PUNTO MICE

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

Nº 27
SEPTIEMBRE / OCTUBRE 2018
6,5 € - 9 $

LA VOZ DEL SECTOR

La nueva ley de protección de datos europea ¿pesadilla u oportunidad para la confianza?

DESTINOS

Omán o cómo el efecto *wow!* se halla en lo desconocido. Madrid: la capital del "siempre más"

PURO INCENTIVO

Nashville (EE.UU.): la cuna del *country* se ofrece como una caja de música llena de sorpresas

DÍA A DÍA

Gestión del estrés laboral: consejos para controlar la llamada "epidemia del siglo XXI"

Atrapa la tuya

SIENTE EL SABOR®

Coca-Cola, Coca-Cola Zero, el disco rojo y la botella contour son marcas registradas de The Coca-Cola Company.

EDITORIAL

EL DESEADO EFECTO *WOW!*

Antes de cerrar esta edición tuvimos la ocasión de escuchar en una charla entre profesionales de nuestra industria que cada vez es más difícil generar el deseado efecto *wow!* Sin embargo, tras analizar nuevos destinos que llegan al panorama MICE, concluimos que a veces sólo se trata de refrescar el punto de mira. Con la vista puesta siempre en la misma dirección es sin duda cada vez más difícil sorprender.

Sin embargo, no sólo se trata de pensar en nuevos destinos. Si observamos el caso de Madrid, nos queda claro que un nuevo enfoque en nuestra mirada también permite vislumbrar, como si fuesen frescos, destinos muy posicionados porque mantienen la capacidad de seguir sorprendiendo. Entonces ¿cuál es el secreto para conseguir ese deseado efecto? Creemos haberlo encontrado en dos variables: la amplitud de miras y la autenticidad, un denominador común a los tres destinos que presentamos en esta edición.

Lo que se esconde detrás de ese deseo constante de vivir experiencias "de verdad", de saborear gustos locales, de sentir aromas inherentes a los destinos... no es más que la búsqueda de una autenticidad que cada vez parece más difícil encontrar. Nos congratula anunciarles que no es tan difícil: pasen y vean.

No sólo el ojo de quien consume debe estar preparado para apreciar la diferencia. Es necesaria la implicación de quien provee todo lo necesario para que se vuelva realidad el hecho de visitar un destino, asistir a un evento o participar en una reunión que busque ser diferente a cualquier otra. Y para eso hace falta tener en cuenta una variante más: la profesionalización de un sector cuyos representantes no sólo deben estar al día en cuanto a tecnología, tendencias y productos. También en cuanto a leyes: la última normativa europea relativa a la protección de datos se nos presenta como una oportunidad para demostrar transparencia y respeto hacia un cliente que merece que sea preservado su derecho a recibir lo que él decida y no lo que se le imponga.

Las asociaciones más relevantes de la industria nos dejan claro que su principal labor es impulsar la formación de sus miembros y ser garantes, a través de sus certificaciones, de que quien diga ser un profesional del MICE pueda demostrar unos conocimientos y unas competencias cuidadas y mejoradas en la medida de lo posible.

Esperamos disfruten de este número con el que tendremos la ocasión de cruzarnos en IMEX Las Vegas. Ojalá que el efecto *wow!* se siga produciendo muchas veces cada día: eso querrá decir que estamos sabiendo generarlo... y apreciarlo.

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 Terreros.
Del. Coyoacán CP 04310
+55 5658 3777

www.puntomice.com
redaccion@puntomice.com

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

DIRECCIÓN COMERCIAL:
Sofia Calvo
sofia.calvo@puntomice.com

DIRECCIÓN DE ARTE Y DISEÑO:
Coloratura Diseño Gráfico

PRODUCCIÓN: José Carlos Suárez

CORRECCIÓN: Claudia Cabrero

ADMINISTRACIÓN:
Eugenio Salazar
administracion@puntomice.com

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

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

DESARROLLO WEB Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES:
Grupo Deboss
@PUNTOMICE
/PUNTOMICE

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

IMPRESO EN ESPAÑA Gráficas Covadonga

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

DEPÓSITO LEGAL M-12379-2014

Somos medio asociado a

Foto de portada: Lámpara de la Gran Mezquita de Omán

BAHIA PRINCIPE

HOTELS & RESORTS

Un evento, cientos de detalles que cuidar...

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

Te ofrecemos

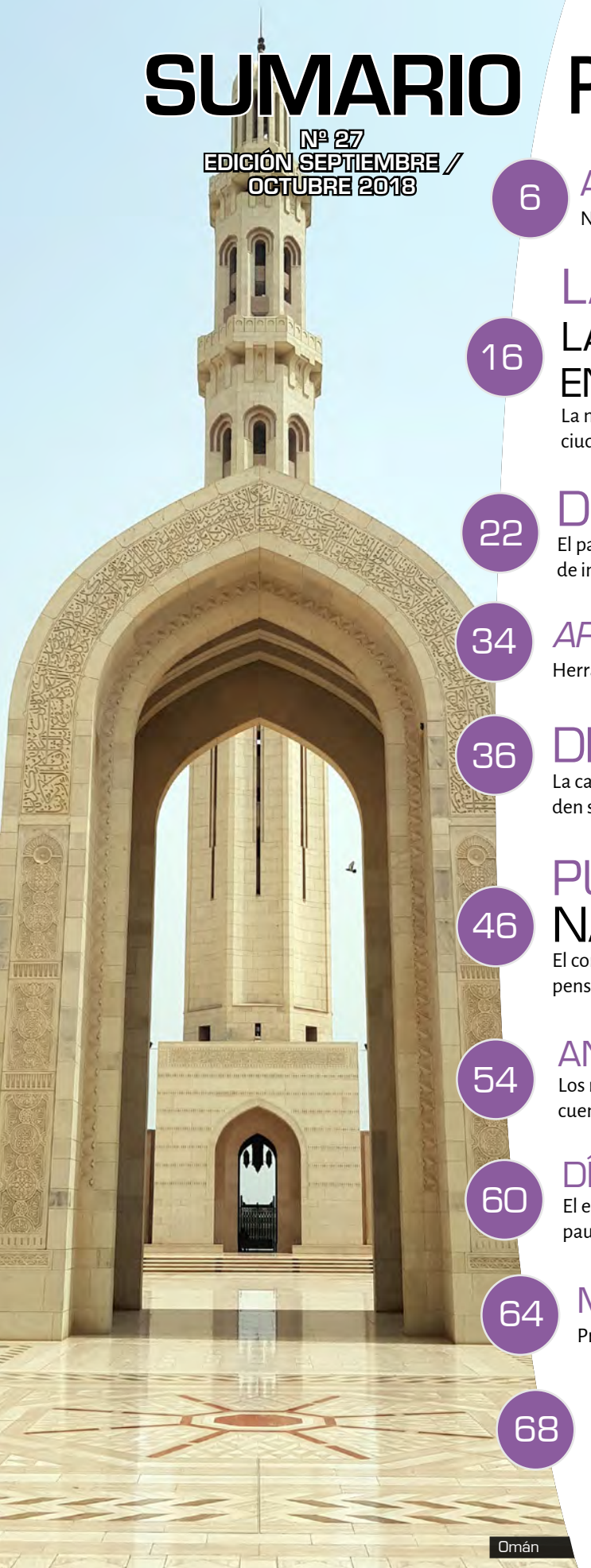
- Ubicaciones excepcionales en el Caribe y España.
- Servicio personalizado.
- Traslados.
- Bienvenida y Check-in privado.
- Salas de reuniones y centros de convenciones.
- Team building y actividades.
- Excursiones.
- Eventos hechos a medida.
- Impresionantes campos de golf propios.

www.bahiaprincipe.com

República Dominicana · México · Jamaica · España

SUMARIO

PUNTO MICE
Nº 27
EDICIÓN SEPTIEMBRE / OCTUBRE 2018



6 **ACTUALIDAD**
Novedades del sector y entrevistas a proveedores de referencia

16 **LA VOZ DEL SECTOR: LA PROTECCIÓN DE DATOS EN EUROPA**
La normativa que afecta a quienes traten información relacionada con ciudadanos europeos es una oportunidad para la transparencia

22 **DESTINO: OMÁN**
El país árabe sorprende por la diversidad de paisajes, el amplio abanico de infraestructuras para grupos MICE y la autenticidad de su oferta

34 ***APPS***
Herramientas que facilitan la vida del organizador y el viajero

36 **DESTINO: MADRID**
La capital española demuestra que los destinos más consolidados pueden seguir sorprendiendo. Y más cuando son referencia del *bleisure*

46 **PURO INCENTIVO: NASHVILLE**
El corazón de la música *country* es el destino ideal para viajes de recompensa llenos de música en los que cada participante se sienta artista

54 **ANÁLISIS: CERTIFICADOS MICE**
Los representantes de las principales asociaciones del sector nos cuentan cómo apoyan y avalan la profesionalización del mismo

60 **DÍA A DÍA**
El estrés laboral es considerado la "enfermedad del siglo XXI" y existen pautas para frenarla que empiezan por reconocer su existencia

64 **MOTIVACIÓN**
Propuestas de diferentes agencias con un objetivo común

68 **CON ESTILO**
Los *e-readers*, una compañía para los viajes cada vez más agradable

Omán

MÁS RESTRICCIONES PARA ENTRAR EN EE.UU.

Desde el 30 de junio, los viajeros en vuelos internacionales con destino a Estados Unidos no pueden transportar en su equipaje de mano sustancias en polvo en cantidades superiores a 350 ml. La nueva normativa responde a la detección de un plan para atentar en un avión con explosivos en polvo. También ha sido adoptada en Australia y Nueva Zelanda y podría ser homologada en la Unión Europea y otras regiones del mundo en un futuro cercano.

Productos como café, cosméticos, especias o mezclas de proteínas serán sujetos a análisis adicionales si superan el tamaño recomendado, pero no necesariamente confiscados si pueden ser identificados como seguros por el personal de control. Se eximen las medicinas y los productos comprados de *duty free* en bolsas de seguridad sellada.

LA UE ACTUALIZA SU "LISTA NEGRA"

El listado de compañías aéreas que no cumplen las normas de seguridad aérea internacionales publicada por la Comisión Europea excluye, por primera vez desde 2007, a las compañías de Indonesia. Incluye un total de 120 aerolíneas de 21 países, 58 menos que el año pasado.

Muchas de las aerolíneas con prohibición de acceso al cielo comunitario tienen base en países africanos como Angola, República Democrática del Congo, Djibouti, Guinea Ecuatorial, Eritrea, Gabón, Liberia, Libia, Nigeria, Sierra Leona, Surinam, Sudán o Zimbabue. También en Oriente Medio (Iran Aseman Airlines e Iraqi Airways) o Venezuela (Avior Airlines). Otras seis compañías sólo pueden acceder con determinadas aeronaves. Se trata de Afrijet, Nouvelle Air Affaires, Air Koryo, Air Service Comores, Iran Air y TAAG Angola Airlines.

Entrevista

Ihab Sorial

Vicepresidente Senior de Ventas Internacionales de Oman Air

"Somos una compañía aérea *boutique* que ofrece servicios personalizados"

¿Qué significa para ustedes el segmento MICE?

El segmento MICE es una gran prioridad para nosotros y por eso tenemos una persona dedicada exclusivamente a los profesionales de esta industria: el organizador no debe contactar con Ventas, con Reservas... sino con la persona responsable de MICE que entiende perfectamente las necesidades de sus grupos. De momento no viajamos directamente a España ni a Latinoamérica pero sí trabajamos en código compartido con Lufthansa.

¿Qué ofrecen específicamente a los *meeting planners*?

59 destinos y una filosofía "aerolínea *boutique*": no pertenecemos a ninguna alianza ni queremos desarrollar una red inmensa. Nos interesa más ofrecer de la mejor manera los lugares que operamos. En Mascate tenemos un aeropuerto nuevo, atención personalizada y servicios customizados. Ofrecemos flexibilidad y cercanía en el servicio. Además, intentamos manejar todas las variables relacionadas con el precio para poder ofrecer la mejor calidad con tarifas competitivas. A ello se suma que desde Omán ofrecemos nuevos destinos que pueden completar una convención o incentivo en nuestro país, como Estambul o Islas Maldivas.

¿Cuáles son sus proyectos en este momento?

De momento no viajamos a Estados Unidos y nos gustaría hacerlo, también incrementar nuestras frecuencias en India, al igual que aumentar nuestra red en Europa y África. Pero no queremos abrir a cualquier precio sino allí donde podamos ofrecer un servicio más cuidado y personalizado que el de nuestros competidores.

¿Perciben un aumento del interés por Omán como destino MICE?

No sólo percibimos un interés creciente por Mascate con todas las novedades que ofrece, desde el centro de convenciones a los magníficos hoteles que se están abriendo, también hacia los destinos internos que operamos. Somos un país de contrastes y es muy fácil, y a través de un único aeropuerto en Mascate, acceder a lugares como Salalah que no tienen nada que ver con la capital, ni en clima ni en paisaje. Y en todo el país se encuentra lo que más nos caracteriza: la autenticidad.

CRECE LA OFERTA ESPAÑOLA DE HOTELES DE LUJO EN EL CARIBE

La planta hotelera de alta gama en la región caribeña continúa creciendo con la incorporación de nuevas propiedades de cadenas españolas. El reciente anuncio por parte de Meliá Hotels International de la apertura a finales de este año de un resort de lujo en la República Dominicana completa la expansión de Bluebay Hotels en este destino y la llegada de Excellence Resorts a Jamaica.

Por su parte, Iberostar Hotels and Resorts abrirá su primer hotel gran lujo en La Habana en el último trimestre de este año. El Grand Packard ocupará uno de los edificios más emblemáticos del Paseo del Prado, manteniendo la fachada original en su recuperación. Contará con 321 habitaciones, así como una amplia oferta gastronómica con seis restaurantes y agenda de espectáculos propios.

República Dominicana acapara proyectos

The Grand Reserve at Paradisus Palma Real es la nueva experiencia de lujo para todos los públicos disponible a partir de diciembre que ofrecerá Meliá en Punta Cana. Ubicado en Playa Bávaro, el *resort* todo incluido ofrecerá 288 *suites* de uno o dos dormitorios con superficies entre 70 y 280 metros cuadrados. Contará además con siete restaurantes y bares, incluyendo un Cigar Bar, así como un *spa* de la marca de cosmética española Natura Bissé.

Además, la cadena está transformando el hotel Meliá Caribe Tropical para dividirlo en dos – Meliá Punta Cana Beach Resorts sólo para adultos y Meliá Caribe Beach Resort para familias – y anuncia además la apertura de su primer hotel Innside en Punta Cana en 2020.

El nuevo Bluebay Grand Punta Cana es el tercer hotel de esta cadena en República Dominicana. Cuenta con 156 habitaciones, gimnasio, *spa* y dos piscinas exteriores. Por su parte, el Grupo Excellence, que ya opera hoteles tanto en este destino como en el Caribe mexicano, abrió en junio el nuevo Excellence Oyster Bay, un complejo de 315 *suites* para adultos en Montego Bay.

MARRIOTT CONECTA EL *SMARTPHONE* A LA TELEVISIÓN DE LA HABITACIÓN

Los huéspedes del Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center pueden ahora compartir contenido de su *smartphone* en la pantalla de televisión del hotel, así como conectarse a Internet o acceder a diferentes servicios mediante su teléfono móvil. La instalación de televisores interactivos se une a otras iniciativas de la cadena para mejorar la experiencia del cliente aprovechando los últimos avances tecnológicos.

Nuevas Hotel TV

El establecimiento anunció la instalación de más de 900 Hotel TV interactivas de la gama LG Pro: Centric, con resolución de imagen 4K, sonido Dolby Vision y pantalla ultrafina. En ellas, el cliente tiene a su disposición todos los servicios del hotel, información sobre el destino, juegos, 100 canales en seis idiomas diferentes, Internet y conectividad USB, además de la solución Chromecast implementada por Hoist Group, que permite la difusión en *streaming* de contenido registrado en el teléfono.

El mayor Marriott de Europa es pionero en la introducción de esta nueva tecnología a la que se suman otras: recientemente se incluyó el sistema DirectKey que permite abrir la puerta de la habitación con el teléfono móvil, además de proveer a los huéspedes *Wi-Fi* de alta velocidad y el *smartphone* Handy disponible en la habitación, con Internet gratuito y llamadas ilimitadas, en todas las categorías.

BAHIA PRINCIPE AMPLÍA SU OFERTA *ONLY ADULTS*

El Grupo Piñero anunció la apertura de su primer hotel sólo para adultos bajo su marca Grand Bahia Principe. A partir del 1 de noviembre, el Luxury Bahia Principe Ambar Green de República Dominicana operará como Grand Bahia Principe Aquamarine. Será comercializado como experiencia Escape, el segmento creado por la cadena para identificar su oferta basada principalmente en programas destinados a la relajación y la diversión sin niños.

Ubicado en Punta Cana, el Grand Bahia Principe Aquamarine es un cinco estrellas con 498 habitaciones, cuatro restaurantes, tres bares y discoteca, además de piscina y *spa*. Hasta ahora, la oferta *only adults* se limitaba a algunos hoteles de la marca Luxury Bahia Principe en República Dominicana, México y Jamaica, por lo que ésta será la primera vez que se ofrece en un Grand Bahia Principe.

HYATT ANUNCIA MÁS APERTURAS EN LATAM

El grupo estadounidense continúa creciendo en Latinoamérica y el Caribe y anuncia la apertura de tres hoteles en México y la expansión de su marca Centric en la región. A la reciente inauguración de dos hoteles Hyatt Centric en Perú y Chile le seguirá otro en El Salvador antes de finales de año.

El Hyatt Centric San Isidro Lima es el primer hotel de la marca en Perú y cuenta con 254 habitaciones. En la capital chilena, donde la cadena cuenta ya con otro hotel, se inauguró en mayo el Hyatt Centric Las Condes Santiago con 166 habitaciones. La expansión de la marca para *millennials*, distinguida por ofrecer al huésped una experiencia local, continuará con un nuevo hotel de 130 habitaciones en San Salvador.

Además, en México se abrirán tres propiedades: Hyatt Place Aguascalientes en 2019, Park Hyatt en los Cabos en 2020, y Park Hyatt Ciudad de México en el año 2021.

Breves

MELIÁ ABRE SU SEGUNDO HOTEL EN LIMA

El 1 de agosto abrió sus puertas el TRYP Lima Miraflores , con 140 habitaciones y cuatro espacios para eventos equipados con tecnología audiovisual avanzada, así como un departamento de Meetings & Events. Además, dispone de un centro *fitness* y piscina exterior en su terraza con vistas panorámicas, con servicio de bicicletas eléctricas para recorrer la ciudad.

NOVOTEL REINVENTA EL CONCEPTO DE HOTEL

AccorHotels organizó en el Novotel Madrid Center un evento destinado a transmitir la nueva filosofía de la marca *midscale* del grupo francés. Bajo el lema "Vive todas tus vidas al máximo" se han añadido servicios como el *smartphone* en la habitación que permite a la clientela procedente de Rusia, China, India y Argentina disponer de llamadas ilimitadas durante sus desplazamientos por la ciudad, restaurante abierto 24 horas con la carta completa o clases de yoga al amanecer.

PREFERRED HOTELS & RESORTS CRECE

Entre abril y junio, el mayor grupo de hoteles independientes del mundo incorporó 22 nuevos establecimientos a su portafolio de más de 700 propiedades. Se incluyen desde un *resort* en una isla privada de 14 hectáreas en las Islas Maldivas al 9Hotel Confidentiel en París o los primeros hoteles asociados a la red en Quebec (Canadá), Apulia (Italia) y Málaga (España).

BARCELÓ EXPORTA OCCIDENTAL A DUBÁI

Barceló Hotel Group anunció la introducción de su marca Occidental Hotels & Resorts en Oriente Medio a través del que será su tercer hotel en los Emiratos Árabes y primero de esta marca en Oriente Medio. El Occidental IMPZ Dubai Conference and Events Centre , en el distrito Dubai Production City, será inaugurado en el mes de septiembre y contará con 239 habitaciones.

KEMPINSKI ANUNCIA HOTEL EN DOMINICA

El próximo año será inaugurado el Cabrits Resort & Spa, un complejo de cinco estrellas situado en el parque nacional del mismo nombre ubicado al norte de la isla de Dominica, en las Antillas Menores. Esta zona es conocida por su exuberante naturaleza y las múltiples posibilidades para llevar a cabo programas relacionados con el ecoturismo.

ABRIÓ EN NUEVA YORK EL PRIMER AC BY MARRIOTT

Situado en Manhattan y con categoría cuatro estrellas, el nuevo AC Hotel New York Times Square tiene 290 habitaciones y referencias a los orígenes españoles de la marca tanto en la decoración como en los servicios gastronómicos. AC by Marriott supera con éste los 40 hoteles en varias ciudades de Estados Unidos y pretende sumar otros diez en los próximos tres años.

AMEX Y CWT SE UNEN AL NDC-X DE AMADEUS

American Express Global Business Travel (Amex GBT) y Carlson Wagonlit Travel (CWT) firmaron sendos acuerdos con Amadeus para unirse a su programa NDC (New Distribution Capability)-X. Con ello el proveedor de soluciones tecnológicas intenta desarrollar su solución NDC y difundir su adopción en la industria.

En el caso de Amex GBT, el acuerdo servirá para familiarizarse e implementar el nuevo flujo "buscar, pedir, pagar" del sistema NDC, incluyendo funcionalidades de este servicio disponibles en 2019. La agencia tendrá acceso al contenido NDC, además de la actual gama de productos de Amadeus.

CWT trabajará con Amadeus para conectar aerolíneas y proveedores que utilicen el estándar NDC, ofreciendo de este modo más opciones y mejoras en la experiencia del viajero.

PCMA ENSEÑA A COMUNICAR EN CRISIS

PCMA (Asociación de Profesionales en la Organización de Convenciones, por sus siglas en inglés) ofrece a los organizadores de eventos una guía que cubre 15 puntos clave para ayudar a todos los involucrados en la organización de eventos a la hora de evitar el impacto negativo de una mala comunicación: saber transmitir mensajes constructivos en situaciones de estrés o de crisis anula el posible impacto que una mala gestión pueda tener en la reputación de la empresa o marca.

Destaca la importancia de que todos los departamentos planteen posibles escenarios en favor de una mejor planificación. Las acciones recomendadas se dividen en preparación constante previa a cualquier incidente; cómo actuar durante la crisis, incluyendo quién debe hacer qué, y la recuperación posterior incluyendo la reconstrucción de la reputación.

Entrevista

Shane Hannam

Portfolio Director de IBTM

"La tecnología será la protagonista de la próxima edición de IBTM World"

¿Qué novedades habrá en IBTM World 2018?

El tema central este año es la tecnología y cómo ésta puede mejorar cualquier aspecto en la producción de eventos, desde el fomento de la creatividad o el análisis de tendencias a la mejora de las conexiones. Nuestros clientes encontrarán tecnología en todos los elementos del salón, con muchas oportunidades de interactuar con productos y servicios innovadores. También hemos extendido el Knowledge Programme con ponentes destacados como Duncan Wardle, uno de los cerebros de la compañía Walt Disney que hablará de innovación, tecnología y creatividad. El programa de 54 sesiones cubre además otros siete temas destinados a inspirar y educar a los asistentes: tendencias del sector, seguridad, sostenibilidad y RSC (Responsabilidad Social Corporativa, desarrollo profesional, estrategia y marketing.

¿Qué pueden esperar los compradores este año?

Cada uno de ellos disfrutará de una agenda de citas de negocios individuales pre-concertadas, acceso a nuestros eventos de *networking*, la oportunidad de explorar e interactuar con innovadoras tecnologías, productos y soluciones que pueden marcar la diferencia para ellos y asistir a sesiones educativas. Este año, además, hay nuevos expositores como Turismo de Nueva Zelanda, PLUS DMC Group, el grupo hotelero Standard International Management y la empresa tecnológica Codemodeon.

¿Qué tendencias percibe y cómo serán tratadas en IBTM World?

Tecnología, innovación, seguridad, influencia de los *millennials* en las reuniones, salud y bienestar y creatividad son temas clave tanto para el propio desarrollo personal como el de la industria en general. Por eso estarán presentes en todos los aspectos del salón, desde el Knowledge Programme a los expositores e instalaciones con los que se podrá interactuar, además de en la tecnología y soluciones utilizadas para el evento en sí. En IBTM World nuestros clientes tendrán todo lo que necesitan bajo un mismo techo para entender cómo han evolucionado y continuarán evolucionando estas tendencias.

CWT OFRECE MECANIZAR LA CONSOLIDACIÓN DE GASTOS Y LA COMPARACIÓN DE PRECIOS

CWT presentó una nueva herramienta analítica que recopila todos los costes incurridos en los desplazamientos corporativos en una misma plataforma. CWT Travel Consolidator permite según la red de agencias una gestión más eficaz, ahorrando tiempo a los gestores y hasta un 7 % en los gastos de viaje a sus clientes.

Esta plataforma basada en la *web* combina las transacciones hoteleras y las de transporte aéreo y terrestre reservadas a través de la empresa gestora del viaje con los datos derivados de tarjetas de pago, gastos varios y sistemas de recursos humanos. Una vez localizados los vincula al viaje en el que se produjeron. Así, pone de manifiesto costes ocultos y los incurridos fuera de los canales oficiales, por ejemplo con tarjetas personales, lo que permite identificar oportunidades de ahorro, mejorar el cumplimiento de la política de viajes y aumentar el poder de negociación con los proveedores.

Falta de datos

Una encuesta reciente patrocinada por CWT y realizada por la Fundación GBTA (Asociación Global de Viajes de Negocios, por sus siglas en inglés) reveló que el 64 % de los *travel managers* considera no disponer de datos suficientes para calcular el coste total de un desplazamiento. Además, el 73 % de los encuestados afirmó tener dificultades para cotejar las diferencias en los informes debido al formato de los datos, mientras que el 58 % concluyó tener que dedicar demasiado tiempo a la tarea de comparar y corregir datos.

Control de precios

CWT también está introduciendo en todo el mundo su herramienta Price Tracking tras el periodo de prueba que generó ahorros de hasta un 2 % en el gasto total en viajes de sus empresas cliente. Esta tecnología supervisa de manera continua los precios de vuelos y habitaciones de hotel, cotejándolos con las reservas existentes. Cuando identifica una tarifa más barata, CWT cancela la reserva afectada y vuelve a contratarla por menos dinero, ofreciendo a los clientes las mejores ofertas posibles. El proceso está automatizado y funciona en un segundo plano 24 horas al día y siete días a la semana, consiguiendo en consecuencia ahorros diarios.

Según CWT, las pruebas iniciales en EE.UU. han tenido mucho éxito y las posibilidades de ahorro en el resto del mundo son aún mayores dada la fragmentación de las ofertas en Latinoamérica, Europa y Asia-Pacífico.

Hasta ahora, los asesores de CWT modificaban manualmente la reserva de aproximadamente uno de cada veinte itinerarios, con el mismo vuelo u hotel a una tarifa más baja. La automatización completa del proceso mejorará esta tasa.

EL "ESTA" EUROPEO SERÁ REALIDAD EN 2021

El European Travel Information and Authorisation System, equivalente al ESTA (Electronic System for Travel Authorization, por sus siglas en inglés) estadounidense, será realidad en 2021. Inspirado en el programa norteamericano, tiene como objetivo controlar de manera más exhaustiva la circulación de personas a través del Espacio Schengen, establecido por 26 países integrantes de la Unión Europea incluyendo a Islandia, Noruega y Suiza (no miembros de la UE).

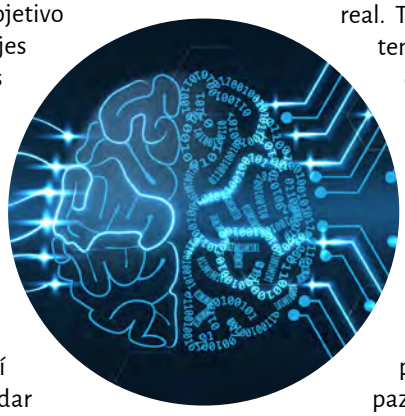
Con una duración de tres años, costará siete euros con gratuidad para los menores y las personas mayores de 70 años.

Los ciudadanos, procedentes de los 60 países que participan en el programa y que actualmente no necesitan visado de entrada a Europa para estancias inferiores a 90 días, pueden ser considerados de riesgo para la seguridad de alguno de los países firmantes del "ESTA europeo". En ese caso podrá ser denegado el permiso para viajar antes del desplazamiento y, en caso de que se realice el viaje, el afectado puede ver impedido su acceso al territorio de la UE una vez en destino.

La ley comunitaria prevé además que cada país priorice sus propios criterios a la hora de aceptar la entrada de un viajero con permiso aceptado.

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PUEDE GESTIONAR LOS GASTOS EN VIAJES

IBM Travel Manager es la plataforma de inteligencia artificial creada por la empresa de tecnología informática IBM en asociación con Travelport, con el objetivo de ayudar a gestionar los gastos de los viajes de negocios. La nueva solución utiliza las capacidades de IBM Watson para rastrear, administrar, predecir y analizar los costes en un único sitio, permitiendo a los *travel managers* optimizar sus presupuestos.



La plataforma proporciona computación cognitiva y análisis predictivo usando escenarios del tipo "qué pasaría si...", así como datos de los costes y viajes para ayudar a las empresas a controlar sus gastos y mejorar al mismo tiempo la experiencia del viajero. Además, IBM Travel Manager ofrece a los usuarios acceso a información almacenada previamente que, junto con los datos del GDS de Travelport, permite hacer predicciones en tiempo real. También recomienda ajustes que puedan tener un impacto positivo en el presupuesto de la compañía.

Capacidad de análisis

El panel interactivo e intuitivo de IBM Travel Manager ofrece una visión completa del gasto en viajes. La plataforma tiene también la capacidad de crear alertas y notificaciones, así como hacer un análisis de las tendencias de gastos predecibles y predefinidos. También es capaz de analizar textos y extraer conclusiones relacionadas con los datos analizados. Se trata de un producto disponible tanto a través de IBM como de Travelport.

CLIENTES INFORMADOS POR WHATSAPP BUSINESS

Meliá Hotels International se convierte en una de las primeras grandes empresas a nivel mundial en adoptar el servicio de comunicación WhatsApp Business. En una primera fase, el servicio de notificaciones se utilizará para proporcionar información útil a los clientes sobre sus reservas – con previo consentimiento del usuario – tal como el número de confirmación, ubicación del hotel y teléfono de contacto.

Etihad comunica en Abu Dabi

Etihad Airways presentó su nuevo servicio Whatsapp Business para comunicarse de manera instantánea con sus clientes *premium* cuando estén en el Aeropuerto Internacional de Abu Dabi. Los pasajeros pueden conversar o consultar cualquier duda sobre su vuelo con los agentes de la aerolínea por medio de la aplicación de mensajería.

Durante la fase de prueba, el número de WhatsApp se puede ver en la zona de *check in* prioritario. En el futuro, los clientes recibirán mensajes, recordatorios de vuelos... esta solución se suma a otros canales como Twitter y Facebook.

EL *CHECK IN* SE HARÁ A TRAVÉS DE LA CARA

Marriott International pondrá a prueba el uso de la tecnología de reconocimiento facial para agilizar el proceso de *check in* en dos de sus hoteles en China, como parte de su alianza con la plataforma comercial *online* Alibaba. La cadena espera poder extender este servicio a toda su cartera en el país asiático, así como en el resto del mundo en el futuro.

Los huéspedes del Hangzhou Marriott Hotel Qianjiang y Sanya Marriott Hotel Dadonghai Bay sólo tendrán que escanear su documento de identidad, hacerse una foto e ingresar sus datos en la terminal destinada a este servicio.

El uso de inteligencia artificial permite verificar la información de forma instantánea y el cliente recibe en el momento de la aprobación del registro la llave de su habitación: todo ello en un procedimiento que dura menos de un minuto. El proceso habitual de *check in* dura un promedio de tres minutos, tiempo muy superior en periodos de alta afluencia, con la consiguiente frustración de los clientes.

EL TURISMO DE NEGOCIOS DESPUNTA EN 2018...

GBTA (Global Business Travel Association, por sus siglas en inglés) predice que el turismo corporativo crecerá un 7,1 % en 2018, siendo el mayor incremento desde la crisis que se comenzó a sentir en 2010. Esta previsión confirma la recuperación de un sector que generó a nivel mundial 1,33 billones de dólares (1,17 billones de euros) en 2017, un 5,8 % más que el año anterior. Se espera que esa cifra aumente hasta los 1,7 billones de dólares (1,48 billones de euros) en 2022.

Una recuperación amenazada

A pesar del optimismo generado por la mejora de la economía en la mayoría de los mercados, GBTA apunta que factores como el creciente proteccionismo, las guerras comerciales y las subidas en los tipos de interés podrían afectar a la recuperación.

En Europa, donde España registra el mayor crecimiento (6,3 %) en 2017, seguida de Alemania (5,6 %) y Francia (3,9 %), el Brexit es motivo de incertidumbre y se teme que el descenso en el Reino Unido (-0,7 % en 2017) puede afectar a la previsión general en el continente.

China es el mercado con el más crecimiento en 2017, con un incremento del 9 % y un volumen total de gasto en viajes de negocios de más de 300.000 millones de euros. Éste y otros mercados previamente considerados como emergentes, como India e Indonesia, donde se espera un crecimiento del 11,3 % y 8,7 % respectivamente este año, podrían incluso llegar a superar a países como Estados Unidos, Reino Unido, Alemania o Canadá en 2035.

... Y LOS PRECIOS AUMENTARÁN EN 2019

La subida del precio de los billetes de avión, así como de otros medios de transporte y del alojamiento hotelero, encarecerá los viajes de negocios hasta un 4% en 2019, según la previsión de la Fundación GBTA y Carlson Wagonlit Travel. Los *travel managers* necesitarán aplicar flexibilidad en sus programas para adaptarse a cambios en la situación de muchos proveedores y un contexto geopolítico incierto en muchos mercados.

Subidas de hasta el 7,1 %

Los vuelos se encarecerán un 3,5 % de media a nivel global, llegando a alcanzar hasta un 7,1 % en algunos países europeos. Esto se debe principalmente a la subida de precio del carburante. En Latinoamérica, donde se espera que el número de vuelos aumente un 20 % en 2019, los precios se mantendrán más estables. Otra consecuencia de los cambios en la oferta es que, con la creciente segmentación de las tarifas básicas, será aún más complicada la elaboración de presupuestos.

Los precios del transporte por tierra registrarán un discreto incremento del 0,6 % a nivel global en 2019, pero se espera que pueda alcanzar el 5,5 % en 2020 por la adquisición de nuevos vehículos y la ampliación de flotas. Empresas de transporte compartido como Uber o Lyft experimentarán un crecimiento que puede superar el 10 % cuando finalice 2018, pero que será nulo en 2019 por el endurecimiento de la regulación y las prohibiciones gubernamentales.

Las tarifas de hotel subirán más en Europa (entre el 6,3 % en los países occidentales y el 6,6 % en la Europa del Este) que en otras regiones del mundo, con un incremento medio global del 3,7 %. De hecho, en Latinoamérica los precios bajarán un 1,2 % de media, con el mayor descenso esperado en Brasil, Perú y Chile. El estudio destaca el desarrollo de las habitaciones inteligentes y el impacto de las fusiones del año pasado en las previsiones de precios.

Un 2018 de bajada en los hoteles

Según el Hotel Price Radar de HRS, este año, en la mayoría de las ciudades europeas los precios se están manteniendo estables en comparación con el año anterior. Las ciudades más caras de Europa son Copenhague, Londres (ambas con una media de 179 euros por noche) y Ámsterdam (178 euros).

A nivel mundial, los precios en Nueva York son los más altos (251 euros por habitación) aunque descienden un 7,7 %. Otras ciudades como Río de Janeiro (-28,6 %), México D.F (-21,4 %), Ciudad del Cabo (-18 %), Sídney (-13,9 %) y Washington (-13 %) también están reduciendo sus precios de forma significativa.

En España, y rompiendo con la tendencia al alza de los últimos años, los precios bajaron un 2 % en el segundo trimestre de este año. Barcelona (129 euros) y Madrid (113 euros) continúan siendo las urbes más caras a pesar de experimentar descensos.

LOS *MILLENNIALS* VAN IMPONIENDO SU VISIÓN

La sostenibilidad en los eventos es el elemento más valorado por los *millennials*, según un estudio de Deloitte difundido por MCI Group. El 76 % de los nacidos entre los años 80 y principios de los 90 del siglo pasado creen que su negocio debe tener un impacto social positivo.

La encuesta destaca que para estos profesionales es importante trabajar en empresas que operen bajo criterios de sostenibilidad. Uno de cada diez abandonaría su empleo si esto no se cumpliera. También buscan productos y servicios sostenibles y por eso el uso de herramientas y tácticas digitales de una manera eficaz resulta atractivo para ellos.

Según MCI Group, estas conclusiones se aplican igualmente a la organización de eventos. El *meeting planner* debe apuntar al reciclaje, al ahorro en la provisión de comida y bebida, al uso de materiales reutilizables o de energía cinética para cargar los móviles como algunas de las técnicas ofrecidas para hacer los eventos más sostenibles.

Eventos más emotivos

Las ferias y eventos deben convertirse en experiencias más emotivas e interactivas para atraer a la generación de los *millenials*, según un estudio llevado a cabo por la Universidad EBS de Estudios Empresariales y Derecho de Alemania, y Messe Frankfurt, organizadora de salones como IMEX. El reto para la industria es crear una oferta atractiva para un público habituado al mundo digital.

Apps de *networking* ante la timidez

Según el estudio, siguen valorando la interacción personal y el acceso a nuevos contactos es un factor clave para asistir a ferias comerciales. Así lo confirma la cuarta parte de los encuestados. Si bien casi la mitad declaró sentirse inhibido a la hora de acercarse a desconocidos, es cada vez más frecuente el uso de *apps* de *networking* como primer paso para facilitar ese contacto.

Las ferias deben incluir elementos novedosos como *speakers* reconocidos o el uso de realidad virtual y aumentada. Se trata de que se muestren como experiencias que visitantes y expositores no deberían perderse (el sentimiento que los especialistas denominan FOMO, o "temor a perdérselo", por sus siglas en inglés), diseñando propuestas de manera que todos sientan el interés por formar parte de una comunidad, tanto antes como durante y después del evento.

LOS *TRAVEL MANAGERS* APUESTAN POR EL *CONTINUOUS SOURCING*

Más de la mitad (51 %) de los gestores de viajes obtuvo ahorros gracias a cambios en su estrategia de negociación y compras en los últimos tres años, según una encuesta global realizada por ACTE (Asociación de Ejecutivos de Viajes Corporativos, por sus siglas en inglés) y la plataforma de reservas HRS. La fragmentación, el incremento de los precios, la falta de transparencia en los datos y la cantidad de tiempo y mano de obra involucrados en el proceso de *sourcing* de hoteles son los factores que les conducen a buscar nuevas soluciones.

Un pequeño pero creciente número de gestores (11 %) optó por el proceso de *continuous sourcing*, a través del cual redefinen su estrategia de compras auditando las tarifas y las necesidades del programa de hotel durante todo el año, no sólo una vez como se venía haciendo en la mayoría de los casos.

Según el estudio, la implementación de este proceso genera ahorro, aumento en la flexibilidad (en el 52 % de los casos), mejoras en la satisfacción del viajero (64 %) y reducción de la carga de trabajo (20 %).

Las empresas americanas (del Norte y del Sur) son las que más apuestan por el *continuous sourcing* (17 %), mientras que en la región EMEA sólo el 7 % lo hace. La falta de conocimiento parece ser la barrera más importante para la adopción, ya que el 42 % de los ejecutivos de viajes confiesa no estar familiarizado con este proceso. Cerca de un tercio (31 %) cita la falta de tiempo o de recursos.

CVENT PRESENTÓ SU *RANKING* DE DESTINOS MICE

El proveedor de tecnología presentó el listado de los que fueron los destinos más populares para la celebración de reuniones y eventos durante 2017. Barcelona y Madrid se encuentran en el *top* 10 europeo, mientras que los destinos mexicanos dominan el *ranking* latinoamericano.

Por cuarto año consecutivo, Londres se consolida como la primera ciudad europea en albergar operaciones MICE, seguida de Barcelona, Berlín, Ámsterdam y Madrid. Alemania destaca con seis destinos de los 25 más populares en Europa.

Dominio de México

En la región del Caribe y Latinoamérica, el primer lugar lo ocupa Cancún. Le siguen Nassau (Bahamas), Playa del Carmen (México), Punta Cana (República Dominicana) y San Juan (Puerto Rico). Entre los 25 destinos más demandados también figura San José del Cabo (en sexta posición); Riviera Maya (9); Los Cabos (10); Ciudad de México (14); Cabo San Lucas (17); Puerto Vallarta (20) y Puerto Morelos (23). Esto certifica el gran interés por México en este sector aunque hay que tener en cuenta que la mayor parte de las empresas clientes de Cvent son norteamericanas.

El estudio se basa en el análisis de más de 715.000 eventos realizados en todo el mundo y reservados el año pasado a través de la red de proveedores que aglutina Cvent. El valor estimado global teniendo en cuenta los presupuestos cerrados alcanzó los 14,7 billones de dólares.

Entrevista

Frank Murangwa

Director de Marketing de Rwanda Convention Bureau

“Somos uno de los pocos destinos donde observar gorilas y el más seguro de África”

¿Qué importancia tiene el sector MICE para Ruanda?

Está creciendo y es cada vez más importante para nuestra economía, como parte de la industria del turismo, que es nuestra fuente principal de ingresos. Hemos creado un ambiente de confianza para animar a los *meeting planners* a organizar sus eventos en Ruanda, ahora considerado el país más seguro de África. El gobierno ha invertido en las infraestructuras necesarias para este sector, como por ejemplo el Centro de Congresos de Kigali, y además contamos con hoteles con espacios dedicados como el Marriott de la capital. Además, las conexiones de RwandAir con más de 26 destinos en África y el resto del mundo facilitan el acceso. Y, lo más importante, fuimos el primer país en simplificar la política de visados, que ahora los delegados pueden tramitar fácilmente a su llegada al país.

¿Por qué recomienda elegir Ruanda?

La principal razón es que ofrecemos un entorno seguro para la celebración de congresos, con la mejor infraestructura conforme a los estándares internacionales. Además, nuestra posición en el centro de África es ideal para eventos con participantes del resto del continente. Para incentivos ofrecemos un producto único, que son los encuentros con gorilas, algo que sólo es posible en pocos países. En Ruanda tenemos el mayor número de estos animales y se pueden observar en cualquier época del año. También se han abierto nuevos *lodges* de lujo para los viajeros, que se pueden combinar con una experiencia cultural visitando a comunidades locales o con actividades en lagos. Además de safaris para vivir la experiencia de la sabana en el Parque Nacional Akagera, el oeste del país ofrece oportunidades para hacer *trekking* en busca de chimpancés, tirolina o admirar nuestras orquídeas.

¿Qué novedades hay de cara al sector MICE?

A principios de este año abrió el Intare Conference Arena, que complementa la oferta del Kigali Convention Centre. One & Only Resorts abrirá dos *lodges* de lujo ideales para los grupos que vengan a ver nuestros gorilas. Por su parte, Sheraton está construyendo un nuevo hotel cuya apertura está prevista para 2023.

LA ISLA DE PASCUA REDUCE LAS VISITAS

Desde el 1 de agosto, los viajeros con destino a la chilena Isla de Pascua deben presentar un billete de ida y vuelta y la reserva de alojamiento que demuestren una permanencia inferior a 30 días. También deben completar un formulario de ingreso antes de partir hacia el destino. Las nuevas medidas fueron introducidas por las autoridades chilenas para limitar los daños al medioambiente y el importante patrimonio de la isla causados por el exceso de visitantes.

El parque nacional Rapa Nui, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, se ha convertido en un destino cada vez más popular que figura en muchos programas de incentivo.

INTERNATIONAL SOS ALERTA DE LOS RIESGOS

La compañía aseguradora ha creado una plataforma digital que permite consultar el nivel de seguridad global, de calidad en el tratamiento médico o el estado de las carreteras de cualquier destino del mundo. Según esta nueva herramienta, los países europeos ofrecen un alto nivel de seguridad en todos los aspectos. Los destinos menos seguros a nivel general incluyen países africanos y de Oriente Medio como Libia, Siria, Yemen o Somalia. El riesgo también se considera alto en algunas zonas de México, Colombia y Venezuela.

En Argentina y Brasil puede haber riesgos variables de rápida evolución, como los relacionados con la epidemia de zika. En cuanto a la seguridad vial, Brasil, Paraguay, Bolivia, Guatemala, Ecuador y la República Dominicana se encuentran entre los países que mayor riesgo incluyen en el uso de sus carreteras.

Sol
beach house

MELIÃ PRO
THE CONFIDENCE OF PARTNERSHIP

MELIÁ PRO CORPORATE
TARIFAS EXCLUSIVAS PARA
VIAJES DE NEGOCIOS O VACACIONES

MELIÁ PRO AGENTS
RESERVA DIRECTAMENTE
A PRECIOS NETOS

MELIÁ PRO MEETINGS & EVENTS
EL PRIMER PASO HACIA
EL EVENTO PERFECTO

MELIÁ PRO WHOLESALERS
RESERVA ONLINE
EL HOTEL CONTRATADO

NUESTRA HERRAMIENTA PARA UNA GESTIÓN PROFESIONAL, FLEXIBLE
Y RENTABLE DE TODAS LAS RESERVAS, LAS TUYAS Y LAS DE TUS CLIENTES

901 24 44 44 · meliapro.com

RGDP: ¿OPORTUNIDAD O PESADILLA?

Por **Cristina Cunchillos**

El nuevo Reglamento General de Protección de Datos (RGDP o GDPR por sus siglas en inglés) entró en vigor el pasado 25 de mayo en todos los países de la Unión Europea, regulando la forma en que las empresas recogen, almacenan y utilizan la información personal de sus clientes o usuarios. Aunque se trate de una ley europea, su impacto es global ya que afecta a cualquier empresa que ofrezca sus productos o servicios en esta región o recoja datos de clientes europeos.

Busca proteger la privacidad de las personas y fomentar la total transparencia en la gestión de los datos. Las empresas deben asumir total responsabilidad sobre los datos que poseen, respondiendo igualmente por el uso que hagan de los mismos sus proveedores o cualquier miembro de su plantilla.

Evitar abusos

Su implementación ayuda a evitar abusos, siendo el más común el que se refiere al uso indiscriminado de datos con el objetivo de someter a los consumidores a un bombardeo constante de *mailings* y promociones que nunca solicitaron. La aceptación por parte del destinatario del contenido recibido, ahora obligatoria, no solamente afecta a las áreas de marketing o comunicación sino a cualquier sector que maneje datos.

Los organizadores de eventos siempre han dedicado grandes esfuerzos a la recopilación de datos relacionados con los asistentes, algo esencial para medir el éxito de la operación y el retorno en la inversión de cara a sus clientes. Por eso se extendió, de la mano de las nuevas tecnologías, el uso de herramientas de análisis del *big data* como Mitool de American Express GBT, que facilitan la gestión de esa información y su aplicación en el diseño de programas.

> Aunque se trate de una ley europea su impacto es global ya que afecta a los datos de todos los europeos

Para aquéllos que no apliquen la nueva ley, las consecuencias pueden ser graves. De entrada, la empresa sufrirá multas que pueden alcanzar hasta el 4% de sus ingresos globales hasta un máximo de 20 millones de euros. Pero un riesgo aún mayor es la pérdida de confianza de sus clientes y el daño a la reputación, que puede ser irrecuperable.

GDPR como oportunidad

El cumplimiento del GDPR demuestra la profesionalidad de la empresa y el respeto por las personas con las que trata de una u otra manera. Según la plataforma de gestión de eventos Cvent, ofrece además una oportunidad para reforzar las relaciones con los asistentes a los eventos gracias a la mayor transparencia y confianza que se instala entre las diferentes partes.

1. ¿Cómo ha afectado la nueva normativa a su trabajo?
2. ¿Cómo tratan los datos de sus clientes y qué les reporta ese análisis?
3. ¿Qué impacto tiene la mejor gestión y análisis de los datos en la industria?

Paz Martos

Directora de Carlson Wagonlit (CWT) Meetings & Events (España)

"Llevábamos tiempo preparándonos y no hemos notado mucho el cambio"

1. CWT llevaba tiempo preparándose para la nueva regulación europea sobre protección de datos tratando con las partes interesadas y actualizando su programa de privacidad global. Dicha regulación exige más a las empresas, especialmente en cuanto al rendimiento de cuentas y la mejora de los derechos de las personas. Pero nuestro programa de privacidad sólo ha necesitado pequeños ajustes, pues los fundamentos siguen siendo los mismos: equidad, transparencia, precisión, seguridad, minimización y respeto de los derechos personales. Como las actualizaciones precisas han sido realizadas por los departamentos correspondientes, no hemos notado mucho cambio en el día a día.

2. Estamos en pleno proceso de implementación de una nueva herramienta que nos permita unificar y almacenar en un único lugar todos datos que tenemos, para analizarlos de la forma más exhaustiva posible, teniendo en cuenta el volumen de los mismos y las limitaciones técnicas y legales existentes. Mediante estos estudios podemos valorar de forma científica todos los aspectos de nuestros servicios, como su nivel de aceptación y uso, además de entender qué aspectos son más importantes.

3. El análisis de datos es cada vez más exacto y automatizado y como tal va a tener gran impacto en todas las industrias. La de los eventos y reuniones no será una excepción sino todo lo contrario. Sin este análisis es imposible saber lo que estamos haciendo bien y mal ya que no tendríamos un *feedback* preciso por parte de los usuarios. Haciendo uso de cierta información que los asistentes a nuestros eventos nos proporcionan, y respetando siempre la legalidad a la hora de tratar dicha información, podemos ajustar nuestros servicios para así ofrecer eventos diferenciados que se ajusten realmente a las necesidades de cada uno de nuestros clientes.

LA VOZ DEL ORGANIZADOR EUROPEO

1. **¿Cómo ha afectado la nueva normativa a su trabajo?**
2. **¿Cómo tratan los datos de sus clientes y qué les reporta ese análisis?**
3. **¿Qué impacto tiene la mejor gestión y análisis de los datos en la industria?**

Harriette Wilmoth

Gerente de Marketing de Banks Sadler (Reino Unido)

"La nueva regulación es una gran oportunidad: nuestros datos están limpios"

1. Antes de la entrada en vigor del GDPR ciertamente fueron necesarios muchos procesos para asegurarnos de que cumplíamos con la normativa. Requirieron tiempo y recursos en el equipo de marketing. Pero ahora que esos procesos están instalados, vemos que la nueva regulación es una oportunidad excelente: nuestros datos están limpios y podemos tener más confianza en nuestra posición al tratar con clientes existentes o potenciales. La regulación significa también que en el departamento de marketing debemos asegurarnos continuamente de que el contenido que ofrecemos es de alta calidad y lo suficientemente atractivo para que haya más *opt-in*, lo cual nos ayuda a elevar el listón en el trabajo que producimos.

2. Trabajamos muy de cerca con nuestros clientes en el análisis de los datos de sus eventos, ya que creemos que es una parte integral para proporcionar eventos de éxito. Nuestra *app* Go Engage nos proporciona una gran variedad de datos relacionados con la participación de los asistentes, interacciones en ciertos *stands* a preguntas realizadas o encuestas posteriores al evento. Estas capas de datos se recogen y se analizan para poder evaluar el Retorno en los Objetivos (ROO) y ver dónde podemos ayudar a nuestros clientes con mejoras en futuros eventos.

3. El mejor análisis de los datos es fundamental para la continua evolución de la industria. Como organizadores tenemos una gran cantidad de datos en nuestras manos a lo largo del ciclo del evento y, teniendo en cuenta las normas de privacidad, podemos aprovechar esta información para ofrecer experiencias más personalizadas a los delegados. Vivimos en un mundo en el que los asistentes tienen mayores expectativas por los continuos avances de la tecnología. Cada uno tiene requisitos personales y emocionales distintos y vemos una necesidad mayor de ofrecer experiencias más individuales y personalizadas en las distintas operaciones, lo cual depende de una mejor gestión de los datos. Si queremos seguir ofreciendo valor a nuestros clientes, los datos nos ayudarán a responder mejor a sus necesidades.

Jana Bylitza

Gerente de Proyectos de Interplan (Alemania)

"Los delegados alemanes son más suspicaces sobre sus datos"

1. Para nosotros, los cambios han sido mínimos ya que la protección de datos siempre ha sido importante en Interplan. Dentro de la Unión Europea (UE), el GDPR ha globalizado la concienciación sobre la protección de datos ya que afecta también a empresas que antes no le prestaban mucha atención. Fuera de la UE, para algunas compañías es más difícil entender por qué tenemos reglas tan estrictas sobre la protección de datos. Por ejemplo, algunas compañías nos preguntan si pueden comprar los datos de los delegados asistentes al evento, algo normal fuera del entorno de la UE. No obstante, la nueva regulación tiene también un efecto positivo en nuestro trabajo: ponemos más esfuerzo en filtrar los datos de los que disponemos para usar las direcciones con fines de marketing. Tenemos que asegurarnos de que esos datos fueron recogidos de forma legítima para poder usarlos. Por otro lado, esta "limpieza" de los datos mejora su calidad, tanto para nosotros como para nuestros clientes.

2. En Interplan analizamos los datos de los delegados de forma anónima. Después de un congreso, nuestros clientes obtienen estadísticas de los asistentes según los siguientes parámetros: nacionalidad, distrito postal de residencia, género y clasificación según su profesión. Además, para fines de marketing, reciben el historial de registro pero igualmente todos los datos son anónimos.

3. Parece que se hará más relevante en el futuro. La tendencia es a buscar nuevas formas de recolección de datos para obtener más información sobre los asistentes. Ésta es un área de particular interés para nuestros socios en el sector. Además, creemos que la gestión de datos y su recolección es más relevante para nuestros clientes internacionales. Nuestra impresión es que, por ejemplo, los delegados alemanes son más suspicaces sobre sus datos, mientras que los internacionales son más abiertos e interactúan más.

Francesc Poyato

Director Comercial de Top Congress (España)

"El análisis de datos nos guía hacia una propuesta cada vez más personalizada"

1. La nueva normativa ha supuesto una fase más en una secuencia de aprendizaje continuo y, simplemente, nos hemos adaptado. No obstante, he de añadir que nuestra empresa ya seguía muchos de los preceptos de la nueva ley desde hace bastante tiempo por responsabilidad corporativa y por sentido común.

2. Los datos de nuestros clientes son totalmente confidenciales, custodiados y tratados con total responsabilidad. Sí que damos gran importancia, bajo un análisis cuantitativo totalmente anónimo, a la tabulación de datos surgidos de encuestas a partir de los eventos que organizamos, lo que nos permite cuantificar y valorar algunos aspectos de nuestro trabajo. Por otro lado, las entrevistas personales con nuestros clientes son las herramientas que nos permiten profundizar en aspectos cualitativos. La suma de ambos análisis – cuantitativo y cualitativo – nos ayuda a medir el grado de satisfacción de nuestros clientes y nos permite hacer las cosas un poco mejor en cada nueva ocasión.

3. La recogida y posterior análisis de datos en los eventos, siempre que se traten de una forma profesional, redundan en un desarrollo cada vez más sofisticado de los servicios ofrecidos a los clientes. Participar en un congreso ya no es simplemente tomar un avión, un taxi y alojarse en un hotel para acudir posteriormente a unas sesiones de trabajo. En la industria, y en relación muy directa al desarrollo y accesibilidad a las nuevas tecnologías, los profesionales de congresos estamos incluyendo nuevas variantes como la transmisión *online* de ponencias, análisis y debates en tiempo real con participantes de varios países de forma simultánea... El análisis de los datos nos guía hacia una propuesta cada vez más personalizada que satisfaga las nuevas tendencias y necesidades de nuestros clientes.

LA VOZ DEL ORGANIZADOR LATINOAMERICANO

1. ¿Cree que sería beneficioso contar con una regulación más estricta de protección de datos, como el RGDP en Europa?
2. ¿Cómo tratan ustedes los datos de sus clientes y qué les reporta ese análisis?
3. ¿Qué impacto tiene la mejor gestión y análisis de los datos en la industria?

Gastón Ciganda

Gerente de Grupo Elis (Uruguay)

"Ante todo, los datos que recolectamos son de nuestro cliente y no nuestros"

1. En la región en que trabajamos no estamos muy familiarizados con la normativa del RGDP. Creo que sí que es importante contar con normas de protección de datos en actividades como la nuestra en la que el tráfico de información es intenso. En ese sentido, Uruguay es pionero en América Latina a nivel de regulación en esta materia.

2. Ante todo, y como norma, los datos que recolectamos son de nuestro cliente y no nuestros, y una vez finalizado el evento toda esa información les es transmitida. El tipo de análisis que hacemos de los datos depende de las necesidades de cada evento, a veces tiene que ver con el perfil de los participantes, otras con el cruce entre el perfil y qué actividades eligieron, en algunos casos hay un análisis previo al evento si vemos que alguna meta no se está cumpliendo y en otros es sólo posterior... no es algo fijo sino que varía de evento a evento. Muchas veces nosotros introducimos alguna variable de análisis que el cliente no había tenido en cuenta hasta el momento. Hay información que obtenemos que es de interés para el cliente y se consigue a petición suya, y otra que realizamos nosotros a modo de conclusiones y elaborar recomendaciones, generalmente sin que el cliente lo pida.

3. Está cada vez más claro que el análisis de datos es fundamental para comprender la evolución de las tendencias y ofrecer experiencias adecuadas. Debemos interpretar la información que los participantes nos dejan, en la mayoría de los casos de manera inconsciente, y generar a partir de eso una experiencia a la altura de las expectativas de cada uno.

Francia Castañeda

Analista de Congresos de BTC (México)

"¿Se leen los avisos de privacidad o sólo se selecciona el "*Sí, estoy de acuerdo*"?"

1. Va más allá de un beneficio: incorporar un sistema que sea más escrupuloso con el manejo y la privacidad de los datos es una obligación que hoy en día tienen las empresas, incluyendo a los Professional Congress Organisers (PCO) o *meeting planners*. Con el Reglamento General de Protección de Datos, los ciudadanos de la Unión han cruzado la línea, pasando de "la importancia del adecuado manejo de la información" a "la necesidad de asegurar su protección y privacidad". En el caso de México, además de integrar una regulación más estricta se requiere fomentar una cultura en la que los usuarios exijan a las empresas la gestión adecuada de sus datos, ya que sólo de esa forma obligaremos a las empresas a generar un compromiso al respecto. Seamos sinceros: ¿se leen los avisos de privacidad o sólo se selecciona la opción de "Sí, estoy de acuerdo"?

2. Actualmente tenemos el objetivo de mejorar nuestras políticas de privacidad y cumplir con esta reciente regulación en beneficio de todos nuestros usuarios, sin importar la parte del mundo a la que pertenezcan. Queremos responder a la confianza que los titulares tienen en nosotros al proporcionarnos su información personal, lo que contribuye a nuestra imagen como empresa responsable y comprometida con sus clientes y favorece nuestra reputación, haciéndonos más competitivos en el mercado.

3. La información es poder; sin embargo, hoy en día con el acceso que tenemos a ella de una forma tan fácil y rápida, el verdadero poder radica en saber usar dicha información.

Cambia tu concepto de reunión
Gijón y punto
Gijón
Convention Bureau
BIOSPHERE
RESPONSIBLE
TOURISM
www.gijoncongresos.com

La magia de lo auténtico

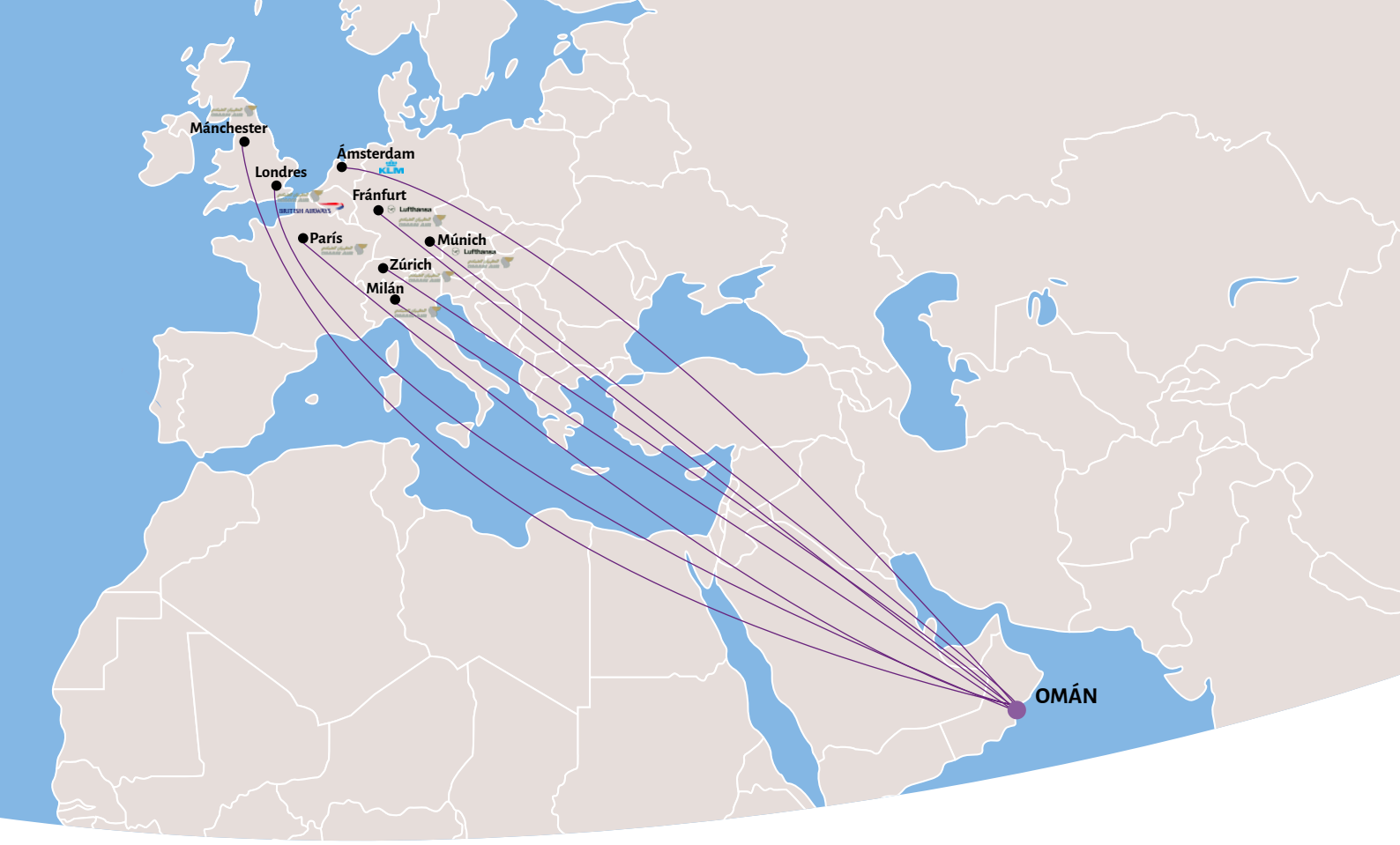
Omán es un destino poco conocido que a muchos aún cuesta situar en el mapa. Sin embargo, promete hacerse un hueco, y bien visible, entre los destinos que despiertan el deseado efecto *wow!* Y eso gracias al exotismo que se desprende de su falta de artificios, la variedad de paisajes y el cada vez más amplio abanico de infraestructuras para MICE.

Por **Eva López Alvarez**
Fotos **E.L.A. / Oman Tourism**

Omán es un país tranquilo que abre sus puertas a los profesionales de la industria MICE. Y para ello ofrece un aeropuerto de reciente construcción, excelentes carreteras, un flamante centro de convenciones, nuevos hoteles especializados en este segmento, una geografía que revela interesantes secretos y una identidad propia que apuesta por no dejarse llevar por la megalomanía que viven sus vecinos. Omán es un país árabe en estado puro, con todo lo que ello implica, que extiende sus brazos a los curiosos de descubrir una cultura milenaria.

Fácil acceso

Ubicado al sur de la Península Arábiga y compartiendo desierto con Arabia Saudita, Yemen y los Emiratos Árabes, el



Sultanato de Omán sorprende por su tamaño. Con más de 1.700 kilómetros de costa y 500 de ancho, alberga una gran variedad de paisajes fácilmente accesibles. La principal puerta de entrada es el Aeropuerto Internacional de Mascate, si bien el país cuenta con otro aeródromo internacional en Salalah, al otro lado del país.

El aeropuerto de la capital abrió sus puertas el pasado mes de marzo de la mano de un sistema de visado que simplifica las llegadas. Se puede obtener *online* en los días previos a la salida o en la misma terminal abonando los 17 dólares – con posibilidad de pagar en esta divisa o con tarjeta de crédito – que cuesta el acceso al país.

Actualmente tiene conexión con 55 destinos en 27 países, si bien ninguno pertenece por el momento al continente americano. Tampoco tiene conexiones con España, por lo que es imperativo realizar una escala para llegar al país.

Nuevo centro de convenciones

A diez minutos por carretera del aeropuerto internacional y muy cerca de la capital, el nuevo recinto que Omán utiliza como carta de presentación ante los *meeting planners* internacionales se llama **OCEC** (Oman Convention & Exhibition Centre).

El nuevo OCEC es la carta de presentación de Omán ante los *meeting planners* de todo el mundo

Se ubica en un área actualmente en desarrollo llamada Madinat Al Irfan Urban Centre, donde ya existe un hotel de cuatro estrellas (Crowne Plaza), otro de cinco en construcción (JW Marriott) y pronto otros dos establecimientos más que dotarán a la zona de más de 1.000 habitaciones. El OEC engloba en total 55 espacios destinados a grandes ferias, *workshops* y otros eventos corporativos de menor tamaño. Incluyen un teatro de 3.200 asientos, un auditorio de 456 plazas, dos *ballrooms* – con capacidad en teatro para sesiones de 2.688 y 1.026 asistentes respectivamente – y veinte salas de reuniones para grupos de entre diez y 360 delegados.

Hoy por hoy el hotel más cercano es el **Crowne Plaza Muscat Oman Convention & Exhibition Centre**. Con 295 habitaciones, fue inaugurado el pasado mes de diciembre y nació como referencia en el país en cuanto a eficiencia energética. Cuenta con piscina exterior, cabinas de masaje y gimnasio abierto 24 horas, además de dos restaurantes y dos bares con consumo de alcohol permitido.

Los jardines se utilizan en eventos privados completando los seis espacios que ofrece el hotel para sesiones de trabajo o cenas de gala de hasta 270 comensales. Cabe destacar que si bien el gobierno ofrece licencias a los hoteles para incluir alcohol en sus menús, también en los eventos corporativos, los precios son extremadamente elevados.

El hotel JW Marriott abrirá sus puertas a principios de 2019 y estará directamente conectado con el OCEC.

La **Gran Mezquita del Sultán Qaboos** es uno de los primeros atractivos de Omán que percibe el visitante. Como tantas otras cosas en este destino, parece completamente nueva. Sin embargo, fue construida en 2001 y todos los días, excepto los viernes, se puede visitar entre las 8 y las 11 de la mañana.

Las mujeres tienen la obligación de alquilar una *abaya* si no portan indumentarias que cubran muñecas, tobillos y cabello. Se ofrecen audioguías en español para la visita de este amplísimo recinto donde hombres y mujeres rezan por separado. Incluyendo todas las áreas disponibles, hasta 20.000 personas pueden orar simultáneamente.

La sala dedicada al rezo masculino sólo se puede calificar de magnífica. Coronada por una de las mayores lámparas del mundo, ésta es coherente con el tamaño de la sala, cubierta con la segunda alfombra más grande del planeta.

Mascate

Es sin duda la joya de la corona de Omán, una capital que sorprende por su tranquilidad y en nada se parece a sus vecinas. No hay rascacielos ni edificios discordantes en el paseo marítimo, corazón de la vida local y situado en el distrito de Muttrah. Conocido como la Corniche, representa a la perfección la autenticidad que caracteriza a Omán. El *souk* situado en su centro es uno de los mejores lugares para comprobarlo.

El Fuerte de Muttrah se puede utilizar para cócteles con vistas al mar y la Corniche y sin alcohol

Es una pacífica avenida con vistas al mar de Omán y al enorme yate del sultán normalmente anclado en esta bahía, que se abre en el **Fuerte de Muttrah**, construido hace 400 años y recién restaurado con excelentes panorámicas. Se puede utilizar para cócteles con vistas al mar y la Corniche aunque no tiene acceso sin escaleras ni está permitido el uso de alcohol.

Lo mismo ocurre en los *venues* que pertenecen al sultanato: es el caso de la **Royal Opera House**, cuyo suntuoso vestíbulo puede ser utilizado para cenas de gala. Inaugurado hace cinco años, se trata de una mezcla de estilos árabes de Medio Oriente y del Norte de África que recuerda a los grandes palacios-castillo de los sultanes. El teatro, referencia de los espectáculos más exclusivos, tiene capacidad para 1.000 espectadores y cuenta con pantallas para traducción en cada asiento.

Otro de los grandes proyectos hoteleros en curso se encuentra en esta zona: el hotel W del grupo Starwood abrirá sus

Corniche de Mascate

puertas muy cerca de la Ópera antes de que acabe el año. Será otra opción para las múltiples delegaciones ligadas a las embajadas que conviven en este distrito.

The National Museum, frente al palacio ceremonial del sultán, es el otro *venue* municipal que se ofrece para grupos MICE en Mascate. Una cena de gala amenizada con música y danzas locales puede suceder a un recorrido de una hora por la historia de Omán a través de 14 galerías. Es especialmente interesante el vídeo de 15 minutos que presenta la historia de un sultanato singular en cuanto a expansión. Omán llegó a contar con colonias en lugares tan lejanos como Tanzania. Éste es el motivo por el que tantos habitantes hablan idiomas en principio improbables como el *swahili*.

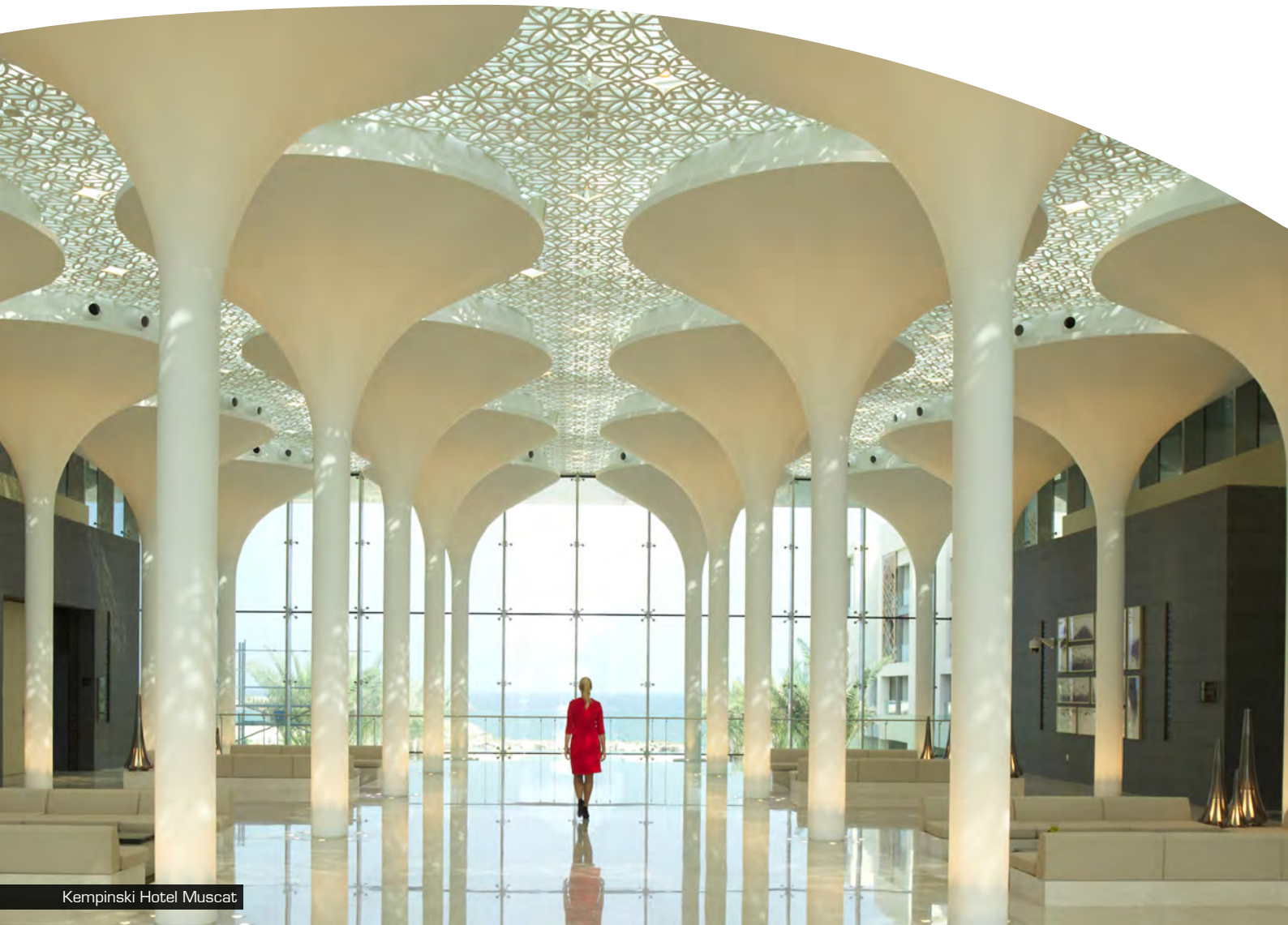
La bahía de Muttrah culmina en el mercado de pescado. Frente a él se encuentra uno de los mejores restaurantes de la ciudad, una auténtica inmersión en la cultura local: **Bait Al Luban** ofrece cocina omaní con espacio privado para 25 comensales que se pueden instalar en el suelo.

Hoteles-palacio

Muy del gusto local, en lo que para los occidentales sería un homenaje al universo *kitsch*, el **Grand Hyatt Muscat** es uno de los mejores hoteles de la ciudad. Ubicado en la avenida paralela al mar que alberga las principales sedes diplomáticas, simula ser un castillo-palacio en el que conviven los numerosos colores de los diferentes mármoles, los artesonados dorados, los mosaicos de mil tonalidades, las vidrieras multicolores y objetos únicos como la escultura rotatoria que ejerce de eje en el vestíbulo o el piano Rolls-Royce que anima cada tarde, y desde hace 20 años, las veladas. Cuenta con un *ballroom* para 450 comensales y siete salas para reuniones de entre diez y 45 personas. Los jardines se privatizan para cócteles de hasta 700 invitados.

El Grand Hyatt Muscat es un castillo homenaje al universo *kitsch* donde conviven múltiples colores

La última novedad hotelera de la capital y, hoy por hoy, el más cercano al aeropuerto es el **Kempinski Hotel Muscat**. También inspirado en los palacios reales, abrió sus puertas el pasado mes de abril. Es una elegante interpretación vanguardista del lujo árabe y el impresionante *lobby* es claro



Kempinski Hotel Muscat

Shangri-La Barr Al Jissah Resort & Spa

testimonio de ello. Cuenta con 310 habitaciones, diez restaurantes y bares y once espacios para reuniones de entre 30 y 100 participantes, todos con luz natural, así como un gran *ballroom* sin columnas divisible para banquetes de hasta 700 comensales.

Desde la cercana marina se organizan salidas al mar para los grupos, además de sesiones de golf en el cercano campo de 18 hoyos. Para fiestas cuenta con una original opción: el bar *bowling*. Para la relajación de los grupos, un espacio privado con vistas a la playa se utiliza para sesiones de yoga. En el bar de té que sirve de extensión al restaurante Bukhara, de cocina india, se organizan degustaciones de esta bebida.

La carretera de subidas y bajadas que conduce hacia el sur deja en evidencia la montañosa orografía

Un país de mar y montaña

La carretera de subidas y bajadas que conduce hacia el sur, siguiendo la costa hacia el lado opuesto al Golfo Pérsico, deja en evidencia la montañosa orografía de Omán, sorprendente para quien asocia este país al llano paisaje de los Emiratos Árabes.

Como atractivo añadido, el mar del Golfo de Omán, separado del Golfo Pérsico por el estrecho de Ormuz, se asoma en algunas curvas y sirve de marco a los proyectos hoteleros que también se están desarrollando a las afueras de Mascate. El estrecho no sólo separa dos golfos geográficos sino dos maneras de concebir el turismo, con la tradición árabe como fondo, completamente diferentes.

A 30 kilómetros de Mascate, **Shangri-La Barr Al Jissah** es un complejo compuesto por tres hoteles: Al Waha, destinado a un público más vacacional, comparte playa con Al Bandar, con un perfil claramente corporativo – tiene 180 habitaciones –. Al Husn se reserva principalmente para parejas con muy alto presupuesto en busca de privacidad en lo alto de los acantilados. Desde

Fuerte de Nizwa

todos ellos se pueden programar actividades náuticas ya que es el único hotel que cuenta con marina propia. Todo el año se organizan salidas para ver delfines, así como rutas de dos horas con paradas para hacer *snorkel* y submarinismo. También cuenta con el equipamiento necesario para excursiones en *kayak* y *paddle board*.

Otra particularidad de este complejo es la posibilidad de utilizar la playa para eventos privados, desde barbacoas a torneos deportivos, pasando por cenas de gala en un espacio cubierto con capacidad para 300 invitados o los jardines aledaños a los acantilados, para 500 comensales.

Cerrando el abanico de opciones únicas y propias a este recinto, tiene una pequeña playa donde las tortugas van a desovar. Los huéspedes son advertidos en sus habitaciones para que salgan a observar este espectáculo que la naturaleza ofrece sin coste entre los meses de junio y septiembre.

En octubre abrirá sus puertas el nuevo Al Bustan Palace, con 250 habitaciones y bajo la marca Ritz-Carlton

También en las afueras de Mascate se prepara la que será otra de las grandes novedades de Omán: **Al Bustan Palace Ritz-Carlton** abrirá sus puertas en octubre tras una profunda renovación. Contará con playa privada, 250 habitaciones y *suites* y 13 espacios para eventos.

El exclusivo *spa* Six Senses propone tests de salud para una mejor adaptación de los masajes y tratamientos sugeridos. Además de bienestar, una estancia en este espacio es sin duda uno de los mejores productos de incentivo que ofrece este destino.

Nizwa

Los contactos con otras civilizaciones se remontan a hace muchos siglos y testimonio de ello es el **Fuerte de Nizwa**, un lugar que no debe faltar en los programas de incentivo. La que fue capital del sultanato y hoy una de las mayores urbes de Omán es fiel reflejo de la calma que se vive en un país donde las leyes islámicas impiden los enfrentamientos

en público, los aspavientos acompañados de bocinas al conducir o las estridencias sonoras en cualquiera de sus posibles versiones.

Esta tranquilidad impuesta no es incompatible con el dinamismo que caracteriza a los receptivos locales especializados en MICE y la impresión de descubrir un país que se abre sin prejuicios al extranjero.

Nizwa está a hora y media por carretera de la capital y es posible organizar eventos en el interior del fuerte, teniendo en cuenta que los accesos son los de hace cuatro siglos e incluyen escaleras. Como en todos los lugares públicos, la prohibición de consumir alcohol no se puede obviar.

El *souk* que rodea al fuerte quizá sea el más bonito del país y uno de los mejores lugares para degustar la gran variedad de dátiles que se producen. También el *halwa*, dulce típico del país de textura gelatinosa. Como en Mascate, el mercado va cambiando según avanzan las horas del día, siendo después del parón de la siesta, a partir de las cuatro de la tarde, cuando más animación posee.

El *souk* de Nizwa quizá sea el más bonito del país y cambia según el momento del día

El interior de Omán alberga un gran desierto de arena cuyas fronteras se diluyen en Arabia Saudita y los Emiratos Árabes. Existen campamentos en los que organizar estancias con el silencio de las dunas como melodía protagonista de una noche que puede comenzar con un espectáculo de baile. Los grupos también pueden aprender a dibujar diseños árabes relacionados con rituales ancestrales reflejados en la piel con *henna*.

El desierto se presta a otras actividades con más adrenalina como los safaris en 4x4 deslizándose por las dunas o el *sand*

Desierto de Omán

board previo a un relajante paseo en camello. Precisamente en Omán se descubrió la duna más alta del mundo, con 450 metros de alto.

Desert Night Town es la opción más lujosa para dormir, a dos horas de la capital y con 39 exclusivas versiones de las tiendas beduinas. **Thousand nights** es otra opción que obliga a adentrarse 40 minutos una vez atisbado el desierto. Cuenta con casas sólidas para los que buscan una comodidad más ligada al estilo occidental. Tres tipos de tienda se ofrecen a quienes buscan un contacto más directo con la cultura del desierto sin renunciar al lujo que caracteriza al complejo.

Oasis en el desierto

El desierto no sólo es de arena en Omán: siguiendo la costa hacia el sur de Mascate se puede disfrutar de una orografía escarpada y desértica que llega a superar los 2.000 metros de altura. Los *wadi*, o lechos de río, esconden oasis en los que refrescarse. Se pueden organizar recorridos en *quad* que incluyan búsquedas del tesoro. Parte de la recompensa será el baño en las refrescantes aguas de cenotes naturales como Sink Hole, un impresionante hueco natural junto al mar de Omán.

El desierto no sólo es de arena en Omán: las montañas esconden los *wadi* con oasis en los que refrescarse

Un auténtico oasis de lujo y comodidad en las montañas es **Anantara Al Jabal Al Akhdar Resort**. Inaugurado hace dos años, cuenta con 115 habitaciones, incluyendo 33 villas y tres restaurantes (mediterráneo, iraní y bufé internacional), con licencia para el consumo de alcohol.

Recomendable para incentivos muy exclusivos y en grupos pequeños, destaca la oferta de actividades para el disfrute

del entorno: en grupos de cuatro se puede acceder a la tirolina desde la que disfrutar de las alturas tras haber vivido una experiencia de escalada. También es posible hacer yoga al amanecer en Diana´s Point, una terraza panorámica que sobrevuela la montaña bautizada de este modo en honor a la princesa británica, al parecer maravillada por la belleza del lugar en una de sus visitas al país.

Además, se pueden realizar rutas de senderismo de cuatro horas incluyendo baño en el itinerario que esconde bonitas cascadas, o descubrir pueblos llenos de autenticidad con guías que explican el modo de vida local, la flora autóctona y sus propiedades y las tradiciones ligadas a la montaña. La estancia es especialmente llamativa en abril y marzo, cuando el área está llena de rosas.

La mejor época para visitar este destino se extiende desde septiembre hasta el mes de abril

Por último, sesiones de tiro al arco y de observación de estrellas también forman parte de las propuestas de este paraíso de piedra y madera que parece coronar el país desde la altura de unas montañas llenas de secretos. Hasta seis personas pueden disfrutar en el Mirador de Diana de una cena panorámica. Para grupos de 20 invitados existe otro espacio exterior con vistas.

En el interior, tres salas se ofrecen para sesiones de trabajo de entre 14 y 150 personas, así como banquetes para 100 comensales.

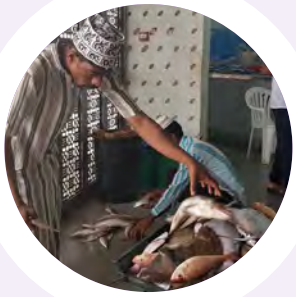
Espectáculos naturales

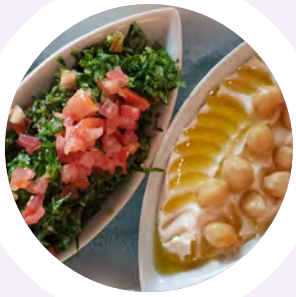
La mejor época para visitar Omán se extiende desde finales de septiembre a mediados del mes de abril, si bien entre mayo y septiembre el destino ofrece un espectáculo único que se puede apreciar en la reserva **Ras Al Jinz**, con posibilidad de alojamiento para los grupos en 19 austeras habitaciones y 11 tiendas instaladas en lo alto del acantilado.

Desde aquí se organizan salidas a la caída de la noche y el inicio del día para asistir al desove de la tortuga verde.

Una media de cien tortugas sale del agua cada noche para depositar hasta cien huevos cada una en procesos que duran entre dos y tres horas. El inicio de la noche es el mejor momento para observar cómo los depositan tras preparar un agujero de hasta un metro de profundidad. Durante seis semanas saldrán tres veces del agua para enterrar un centenar de huevos en cada ocasión. Las pequeñas tortugas que nacerán a los dos meses serán observadas por quienes acuden a esta reserva científica en los meses de septiembre y octubre.

Teambuilding en Omán





De mercado

En la Corniche de Mascate se encuentra el mercado de pescado y marisco donde los grupos pueden por las mañanas negociar los principales ingredientes de un plato que se puede acompañar con las especias adquiridas en el cercano *souk*.

En el desierto

Un *rally* en el desierto puede incluir adrenalina en las dunas en 4x4, deslizarse desde las alturas de la arena en *sand board* y paseos en camello como remate relajante a la jornada o prueba final de una competición entre compañeros.

Cocina árabe

El aprendizaje de algunas de las recetas más simples, y sabrosas, de la cocina árabe dejará un recuerdo imborrable en los asistentes en un programa de incentivo: *hummus*, *tabbouleh*... componen los llamados *mezze* fríos que se pueden elaborar.

Wadi de aventura

Los lechos de río que se esconden entre las montañas de Omán albergan oasis con zonas para el baño. El reto consiste en llegar el primero a esas aguas refrescantes tras un recorrido en *quad* buscando las pistas que conducen a ellas.

Por la mañana, las tortugas madres regresan al agua y el espectáculo de la noche se renueva: con la luz del día y el bonito escenario de los acantilados que delimitan la playa, el animal se muestra impaciente, y exhausto, en su carrera por alcanzar el agua tras una noche de gran esfuerzo.

Gran diversidad de colores

La variedad de paisajes es lo que más caracteriza a un destino que sorprende al figurar todavía entre aquéllos que para muchos *meeting planners* son desconocidos: y es que Omán ofrece desde los verdes *wadi* a las azules playas, pasando por las marrones alturas de la escarpada montaña o el anaranjado desierto de arena. Sin olvidar los blancos de cascadas de agua que de junio a septiembre caracterizan el húmedo paisaje de Salalah, en la frontera con Yemen y a menos de dos horas de vuelo de la capital.

En la ciudades, bien preservadas, el tiempo parece haberse detenido durante la hora de la siesta

Todos ellos son paisajes accesibles desde ciudades bien preservadas en las que el tiempo parece haberse detenido durante la hora de la siesta. Sin embargo, Omán no es un destino inmóvil en absoluto, aunque la ausencia de retos arquitectónicos destinados a generar nuevos horizontes parezca demostrar lo contrario.

Prueba de ello no sólo es la animación que invade las calles al final del día, también la gran cantidad de proyectos ligados a una industria MICE necesitada de nuevos destinos y a la que Omán espera con los brazos abiertos.

Resina mágica

Las piedras de *frankincense* forman parte de los símbolos de Omán. Los locales utilizan el término en inglés para denominar lo que parecen minerales y son en realidad trozos de resina solidificada procedente del olíbano, el árbol que genera el llamado "incienso de los inciensos". Crece en el noreste de África, principalmente en Somalia, el sur de Arabia Saudita y el oeste de la India.

No sólo se utiliza para perfumar absolutamente todos los espacios públicos en Omán, también en tratamientos destinados principalmente a proteger y rejuvenecer la piel. Se consume incluso diluido en el agua que se sirve en muchos restaurantes y que, lejos de ser turbia como parece, ha sido aromatizada con este incienso.

En los alrededores de Mascate no es fácil encontrar este árbol que sí ocupa un espacio protegido por la UNESCO en Salalah: la visita del Wadi Dawkah es ineludible. Además de descubrir cómo se genera esta resina, se aprende sobre la gran cantidad de cualidades que se le atribuyen y que van mucho más allá de las relacionadas con la cosmética: desde su efecto calmante sobre la mente al impacto positivo en la respiración o el fomento de la serenidad espiritual, derivada de un estado de ánimo más reposado.

ibtm® WORLD

BARCELONA, SPAIN
27-29 NOVEMBER 2018

Inspiring events for better business results

Find your inspiration here!

Let IBTM World help you find the right people to deliver exceptional events.

Register now
www.ibtmworld.com

Connect with us

ibtm®

Organised by Reed Exhibitions®

LA VIDA MÁS FÁCIL

Desde mejorar la pronunciación en inglés a combatir el *jet lag* con tratamientos personalizados, pasando por una mejor organización del trabajo con recordatorios fiables y, sobre todo, espacios ordenados. En el universo de las *apps* cada vez se apuesta más a no depender de una conexión a Internet a la hora de poder disfrutar de sus funciones. Para que sean un ayudante realmente en cualquier contexto.

Post it virtuales con Google Keep

Versiones: Android / IOS

En qué consiste:

- Es una versión digital del tradicional *post it* y permite anotar ideas o hacer listas para no olvidarse de nada, resultando útil en la planificación de viajes o la organización del día de trabajo
- Se puede sincronizar en diferentes dispositivos y está disponible en todo momento, incluso cuando no hay señal telefónica o el móvil no tiene acceso a Internet
- En las notas se pueden añadir imágenes o grabaciones de audio, fijar recordatorios para alertar al usuario en una determinada fecha y hora o cuando se encuentra próximo a un lugar que le interesa
- También permite agregar colaboradores y compartir listas con amigos o compañeros de trabajo

Boobuz guía al viajero en 3D

Versiones: Android / IOS

En qué consiste:

- Incluye mapas interactivos en 2D y 3D para consultar en el móvil, disponibles también *offline*
- Se trata de una opción más económica para los profesionales que otras aplicaciones como Google Maps, que recientemente introdujo un coste para un uso más exhaustivo
- Lanzada originalmente en China, donde se han hecho ya más de 30 millones de descargas, Boobuz ofrece mapas detallados de 300.000 ciudades en todo el mundo, con información de las principales atracciones
- Los usuarios pueden planificar su ruta consultando el tráfico o el transporte público disponible
- Además, los viajeros pueden unirse a la comunidad de Boobuz y compartir sus experiencias, fotos, o establecer contacto con otros usuarios en el lugar donde se encuentran

Timeshifter combate el *jet lag*

Versiones: Android / IOS

En qué consiste:

- Basada en los últimos estudios sobre el sueño y la neurociencia circadiana, puede ayudar a los viajeros a eliminar los efectos del desfase horario
- Incluye ejercicios ya utilizados por astronautas y atletas de élite
- Además de ofrecer consejos para aliviar síntomas típicos como la somnolencia o el insomnio, aborda las causas del *jet lag*, ayudando a ajustar el reloj biológico a las diferentes franjas horarias con un plan personalizado para cada usuario
- Tiene en cuenta los patrones de sueño típicos del viajero, su plan de vuelo y otras preferencias para establecer los ajustes necesarios antes del vuelo o el uso de melatonina para acelerar la adaptación
- Un sistema de alertas que funciona incluso en modo vuelo notifica al pasajero la acción a seguir

ELSA Speak mejora la pronunciación en inglés

Versiones: Android / IOS

En qué consiste:

- Es un profesor virtual creado por inteligencia artificial que ayuda a conseguir una mejor pronunciación practicando palabras y frases comunes del inglés
- Gracias al sistema de reconocimiento de voz, no sólo le indica al usuario si la forma de hablar es correcta, también en qué aspectos realiza más errores y ofrece contenido para mejorar
- Los niveles de aprendizaje están divididos en juegos de pronunciación, juegos de acentuación de palabras y de entonación de frases

Files Go libera espacio

Versiones: Android

En qué consiste:

- Esta *app* Google gestiona el espacio en el *smartphone*, borrando fotos, vídeos o "memes" de *chats* antiguos, duplicados, aplicaciones no utilizadas o limpiando el caché del navegador, permitiendo así disponer de más capacidad para otras funciones
- Al liberar espacio permite encontrar documentos o archivos más rápidamente y compartirlos con otros usuarios sin necesidad de tener conexión a Internet
- Se puede usar también en tabletas
- Con la última actualización, es más segura y cuatro veces más rápida

Una ciudad nueva

La capital de España empezó hace años a moverse y desde entonces no deja de demostrar que no piensa parar. La batería de novedades que ofrece a los organizadores abarca desde hoteles con grandes capacidades a espacios únicos con excelentes panorámicas... y es que Madrid es un destino de amplias miras donde el *bleisure* adquiere su máxima expresión.

Por **Vincent Richeux**
Fotos **Shutterstock.com**

Madrid hay que vivirlo. Suena a eslogan fácil pero es cierto que pocos destinos en el mundo se abren al visitante como lo hace la capital de España. Desde el *afterwork* más exclusivo hasta el encuentro más informal dejarán como recuerdo el sonido característico de una urbe donde la vida se vive, se escucha, se toca y se saborea: Madrid es España en estado puro y un destino para la práctica del *bleisure*, del que marca la diferencia en cualquier viaje profesional. Y es que es tan fácil integrarse en la cultura local que la combinación de negocio y ocio es, simplemente, inevitable.

Un destino muy bien conectado

La capital de España ofrece como primer gran atractivo el hecho de que es muy fácil llegar a ella. No sólo desde otras ciudades españolas. Por ejemplo con Barcelona y

sólo con Iberia-Vueling se ofrecen 26 frecuencias diarias. A eso se suman las conexiones por tierra en tren de Alta Velocidad (AVE). Desde que se inaugurase la primera línea que enlazaba Madrid y Sevilla en 1992, muchos tramos han ido completando un mapa ferroviario que dibujó entre Madrid y Castellón su última línea el pasado mes de febrero.

El Aeropuerto Internacional Adolfo Suárez Madrid-Barajas no sólo ofrece más frecuencias hacia las grandes capitales latinoamericanas, también a destinos como Nueva York, Los Ángeles o Miami (inicio de esta última ruta previsto en el mes de octubre) de la mano de Norwegian, que comenzó este año a operar vuelos transoceánicos desde la ciudad.

Nueva Plaza de España

Grandes cambios se avecinan en un destino ya de por sí cambiante. La máxima expresión de esta evolución es la Plaza de España, el corazón donde convergen dos arterias emblemáticas: la calle Princesa y la Gran Vía. Esta zona está llamada a convertirse en un espacio congresual en pleno centro de la mano de los nuevos, y grandes, hoteles que se están inaugurando.

En la Plaza de España convergen dos arterias emblemáticas: la calle Princesa y la Gran Vía

El hotel **VP Plaza España Design 5*** abrió sus puertas el pasado mes de marzo con un diseño basado en la pasión por las artes figurativas. Ocupa tres de los edificios de la plaza y, con 17 plantas, alberga 214 habitaciones en nueve categorías, incluyendo una *suite* presidencial de 120 m². Algunas habitaciones disponen de terraza privada y otras cuentan con maquinaria *fitness*.

Tanto las habitaciones como los dos restaurantes, el Sky Bar y los salones para eventos – en total 1.400 m² distribuidos por todo el edificio – han sido decorados por prestigiosas firmas, destacando entre todos los elementos decorativos la monumental cascada de 25 metros ubicada en el atrio del hotel. El establecimiento cuenta además con área *wellness-spa*, piscina climatizada y sauna.

VP Plaza España Design

El grupo Barceló abrió el camino de la reconversión de la Plaza de España a principios de 2017 con la inauguración del **Barceló Torre de Madrid**, decorado por Jaime Hayon. Con cinco estrellas, nació como referencia del diseño más vanguardista y así se percibe en las 256 habitaciones que hoy ocupan un edificio icónico.

Su vecino, la Torre España, preside el entorno y también se convertirá en un gran hotel: el **Riu Plaza España** abrirá sus puertas antes de que acabe el año con 550 habitaciones y diez salas de reuniones para eventos de hasta 1.500 personas.

Hyatt regresó a Madrid a finales del año pasado de la mano del **Hyatt Centric Gran Vía Madrid**. Situado en un edificio *art déco* de 1920 de diez plantas, junto a la famosa Plaza de Callao, el hotel ofrece 159 habitaciones y *suites* con vistas a la Gran Vía y sin que el ruido de la calle se perciba en el interior, todas decoradas con piezas inspiradas en la cultura popular madrileña.

En junio terminó la renovación del Novotel Madrid Center, el mayor hotel del centro de la ciudad

197 m² de salas panelables equipadas con la última tecnología, inundadas de luz natural y completamente insonorizadas se ofrecen para sesiones de trabajo, así como dos azoteas para eventos sobrevolando los tejados de Madrid.

Hoteles emblemáticos

Otro de los secretos del éxito de Madrid es que los hoteles muy posicionados en MICE no se duermen en los laureles sino todo lo contrario.

Ejemplo de ello es el **Novotel Madrid Center**: el pasado mes de junio se presentó la renovación del que es actualmente el mayor establecimiento del centro de Madrid, con 790 habitaciones y 21 espacios para reuniones y eventos. Se han añadido novedosos servicios como el *smartphone* en la habitación que permite a la clientela de Rusia, China, India y Argentina disponer de llamadas ilimitadas durante sus desplazamientos por la ciudad, el restaurante abierto 24 horas con la carta completa o las clases de yoga al amanecer para

FAUNIA
EVENTOS

Grandes auditorios y espacios polivalentes.

Amplios salones de restauración
y distintas salas de trabajo.

Eventos temáticos, team building y gymkanas.

Zona de eventos de **5400 m²** con espacios versátiles y totalmente funcionales que combinan naturaleza, comodidad y modernidad.

INFORMACIÓN Y RESERVAS: 911 547 482 | 618 524 410
eventos@faunia.es | Avenida de las Comunidades, 28. Madrid

Marriott Madrid Auditorium

quienes deseen empezar el día disfrutando de la luz de Madrid.

El nuevo espacio The Summit At Novotel, situado en las plantas superiores, se compone de un *fitness center* abierto 24 horas, terraza con vistas para eventos, piscina exterior, solárium y tres salas para reuniones con panorámicas de los alrededores.

Meliá Madrid Serrano (antes Meliá Galgos), con 356 habitaciones y en el afamado Barrio de Salamanca, celebró su reapertura a principios de este año tras una reforma completa. Ahora cuenta con siete salas para reuniones de hasta 300 personas. Se han desarrollado dos nuevos conceptos: la sala Tech, con *active sitting balls* (pelotas de *fitness*) en lugar de sillas y diversas tecnologías aplicadas a las reuniones de trabajo, y la sala Flexy, con los asistentes sentados en sofás ante una pantalla *flip chart* que ejerce de panel de ideas interactivo.

En el hotel Meliá Madrid Serrano se han desarrollado dos nuevos conceptos de salas para reuniones

El mayor hotel del destino es el **Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center**, muy cerca del Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas y de la feria de Ifema. Referente de las últimas tecnologías aplicadas al alojamiento, este año presentó DirectKey, un nuevo sistema para abrir la puerta de la habitación a través del *smartphone*.

Los clientes pueden descargarse la llave de forma segura por medio de la *app* del hotel. Las credenciales de la llave permanecen en el móvil durante toda la estancia, por lo que no es necesaria una conexión a la red para utilizarla. Las renovadas 869 habitaciones del Marriott más grande de Europa también cuentan con un *smartphone* que incluye la tecnología Handy, con

Internet gratuito, llamadas internacionales y locales ilimitadas a móviles y fijos, servicio de consejería y la posibilidad de estar continuamente conectado a otros huéspedes que estén utilizando el mismo dispositivo.

Por último, el móvil no sólo sirve en este hotel para abrir la puerta de la habitación o estar conectado: 900 Hotel TV interactivas de pantalla ultrafina permiten compartir contenido desde el teléfono del cliente para una mejor visualización.

Variedad de *venues*

Las novedades no sólo afectan a los hoteles. Cerca de la estación de tren de Chamartín, el **Complejo Duques de Pastrana** abrió este año La Nube de Pastrana, un edificio diáfano de 1.000 m² con capacidad para banquetes de hasta 900 comensales sentados o hasta 1.200 de pie bajo un sistema con 600 metros de tela que permite convertir el techo del pabellón polivalente en un cielo exclusivo personalizado a la medida del cliente.

Muchos espacios destinados a eventos ofrecen las vistas panorámicas como principal atractivo

El recinto incluye además un palacete con cuatro espacios de estilo romántico, auditorio y jardines de 1.200 m² para operaciones al aire libre que pueden incluir actividades de *teambuilding*.

La amplitud de miras de Madrid no sólo se refleja en la estrategia de promoción de un destino que propone abrazar al visitante, según afirma la última campaña municipal. También en las panorámicas que muchos espacios para eventos ofrecen como atractivo. Uno de los que está de moda es **Innédito 16**, junto a Callao y en la última planta del Palacio de la Prensa, con capacidad para 50 invitados.

Panorámica de Madrid

La calle más famosa de Madrid acapara numerosas novedades: otra es **Gran Vía Hub**. Son 275 m² diáfanos y con vistas a la calle con aforo para 140 personas. No cabe duda de que el abanico de espacios para eventos de Madrid es cada vez más amplio y se extiende mucho más allá del centro. Los grupos pueden regresar a la infancia en lugares llenos de diversión y propuestas que hacen subir la adrenalina, como el Parque Warner, o disfrutar de la observación y el contacto con los animales, como en el caso del Zoo y Faunia. Otra opción, que también incluye novedades, es disfrutar del fútbol.

Uno de los templos mundiales de este deporte está en Madrid y se llama Santiago Bernabéu: el estadio del Real Madrid es uno de los *venues* de más prestigio en la capital. Sin embargo, no sólo futbolísticamente al mayor equipo local le ha salido un competidor en el Atlético de Madrid: también en cuanto a infraestructuras que ofrecer a los *meeting planners* internacionales.

El **Wanda Metropolitano**, en las afueras de la ciudad, se encuentra a la vanguardia como campo de fútbol y espacio para eventos: además de espacios privados interiores con vistas al césped, ofrece zonas exteriores con salas VIP y *catering* exclusivo en el centro del estadio. Para momentos que no tengan que ver con la asistencia a ningún partido, el recinto cuenta con 22 espacios multifuncionales y un auditorio de 400 plazas.

El Wanda Metropolitano está en la vanguardia como campo de fútbol y como espacio para eventos

El **Santiago Bernabéu** se sigue ofreciendo como el "clásico" y con el aliciente de encontrarse en el centro de la ciudad: en el terreno de juego hasta 4.000 comensales pueden disfrutar de una cena de gala mientras que el Palco de Honor alberga hasta 500 invitados sentados.

Los seguidores del equipo disfrutarán de las Copas de Europa que decoran la sala de trofeos, con capacidad para 80 comensales.

Madrid demuestra ser una ciudad con muchos corazones, entre ellos uno blanco y otro rojiblanco, además de los muchos que palpitan en los distintos barrios. La urbe no sólo se renueva en cuanto a espacios: distritos como Lavapiés son claro ejemplo de cómo Madrid se está transformando en una ciudad nueva.

Teambuilding en Madrid

Oscuros misterios

Madrid puede ser descubierta desde otra perspectiva durante una búsqueda del tesoro a través de los misterios que esconden los numerosos túneles que comunican edificios de la ciudad y estaciones secretas de metro.

Puro flamenco

Aunque Madrid no sea el corazón geográfico del flamenco, sí es parada obligada de los artistas de éxito. Como actividad previa a la asistencia a un espectáculo, los viajeros pueden aprender los pasos básicos o el uso del abanico.

Masterchef

En Madrid se rueda uno de los programas de más éxito de la televisión española. Una paella, una selección de tapas o los churros que acompañarán a un chocolate pueden ser el reto de los concursantes que participen en una versión adaptada.

Toros en Madrid

La capital está rodeada de fincas en las que descubrir el universo del toro y el toreo, pudiendo organizar capeas en las que los grupos prueban su destreza ante una vaquilla. La degustación de productos castellanos sirve de cierre.

Barrios de Madrid

Prueba de ello es la apertura en este distrito, hasta ahora emblema de la mezcla cultural y poblacional en pleno centro, de hoteles y espacios que se ofrecen para eventos de empresa muy cerca de los grandes museos de la capital.

El primero en llegar en cuanto a hoteles es el **Ibis Budget Madrid Centro Lavapies**, pero se espera que poco a poco las marcas que apuestan por un *lifestyle* moderno y atrevido comiencen a instalarse en esta zona de la ciudad.

La **Sala Equis**, junto a la Plaza Tirso de Molina, se ofrece como *venue* singular en los espacios que antes ocupó el cine Alba. En la actualidad cuenta con una sala de proyección con 55 asientos que sigue sirviendo de sala de cine, además de un área cubierta en forma de gran patio coronado por un lucernario y decoración vegetal que da mucho juego para eventos profesionales con un tinte alternativo y atrevido.

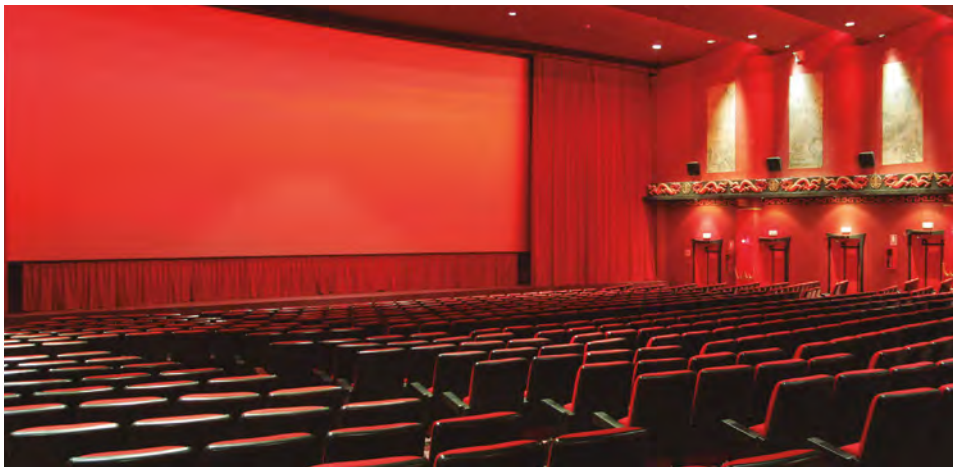
Los mercados son citas ineludibles para quienes quieran incluir el contacto real con la población local

Los mercados son citas ineludibles para quien quiera incluir contacto real con la población local en un programa de incentivo o *teambuilding*. La preparación de tapas es una de las actividades más características de un destino que cuenta con los mejores ingredientes. Qué mejor que descubrir los quesos manchegos, el embutido castellano, con el mejor jamón a la cabeza, el vino de producción local o los dulces más típicos a lo largo de un *rally* gastronómico en mercados como el de San Miguel, junto a la Plaza Mayor, o el de San Antón, en Chueca.

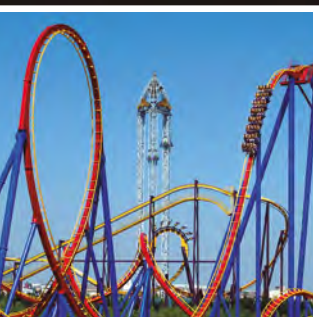
Otros menos turísticos, como el de Antón Martín, muy cerca de la estación de tren de Atocha y el museo Reina Sofía, se prestan a *teambuildings* que consistan en comprar los ingredientes de los platos que se pueden elaborar después en grupo.

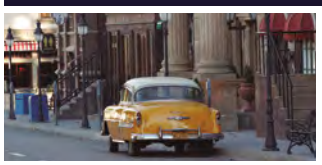
Y es que otro de los grandes atractivos de Madrid es la posibilidad de mezclarse de manera sorprendentemente fácil con los locales durante alguna de las múltiples

Eventos
PARQUE WB WARNER MADRID



UN EVENTO DE **PELÍCULA**





MÁS INFORMACIÓN: 91 200 07 92 eventos@parquewarner.com www.parquewarner.com/eventos

citas que llenan la agenda cultural de un destino que siempre tiene algo que ofrecer.

El Museo del Prado cumple años

Desde bazares solidarios a eventos deportivos, pasando por conciertos, curiosas exposiciones y ferias, muestras emblemáticas en espacios museísticos de excepción... En 2019 el Museo del Prado soplará sus 200 velas, aunque las exposiciones ligadas al aniversario se inician este noviembre.

El pistoletazo de salida lo da "Circa 1819", una exposición que reúne 75 pinturas creadas en las décadas inmediatamente anterior y posterior a la fundación del museo, con obras de artistas como Goya, Turner, Constable, Delacroix o Géricault.

El Museo del Prado cumplirá 200 años en 2019 aunque empieza a celebrarlo a finales de este año

En 2019 tendrán lugar "Prado 200", que relatará la historia de esta pinacoteca que figura entre las más importantes del mundo, y exposiciones como "Velázquez, Rembrandt y los Siglos de Oro Español y Holandés" o "Goya. Dibujos".

De vuelta a Madrid

En marzo se presentó Vuelve a Madrid, un programa de fidelización que busca que todo aquél que visite el destino por motivos profesionales regrese a su hogar con puntos canjeables por experiencias que le motiven a regresar.

Y es que Madrid es una ciudad que abraza... y tantas veces como el visitante se deje. Además, siempre tendrá algo nuevo que enseñarle, por eso lo mejor en Madrid es dejarse abrazar... y llevar.

Corazón flamenco

La cuna del flamenco está en Andalucía, pero para muchos su corazón está en Madrid. Ningún artista consolidado de este arte llegó a serlo sin pasar por una ciudad que cualquier día de la semana ofrece la posibilidad de descubrirlo.

De la mano del desarrollo de los cafés cantantes en el siglo XIX, el arte flamenco alcanzó un gran apogeo. Hoy esos cafés se han convertido en tablaos donde descubrir nuevos talentos e incluso aprender algunos pasos. También disfrutar de buena comida española: ejemplo de ello es uno de los más famosos, El Corral de la Morería, galardonado recientemente con el primer premio de la Real Academia de Gastronomía Española. Cada año y durante el mes de abril se celebra un festival que reúne a figuras consagradas y artistas llamados a protagonizar el futuro del flamenco.

La Fundación Conservatorio Flamenco Casa Patas es otro clásico que no sólo ofrece restaurante estilo taberna, con los comensales rodeados de las fotografías de todas las figuras de este arte, y tablao con espectáculo cada noche excepto los domingos, sino también sesiones de excelente música y bailes en las citas programadas de Cante Flamenco de la Sala García Lorca, en un ambiente más íntimo dentro del mismo edificio.

ESPACIOS CREADOS PARA LIBERAR SU CREATIVIDAD

INSPIRACIÓN PARA EVENTOS ÙNICOS

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 diáfanas, 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 - Email: info.madad@marriott.com

MARRIOTT
MADRID AUDITORIUM

Música en las venas

La llaman Music City y es fácil comprender por qué. Nada más llegar a Nashville las melodías emanan a todas horas de sus *honky tonks*, teatros y estudios de grabación. Sin embargo, los grupos de incentivo encontrarán mucho más que música en un destino que crece a un ritmo imparable.

Por **Cristina Cunchillos**
Fotos **Nashville Convention & Visitors Corporation**

Si Los Ángeles es la ciudad de las estrellas, Nashville ostenta constelaciones. El lugar que dio fama a la música *country* sigue siendo un referente en éste y otros géneros, además de cuna de grupos de renombre internacional como Kings of Leon. Sólo una mención: los 1,8 millones de artistas que según los locales habitan la ciudad. En esta comunidad musical todos han escrito alguna canción, tocan un instrumento o contribuyen de algún modo a que Nashville siga creciendo como un destino con melodías propias.

El espíritu colaborativo, ahora tan de moda, siempre ha sido representativo de una urbe donde hasta las canciones se componen de manera conjunta. Este carácter abierto y amistoso, junto con mejoras en la infraestructura y conexiones,

Vista desde el río Cumberland

hacen de Nashville un destino muy atractivo para los organizadores de incentivos ávidos de propuestas menos manidas.

Accesibilidad mejorada

La capital del estado de Tennessee está bien conectada con las principales ciudades de Estados Unidos y Canadá, así como con Cancún en México, gracias a las rutas operadas por American Airlines, Delta, Southwest y Vacation Express. De hecho, Cancún es la principal puerta de acceso a la Ciudad de la Música desde Latinoamérica. También cuenta con vuelos directos desde República Dominicana y Panamá.

En mayo British Airways empezó a conectar Nashville con Europa desde Londres-Heathrow

La asignatura pendiente eran las conexiones directas con Europa, algo que se subsanó en mayo de este año con el lanzamiento de los vuelos directos de British Airways desde el aeropuerto de Londres-Heathrow, con cinco frecuencias semanales.

En respuesta al creciente flujo de visitantes, el Aeropuerto Internacional de Nashville está en plena expansión. En los próximos cinco años se triplicarán los aparcamientos y se añadirá un vestíbulo de llegadas con tecnología puntera para agilizar el paso por las aduanas, además de más puertas de embarque y controles de seguridad. En el futuro habrá también un hotel en la misma terminal, completando las nuevas infraestructuras con un tren que conectará el aeródromo con el centro en media hora.

Boom hotelero

Nashville es una ciudad en la cresta de la ola, como demuestra la explosión hotelera vivida en los últimos años. En 2017 se añadieron 1.200 habitaciones a la planta local y este año se sumarán más de 5.000. Aperturas recientes incluyen la del **21c Museum Hotel Nashville**, en el histórico edificio Gray & Dudley, con 124 habitaciones. En sus salas se organizan actividades como clases de yoga entre obras de arte.

En julio de este año abrió el nuevo **JW Marriott Nashville**, en una moderna torre de cristal de 33 pisos que alberga 533 lujosas habitaciones, un *spa* y tres restaurantes, incluyendo el Bourbon Steak del reconocido cocinero Michael Mina. Cuenta con más de 4.500 metros cuadrados de espacios para eventos y reuniones.

En noviembre, el mismo grupo hotelero añadirá su primer establecimiento de tres marcas en Estados Unidos, combinando un **AC Hotel** de 209 habitaciones, 125 **SpringHill**

Suites y un **Residence Inn by Marriott** con 136 cuartos en un mismo edificio. La planta baja estará ocupada por tiendas, restaurantes y un gimnasio de última generación.

Hyatt también ha puesto sus miras en Nashville y abrirá un nuevo hotel en 2020 en Nashville Yards, un nuevo distrito en el *downtown* dedicado al ocio con tiendas, oficinas, un amplio parque y un *venue* para conciertos con capacidad para 4.500 personas. El **Hyatt Regency at Nashville Yards** tendrá 591 habitaciones, *spa* y zonas de ocio en su terraza del piso 23.

La lista de nuevos proyectos hoteleros no termina ahí. En el próximo año se espera la apertura del **Virgin Hotel Nashville** del magnate Richard Branson, con 240 habitaciones; un nuevo **Holiday Inn** de 230 y el hotel **Margaritaville** de inspiración tropical con 217 cuartos.

Ciudad del *country*

Nashville es sinónimo de música, y sobre todo de *country*. En el **Country Music Hall of Fame and Museum**, visita obligada en los programas de incentivos, se sigue la trayectoria de este género y sus grandes estrellas. Desde las botas del pionero Hank Williams a los vestidos más extravagantes de Dolly Parton, sin olvidar el deslumbrante Cadillac de Elvis Presley con más de medio millón de dólares de oro puro en su interior. En sus galerías se exhiben todo tipo de pertenencias correspondientes a los artistas que se han convertido en emblemas de un estilo musical hoy por hoy universal.

También es un lugar donde celebrar eventos de hasta 3.000 invitados, incluyendo el teatro donde cada año tiene lugar la Ceremonia de Inducción al Salón de la Fama, el mayor galardón al que puede aspirar un artista de música *country*. Placas doradas conmemoran a todos los miembros de esta élite en una rotonda donde se celebran banquetes para 170 personas.

La verdadera meca para los fans del *country* es el auditorio Ryman, sede de Grand Ole Opry

La verdadera meca para los fans de este estilo musical es el **Auditorio Ryman**, desde donde se retransmitió el legendario *show* radiofónico The Grand Ole Opry de 1943 a 1974. El Auditorio se creó originalmente como lugar de oración para "salvar las almas" de los congregados, pero pronto se convirtió en un animado centro cultural que atrajo a todo tipo de grandes estrellas, desde Katharine Hepburn y Charles Chaplin a artistas de la talla de Hank Williams y Elvis Presley.

Tras años de abandono, hoy es una vez más sede de conciertos y también de eventos corporativos. Por ejemplo se organizan cenas de gala para 120 comensales en el mítico escenario o conferencias para más de 2.600 delegados en el auditorio. Como atractivo añadido, los participantes pueden tener acceso exclusivo a los camerinos donde se prepararon las estrellas de antaño.

Paso de *country*

Música de todo tipo

En la ciudad de la música hay cabida para todos los géneros. En el **Schermerhorn Symphony Center,** sede de la Orquesta Sinfónica de Nashville, se pueden escuchar tanto conciertos de *pop* como música clásica. También asistir a veladas de cine con banda sonora en directo.

El **Musicians Hall of Fame & Museum** rinde homenaje a los músicos que están detrás de grandes éxitos de todos los tiempos, incluso aquéllos que a menudo permanecieron en el anonimato. En la Galería de los Grammy, además de repasar a los galardonados con estos premios, los grupos pueden elegir un instrumento y acompañar su canción preferida – e incluso grabar su actuación –. El museo cuenta también con un escenario que se puede alquilar para conciertos y eventos privados con 2.500 invitados.

El Musicians Hall of Fame & Museum homenajea a los creadores de grandes éxitos

Un nuevo museo se sumará a la lista en 2019. El **National Museum of African American Music** hará un recorrido por la influencia africana en los diferentes estilos musicales, desde el *blues* al *rock*, y los grandes artistas afroamericanos que han triunfado a lo largo de las décadas, recorriendo trayectorias muy diversas como las de B.B. King o Beyoncé.

Downtown

Todas estas atracciones se encuentran en el *downtown*, el corazón de Nashville, donde pueden pasear fácilmente los delegados que participan en alguna sesión en el centro de convenciones **Nashville Music City Center**.

A orillas del río Cumberland se puede visitar la réplica del **Fuerte Nashborough**, el asentamiento de finales del siglo XVIII que dio origen a la ciudad. Pero el mayor atractivo del distrito son, sin duda, sus innumerables bares: los famosos *honky tonks* de la avenida Broadway, donde la música en directo, desde *country* a *rock* moderno, fluye sin parar desde las 10 de la mañana hasta las 3 de la madrugada.

Tootsies Orchid Lounge figura entre los de mayor solera: por él han pasado las grandes estrellas del *country* tal y como atestiguan los cientos de fotos que lo decoran.

Tootsies Orchid Lounge

Nissan Stadium

La oferta se renueva continuamente con locales como **Ole Red**, un proyecto del equipo del Grand Ole Opry y el cantante Blake Shelton, que abrió el pasado mes de abril. Además de su oferta culinaria y musical, destaca por su terraza, en la que se pueden celebrar cócteles para 400 invitados con vistas al *skyline* de Nashville.

Broadway es también el lugar ideal para llevarse de recuerdo unas botas camperas, ropa vaquera o un auténtico sombrero de *cowboy*. Y después bailar al ritmo local en las clases del **Wildhorse Saloon**. Aunque el baile "en línea" que se hizo popular en los pasados años 90 no es realmente representativo de Nashville, continúa siendo una actividad popular y divertida para grupos.

No todo es música...

La otra gran pasión en Nashville es el deporte. Las multitudes se congregan en el Bridgestone Arena, no sólo para asistir a grandes conciertos, sino también para animar a su equipo de hockey, los Nashville Predators. Otra experiencia 100% local es presenciar un partido de fútbol americano en el Nissan Stadium, sede de los Tennessee Titans.

Los organizadores interesados en un programa más cultural pueden incluir el **Frist Art Museum**, dedicado a las Artes Visuales y que ocupa un edificio de estilo *art déco* que fue antaño oficina de correos. La **Hacienda Hermitage** fue la residencia del séptimo presidente de los Estados Unidos, el populista Andrew Jackson.

A partir de octubre de este año, en el nuevo **Tennessee State Museum** será posible adentrarse en la historia del estado norteamericano por medio de exposiciones interactivas con la última tecnología de realidad virtual.

Country y whisky suelen ir juntos: a dos horas de Nashville está la destilería de Jack Daniels

Whisky y *country* van a menudo unidos: la visita de la destilería de Jack Daniels, a dos horas de Nashville, es una de las excursiones más populares. También se puede hacer un

tour por las numerosas cervecerías artesanales de la ciudad o embarcarse en una ruta gastronómica para descubrir los sabores locales como las típicas alitas de pollo picantes.

Nashville ofrece muchas opciones, pero realmente es la música lo que los grupos quieren experimentar. En los *tours* **Songbird** se realiza un recorrido de dos horas por los espacios musicales más destacados de la ciudad en compañía de un cantautor que, además de amenizar el trayecto con famosas melodías, complementa la actividad con divertidas anécdotas.

Y si la pasión local por la música contagia a los participantes, en los **Estudios Imagine** en Music Row, se puede asistir a la grabación de discos de incipientes artistas, probar como autores y grabar una canción propia.

En Music Row está RCA Studio B, donde grabaron artistas como Roy Orbison o Elvis Presley

Un compositor ayuda a crear el tema y posteriormente músicos profesionales le dan vida en el estudio. El grupo añade los coros en una propuesta de *teambuilding* diferente. Y es que en este distrito, Music Row, se concentran los estudios de grabación, incluyendo el histórico **RCA Studio B** donde grabaron artistas como Roy Orbison, The Everly Brothers o Elvis Presley, así como tiendas de discos, productoras de vídeos, emisoras de radio y otros negocios dedicados al mundo de la música.

Nashville es un destino donde la música se vive, se siente y, sobre todo, se comparte, tanto con amigos como con extraños. En la ciudad del *country* no hay cabida para los individualismos y los grupos son acogidos con los brazos abiertos. Porque en la capital de Tennessee no hay estrellas destacadas ya que todos son artistas.

Grand Ole Opry

En 1925, una empresa de seguros empezó a emitir a través de su emisora de radio una hora de música en vivo con el objetivo de hacer moverse a los asistentes a un baile campestre y, sobre todo, vender sus seguros. Un día, bromeando sobre el elitista programa previo, el presentador anunció a los radioyentes: "han estado escuchando gran ópera… ahora nosotros les traemos *grand ole opry*". Así nació la leyenda.

El *show* creció en duración y popularidad, siendo necesario su traslado al Auditorio Ryman en 1943 para acomodar al público que, cada semana, acudía a ver la transmisión en la que actuarían las estrellas de la música *country* del momento. Hank Williams, Johnny Cash, The Carter Family, Garth Brooks, Dolly Parton… todos pasaron por su escenario, consagrando para siempre a Nashville como la capital del *country*.

En 1974 el espectáculo se trasladó a una nueva casa en Opryland, un complejo de ocio próximo al aeropuerto que incluye un campo de golf, centro de congresos, hoteles, tiendas y, próximamente, un parque acuático. Presenciar la grabación de este legendario espectáculo es una de las experiencias más auténticas para grupos, que pueden hacer un *tour* detrás del escenario: es una oportunidad única para revivir la historia de la música local.

imex america **LAS VEGAS**
16-18 de octubre de 2018

MÁS GRANDE QUE NUNCA Y TENDRÁ LUGAR MUY PRONTO

Faltan muy pocas semanas, pero seguimos creciendo minuto a minuto. Seguimos agregando expositores; son tantos, que esta edición de IMEX America se ampliará a otra sala. Con más espacio para explorar y establecer redes. Poderosas citas convenidas previamente. Un toque innovador sobre la tecnología. Apasionantes lanzamientos e investigación. Se trata de la muestra imperdible para descubrir nuevos proveedores de los Estados Unidos e internacionales en la industria de los viajes de incentivo, reuniones y eventos, que desean presentarle sus ofertas y tendencias. ¿Leyó nuestro informe de la industria *Rise of Midsize Cities (El surgimiento de las ciudades medianas)*? ¡También tendrá la oportunidad de encontrarlos en la muestra!

No queda mucho tiempo—regístrese
GRATIS ahora mismo en **imexamerica.com**

#IMEX18

Pruebas tangibles

La industria de los eventos, congresos, reuniones e incentivos aspira a ser cada vez más profesional. Las certificaciones y acreditaciones ayudan a garantizar unos estándares mínimos pero éstos no serán suficiente si los titulares no renuevan sus conocimientos al ritmo de la evolución del sector.

Por **Cristina Cunchillos**

La industria MICE crecerá un 7,5 % anual hasta 2023 según Allied Market Research. Con el aumento de profesionales se eleva la competitividad y la necesidad de ser mejor que el resto. Desde el punto de vista de los clientes, la amplitud de la oferta puede resultar abrumadora: ¿cómo decidir a quién contratar?

Al igual que en otros sectores, se juzgan las credenciales. Aunque las recomendaciones personales o las reseñas de otros clientes tienen mucha importancia, la acreditaciones o certificaciones específicas del sector continúan aportando garantías.

El papel de las asociaciones

Las asociaciones sectoriales velan por la profesionalidad del sector, fomentando las buenas prácticas, defendiendo la importancia de esta industria y emitiendo certificados a los buenos profesionales. Entre las pioneras está Events Industry Council (EIC, o Consejo de la Industria de Eventos, por sus siglas en inglés), que en 1985 lanzó el CMP (Certified Meeting Professional) al que siguió el CIS (Certified Incentive Specialist).

Son pruebas de cara al cliente, pero sólo con una formación continua se garantiza la excelencia.

QUEREMOS SABER...

- **¿Es importante que los profesionales dispongan de algún tipo de certificación?**
- **¿Qué acreditaciones ofrece su asociación?**
- **¿Qué más ofrecen para mejorar la formación de los profesionales?**

Annamaria Ruffini. Presidente de **SITE** (Society for Incentive Travel Excellence)

"En 2020 introduciremos un doctorado de la industria de incentivos"

Para cualquier profesional sería muy difícil explicar a otra persona del otro lado del mundo qué nivel de educación tiene o cuántos años de experiencia en la organización de programas de incentivo cuenta. Si muestra una certificación eso significa que alguien ha acreditado que tiene un cierto nivel, sea básico, medio o avanzado, sin que sea necesario dar más explicaciones.

Contamos con dos certificaciones. El CIS (Especialista en Incentivos Certificado, por sus siglas en inglés), que se consigue tras hacer un curso de dos años y pasar un examen. Después existe un nivel medio, el CITP (Profesional de los Viajes de Incentivo Certificado, por sus siglas en inglés), al que se puede aspirar después de un mínimo de cinco años en la industria y aportando la correspondiente documentación que lo atestigüe (de empresas, asistencia a congresos, *workshops*...) y pasando un examen con 50 preguntas sobre temas relacionados con diferentes aspectos de la organización de incentivos. En 2020 vamos a reintroducir un certificado superior: el CITE (Experto de los Viajes de Incentivo Certificado, por sus siglas en inglés), equivalente a un doctorado de la industria de incentivos.

Organizamos *workshops* y sesiones educativas en todo el mundo, por ejemplo en el marco de salones como IBTM World o IMEX. También programamos dos o tres Cumbres Ejecutivas en diferentes destinos del mundo para educar a los mercados emergentes, con ponentes selectos y la asistencia de los directores para esos mercados. La educación es una labor continua y también estamos presentes en los grandes eventos y salones de la industria, así como de otros sectores que trabajan con nosotros como la Feria Europea de Recursos Humanos.

QUEREMOS SABER...

¿Es importante que los profesionales dispongan de algún tipo de certificación?

¿Qué acreditaciones ofrece su asociación?

¿Qué más ofrecen para mejorar la formación de los profesionales?

Alfredo Gutiérrez
Presidente de **PCO** (Professional Conference Organizers) **Meetings México**

"Las acreditaciones deben estar respaldadas por procesos rigurosos"

Un profesional que se mantiene en constante actualización y logra avalar su nivel de especialización a través de un proceso de acreditación, ofrece certezas sobre su nivel de competencia y eficiencia. Sin embargo, es importante mencionar que para que estas acreditaciones sean confiables y respetables deben estar respaldadas por un proceso riguroso, accesible sólo para aquellos profesionales que han demostrado un destacado nivel de aprendizaje a través de la experiencia, el estudio y el entrenamiento constante.

En coherencia con la misión de la asociación y nuestro compromiso con la competitividad de la industria de reuniones desarrollamos un distintivo que promueve las prácticas responsables y competitivas en la cadena de valor a través de un riguroso proceso de verificación. El Sello PCO Meetings México dirige hacia las mejores prácticas a nivel nacional e internacional y evalúa su nivel de cumplimiento en torno a ocho ejes: legalidad empresarial, alma de marca, estructura organizacional, finanzas saneadas, marketing y ventas, operaciones, reputación corporativa y responsabilidad social y empresarial. Las empresas que pasan por este proceso de verificación pueden definir su nivel de competitividad, recibir orientación sobre los factores a mejorar, así como de sus necesidades de educación y entrenamiento. Quienes logran la calificación mínima requerida (80 puntos sobre 100) obtienen el aval de PCO Meetings México como proveedores especializados cualificados.

Participamos activamente en la profesionalización de la industria a través del Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones (COMIR). Somos integrantes de su Comité Educativo, responsable de estructurar el programa formativo del Congreso Nacional del Turismo de Reuniones, evento especializado al que asisten los principales decisores y representantes de la cadena de valor de esta industria.

Federico Toja. Director de Operaciones – Capítulos Europeos de **MPI** (Meeting Professionals International)

“Hay que buscar el reconocimiento internacional que avala la titulación”

Consideramos que las certificaciones son clave a la hora de reconocer a los profesionales de cualquier sector y mucho más en uno como el nuestro que se refiere a dar servicio. Gran parte del valor en la organización de eventos se transmite de persona a persona y es un intangible: la confianza es un grado a la hora de trabajar con un profesional. Las certificaciones ayudan como primer filtro a la hora de trabajar con expertos en cada una de las actividades implicadas en la organización del evento. Dicho esto, no creemos que cualquier acreditación sea válida: hay que buscar el reconocimiento internacional de la institución que avala cada titulación.

CMM (Certificado en Gestión de Reuniones, por sus siglas en inglés) es una certificación que otorga MPI. Está enfocada en desarrollar la visión estratégica y la toma de decisiones ejecutivas de los aspirantes. Se otorga al participar en intensos días de trabajo en equipo sin interrupción, asistiendo además a conferencias y presentaciones, así como desarrollando por escrito una propuesta específica de negocio. Complementa el CMP (Profesional de Reuniones Certificado, por sus siglas en inglés), una certificación que otorga el Consejo de la Industria de los Eventos y que también promovemos de forma activa. Reconocida a nivel internacional, demuestra las competencias de los organizadores de eventos a diferentes niveles, de una forma más táctica que el CMM. Además, MPI ofrece una amplia variedad de certificaciones más específicas o más genéricas, según las necesidades.

En los últimos años la asociación ha desarrollado un ambicioso programa formativo, referente en Europa, con más de 26 conferencias, programas de excelencia y dinámicas formativas que buscan cubrir las expectativas de unos socios que pueden desempeñar sus actividades en cualquier ámbito de los eventos. Y es que MPI es la única asociación transversal de nuestro sector y engloba a *planners*, *suppliers*, estudiantes y otros miembros de universidades, todos con sus propias aspiraciones en cuanto a desarrollo profesional se refiere.

QUEREMOS SABER...

- **¿Es importante que los profesionales dispongan de algún tipo de certificación?**
- **¿Qué acreditaciones ofrece su asociación?**
- **¿Qué más ofrecen para mejorar la formación de los profesionales?**

Jan Tonkin. Responsable de Formación de **IAPCO** (International Association of Professional Congress Organisers)

"Una vez acreditados, los miembros deben seguir aportando evidencias"

Como expertos en la gestión de reuniones, los OPCs (Organizadores Profesionales de Congresos) tienen una importante responsabilidad que es la de guiar a sus clientes, y guiarles bien. Conseguir la acreditación de una asociación de la industria como es IAPCO, dedicada a establecer estándares y destacar las buenas prácticas, transmite el mensaje de que ese miembro está igualmente comprometido a proporcionar un servicio profesional y de calidad.

Nuestros miembros reciben el sello IAPCO Accredited. Para conseguir esta acreditación como miembro de IAPCO la compañía debe superar un riguroso proceso de entrada que incluye la provisión de pruebas de su experiencia, con un mínimo de requisitos respecto al número de eventos organizados y una exhaustiva comprobación de sus referencias. Una vez acreditados, los miembros deben seguir aportando evidencias de que ofrecen un servicio de calidad, año tras año, y si no superan este control de calidad anual se revisa su membresía o incluso se llega a suspender si no toman medidas para mejorar.

IAPCO ofrece cuatro opciones educativas – seminarios EDGE (Expertos en Educación Global Dinámica); seminarios a medida (con un socio local); seminarios Sharp-EDGE (en el marco de salones) y Web-EDGE (nuestro programa *online*). Son facilitados por OPCs *senior* que están inmersos en el negocio, tienen curiosidad por las nuevas tecnologías y están comprometidos con las mejores prácticas. El contenido está diseñado no sólo para OPCs sino también para otros representantes de la industria en general, en particular *convention bureaux*, *venues* y centros de congresos. Al final de cada seminario se otorgan certificados a los participantes.

Sheriff Karamat
Presidente Ejecutivo de **PCMA** (Professional Convention Management Association)

"Los Estrategas de Eventos Digitales pueden demostrar su cualificación"

Todos y cada uno de nosotros debería intentar ofrecer el nivel más alto, ético y actualizado en nuestro trabajo. En PCMA creemos que las certificaciones y acreditaciones ejercen un papel importante en la evolución de los profesionales de los eventos corporativos.

A través de PCMA-ICESAP ofrecemos una acreditación única para reforzar el papel de las agencias intermediarias en la región Asia-Pacífico. Fue creada para ayudar a los clientes a identificar a las agencias que cumplen ciertos estándares: códigos de conducta, buenas prácticas, garantías de estabilidad financiera y calidad en su oferta. Por otro lado, quienes obtienen la certificación de Estratega de Eventos Digitales de PCMA demuestran que están cualificados en el campo de las experiencias digitales y el *livestream*. También apoyamos la certificación del EIC proporcionando libros de texto, cursos *online*, cuestionarios y otras ayudas para superar el examen.

Tenemos programas como Influencers Summit, eventos como Knowledge Exchange y nuestra principal cita anual en Estados Unidos: Convening Leaders, que reúne a más de 4.000 profesionales en tres días de educación superior. También fomentamos la investigación por medio de la Fundación PCMA. Estamos trabajando en un nuevo programa de Estrategas de Eventos Corporativos, aunque no hemos decidido si tendrá certificación.

CON UN CAMBIO
DE PAISAJE

Encontrará casi 46.000 metros cuadrados (500.000 pies cuadrados) de espacio rediseñado para exhibiciones, un salón de fiestas de 5.500 metros cuadrados (60.000 pies cuadrados) y 84 salas con más de 17.500 metros cuadrados (188.000 pies cuadrados) de espacio para reuniones. El Centro de Convenciones de Miami Beach es el espacio perfecto para su negocio. **Nuevo espacio. Nuevas posibilidades. Septiembre de 2018.**

Más información en **MiamiBeachConvention.com**
info@MiamiBeachConvention.com I 786/276-2607

SPECTRA

MIAMI BEACH
CONVENTION CENTER

© Greater Miami Convention & Visitors Bureau – The Official Destination Sales & Marketing Organization for Greater Miami and the Beaches. // CS 02774

CÓMO GESTIONAR EL ESTRÉS LABORAL

Por **Cristina Cunchillos**

Lo llaman la epidemia del siglo XXI y es sin duda un mal cada vez más generalizado en la sociedad actual. El estrés laboral puede afectar a todos, sin diferencia de edad, género o cargo en la empresa y, si no se controla adecuadamente, puede acabar él controlando nuestras vidas.

Hoy en día el ritmo de vida parece más frenético que antaño. El flujo de información es constante. La tecnología permite estar conectados en todo momento y lugar. La inestabilidad económica aumenta la presión por hacer el trabajo mejor que nadie. Como consecuencia, el estrés laboral se vuelve inevitable.

La industria MICE no es inmune a este problema. Según la empresa británica EventWell, la organización de eventos se encuentra entre las ocupaciones más estresantes y uno de cada tres profesionales tiene problemas de salud mental debido a su trabajo. La presión generada por cumplir las expectativas del cliente, crear un evento memorable, gestionar diferentes proveedores, sortear problemas de última hora... es en parte lo que hace el trabajo interesante pero también la causa de mucha ansiedad.

Cualquier indicio de estrés puede crecer fácilmente y convertirse en un problema grave, tanto para la salud del trabajador como para la de la empresa. Según un estudio de la Universidad de Jönköping en Suecia, las personas que padecen estrés laboral ven aumentado en un 48 % el riesgo de sufrir un infarto o un ictus. El estrés en sí causa el 30 % de las bajas laborales en España, según la Fundación Máshumano, y reduce la productividad en el trabajo. Por eso es necesario controlarlo antes de que vaya a más.

Mens sana in corpore sano

Llevar una vida sana es el mejor antídoto para todo, también para combatir el estrés. Cuando se acumula el trabajo, la sensación de perder tiempo cocinando o sentados para comer en una mesa y sobrevivir a base de chocolatinas y *fast food* es demasiado común. Pero una dieta sana, con comidas ligeras y frecuentes que faciliten la digestión, y sin abusar del alcohol, es recomendable para ser más efectivos en el trabajo.

Igualmente, quienes dicen no tener tiempo de ir al gimnasio por culpa del trabajo, deben recordar que el ejercicio regular es el mejor aliado del bienestar físico y mental. El motivo es que libera endorfinas que ayudan a reducir el estrés. Unos minutos corriendo o desahogándose en una sesión de *kick boxing* pueden hacer maravillas.

Aprender a relajarse

Si bien no todo el mundo goza de un espíritu deportista, a todos les convienen unos minutos de relajación. La práctica del yoga es cada vez más popular y existen empresas que ofrecen clases en la oficina. No hace falta ponerse cabeza abajo o adoptar posturas complicadas. Existen ejercicios sencillos de estiramientos y respiración que se pueden practicar en la misma silla de trabajo. Unos minutos de meditación por la mañana, centrando la mente únicamente en la propia respiración, ayudarán a estar más sereno el resto del día.

El *mindfulness* es otra práctica de moda, un entrenamiento para aprender a tomar conciencia de todo lo que nos rodea, en todo momento. Nos hace pensar sobre cómo actuamos y por qué, ayudando a hacer frente a situaciones de estrés. No requiere someterse a costosas sesiones de terapia. Se puede empezar con un ejercicio tan sencillo como anotar, día tras días, tres cosas por las que agradecer el hecho de estar vivo.

> Aspirar a grandes metas no realistas sólo sirve para generar aún más estrés cuando no se alcanzan

Buena organización

A la hora de abordar el trabajo, ser organizado y disciplinado contribuye a reducir el nerviosismo. Hay que tener claro qué es lo que se quiere conseguir, pero de nada sirve aspirar a grandes metas que no son realistas: sólo para generar aún más estrés cuando éstas no se alcanzan. Es mucho más recomendable plantearse pequeños objetivos, por ejemplo algo que completar en la próxima hora, e ir añadiendo nuevos retos conforme se alcance lo anterior con la satisfacción que ello proporciona.

Otra práctica siempre recomendable en el ámbito laboral es la simple elaboración de listas de tareas pendientes, estableciendo prioridades. Si antaño eran de puño y letra, ahora existen numerosas *apps* como Evernote o Trello que ayudan. Los calendarios *online*, como Google Calendar o Work Times, también son útiles para no perder de vista las tareas personales incluyendo las de otros compañeros de trabajo permitiendo una mejor coordinación. La transparencia ayuda a crear un buen ambiente de equipo, sin rencores porque otros no estén haciendo suficiente: sin duda es otro modo de reducir el estrés.

Conviene cerrar, o al menos ignorar, el *e-mail* hasta terminar la primera tarea de la lista

Saber decir no

Una vez hecha la lista es mejor ir punto por punto y no intentar hacer varias cosas a la vez. Las distracciones sólo contribuyen a una falta de concentración que, en definitiva, hará que el trabajo termine más tarde... y el trabajador más estresado. Tal vez conviene cerrar, o al menos ignorar, el buzón del *e-mail*, incluso apagar el móvil unos minutos, hasta terminar la tarea. Y no se trata sólo de decir no a las distracciones. En la oficina existe la tendencia a querer agradar e impresionar siempre, pero esto puede ser contraproducente. Si se acepta un nuevo encargo cuando realmente no se dispone de tiempo para ello, o se toma un proyecto que requiere unos conocimientos que no se tienen, el resultado será inevitablemente malo, un cliente insatisfecho y un trabajador más estresado.

Desconexión total

Si el cuerpo necesita descansar, la mente lo necesita aún más. El estrés suele afectar al sueño, pero se pueden adoptar hábitos que ayudan a dormir mejor, como cenar ligero y evitar cualquier dispositivo digital antes de irse a la cama.

Y, después de trabajar duro, todos se merecen unas vacaciones... de verdad. De nada sirve estar en la playa si se contestan *e-mails* para adelantar temas o se está pensando en lo que espera a la vuelta. Existen muchas iniciativas posibles, y más fáciles de adoptar de lo que parece, para gestionar el estrés, pero la primera debe ser reconocer el problema.

Entrevista

Alejandra Sánchez

Directora de Mindtraining

"Entrenar la mente es posible y es algo que debemos hacer"

¿Qué es Mindtraining?

Somos un equipo de especialistas dedicados al *coaching* y el entrenamiento mental tanto en empresas como para particulares, con el fin de ayudarles a conseguir un mejor rendimiento. También tratamos patologías médicas o psicológicas. Entrenar a la mente es posible: la neuroplasticidad es una realidad y es algo que debemos hacer. En la sociedad actual estamos continuamente expuestos a numerosos dispositivos, estímulos, exigencias laborales... Hay que saber parar y gestionar la ansiedad que todo esto genera.

¿Por qué es importante controlar el estrés laboral?

Es importantísimo porque es un componente que nos enferma. Existe un estrés bueno y necesario, el llamado "eustrés", que nos motiva para trabajar y hacer cosas. Pero cuando se convierte en "distrés" o estrés excesivo, causa problemas de sueño, dermatológicos, cansancio, depresiones... y es importante controlarlo. Si no se controla, el estrés se somatiza y tiene un impacto en la salud, llevando a una sobrealimentación o mala alimentación, al consumo de alcohol, tabaco o pastillas. En el trabajo, baja el rendimiento y surgen más conflictos en los equipos: se debe a que los individuos adoptan una actitud más defensiva y hay menos colaboración.

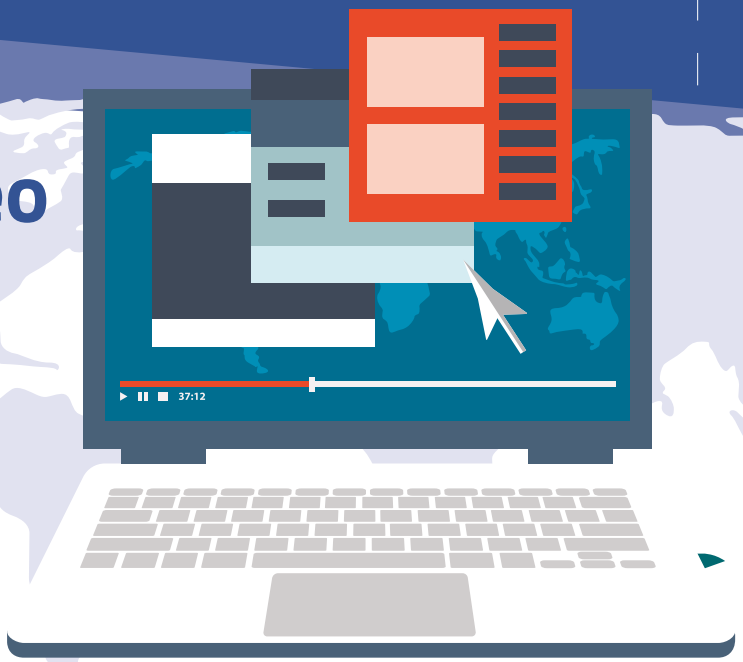
¿Cuál sería su consejo principal para controlar el estrés?

Lo más importante es seguir una rutina de entrenamiento mental y aprender a observar todo lo que hacemos, cómo nos tratamos, cómo nos hablamos, nuestro estado emocional a lo largo del día... Así podemos regularlo y, si surge alguna situación de conflicto como puede ser con un cliente, seremos capaces de ponerle límites antes de que se convierta en algo más grande. El mayor problema surge ante la incapacidad de controlar este tipo de situaciones y el estrés del trabajo se traslada al hogar: en consecuencia acaba contaminando la vida personal.

¿Busca tener alcance?

Comunique con vídeo en redes sociales

Desarrollamos formatos originales adaptados a las características de funcionamiento y visualización en **Youtube**, **Facebook**, **Instagram** y demás redes.



GRUPODEBOSS

+54 5275 9934 +34 652 984 291 soluciones@grupodeboss.com
/grupodeboss @grupodeboss grupodeboss

Motivación

Por **Cristina Cunchillos**

Desde experiencias inherentes al destino visitado, tales como juegos con cerveza en Baviaria, talleres de máscaras de carnaval en Venecia o safaris en Sudáfrica, a sencillos programas de aventura y risas en bellos parajes naturales: las agencias nos siguen demostrando que cuentan con propuestas de lo más variado para motivar a los grupos.

Artesanía veneciana

Venecia es famosa por sus canales, sus góndolas y su Carnaval. El receptivo Italia Connection los hace protagonistas de sus propuestas ofreciendo a los grupos la oportunidad de adentrarse en la tradición carnavalesca y el mágico mundo de la Commedia dell'Arte a través de un taller de máscaras. Los participantes aprenden sobre las técnicas tradicionales utilizadas en la elaboración de máscaras con *cartapesta*, material similar al papel maché, así como el significado de los diferentes antifaces. Después pueden desarrollar su creatividad decorando una careta con su estilo personal eligiendo entre diferentes modelos.

Esta actividad se puede combinar con una visita a la vecina isla de Murano, famosa por su cristal. Aquí participan en otro taller de artesanía tradicional, conociendo algunas de las técnicas que permiten soplar el vidrio y modelarlo. Dos experiencias que no sólo dejan un recuerdo imborrable sino originales *souvenirs*.

Salvando rinocerontes

El DMC sudafricano Walthers ofrece a los grupos un safari diferente en el que pueden contribuir a la protección de los rinocerontes, además de vivir una experiencia inolvidable. La caza ilegal de estos animales con el objetivo de cortar sus preciados cuernos amenaza la supervivencia de la especie. Para combatirlo, se recurre a su seguimiento mediante *microchips* instalados en las orejas o los cuernos. Los grupos pueden participar en este proceso, acompañando a los investigadores en las salidas que realizan para localizar y marcar a las fieras.

Los rinocerontes son sedados con dardos disparados desde helicópteros, dejando a los grupos un plazo de 35 minutos para tomar las medidas necesarias, recopilar datos relacionados con la temperatura corporal y el ritmo cardiaco e instalar el *microchip*.

Se trata de un trabajo a contrarreloj antes de que el animal se despierte, por lo que es vital una buena coordinación para que cada miembro del equipo pueda cumplir su tarea. La actividad supone un acercamiento único a uno de los *big five*, además de ayudar a su supervivencia.

Risoterapia en la naturaleza

La agencia E&TB Group, que opera en España, Portugal, Gibraltar y Andorra, propone la forma más divertida de desinhibirse, romper el hielo entre compañeros que tal vez no se conocen y crear un buen ambiente de equipo: a base de risas. Para ello trasladan a los grupos a un paraje idílico, en lo alto de una colina. Pero llegar allí no es tan fácil: la ubicación es un secreto que los participantes deben descifrar primero, con la ayuda de diferentes personajes que irán conociendo a lo largo de la ruta. Respondiendo a preguntas sobre la empresa en una tableta, consiguen las instrucciones que les permiten también llegar al destino final.

Una vez allí, en plena naturaleza, pueden encontrar inspiración y despejar su mente, relajándose con una sesión de yoga, así como demostrar su coordinación en un ejercicio de baile sincronizado. Le sigue un taller de risoterapia en el que, guiados por un experto, darán rienda suelta a sus carcajadas: qué mejor manera de terminar la jornada.

Olimpiadas bávaras

El receptivo alemán Weichlein Tours recurre a las tradiciones más famosas de la región alemana de Baviera para ofrecer a los grupos un programa de *teambuilding* inspirado en el ambiente festivo típico del Oktoberfest. Para empezar, los asistentes se visten con los trajes tradicionales: para ellas el *dirndl* y para ellos el *lederhose*.

Han de competir en unas "Olimpiadas Bávaras" demostrando sus habilidades en divertidas pruebas como clavar clavos al "estilo alemán", sujetar una jarra llena de cerveza con una sola mano y a la altura del hombro durante el mayor tiempo posible, ordeñar una vaca o soplar el *alphorn*, un típico instrumento alpino.

La actividad se celebra en un recinto especialmente decorado para la ocasión, con música folclórica y bailes típicos de los Alpes y, por supuesto, grandes jarras de cerveza de un litro y platos propios de la zona que los participantes degustan al final como recompensa tras los esfuerzos realizados.

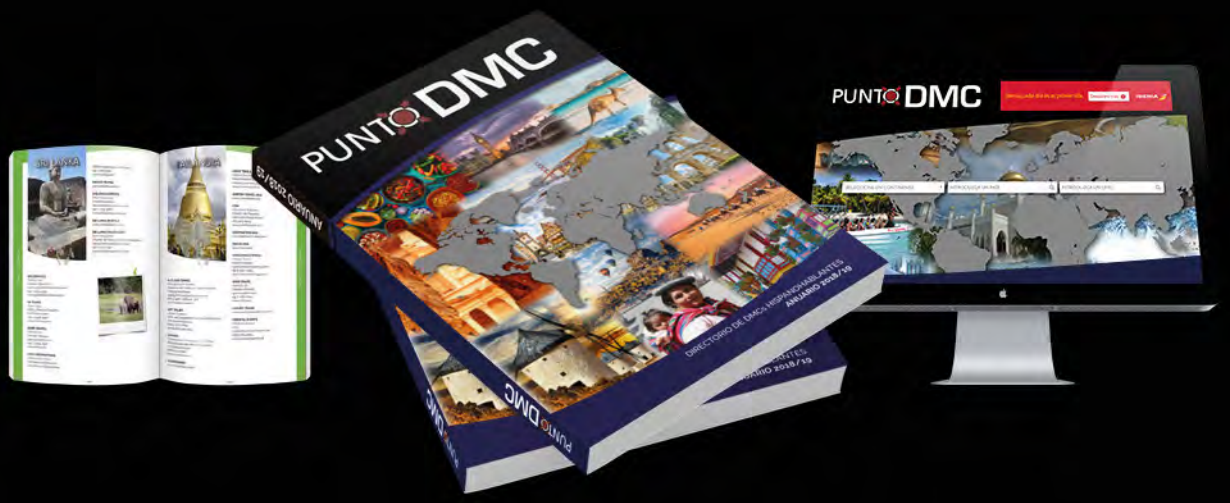
Estimulación natural

Meetings and Mountains es la propuesta de la agencia británica Call of the Wild para motivar a los grupos sacándolos del entorno corporativo habitual y, en su lugar, celebrar sus reuniones y participar en actividades en el bello entorno natural de las montañas del Parque Nacional Brecon Beacons, en Gales.

Antes de la reunión los delegados hacen una caminata para despejar la mente y tener en consecuencia una sesión más productiva. Posteriormente, se realizan programas dinámicos como el *canyoning*: siguiendo el curso de uno de los ríos que atraviesan el parque, deben superar sus miedos atreviéndose a saltar al vacío o haciendo rápel en cascadas.

La jornada no termina ahí, ya que también hacen acampada y balance de lo aprendido en torno a una hoguera por la noche. Además, el parque ofrece excelentes condiciones atmosféricas para la observación de estrellas.

¿Organizas convenciones e incentivos en el extranjero?



¿Sabes que todos los DMCs hispanohablantes, presentados por continentes y países, están en un solo lugar?

En versión papel y *online*, el mundo que te recibe en español está en

PUNTO DMC

www.puntodmc.com

Con estilo

BUENAS COMPAÑÍAS

Por **Alejandro Martínez Notte**

Para generar una lectura "natural", los *e-readers* utilizan pantallas de tinta electrónica. Con ello se generan sensaciones visuales similares a las que produce leer un libro impreso en papel. A ello se añade que, en comparación con la lectura en tableta, *smartphone* u ordenador, la fatiga visual se reduce ¿qué mejor compañero de viaje?

KINDLE OASIS

Descripción: Pantalla táctil con una resolución de 300 ppi, 32 *gigabytes* de almacenamiento y resistente a salpicaduras de agua. El modelo 3G + *Wi-Fi* incluye una suscripción a Amazon para descargar libros sin necesidad de conectarse a internet
Pantalla: 7 pulgadas
Peso: 206 gramos
Tamaño: 15,9 x 14,1 x 0,34 centímetros
Batería: Puede durar semanas con una carga de tres horas
Qué nos gusta: Su diseño fino, ligero y ergonómico. Además, posee más de un millón de títulos exclusivos Kindle que no se pueden leer con otros *e-readers*

KOBO AURA H2O

Descripción: Resistente al agua, soporta hasta 60 minutos sumergido hasta dos metros de profundidad. Dispone de ocho *gigabytes* de almacenamiento y una pantalla táctil con resolución de 265 ppi. Cuenta con puerto mini USB y *Wi-Fi*
Pantalla: 6,8 pulgadas
Peso: 207 gramos
Tamaño: 12,9 x 17,2 x 0,88 centímetros
Batería: Dura hasta un mes tras una carga de cuatro horas
Qué nos gusta: Incluye una nueva tecnología que permite adaptar el nivel de luz que irradia la pantalla a la luminosidad ambiente

BQ CERVANTES 4

Descripción: Posee 8 *gigabytes* de espacio de almacenamiento ampliable mediante una ranura para tarjeta SD de hasta 32 GB. Con una resolución de pantalla de 300 ppi, cuenta con luz incorporada regulable, puerto Micro-USB y *Wi-Fi*
Pantalla: 6 pulgadas
Peso: 185 gramos
Tamaño: 16,9 x 11,6 x 0,95 centímetros
Batería: Hasta un mes con una carga de cuatro horas
Qué nos gusta: La tecnología de regulación manual de tonalidad OptimaLight permite tener el control sobre la cantidad de luz que emite la pantalla

TAGUS LIRA

Descripción: Pantalla táctil de 150 ppi, 8 *gigabytes* de memoria que se pueden aumentar mediante tarjeta MicroSD de hasta 32 GB, *Wi-Fi*, entrada micro USB y *bluetooth*. Incorpora además una serie de aplicaciones para escuchar la radio, descargar correo electrónico, publicar en Twitter, escribir notas o utilizar la calculadora
Pantalla: 9,7 pulgadas
Peso: 470 gramos
Tamaño: 25,8 x 11,7 x 9,5 centímetros
Batería: Varias semanas tras una carga de cuatro horas
Qué nos gusta: Su tamaño ya que lo distingue del resto de los *e-readers* del mercado. Además dispone de una entrada para auriculares y contraste ajustable

BOOKEEN SAGA

Descripción: 8 *gigabytes* de almacenamiento y pantalla de 213 ppi de resolución. Cuenta con botones mecánicos para pasar páginas, encender, apagar y elegir hasta 20 niveles de brillo. Además, incluye navegador de Internet para leer contenidos *web* vía *Wi-Fi*
Pantalla: 6 pulgadas
Tamaño: 13,4 x 15,5 x 1,5 centímetros
Peso: 320 gramos
Batería: Dura un mes con una carga de tres horas
Qué nos gusta: Se pone en pausa mediante su cubierta protectora y es adaptable para lectores diestros y zurdos

AGENDA INTERNACIONAL

IBTM AMERICAS
5 y 6 de septiembre

Del antiguo ICOMEX, salón de referencia para la industria MICE mexicana, e IBTM LATIN AMERICA, nace IBTM AMERICAS, que celebra su primera edición este 2018. En 2017 cerca de 600 compradores internacionales, con especial presencia de *hosted buyers* latinoamericanos, conocieron la oferta de los 330 proveedores presentes. En esta ocasión el salón amplía su público con expositores e invitados norteamericanos.

Sede: Centro Citibanamex de Ciudad de México

IBTM CHINA
12 y 13 de septiembre

Este evento convoca a más de 400 compradores interesados en la oferta de los más de 350 expositores registrados. En su última edición convocó a un total de 5.000 profesionales principalmente interesados en Asia en general, y China en particular, procedentes de 35 países.

Sede: China National Convention Center (CNCC) de Pekín

MITM AMERICAS
18 al 21 de septiembre

La 22ª edición de MITM Americas reunirá en La Habana a organizadores interesados en la oferta turística no solamente de Cuba sino del Caribe en general, así como profesionales de otros destinos MICE del continente americano.

Sede: Hotel Meliá Cohiba. La Habana

EUROPEAN INFLUENCERS SUMMIT
23 a 25 de septiembre

La segunda cumbre europea de PCMA reunirá a 200 *influencers*, incluyendo altos directivos y profesionales *senior* de la industria MICE durante dos días de ponencias y talleres sobre los temas más relevantes para el sector. Incluirá oportunidades de *networking*.

Sede: Hotel Barceló Sevilla Renacimiento. Sevilla (España)

IMEX AMERICA
16 a 18 de octubre

El mayor evento organizado por IMEX en América, y el que a más profesionales MICE convoca en el continente, reúne a más de 11.000 visitantes ante más de 3.000 proveedores procedentes de todo el mundo. Los 3.000 compradores invitados tienen acceso a un amplio programa de formación, con especial énfasis en las novedades relacionadas con la innovación tecnológica.

Sede: Sands Expo Las Vegas (EE.UU)

IBERIAN MICE FORUMS
25 a 27 de octubre

Compradores de varios países europeos participarán en el encuentro previsto en la ciudad portuguesa de Braga con proveedores del sector MICE de la Península Ibérica. Cada uno de los encuentros incluirá citas pre-concertadas, así como un programa educativo con ponencias, oportunidades de *networking* y actividades sociales para conocer el destino sede.

Sede: Forum Braga Convention Centre/ Meliá Braga (Portugal)

PUNTO MICE es:

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

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

/PUNTOMICE

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

Exposiciones

Negocios

Congresos y Convenciones

Sociales

Centro citibanamex

Centro de Convenciones y Exposiciones, CDMX

Más de ...

- **11,500 eventos** realizados
- **28 millones de visitantes**
- **92 millones de m2** utilizados
- 7.7 millones de **cubiertos servidos**

Creamos Mexico Congress City

Primer recinto en Latinoamérica que consiguió el certificado EarthCheck Gold por nuestro **compromiso real con el medio ambiente**

Albergamos el **congreso médico internacional más grande**. *Congreso Mundial del SIDA*

Primer Exposición en el país con más de 60 mil m^2

Graduación de estudiantes de derecho con **más de 5,250 personas**. **La más grande de su tipo** en CDMX

Estacionado más de **28,000 autos en 2 días**

¡Contáctanos!

EarthCheck Gold Certified 2017 · Distintivo H · Distintivo S Garantía de Sustentabilidad México

www.centrocitibanamex.com

/CentroCitibanamex @CentroCitibnmx @CentroCitibnmx

Location: Conscripto #311, Lomas de Sotelo, 11200, Del. Miguel Hidalgo, CDMX / 5268 2000

/visitguatemala

descubre

EL PAÍS SECRETO

Guatemala es el destino donde al realizar sus eventos se ve envuelto en una cultura milenaria y edificaciones que desafían el tiempo y asombran por su belleza.

PARQUE NACIONAL TIKAL

Guatemala

Corazón del Mundo Maya

HAZ SHAZAM
Y DESCUBRE MÁS