

# PUNTO MICE

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

Nº 22 NOVIEMBRE / DICIEMBRE 2017

6,5 € - 9 \$



## LA VOZ DEL SECTOR

Los contratantes de eventos nos confirman que el foco está en la experiencia

## DESTINOS

Escocia, reino de leyenda para eventos singulares y Jamaica, destino con música propia

## PURO INCENTIVO

Nápoles: mezcla de autenticidad e historia coloreadas por los tonos del mar Mediterráneo

## DÍA A DÍA

El cibercrimen es una realidad ante la que se impone conocer ciertos riesgos



GOING  
SOMEWHERE?

#WORKTRIPPING

Stay New York. Visit Manchester. See Mallorca.

Fulfil your trip.

Contágate de nuestro espíritu cosmopolita. Encuentra el equilibrio entre trabajo y placer. Conoce gente interesante en el lobby. Navega con una red wifi sin límites. Sírvelte un refresco cuando te apetezca. Trabaja en espacios donde la creatividad fluye. Permite que sea tu cuerpo quien marque el horario de la clase de fitness. Relaja tu mente en el spa.

La vida es corta y está llena de oportunidades. Este es tu *WORK TRIP*. Aprovecha cada momento.

Para más información visita [Innside.com](http://Innside.com)

**INNSIDE**  
BY MELIÀ

912 76 47 47

MELIÀ  
REWARDS

[innside.com](http://innside.com)

Aachen | Bremen | Dresden | Düsseldorf | Frankfurt | Hamburg | Leipzig | Manchester | Munich | New York | Mallorca | Yogyakarta | Wolfsburg | Zhengzhou

# EDITORIAL

## ILUSIONES HUMANAS

Últimamente, cuanto más convulsos parecen los tiempos, más convulsos se vuelven y la espiral de incertidumbre sigue creciendo. En paralelo, las perspectivas para nuestro sector son optimistas si atendemos a las previsiones de las agencias de viajes que nos confirman que la inversión crece y el interés de las empresas por salir de sus fronteras se acentúa.

Pareciese que hemos aprendido a convivir con el miedo y tomado medidas para protegernos, ya sea asegurando todos los aspectos relacionados con los viajes y eventos o protegiendo aquello con lo que trabajamos.

Con todo esto se perfila un horizonte que nos ilusiona, ya que la actividad MICE no sólo no cesa sino que crece. Y con ello aumenta una oferta que conoce cada vez mejor a la demanda. Es la ventaja del *big data*. Sin embargo, detrás de cada dato hay una persona y nos complace comprobar que la tendencia a mercantilizar cualquier tipo de experiencia no sólo no se olvida de lo humano sino que apuesta por la identificación de quien está al otro lado de la pantalla.

Los contratantes de convenciones y eventos que ofrecen su testimonio

en esta ocasión refuerzan nuestra idea de que la experiencia única está detrás de cada una de las acciones que culminan en éxito. Como si en este universo de nuevas tecnologías y agilidad en los mensajes que alguien se ilusione, disfrute, se impresione, sonría, se sienta sorprendido y afortunado fuese el mayor retorno a la inversión que la empresa pueda recibir.

En esta apuesta por lo humano nuestro destino de portada está muy bien posicionado: Escocia es un paisaje de historias que apasionan y detrás de cada una de ellas hay personas que permiten conservar, reconvertir e innovar. Nápoles y Jamaica son más de lo mismo, destinos para convenciones e incentivos en los que el factor humano marca la diferencia.

Les esperamos en Barcelona para cerrar el calendario de eventos internacionales con IBTM World (stand L22). Con esta edición, y con mucha ilusión, cerramos este 2017 en el que hemos crecido como grupo editorial gracias al lanzamiento de PUNTO DMC.

Para el año que viene ya hacemos otro lanzamiento: el del deseo de que sea la ilusión quien nos gobierne. ¡Esto sin duda nos conducirá al éxito!



**Eva López Álvarez**  
EDITORA

EMPRESA EDITORA:  
GRUPO PUNTO MICE®

Sede Central:  
Calle Argumosa 9 4ºG  
28012 Madrid  
☎ +34 91 539 00 61

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

Delegación México:  
Cerro El Vigilante 149  
Col. Romero de Terrenos.  
Del. Coyoacán CP 04310  
☎ +55 5658 3777

[www.puntomice.com](http://www.puntomice.com)  
☎ redaccion@puntomice.com

Somos medio asociado a

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

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

DIRECCIÓN DE ARTE Y DISEÑO:  
Grupo Deboss

PRODUCCIÓN: José Carlos Suárez

CORRECCIÓN: Claudia Cabrero

ADMINISTRACIÓN:  
Ramón Clapés  
☎ administracion@puntomice.com

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

HAN COLABORADO  
EN ESTE NÚMERO:  
Cristina Cunchillos  
Alejandro Martínez Notte  
Rocío López

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

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

IMPRESO EN ESPAÑA Gráficas Covadonga

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

DEPÓSITO LEGAL M-12379-2014

# EUROPA

PALACIO DE CONGRESOS  
BILTZAR JAUREGIA CONFERENCE & EXHIBITION CENTRE

## ¿Por qué Vitoria-Gasteiz?

Vitoria-Gasteiz, capital del País Vasco, es una ciudad actual, verde, amable, medieval, sorprendente y con un encanto especial. European Green Capital 2012. Destino Turístico Sostenible 2016.

El Palacio de Congresos Europa, ejemplo de "arquitectura green", cuenta con instalaciones capaces de acoger a más de 5.000 personas en actividades congresuales, feriales, culturales y eventos sociales.

Primer Palacio de Congresos con la Certificación Leed Oro en edificación sostenible.

¡Esperamos darte la bienvenida muy pronto!



Vitoria-Gasteiz Convention Bureau  
Tel. (+34) 945 16 12 61 (Spain)  
congestur@vitoria-gasteiz.org  
www.vitoria-gasteiz.org/congresos

Colabora:

**EUSKADI**  
BASQUE COUNTRY



**VITORIA  
GASTEIZ**  
green capital

# SUMARIO PUNTO MICE

Nº 22  
EDICIÓN NOVIEMBRE //  
DICIEMBRE 2017

- 6 ACTUALIDAD**  
Novedades del sector y entrevistas a proveedores de referencia
- 18 LA VOZ DEL SECTOR:  
EL FUTURO DE LOS  
EVENTOS**  
Los contratantes de eventos nos explican las tendencias e inquietudes que marcan los actos que organizan
- 24 DESTINO: ESCOCIA**  
Paisajes e historia combinan a la perfección en un destino que ofrece a partes iguales rigor profesional y diversión
- 36 APPS**  
Herramientas que facilitan la vida del organizador y el viajero
- 38 DESTINO: JAMAICA**  
La isla caribeña goza de una banda sonora propia que ameniza una oferta para MICE en desarrollo
- 46 PURO INCENTIVO:  
NÁPOLES**  
El sur de Italia cuenta con el encanto de lo auténtico y una riqueza arqueológica e histórica envidiable
- 54 ANÁLISIS: PROGRAMAS DE  
FIDELIDAD DE LAS AEROLÍNEAS (II)**  
La fidelidad merece la pena y así se lo quieren demostrar las compañías aéreas a las pequeñas y medianas empresas
- 60 DÍA A DÍA**  
El cibercrimen es una realidad que afecta a muchas empresas y se impone ser consciente de riesgos desconocidos y, a pesar de ello, reales
- 64 MOTIVACIÓN**  
Propuestas de diferentes agencias con un objetivo común
- 68 CON ESTILO**  
Gadgets que garantizan la seguridad de los dispositivos

Escocia



## LAS AEROLÍNEAS OFRECEN TRASLADO PRIVADO

British Airways ofrece el traslado por la pista en vehículo privado a determinados pasajeros que corran el riesgo de perder su conexión, mientras que Qatar Airways y Saudia Airlines cuentan con nuevos servicios de transporte en coches de alta gama hasta y desde el aeropuerto. Son algunas iniciativas presentadas recientemente por aerolíneas que buscan diversificar y mejorar la atención al cliente.

### Premium Transfer Drive

El servicio Premium Transfer Drive de British Airways está disponible de momento en el aeropuerto de Londres Heathrow. Los pasajeros con billete en las clases Club Europe, Club World o First, así como los miembros Silver y Gold del programa de fidelidad Executive Club, pueden gozar en sus conexiones del traslado en vehículo privado hasta el avión con el que continúen viaje, siempre y cuando el vuelo anterior aterrice con retraso. La tripulación les confirma el traslado en el momento del aterrizaje para aliviar así cualquier preocupación.



Qatar Airways apuesta por un servicio de *transfer* de lujo con chófer privado en los 85 destinos a los que vuela.

### Vehículos de lujo

La aerolínea firmó un acuerdo con el servicio de transporte Blacklane para ofrecer a todos los pasajeros traslados hasta o desde el aeropuerto en vehículos de alta gama con marcas como Audi, BMW, Mercedes-Benz o Cadillac. El precio se incluye en la tarifa como un servicio añadido de tal modo que el pasajero no necesita preocuparse del pago.

Emirates ofrece un servicio similar con coches BMW, pero únicamente para los viajeros en clase *business*. Saudia Airlines anunció un nuevo servicio de traslado para los pasajeros que lleguen o salgan del aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas como parte de los 50 países, 250 ciudades y más de 500 aeropuertos en los que opera la compañía árabe. Es posible cancelar hasta una hora antes del servicio contratado.

## IBERIA AMPLÍA SU OFERTA MADRID-BARCELONA

La oferta de vuelos entre Madrid y Barcelona se amplió con la última mejora del puente aéreo presentada por Iberia, que incluye la creación de una *app* específica que agiliza las gestiones. Operados tanto por Iberia como por Vueling, ambas aerolíneas han coordinado sus programas para ofrecer hasta 26 vuelos por sentido, cubriendo todas las franjas horarias del día y proponiendo vuelos cada quince o 30 minutos en horas punta. El resto del día se produce una salida cada hora, desde las 6:30 de la mañana hasta las 21:45.

### Cada quince minutos

Bajo el lema "Llegar y Volar", convienen billetes abiertos y con reserva, de tal modo que el cliente pueda contar con plaza garantizada en el vuelo de su elección y al mismo tiempo conserve la flexibilidad de los billetes abiertos. Esto incluye cambios ilimitados y sin coste. La tarjeta de embarque puede ser emitida *online* desde el momento de la compra en el caso de los billetes



con reserva, y desde 24 horas antes del vuelo en los billetes abiertos.

Iberia ha acompañado estas mejoras en el Puente Aéreo con una renovación de la aplicación móvil desde la que ahora se puede realizar cualquier gestión relacionada con el servicio: reserva y compra de billetes, *check-in online* y cualquier cambio que se precise.

### Espacios exclusivos

Además, los clientes del Puente Aéreo cuentan con espacios dedicados en exclusiva a este servicio en los aeropuertos de Barcelona-El Prat y Adolfo Suárez Madrid-Barajas: controles de seguridad, una zona exclusiva para emitir su tarjeta de embarque y salas VIP dedicadas.

Iberia celebra su 90 cumpleaños tras el primer vuelo que en 1927 conectó las ciudades de Madrid y Barcelona.



## REPÚBLICA DOMINICANA: EL PERFECTO DESTINO BLEISURE

La combinación idónea de ocio e infraestructuras para congresos y reuniones posiciona al país caribeño entre los más deseados del segmento MICE

Ante la evidencia del triunfo de la tendencia "bleisure" (*business + leisure*) en el ámbito de los viajes de negocios, República Dominicana se alza como un sugerente destino para los viajes de incentivo. La oferta hotelera se ha adaptado a este nicho de mercado, brindando salones para acoger desde pequeños eventos a congresos multitudinarios. La base es incuestionablemente buena: la diversidad de líneas aéreas internacionales con vuelo directo a República Dominicana.

### A cada evento, una región

Los organizadores de eventos se alegrarán de descubrir las ventajas para la acogida de grupos. La mayoría de los *resorts* ofrecen tarifas Todo Incluido que permiten mantener a raya el presupuesto. La *zona Este* es conocida por reunir la mayor selección de complejos turísticos internacionales, además de poseer las playas más famosas, amplios campos de golf y una excelente oferta de deportes acuáticos.

Entre los complejos de mayor envergadura destacan el **Hard Rock Hotel & Casino** (3.600 personas) y el **Centro de Convenciones Barceló Bávaro** (3.000 personas), seguidos por los Centros de Convenciones **Paradisus Palma Real** (1.400 personas), **Bahía Príncipe** (700 personas) y **Grand Palladium** (500 personas).

En la *zona Norte*, la región de Puerto Plata es un hervidero de historia y cultura, siendo imposible perderse los 27 Saltos de Damajagua. En cuanto a turismo de reuniones, Puerto Plata cuenta con instalaciones, auditorios y hoteles con modernas salas, como el **Hotel Be Live Grand Marien**, con cerca de 600 habitaciones y salas de reuniones para grupos de hasta 700 personas. **Playa Dorada** ofrece numerosos es-

pacios para reuniones y 21 kilómetros de playas. Tres de sus diez hoteles cuentan con casino y se sitúan cerca del **Campo de Golf Playa Dorada**, uno de los más prestigiosos del mundo.



Salto El Limón

En la *provincia de Samaná* dos de los atractivos que más interesan son el Salto El Limón y la migración de las ballenas entre enero y marzo. Es un destino perfecto para reuniones de tamaño pequeño o medio con un broche perfecto: una deliciosa cena de grupo en la playa.

En el *Sur*, el lujo es protagonista. Al tratarse de la capital, **Santo Domingo** cuenta con una infraestructura más que notable, tanto para eventos de pequeña escala como para convenciones internacionales.

El **Centro de Convenciones San Souci** puede albergar hasta 8.000 personas y sólo el **Hilton Santo Domingo** suma 19 salas de reuniones. La oferta complementaria, cultural y de ocio se alinea con lugares de interés para todos los perfiles, entre los que se incluyen el Alcázar de Colón, el Jardín Botánico Nacional o la Fortaleza Ozama.

Por último, en **Santiago** siete hoteles disponen de salas con capacidades que oscilan entre las 70 y 600 personas. Esta zona es famosa por albergar uno de los museos de arte más importantes del Caribe: el **Centro Cultural León Jiménez**.



Campo de golf Iberostar

Razones no faltan para afirmar que República Dominicana es un destino perfecto para practicar el *bleisure* y hacer de un viaje de trabajo una experiencia inolvidable.

Más información:  
[www.GoDominicanRepublic.com/mice](http://www.GoDominicanRepublic.com/mice)



## LAS LOW COST COMIENZAN A FIRMAR ALIANZAS

Easyjet ofrece conexiones con los vuelos de largo radio que Norwegian y Westjet operan desde el aeropuerto de Londres Gatwick. Comercializado a través de la plataforma Worldwide by Easyjet, disponible en su web, este acuerdo permite a aerolíneas de bajo coste conectar sus redes.

Worldwide by Easyjet se centra inicialmente en las rutas desde el aeropuerto de Londres Gatwick mediante el programa Gatwick Connects que garantiza el transporte de equipaje hasta el destino final y una conexión alternativa en caso

de pérdida del vuelo. La aerolínea espera ampliar el servicio a más aeropuertos incluyendo los de Barcelona El Prat, Milán Malpensa, Ámsterdam, Ginebra y París-Charles de Gaulle, así como ampliar el acuerdo con la integración de otras aerolíneas.

La red de largo radio de Norwegian incluye 55 rutas que unen Europa con Estados Unidos, Sudamérica y Asia. La canadiense Westjet opera vuelos regulares y chárter a 90 destinos en el continente americano, el Caribe y Europa.



### ¿Qué regiones del mundo están despertando mayor interés?

Este año observamos un crecimiento de dos dígitos en las ventas hacia Asia en relación al segmento MICE. Entre las rutas que mejor funcionan están Shanghái, Tokio y Singapur. Existe un interés creciente por este continente, por razones de interés cultural pero también por motivos geopolíticos.

### ¿Cuáles son los proyectos de la compañía con respecto a esta zona del mundo y el producto ofrecido a las empresas?

Nuestros proyectos pasan por seguir desarrollando nuestra red de vuelos así como mejorar día a día los productos y servicios que ofrecemos. El Grupo Air France-KLM ha estado tradicionalmente muy bien posicionado en Asia donde contamos con un importante equipo humano, por lo que conocemos muy bien este mercado. Nuestra red en Asia incluye 255 vuelos semanales a 25 destinos en once países. En China somos el grupo europeo líder con nueve destinos: Beijing, Shanghái, Hangzhou, Xiamen, Wuhan, Chengdu, Guangzhou, Hong Kong y Taipéi. A esta red hay que añadir los vuelos en código compartido con socios locales como China Eastern, China Southern o Xiamen Airlines en China y Jet Airways en India.

Estamos constantemente ampliando nuestra red de vuelos en Asia. KLM empieza a operar vuelos directos de Ámsterdam a Bombay y, desde allí, gracias a nuestro socio Jet Airways, ofreceremos a nuestros clientes un mejor acceso a 48 destinos de toda India, así como del subcontinente indio y Asia. Estamos también ofreciendo lo mejor de nuestro producto a bordo en los vuelos que operan este continente. Con KLM estamos volando ya con el nuevo B787 Dreamliner a Japón (Osaka), India (Delhi) y cinco destinos en China. Por otra parte, todos los B777 de Air France que operan en Asia cuentan con las nuevas cabinas.

### A nivel mundial ¿cómo ve a la industria MICE?

El tráfico MICE se mantiene estable con respecto al año pasado y en nuestro caso hemos registrado un crecimiento en los ingresos procedentes de este segmento, debido principalmente a que las empresas están invirtiendo en clases de mayor contribución. Además de Asia, África es el otro continente hacia el que crece la demanda. En cuanto a condiciones, percibimos que las empresas piden cada vez más combinar vuelos, y en este sentido nos vemos muy beneficiados puesto que tanto Air France como KLM tienen redes totalmente combinables, no sólo entre ellas sino también con las de nuestros socios de la alianza Skyteam. Un buen producto adaptado al tráfico MICE es otra de las demandas. En este sentido, contamos con Global Meetings, para el que tenemos previstas novedades en un plazo no muy lejano.



Entrevista

## Asunción Pérez

Directora de Ventas de Air France-KLM España

“En Asia observamos un crecimiento de dos dígitos en relación al interés de las agencias MICE”



# Madrid • Barcelona Barcelona • Madrid

## El Nuevo Puente Aéreo es así de flexible, cómodo y fácil.



Vuela cada 15 min en hora punta con Vueling o Iberia.



Elige y reserva tu asiento cuando quieras.



Todas tus gestiones en la web o App de Iberia.

Para que vayas y vuelvas más veces en la compañía más puntual del mundo.

[iberia.com](http://iberia.com)

Fuente: FlightStats. Iberia, compañía más puntual del mundo en 2016.

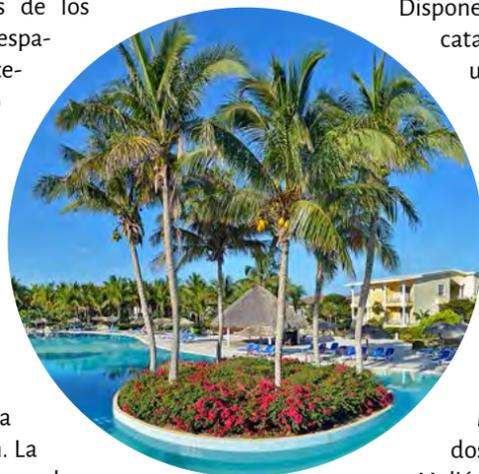




## MELIÁ LANZA EL PROGRAMA ECOMEEET

Meliá Hotels International estrenó Ecomeet, un nuevo programa de eventos sostenibles dirigido a aquellos clientes que entienden la sostenibilidad y el cuidado del planeta como una forma de vida y lo aplican a todas sus actividades profesionales.

Entre las principales características de los eventos Ecomeet está la elección de espacios que reúnan las condiciones necesarias para desarrollar el evento bajo condiciones óptimas de accesibilidad y eficiencia energética. Además, se utiliza material reciclado en la medida de lo posible y se minimizan los residuos, haciendo una recogida selectiva para su posterior reciclaje. Finalmente, se busca la reducción de emisiones de CO2, su medición y la compensación de la huella de carbono por ejemplo a través de programas de reforestación. La inauguración del Palacio de Congresos de Palma de Mallorca el pasado 25 de septiembre fue el primer evento en el que la cadena hotelera aplicó su nuevo programa.



El nuevo hotel se encuentra situado en el corazón del Parque Nacional Iguazú, en su lado argentino. El establecimiento, previamente operado por Sheraton, pasará a ser en 2018 el Meliá Iguazú, tras una completa renovación para adaptarse a los atributos y estándares de la marca.

Dispone de 169 habitaciones con vistas a las cataratas o a la selva de Misiones, así como una amplia oferta gastronómica, piscinas, spa, gimnasio y salas de reuniones. Los huéspedes pueden caminar hasta las cataratas y visitar el Centro de Interpretación del entorno natural de Iguazú.

### Operaciones normales en Cuba

Aprovechando el cierre temporal de las instalaciones con motivo de los últimos desastres meteorológicos, Meliá Cuba ofrece productos renovados. En el caso de Varadero, los hoteles Meliá Península Varadero y Paradisus Varadero volvieron a abrir el pasado 15 de octubre. El Meliá Cayo Santa María y el Meliá Las Dunas reabrieron sus puertas el 1 de noviembre mientras que el Meliá Buenavista y el Sol Cayo Santa María reabrirán el 15 de noviembre, cuando el resto de hoteles de la isla estarán también en funcionamiento.

### Nuevo hotel en las cataratas de Iguazú

El grupo hotelero anunció la adquisición del único hotel ubi-

## PREFERRED HOTELES CRECE EN LATAM

La red de hoteles independientes incorporó seis nuevas unidades a su cartera mexicana durante el primer semestre de 2017. La inclusión de estos establecimientos representa el 75% del crecimiento de la marca en Latinoamérica.

Los nuevos hoteles en México incluyen tres en la capital, dos en Cancún y uno en Playa del Carmen, hasta un total de 50 en los principales centros de negocios y destinos vacacionales del país. Otras propiedades en Latinoamérica y el Caribe que se unieron a Preferred Hotels & Resorts entre enero y julio de 2017 incluyen el Iberostar Grand Hotel Bávaro en Punta Cana (República Dominicana) y el Iberostar Grand Hotel Rose Hall en Montego Bay (Jamaica).

La red incorporó también 14 hoteles en Estados Unidos, donde cuenta con el mayor número de miembros, así como 14 en Asia y 17 en Europa, incluyendo tres propiedades en España.

## ACCORHOTELS APUESTA POR LAS EMPRESAS

El grupo hotelero francés anunció la firma de un acuerdo para la adquisición de Gekko, empresa especialista en la distribución hotelera en viajes corporativos. La operación forma parte de la estrategia de la cadena hotelera para mejorar los servicios ofrecidos a los viajeros de negocios.

Gekko ofrece soluciones de búsqueda y reservas a través de una interfaz conectada a más de 500.000 hoteles en todo el mundo, desde económicos a de lujo. Sus herramientas de gestión llave en mano permiten a los clientes corporativos la realización de pagos online, así como el seguimiento y optimización del conjunto de costes.

Fundada en 2010, Gekko sirve a 14.000 agencias de viajes en España, Portugal, Francia y Bélgica. Sus filiales incluyen HCorpo, especializada en grandes cuentas y Teldar Travel Biz, dirigida a la pequeña y mediana empresa.



## LAS AGENCIAS ADOPTAN EL NDC DE IATA

American Express Global Business Travel (GBT) ha firmado un acuerdo que permitirá a empresas y viajeros evitar el pago del recargo sobre las reservas de Iberia y British Airways gestionadas a través de GDS (Global Distribution System).

Las dos aerolíneas anunciaron el pasado mes de mayo que a partir del 1 de noviembre introducirían un recargo de 9,5 euros sobre cada billete emitido a través de canales indirectos, incluyendo los GDS, así como herramientas de reserva online utilizadas por las agencias de viajes y sus clientes.

Esta decisión se integra en la adopción del sistema NDC (New Distribution Capability) de IATA (International Air Transport Association): no es otra cosa que un sistema de distribución propio a las compañías adheridas de tal modo que puedan controlar de manera más eficaz sus existencias y precios

aplicados, además de ahorrar comisiones a intermediarios. Según IATA, este modelo de comercialización facilita el acceso de las agencias de viajes al inventario de las aerolíneas asociadas al sistema.



### Cada vez más compañías

Carlson Wagonlit Travel (CWT) también anunció la ratificación de un acuerdo similar aplicable desde el mismo día en que entró en vigor la sanción.

Ambas empresas se suman así a los anuncios de otras redes de agencias como Viajes El Corte Inglés, B The Travel Brand, FCM Travel Solutions, BCD Travel, Nautalia o IAG7 Viajes, que ya se han sumado a la conexión NDC.

Hace dos años Lufthansa fue pionera entre las compañías convencionales que decidió aplicar un recargo, de 16 euros, en cada reserva que no se hiciese directamente en su web.



LA CONFIANZA, TU MEJOR ESTRATEGIA

## MELIÁ PRO TRAVEL AGENT PORTAL

### TU NEGOCIO, MÁS COMPETITIVO

- GANAS MAYORES RETRIBUCIONES PARA TU AGENCIA.
- PUEDES RESERVAR POR EL NETO DIRECTAMENTE.
- CUANDO TUS CLIENTES PAGAN EN EL HOTEL, CON HOTELPAY.COM TE PAGAMOS DE MANERA CENTRALIZADA LAS COMISIONES.

Y OBTIENES MÁS BENEFICIOS CON MELIÁ PRO REWARDS, MÁS CONCILIOS CON MELIÁ PRO TRAINING Y MÁS DESCUENTOS PARA TUS VIAJES PERSONALES.



COMISIONES INSTANTÁNEAS



RESERVA FÁCIL



MÁS VENTAJAS

MELIAPRO.COM · 91 276 47 00



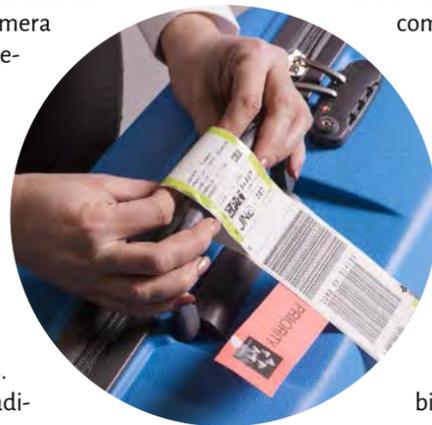
## AGENCIAS

### AUMENTA LA CONTRATACIÓN DE *ANCILLARIES*

La contratación de servicios auxiliares ofrecidos por las compañías aéreas por parte de las agencias de viaje españolas creció un 60% en la primera mitad de 2017 con respecto al mismo periodo en 2016, según datos de Amadeus España. La reserva de asientos, la franquicia de equipaje y el acompañamiento de menores son los *ancillary services* más solicitados.

#### España, en cabeza

España es el país donde más aerolíneas, hasta un total de 90, ofrecen este tipo de servicios a través de las agencias. De ellas, 69 permiten facturar equipaje adicional; 68 el pago por la reserva de asiento; 42 el transporte de mascotas y 36 la venta de billetes para menores no acompañados. Otros *ancillary services* cuya



compra registra incrementos tienen que ver con la contratación de equipamiento deportivo y la reserva de comida a bordo.

#### Cuatro extras por billete

En cuanto al volumen general, España es uno de los países europeos donde más servicios auxiliares de aerolíneas se contratan, tan sólo por detrás de los países escandinavos, Alemania y Francia.

Por término medio, las aerolíneas ofrecen cuatro servicios adicionales por billete adquirido, aunque en algunos casos como los de TAP Air Portugal o Air Caraibes, la oferta de *ancillary services* supera los ocho añadidos al billete de base que sólo incluye el asiento.



## TECNOLOGÍA

### LLEGA EL TÚNEL DE SEGURIDAD BIOMÉTRICO

El Aeropuerto Internacional de Dubái presentó una innovadora propuesta para agilizar los controles de seguridad utilizando tecnología biométrica. A partir de 2018, los pasajeros atravesarán el Smart Tunnel, un túnel especialmente diseñado para simular un acuario (u otros escenarios), con 80 cámaras ocultas que captarán los rasgos físicos de los usuarios.



Los viajeros deberán registrarse previamente mediante un escáner facial 3D en quioscos habilitados en la terminal. Después sólo tendrán que caminar unos segundos por el túnel y distraerse mirando los peces, permitiendo así que las cámaras capten su identidad desde distintos ángulos y los comparen con la imagen pre-registrada. En caso de que las imágenes no coincidan, el pasajero deberá someterse a controles de seguridad complementarios.

### NACE UN MOSTRADOR *POP UP* DE FACTURACIÓN

Amadeus y la empresa tecnológica australiana Off Airport Check-in Solutions (OACIS) presentaron un nuevo servicio de mostradores *pop up* de facturación que permite entregar el equipaje en cualquier lugar, independientemente de la aerolínea con la que se viaja. Confirmaron asimismo que la compañía Virgin Australia será la primera del mundo en utilizarlos.

Los nuevos mostradores utilizan tecnología basada en la nube de Amadeus para ofrecer un servicio de facturación rápido y móvil que se pueden instalar fuera de los aeropuertos, en lugares del tipo de estaciones de tren o lugares de eventos. Así se agilizan los procesos y se reducen las colas. OACIS se encarga de la facturación de las maletas y las transporta directamente y de forma segura al sistema de gestión de equipaje del aeropuerto.



# DONOSTIA SAN SEBASTIÁN



## BIENVENIDO AL MEJOR DESTINO PARA TU EVENTO

[www.sansebastiancongress.com](http://www.sansebastiancongress.com)





## 2018 SERÁ UN BUEN AÑO PARA EL MICE

Por **Eva López Alvarez**

Las perspectivas de crecimiento del sector MICE en 2018 son buenas según el estudio anual de tendencias preparado por American Express Meetings & Events. Factores como la mayor competitividad y consolidación de proveedores para mejorar su cuota de mercado, así como un incremento constante de la inversión por parte de los compradores apuntan a un futuro próspero para la industria.

El informe 2018 Global Meetings and Events Forecast destaca tendencias crecientes como la localización de los eventos, adaptando programas globales a las necesidades de las empresas locales. La seguridad y el cumplimiento de las normativas seguirán siendo áreas prioritarias, con nuevos retos específicos con relación a los eventos corporativos en China.

American Express predice un aumento en la inversión, el número de eventos y de asistentes a nivel global, aunque con variaciones regionales y locales y siendo mayor en Reino Unido que en otros países europeos, y menor en Latinoamérica en general. Por otro lado, la tendencia a priorizar la experiencia de los participantes frente a la magnitud de las citas apunta a reuniones cada vez más cortas y con un enfoque más concreto.

### El sector lo confirma

Por parte de los proveedores se confirma que la inversión registrará incrementos de la mano de los buenos resultados de las compañías que operan en sectores como el automovilístico o el financiero/bancario. Los contratantes buscan experiencias únicas que sorprendan a los participantes que pasan cada vez más por la combinación de destinos.

En caso de programar viajes a lugares ya conocidos, se busca originalidad e impacto redescubriendo los destinos con enfoques originales y, sobre todo, generando vivencias que el viajero no pueda experimentar fácilmente por su cuenta.

De hecho, y tal y como afirma David Sánchez, director de Incentivos en Pangea The Travel Store “percibimos que el destino acapara el 70% del interés. El 30% corresponde

a lo que se pueda hacer en él, ya que cada vez cobran más importancia las vivencias que el viaje genera, tanto antes de que se produzca creando expectación como *in situ* y a través de las sensaciones que consolida el post-viaje”.

Carles Casas, director de Ventas y Marketing en Hard Rock Cafe Barcelona, confirma “el gran interés por encontrar espacios especiales, diferentes de lo habitual para el desarrollo de eventos corporativos”. Otra tendencia en auge es la combinación de ocio y formación en los programas.

### Aumento de la oferta

En opinión de Claudia Coronado, Directora Corporativa de Ventas Grupos Latinoamerica de Meliá Hotels International, desde el sector hotelero también se ve con optimismo el 2018 y se estima que habrá diversificación en cuanto a destinos: “habrá más oferta MICE en toda Latinoamérica y esto afectará a muchos destinos ya que son numerosas las empresas que se están quedando en su área y no salen al Caribe o México como acostumbraban a hacer”.

En su opinión “debemos tener en cuenta que Latinoamérica cada año está mejor y más capacitada para recibir a grupos profesionales”. En cuanto al tamaño de los grupos, desde Meliá se espera la consolidación de una tendencia marcada en este 2017, sobre todo en las convenciones y eventos de las empresas con sede en Latinoamérica: “los grupos están siendo más pequeños, con menos días de estancia y combinando negocio y placer *-bleisure-*”.

Los testimonios de los proveedores apuntan a que 2018 será un año de innovación, de pensar “*out of the box*” ya que existe mucha oferta, mucha competencia y no sólo hotelera sino de destinos.

### Impacto de la tecnología

Según American Express la tecnología continuará transformando el entorno MICE, facilitando la gestión de eventos de principio a fin y mejorando la experiencia de los asistentes. La red destaca las oportunidades que presentan la realidad virtual y la inteligencia artificial, así como el continuo desarrollo de soluciones híbridas y aplicaciones móviles.



## BARRANQUILLA: PUERTAS ABIERTAS PARA EL TURISMO MICE

Barranquilla es un destino corporativo de alto nivel donde la cultura, los negocios y el entretenimiento se unen para crear experiencias inolvidables

Si hablamos de Colombia y su Puerta de Oro la respuesta es Barranquilla, capital del departamento del Atlántico. Ubicada al norte del país cuenta con un puerto marítimo y fluvial que permite intercambios comerciales con 123 países y proyección hacia 1.500 millones de potenciales clientes: conectividad y localización geográfica privilegiadas que dan acceso a mercados internacionales de Centroamérica, Norteamérica y Europa.

### ¿Por qué Barranquilla?

Por el gran potencial en infraestructuras y servicios, el bajo desempleo y la satisfacción que declaran nuestros habitantes. El crecimiento económico de la región está siendo el más alto de Colombia. Según la revista América Economía en su *ranking* 2016, Barranquilla es una de las mejores ciudades para hacer negocios, somos fuertes y nuestro argumento diferenciador es la gente.

Contamos con 12.000 camas, 6.000 habitaciones y 130 hoteles con infraestructura de talla internacional, incluyendo la presencia de cadenas internacionales como Hilton Garden Inn, Radisson, Sheraton, Holiday Inn, NH Collection o Wyndham.

### ¿Por qué visitar Barranquilla?

Por la fiesta folclórica más importante de Colombia: el Carnaval de Barranquilla, declarado Obra Maestra del Patrimonio Oral e Intangible de la Humanidad por la UNESCO.

Por el centro de eventos más grande de la Costa Caribe colombiana: Puerta de Oro tiene una capacidad máxima de 7.000 personas en auditorio, con 7.830 metros cuadrados libres de columnas y catorce metros de altura.

Por los ocho centros de convenciones y 160 salones para el desarrollo de eventos.

Porque en 2018 Barranquilla será la anfitriona de la 23 edición de los Juegos Centroamericanos y del Caribe, habiendo transformado su infraestructura deportiva para recibir 6.500 atletas en representación de 32 países.

Porque Barranquilla será sede del evento Foromic 2018 que reunirá en la ciudad a más de 1.500 participantes de más de 40 países.

Porque nuestro Aeropuerto Internacional Ernesto Cortissoz nos conecta con vuelos internacionales diarios con el Aeropuerto de Tocumen, en la Ciudad de Panamá y a una hora de distancia, y con Aeropuerto Internacional de Miami, a dos horas de distancia.



Más Información sobre la Puerta de Oro:  
[camilo.umana@probarranquilla.org](mailto:camilo.umana@probarranquilla.org)



## ZAGREB PROMOCIONA SUS FIESTAS

La capital de Croacia presume de sus fiestas como atractivos turísticos que permiten a los participantes en una convención, viaje de incentivo o evento de empresa sumergirse en la cultura local e interactuar con la población.

Entre las citas que pueden interesar a los organizadores se encuentran numerosos festivales que tienen lugar en la primavera y verano europeos, que incluyen multitud de animaciones callejeras y muestras de artesanía nacional. En el mes de marzo, el Festival de las Luces rinde homenaje a la cultura nacional e internacional con atractivas instalaciones y proyecciones audiovisuales.

### Adviento

Entre ellos destaca el festival del Adviento que sorprenderá a los participantes en los días previos a la Navidad: la mayor parte de plazas y parques de Zagreb albergan exposiciones, mercados, animaciones y conciertos relacionados con la tradiciones navideñas.



La ciudad promociona como otro de sus atractivos la posibilidad de ahorrar en la inversión en *transfers* dada la cercanía de los lugares de interés y *venues* para eventos. En un contexto en el que se impone la necesidad de disfrutar de momentos de calma, la ciudad ofrece sus numerosos espacios verdes como remansos de paz tras las sesiones de trabajo.

### Hoteles para MICE

El destino cuenta con una infraestructura hotelera adaptada a los grupos MICE. Es el caso del hotel DoubleTree by Hilton Zagreb, merecedor de prestigiosos premios nacionales e internacionales. El establecimiento, de 152 habitaciones y seis salas de reuniones con capacidad máxima para 300 delegados en la mayor, apuesta por la sostenibilidad siendo el primer hotel en Zagreb que permite a sus clientes recargar sus coches eléctricos de forma gratuita. El hotel está en el corazón del distrito financiero, a dos kilómetros del casco antiguo de la capital croata y a 20 minutos por carretera del aeropuerto internacional.

## XCARET CREA UN SUBDESTINO MÉXICO

El Grupo Experiencias Xcaret inaugura el 1 de diciembre Xcaret México, un hotel de 900 habitaciones y diez restaurantes articulados en cinco edificios situado a 65 kilómetros del aeropuerto Cancún-Riviera Maya. Se trata de universos independientes inspirados en la cultura mexicana, aunque compartiendo numerosas prestaciones. Algunas de las "casas", como se han venido a denominar los edificios, se destinarán a un público exclusivamente adulto en un intento de atraer a los organizadores de convenciones e incentivos. Para ellos el recinto cuenta con un centro de convenciones con siete salas y capacidad para 1.000 delegados en teatro.



ques Xcaret, Xplor, Xel-Há, Xplor Fuego, Xenses y Xoximilco, así como la participación sin coste en los *tours* Xenotes y Xichen y al plan de alimentación de Experiencias Xcaret.

Una pulsera magnética funcionará como llave para las habitaciones, servirá para el acceso a los parques, la compra de recuerdos y hasta la toma de fotos en los diferentes puntos asignados para ello. Además de situarse en la vanguardia en cuanto a tecnología, será el primer hotel del continente americano en abrir con la certificación Earth Check en Planeación y Diseño.

Con la apertura de este hotel, Grupo Experiencias Xcaret dará inicio a la primera fase de Destino Xcaret, un innovador desarrollo turístico que abarca en total 370 hectáreas y finalizará en 2029. El proyecto final terminará con un centro comercial, nuevos hoteles hasta sumar 6.000 habitaciones (incluyendo las del Occidental de Barceló ya existente en la zona), un estadio multifuncional para 12.000 espectadores y un centro de convenciones de 40.000 metros cuadrados.

### Todo incluido

En régimen de todo incluido, los grupos podrán beneficiarse de transporte gratuito desde el aeropuerto de Cancún, con la posibilidad de realizar el *check-in* durante el trayecto para un acceso directo a la habitación una vez en el complejo. Este servicio forma parte del abanico de prestaciones que engloba el programa All-Fun Inclusive asociado a cada reserva y que incluye la entrada a los par-



## SE INAUGURA EL ÁGORA BOGOTÁ

A principios de octubre abrió sus puertas el flamante nuevo centro de convenciones de Bogotá: bautizado como Ágora Bogotá, aspira a consolidarse en la primera línea de espacios destinados a eventos internacionales en Latinoamérica e impulsar el turismo de negocios y congresos en Colombia.

El nuevo edificio de más de 64.000 metros cuadrados tiene capacidad para albergar congresos y convenciones con un máximo de 4.000 asistentes. Cuenta con un salón principal de 3.100 metros cuadrados y diez salas que se pueden dividir hasta crear 18 espacios para reuniones de entre 100 y 2.000 personas. Entre otras prestaciones Ágora cuenta con 1.055 plazas de aparcamiento, 19 ascensores, doce escaleras eléctricas, cuatro cocinas, tres zonas de registro independientes entre sí, cuatro zonas VIP, tres terrazas y cuatro zonas de *lobby*.



Además, Ágora Bogotá ofrece servicios integrales a los organizadores de eventos y expositores para facilitar los procesos de planificación e implementación.

Los promotores del nuevo centro esperan recibir más de 200 eventos al año, convirtiéndose en un nuevo motor que dinamice la economía de la capital colombiana. Entre las citas ya confirmadas destacan la Conferencia Latinoamericana de Turismo y el Encuentro Mundial de Big Data e Información.

### Colombia como destino MICE

El turismo MICE representa el 27% de los ingresos totales que la industria turística genera en Colombia, un país que vive una diversificación en cuanto a los destinos nacionales que atraen a los organizadores, hasta ahora concentrados en Cartagena de Indias y cada vez más interesados en ciudades como Bogotá o Medellín.

Argentina  
Colombia  
EN COLORES  
DMCS

MEETINGS  
INCENTIVE  
CONVENTIONS  
EVENTS

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



# EL FUTURO DE LOS EVENTOS

Por **Cristina Cunchillos**

Los eventos son la cita marcada con el color más llamativo en el calendario de cualquier empresa, ya sea una gran multinacional o una compañía más modesta. De cara a los representantes o a los clientes, son la mejor ocasión no sólo para formar y transmitir mensajes, sino para reforzar el espíritu corporativo, compartir resultados y plantear estrategias de futuro. Por eso el porvenir de los eventos profesionales, está garantizado, pero no libre de cambios.

Los efectos de la crisis económica global también se dejaron sentir en la organización de convenciones. Si en el pasado se buscaba impresionar sin escatimar en gastos, hoy hay un control mucho mayor de la inversión realizada. Con presupuestos más ajustados para estos eventos, es imperativo ser más eficaz y creativo, optimizando los recursos disponibles.

## Convenciones más experienciales

Las empresas utilizan las convenciones para transmitir mensajes y valores. Es un objetivo que no se debe perder de vista en ninguno de los procesos que componen la planificación y realización del evento.

Esa comunicación tiene que ser efectiva y provocar el compromiso de los asistentes, haciéndoles partícipes en

todo momento. Al fin y al cabo, se trata de reforzar su integración en la compañía.

Por eso cada vez se incorporan más componentes experienciales que convierten la convención en un momento memorable. El uso de nuevas tecnologías ya no es una opción, tanto a la hora de comunicarse con los asistentes como de proporcionarles esa experiencia que les marcará. Y es que las convenciones evolucionan y se ajustan a las preferencias y necesidades de las nuevas generaciones.

Las empresas destacan el rol de los proveedores, a quienes ven como parte fundamental de su equipo

## El proveedor, un aliado

Las empresas coinciden en destacar el rol de unos proveedores a quienes no ven como simples facilitadores del evento sino como parte del equipo. Por eso es esencial que éstos comprendan a la perfección los objetivos de la compañía, sus valores y política corporativos, así como las peculiaridades del sector en el que opera.

A la hora de elegir destino, entran en juego muchos factores entre los que destaca la comodidad de los asistentes, por eso la conectividad es fundamental. La seguridad también es una preocupación creciente. No es de extrañar: las compañías quieren cuidar de sus empleados. No en vano las personas son lo más valioso que tienen.

## LA VOZ DEL CONTRATANTE

1. ¿Cuáles son sus mayores preocupaciones con respecto a sus eventos?
2. ¿Siente que los proveedores entienden estas inquietudes?
3. ¿Con qué destinos piensa o le gustaría trabajar y por qué?

**Julien Feuger** Gerente de Eventos Globales y Marca de Almirall

### “Se dedica demasiado a la logística en relación a la comunicación”

1. Nuestro objetivo es fidelizar al cliente y los eventos son importantes para ello y para comunicar la marca. En nuestro sector, un evento no puede ser un *one shot*, ha de tener continuidad a lo largo del año. Por eso creamos una serie de eventos que proporcionan formación continua y aportan valor al médico, que es nuestro cliente. Pero tan importante como las reuniones físicas, por la oportunidad que proporcionan de compartir opiniones, es el contacto digital, ya que ahora los médicos son más jóvenes. Muchas veces en los presupuestos se dedica un 70 ó 75% a la logística y muy poco a la comunicación, cuando tendría que ser a la inversa. Eso es lo que nosotros buscamos, eventos que sean más digitales para poder comunicar mejor y llegar a más gente.

2. En nuestro sector hay que tener siempre en cuenta el *compliance* y es esencial que las agencias conozcan perfectamente el código farmacéutico. En realidad, hay muy pocas agencias especializadas en esta industria por este motivo. En cuanto a los hoteles o *venues*, es importante que nos dejen adaptar el espacio a la marca para que los clientes sientan que están en la casa de Almirall, que la marca transpire en todo, de tal modo que haya cohesión y mejor comunicación. Recientemente, la seguridad también ha cobrado más

importancia sobre todo porque trabajamos cada vez más con Estados Unidos, donde son más estrictos con este tema. Por ejemplo, ahora es obligatoria la presencia de una ambulancia en las inmediaciones del evento.

3. Trabajamos mucho en Barcelona ya que es donde está nuestra sede, se pueden hacer visitas a laboratorios o la planta de producción y la ciudad está muy bien comunicada, tanto con el resto de Europa como con Estados Unidos. Pero igualmente trabajamos con otras capitales europeas en países estables que ofrecen buenas conexiones. Los médicos cada vez tienen menos tiempo y por eso hay que ponérselo fácil. Si no tienen vuelo directo y tienen que hacer transbordo, no vienen.



**Rodrigo Cezar** Gerente de Viajes y Eventos – Roche Brasil/Latinoamérica

### “Necesitamos más agilidad en la comunicación con los proveedores”

1. Nuestros mayores desafíos giran en torno a tres factores: la audiencia, la tecnología y la experiencia del participante. Por ello, necesitamos asumir cada vez más riesgos e innovar, trabajar con agilidad para responder a los constantes cambios y promover la mejor experiencia del invitado utilizando la tecnología de forma inteligente en todas las variantes que ofrece. Al mismo tiempo, no debemos dejar de preocuparnos por el presupuesto, que es cada vez más restringido.

2. Todos los aspectos son fundamentales en la relación entre proveedor y cliente, ambos necesitan estar bien conectados. Las necesidades y expectativas del cliente necesitan ser muy claras para que el proveedor pueda entregarle lo mejor. Es importante citar que, en nuestro mercado, nosotros necesitamos una planificación cada vez mejor, más agilidad en

la comunicación y mejores *briefings* para que los proveedores respondan a nuestras expectativas.

3. Estamos en un mercado que cambia de forma exponencial. Cuando hablamos de eventos del futuro sería un error limitar la elección de destino a sólo algunas opciones. Las expectativas y las necesidades son muy diversas y cambian constantemente, por lo que cualquiera puede ser potencialmente una buena opción.



1. ¿Cuáles son sus mayores preocupaciones con respecto a sus eventos?
2. ¿Siente que los proveedores entienden estas inquietudes?
3. ¿Con qué destinos piensa o le gustaría trabajar y por qué?

**Beatriz López** Gerente de comunicaciones de Nespresso España  
**“La ubicación del evento debe encajar con el objetivo que perseguimos”**

1. Yo no hablaría de preocupaciones. Desde Nespresso entendemos cualquier evento como una herramienta más de comunicación que nos da la oportunidad de seguir creando experiencias únicas y especiales desde la marca. Al fin y al cabo, nuestro principal objetivo siempre ha sido que sean una plataforma más para seguir creando vínculos con nuestros diferentes públicos, que sean una extensión más de la marca que permitan experimentar la esencia Nespresso. A pesar de que cada evento es un mundo en sí mismo, es indispensable cumplir esta premisa y ése es uno de nuestros principales objetivos.

2. Por supuesto. Estamos totalmente alineados con nuestros proveedores para proporcionar a nuestros consumidores la experiencia única del café perfecto. El

aspecto más importante en nuestra relación con los proveedores es posiblemente el compromiso común con la calidad y la innovación. En Nespresso nos gusta trabajar con esmero y dedicación y cualquier pequeño detalle se mima, se estudia y se intenta mejorar con el objetivo de perseguir la excelencia constante. Queremos que nuestros proveedores compartan esta filosofía de trabajo y el interés por la innovación, que desde siempre ha formado parte de nuestra esencia a todos los niveles, ya sea mejorando los procesos, presentando nuevas máquinas o ampliando nuestra gama de café, por poner algunos ejemplos.

3. En relación a la localización de un evento, en Nespresso siempre tenemos en cuenta dos requisitos básicos. Por un lado, una ubicación que encaje con el objetivo que perseguimos. Por otro que esa ubicación cuadre a la perfección con la experiencia Nespresso a desarrollar: tiene que estar alineado con lo que somos, nuestras características y nuestra esencia como marca. Como decíamos, los eventos son una herramienta más de comunicación, por lo que el espacio de nuestros encuentros siempre tiene que contribuir a la construcción del mensaje global.



**Anabell Iglesias** Gerente Senior de Comunicación Corporativa de Kimberly-Clark Operaciones Latinoamérica

**“Nuestros eventos son cascadas que sirven para diseminar información”**

1. La mayor preocupación es que la agencia de producción comprenda que el evento es para nosotros un elemento estratégico de comunicación y cultura. Nuestros eventos son un momento importante en el que compartimos el plan de negocios y nos aseguramos de que la organización esté alineada con el mismo. Los llamamos “cascadas”, ya que la información es diseminada por nuestro presidente regional a sus 100 máximos responsables, y a partir de ellos, a los equipos de cada país para que éstos puedan reaccionar sobre ella. Por eso es importante que la agencia sea un socio estratégico y participe en la mesa de discusión sobre el diseño de la agenda, la preparación de contenidos o la selección de actividades.

2. Sí, las entienden y reconocen que no están montando un evento, sino una “cascada”. Las agencias de producción son nuestras socias y son fundamentales para que logremos el objetivo de alineamiento. Temas como el manejo presupuestario, políticas de seguridad y preparación de logística son importantes, pero nos regimos sobre estándares corporativos. El énfasis está cada vez más en que la cascada sea verdaderamente una experiencia memorable, productiva y un reflejo del mundo en el que vivimos. Por ejemplo, usamos sillones cómodos y mesas cercanas para colocar apun-

tes y tecnología para capturar preguntas y hacer encuestas en tiempo real. Los líderes están obviando contenidos largos que incluyan muchas diapositivas en favor de presentaciones que atrapan visualmente, cuentan historias, pasan de un solo expositor a paneles... También ponemos énfasis en el bienestar, con opciones de menú saludables y momentos para el descanso y el ejercicio.

3. A nivel regional favorezco lugares emblemáticos que refuercen la belleza de Latinoamérica y cuyo acceso sea conveniente. Con personas de varios países lo ideal es que sólo haya una escala. Kimberly-Clark Latinoamérica está dividida en cuatro subregiones y para cada una sé dónde me gustaría organizar una “cascada”: Antigua Guatemala en Centroamérica; Cuzco (Perú) en Andino; Bariloche (Argentina) en Austral (Cono Sur) y Río de Janeiro en Brasil.



**M<sup>a</sup> Isabel Gil Richkarday** Especialista Compras Senior en AXA México

**“Ahora en lugar de tratar como reyes creamos experiencias únicas”**

1. Hace 20 años el objetivo era tratar “como reyes” a los asistentes, pero el negocio de los eventos ha evolucionado y hay nuevas tendencias como la de crear experiencias únicas que generen mayor sentido de pertenencia a la empresa. La evolución de la tecnología nos lleva a buscar apps y webs móviles a través de las que los asistentes vean en tiempo real la agenda del día, los cambios, información general del destino, etc. Ante la difícil situación de la economía global, las empresas buscan mayor control y eficiencia en los gastos, lo que complica la búsqueda de esas experiencias únicas. Asimismo, diría que la preocupación por la seguridad en los destinos es la principal inquietud de hoy en día, sobre todo teniendo en cuenta los actos terroristas registrados en los últimos años en Europa.

2. Los presupuestos para los eventos siguen siendo limitados por lo que desde el área de *procurement* buscamos que los proveedores entreguen propuestas económicas flexibles que nos permitan cumplir con los objetivos de generar una

vinculación emocional memorable, una experiencia única entre los participantes y la empresa, el mismo proveedor por la calidad del servicio que brinda y la experiencia que tiene y, por qué no, el destino.

3. Considerando los objetivos de crear experiencias únicas para fomentar el sentimiento de pertenencia a la empresa, buscamos ciudades que dispongan de la infraestructura hotelera necesaria, buenos precios y calidad de servicios. Pienso en destinos como Cartagena de Indias (Colombia), Lisboa, Marruecos, Quintana Roo en la Riviera Maya, Querétaro y Oaxaca en México.



## LA VOZ DEL CONTRATANTE

1. ¿Cuáles son sus mayores preocupaciones con respecto a sus eventos?
2. ¿Siente que los proveedores entienden estas inquietudes?
3. ¿Con qué destinos piensa o le gustaría trabajar y por qué?

**Ludo Verheggen** Director de Marketing de Amadeus

### “Cuando un proveedor nos gusta le ofrecemos nuestra lealtad”

1. Cada vez que abordamos un nuevo evento lo hacemos con renovada ilusión, pues consideramos que se trata de un reto más que ha de servirnos para proyectar nuestra marca, trasladar novedades de nuestro catálogo de productos y servicios e interactuar con nuestros clientes, que son para quienes, por lo general, diseñamos todos nuestros actos. Somos una empresa tecnológica y pensamos -es más, estamos convencidos- que la tecnología, en el futuro, puede ocupar una gran parcela en la organización y celebración de los eventos. Pero también queremos seguir estando muy cerca de las personas, de los clientes. Y lógicamente hemos de hacer esto con racionalidad en los costes de organización.

2. Nuestros proveedores son siempre nuestros aliados. En ellos confiamos y a ellos nos entregamos. Nos gusta traba-

jar estrechamente, escuchar sus opiniones y sugerencias y dejarnos asesorar. Pero asimismo queremos de ellos no sólo garantías de seguridad, sino también que sepan entender nuestras necesidades, los valores de nuestra marca, que aporten su creatividad, que mejoren nuestras ideas y que, por supuesto, sepan ser flexibles a la hora de celebrar un acontecimiento organizativo. A cambio, ofrecemos lealtad: cuando un proveedor nos gusta, solemos confiar nuevamente en él.

3. Amadeus es una organización multinacional, presente en 195 países, y con asiduidad nuestro grupo celebra encuentros internacionales en diferentes puntos del planeta que dan cuenta de la dimensión real de la firma. Ahora bien, esa presencia se hace efectiva a través de 73 organizaciones comerciales que son las que canalizan las relaciones con sus clientes a nivel local, y eso condiciona la elección de los destinos a la hora de programar nuestros eventos. En nuestro caso, intentamos recorrer todos los puntos de la geografía española para mostrar ese compromiso de proximidad con nuestros clientes. Aunque, inevitablemente y por razones de localización, Madrid suele concentrar gran parte de nuestras iniciativas al igual que Barcelona.



*Siente la Felicidad*

## Sorprender despertando emociones...

Ven a Bahía Principe y haz que tus eventos o reuniones de negocios se conviertan en experiencias inolvidables.

Te ofrecemos:

- ▶ Ubicaciones excepcionales en el Caribe y España.
- ▶ Salas de reuniones y centros de convenciones.
- ▶ Servicio personalizado.
- ▶ Traslados.
- ▶ Excursiones.
- ▶ Bienvenida y Check-in privado.
- ▶ Team building y actividades.
- ▶ Eventos hechos a medida.
- ▶ Impresionantes campos de golf propios.



[www.bahiaprincipe.com](http://www.bahiaprincipe.com)

República Dominicana · México · Jamaica · España

DESTINO: ESCOCIA



# Gris brillante

Escocia amplía su encanto con una batería de novedades que demuestran el dinamismo de un destino que combate el mal clima con diversión, diseño, modernidad y uno de los mejores, si no el mejor, whisky del mundo. Y cuando el sol brilla, la majestuosidad de una naturaleza privilegiada revela encantos que marcan cualquier recuerdo.

Por **Vincent Richeux**

Nadie discute que el clima no es precisamente el mayor atractivo de Escocia. Pero tampoco nadie cuestiona que ese amplio abanico de grises, esa bruma que impregna tantas mañanas, esa humedad que genera verdes a veces desconocidos... no sólo hacen que la atmósfera de este destino sea única sino que el sol, cuando sale, brille más que en cualquier otro lugar.

El centro del país concentra la infraestructura hotelera, los espacios para convenciones y eventos y un extenso repertorio de paisajes y pueblos que sirven de romántico marco a cualquier programa de incentivo. Una hora por carretera separa el corazón y el alma escoceses: Edimburgo palpita bajo la atenta mirada de su castillo, mientras que Glasgow es testimonio vivo de un pasado relativamente reciente que



reforzó el aguerrido carácter que los escoceses heredaron de los celtas. El duro clima del norte parece lejano en estas dos ciudades que comparten dinamismo y efervescencia.

### Edimburgo

La capital escocesa no está conectada en vuelo directo con ninguna capital latinoamericana, si bien existe un chárter que opera una vez por semana el vuelo Cancún-Edimburgo. Para los grupos procedentes del otro lado del Atlántico son numerosas las frecuencias desde y hacia Londres, a una hora de vuelo. Las compañías de bajo coste multiplicaron las conexiones con destinos españoles. Una vez en la capital escocesa, tranquilidad y agitación cultural conviven en un destino conocido por el aire un tanto fantasmagórico que desprenden sus calles y edificios.

Pocos lugares hacen que una actividad tan manida como una búsqueda del tesoro parezca una propuesta excelente: la gran cantidad de pasajes escondidos, elementos que encierran cuentos y leyendas y referencias culturales que se relacionan entre sí hacen que investigar cualquier enigma se convierta en un apasionante reto.

Y es que no hay mejor opción para descubrir Edimburgo que perderse entre los edificios históricos y las calles estrechas, admirando una arquitectura a la vez robusta y delicada que da lugar a ese carácter tan particular. La visita del casco antiguo es el eje del **Foto Tours Edimburgh** para incentivos que propone el estudio Tête-à-Tête Foto: son excursiones guiadas durante las que captar fragmentos de la identidad de la capital de Escocia a través de un curso de fotografía.

El **Castillo de Edimburgo** no sólo es el emblema de la ciudad, también el *venue* más relevante del destino, especialmente utilizado para cenas de gala. La visita de las diferentes salas, entre las que se encuentran las que albergan las joyas de la corona o la piedra de la coronación, suelen culminar en el salón de la Reina Ana, que puede recibir hasta 120 comensales.

En un marco más íntimo, 100 personas pueden disfrutar de las vistas sobre la ciudad desde la Habitación de los Jacobitas. En función del clima, siendo de mayo a octubre cuando más probabilidad existe de recurrir a los espacios exteriores, se pueden utilizar los patios para eventos de hasta 1.000 invitados.

Para un banquete de clausura, el castillo compite en magnificencia con la **Signet Library**. Cuentan que cuando el rey Jorge IV la visitó afirmó encontrarse en uno de los espacios interiores más bonitos de Europa. Cualquiera de los 220 comensales que puedan disfrutar de una experiencia gastronómica en el interior, con gran potencial para juegos de iluminación, podrá constatar lo acertado de esa afirmación.

### Capital del whisky

El gris de Edimburgo es el del basalto de las colinas sobre las que se ubica la ciudad y el de la piedra con la que se construyeron en siglos pasados edificios que hoy son iconos. Es el caso del hotel **The Balmoral**, miembro de la red The Rocco Forte Collection. El selecto clasicismo de las 188 habitaciones y siete salas para eventos, la mayor con capacidad para 350 delegados en estilo teatro, ejerce de delicado broche a la exclusiva calle Princes, corazón comercial de la ciudad.

El abolengo del establecimiento alcanza su máxima expresión en la carta de whisky del restaurante Number One, donde organizar degustaciones durante las que se pueden a diferenciar los matices del oro local.

Sólo unos metros más arriba, en la siempre concurrida Milla Real que une el castillo de Edimburgo con el palacio de Holyrood, los grupos pueden realizar un recorrido virtual por las diferentes regiones productoras en **The Scotch Whisky Experience**.

Durante la visita, en español, un tonel traslada a los asistentes en un viaje sensorial de una hora de duración que culmina en una degustación junto a la mayor colección de whisky del país, con 4.000 botellas.

### Diversidad hotelera

En pleno corazón del casco antiguo se ubica un hotel *boutique* de lujo con 136 habitaciones: en contraste con los grises de la calle, los colores explotan de manera elegante en el **C&V Royal Mile Hotel Edinburgh**, recomendable para incentivos con tintes de exclusividad en programas que pueden integrar sesiones de trabajo gracias a las tres salas que ofrece el establecimiento.

### El hotel The Principal nació el año pasado de la renovación del emblemático The George

Otro de los emblemas del destino, lo que era The George Hotel en la parte baja de la ciudad, fue rebautizado el año pasado como **The Principal Edinburgh**. En esta institución hotelera se respira un nuevo aire moderno: cuenta con 240 habitaciones y nueve espacios para eventos con capacidad para 300 delegados en el mayor.

### Clásicos que se renuevan

El destino ofrece más novedades escondidas tras las paredes de edificios representativos. Es el caso de hotel **Hilton Edinburgh Carlton**, en el casco antiguo, que amplió en 2016 su capacidad hasta 211 habitaciones. Todos los espacios para eventos fueron igualmente remodelados.



Actualmente se está llevando a cabo la reforma del histórico **Royal College of Physicians**, situado en el centro de la ciudad y con una amplia gama de espacios. Forma parte de la renovación la construcción de un auditorio con capacidad para 300 personas, del mismo modo que se amplía la superficie para eventos con la inclusión de un atrio de cristal que une el edificio antiguo con otro moderno. Promete ser una de las novedades más demandadas.

El edificio de las **Assembly Rooms** fue restaurado en 2012: hoy ofrece para actos profesionales dos salas para banquetes de hasta 600 y 400 comensales respectivamente en un refinado entorno neoclásico.

El organizador sólo tiene que decidir con qué estilo arquitectónico desea ambientar su evento: el **National Museum of Scotland** también reabrió sus puertas en 2012 tras una larga rehabilitación. Uno de los espacios más solicitados de Edimburgo es la Gran Galería. El motivo es su impresionante arquitectura de estilo victoriano que decora cócteles de hasta 1.500 invitados.

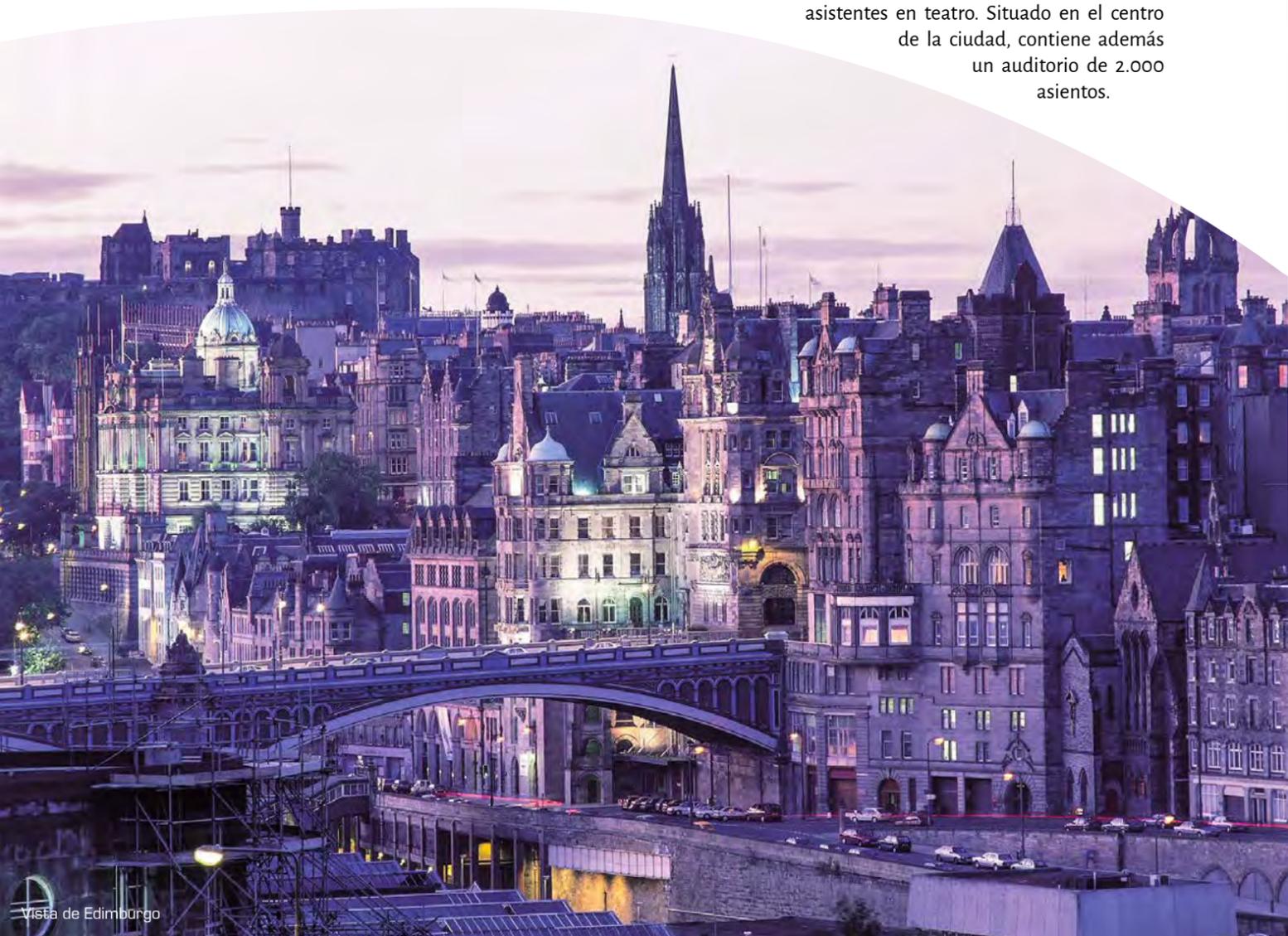
El **Royal College of Surgeons** propone desde 2015 el espacio Prince Philip en lo que fue un edificio de la Edinburgh University Language School: con capacidad para 160 personas en teatro, completa los cuatro espacios que la institución ofrece cerca del **Ten Hill Place**, propiedad de la sociedad gestora y con 78 habitaciones.

No sólo lo de siempre se actualiza: la ciudad cuenta con varios proyectos en curso que redefinirán el centro. Es el caso de la construcción del complejo Edinburgh Saint James, prevista hasta 2020. Es uno de los más grandes e importantes proyectos de regeneración llevados a cabo en el Reino Unido. Será un gran centro comercial que incluirá un hotel W de 210 habitaciones y 30 restaurantes, el primero de la marca en el país. El recinto sustituirá al actual espacio comercial construido en los años setenta del siglo pasado.

### Grandes espacios

Para los eventos más grandes, el **Edimburg International Conference Centre (EICC)** fue ampliado en 2013 con la Lennox Suite. Permitted duplicar la capacidad del recinto ofreciendo un nuevo espacio capaz de albergar hasta 2.000 asistentes en teatro. Situado en el centro de la ciudad, contiene además un auditorio de 2.000 asientos.

En 2020 verá la luz el nuevo espacio comercial Edinburgh St. James que incluirá el primer W del país



©VisitScotland Kenny Lam

Uno de los principales atractivos de Edimburgo radica en que todo lo necesario para organizar programas que incluyan sesiones de trabajo, actividades lúdicas y eventos culinarios se puede encontrar dentro de un pequeño perímetro coronado por el castillo real. Sin embargo, para organizar *teambuildings* más divertidos que se puedan identificar con el destino hace falta espacio, mucho a poder ser.

Al oeste de Edimburgo se encuentra **Hope-toun House**, un palacio cuyos jardines no sólo albergan distinguidos eventos sino los afamados Highland Games como actividad para estimular, y hacer reír, a los equipos. Inspirados en los retos que aún ocupan a los habitantes de las Tierras Altas de Escocia durante sus fiestas tradicionales, los participantes

### Los habitantes de las Tierras Altas mantienen los retos que se reproducen en los Highland Games

deben lanzar al aire enormes palos de madera, competir en velocidad conduciendo carros cargados de heno, ejercer de músicos en improvisados conciertos de gaita o acercarse al mundo de las aves y el arte de la cetrería.

En el interior del palacio del siglo XVII varias y refinadas salas se ofrecen para cenas de gala de hasta 270 comensales en la mayor de ellas.

Merece la pena consultar el calendario de eventos de Edimburgo ya que los grupos pueden experimentar en primera persona los bonitos homenajes que el país rinde a



The Falkirk Wheel

nocturna puede ser escalofriante...

algunos de sus personajes más célebres. Es el caso de la Cena de Burns, cada 25 de enero. Si el evento no coincide con esa fecha nada impide reproducir en otro momento del año una celebración que los locales viven con especial cariño. El típico *haggis* -al que incluso se le puede dedicar un discurso- y el whisky que cierre la cena no pueden faltar, tampoco recitar extractos de la obra de Robert Burns, emblema de la cultura escocesa.

Qué mejor remate a un buen momento que hacerlo "a la escocesa", con todos los participantes en pie interpretando el verso "y he aquí una mano, mi fiel amigo".

Halloween es otro de esos momentos que se viven con especial intensidad y que da mucho juego para tematizar veladas. Escocia no sólo es una de las cunas de este evento que tiene lugar cada 1 de noviembre por sus orígenes celtas: la gran cantidad de castillos en los que organizar una divertida cena acompañados de fantasmas hace que lo más difícil sea elegir el marco ante la gran diversidad de propuestas. Una búsqueda del tesoro

Escocia es un país lleno de historias por lo que la posibilidad de amenizar los eventos con temáticas que tengan que ver con la cultura local es casi infinita.

### Falkirk

A medio camino entre la capital y Glasgow se encuentra Falkirk: esta pequeña ciudad fue en realidad centro neurálgico del desarrollo industrial escocés gracias a su ubicación entre el canal que une los ríos Forth y Clyde y el canal Union. De hecho, en los siglos XVIII y XIX fue el mayor centro de producción de hierro y acero del país y vio nacer mecanismos de vanguardia que hacen de Falkirk un destino de interés para los amantes de la ingeniería industrial.

Qué mejor que rematar una cena con los participantes recitando "y he aquí una mano, mi fiel amigo"

Los Kelpies, o inmensos caballos de acero que se han convertido en icono del destino, son una escultura de 30 metros de altura que ejerce de puente entre los canales del Forth y el Clyde. No pueden faltar en ninguna foto. Visitar el parque donde se ubican en *segway* es una de las actividades más comunes. Tanto como observar The Falkirk Wheel, un impresionante mecanismo, único en el mundo y



# INSPIRACIÓN PARA EVENTOS ÚNICOS

## ESPACIOS DISEÑADOS PARA LIBERAR SU CREATIVIDAD

Porque sabemos que las reuniones son algo más que mesas y sillas. Nos centramos primero en las personas, comprendemos el propósito de sus reuniones y ayudamos a organizar no solo un evento, sino una experiencia completa. Imagine las posibilidades.

Gracias a las 56 salas de reuniones totalmente panelables y diáfanos, las amplias galerías y el imponente Auditorio con una capacidad de hasta 2.000 personas, el Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center se convierte en una opción perfecta para realizar cualquier tipo de evento.

Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center  
Avenida de Aragón nº 400 Madrid, 28022  
+34914004400

 MADRID MARRIOTT AUDITORIUM

 @HOTELAUDITORIUM

[www.madridmarriottauditorium.com](http://www.madridmarriottauditorium.com) - Email: [info.madad@marriott.com](mailto:info.madad@marriott.com)





Glasgow

que sirve de ascensor para los barcos que circulan por los canales.

### Glasgow

En realidad Falkirk es un aperitivo en el camino que conduce desde Edimburgo hacia el corazón industrial de Escocia: Glasgow mantiene su pasado obrero y victoriano sin renunciar a la modernidad más vanguardista.

La mayor parte de los atractivos turísticos están al norte del río Clyde. Allí está **The Lighthouse**, el mejor lugar para descubrir la evolución de una ciudad cuya población se multiplicó tras la apertura de los primeros astilleros. La entrada incluye el ascenso a la torre que homenajea a Charles R. Mackintosh : desde ella se pueden apreciar las mejores vistas de un destino que sabe mantener su pasado al mismo tiempo que apuesta por la novedad que está detrás de la efervescencia que fácilmente se percibe en una ciudad renacida.

Con la apertura de los astilleros se triplicó la población de Glasgow, una urbe que ha sabido renacer

Edificios como el auditorio Clyde, con 3.000 plazas, del **Scottish Event Campus (SEC)** a orillas del río Clyde, simbolizan la transformación de una urbe que rebosa dinamismo. Junto a él, **The SSE Hydro** diseñado por Norman Foster, alberga el mayor espacio de eventos de Escocia, con capacidad para 12.000 personas sentadas.

Una de las incorporaciones más recientes a la planta hotelera del destino es el hotel **Apex City**, situado en pleno centro, de cuatro estrellas y con 104 habitaciones.

En consonancia con la modernidad que desprenden los hoteles de Glasgow, el **CitizenM** es otro buen ejemplo: también en el centro, cuenta con 198 habitaciones en las que dominan los blancos, rojos y negros. Las líneas curvas y la iluminación de espacios tan llamativos como la escalera rompen con la estética lineal que se impone en la mayoría de los ambientes.

También en el centro, **15Glasgow** se presenta a sí mismo como un *bed & breakfast*. de lujo en un hotel que resulta de

la exitosa recuperación de lo que anteriormente fue la casa de un comerciante local.

### Venues clásicos

También hay *venues* clásicos que inevitablemente remiten al universo de Harry Potter. Es el caso de la **Universidad de Glasgow**, donde se pueden organizar convenciones de hasta 1.000 asistentes en el mayor de los espacios propuestos. En total son trece las salas con diferentes capacidades entre las que se incluye para veladas temáticas el Hunterian Museum, primer museo público del país, para banquetes de hasta 250 invitados.

El **Hotel du Vin**, en el barrio del West End, ocupa cinco casas victorianas y ofrece una terraza ajardinada muy utilizada para eventos durante el día y con buen tiempo. La elegancia y sobriedad de sus 49 habitaciones conviven con las últimas tecnologías en un hotel que presume de exclusividad. Para los fumadores hay un espacio con calefacción donde acompañar el habano con una de las 300 variedades de whisky propuestas en el agradable bar.

El centro de Escocia esconde paisajes de ensueño donde deleitarse sin viajar a las Tierras Altas

Glasgow también cuenta con un equivalente a la Hopetoun House de Edimburgo para actividades al aire libre en bonitos jardines sin alejarse de la ciudad centro: los exteriores de la **House for an Art Lover** se prestan a programas de *teambuilding* que requieran espacio. Aquí queda patente el legado de Charles R. Mackintosh, insigne habitante de Glasgow y defensor de los preceptos del *art nouveau* en una sociedad concentrada en la industria y muy poco receptiva a aquella estética. También se presta para cócteles y banquetes con visita previa de las salas que albergan mobiliario y diseños originales.

### Paisajes de ensueño

Además del carácter fantasmagórico de Edimburgo y la efervescencia que emana de la reconversión de Glasgow, el centro de Escocia esconde paisajes de ensueño en los que deleitarse sin necesidad de desplazarse a las Tierras Altas.

Al norte de Glasgow, en el Parque Nacional del lago Lomond y los Trossachs, se pueden organizar cruceros en las aguas del lago: es el más grande del país y cuenta con 35 islas. En la orilla se encuentra uno de los hoteles más exclusivos del país: **Cameron House**, con 136 habitaciones y marina propia para las excursiones en barco, ofrece un amplio abanico de

## Teambuilding en Escocia



### Highland Games

La versión local de las Olimpiadas puede incluir retos de lo más divertidos como el lanzamiento de troncos de madera o bota de caucho, carrera con carros de heno, aprendizaje de gaita y bailes típicos o exhibición participativa de cetrería.



### Whisky experts

Muchos hoteles cuentan con extensas colecciones de whisky y proponen catas en las que diferenciar las cualidades de cada región productora del país y las peculiaridades que hacen del oro líquido escocés uno de los mejores, si no el mejor, del mundo.



### Arte rural

No todos saben que la cetrería es una de las costumbres más arraigadas en el mundo rural escocés. Los grupos pueden asistir a exhibiciones en las que aprender a diferenciar aves de impresionante envergadura que se posan en su muñeca.



### De aventura

El lago Lomond y sus alrededores se prestan a competiciones de aventura que incluyan carreras en moto de agua, circuitos en *kayak*, rutas en bicicleta... un modo divertido de cohesionar lazos disfrutando del paisaje haciendo ejercicio.

actividades que incluyen desde carreras en moto de agua a salidas en *segway*, rutas a caballo o en bicicleta o torneos de tiro al arco.

Al este del parque nacional y a 80 kilómetros de Edimburgo se encuentra uno de los paraísos en la tierra para los amantes del golf: en St. Andrews los golfistas deben desafiar las inclemencias del tiempo aunque cabe destacar que no es fácil conseguir que un grupo pueda disfrutar de una sesión de golf ya que en el campo más antiguo del mundo no se puede reservar.

Sin embargo, desde el magnífico **Old Course Hotel** se divisan el campo y el mar y ofrece la posibilidad de organizar paquetes con golf en su campo The Duke's. Con 144 habitaciones, es otro de los lugares donde preparar una degusta-

ción de whisky gracias a su colección de 200 variedades.

### País de oro líquido

La visita del país sería incompleta si no se descubre el por qué de la importancia del famoso whisky local

Entre el lago Lomond y St. Andrews se encuentra una de las destilerías más antiguas del mundo: **The Famous Grouse** también cuenta con espacios para eventos de hasta 275 personas.

**Auchentoshan**, cerca de Glasgow, es otro lugar donde aprender que los whiskies son más suaves en esta zona del país. Independientemente de dónde se deguste y conozca el proceso de elaboración, visitar Escocia sin descubrir por qué esta bebida es indisoluble de la vida local hará que el viaje sea incompleto.

Y es que el calor del whisky compensa cualquier inclemencia climática en un destino en el que los grises brillan.

## Elegancia escocesa

El *kilt* es la falda tradicional escocesa, elemento principal del atuendo de gala que los hombres de un grupo de incentivo pueden portar durante un banquete. La falda -bajo la que siempre se esconde el mismo misterio- tiene su origen en las Tierras Altas, donde se utilizaba como una cinta de tela de cinco metros de largo que se enrollaba en torno a las piernas. En su origen era un atuendo popular y la cinta llegaba a cruzarse por encima del hombro ajustándose con un broche que impedía su caída. Hoy el *kilt* es sinónimo de elegancia y refinamiento y ha perdido esta extensión sobre el pecho, siendo común completar el conjunto con una camisa blanca. No obstante, en las ocasiones más especiales una cinta de tartán se sigue colocando sobre el busto.

La falda tableada actual requiere cintas de tela de hasta ocho metros y se puede elegir el tartán o tejido -originalmente de lana- con diseño a base de colores y rayas. Existe un registro oficial que recopila todos los dibujos, incluso los que se siguen creando actualmente.

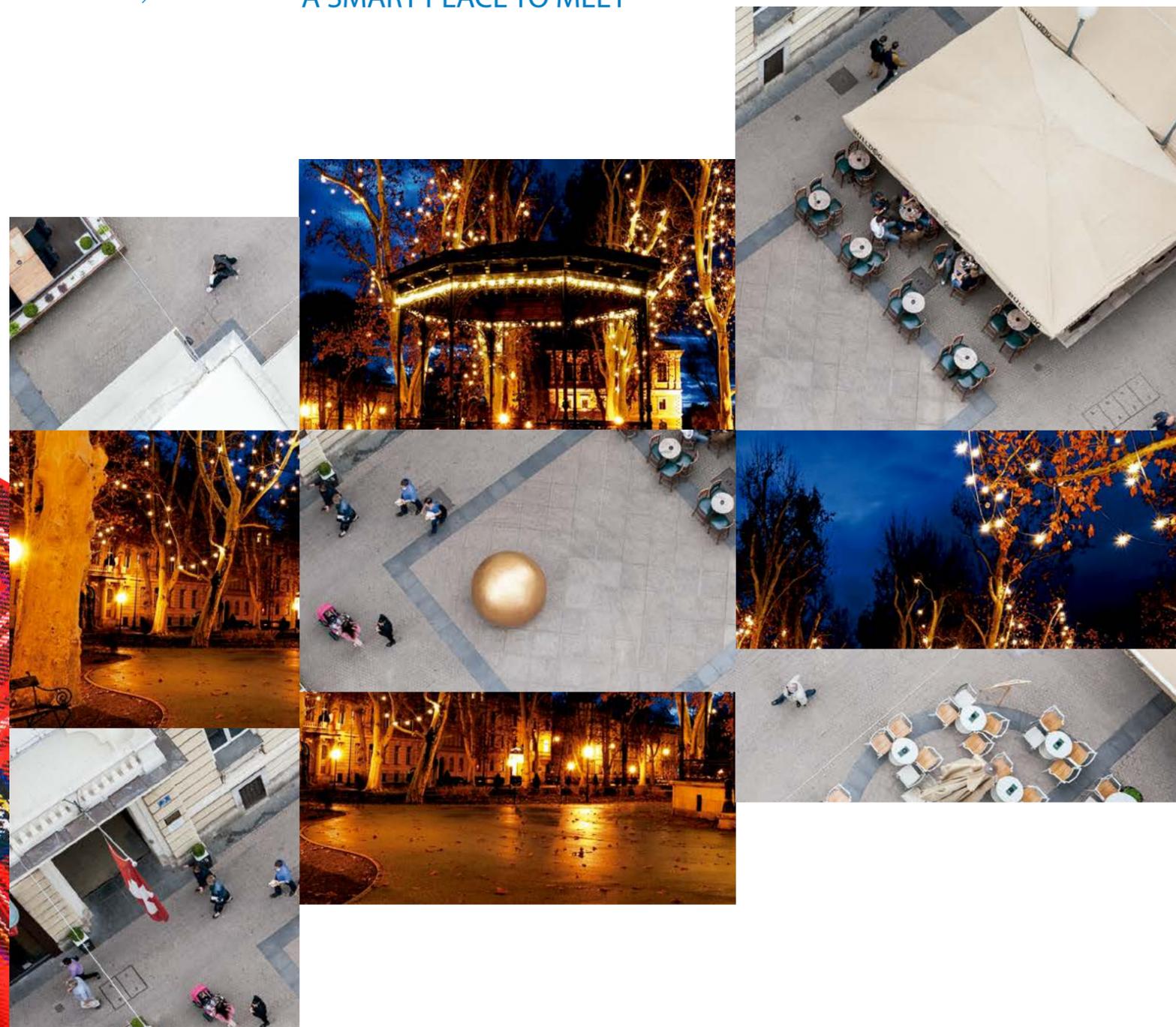
Todo esto y mucho más se puede aprender en el Tartan Weaving Mill de la Milla Real de Edimburgo. Quienes quieran un *kilt* de la mayor calidad tienen cita en Geoffrey, emblemático negocio familiar del casco antiguo de Edimburgo.

# ZG

# ZAGREB

A SMART PLACE TO MEET

CROATIA  
Full of life



Zagreb  
THE CAPITAL OF CROATIA

ZAGREB CONVENTION BUREAU

T +385 1 4898 555  
F +385 1 4814 340  
E info@meetinzagreb.hr  
W meetinzagreb.hr

# LA VIDA MÁS FÁCIL

¿Quién dijo que era complicado recordar contraseñas? Con una *app* sólo hay que recordar aquella que las reúne todas. También sincronizar calendario y previsión meteorológica, ordenar portapapeles, traducir mientras se escribe... además de lo que se acerca en forma de transacciones, consultas como cliente... El universo de las *apps* ha ampliado sus horizontes... ¡aún más!

## Gboard para superar la barrera del idioma

Versiones: Android / IOS

En qué consiste:

- Se basa en una actualización de la aplicación de teclado de Google que permite a los usuarios traducir los mensajes en canales como Whatsapp de forma instantánea
- Las empresas que utilizan este método para comunicarse con sus clientes pueden mantener una conversación fluida en 92 idiomas, sin necesidad de buscar otro sistema de traducción
- Con sólo pulsar el icono de Google y elegir la opción Traducir, la *app* convierte de manera inmediata el texto del mensaje recibido, o del que se está escribiendo, al idioma seleccionado
- El teclado Gboard también ofrece la opción de dictado por voz
- Es posible incluir en los mensajes imágenes en formato GIF o *emojis*



## Portapapeles ordenado con Clipboard Manager

Versiones: Android / IOS

En qué consiste:

- Es una herramienta de monitorización y gestión del portapapeles
- Conserva el historial de todo lo que haya entrado
- Incluye archivo ilimitado de notas y borra automáticamente de la papelera lo que haya sido eliminado
- Permite buscar notas, sincronizar contenidos y compartirlos
- De manera opcional se puede activar una copia de seguridad frecuente en la nube



## Calendario más completo con Event Flow

Versiones: Android

En qué consiste:

- Ofrece vista mensual y vista diaria resumida
- Muestra junto a cada anotación la previsión meteorológica para ese día recurriendo al GPS del teléfono para definir la localización
- Se puede personalizar la apariencia de la *app* de tal modo que algunas anotaciones se destaquen con diferente color
- Es compatible con Google Calendar



## Una sola contraseña con 1Password

Versiones: Android / IOS

En qué consiste:

- Recopila todas las contraseñas registradas por el usuario
- La seguridad está garantizada tras una contraseña elegida para dar permiso a la *app* e insertar aquella que corresponde a cada petición
- De este modo el cliente sólo debe recordar una contraseña
- Propone códigos de acceso que contribuyen a una mayor seguridad
- Sincroniza todos los dispositivos recuperando de este modo contraseñas creadas en cualquiera de ellos
- Permite compartir de manera segura datos de acceso con otros usuarios



## Whatsapp Business para empresas

Versiones: Android / IOS

En qué consiste:

- Se presenta como una herramienta para comunicarse con sus representantes y clientes de forma directa, rápida y segura
- Un símbolo identifica al interlocutor que también dispone de una cuenta de empresa
- Permite bloquear a los contactos/empresas no deseados
- Es gratuita para pequeñas y medianas compañías, aunque con limitaciones en las funciones
- La opción Grandes empresas, con coste aún por determinar, permitirá confirmar compras y envíos, recibir notificaciones, ofrecer un servicio alternativo de atención al cliente y realizar transacciones





DESTINO: JAMAICA

# Música de paraíso

Picante como su plato estrella: el pollo en salsa Jerk. Dulce como los campos de caña de azúcar. Fuerte e intensa como su ron. Infinita como sus paisajes, ya se mire al mar o a la montaña. Jamaica tiene banda sonora: el *reggae*; y sabor propio con el café de las Blue Mountains. Como remate, buen ojo para el turismo de reuniones.

Por Rocio López Alemany

Jamaica significa “tierra de agua y madera” en la lengua indígena. Es una isla de tópicos, entre los que sin duda se incluye todo lo asociado al Caribe: playas idílicas, un mar lleno de azules y fiesta a base de ron, salsa y... obviamente, hablando de Jamaica, tan emblemático como el mar es el *reggae*. Sin embargo, en realidad hay mucho más que eso y merece la pena perderse y descubrir el verdadero *zion*, o tierra prometida de la cultura *rastafari*.

De paraísos, la isla está servida: paisajes de mar, jungla y montaña conviven en un destino protegido de los huracanes gracias a las elevadas colinas costeras en las que se cultivan café y azúcar. Si Kingston, capital y centro cultural del país, cuenta con amplia variedad de *resorts* y una identidad muy marcada por su personaje más internacional, Bob Marley, Montego Bay es la sede del turismo en general y del MICE en particular.

## Mobay

Conocida por los locales como Mobay, Montego Bay es la segunda ciudad más grande del país y concentra una oferta hotelera enfocada a la celebración de eventos profesionales. Situada en la costa noroeste, está a dos horas en coche de Kingston y cuenta con aeropuerto propio, el más grande de Jamaica: el Aeropuerto Internacional Sir Donald Sangster comparte espacio con un puerto comercial que recibe cruceristas durante todo el año.

Edificios altos conviven con bonitos ejemplos de la arquitectura colonial que tras la llegada de Colón se fue extendiendo en la isla que el navegante calificó en 1494 como "la más bella que había visto jamás".

El posterior legado de la época colonial británica se mezcla con pasado y presente, además de con granjas ecológicas, hileras de palmeras que conducen a resorts de lujo, santuarios de pájaros y espacios donde la naturaleza se exhibe en su estado más puro. Por todo ello Montego Bay es el destino turístico por excelencia de Jamaica.

Gracias a las buenas conexiones por tierra, mar y aire, la ciudad está experimentando un gran crecimiento en el número de hoteles destinados a convenciones. La última novedad es el **Jewel Grande Montego Bay Resort & Spa**, situado frente al Centro de Convenciones y bajo régimen de todo incluido.

Ocho restaurantes, spa, centro de fitness, campo de golf, dos piscinas y cala privada en la que programar sesiones de deportes acuáticos completan las 217 habitaciones distribuidas en tres edificios y ocho salas de reuniones, la más grande con capacidad para 450 personas en teatro. Otros cinco espacios se ofrecen para la celebración de eventos, siendo el lugar más llamativo Ocean Gazebo, una terraza panorámica para cócteles de hasta 100 personas.



Montego Bay

## Diversidad de venues

Justo enfrente está el **Centro de Convenciones Montego Bay**, con una sala principal que alberga banquetes de hasta 1.600 comensales y se complementa con nueve salas dotadas de iluminación natural y vistas al Caribe.

Se encuentra en Rose Hall Road, la carretera donde también se ubica la mansión **Rose Hall**: este caserón de estilo inglés situado en la colina de St. James Montego Bay ha sido reconvertido en *venue* para eventos en los que según los locales puede haber un invitado sorpresa, el fantasma de la Bruja Blanca. La mansión, rodeada de colinas verdes orientadas al Caribe, plantaciones de azúcar y misteriosas leyendas, fue construida en 1770 por un empresario británico asesinado por su esposa Annie Palmer. Este personaje del folklore jamaicano, mitificado como la Bruja Blanca, fue a su vez asesinada por un grupo de insurrectos esclavos y los lugareños afirman que su fantasma deambula por las estancias del piso superior.



Rose Hall

En la actualidad se ofrece la visita de las instalaciones en grupos de 20 personas con cóctel incluido en el sótano. Entre otros espacios singulares que alberga el recinto, hasta un total de trece incluyendo dos campos de golf, el más original es el acueducto del siglo XVIII que se utiliza para banquetes de hasta 250 invitados.

El hotel **Meliá Braco Village** es una suerte de pueblo en el que las 230 habitaciones son casitas con porche y acceso directo al mar o los jardines. Tres salas se destinan a eventos, con capacidad para 400 delegados en la mayor.

## Ocho Ríos

La Mystic Mountain no está encantada como la mansión Rose Hall pero esconde más secretos aún. Situada en la localidad de Ocho Ríos, a hora y media por carretera de Montego

# Madrid

*Negocios que son un placer*

MADRID  
CONVENTION  
BUREAU



## Las convenciones no tienen por qué ser convencionales

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

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

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

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

Hagas lo que hagas, Madrid es el lugar.

info.mcb@esmadrid.com  
(+34) 91 578 77 96  
www.esmadrid.com/mcb

Bay, domina una región conocida por su selva tropical, la red de cuevas subterráneas y submarinas, una flora y fauna exuberantes y las posibilidades que ofrece para programas que incluyan deportes de aventura.

Ocho Ríos no sólo es, además, puerto de escala de cruceros: también escenario de las peripecias de James Bond. **Goldeneye**, la lujosa finca en la que vivió Ian Fleming y donde dio vida a este conocido personaje, se encuentra a unos kilómetros de la ciudad y hoy es un lujoso hotel *boutique* con *spa*.

Mystic Mountain no sólo es un punto turístico de interés sino un lugar donde salvar alturas de diferentes maneras que sirvan de desafío en un *team-building* que incluya *trekking*, tirolina, *bobsled* o ascensión en teleférico. En este ecosistema es habitual avistar aves y animales como la serpiente amarilla o la boa jamaicana.

### Cascadas de Konoko

Otra actividad que se puede programar en Ocho Ríos consiste en escalar las cataratas Konoko del río Dunn. Se dice que Bob Marley acudía a menudo a observar las cataratas

en busca de inspiración. La curiosa orografía, en forma de escalera que facilita la escalada, da lugar a la formación de pequeñas piscinas naturales así como cuevas que se esconden tras las cortinas de agua. Este espacio natural cuenta con un *venue* singular: se trata de un pequeño patio de columnas con las cascadas a un lado y jardín botánico, con zoo incluido, al otro que puede albergar cócteles para 70 personas entre loros, lagartos, serpientes y cocodrilos.

Toda la costa norte del país, especialmente en Ocho Ríos, está plagada de escondites. Muchos pueden ser descubiertos en expediciones llenas de adrenalina como la que penetra en las cuevas Green Grotto: se trata de un auténtico viaje al centro de la tierra a través de un enrevesado laberinto de más de 1.500 metros de largo y doce de profundidad que se interrumpe por momentos a causa de la espesa vegetación, lagunas de prístinas aguas, enormes y longevas estalactitas y estalagmitas y con el zumbido de los murciélagos como música de fondo.

El interés de estas cuevas no sólo radica en su geología, también en su historia. Fueron ocupadas por los indios Arawak y así lo demuestran las cerámicas que han sido desenterradas. En el siglo XVII los españoles utilizaron las cuevas como escondite y refugio ante la invasión de

Se dice que Bob Marley acudía a menudo a observar las cataratas de Konoko en busca de inspiración



Cascadas de Konoko

los ingleses. Durante las dos Guerras Mundiales fueron sede de episodios relacionados con el contrabando de armas. También sirvieron como depósito de barriles de ron.

El **Moon Palace Resort** es un todo incluido de 705 habitaciones, sede habitual de congresos y ferias en sus instalaciones. Ocho salas de reuniones, la mayor con capacidad para 1.000 delegados en teatro, jardines y un escenario exterior de 700 plazas componen el abanico de espacios para eventos profesionales.

Entre las actividades que se ofrecen a los grupos, nadar en el delfinario es la más popular. La excursión a Cuba desde el muelle situado al final de la playa es la segunda más demandada. También es posible nadar con tiburones o mantarrayas en cautiverio.

### Puerto Falmouth

Entre Ocho Ríos y Montego Bay se encuentra Falmouth, una población costera nacida en el siglo XVIII en la que destacan las casas de estilo georgiano llenas de color, los

mercados ambulantes, los espacios de artesanía local y los colosales cruceros que dominan el horizonte. Como curiosidad, esta ciudad fue la primera en Jamaica en contar con un sistema de red pública de agua que abastecía a todas las viviendas. Los residentes de Falmouth tuvieron agua potable antes que los habitantes de la ciudad de Nueva York.

El río Martha Brae, en honor a una indígena local, es ideal para programar actividades de aventura

El río Martha Brae es idóneo para programar actividades de aventura, por ejemplo *rafting* a bordo de canoas construidas con largas cañas de bambú por los locales sobre las que supone todo un reto surcar las aguas.

La leyenda cuenta que la indígena Martha Brae sabía dónde se escondía el oro de la isla y por ese motivo los colonos españoles la capturaron. Sin embargo ella, a quien se le atribuían poderes sobrenaturales, utilizó su magia para cambiar el curso del río y aniquilar a los invasores. Un paseo en barca de una hora permite sumergirse en la naturaleza local y las tranquilas aguas que aparecen en algunos recodos.

### Negril

Es la playa más bonita de Jamaica, también la más larga, y está considerada entre las diez mejores del mundo para la práctica de buceo y *snorkel* en sus inmediaciones.

## Teambuilding en Jamaica



### Capitanes de río

En el río Martha Brae de Falmouth los grupos pueden construir sus propias balsas con cañas de bambú de hasta diez metros de largo y decidir quién será el capitán bajo cuyas órdenes conseguirán atravesar las aguas hasta alcanzar la otra orilla.



### A toda velocidad

Inspirados en el equipo olímpico jamaicano, los participantes en la actividad pueden competir en velocidad dirigiendo un *bobsled* dotado de freno de mano a través de pronunciadas pendientes llenas de curvas en medio del bosque tropical.



### Al galope

Chukka Caribbean Adventures es un parque temático con caballos que ofrece *tours* de equitación en terreno montañoso hasta llegar a la playa donde iniciar el galope. Se puede completar con *kayak*, *jeep*, *segway* y descenso en tirolina.



### Buceo de película

Se llegó a pensar que Blue Lagoon no tenía fondo hasta que Jacques Cousteau contabilizó 52 metros de profundidad. Es un enclave de película, famoso por la filmación de "The Blue Lagoon", en el que competir por la mejor foto submarina.

Recibe el nombre de Seven Mile Beach, por sus 7 millas -11 kilómetros- de brillante arena blanca bañada por cristalinas aguas y con un ambiente típicamente isleño que invita al "vive y deja vivir" que sirve de eslogan.

El **Royalton Negril Resort & Spa** es uno de los primeros hoteles para eventos profesionales que se abrió en la zona. Cuenta con 500 habitaciones y un salón para 700 personas en teatro que se completa con otras cuatro salas para pequeñas reuniones de hasta 30 asistentes.

Cerca en distancia pero muy lejos de la estandarización de los resorts, **Zimbali Retreats** se encuentra en plena jungla y

ofrece una experiencia *rastafari* en un hotel de sólo seis habitaciones y granja orgánica. Pretende ser un jardín del edén que eleva a la máxima expresión el culto a Bob Marley.

## En Zimbali Retreats los grupos pueden vivir una experiencia *rastafari* sin ninguna tecnología

Clases de yoga y meditación, cursos de percusión y rutas de senderismo en las que se estimula el *brainstorming* forman parte de las actividades que se pueden programar en un marco en el que la tecnología y la modernidad no tienen cabida.

Jamaica tiene muchas atmósferas: sólo hay que elegir aquella que el organizador quiera que protagonice un programa en el que no faltarán exotismo, playas de ensueño y constantes referencias al *one love, one respect*.



MELIÁ  
NASSAU BEACH  
BAHAMAS - ALL INCLUSIVE

## OFERTAS ESPECIALES PARA GRUPOS Y CONVENCIONES EN MELIÁ NASSAU BEACH - ALL INCLUSIVE

### BENEFICIOS A ELEGIR

- Reciba hasta 2% más de comisión | 4 noches para la visita de inspección
- 5% de descuento para su próximo grupo con el hotel | 10% de descuento en los medios audiovisuales
- 1 habitación en cortesía por cada 40 habitaciones pagadas
- 2 upgrades a la próxima categoría por cada 35 habitaciones pagadas por noche
- Meliá Meeting Planner Points | 1 Coffee Break o Tea Break
- 1 hora de cóctel de bienvenida incluyendo una selección del menú del chef y bebidas importadas
- 4 amenidades de bienvenida para VIPs

### CONDICIONES

ELIJA 1 BENEFICIO	ELIJA 2 BENEFICIOS	ELIJA 3 BENEFICIOS
RESERVE 50 - 99 NOCHES	RESERVE 100 - 149 NOCHES	RESERVE 150+ NOCHES

### FECHAS Y TARIFAS DEL 2018

8-13 DE ENERO | 21-27 DE ENERO | 4-10 DE FEBRERO

\$180 USD ocupación doble, por persona  
\$290 USD ocupación sencilla

## Más que un icono

"One Love" no es el himno nacional de Jamaica pero sí la canción más cantada. Bob Marley es una figura omnipresente tal y como demuestran los innumerables *souvenirs* con su efigie, los grafitis que decoran las calles, la música que impregna tantos ambientes... Varios lugares componen una ruta de peregrinaje a través de la que conocer la vida y obra del padre del *reggae* y propulsor del movimiento *rastafari*.

La primera parada se realiza en Nine Mile -Ocho Ríos- donde nació el artista en 1945 y a donde regresó para su descanso eterno. Un mausoleo ocupa el lugar de su casa natal en la cima de la colina llamada Mount Zion. Los inconfundibles colores *rasta*, amarillo, verde y rojo, invaden el único lugar de Jamaica donde es legal fumar marihuana.

El otro hito donde se rinde homenaje al rey del *reggae* es su mansión en Kingston. Tras su muerte en 1981, su esposa Rita Marley convirtió la residencia en el Bob Marley Tuff Gong Museum, donde se exponen fotografías, objetos personales, ropa y los discos de oro recibidos por el cantante. También en Kingston, el humilde barrio Trenchtown exhibe orgulloso el lugar donde Bob Marley vivió con su madre, el local donde recibió su primera guitarra y donde cobró vida la letra de "No woman no cry".



PARA MAS INFORMACIÓN Y RESERVACIONES, LLAME AL +1 (242) 677-6048  
Ó CONTÁCTENOS VÍA E-MAIL: [LISSET.GODERICH@MELIA.COM](mailto:LISSET.GODERICH@MELIA.COM) O [MEETINGS.LATAM@SOL-GROUP.COM](mailto:MEETINGS.LATAM@SOL-GROUP.COM)

Términos y Condiciones: Precios en USD por noche. Sujetos a cambio sin previo aviso hasta la firma del convenio. Esta oferta no puede ser combinada con otras promociones.



## PURO INCENTIVO: NÁPOLES (ITALIA)



# Múltiples caras

La Campania sorprende por una diversidad que abarca desde las distintas facetas de Nápoles, su capital, a las prístinas aguas de la Costa Amalfitana y el pasado hecho presente de Pompeya. Cualquier programa de incentivo estará impregnado de ese toque diferencial que da una cultura milenaria que se puede tocar y vivir.

Por Rocío López Alemany

**H**oteles que emergen como ruinas romanas; estaciones de metro en las que el pasajero casi prefiere perder el tren; el Vesubio que parece asomarse a cada ventana; el centro histórico con más de 400 iglesias... en una región que alberga además la Costa Amalfitana y las ruinas de Pompeya. Es decir, Nápoles en particular y la región italiana de Campania en general son un incentivo en sí mismas.

Con más de tres millones de habitantes, Nápoles es una urbe densamente poblada, con muchos “mejor”, “primeros” o “más del mundo”: el casco histórico más antiguo del planeta y con más templos religiosos; la mejor pizza Margarita del universo—por algo nació aquí—, el primer entramado de acueductos destinado a transportar agua potable o la primera red eléctrica que fue capaz de abastecer a toda una ciudad...

También tiene uno de los puertos más grandes de la cuenca del Mediterráneo y uno de los más importantes en cuanto a turismo de pasajeros, ya que sirve de escala a numerosos cruceristas que tienen Pompeya como objetivo. El Aeropuerto Internacional Ugo Niutta de Nápoles-Capodichino está situado a cinco kilómetros del centro histórico.

### Llena de historia

Nápoles fue fundada por los griegos. A continuación la ocuparon los romanos, que amurallaron la ciudad. Más tarde fue sede de la corte de Carlos de Borbón y Nápoles, convirtiéndose en una de las capitales del imperio español. Todas estas herencias se hacen tangibles en cualquier recorrido por la ciudad.

Y es que Nápoles ofrece varias versiones de sí misma, ya sea paseando por los diferentes barrios o recorriendo el subsuelo, desprendiendo en todas partes el agradable aroma de estar respirando un destino lleno de historia y arte. La Nápoles subterránea es una de las opciones más emocionantes: la red de acueductos que data del siglo IV a.C sirvió durante muchos años para transportar el agua potable que se extraía de los pozos de la ciudad.

Tras una epidemia de cólera, ya en el siglo XVII, fueron clausurados y toda esa amalgama de cavidades, estrechos pasadizos y túneles dio lugar con los años a un vertedero de 476 kilómetros de largo.

Durante la invasión nazi, en 1942, los túneles se volvieron a abrir con el objetivo de ser utilizados como refugio y trinchera. La población se escondía en las cavidades para protegerse de las bombas. Las historias contadas por los guías locales desvelan al visitante cómo los napolitanos aprovecharon los acueductos para tender emboscadas a los alemanes y lograr con ello detener la invasión.

Aunque la estética de hoy dista mucho de la que fue, la historia rezuma en cada cimiento. A través de leyendas como la del Monacello, quien antaño se encargaba de limpiar los acueductos, los viajeros aprenden sobre las costumbres medievales. Leer los mensajes escritos en la roca permeable de las cavidades sirve para recordar heroicas hazañas. Conocido como "La Nápoles subterránea", este recorrido turístico se realiza en grupo a través de los pasadizos, las piscinas de agua y las cavidades.

## Una de las cavidades de la Nápoles subterránea se ofrece como *venue*: es un teatro de 60 plazas

En una de ellas ha sido instalado un pequeño teatro en cuya grada caben hasta 60 personas: es un *venue* singular para eventos del tipo de simposios, coloquios o representaciones teatrales.

### Arte bajo tierra

Otro recorrido subterráneo lleno de interés, que nada tiene que ver con la red de acueductos, es el del metro de la ciudad: es hogar de innumerables obras de arte que convierten la red de transporte público en un valor cultural añadido que no sólo permite desenvolverse por la urbe sino conocer su identidad.

El mejor ejemplo es la línea 1, también llamada Metrò dell'Arte. Está revestida en su totalidad por obras que la convierten en un auténtico museo subterráneo. Llama la atención por los diseños, a cada cual más extravagante, colorido y peculiar, que se combinan en una fusión de brillos, luces, relieves y realismo en más de 150 versiones. Desplazarse en metro en Nápoles no es un mero trámite para llegar a un destino, sino un recorrido repleto de talento.

Nápoles



Otra de las estaciones de referencia, tanto por su diseño como por su ubicación, en una de las calles más comerciales de la ciudad, es la de Toledo. El arquitecto Óscar Tusquets quiso conectar el espacio subterráneo con la superficie a través de un cráter que asciende y filtra la luz del exterior. Está revestido en piedra y pequeños mosaicos de vidrio color azul que simbolizan el mar.

Otras estaciones como Universidad o la Stazione Centrale también cuentan con obras de arte moderno y piezas arqueológicas, como los restos de las murallas romanas halladas durante la construcción del metro y que ahora se encuentran expuestas en el suburbano.

El recorrido artístico por el particular metro de Nápoles debe incluir como parada la Estación Central, situada en la Piazza Garibaldi. Es una de las zonas de ocio y de más ambiente de Italia gracias a sus restaurantes, locales y diversos hoteles.

También es un buen lugar para probar la pizza Margarita, emblema de la ciudad, a la que también se le atribuye el origen de la que quizá sea la receta italiana más universal.

En esta plaza se encuentra el **Starhotels Terminus**, con 172 habitaciones y ocho salas de reuniones. La más grande tie-

ne capacidad para 200 personas en teatro. Otro atributo interesante es la azotea de la séptima planta, como extensión a un comedor para 185 comensales. Las vistas, por supuesto, se incluyen en el menú.

### Urbe medieval y moderna

Las ruinas parecen no parar de emerger del suelo, al mismo tiempo que lo hacen los hoteles. El **Eurostars Excelsior** está situado en otra de las zonas de ocio de Nápoles, el Paseo Marítimo, y junto a otro emblema del destino, el Castell dell'Ovo.

Fue residencia de los reyes de Nápoles y hoy en día se utiliza para congresos o exhibiciones artísticas temporales. El hotel cuenta con 100 habitaciones y 22 *suites*. Tiene además cuatro salones de reuniones, con capacidad de hasta 450 personas en el mayor.

Desde la terraza-jardín de la azotea se puede disfrutar de las excelentes panorámicas al golfo de Nápoles con su azul mediterráneo, El Vesubio y las islas de Ischia y Capri.

## La Piazza Garibaldi es buen lugar para degustar la pizza Margarita, emblema de la ciudad





Castell dell'Ovo

Nápoles también se presta a un itinerario basado en sus fortalezas y murallas. El Castell dell'Ovo ya da una pista del carácter medieval que impregna a la ciudad, que cuenta con cinco fortificaciones más.

El Castillo Sant'Elmo es el más grande, ya que se trata de una colosal fortaleza desde la que se puede admirar una vista sólo interrumpida por el horizonte en el que destaca, cómo no, el volcán del Vesubio.

Sant'Elmo está excavado en la roca, sobre la famosa toba volcánica amarilla metropolitana, material que recubre gran parte de los edificios de la ciudad. Hoy en día el castillo es sede del **Museo Napoli Novecento 1910-1980** y alberga eventos como el Salón Internacional del Cómic. Cuenta con cinco salas de reuniones, cada una de ellas con capacidad para 200 personas, y auditorio de 500 plazas.

Otro *venue* singular es el **Teatro San Carlo**, que data del año 1737 y es famoso por sus dimensiones y estructura, imitadas

en la construcción de muchas óperas europeas.

### El castillo de Sant'Elmo, excavado en la roca, alberga hoy el Museo Napoli Novecento 1910-1980

Fue residencia de grandes y exitosos compositores, como Verdi o el francés Nicolas Bochsa. San Carlo luce una belleza que se asemeja a la de un antiguo *stradivarius* cuya caja incluye butacas rojas, innumerables espejos y los remaches dorados que adornan las plateas. El *foyer*, o Sala de los Espejos, sirve para cócteles de hasta 350 personas.

El **Museo Arqueológico Nacional de Nápoles** fue construido en el año 1500. Desde sus orígenes fue utilizado como palacio, universidad y caballerizas, llegando a convertirse en museo en el año 1700 cuando se estrenó con la Colección Farnesio que se sigue exhibiendo.

Hoy en día alberga además colecciones de mármoles, mosaicos y restos de la ciudad de Pompeya, así como frescos y otras piezas. En sus jardines y en algunas de sus salas se pueden celebrar eventos. En la Sala Meridiana caben hasta 500 personas, mientras que en los jardines hay capacidad para 300, en ambos casos en formato banquete.

Muy cerca se encuentra el teatro romano, incompleto por encontrarse en parte sepultado bajo las viviendas o bien formando parte de ellas. Efectivamente, en las casas aledañas se encuentran muchas de las piezas que faltan. En el teatro, que data de los siglos I y II d.C., se ofrece la sala Suma Cávea para la celebración de cócteles.

También es sede de exposiciones que muestran los belenes típicamente napolitanos, en madera y no necesariamente representando acontecimientos religiosos o el nacimiento de Jesús. Se trata de una advocación al culto familiar. De hecho, belenes y altares son una tradición muy arraigada en la ciudad y se pueden encontrar también por las calles, incluyendo fotos de familiares difuntos, estampas religiosas, flores, e incluso calaveras.

### Casco histórico

La tradición de estos belenes puede descubrirse fácilmente recorriendo el casco histórico, Patrimonio de la UNESCO: sólo en su núcleo esconde más de 300 iglesias. Pero no sólo de iglesias se compone la parte vieja, sino de innumerables plazas, museos, castillos y estrechas callejuelas que parecen enroscarse sobre sí mismas. Además de los pesebres y belenes, en las calles de esta zona se encuentra otra estampa muy típica: la de la ropa secando en los balcones.

### Los belenes de Nápoles no sólo representan al Niño Jesús: son auténticos altares de culto familiar

El **Caravaggio Hotel**, situado en la céntrica Piazza Cardinale cercana al teatro romano, es una opción para grupos que tengan previsto recorrer uno de los cascos históricos más extensos de Europa. En la recepción alquilan *scooters* para realizar dicho trayecto. Es un hotel muy íntimo y acogedor que integra ruinas romanas como elementos decorativos. Tiene dos plantas en las que se distribuyen quince habitaciones. También dispone de una pequeña sala de reuniones para 40 personas.

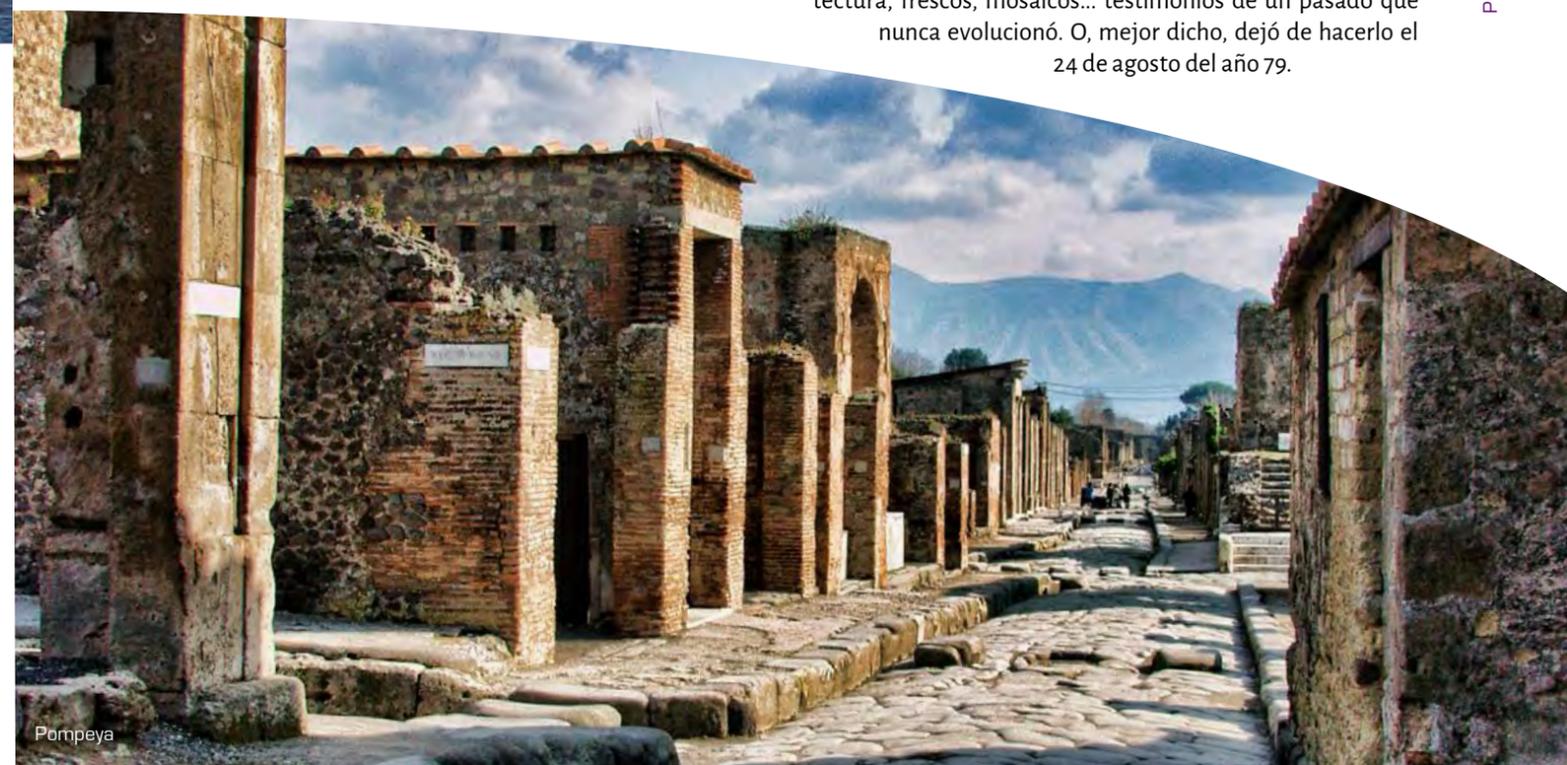
### Pompeya

Los programas de incentivo no pueden obviar la salida en autobús con destino a Pompeya, a 24 kilómetros. Toda la comarca desprende esa belleza brusca que genera la proximidad del Vesubio. La última gran explosión del gigante dormido data del año 1631. Desde entonces permanece en calma.

Una de las mayores erupciones del Vesubio fue la que se produjo en el año 79 d.C y que sepultó bajo tierra a toda una población, la de la ciudad de Pompeya, declarada en 1997 Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO.

Los recorridos habituales incluyen tres horas *in situ*, aunque la fluidez en el tránsito por las calles empedradas depende en gran medida de la afluencia de público, especialmente intensa en la temporada de cruceros, de mayo a octubre. No hay que olvidar que Pompeya es, tras el Coliseo, el lugar más visitado de Italia.

Para acceder a la ciudad hay varias puertas: la Puerta Marina conduce a la gran explanada donde se encuentra el antiguo foro. En el lado opuesto está el anfiteatro. Y en todas partes una enorme cantidad de edificios en los que admirar arquitectura, frescos, mosaicos... testimonios de un pasado que nunca evolucionó. O, mejor dicho, dejó de hacerlo el 24 de agosto del año 79.



Pompeya

El museo alberga los restos de 2.000 pompeyanos que perecieron bajo la lava y las cenizas. Se considera que muchos de los 15.000 habitantes con los que contaba Pompeya antes de producirse la erupción siguen sepultados, ya que gran parte de la ciudad sigue enterrada bajo el suelo sobre el que hoy transitan millones de turistas.

### Costa Amalfitana

También considerada Patrimonio de la UNESCO, esta parte de la costa italiana que mira al mar Tirreno lleva el nombre de la ciudad de Amalfi, capital de la zona. En sus inicios como metrópoli era una república marinera de gran importancia que sufría periódicamente ataques de árabes y piratas.

Los pintorescos pueblos que tantas veces han sido fotografiados se protegían de asaltos con la particular distribución horizontal que hoy en día caracteriza el paisaje, entre el mar

y la montaña. El pueblo de Amalfi es famoso por su catedral y punto de partida de numerosos *trekkings*, como el Camino de los Dioses que a través de las montañas conduce a la localidad de Sorrento. La estrechez de la carretera que comunica los diferentes núcleos poblacionales no invita al tránsito en autobús.

**Positano es uno de pueblos más bonitos de la costa amalfitana y es accesible por mar**

Positano es uno de los lugares más emblemáticos y ofrece la ventaja de ser accesible por mar: los participantes en un incentivo pueden disfrutarlo tras una jornada en velero que les conduzca desde Amalfi a esta amalgama de casas blancas repleta de encanto.

Encanto y autenticidad resumen la oferta de una región llena de historias, antiguas y actuales, para vivir un programa de incentivo que tenga tanto de experiencia como de cuento.

## Mitos y leyendas

Los napolitanos siempre han sido muy supersticiosos por lo que se toman muy en serio sus cuentos y leyendas. La de San Genaro se remonta a la época romana. A este santo, patrón de la ciudad, se le atribuye el milagro de la licuefacción: tres veces al año, y desde hace 400, un sacerdote muestra a los devotos la sangre solidificada del santo. Durante los rezos, pierde su condición y se vuelve líquida, con excepción de los años en los que han ocurrido catástrofes. Así fue en 1939, año en que dio comienzo la Segunda Guerra Mundial; tampoco 1980, cuando acaeció el terremoto de Irpinia.

Otro mito antiguo se refiere al Monacello, un hombrecillo de pequeña estatura capaz de introducirse entre muros y cavidades de los acueductos para limpiar los pozos. Por medio de estos pasadizos podía acceder a la mayoría de las casas y aprovechaba para robar o acosar a las mujeres. Tras su visita, las mujeres quedaban embarazadas por lo que no tenían más alternativa que denunciar la "visita del Monacello": así se popularizó un dicho que hoy en día se sigue utilizando en tono jocoso con las mujeres encintas.

La suerte en Nápoles también depende del principal *souvenir*: el cuerno napolitano debe ser rojo, hecho a mano y regalado, tres requisitos para disfrutar de abundancia, fertilidad, prosperidad y fortuna en el juego.

## PUBLIRREPORTAJE

### CELEBRE SU NAVIDAD EN EL CAMP NOU

El estadio de fútbol más grande de Europa pone a su disposición un amplio abanico de salas y espacios con una ubicación única y simbólica, algunos de ellos con vistas al terreno de juego.

Nuestro equipo de producción le ofrecerá todos los servicios que sus eventos necesitan con un alto grado de personalización en cualquiera de los formatos: cóctel, banquete o teatro.

Celebre sus eventos en el Camp Nou y disfrute de la exclusividad, el ambiente y la historia que el estadio ofrece. Descubra que no hay ningún lugar tan único y emblemático para sus celebraciones.

#### Navidad

Celebre la comida o cena de Navidad de empresa en el Camp Nou. Ponemos a su disposición cinco salas dentro de nuestras instalaciones: sala Roma; Palco Presidencial; Antepalco de Honor; sala Fundación y Auditorio.

**POR SER LECTOR DE PUNTO MICE LE OFRECEMOS UN 25% DE DESCUENTO EN SU RESERVA** ~~133€~~ **100€**

#### Mobile World Congress (MWC)

Reserve una sala en el Camp Nou para organizar cualquier evento corporativo durante los días del MWC en Barcelona. Ponemos a su disposición salas reformadas con un estilo sofisticado, equipadas con la última tecnología y con capacidad para 450 personas.

Si reserva la sala antes del 31 de diciembre le ofrecemos dos entradas VIP para un partido de liga en el Camp Nou. Contacte con nosotros y disfrute de nuestra promoción exclusiva en [www.fcbarcelona.es/events](http://www.fcbarcelona.es/events)

FC Barcelona  
Más que un club  
Más que una experiencia



**FC BARCELONA**  
MEETINGS & EVENTS



## ANÁLISIS DE PRODUCTO: PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN PARA PYMES DE COMPAÑÍAS AÉREAS (II)

# Premios para todos

En la segunda parte de la exploración que hemos realizado entre los programas de fidelización de las compañías aéreas destinadas a ofrecer a las pymes más por el mismo precio, confirmamos que lo más valorado es que empresa y viajero acumulen puntos en sus cuentas respectivas y el canjeo sin abonar ningún importe.

### Por Redacción

Los atractivos que las compañías aéreas incluyen en sus programas de fidelización con vistas a ganarse la lealtad de las pymes que viajan no dejan de crecer. Easyjet dio un paso adelante en su programa Flight Club ofreciendo hasta cinco cambios gratuitos al año en el titular del billete aéreo.

Quienes parecen haber tardado en llegar lo hacen sin embargo con prestaciones que aún no proponen muchas aerolíneas con programas de gran trayectoria: el canjeo de puntos por billetes sin tener que abonar ningún importe, algo especialmente valorado por los usuarios.

Ya no hay excusas de tasas aeroportuarias, impuestos o cargos no contabilizados en el precio del billete que se deban pagar aparte, cada vez más aerolíneas proponen el canjeo del precio integral.

Otra ventaja cada vez más apreciada es la que permite cambiar puntos por servicios asociados al vuelo, tales como la comida a bordo, el viaje en un asiento de pago o una franquicia de equipaje ampliada. En un universo aéreo que no ofrece muchas garantías en caso de sobreventa de billetes, el acceso seguro al avión es otro de los beneficios incluidos por algunas compañías.

### Transparencia

En muchos programas es muy difícil entender a qué corresponden exactamente los puntos obtenidos y algunas aerolíneas apuestan por la transparencia otorgando a cada punto el valor unitario en la divisa local. Esto ayuda a comprender mejor la compra de puntos: no siempre es fácil entender si merece la pena comprar puntos para un posterior canjeo o si compensa abonar íntegramente el billete y no disponer de los beneficios hasta una ocasión posterior.

### Fácil utilización

La sencillez en la obtención y canjeo también se ofrece como atractivo en el caso de programas como TAP Corporate: la empresa gana en puntos el equivalente al 1% de lo invertido, contabilizando en euros dicha ganancia, siempre y cuando compre billete en la tarifa más económica. En función de la clase adquirida el porcentaje de obtención es mayor, hasta del 3% para pasajes en clase ejecutiva. Siguiendo la tónica general, el viajero también acumula beneficios en su programa particular.

El futuro de los programas pasa por la diferenciación en función del tipo de empresa cliente, como hace Singapore Airlines cuando compensa en mayor medida a quien se compromete a realizar una inversión mínima al año.

El abanico de premios se amplía en paralelo a los servicios extra que ofrecen las compañías

En el porvenir se perfila también una mayor integración entre compañías que ofrecen beneficios semejantes, como es el caso de la americana Delta en el programa Bluebiz para los clientes europeos que también trabajan con Air France y KLM. Vueling, con su recientemente creado Vueling Club, permite acumular y gastar *avios* no sólo a bordo de sus vuelos sino también en los operados por otras aerolíneas del grupo IAG.

El abanico de premios se amplía en paralelo a los servicios extra que ofrecen las compañías aéreas y las empresas que integran sus clubes de fidelización con productos y servicios que también pueden ser abonados con puntos.

No es sencillo mantener la lealtad de las empresas cliente cuando éstas cada vez son más solicitadas y se han acostumbrado a no comprometerse con ningún proveedor. Por eso la atención, personalización de la oferta y mimo que esconde el mayor conocimiento del cliente que se adhiere a un programa marca la diferencia.

Ante la presentación de un amplio repertorio de atractivos, el elemento diferenciador está en demostrar un interés real por que tanto la empresa como el viajero se sientan reconocidos a través de puntos que no premian a cualquiera, sino a ellos en concreto.



## QUEREMOS SABER...

- 🕒 ¿Hacia dónde evoluciona su programa de fidelización para empresas?
- 🔧 ¿Cuáles son los aspectos más valorados y por qué?
- ★ ¿Qué ventajas les gustaría incluir en el futuro?

Sandra Lenis. Directora de Producto y Clientes de Air Europa  
**“Ofrecemos el canje completo sin abonar nada en efectivo”**

🕒 Estamos centrados en la ampliación y mejora del servicio recibido por un cliente que es cada vez más exigente. Nosotros, como empresa, queremos escucharle y cumplir con sus expectativas. Por ello, trabajamos en la actualización de Air Europa Empresas para que los clientes corporativos se sientan acompañados en todas las fases del viaje. Con respecto a las prestaciones, las principales y más innovadoras en el momento del lanzamiento del programa fueron el método de obtención (5% sobre la base de la tarifa, incluido el combustible) y el canje completo, es decir, incluyendo tasas aeroportuarias sin necesidad de abonar nada en efectivo.

🔧 Tres beneficios en concreto han sido los que más notas de agradecimiento y felicitaciones han generado. En primer lugar, el hecho de que con Air Europa Empresas se obtiene “efectivo” de forma completamente transparente, sin ambigüedades, ya que cada punto obtenido corresponde a un euro. La segunda prestación más valorada corresponde a la compatibilidad entre el programa Air Europa Empresas y Air Europa SUMA, altamente reconocida ya que, a pesar de tratarse de un viaje corporativo, el pasajero se siente identificado en todo momento y premiado con Millas SUMA. Y, en tercer lugar, la posibilidad de cambiar el vuelo, el mismo día y sin coste cuando es necesario para cumplir con las agendas de nuestros clientes corporativos.

★ Nuestro primer objetivo es la ampliación del programa a “multidivisa” y “multiidioma” ya que estamos focalizados en la extensión de nuestros servicios de tal modo que podamos llegar a todos y cada uno de los pasajeros de la aerolínea independientemente del aeropuerto en el que inicien su viaje con Air Europa.



## QUEREMOS SABER...

- 🕒 ¿Hacia dónde evoluciona su programa de fidelización para empresas?
- 🔧 ¿Cuáles son los aspectos más valorados y por qué?
- ★ ¿Qué ventajas les gustaría incluir en el futuro?

Guillaume Glass. Director de Política Comercial de Air France-KLM  
**“Estamos probando que las agencias reserven billetes de premio”**

🕒 BlueBiz es el programa de fidelización de Air France-KLM (y Delta en Europa), dirigido a pequeñas y medianas empresas en todo el mundo. Es fácil de utilizar, transparente y disponible *online* en 123 países: la empresa gana Blue Credits en cada viaje de sus empleados (todas las clases de viaje son elegibles), en toda la red de Air France, KLM y socios.

🔧 Una de las primeras ventajas de BlueBiz es que los Blue Credits son como dinero en efectivo. Un Blue Credit equivale al valor de la moneda local de cada país y con ellos se pueden comprar billetes, con todas las tasas incluidas, y servicios asociados al vuelo (comidas especiales, maletas, asientos de pago...): éstos son respectivamente el primer y segundo beneficio más apreciados por nuestros miembros. Además, BlueBiz es el único programa para pymes que ofrece ventajas de Reconocimiento Corporativo como el cambio gratuito de nombre, tiempo de emisión de billetes flexible pudiendo pagar posteriormente a la compra, plaza garantizada en clase Economy en los vuelos de largo alcance o prioridad en caso de irregularidades... El programa ha sido continuamente mejorado en los últimos años y está muy bien posicionado, con un 78% de recomendaciones por parte de sus miembros. Estamos trabajando para ofrecer en los próximos meses nuevas prestaciones *online*, como la modificación de billetes de premio o el rediseño del extracto de cuenta.

★ Paralelamente, estamos probando en algunos mercados la habilitación a las agencias de viajes para que reserven billetes de premio con Blue Credits en los GDS (Global Distribution Systems). Para el futuro, queremos ampliar los beneficios a nuestros socios, integrando nuevas compañías aéreas, mejorando la experiencia de navegación en las webs de Air France y KLM y haciendo que sea aún más fácil ganar y gastar Blue Credits.



## QUEREMOS SABER...

- ¿Hacia dónde evoluciona su programa de fidelización para empresas?
- ¿Cuáles son los aspectos más valorados y por qué?
- ¿Qué ventajas les gustaría incluir en el futuro?

Deryk Liew. Director España y Portugal de Singapore Airlines

### “Las pymes pueden maximizar las millas obtenidas en sus viajes”

Ofrecemos diferentes programas para diferentes tipos de empresa. Nuestro Singapore Airlines Corporate Travel Programme ofrece una tarifa preferente si se realiza una inversión mínima. Para compañías en las que se viaja menos, lanzamos hace poco el programa Singapore Airlines HighFlyer, con el que pueden extraer más millas de sus viajes. Está diseñado para recompensar tanto a corporativos como a empleados cuando vuelan con Singapore Airlines y SilkAir. Las empresas obtienen puntos HighFlyer mientras que los representantes continúan obteniendo millas KrisFlyer cada vez que vuelen con Singapore Airlines o SilkAir, sin mínimo de gasto en viajes requerido al año. La empresa obtiene cinco puntos HighFlyer por cada dólar singapuriense invertido en billetes reservados en la plataforma de reservas del HighFlyer de Singapore Airlines. Las empresas tienen la flexibilidad de decidir cómo y cuándo utilizar los puntos HighFlyer obtenidos, con la opción de contrarrestar futuras compras de billetes de manera parcial o completa para vuelos en Singapore Airlines o en SilkAir a más de 100 destinos en 30 países. A través de un portal web autoservicio, los corporativos pueden consultar el saldo de puntos, utilizarlos, gestionar viajeros y reservas y descargar informes electrónicos.



La accesibilidad y la flexibilidad. Nuestro nuevo programa HighFlyer está disponible para casi todo tipo de empresas, incluyendo pymes, para que puedan maximizar las millas de sus viajes de negocios. La flexibilidad del programa también permite decidir cuándo y cómo utilizar los puntos obtenidos sin un mínimo de inversión.

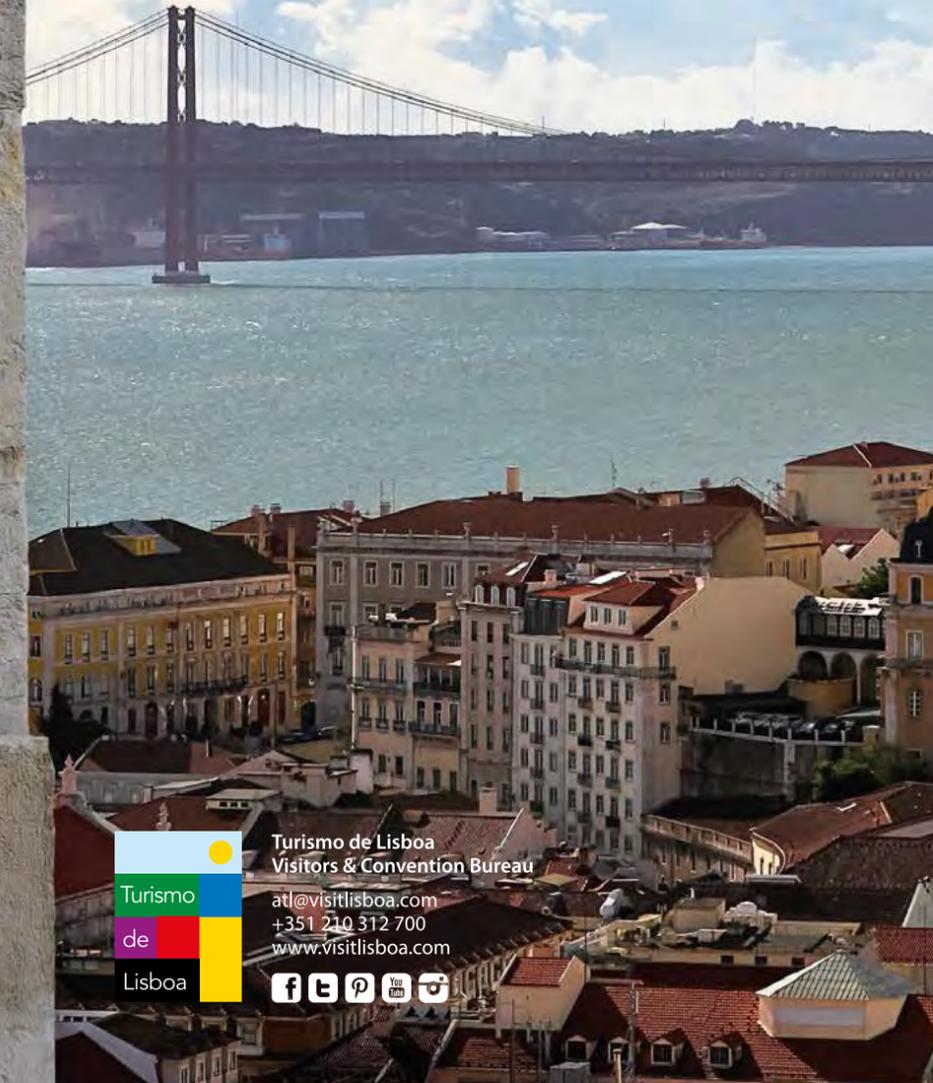
Siempre estamos trabajando para asegurarnos de que nuestros pasajeros tienen la mejor experiencia y la más alta calidad. Cuando vuelan con Singapore Airlines nuestros clientes no sólo buscan un viaje cómodo sino también una experiencia única. La calidad de servicios y ofertas de clase de nuestra compañía siempre representa una gran opción para los viajes de negocios. Los viajeros frecuentes disfrutan de privilegios como el acceso a la sala de espera, permiso para viajar con equipaje adicional o *check-in* y embarque prioritarios. Los pasajeros frecuentes en clase *business* o superior son elegibles para unirse a nuestro PPS Club. Seguiremos mejorando estas ventajas en el futuro.



# Todo lo que deseas a la vuelta de la esquina.

Una capital histórica a la par que moderna rodeada por un paisaje exuberante de naturaleza y de mar. Buena comida, buen clima, con instalaciones de categoría internacional, hoteles y opciones para incentivos, son la combinación perfecta para que su evento sea algo inolvidable.

Lisboa lo tiene todo.



Turismo de Lisboa  
Visitors & Convention Bureau

atl@visitlisboa.com  
+351 210 312 700  
www.visitlisboa.com



# CÓMO PROTEGERSE DEL CIBERCRIMEN

Con el incremento de las gestiones *online* aumentan los riesgos de convertirse en víctima de ciberdelincuentes que, lamentablemente, son conscientes de que la mayoría de usuarios ni siquiera sabe qué tipo de información les hace vulnerables. Las empresas juegan un rol esencial en la protección del internauta.

Por **Cristina Cunchillos**

Los ciberataques son noticia cada vez con más frecuencia. En mayo de este año, un ataque con *software* malicioso del tipo *ransomware* paralizó el servicio de salud británico y afectó a grandes empresas de todo el mundo incluyendo Telefónica o Iberdrola. Más recientemente, otro virus infiltró los sistemas de la central nuclear de Chernóbil; Deloitte fue víctima de un *hackeo* masivo y hasta el guión inédito de Juego de Tronos fue robado. Nadie es inmune.

## 400 nuevas amenazas por minuto

Lo que se publica en los medios de comunicación no es más que la punta del iceberg. Miles de pequeñas y medianas empresas se ven atacadas constantemente sin que se difunda en las noticias. El 92% de las empresas europeas han sufrido al menos un ciberataque. Y se estima que hay un promedio de 400 nuevas amenazas por minuto.

En España, las ofensivas contra sistemas informáticos aumentaron un 60% en los últimos cuatro años según la Dirección General de la Policía Nacional. Es un crecimiento que naturalmente evoluciona en paralelo a la revolución digital y el incremento de las gestiones *online*.

Se trata de un crimen que, sin derramar sangre, puede destruir vidas y tumbar empresas. El Foro Económico Mundial lo considera uno de los cinco principales riesgos globales, con un impacto económico estimado entre 300.000 y un billón de dólares al año. Para las empresas, además del coste de restablecer las infraestructuras saboteadas o el pago de un rescate en *bitcoins* para desbloquear sus sistemas, el verdadero precio a pagar es su reputación y la confianza de sus clientes.

## En el sector MICE

En el sector de los viajes y la organización de eventos la digitalización de los servicios está cada vez más generalizada: reservas y facturación *online*, programas de gestión de gastos, comunicación por *chatbots* o plataformas como Whatsapp... Los hoteles y agencias, por ejemplo, almacenan gran cantidad de información sobre sus clientes, no sólo en relación a sus datos personales y bancarios, también detalles de sus preferencias o su vida personal.

Si para estas empresas el *big data* sirve para proporcionar un servicio mejor y más personalizado, para un *hacker* que consiga infiltrarse en sus sistemas es el pasaporte para suplantar con extrema facilidad la identidad de cualquier cliente y utilizarla en actividades fraudulentas. En realidad, tan sólo unos pocos datos como el domicilio personal, el correo electrónico o la fecha de nacimiento del usuario pueden ser suficientes para hacerse pasar por él.

INCIBE, Instituto Nacional de Ciberseguridad español, reconoció el riesgo para las agencias de viajes creando un programa educativo específico con vídeos tutoriales y consejos sobre medidas preventivas como la actualización de los sistemas. La reciente celebración en Tenerife (España) de HackHotel, primer Congreso Nacional de Ciberseguridad Hotelera, muestra la preocupación en este sector.

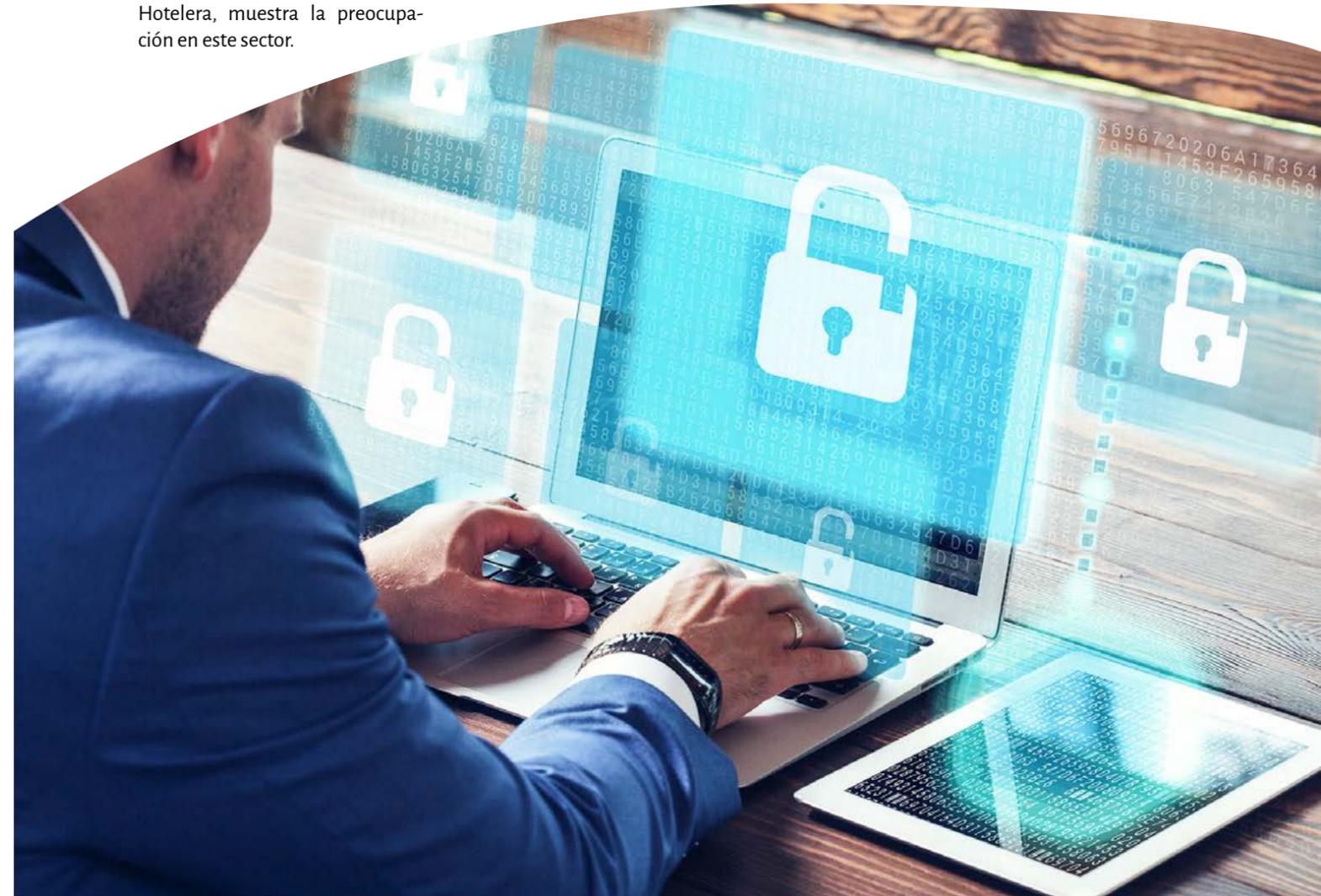
Para un *hacker* el *big data* sirve de pasaporte para suplantar fácilmente otra identidad

## Legislación más estricta

Las empresas que gestionan a diario miles de datos de sus clientes tienen, por ley, el deber de protegerlos. Existen legislaciones a nivel nacional pero, además, el 25 de mayo de 2018 entrará en vigor el nuevo Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea. Todas las empresas europeas deberán adoptarlo o afrontar sanciones de hasta 20 millones de euros o el 4% del volumen de su negocio total anual.

Según un estudio de Trend Micro, el 95% de los directivos de empresa son conscientes de ello y el 79% considera que ya cuenta con la mayor protección posible. No obstante, pueden pecar de exceso de confianza si no entienden bien qué debe ser considerado como información extremadamente delicada. El 64% de los encuestados, por ejemplo, no cree que la fecha de nacimiento sea un dato clave.

La nueva normativa será más estricta y obligará a las empresas a estar mejor preparadas, actualizando sus sistemas de manera regular e invirtiendo en nuevas tecnologías que garanticen una mayor protección del *big data*. Sin olvidar que la ciberseguridad es un negocio que mueve millones y no todo lo que se ofrece es efectivo.



Un informe reciente de SITA, Sociedad Internacional de Telecomunicaciones Aeronáuticas, indica que el 96% de los aeropuertos y el 95% de aerolíneas invertirán en iniciativas de ciberseguridad en los próximos tres años. De hecho en el aeropuerto de Múnich se acaba de instalar un centro para combatir los ciberataques a los que el *hub* se enfrenta diariamente.

Por su parte, los proveedores de tecnología desarrollan continuamente nuevas soluciones, tanto para los individuos como para las empresas. La tecnología disponible para combatir ciberataques es variada y, probablemente, no existe una solución única que valga para todos los casos. Lo más efectivo es combinar distintas herramientas. La aplicación de la inteligencia artificial es una de las soluciones emergentes.

#### Rol del usuario

Si la legislación obliga a adoptar mayores medidas de protección y la tecnología lo facilita, la concienciación del usuario es igualmente importante. En los viajes de negocios es una realidad la necesidad de estar conectado en todo momento.

Sin embargo, los viajeros deben tener en cuenta la seguridad de la red antes de introducir cualquier dato privado, contraseña o información confidencial. Una red *wifi* gratuita a la que acceder sin contraseña es mucho más vulnerable que una red que solicita registro.

#### Los viajeros deben tener en cuenta la seguridad de la red antes de introducir datos privados

Del mismo modo, la opción de guardar documentos en la nube, en sistemas populares como Google Drive o Dropbox, facilita enormemente la movilidad de los trabajadores ya que pueden consultar archivos desde cualquier lugar y desde cualquier dispositivo. Pero también supone un riesgo: un virus en un ordenador puede acabar infectando a toda la empresa.

Proteger la información con contraseñas idóneas, realizar transacciones únicamente en páginas web que muestren el protocolo de seguridad HTTPS, o evitar colgar documentos confidenciales en la nube son normas básicas que se deberían adoptar siempre y en todo lugar. En un mundo cada vez más digital donde la exposición a ciberataques es cada vez mayor, la responsabilidad de evitarlos nos concierne a todos.

#### ¿Por qué deben las empresas invertir en ciberseguridad?

Existe una amenaza real y creciente en nuestro entorno. Recientemente hemos visto vulnerabilidades que han conseguido detener la actividad de muchas empresas de forma inesperada. El *smartphone* se ha convertido en una herramienta de trabajo que gestiona información sensible, pero a la vez debe ser accesible y estar conectado: éste es un reto que debemos cubrir los proveedores de soluciones. Más del 90% de los gestores de seguridad en las empresas dice estar preocupado por los desafíos actuales, siendo incluso más acusado en sectores como la banca donde vemos inversión creciente y apuesta por soluciones que integren medidas de seguridad que cubran la necesidad de proteger la información, y no sólo la relacionada con el trabajo sino también la personal.

#### ¿Qué ofrece Samsung a sus clientes para protegerlos?

La plataforma Samsung KNOX vela por la seguridad y confidencialidad demandada por las empresas y ofrece protección de los datos personales del usuario. Nuestra visión pasa por ofrecer la mejor experiencia de plataforma abierta pero sin penalizar la seguridad y KNOX mejora las capacidades haciendo que Galaxy sea una apuesta segura. Se basa en una tecnología multicapa integrada en el *hardware* y en el *software* que monitoriza en tiempo real detectando posibles vulneraciones.

#### ¿Qué consejos daría a los usuarios?

Aunque sea trivial, debemos compartir nuestra información con las personas adecuadas y por el medio adecuado. Aunque parece obvio, hay incidencias de seguridad causadas por descuidos de este tipo. Aconsejo el uso de la Carpeta Segura en nuestros *smartphones*: permite guardar aplicaciones e informaciones sensibles, protegiéndolas con la contraseña más segura, huella dactilar o iris en los modelos que lo integran. Si hablamos del mundo de la empresa es necesario mencionar el gestor remoto de dispositivos, que permite aplicar políticas de seguridad o geocalizar los aparatos de la empresa.



#### Entrevista

### Ángel Pascual

Jefe de Tecnología y Plataformas, Samsung Electronics Iberia S.A.U.

**“Aunque parezca trivial, debemos compartir datos con las personas adecuadas”**



## AMERICAS

MEXICO CITY, CENTRO CITIBANAMEX  
SEPTEMBER 5<sup>TH</sup>-6<sup>TH</sup> 2018

The international trade show connecting the meetings and events industry across the Americas

Follow us



[www.ibtmamericas.com](http://www.ibtmamericas.com)

Organized by  Reed Exhibitions



# Motivación

Por Cristina Cunchillos

Recurrir a escenarios de la Antigüedad como el antiguo Egipto o el imperio maya, o a paisajes actuales que permiten al mismo tiempo descubrir culturas y destinos, es una de las tácticas de las agencias para incitar a los participantes a desarrollar capacidades en actividades que de paso se convierten en experiencias memorables.

## El acueducto del emperador

La empresa británica Teambuilding Solutions plantea a los grupos un reto de dimensiones faraónicas. Tienen, nada menos, que construir bajo las órdenes del emperador Julio César un acueducto que impresione a la reina Cleopatra. No sólo tienen que diseñar y construir la infraestructura, sino recaudar fondos para financiar la obra. Por eso el grupo se divide en equipos y cada uno se dedica a una tarea en particular con el objetivo de maximizar recursos. Es imperativo mantener siempre a los compañeros informados, ya que el éxito de la misión depende de los avances colectivos.

Mientras unos demuestran su habilidad en la negociación especulando en una particular "bolsa de la Antigüedad", otros recaudan dinero completando diferentes puzzles y realizando otras actividades a cambio de una recompensa. Con los fondos acumulados se compran los materiales que permitirán completar el acueducto: un ingenioso circuito digno de Cleopatra y por el que en lugar de agua circularán canicas.



## Taller de grafiti

Barcelona es famosa por su arte callejero y por eso la agencia local Barcelonize utiliza este recurso para desarrollar una actividad divertida que fomenta la comunicación, la colaboración y la interacción entre los miembros de un equipo. En el taller de grafiti el grupo recibe una rápida clase magistral sobre las principales técnicas del arte urbano antes de ponerse manos a la obra.

Protegidos de la pintura y posibles gases tóxicos con monos de plástico, gafas y máscaras, deben ejecutar un diseño que ha sido creado previamente por un artista famoso y según la temática elegida por la empresa. Puede reproducir un lugar, un cuadro famoso, una expresión original de arte callejero o, lo más habitual, figuras relacionadas con la marca corporativa.

Las risas están garantizadas y todos colaboran en la creación de una pieza efímera de arte urbano que en forma de imagen puede perdurar en la oficina como recordatorio de la jornada.

## Quad volcánico

La agencia Beon Worldwide, desde su oficina española, organizó un programa de actividades con temática volcánica en Sicilia. Utilizando como base la histórica ciudad de Taormina, el grupo desarrolló diferentes aptitudes en el magnífico entorno del Etna, un volcán que permanece activo.

Para poner a prueba la habilidad y competitividad de los participantes se organizaron carreras en *quad* por las faldas del gigante, sorteando grietas y obstáculos en la negra lava. Los más valientes hicieron *tubing* en la Gola (o Garganta) de Alcántara, descendiendo a toda velocidad por el agua en tubos flotantes, observando de paso espectaculares formaciones de basalto volcánico.

El programa se completó con otras ocupaciones menos activas como un torneo de golf o un paseo en barco, además de un recorrido cultural por Taormina.





## Tradiciones de Japón

La agencia japonesa NTA propone diferentes actividades que responden a un mismo objetivo: introducir a los grupos en la cultura nipona de tal modo que adopten algunos de los valores que la caracterizan, entre ellos la disciplina o el respeto hacia los demás.

En Tokio los participantes pueden medir sus fuerzas como auténticos luchadores de sumo y aprender que, en esta práctica, la deportividad, la calma y el enfoque estratégico son más importantes que la fuerza. En Kyoto descubren el lado más tradicional de Japón, participando en el ritual de una ceremonia del té tras competir en la preparación de dulces típicos japoneses.

Las mujeres pueden convertirse en *maiko* (aprendiz de geisha) por un día, luciendo la vestimenta y maquillaje típicos, descubriendo que lo que más importa es la belleza interior y la capacidad de comportarse con educación y amabilidad.



## Guerrero Jaguar

La mexicana MS DMC recurre a la cultura maya del país para inspirar a los grupos y potenciar sus habilidades. En su actividad Guerrero Jaguar los asistentes son trasladados al mundo maya, donde tienen que interactuar con chamanes, músicos, doncellas y visitantes del inframundo, así como con el mítico Gran Guerrero.

Tras un ritual de iniciación, se dividen en equipos que deben completar diferentes retos en los que la estrecha colaboración es esencial para triunfar. Por ejemplo, han de llevar al *alux* -uno de los espíritus de la mitología maya- al inframundo y completar para ello un rompecabezas guiados por sus compañeros. También ponen a prueba su fuerza en una "pelea jaguar", así como su habilidad contando en numeración maya y descifrando símbolos a lo largo de un sendero.

La actividad finaliza con bailes prehispánicos en honor de los bravos guerreros participantes, que reciben un collar maya como recuerdo durante la entrega de un trofeo de madera tallada al equipo ganador.



¿Organiza convenciones e incentivos en el extranjero?



En versión papel y online, el mundo que le recibe en español le espera en

# PUNTO DMC

[www.puntodmc.com](http://www.puntodmc.com)

# Con estilo

## A PRUEBA DE ATAQUES

Hoy en día es obligatorio recurrir a dispositivos de seguridad adicionales que protejan nuestra información y certifiquen que quien utiliza un dispositivo no es una persona ajena a él. Estos dispositivos reducen a cero la posibilidad de robo.

Por **Alejandro Martínez Notte**

### DATA TRAVELER 2000

**Descripción:** Esta llave USB incluye un teclado alfanumérico en el que hay que introducir una contraseña de desbloqueo para poder consultar el contenido de la unidad. Su capacidad de almacenamiento va desde los cuatro hasta los 64 Gb.

**Peso:** 50 gramos

**Tamaño:** 8 x 2 x 1,05 centímetros

**Qué nos gusta:** Que el desbloqueo se realice mediante el teclado físico en la unidad y no en el ordenador anfitrión, de tal modo que no deja en el sistema ningún rastro del código de acceso utilizado. Además, la función de autobloqueo borra todo el contenido tras diez intentos fallidos



### YUBIKEY NEO

**Descripción:** Este Token U2F (Universal Second Factor) de verificación por *hardware* permite iniciar el ordenador de forma segura así como acceder a páginas que aplican la verificación en dos pasos cuando el sistema duda de la identidad del usuario. Permite de este modo acceder al correo electrónico, redes sociales o aplicaciones desde cualquier lugar del mundo sin necesidad de verificar la identidad mediante SMS o con un correo alternativo

**Peso:** 41 gramos

**Tamaño:** 1,3 x 1,2 x 0,2 centímetros

**Qué nos gusta:** Es un formato que pasa completamente desapercibido cuando está conectado a un puerto USB



### COMBOSAVER KENSINGTON

**Descripción:** Este candado brinda seguridad al ordenador portátil anclando el mismo a través de la ranura de seguridad presente en el 99% de los dispositivos (al estilo de los que se encuentran en los locales de exposición) proporcionando como único sistema de apertura un sistema por combinación. La extensión del cable abarca de los siete a los 180 centímetros

**Peso:** 41 gramos

**Tamaño:** 2,8 x 1,2 x 3,1 centímetros

**Qué nos gusta:** Su funcionamiento por combinación genera sensación de seguridad. Además, el cable de acero en espiral brinda seguridad y portabilidad a partes iguales



### QUANTUM SECURITY CASE

**Descripción:** Esta funda para *smartphone* ofrece una solapa deslizante que cubre y bloquea las dos lentes de la cámara cuando no están en uso. Incluye aplicaciones de privacidad para fotos, vídeos y mensajes de texto, una batería externa y la posibilidad de cifrar las llamadas y bloquear las escuchas

**Qué nos gusta:** La combinación de cifrado completo mediante *software* y *hardware*

### SYNCSTOP

**Descripción:** Este dispositivo evita que al conectar un *smartphone* en una estación de carga pública o el ordenador de un desconocido se intercambien datos, habilitando sólo la carga de corriente y evitando así el posible robo de información o introducción de *malware*

**Peso:** 5,6 gramos

**Tamaño:** 5,08 x 2,54 x 1,5 centímetros

**Qué nos gusta:** Es la versión con carcasa y embellecida del antiguo "condom USB" que a menor precio ofrece la misma solución



# AGENDA INTERNACIONAL

## WORLD TRAVEL MARKET 6 a 8 de noviembre

La mayor feria de turismo en Reino Unido, si bien orientada a profesionales del turismo en general, reúne en Londres a numerosos compradores MICE que participan en el programa de 30 citas *one-to-one* establecidas. En la última edición reunió a 5.000 expositores de 182 países.

Sede: Excel London

## MITM AMÉRICAS 14 a 17 de noviembre

La 21ª edición de una de las ferias pioneras en el concepto *b2b* reunirá en Santo Domingo a 400 compradores ante 200 expositores. Coincidiendo con el evento se celebrará la séptima edición de Cultourfair, especializada en turismo cultural.

Sede: Hotel Embajador de Santo Domingo

## IBTM WORLD 28 a 30 de noviembre

Grupo PUNTO MICE participa como *media partner* de este evento

15.000 profesionales de la industria MICE internacional se reúnen desde 2004 en Barcelona en la que es la mayor feria dedicada a la industria MICE en Europa. Destacan los programas de formación ofrecidos por los diferentes proveedores y asociaciones sectoriales, así como las conferencias impartidas por analistas de prestigio.

Sede: Fira Gran Vía Barcelona

## FITUR 17 a 21 de enero de 2018

La mayor feria de turismo de España, aunque dedicada a la industria de viajes a nivel global, aglutinó en su última edición a cerca de 10.000 empresas procedentes de 165 países. 135.000 visitantes fueron profesionales.

Sede: Ifema - Feria de Madrid

## IBTM ARABIA 5 a 7 de febrero de 2018

Abu Dabi recibe la 12ª edición de este salón de referencia para los compradores interesados en Oriente Medio en general

y los emiratos árabes en particular.  
Sede: Jumeirah Etihad Towers, Abu Dabi

## AIME AUSTRALIA 20 y 21 de febrero de 2018

El mayor salón especializado en Turismo de Reuniones, Convenciones, Incentivos y Eventos de Australia reunió en su última edición a 4.000 expositores.

Sede: Melbourne Convention and Exhibition Centre

## MEETINGS AFRICA 26 a 28 de febrero 2018

Acorde al interés creciente de los organizadores internacionales por el continente africano, Meetings Africa se consolida como la feria de referencia para el sector MICE en el continente, con especial enfoque en la oferta relacionada con viajes de incentivo y eventos en Sudáfrica y los países circundantes.

Sede: Sandton Convention Centre de Johannesburgo



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

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

Precio de la suscripción anual:  
6 números

España: 36 €  
Sudamérica y México: 50 \$

[suscripciones@puntomice.com](mailto:suscripciones@puntomice.com)

## PUNTO MICE es:

- ➔ Revista bimestral destinada a la industria MICE hispanohablante
- ➔ Web actualizada diariamente con noticias del sector: [www.puntomice.com](http://www.puntomice.com)
- ➔ Newsletter quincenal
- ➔ Un punto de encuentro también a través de las redes sociales:

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



Conexiones diarias desde España  
a Asia Pacífico



# ▶ PANAMÁ PUNTO DE ENCUENTRO

Conectado al mundo con más de 2,500 vuelos semanales a 35 países



- Moderna arquitectura
- Tecnología de punta
- Más de 58,000 m<sup>2</sup> para exhibiciones y encuentros
  - Capacidad para 25,000 personas
- Apertura: finales de 2018. Reserve ahora

## CENTRO DE CONVENCIONES AMADOR

## CENTRO DE CONVENCIONES ATLAPA

- Complejo de 8 hectáreas
- Capacidad para 10,500 personas
- Gran salón de 10,498 m<sup>2</sup> libres de columnas
- 19 salones a prueba de ruidos
- Auditorio con 2,806 butacas



- 2,500 vuelos semanales y 86 conexiones a 35 países de América Latina, Europa y Estados Unidos
- El proyecto de expansión de la nueva Terminal 2 una vez entre en operación consolidará a Panamá como Hub de las Américas.

## AEROPUERTO INTERNACIONAL DE TOCUMEN



Panamá

Para mayor información: [conventions@atp.gob.pa](mailto:conventions@atp.gob.pa) / (507) 526-7080

   [visitpanama.com](http://visitpanama.com)