección simultáneos de 10,1 pulgadas**Batería:** 8 horas**Qué nos gusta:** El procesador de 4 núcleos hace que la experiencia de navegar, ver películas o leer sea más fluida

WOXTER NIMBUS 98 Q

Dimensiones: 24 x 17,8 x 1 cm**Peso:** 575 gramos**Sistema operativo:** Android 4.2

actualizable

RAM: 2 GB**Resolución:** 2048 x 1536 píxeles**Pantalla:** Retina capacitiva IRIS de 9,7 pulgadas con 10 puntos de contacto**Batería:** 8 horas**Qué nos gusta:** Incluye la tarjeta Nimbus Club, con garantía Premium de dos años y arreglo de averías en 48 horas sin cargo adicional

GOOGLE NEXUS 10

Dimensiones: 26,4 x 17,5 x 0,89 cm**Peso:** 603 gramos**Sistema operativo:** Android 4.2 actualizable**RAM:** 2 GB**Resolución:** 2560 x 1600 píxeles**Pantalla:** Super AMOLED touchscreen capacitiva de 10,1 pulgadas**Batería:** 7 horas**Qué nos gusta:** Cuenta con una de las pantallas más nítidas del mercado y dos altavoces situados en la parte frontal que emiten el sonido de forma más clara

TABLET XPERIA Z2

Dimensiones: 26,6 x 17,2 x 0,7 cm**Peso:** 495 gramos**Sistema operativo:** Android 4.1.2**RAM:** 3 GB**Resolución:** 1920 x 1200 píxeles**Pantalla:** Triluminos Full HD de 10,1 pulgadas**Batería:** 10 horas**Qué nos gusta:** La cámara de 8 MP con Exmor RS® realiza fotos muy brillantes incluso en condiciones de poca luz. Además, la pantalla es antiarañazos y la carcasa resistente al agua

KINDLE FIRE HDX

Dimensiones:

23,1 x 15,8 x 0,78 cm

Peso: 374 gramos**Sistema operativo:**

Fire OS 3.0 "Mojito"

RAM: 2 GB**Resolución:** 2560 x 1600 píxeles**Pantalla:** HDX de 8,9 pulgadas**Batería:** 11 horas**Qué nos gusta:** Su sencillo interfaz es muy cómodo para usuarios poco avanzados. Además, la pantalla de cada unidad es calibrada personalmente antes de la entrega, por lo que el contraste, el brillo y el abanico de colores ya vienen adecuados al panel LCD de la tableta

SPC GLOW 9.7

Dimensiones:

24,2 x 17,8 x 0,9 cm

Peso: 670 gramos**Sistema operativo:**

Android 4.4. KIT KAT

RAM: 2 GB**Resolución:** 2048 x 1536 píxeles**Pantalla:** IPS Retina multitáctil de 9,7 pulgadas**Batería:** 7 horas**Qué nos gusta:** Permite enviar documentos a impresora de forma remota y cuenta con pantalla antiarañazos

SAMSUNG GALAXY TAB PRO 12.2 T900

Dimensiones: 29,5 x 20,4 x 0,8 cm**Peso:** 734 gramos**Sistema operativo:** Android 4.4 KitKat**RAM:** 3 GB**Resolución:** 2560 x 1600 píxeles**Pantalla:** Multi-touch TFT de 12.2 pulgadas**Batería:** 11 horas**Qué nos gusta:** Su función *multi-window* permite tener abiertas hasta 4 ventanas a la vez en la pantalla, lo que evita tener que abrir y cerrar ventanas para pasar de una aplicación a otra

AGENDA

EXPOEVENTOS BUENOS AIRES

12 a 14 de agosto

Salón destinado a los organizadores de reuniones y eventos en América Latina y Caribe que cada año se celebra en la capital argentina.

Sede: Centro Costa Salguero - Buenos Aires

EXPOEVENTOS PERÚ

14 a 16 de agosto

Feria para los especialistas del sector en Perú, con un programa de seminarios especializados y presentaciones de oferta por parte de los proveedores.

Sede: Jockey Club del Perú - Vivero (Lima)

CIBTM PEKÍN

17 a 19 de septiembre

Participantes de más de 40 países se reúnen con los proveedores especializados en el sector MICE de China. El salón sectorial de referencia en el país y uno de los más importantes de Asia.

Sede: China National Convention Centre

IMEX AMÉRICA

14 a 16 de octubre

Es la mayor feria de la industria MICE en Norteamérica y cuenta con un amplio programa de sesiones educativas con ponentes de reconocido prestigio.

Sede: Sands Expo & Convention Center - Las Vegas, Nevada (Estados Unidos)

ICOMEX

5 a 7 de noviembre

Salón destinado a los organizadores de reuniones y eventos de América Latina con un programa de conferencias ofrecidas por ponentes nacionales e internacionales.

Sede: World Trade Center de México D.F.

EIBTM BARCELONA

18 a 20 de noviembre

Entre las ferias más importantes del sector de reuniones, congresos, convenciones e incentivos. Reúne en Barcelona a compradores de toda Europa ante expositores españoles e internacionales.

El programa de sesiones formativas y de innovación cuenta con figuras de primer nivel.

Sede: Fira Gran Vía Barcelona

MITM AMERICAS

3 a 5 de diciembre

Compradores de Europa y Estados Unidos acceden a la oferta de proveedores del sector de eventos y reuniones en el continente americano, incluyendo las islas del Caribe. Programa de *post tours* para *hosted buyers*.

Sede: Puebla (México)

AIME AUSTRALIA

3 y 4 de marzo de 2015

Asia-Pacífico Incentivos & Congresos Expo es la referencia para los organizadores de congresos, convenciones y eventos en la región Asia-Pacífico.

Sede: Melbourne Convention and Exhibition Centre



PUNTO MICE es:

- ➔ Revista bimestral destinada a todo el sector 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** te contamos todas las novedades de los proveedores
- En **Facebook** te presentamos con fotos y vídeos qué hacemos y qué hacen
- En **LinkedIn** te ponemos en contacto con todos los profesionales que te interesan



Si te suscribes a la revista, nos leerás en tu oficina.

¡No importa dónde estés! lo que nos importa es que quieras estar al día de lo que pasa en el mundo MICE

Precio de la suscripción anual:
6 números

España: **36 €**
Latinoamérica: **50 \$**

suscripciones@puntomice.com



Business & Events



MEDITERRANEAN MEETINGS

BIENVENIDO A UNA NUEVA FORMA DE ENTENDER LAS CONVENCIONES Y EVENTOS DE EMPRESA, EN LA QUE EL MEDITERRÁNEO ES LA FUENTE INSPIRADORA DE TODO LO QUE PUEDAS IMAGINAR PARA CONSEGUIR EL EVENTO PERFECTO: CENTRO DE CONVENCIONES CON CAPACIDAD DE 10 A 3.000 PERSONAS, 4 HOTELES DE CUATRO ESTRELLAS CON 2.000 HABITACIONES, APERTURA EXCLUSIVA DE ÁREAS DEL PARQUE TEMÁTICO PORTAVENTURA, RESTAURACIÓN PROPIA Y ACTIVIDADES TEAM BUILDING.

CONFERENCE DESTINATION.
A SÓLO 1 HORA DE BARCELONA.

www.portaventuraevents.com

Para los que hacen olas...
y los que tienen alas.

PUERTO PLATA

LO TIENE



República Dominicana
Lo tiene todo

Oficina de Turismo para España y Portugal
C/ Serrano, 114. 2º, ext. izq. • Madrid 28006, España
Tel. +34 91 417 73 75 • Fax: +34 91 598 00 25
turismodominicano@turismodominicano.es
espana@godominicanarepublic.com
www.facebook.com/lotienetodo

Para más información, y otras oficinas, consultar:
GoDominicanRepublic.com