

PUNTO MICE

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

Nº4 NOVIEMBRE/DICIEMBRE

2014 / 6,5 € - 9 \$



LA VOZ DEL SECTOR

La unión hace la fuerza: figuras del asociacionismo nos cuentan hacia dónde van y qué consiguen

DESTINOS

Lisboa, una capital en pleno renacer; y la España verde, con propuestas llenas de frescura

PURO INCENTIVO

San Petersburgo: majestuosidad y grandeza en la que fue capital de los zares de Rusia

DÍA A DÍA

Cómo hacer una buena presentación: claves para que el apoyo a una ponencia sirva para mejorarla



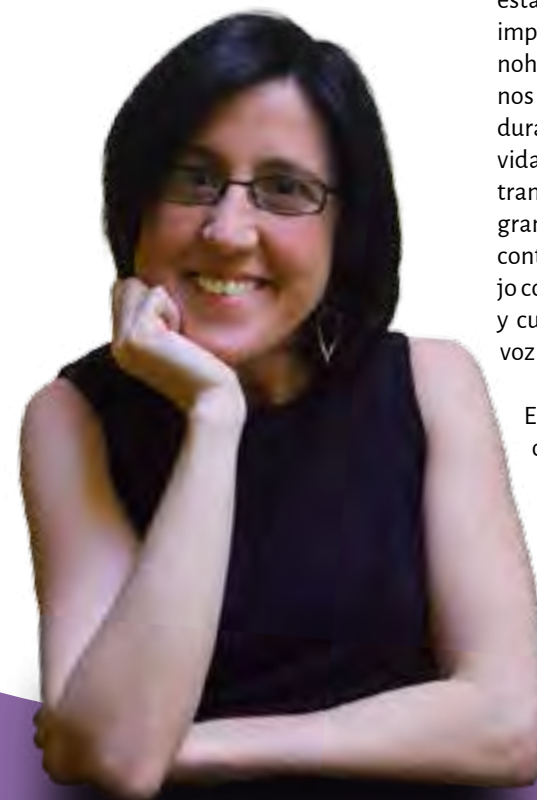
CITA EN PARÍS

O en más de 1.000 destinos gracias a una de las mayores redes en el mundo con KLM y nuestros socios de SkyTeam.

EDITORIAL

NOS VESTIMOS DE LARGO

El agradecimiento que queremos transmitir a nuestros anunciantes es tan grande como la motivación que nos contagian quienes defienden el asociacionismo



Esta edición que está leyendo le puede haber llegado por correo postal, la puede estar visualizando en los dispositivos para los que hemos creado la versión digital o podemos habérsela entregado en mano en ICO-MEX o EIBTM. Llegado el momento de estar presentes en dos de las citas más importantes del mundo MICE hispanohablante no podemos sino sentirnos orgullosos del camino recorrido durante este, nuestro primer año de vida. El agradecimiento que queremos transmitir a los anunciantes es tan grande como la motivación que nos contagian quienes defienden el trabajo colectivo a través del asociacionismo y cuyos testimonios recogemos en La voz del sector.

En esta ocasión les contamos qué ofrecen tres destinos de un mismo continente, el europeo. Ése tan Viejo que persigue la modernidad sin renunciar a un pasado lleno de historia: Lisboa, Gijón, Santander, San Sebastián y San Petersburgo nos demuestran por

qué Europa sigue haciendo soñar a muchos, incluso a los propios europeos.

Seguimos contándoles iniciativas para que los equipos se sientan orgullosos de la empresa a la que pertenecen y ponemos de relevancia acciones que justifican que el compromiso medioambiental y social no sólo debe ser algo escrito sino que genere resultados tangibles. De este modo vemos que, cuando se quiere, todo es posible.

Como posible es estar de nuevo ante ustedes y definiendo nuevas ideas para 2015. Nos vestimos de largo para saludarle y agradecerle personalmente su apoyo, ya sea en Europa o en Latinoamérica. Y transmitirle que el año que viene seguiremos analizando, describiendo y defendiendo una industria que tiene mucho que aportar al bienestar de las personas.

Les deseamos un 2015 lleno de éxitos ¡y aquí estaremos para compartirlos!

Eva López Álvarez
EDITORA

EMPRESA EDITORA:
GRUPO PUNTO MICE®

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

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

www.puntomice.com
✉ redaccion@puntomice.com

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

DIRECCIÓN COMERCIAL:
Alejandro Martínez
✉ comercial@puntomice.com

DIRECCIÓN DE ARTE Y DISEÑO:
Grupo Deboss

PRODUCCIÓN: José Carlos Suárez

CORRECCIÓN: Claudia Cabrero

ADMINISTRACIÓN:
María Laura García
✉ administracion@puntomice.com

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

ESPECIALISTA EN
TEAMBUILDING, EVENTOS
Y MICE INTERNACIONAL:
Anne Golec

ESPECIALISTA EN RSC:
Sara García

COMMUNITY MANAGER:
Margarita González
✉ @PUNTOMICE
✉ /PUNTOMICE

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

IMPRESO EN ESPAÑA Gráficas Rigel

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

DEPÓSITO LEGAL M-12379-2014

Madrid

Negocios que son un placer

MADRID
CONVENTION
BUREAU



Las convenciones no tienen por qué ser convencionales

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

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

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

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

Hagas lo que hagas, Madrid es el lugar.

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

esmadrid.com/mcb

iMADRID!

SUMARIO

Nº 4 - EDICIÓN NOVIEMBRE /
DICIEMBRE 2014

PUNTO MICE

6 ACTUALIDAD

Los actores del sector nos hablan de sus novedades de cara a las empresas

18 LA VOZ DEL SECTOR: LA UNIÓN HACE LA FUERZA

Los protagonistas del asociacionismo en la industria MICE nos explican cuáles son sus objetivos y por qué merece la pena trabajar en colectivo

24 DESTINO: LISBOA

Una ciudad que renace y que ofrece múltiples posibilidades para los organizadores, siempre con la buena acogida portuguesa como principal atractivo

34 DESTINO: NORTE DE ESPAÑA

Gijón, Santander y San Sebastián forman un triángulo casi en línea recta que aglutina propuestas frescas y llenas de calidad de la España más desconocida y más verde

42 APPS

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

44 PURO INCENTIVO: SAN PETERSBURGO

La capital de los zares es un conglomerado de edificios fastuosos en torno al río Neva que otorga a cualquier incentivo el adjetivo de "majestuoso"

52 ANÁLISIS

Las navieras apuestan por las empresas como clientes para sus cruceros marítimos con un gran argumento: a bordo todo está bajo control

58 DÍA A DÍA

Una presentación debe ser el apoyo para que una exposición oral haga efecto en el asistente: pautas sobre cómo conseguir este objetivo

62 MOTIVACIÓN

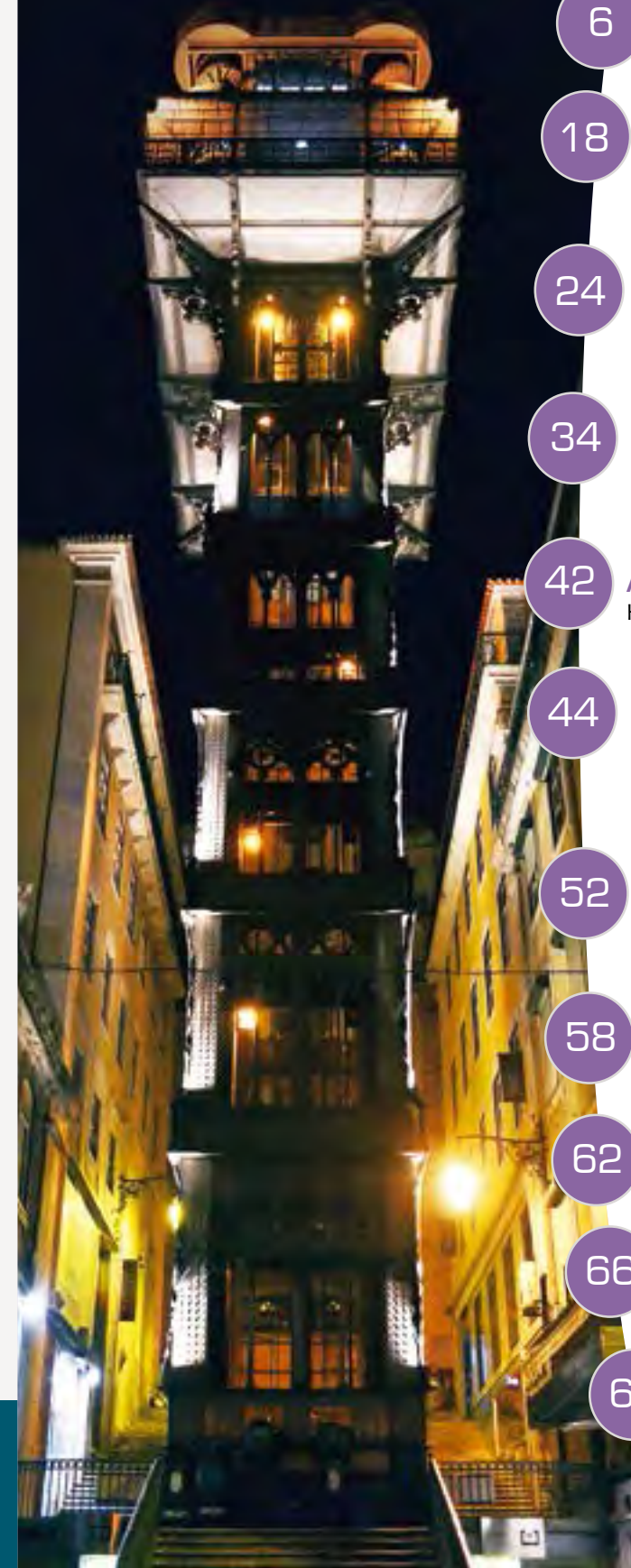
Propuestas de diferentes agencias y países con un objetivo común

66 CON RESPONSABILIDAD

Varias iniciativas fueron premiadas este año: una Fundación, una empresa y un destino son ejemplos de cómo el compromiso da resultados concretos

68 CON ESTILO

Regalos de Navidad para empezar el 2015 con buen pie





LAN y TAM ofrecerán más conexiones Europa-América

El Grupo LATAM Airlines está proyectando la apertura de nuevos vuelos internacionales para 2015, con el objetivo de ampliar su mapa de rutas desde Latinoamérica hacia Norteamérica y Europa. Una de las novedades prevista para finales del año que viene es la ruta Santiago de Chile-Milán con escala en Sao Paulo. El trayecto a Milán es operado actualmente por TAM y pasará a ser operado por LAN, aumentando con ello la conectividad entre Sudamérica y Europa, así como mejorando la experiencia de viaje de los pasajeros de la compañía, ya que esta ruta será realizada con la flota de nuevos Boeing 787.

Al mismo tiempo, TAM proyecta iniciar vuelos directos entre Sao Paulo y Cancún (México), además de entre la ciudad brasileña y Barcelona. El objetivo es responder a la demanda de los pasajeros que viajan a España. TAM opera actualmente vuelos directos de Sao Paulo a Madrid.

Más conectividad con Norteamérica
La aerolínea espera lanzar durante el primer semestre de 2015 un nuevo vuelo Sao Paulo-Toronto con escala en Nueva York. La brasileña reforzará sus rutas entre Brasil y Estados Unidos con otro nuevo vuelo Brasilia-Orlando, aumentando además las frecuencias hacia Miami desde la capital brasileña y Sao Paulo. El vuelo Brasilia-Miami

alcanzará las siete frecuencias semanales durante el tercer trimestre de 2015. Por su parte, LAN aumentará de 10 a 14 las frecuencias semanales para la ruta Santiago de Chile- Miami que se implementará en el transcurso del año que viene

Mejoras a bordo
El Grupo intensificará el uso de sus aviones Boeing 767 con asientos *full flat*, con 180º de inclinación, en su Clase Premium Business. Otra novedad será la mejora de la configuración interna del Boeing 777, ofreciendo más comodidad al pasajero. A finales de 2015, la empresa será la primera del continente sudamericano en recibir el nuevo Airbus A350.



Entrevista
Saúl Herrero
Jefe de Ventas Nacional de Air Europa

“Nos interesa la actividad que vemos en Puerto Rico y Miami”

¿Qué objetivos tiene Air Europa de cara a las empresas?
Durante los últimos años hemos experimentado un importante desarrollo del tráfico corporativo, negociando acuerdos con las principales empresas españolas. Actualmente estamos yendo un paso más allá, globalizando estos acuerdos para que las empresas puedan aplicarlos a nivel mundial.

¿Qué destinos latinoamericanos interesan más a las empresas españolas?
A nivel de convenciones e incentivos, los destinos más demandados entre los que nosotros operamos son Argentina, Brasil y el Caribe.

¿Perciben interés por parte de las empresas de Latinoamérica a la hora de organizar eventos en Europa?
Notamos que hay un aumento de la demanda de viajes para eventos en los países con economías más dinámicas en este momento: Perú, Brasil y Chile. Nosotros estamos cada vez más arraigados en muchos países de Latinoamérica, así que nos estamos beneficiando de esta tendencia.

¿Qué destinos están en el punto de mira de Air Europa con respecto al cliente MICE?
Brasil, aprovechando los vuelos que ofrecemos a Salvador de Bahía y Sao Paulo desde Madrid. Desde allí ofrecemos otros aeropuertos que operamos dentro del país y no sólo a nivel nacional, ya que conectamos con otros países como Chile. También nos interesa mucho la actividad creciente que se está registrando en Puerto Rico y Miami.

Entrevista
Víctor Moneo
Director de Ventas España de Iberia



“Queremos reforzar el papel de puente América Latina-España”

¿Qué destinos latinoamericanos interesan más a las empresas españolas?
Hay muchas conexiones de interés en América Latina y en los últimos años se han diversificado los países destinatarios de las inversiones: a Argentina, México, Chile y Brasil se han sumado Colombia, Panamá y Perú. En Iberia volamos directo y prácticamente a diario a 16 destinos de América Latina. Nos adaptamos a la evolución de la demanda en cada país. Por eso ahora estamos reforzando nuestras conexiones con Chile con tres vuelos adicionales a la semana; hemos incrementado nuestra oferta hacia Panamá con un vuelo diario y añadido frecuencias a Bogotá y Panamá. También reabrimos Santo Domingo y Montevideo. América Latina es nuestra gran apuesta.

¿Cómo ve a las empresas latinoamericanas en cuanto a demanda hacia España?
En América Latina está ocurriendo algo similar: a medida que las economías de países como Colombia, Panamá o Perú ganan peso, sus empresas demandan más viajes hacia nuestro país.

En España contamos con buena oferta para los organizadores y desde Iberia trabajamos para ofrecer las mejores condiciones que incentiven este tipo de viajes a ambos lados del Atlántico. Nuestro objetivo es reforzar ese papel de puente entre ambas regiones.

¿Qué ofrecen exactamente?
Vuelos diarios y directos entre dieciséis destinos de América Latina y Madrid, y desde aquí hacia 70 destinos en España, Europa, norte de África y la cuenca del Mediterráneo. Además, puntualidad excelente y nuevas cabinas, tanto en Business - con camas totalmente planas, un sistema de entretenimiento de los más avanzados del mercado y menús con ocho estrellas Michelin - como en Turista, con nuevas butacas más cómodas y, sobre todo, con pantallas individuales. Por último, contamos con excelentes servicios de conexión, *fast track*, parking VIP, salas VIP en la terminal 4 del aeropuerto de Madrid y ofrecemos conexión a bordo.

Ryanair busca a los viajeros de empresa

Con el lanzamiento de Business Plus y la introducción de su oferta en Amadeus, la compañía irlandesa confirma su estrategia de atraer a las empresas, con el objetivo de aumentar el número de pasajeros profesionales, que representan actualmente el 27% de su clientela.

La nueva tarifa Business Plus tiene un coste de 69,99 euros por billete e incluye cambios en la hora de salida y hasta una hora antes de la salida del vuelo; una franquicia de equipaje de 20 kilos y acceso rápido en los controles de seguridad. Además, el pasajero obtiene



prioridad en el embarque y la opción de elegir asiento *premium* en las filas primera y última.

Desde el 16 de octubre, los usuarios de Amadeus pueden acceder a toda la gama de tarifas en tiempo real, incluyendo la nueva Business Plus, además de todo el abanico de servicios complementarios que ofrece la compañía, y todo al mismo precio que en la web de Ryanair. Para ello se utiliza la tecnología *light ticketing* del sistema de reservas, concebida específicamente para aerolíneas de tarifas reducidas.



AÉREO

Aerolíneas amplía su red

En enero de 2015 Aerolíneas Argentinas comenzará a operar nuevas rutas desde Buenos Aires a La Habana, Cancún y Punta Cana, con escala en Caracas. Adicionalmente, la compañía reincorporará Ecuador a su mapa de vuelos, incluyendo los destinos Quito y Guayaquil. Los vuelos a Punta Cana tendrán tres frecuencias semanales, mientras que las salidas hacia La Habana se realizarán los miércoles y domingos. Los vuelos a Cancún serán operados los lunes y viernes.



Entrevista

María González Carmona

Manager Sales & MKG de Saudia Airlines España

“Apostamos por Madrid como *hub* entre el mundo árabe y Sudamérica”

KLM mejora su servicio de entrega de objetos perdidos

La compañía holandesa mejora su servicio de entrega de objetos perdidos para atender de manera más eficiente las 40.000 consultas al respecto registradas cada semana en el aeropuerto de Ámsterdam Schiphol.



Ha sido creado un equipo especializado con el objetivo de devolver los artículos encontrados por el personal a sus legítimos propietarios a la mayor brevedad posible. En con-

secuencia, el 80% de los objetos encontrados son entregados a sus dueños en tiempo récord. Para ello, el equipo utiliza información del cliente del tipo de número de asiento o número de teléfono móvil, realizando incluso una investigación a través de las redes sociales. A la hora de encontrar al viajero, un perro de raza Beagle, mascota del equipo, ayuda a localizarle en el aeropuerto.

¿Qué destinos opera Saudia Airlines?

Estamos presentes en Asia, Europa, Estados Unidos y Canadá con una red total de 78 destinos, de los cuales 26 son domésticos dentro de Arabia Saudí, y 52 internacionales. Este año, además de inaugurar nuestra ruta directa desde Madrid a Yeda y Riad, se han comenzado a operar nuevos destinos como Manchester, Toronto o Los Ángeles. Además, en nuestro proyecto de expansión para 2015 estamos considerando diversas ciudades de Estados Unidos y Europa, como Atlanta y Viena.

¿Qué productos y servicios ofrecen para las empresas, tanto a nivel individual como en grupo?

El mejor producto que Saudia brinda a las empresas hispanohablantes que tienen, o buscan tener, negocios en Arabia Saudita y el mundo árabe es el vuelo directo desde Madrid a Yeda, con continuación a Riad, con cuatro frecuencias semanales (martes, miércoles, viernes y domingos). Ofrecemos tarifas corporativas y las ventajas de nuestro programa de fidelización Alfursan.

¿Cuáles son los objetivos de la compañía de cara al mercado MICE hispanohablante?

Apostamos por Madrid como *hub* entre Arabia Saudita y el mundo árabe y Latinoamérica. Somos miembro de la alianza SkyTeam desde el año 2012. Gracias a ello, el pasado mes de mayo se hizo efectivo el código compartido con Air Europa. Es una realidad el interés de nuestra compañía por el mercado hispanohablante: en países como Venezuela y Argentina existe un elevado número de ciudadanos de religión musulmana, muy interesantes para nosotros, que no sólo viajan a título personal sino que están interesados en generar negocio.



HOTELES



Entrevista

Manuel Valenzuela

Subdirector General Catalonia Hotels & Resorts

“Tenemos buena conexión con los recintos feriales”

¿Qué países son prioritarios en su desarrollo?

Actualmente Catalonia Hotels & Resorts cuenta en su porfolio con 63 hoteles: 54 en España, concentrando 29 de ellos en Barcelona; siete complejos en el Caribe y dos hoteles urbanos en suelo europeo, el Catalonia Brussels, ubicado en la capital belga, y el recién inaugurado Catalonia Berlin Mitte, situado en el corazón histórico de Berlín. Estamos estudiando oportunidades en el mercado sudamericano, así como en capitales europeas como Londres o París. En cuanto a nuestras próximas aperturas, la más inminente será el próximo año, con un hotel de 70 habitaciones en el corazón del Barrio Gótico de Barcelona.

¿Qué representa para ustedes la clientela MICE?

Es una parcela de mercado en auge que está funcionando muy bien en hoteles urbanos, sobre todo en Barcelona y Madrid. La ubicación es un factor importantísimo y que nosotros cuidamos mucho en nuestros hoteles. Los urbanos con mayor capacidad de la cadena están dotados de una infraestructura de salas que nos permite dar respuesta a cualquier demanda del sector.

¿Qué oferta y productos están desarrollando?

Proponemos grandes salas para realizar eventos internos o bien complementarios a grandes ferias o convenciones. La mayoría de los hoteles con salas gozan de una ubicación urbana muy céntrica y están muy bien conectados con los recintos feriales. Dos claros ejemplos son el Catalonia Barcelona Plaza, en el corazón de Plaza España de Barcelona y a escasos metros de Fira Barcelona; y el Catalonia Ramblas, con excelentes infraestructuras técnicas para eventos y muy cerca de la neurálgica Plaza Catalunya. También contamos con hoteles *boutique* como el Catalonia Passeig de Gràcia o el Catalonia Square, para incentivos de alto nivel en los que ofrecemos servicios de un establecimiento de cinco estrellas al precio de una categoría inferior.

NH Eurobuilding: referente de la nueva hotelería para MICE

El buque insignia del grupo hotelero español busca convertirse en la referencia de Madrid en cuanto a gastronomía de alta gama y últimas tecnologías aplicadas a los eventos.

Una profunda renovación está detrás del diseño de las 440 habitaciones y 32 salas para eventos con capacidad entre 10 y 1.000 personas. En total, el NH Eurobuilding cuenta con 7.800 m² de superficie entre los que destacan los más de 1.000 del salón diáfano Gran Madrid.

Se ha instalado la pantalla LED curva más grande del mundo en un hotel, sistemas de holo-



grafía 3D, equipamientos de videoconferencia de nueva generación y los clientes cuentan conexión a internet gratuita y de alta velocidad.

El restaurante DiverXO, regentado por el chef David Muñoz, galardonado con tres estrellas Michelin, forma parte de las propuestas de restauración, que incluyen el 99 Suchi Bar, la Brasserie de Paco Roncero y los cócteles de Diego Cabrera.

Perteneciente a la gama NH Collection, está situado en el distrito financiero de Madrid y a cinco minutos a pie del Estadio Santiago Bernabéu.



HOTELES

Barceló abre en Tenerife

El grupo español incorporará a su cartera un hotel de cinco estrellas en la isla de Tenerife. Se trata del Barceló Corales Suites Resort, un hotel de 121 Junior Suites y 114 apartamentos que el grupo belga Flanders Invest S.L. empezará a construir en Costa Adeje y cuya gestión ha sido adjudicada a la cadena mallorquina por un periodo de 20 años. Contará con dos edificios independientes, uno de ellos destinado exclusivamente a adultos.



La apertura está prevista para finales de 2016. Con ello Barceló Hotels & Resorts elevará a 14 el número de hoteles en las Islas Canarias. Ya cuenta con un hotel en Gran Canarias, cuatro en Tenerife, dos en Lanzarote y siete en Fuerteventura, llegando a cerca de 5.000 el total de las habitaciones en el destino.

Londres acapara las aperturas de lujo

TopHotelProjects confirma que la capital británica es en estos momentos uno de los destinos más dinámicos del mundo en lo que a aperturas de hoteles se refiere: 56 establecimientos abrirán sus puertas en los próximos meses. Recientemente fue inaugurado el Conrad London St James, anteriormente Intercontinental Westminster Hotel, con 256 habitaciones.

En marzo abrirá sus puertas el Hyatt Place London Heathrow, con 170 apartamentos, mientras que en junio está prevista la apertura del Hilton London Bankside, con 292 habitaciones. En septiembre abrirá el InterContinental London The O2, con 453 habitaciones. El Nobu Hotel London Shoreditch, de 156 habitaciones, entrará en funcionamiento a principios de 2016.

El Arco del Almirantazgo, junto a Trafalgar Square, será un hotel *boutique* de 100 habitaciones gestionado por Armani Hotels. Su apertura está prevista para 2016. The Peninsula Hotels abrirá en 2017 en el distrito de Belgravia con 160 habitaciones. La bandera de Pan Pacific Hotel ondeará en la City con un hotel de 190 habitaciones, sin fecha de apertura confirmada.

Breves

NH firma la gestión de seis hoteles en China

NH Hotel Group suscribió un acuerdo de intenciones con el grupo chino HNA para el desarrollo y gestión en los próximos años de una importante cartera de activos hoteleros de segmento medio y medio-alto en el país, tanto de HNA como de terceros. La nueva compañía, bajo la denominación "HNA-NH Hotel Management Joint Venture Company", incorporaría inicialmente a su gestión seis hoteles del grupo chino, ubicados en Beijing, Haikou, Sanya y Tianjin y que suman 1.312 habitaciones, operadas bajo distintas marcas de HNA.

Hilton inauguró hotel en Ciudad de Panamá

Cercano al distrito financiero y al casco antiguo, a 20 minutos del aeropuerto, está integrado en un complejo de 70 pisos de uso mixto con oficinas, locales comerciales y espacios de ocio. El Hilton Panamá cuenta un total de 347 habitaciones repartidas en 16 pisos, incluyendo pisos ejecutivos y *suites* en los que se ofrecen los servicios y artículos de la Hilton Serenity Collection. Cuenta con más de 7.000 m2 de espacio flexible para eventos, incluyendo 17 salas de reuniones.

Hilton y NH, líderes en buena reputación

8.500 huéspedes en hoteles de Reino Unido, Alemania, Francia, Bélgica, Luxemburgo, Holanda, Italia y España consultados por BDRC Continental confirmaron que Hilton posee la mejor reputación entre los viajeros en Europa, muy en cabeza en lo que respecta a los clientes en el Reino Unido, Alemania e Italia. La marca mejor considerada en España e Italia es NH. Además, los viajeros reconocen a Holiday Inn como la cadena con mejor evolución.

CWT To Go incluirá la reserva de hoteles

La reserva de hoteles con Carlson Wagonlit Travel (CWT) a través de su aplicación móvil CWT To Go se encuentra en fase piloto y será lanzada al mercado a finales de 2014. Los usuarios podrán realizar búsquedas, reservas, cancelaciones y recibir alertas de vuelos con información adaptada a cada cliente. La aplicación mostrará los resultados de la búsqueda en un mapa señalando las tarifas en los alojamientos más interesantes dentro de la política estipulada por la empresa.

Hyatt abre un hotel en Puerto Rico

En los últimos doce meses Hyatt ha inaugurado tres hoteles en la isla: además del Hyatt Place San Juan - Bayamón y el Place Manatí, la cadena cuenta desde octubre con el Hyatt House San Juan, con 126 habitaciones y espacios para eventos. Está situado junto al Puerto Rico Convention Center y el distrito financiero Hato Rey de la capital.



AGENCIAS

Entreprise Rent-a-car lanza en España "Le recogemos"

Con el nuevo servicio los clientes pueden solicitar ser recogidos y trasladados gratuitamente a la oficina de Enterprise donde formalizarán el contrato y recogerán el vehículo alquilado. "Le Recogemos" también incluye la agilización en los trámites de contratación, ya que el mismo profesional que realiza el traslado es quien formaliza el contrato en la sucursal. Durante el trayecto se registran las preferencias y necesidades del cliente para ofrecerle con ello un servicio personalizado.



Enterprise Rent-A-Car ofrecerá este servicio en más de 8.100 oficinas de Reino Unido, Alemania, Irlanda, Francia, España, Estados Unidos y Canadá.

American Express lanza First para planificar mejor

La división Global Business Travel (GBT) de American Express lanzó al mercado First, una nueva plataforma *premium* para la planificación de viajes de negocio, seguimiento proactivo de los viajeros y eventos, asesoramiento en caso de necesidad y gestión de reuniones y actos corporativos.

La herramienta permite el monitoreo continuo de las necesidades del viajero y/o asistente a través de un equipo de asesores especialistas en viajes que se encuentran disponibles las 24 horas del día, los siete días de la semana. En un primer momento se realiza una entrevista personal con el objetivo de recopilar las preferencias y necesidades del viajero y/o evento. En caso de urgencia y con una simple llamada, el usuario es identificado en cualquier lugar del mundo.

En una primera fase, el servicio *premium* de American Express está disponible para las empresas de Estados Unidos, Reino Unido y Australia.

Nuevo sistema de CWT Meetings & Events

Carlson Wagonlit Travel firmó un acuerdo con Cvent Inc., una plataforma empresarial de gestión de eventos con base en la nube, para reforzar su oferta tecnológica global y permitir a los clientes utilizar distintos *software* de reuniones y eventos. Se incluyen los últimos desarrollos en materia de planificación de reuniones, aprovisionamiento de localizaciones, aplicaciones móviles de gestión de eventos, procesamiento de pagos y gestión de viajes.

CWT Meetings & Events introducirá el nuevo sistema de gestión de eventos de Cvent Inc. durante los próximos meses. La primera fase de acercamiento estará disponible para los usuarios con base en Norteamérica, Asia-Pacífico y Europa. El nuevo programa trabajará en paralelo con otros sistemas tecnológicos de CWT Meetings & Events: el objetivo de la división es proponer un abanico tecnológico más amplio, reforzar los servicios de gestión estratégica de reuniones y proporcionar un mejor retorno de inversión para los programas de eventos.

Nuevo seguro de Markel International

Markel International España presentó su nuevo seguro Markel Mission enfocado a los viajeros profesionales. Entre las principales coberturas que incluye se encuentra la asistencia sanitaria ilimitada en el extranjero y la posibilidad de incluir capitales por fallecimiento e invalidez permanente derivados de un accidente.



Además se incluyen la indemnización por secuestro, la cobertura en caso de pérdida y robo de efectos personales o material de trabajo y responsabilidad civil privada. Asimismo, se añaden garantías como repatriación, cuidado de menores, sustitución del representante por repatriación o fallecimiento, etc.

El nuevo seguro se ofrece en dos modalidades: Easy y Top. Markel contará para la gestión de este negocio con el apoyo de International SOS. Markel International Limited cuenta con oficinas en Europa, Canadá, Latinoamérica y Asia-Pacífico y extenderá Markel Mission a toda su red.



TECNOLOGÍA

Iberia lanza la tarjeta de embarque *wearable*

Samsung creó una tarjeta de embarque exclusiva para los clientes de Iberia que posean dispositivos *smartwatch* Samsung Gear 2 y Gear Neo. Los clientes de la compañía aérea pueden llevar la tarjeta de embarque en su muñeca y, adicionalmente, enviar al *smartwatch* las que hayan almacenado previamente en el teléfono. Sólo es necesario presentarla ante el lector ubicado a la entrada del avión para acceder a él.

La aplicación para la emisión de este nuevo formato de documento se encuentra disponible en la tienda de Samsung Galaxy Apps. En caso de tener instalada la herramienta de Iberia, ésta deberá ser desinstalada para descargar posteriormente la nueva versión.



Vueling fue la primera compañía en lanzar este servicio de la mano de Sony para los pasajeros con un *Smartwatch 2*.



TENDENCIAS

Volar costará un 2,2% más en 2015

El informe "Previsión Global de Precios del Sector de los Viajes 2015" realizado por Carlson Wagonlit Travel (CWT) y la Global Business Travel Association (GBTA) pronostica una subida del 2,2% en el precio de los billetes aéreos a nivel mundial debido a la demanda de países como China, India y Brasil.

Se estima que los precios aumentarán un 2,6% en los hoteles, mientras que el sector del transporte terrestre mantendrá sus tarifas estables gracias a que cuenta con una oferta amplia, una consolidación sectorial y fuerte competencia entre proveedores.

En cuanto a las reuniones profesionales, el estudio prevé que en 2015 habrá más encuentros domésticos y que los tiempos de estancia relacionados con las reuniones y viajes de incentivo serán más cortos en todo el mundo.

Cisco conectará todas las nubes

Cisco Intercloud Fabric es una tecnología única de interconexión *cloud* ("nube") abierta, flexible y segura. Sirve como pilar para construir infraestructuras *cloud* híbridas, capaces de unificar la gestión de servicios de nube públicos, incluyendo Microsoft Azure o AWS. También facilita la portabilidad de cargas de trabajo en *clouds* híbridas entre proveedores *cloud* públicos, nubes privadas y los servicios en la nube de Cisco.

Intercloud extiende su alcance con 250 centros de datos adicionales en 50 países, convirtiéndola en una plataforma con distribución mundial. Diseñada para facilitar el uso de aplicaciones de valor añadido, con analítica en tiempo real y casi sin límites, Cisco proporciona además el *hosting* y los servicios locales que permiten garantizar la soberanía de los datos.

Adicionalmente, Cisco ofrece *bundles* para nubes híbridas: paquetes de tecnología y servicios que ayudarán a las organizaciones a crear entornos en la nube híbridos. La utilización de *bundles* permitirá a los clientes que ya utilizan un entorno cloud privado extenderlo a la oferta de Cisco. Otra opción se destina a las organizaciones que aún no utilizan una nube privada y que desean hacerlo.

La tecnología condicionará los viajes

Un informe de Carlson Wagonlit y Contagious predice que como consecuencia del acelerado desarrollo tecnológico se impondrá la autenticación biológica que sustituirá a contraseñas y pasaportes. El escáner de retina, de huellas dactilares o de venas de las manos reemplazará la identificación mediante foto, permitiendo un control de identidad más rápido. Otro aspecto que cambiará es el de los permisos de entrada a los países: no se requerirán visados y los pasaportes estarán disponibles de manera digital, lo que permitirá superar los controles de forma rápida.

El informe también sostiene que el pago digital se extenderá a casi todas las transacciones y los teléfonos inteligentes, pulseras y otros dispositivos de alta tecnología se convertirán en monederos. Los viajeros podrán beneficiarse de inmediato de los puntos de fidelidad acumulados durante su desplazamiento.



DESTINOS

México D.F. tendrá nuevo aeropuerto

En 2019 comenzará a funcionar el nuevo Aeropuerto Internacional de Ciudad de México: estará ubicado junto a la terminal existente hoy en día. La obra será realizada en dos etapas: la primera incluye tres pistas de uso simultáneo con capacidad para absorber un tráfico de 50 millones de personas, aumentando considerablemente la capacidad actual de 32 millones de pasajeros.

Un edificio principal, y único, será según el proyecto la terminal más sostenible del mundo. La segunda fase consistirá en una ampliación hasta seis pistas, lo que generará una capacidad anual de 120 millones de pasajeros. Para el conjunto del proyecto se priorizará el uso de energías limpias y tecnologías verdes, así como se reducirá la contaminación acústica mediante el cambio de rutas de aproximación aérea.

Se amplían los controles de seguridad en USA

Las nuevas medidas para todos los vuelos internacionales con destino a Estados Unidos entraron en vigor el 23 de agosto. Los controles incluyen que todos los aparatos electrónicos del tamaño de un *smartphone* o superior sean inspeccionados mediante rayos X y separados del resto de objetos personales. Estos aparatos deben disponer de batería suficiente, ya que en el control del embarque se solicitará de manera aleatoria que sean encendidos. En caso de que no sea así, se prohibirá el acceso a bordo con el dispositivo.

Se recomienda a los pasajeros acudir con antelación suficiente al aeropuerto. Iberia ya ha anunciado la aplicación de controles suplementarios en los vuelos con salida de Madrid y destino a Nueva York, Miami, Boston, Chicago y Los Ángeles, incluyendo las rutas con conexión en estas ciudades..



Entrevista

David Pérez

Director de.
Madrid Convention Bureau

“Madrid es una ciudad que se reinventa continuamente”

¿Qué ofrece Madrid al segmento MICE?

Es una ciudad en continua reinvencción y en esa línea cabe destacar la incorporación de nuevos e interesantes espacios para eventos, como la Galería de Cristal del Palacio de Cibeles, sede del Ayuntamiento de Madrid. Además, en torno al mundo de la gastronomía se está viviendo un momento muy creativo, con la apertura de nuevos formatos y espacios como el complejo Platea o mercados tradicionales reconvertidos en espacios *gourmet* y disponibles para eventos.

En el sector hotelero, mencionar que Madrid está asistiendo a la inauguración de numerosos hoteles *boutique*. Ejemplo de ello son los Inside de Meliá o el hotel Urso.

¿Cuáles son los formatos más demandados en la ciudad por las empresas hispanohablantes?

Si bien los países latinoamericanos están básicamente representados en el segmento de turismo de ocio, tenemos un pequeño mercado de incentivos que busca la combinación entre reunión de trabajo y actividades de ocio complementarias, siendo las relacionadas con la historia, la cultura y la gastronomía las más destacadas.

Dentro de la reorganización de Madrid Destino ¿han cambiado los contactos dentro del convention bureau?

Aunque la estructura de la empresa municipal de la que depende Madrid Convention Bureau (MCB) ha cambiado y ha pasado a llamarse Madrid Destino, MCB sigue siendo el departamento especializado en la promoción de Madrid en el sector de turismo de reuniones, con las mismas atribuciones y plan de acción.



Entrevista

María Claudia Lacouture

Presidenta de Proexport Colombia

“859 vuelos directos nos conectan cada semana con el mundo”

¿Qué ofrece Colombia al sector?

Nuestra campaña “Colombia es Realismo Mágico” promueve que somos más que un destino: ofrecemos experiencias únicas que nos hacen diferentes. Contamos con una excelente infraestructura hotelera para congresos y convenciones, entornos para actividades deportivas, de aventura y sociales, y esto se ha visto reflejado en el aumento de viajeros que llegan a Colombia por motivos profesionales. Entre enero y mayo de 2014 esa cifra aumentó un 64%.

¿Cómo son las conexiones aéreas con España y otros destinos latinoamericanos?

Con España son excelentes, con 30 frecuencias semanales desde Madrid y Barcelona hacia Bogotá, Cali y Medellín. Recientemente se estrenaron vuelos directos hacia la capital colombiana desde Lisboa y Londres. Nuestra ubicación en el centro de América nos convierte en un *hub* privilegiado para moverse por el continente. Estamos a tan sólo una hora de Panamá, a dos de Caracas y a tres de Miami y Lima. Con Chile tenemos 14 vuelos semanales; con Argentina nueve; con Perú 50 y con México 62. En total: 859 frecuencias directas a la semana que nos conectan con el mundo.

¿Cuáles son los mejores destinos para MICE?

Bogotá, Cartagena de Indias en el Caribe y Medellín son las ciudades más demandadas por los organizadores. Bogotá tiene diez centros de convenciones y auditorios, 231 salones de reuniones en hoteles de cuatro y cinco estrellas y un recinto ferial con 23 pabellones. Cartagena de Indias es uno de los destinos más atractivos por su posición junto al mar, su centro histórico y uno de los centros de convenciones más grandes del país. Medellín ya ha sido sede de grandes eventos mundiales como el World Urban Forum y el próximo año acogerá la Asamblea Mundial de la OMT, gracias a su recinto ferial, tres grandes centros de convenciones y 152 salones para eventos.

¿Qué zonas del país recomienda para incentivos?

San Andrés y Providencia, nuestras islas en el Caribe, enmarcadas en un mar de siete tonos de azul. Cartagena es una ciudad que tiene todo: un centro histórico de callejuelas coloniales bien conservado, playas, un gran abanico de actividades culturales y oferta gastronómica en un ambiente festivo y distendido. Otro de nuestros destinos únicos es el Paisaje Cultural Cafetero declarado, como Cartagena, Patrimonio de la Humanidad. Las antiguas haciendas cafeteras son hoteles con todas las comodidades. El viajero puede disfrutar de uno de los mejores cafés del mundo.

La Torre Eiffel de París se renueva como *venue*

El primer piso de la Torre Eiffel ha sido completamente remodelado con el fin de administrar el flujo de los siete millones de turistas que visitan el monumento cada año. El nuevo suelo, parcialmente acristalado, ofrece una impresionante panorámica desde sus 57 metros de altura, reforzada por las paredes transparentes. Incluye un nuevo museo, un espacio comercial, una sala en la que se proyecta un documental que

recuerda las reformas realizadas en el monumento y nuevos accesos para personas discapacitadas.

De manera adicional, el salón Gustave Eiffel ha sido demolido y reconstruido como espacio para congresos y conferencias. Sus servicios se ofrecen desde las 9:30 hasta la 1:00 de la madrugada, con una capacidad máxima de 300 personas.



PUBLIRREPORTAJE

EVENTOS E INCENTIVOS CON “REALISMO MÁGICO”

Colombia ofrece sol, aventura, cultura y naturaleza al viajero MICE

Mientras las cifras del turismo internacional caen, las de Colombia crecen. En los últimos dos años, el país sudamericano ha duplicado el número de visitantes, pasando de 1.947.000 a casi cuatro millones en lo que va de 2014. La campaña “Colombia es Realismo Mágico”, lanzada en 2013 por Proexport, el organismo de promoción de Colombia, tiene como foco proponer al viajero experiencias que sólo se pueden vivir en Colombia, el país más biodiverso del mundo por kilómetro cuadrado, con costas en el océano Pacífico y el mar Caribe, la tierra de las flores, de las esmeraldas, de la leyenda de El Dorado y el universo mítico de Macondo.

la organización de eventos y convenciones.



Cartagena de Indias

El paisaje verde de los cafetales de Colombia es el primer destino rural de América Latina. Con aeropuertos en Manizales, Pereira y Armenia -tres ciudades medianas en el centro de Colombia- la experiencia incluye conocer el proceso completo del que es considerado “el café más suave del mundo”: catas de distintos tipos de café en medio de un paisaje único se ofrecen a los grupos. Por los caminos del Paisaje Cultural Cafetero se encuentran hermosas construcciones, parques temáticos, campos de golf y parajes irrepetibles surcados por altísimas palmas de cera, donde es posible practicar deportes extremos y realizar caminatas ecológicas.

Oferta para MICE

El sector MICE no escapa a la estrategia de los colombianos, que han ampliado la infraestructura hotelera y de servicios en las principales ciudades capitales y zonas rurales. Desde 2010 y hasta hoy se han abierto más de 130 hoteles (13.500 habitaciones) en el país. En 2010 comenzó el plan de aperturas liderado por cadenas como JW Marriot, Best Western, Ibis, Cosmos y Estelar, entre otros. El país cuenta actualmente con 41 centros de convenciones y 164 hoteles con salones diseñados para recibir eventos en ciudades capitales como Barranquilla, Bogotá, Cali, Cartagena de Indias y Medellín.

Paisaje Cultural Cafetero

Con el fin de garantizar que el lema “Colombia es Realismo Mágico” conlleve una verdadera experiencia para el turista corporativo, destinos únicos como el Paisaje Cultural Cafetero han sido dotados de hoteles de cinco estrellas que ocupan coloridas y tradicionales haciendas y cuentan con acogedores espacios para



Valle del Cocora

Caribe colombiano

El Caribe colombiano alberga varias de las 36 experiencias que incluye la oferta de “Colombia es Realismo Mágico”. Para eventos e incentivos, Cartagena de Indias es la más reconocida. El “Corralito de piedra”, como se conoce a la ciudad por sus murallas de 400 años perfectamente conservadas, cuenta con uno de los centros de convenciones más grandes del país, con capacidad para 3.500 personas. En el casco antiguo, el visitante podrá recorrer callejuelas empedradas con coloridas casonas coloniales, que albergan una gran oferta cultural, gastronómica y de compras. Para los amantes del sol y la playa, las Islas del Rosario, a menos de una hora, ofrecen un mar cristalino y la posibilidad de bucear entre corales.

Más experiencias de “Colombia es Realismo Mágico” en www.colombia.travel



NOVEDADES DE URUGUAY

El país del Río de la Plata no se duerme en los laureles sino todo lo contrario: nuevos proyectos se añaden a los espacios que ya han sido inaugurados, mientras avanza la construcción del nuevo Centro de Convenciones de Punta del Este.

Por **Vincent Richeux**

Este pequeño país sorprende por su dinamismo, y no sólo a la hora de promocionarse de cara a los organizadores de convenciones y viajes de motivación. Su presencia en las grandes ferias internacionales, los esfuerzos por informar sobre sus novedades y los incentivos fiscales tanto para inversores como para viajeros, con la exoneración del IVA aplicado a las compras, se acompañan de nuevas aperturas que amplían el ya vasto abanico de *venues* que ofrece Uruguay.

Adjudicado el Centro de Convenciones de Punta del Este

Ya comenzó la construcción del Centro de Convenciones y Predio Ferial de Punta del Este. Su puesta en funcionamiento está prevista para 2016. El recinto, de 8.000 metros cuadrados, contará con una sala plenaria para 2.600 asistentes, cuatro salas adicionales para 300 personas cada y un *business center*.

La superficie de exposición ocupará un total 6.000 metros cuadrados. La gestión fue adjudicada al grupo CIEPE, liderado por el actual presidente de ICCA, Arnaldo Nardone, para una duración de 28 años.

Nuevo hotel de lujo en Punta del Este

The Grand Hotel es un nuevo establecimiento de cinco estrellas en Punta del Este. Situado frente al mar, alberga 120 habitaciones con *jacuzzi* entre las que se incluyen dos grandes *suites* y una *suite* presidencial de 160 m². El que pretende ser referente de la hotelería de lujo en la ciudad cuenta además con gimnasio, peluquería, piscina exterior semi-olímpica, cine y *spa*. A todo ello se añade un área de playa de uso exclusivo para huéspedes.

La Bodega Artesana se ofrece para grupos

Construida en 2011, la bodega Artesana ha recibido numerosos premios por la calidad de sus vinos *tannat*, una variedad de uva emblemática de Uruguay y conocida por su alto contenido en taninos. Situada cerca de Montevideo, dentro de un viñedo de 33

hectáreas, la bodega se ofrece a los grupos de hasta 25 personas en el interior y 50 en el exterior, para sesiones de degustación precedidas de visitas guiadas. También se pueden organizar clases de cocina y eventos de empresa en diferentes formatos que pueden incluir un almuerzo en torno a la ineludible parrilla con las mejores carnes nacionales.

El Antel Arena, para 2017

El inicio de la construcción del complejo multifuncional Antel Arena en Montevideo ha sido retrasado a principios de 2015 para unas obras cuya duración estimada será de dos años. A pocos minutos del centro de la capital de Uruguay, un edificio de 40.000 metros cuadrados podrá albergar dentro de sus cinco niveles actividades deportivas, eventos culturales y espectáculos, además de ser utilizado por empresas nacionales y extranjeras para sus actos corporativos.

Con 16 salas, el diseño incluye la realización de ferias y congresos en su interior, del tal modo que Montevideo contará con un *venue* complementario al nuevo Centro de Convenciones de Punta del Este. La joya del proyecto es el gran espacio translúcido que albergará 10.000 butacas.

Kibón en Montevideo

Bajo la cúpula del antiguo Parador Kibón se ha acondicionado un espacio para eventos circular y panelable en un único nivel.

El recinto, de 50 metros de diámetro, cuenta con una enorme pantalla

de 83 metros. En total, son 1.500 metros cuadrados de espacio para eventos con vistas a la bahía de Montevideo y puede acoger tres eventos de manera simultánea.

El Solanas Convention Center será ampliado

Situado a orillas del lago Solanas, a 30 minutos por carretera de Punta del Este, el Solanas Convention Center será ampliado. Hoy por hoy cuenta con tres salones y una capacidad total para 790 personas, 295 dentro de una misma sala. El recinto se sitúa en un terreno de 140 hectáreas rodeado de bosque y naturaleza con bungalós y casas que lo rodean permiten hospedar hasta 1.000 personas.

Apuesta por un aeropuerto ecológico

En 2009 se inauguró la flamante terminal que recibe a los pasajeros aéreos que vuelan a Montevideo y aterrizan en el aeropuerto internacional Cesáreo Berisso en Carrasco, a 18 kilómetros del centro de la capital. La construcción incluye grandes ventanales para aprovechar la luz del día, además de generar entradas de luz natural a través del techo curvado de 365 metros, como parte del objetivo de hacer de Carrasco el primer aeropuerto sostenible del mundo.

Las acciones destinadas a concretar esta idea no se reducen a eso: Puerta del Sur, la empresa concesionaria del aeropuerto, ha puesto en marcha un plan para utilizar únicamente energías renovables con el fin de dejar de utilizar a corto plazo combustibles fósiles. Un parque de paneles fotovoltaicos será construido sobre una superficie de cuatro hectáreas situada entre la terminal y la Ruta 101. Esta instalación generará la energía suficiente para abastecer a todo el aeropuerto, incluyendo los sistemas de transporte interno.

Todas estas novedades se integran dentro de una oferta ya de por sí muy completa. Uruguay dispone de *venues* únicos como Casa Pueblo, en Punta Ballena. Este delirio arquitectónico con fantásticas vistas al mar puede albergar eventos de hasta 80 personas. La Fundación Atchugarry, a 20 minutos por carretera de Punta del Este, ofrece las 25 hectáreas de jardín salpicado de esculturas para eventos al aire libre. Un anfiteatro abierto de 300 plazas se ofrece para espectáculos musicales y/o de teatro.

En la capital, el Auditorio Sodre, con 2.000 plazas en su fastuoso anfiteatro, se ofrece para eventos corporativos de gran envergadura. Un segundo anfiteatro de 300 plazas es utilizado para pequeños congresos y convenciones de empresa. El Teatro Solís, con 1.192 localidades en su Sala Principal, cuenta también con un espacio con terraza para actos de hasta 150 invitados y un bonito *foyer* neoclásico para cenas de gala.

Nuevos hoteles ampliarán la capacidad hotelera del país en los próximos meses: el nuevo Hyatt de la Rambla República del Perú en Montevideo abrirá sus puertas en 2015 y contará con 167 habitaciones en 12 pisos.

Antes de que acabe el año está prevista la inauguración del BIT Design Hotel en Punta Carretas, con 49 habitaciones.



Vista aérea de Montevideo



Kibón en Montevideo

Solanas Convention Center



Futuro centro de convenciones de Punta del Este



Aeropuerto Internacional de Montevideo



LA UNIÓN HACE LA FUERZA

Por **José María de Pablo** y **Eva López Álvarez**

La industria del turismo profesional, ya sea en forma de ferias, reuniones, congresos, convenciones o incentivos, puede vanagloriarse de contar con un sector asociativo muy fuerte y, sobre todo, con muchos actores deseosos de ir más allá. Meetings Professionals International (MPI) fue pionera en 1972 y es actualmente la asociación más grande del sector, con 18.500 miembros en todo el mundo pertenecientes a los 70 *clubs* y capítulos que se han ido creando, entre ellos el español, nacido en 2006 y que integra 150 miembros.

Sin fronteras

Superar las fronteras de los propios mercados es algo inherente al asociacionismo. En 2006, y a iniciativa de los colectivos de operadores profesionales de congresos (OPC's) de Bélgica, España, Grecia, Polonia, Portugal y Reino Unido, surgió la federación europea (EFAPCO). La Federación de entidades Organizadores de Congresos y Afines de América Latina (COCAL) es prueba de



lo mismo en Latinoamérica: en 1982 nació con el objetivo de fomentar la organización de congresos y convenciones en el continente y sus esfuerzos por profesionalizar una oferta que en aquel momento era incipiente han dado sus frutos: hoy agrupa más de 7.000 miembros y está presente en 15 países.

Los proveedores también han apostado por el asociacionismo: en 1995 nació la Asociación Española de Palacios de Congresos (APCE) que hoy cuenta con 35 miembros. A nivel local, los convention bureau defienden el interés por agruparse entre proveedores para generar más fuerza a la hora de captar eventos.

Excelencia

No sólo se trata de atraer actividad: el esfuerzo por mejorar la oferta y los servicios asociados ha llevado a desarrollar formaciones y convenios con organismos que certifican la calidad de lo propuesto. Es un paso más para la consoli-

dación del sector, tan importante como el *networking*: qué mejor que compartir experiencias y conocimientos para hacer evolucionar esta industria. Un buen ejemplo de la apuesta por la calidad y el aprendizaje entre segmentos es el programa lanzado en diciembre de 2013 por MPI y GBTA, la asociación que agrupa a nivel internacional a los gestores de viajes de empresa, con más de 6.000 miembros: el CMM Designation Program reúne a expertos que proporcionan herramientas destinadas a dotar al sector de una excelencia certificada.

La elaboración de análisis que permitan conocer mejor la industria forma parte del trabajo de agrupaciones como la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA): sus rankings de destinos que albergan eventos internacionales se han convertido en documento de referencia para conocer qué destinos y proveedores están haciendo las cosas bien y cuál es el impacto del turismo MICE.

Apoyo a destinos

Las asociaciones también están detrás de muchas iniciativas destinadas a proteger el entorno en el que se desarrolla la actividad y ayudar a destinos que se han visto afectados por catástrofes naturales: es el caso de PCO Meetings, que agrupa a los especialistas del sector MICE en México, comprometidos a generar eventos en Los Cabos, un destino nacional afectado por el paso de un huracán.

Formación, defensa de la calidad, análisis de la industria y trabajo en equipo: son las razones de ser de los colectivos que defienden un sector fundamental para las economías nacionales. Según la Organización Mundial del Turismo e ICCA, el impacto de la industria de reuniones en Estados Unidos, por ejemplo, es de 263.000 millones de dólares anuales o, lo que es lo mismo, el 37% de los ingresos que el país genera por turismo. Solamente en México, la organización de eventos de empresa aporta 18.100 millones de dólares cada año, lo mismo que en Argentina. En España, y según datos de la APCE, en 2013 se generaron 4.269 millones de euros. Las previsiones son al alza, principalmente en lo que a grandes congresos internacionales se refiere. Como ejemplo, Fira Barcelona espera cerrar 2014 superando "ampliamente" sus perspectivas de ingresar este año 120 millones de euros.

Los diferentes testimonios nos demuestran que el asociado encuentra en los colectivos el camino para aprender, ampliar la red de contactos y defender la actividad en un sector cuyos principales clientes son, junto a las empresas, las diferentes asociaciones que organizan eventos. La corporación está por tanto en la base de esta industria que tiene todas las de ganar en el hecho de agruparse.

Larga vida al asociacionismo: porque algo mejor que estar solo, es estar bien acompañado.

Asociaciones internacionales



ICCA
(International Congress and Conventions Association)
Año de creación: 1963
Nº de miembros: 1.050
Perfil de los miembros: Expertos y profesionales en la cadena de servicios que componen la industria de reuniones y eventos
Países en los que está presente: 93



MPI
(Meeting Professionals International)
Año de creación: 1972
Nº de miembros: 18.500
Perfil de los miembros: Corporate Planners, Planners (agencias), proveedores y estudiantes
Países en los que está presente: 86



SITE
(Society for Incentive Travel Excellence)
Año de creación: 1973
Nº de miembros: 2.000
Perfil de los miembros: Incentive planners, corporate planners, Destination Management Companies (DMC's), Oficinas de Turismo y convention bureaux y proveedores
Países en los que está presente: 86



EFAPCO
(Federación Europea de Operadores Profesionales de Congresos-OPC's)
Año de creación: 2004
Nº de miembros: 1.514
Perfil de los miembros: OPC's y empresas colaboradoras en la organización de congresos y convenciones
Países en los que está presente: 13



COCAL
(Federación de entidades Organizadores de Congresos y Afines de América Latina)
Año de creación: 1982
Nº de miembros: 7.000
Perfil de los miembros: Asociaciones nacionales, Federaciones organizadoras de eventos, convention bureaux y empresas afines de América Latina
Países en los que está presente: 15

➔ LA OPINIÓN DEL ASOCIADO

1. ¿Qué motivó su decisión de pertenecer a una asociación?
2. ¿Qué beneficios consigue?
3. ¿Hacia dónde va el asociacionismo?

Arnaldo Nardone

Presidente de ICCA

“La unión hace que aumenten los negocios”

1. Tengo la certeza de que para lograr resultados dentro del sector es muy importante la integración a nivel regional y fuera de la región, con colegas que desarrollan la misma actividad. Hay una vieja frase que reza “la unión hace la fuerza” a la que añadiría: “hace que aumenten los negocios”.

2. Un cambio de mentalidad: ser fuerte en un mercado extremadamente competitivo donde cada vez más se impone dejar de pensar en unidades de negocio con visión local y apostar por la integración, el *networking*, los intercambios de modelos de gestión, la educación actualizada y la representatividad frente a entidades internacionales que tienen relación e incidencia en nuestro sector. Esto sólo se logra formando parte de asociaciones fuertes donde no sólo vale pagar una cuota sino que hay que desarrollar actividades constantes y aprovechar al máximo las herramientas como

miembro proactivo.

3. Debemos ser una comunidad fuerte con identidad propia en la que gestar y conseguir negocios, desarrollar redes de confianza e intercambiar conocimiento. Las asociaciones deben tener una razón para existir, con una visión y misión claras que se cumplan a través de sus acciones, siguiendo la convicción firme de integrar diferentes regiones en caso de que sea global, respetando además las costumbres y culturas a la hora de negociar. Estas asociaciones deben adaptarse a los cambios vertiginosos que nos impone el mercado, pero al mismo tiempo liderar tendencias y ser protagonistas en desarrollo del sector que representan para que sus miembros sientan ese orgullo de pertenencia: ese aspecto intangible difícil de lograr.

Sandrine Castres

Presidenta de MPI Spain

“Para sacar beneficio de una asociación no basta con afiliarse, hay que participar de manera activa”

1. Me gustaba la idea de pertenecer a una comunidad de personas con trayectorias distintas, representando empresas muy diferentes pero con intereses comunes que las hagan trabajar juntas en el objetivo de contribuir a crear eventos.

2. El acceso a contenidos educativos, ya que MPI dispone de un amplísimo catálogo de recursos. También el *networking*, ya que pertenecer a una asociación permite estar en contacto con personas de otras empresas, otras ciudades y otros países a las que muy probablemente nunca habría conocido de no pertenecer a la agrupación. Obviamente para sacar beneficio de un colectivo no basta con afiliarse, hay que participar de manera activa.

3. Aportar valor a los miembros que la integran es sin duda la principal función y también el mayor desafío de todas las asociaciones. La realidad es que suelen contar con recursos limitados y generar valor significa ser creativo, estar atento a la evolución del mercado y las tendencias que se generan, buscar inspiración en otras industrias o zonas geográficas...

Creo que la educación debe seguir siendo una prioridad, sin dejar de tener en cuenta que mucha gente se afilia porque está buscando oportunidades de negocio. En el futuro, las asociaciones deberán tener más en cuenta esas expectativas dentro de las propuestas de valor que ofrecen a sus miembros.



Las mejores perspectivas para su negocio.

Con el programa de bonificación gratuito para empresas.

Más info en businesspoints.airberlin.com

☎ 902 737 737 (coste 0,09€/min)



business points
airberlin



LA OPINIÓN DEL ASOCIADO

1. ¿Qué motivó su decisión de pertenecer a una asociación?
2. ¿Qué beneficios consigue?
3. ¿Hacia dónde va el asociacionismo?



Kevin Hinton
CEO de SITE

“Al llevar a cabo negocios fuera del propio país, es necesario tener contactos fiables”

1. Durante mi experiencia como vicepresidente ejecutivo de Associated Luxury Hotels International (ALHI) me ofrecieron en 2013 encargarme de la presidencia de SITE, cuyo potencial conocía muy bien y mi objetivo desde entonces es desarrollar su utilidad y ampliar el número de miembros que la integran.

Creo en el asociacionismo y mi conocimiento de la experiencia colectiva viene de antes, ya que presidí varias agrupaciones integradas en MPI de 2008 a 2013. 2014 ha sido un año muy bueno para el mercado de viajes de incentivo y las perspectivas para 2015 son positivas, ya que la economía mundial mejora y los viajes de negocios, en general, están aumentando. Considero que cuando las cosas van bien es cuando más hay que pensar en asociarse y en la influencia que las corporaciones tienen en la industria, ya que son capaces de defender el impacto que esta importante herramienta de negocios tiene en los resultados empresariales y el crecimiento económico global. El viaje de incentivo es directamente aquello que nuestros miembros trabajan, por eso defendemos que tanto proveedores como clientes sean conscientes del interés de esta poderosa herramienta.

2. Este año SITE ha logrado muchos éxitos gracias a una redefinición de la marca; ha crecido y fortalecido su cartera de socios estratégicos; contamos con un nuevo pliego de patrocinios; hemos desarrollado un nuevo plan de formación y, lo más importante, nuestra membresía global ha aumentado en más del 45%, con miembros en 83 países fuera de los Estados Unidos. Esto se traduce en una red de contactos y *networking* única. Organizamos la Conferencia Mundial

SITE en la India y la Cumbre Ejecutiva en Dubái, lo que nos permitirá crecer de manera considerable en estos mercados tan importantes. En cuanto a miembros, esperamos alcanzar los 4.000 a finales de 2016. Esto significa doblar los que integran actualmente la asociación.

Lo que se consigue perteneciendo a un colectivo como SITE es reconocimiento por parte de la industria y el prestigio de estar afiliado al único organismo global que conecta los eventos de empresa, viajes de incentivo y motivación con los resultados del negocio. Tan importante como eso es que también se consiguen oportunidades para desarrollar la propia actividad a nivel mundial mediante la conexión en red con los miembros de todo el mundo.

Al llevar a cabo negocios fuera del propio país, es necesario tener contactos con aquellos proveedores y clientes con los que sea fiable cerrar contratos, ya que todos se adhieren a un Código de Ética. Por último, y no por ello menos importante, el asociado encuentra opciones que favorecen el crecimiento profesional y el aprendizaje a través de la participación en programas educativos, eventos y conferencias regionales e internacionales.

3. Hoy en día hay muchas asociaciones globales en la industria MICE y la fuerte competencia para atraer y retener a los miembros nos afecta a todas. La misión principal de nuestro grupo es apoyar y fortalecer la industria de viajes de incentivos y aumentar la eficacia de las experiencias relacionadas con la motivación de los equipos, potenciando su desarrollo a nivel mundial.

Vamos a seguir trabajando para cumplir nuestra misión y objetivos, ofreciendo investigación y educación para ayudar a nuestros miembros a crecer profesionalmente y hacer crecer su negocio, además de brindarles la oportunidad de ser parte de una gran comunidad global de profesionales de la industria de viajes de incentivo.

Vicente Serrano

Presidente de OPC Spain y miembro de EFAPCO

“Desde la asociación se puede trabajar conjuntamente contra el intrusismo”

1. Siempre he entendido que la mejor forma de defender los intereses profesionales de una empresa es participar de un colectivo que haga suyas las reivindicaciones individuales y que, al mismo tiempo, sirva para acometer actuaciones conjuntas que redunden en un mejor conocimiento y desarrollo del empresario.

2. Los beneficios son múltiples, ya que generalmente las asociaciones se rigen a través de un código interno de ética y conducta y ello proporciona a la empresa, a nivel general, un mayor reconocimiento. Al mismo tiempo, desde la asociación se puede trabajar conjuntamente contra el intrusismo, lo que favorece las actuaciones colectivas frente al trabajo individual. Por otra parte, a través del asociacionismo se favorece la formación específica del empresario y sus empleados. Es importante considerar que dentro de una asociación podemos, en la mayoría de los casos, tener asegurada una cobertura de riesgos y una asesoría tanto fiscal como laboral, lo que nos puede ayudar mucho en nuestra andadura.

3. Además de que es fundamental que la empresa que se integre en una corporación crea en el asociacionismo y valore su pertenencia a un colectivo como una forma de trabajar conjunta, una asociación que se precie debe propiciar en primer lugar un mayor reconocimiento social y empresarial a las marcas que la conforman. En segundo lugar debe responsabilizarse y conseguir que todas las empresas que constituyen la asociación tengan una cobertura amplia tanto en aspectos técnicos como en contables, fiscales, laborales, etc. Con respecto hacia donde vamos, considero que en el futuro las asociaciones disminuirán en número por haber proliferación de ellas, pero se harán más fuertes y selectivas, ya que lo tiempos actuales así lo demandan.



¡Descubra un innovador concepto para sus eventos MICE!

Un espacio único al servicio de sus **grupos, reuniones, eventos e incentivos**.
VIP lounge, sala de reunión totalmente equipada, workshops temáticos y descuentos especiales en las mejores boutiques del mundo.



LA ROCA VILLAGE
LAS ROZAS VILLAGE

LaRocaVillage.com / LasRozasVillage.com



EUROPA LONDRES DUBLÍN PARÍS MADRID BARCELONA MILÁN BRUSELAS FRANCFORT MUNICH CHINA SUZHOU SHANGHAI
(Apertura Otoño 2015)

Las Rozas Village y La Roca Village forman parte de la Colección de Chic Outlet Shopping® Villages. Marcas presentes en uno o ambos Villages. © Las Rozas Village y La Roca Village 2014 10/14

DESTINO: LISBOA

Más que una ciudad

La capital portuguesa es un destino en pleno despertar que cada día gana en atractivo. Y no sólo la ciudad: el “Triángulo de los Incentivos” seduce a cada vez más organizadores de convenciones e incentivos. El clima, la gastronomía, la cultura y un patrimonio excepcional accesible para el sector contribuyen a este renacer, en torno siempre a la flexibilidad y amabilidad de los locales, que saben generar la impresión real de que todo es posible.

Por **Vincent Richeux**
Fotos: **Alexandre Da Silva**

La capital portuguesa es la puerta de entrada a Europa desde Latinoamérica y de salida para los europeos. Sin embargo, goza de un gran potencial para que los organizadores de convenciones e incentivos la consideren como destino final. Lisboa y sus alrededores ofrecen una interesante mezcla de tradición y modernidad, de nostalgia y confianza, que se percibe en la oferta de *venues* históricos y hoteles en los que disfrutar además de la hospitalidad portuguesa.

Tap Portugal

La compañía nacional ofrece conexiones entre Lisboa y 76 destinos internacionales, 26 de ellos europeos. Madrid y Barcelona están unidas a Lisboa con seis vuelos diarios. Desde la integración de Portugal en 2007, TAP ofrece además vuelos directos desde A Co-

ruña, Bilbao, Valencia, Málaga, Sevilla y Asturias. De hecho, la apuesta de la compañía por comunicar Portugal y España es evidente: en 2013 las conexiones aumentaron un 6%. Lisboa también es un *hub* continental: Tap ha incrementado el número de rutas a Brasil con refuerzos en Río de Janeiro, Salvador de Bahía, Belo Horizonte, Porto Alegre y Natal, además de contar con dos nuevos destinos: Manaus y Belém. Este año se comenzó a operar la ruta Lisboa-Colombia-Panamá, ampliando los enlaces con la América hispanohablante, que habían comenzado con los vuelos a Caracas.

Air Europa, Air France, Iberia, KLM, Vueling y Ryanair también operan en el aeropuerto internacional, situado a tan sólo siete kilómetros del centro, en el noroeste de la ciudad.



Renacimiento

Durante los últimos años, Lisboa está recuperando un poder de atracción que en algún momento pareció perdido. Hoy por hoy no queda duda del despertar que está viviendo la capital portuguesa: sólo hace falta observar la cantidad de turistas que visita los barrios históricos del centro de la ciudad, dominados por las murallas del Castillo de San Jorge.

Frente al río Tajo, la gran Plaza del Comercio también ha recobrado sus colores y es uno de los lugares más frecuentados. Desde este espacio inevitable del barrio Baixa-Chiado, o Ciudad Baja, tanto visitantes como habitantes pueden disfrutar hoy en día de las riberas rehabilitadas de un río al que durante demasiados años la ciudad dio la espalda: el mismo Tajo donde atracaron durante siglos los buques mercantes que regresaban de las colonias en los años del pasado portugués más glorioso.

En cada una de las siete colinas de Lisboa los barrios vuelven a revelar sus encantos, siempre marcados por una historia y cultura que genera en ocasiones esa impresión tan portuguesa de tiempo suspendido.

Destino MICE

La renovación del patrimonio lisboeta está detrás del creciente atractivo de la ciudad como destino turístico. Ese esfuerzo, iniciado en la capital, no sólo está dando resultados de cara al turista vacacional: cada vez más empresas apuestan por organizar convenciones e incentivos en el centro de Portugal. Como prueba, Lisboa ascendió en 2013 seis puestos en el ranking de la International Congress and Convention Association (ICCA), hasta lograr el noveno puesto en la clasificación mundial de destinos que organizaron eventos con carácter internacional.

La ciudad tiene muchos atractivos sobre los que apoyarse para su promoción. Entre los más importantes figura el hecho de que se trata de un destino que resulta barato en relación a la calidad que ofrece. Este factor compite en atractivo con el clima, benigno la mayor parte del año; la gastronomía y la cultura, especialmente musical. Todo está detrás de actividades de incentivo que completan cualquier programa cuyo eje principal será sin duda el descubrimiento del excepcional patrimonio heredado de la época dorada de los descubrimientos. Lo más destacado es que

muchos ejemplos de esta herencia son hoy en día *venues* en los que organizar eventos de empresa.

En esta red de espacios históricos y culturales con diferentes capacidades se integran infraestructuras modernas que hacen que Lisboa pueda satisfacer las exigencias de cualquier organizador. Y aún hay más: la oferta de espacios y actividades destinadas al sector MICE no se limita a la capital, sino que incluye otras tres ciudades situadas a 25 y 30 kilómetros de la capital: Estoril y su vecina Cascais, frente al océano Atlántico, y Sintra, que reúne palacios de la antigua monarquía portuguesa sobre una sierra que genera un paisaje completamente diferente.

“El Triángulo de los Incentivos”

Estas ciudades conforman lo que se conoce como “Triángulo de los Incentivos” y se ofertan como complemento a la capital. De hecho, afirman los locales que no se puede conocer realmente Lisboa sin pasar por Sintra. Ambos destinos están íntimamente ligados por su historia y casi se podría decir que los *venues* más interesantes de Lisboa están en Sintra. Situados entre el océano y una pequeña sierra, se reparten en una zona considerada por la Unesco como Patrimonio de la Humanidad.

En el camino que une las dos ciudades está el **Palacio Nacional de Queluz**: de estilo rococó y neoclásico, este castillo fue residencia real de dos generaciones de monarcas en los siglos XVIII y XIX. El interior alberga grandes salas de aparato que se siguen utilizando para recepciones de estado. Tres de

ellas se ofrecen para eventos privados, con capacidad para 200 comensales en una cena de gala dentro de la mayor.

Afirman los locales que, sin conocer Sintra, no se puede conocer realmente Lisboa

Los tres espacios tienen acceso directo a los jardines, ideales para organizar un cóctel que recuerde la fastuosidad del lugar hace tres siglos. Hasta 500 personas pueden disfrutar de una recepción en este lugar privilegiado en el que comediantes reciben a los asistentes con trajes de época durante veladas que pueden estar amenizadas con espectáculos de la Escuela Portuguesa de Arte Ecuestre, que tiene su sede en el Palacio.

En el centro de Sintra se encuentra un segundo edificio real: el **Palacio Nacional**, fácilmente reconocible por sus dos torres gemelas y blancas. Fue habitado durante ocho siglos por la familia real portuguesa, especialmente durante la Edad Media. Las recepciones más exclusivas se organizan en las salas decoradas con una interesante mezcla de arte cristiano y musulmán. En total, tres salas pueden acoger eventos para entre 80 y 200 personas en banquete.

Pena por encima de todo

Dominando Sintra, y en el punto culminante de una sierra cubierta de bosques, se sitúa el palacio más reciente y también más emblemático: el de **Pena**. Desde allí, cuando la bruma no oculta las vistas, se disfruta de una vista panorámica sobre la costa atlántica y el río Tajo. Merece la pena ascender caminando desde el centro de Sintra. La caminata, que puede formar parte de un incentivo, atraviesa una parte de vegetación que recuerda esencias tropicales antes de llegar a las ruinas del antiguo castillo de los Mauros.

Construido hace dos siglos para los últimos representantes de la monarquía portuguesa, el palacio de Pena está considerado como el primer y mejor ejemplo palatino de estilo romántico en Europa. De color amarillo y rojo, integra con fantasía muchos estilos arquitectónicos, incluido el manuelino o gótico portugués, inspirado en los logros de los marinos nacionales.

Este palacio real también puede ser utilizado para eventos corporativos. Cualquier formato estará impregnado de la atmósfera victoriana, herencia de las relaciones entre Portugal y el Reino Unido. El salón noble puede acoger cócteles de hasta 80 in-



Palacio Nacional de Sintra

vitados. Para grupos más grandes se ofrece la Sala dos Arcos, donde organizar cenas de gala para 200 comensales.

Estos *venues* excepcionales están gestionados por la empresa pública Parques de Sintra-Monte da Lua (PSML), que integra también en su abanico de espacios el Palacio de Montserrat, otro ejemplo de la arquitectura romántica de Portugal.

Cascais: el Atlántico

Lisboa parece refugiarse del océano en la desembocadura del Tajo, que se abre a la inmensidad del Atlántico en Cascais. Muchos incentivos incluyen la estancia en la ciudad como excusa para descubrir el mar y todas las actividades asociadas a él.

Las playas atlánticas y Cascais están a 30 kilómetros al oeste de Lisboa, muy bien conectada con la capital por carretera y tren urbano, que recorre la distancia en media hora. Los grupos también pueden ser trasladados en barco siguiendo el curso del Tajo. La empresa GroupWaterX dispone de una amplia flota que incluye *speed boats*. Una “carrera” hacia Cascais es un incentivo que permite descubrir las riberas del Tajo.

Las ciudades balnearias de Cascais y Estoril, que atrajeron durante siglos a la nobleza portuguesa y europea, son los principales destinos de playa y cada una cuenta con puerto deportivo. La primera percepción del visitante apunta a que la zona está muy, quizá demasiado, urbanizada. Pero no hay que alejarse mucho para disfrutar de un litoral más salvaje en el que se alternan calas rocosas y playas de dunas donde organizar barbacoas o actividades de *teambuilding*.

A diez minutos por carretera de Cascais están las playas de Guincho, famosas por sus olas y su viento. Este lugar es perfecto para organizar cursos de iniciación al *surf*, el *windsurf* o el *kitesurf*.

Grandes espacios

Sobre esta costa se ubican los hoteles de alta gama y los me-

jores restaurantes donde saborear los pescados y mariscos locales. Algunos espacios son referencia del mejor alojamiento y la mejor cocina, como el hotel **Grande Real Villa Italia**. Inaugurado en 2007, el establecimiento es en realidad la antigua residencia del último rey de Italia, Humberto II, que vivió aquí durante su exilio.

El hotel dispone de 124 habitaciones que incluyen diecinueve *suites* y dos *penthouses*.

Cuenta con catorce salas para reuniones, las más pequeñas destinadas a eventos que aglutinan un máximo de 20 personas. La capacidad de la más grande es de 400 asistentes. Los balcones y la posibilidad de organizar pausas en ellos garantizan agradables *breaks* frente al océano con vistas a la residencia real. El belvedere, elemento central del hotel, es el mejor lugar para disfrutar de la vista. Un centenar de personas pueden participar en un cóctel organizado en este espacio.

Muchas grandes convenciones tienen lugar en el hotel **Cascais Miragem**, situado en los alrededores del puerto deportivo. En este hotel vanguardista de 200 habitaciones, cuya arquitectura juega con la profundidad de los espacios, hasta 650 profesionales pueden compartir sala en formato teatro, 800 en cóctel. En total, y gracias a sus dieciocho salas de reuniones, el establecimiento puede albergar eventos de hasta 1.500 personas.

Lisboa: tradición y modernidad

El “Triángulo de los Incentivos” es cada vez más demandado para eventos y no sólo por su oferta, excelente conexión con la capital y cercanía al aeropuerto internacional. También porque muchos organizadores se encuentran con el cartel de “completo” en los hoteles y *venues* de la capital.

Lisboa gana puestos entre los destinos de convenciones y programas lúdicos para empresas porque se trata de una ciudad pequeña, en la que todo parece estar a mano; las diferentes propuestas en cuanto a espacios están bien comunicadas y la buena disposición de los portugueses hace que



Hotel Cascais Miragem

Su Especialista en Eventos y Programas a su medida en Brasil, Portugal y España



Diversión



Innovación



Exclusividad



A su medida



Creatividad



Circuitos Temáticos, Culturales y de Gastronomía y Vinos

casi cualquier formato o actividad sea posible.

Hasta desplazarse de un punto a otro es fácil en esta capital que no sufre de grandes problemas de tráfico. Se puede elegir entre el barco, el tren, el autobús, el taxi -más barato que en cualquier otra capital- y hasta el *tuktuk*, un triciclo motorizado que se ha multiplicado durante los últimos años como propuesta original para salvar los importantes desniveles que caracterizan a la ciudad. Obviamente, el tranvía amarillo, cuyos modelos más antiguos no sólo transportan al visitante a otros lugares y a otras épocas, es otra opción. También se ofrece para incentivos privatizando su interior.

Belém es el barrio más emblemático de Lisboa. De sus riberas partían los barcos que condujeron a los grandes descubrimientos, aquéllos sobre los que se construyó la grandeza de Portugal hace 600 años. Entre los monumentos que testimonian esa época dorada, el **Monasterio de los Jerónimos**, de estilo manuelino, es el mejor ejemplo. Puede ser utilizado para eventos: ya se han organizado cenas de gala para grupos de hasta 1.000 comensales en el claustro.

El otro gran monumento del distrito es la **Torre de Belém**, con su magnífica terraza en la que organizar cócteles para 500 invitados. Las vistas del Tajo al terminar el día no hacen sino reforzar ese carácter melancólico de la ciudad, que parece mirar hacia el pasado con cierta resignación ante lo que fue y ya no es, siempre con una sonrisa en la cara del que recibe que también transmite confianza en el futuro. Porque el movimiento de las aguas recuerda cada día que la vida sigue...

Junto al Tajo

Siguiendo el curso del río, alineados frente al puerto marítimo, se encuentran algunos de los restaurantes de referencia en la ciudad. Todos ofrecen la vista del Puente del 25 de abril que atraviesa el estuario, bautizado con esa fecha para rendir homenaje al día de la revolución que acabó en 1974 con la dictadura más larga de Europa.

Para admirar este puente, que muchos comparan con el Golden Gate de San Francisco por su similitud, es mejor elegir lugares alejados y con excelente cocina como el restaurante **Kais**, que tiene capacidad para 1000 personas en bufé. Anti-

guamente una fábrica, el restaurante mantiene un original estilo, calificado como “*industrial chic*”. Conserva las estructuras depuradas de la fábrica en un único espacio, iluminado cada noche con la luz de 500 velas. En el sótano ha sido habilitada una gran taberna dedicada a los amantes del vino.

Entre los hoteles especializados en grupos corporativos de la capital portuguesa, el **Corinthia Hotel** es el que dispone del mayor espacio para eventos profesionales. Con 518 habitaciones y *suites*, hasta 800 personas se pueden reunir en un mismo lugar acondicionado como teatro. En 2015, una nueva sala completará las quince existentes, siguiendo el proyecto que incluye la construcción de una terraza que ampliará las posibilidades para cenas de gala y cócteles. Hoy por hoy, el hotel ya ofrece en las últimas plantas un precioso panorama sobre la ciudad y el río.

En la misma zona, y situado entre el aeropuerto y el casco antiguo, está el hotel **Sheraton Lisboa**, que ofrece 369 habitaciones y un *spa*. El centro de convenciones propio incluye dos plantas con doce salas donde se pueden reunir hasta 600 personas durante un mismo evento.

El hotel **Sana Metropolitan**, renovado a principios de este año, ofrece once salas para grupos profesionales más reducidos. El grupo Sana, referente en la hotelería portuguesa, cuenta con un total de nueve hoteles en Lisboa. También integra un establecimiento de 97 habitaciones en Estoril, con dos sa

Cerca del Puente del 25 de abril y del Centro de Congresos de Lisboa, el **Pestana Palace** es una de las joyas de otro de los grupos emblemáticos de la hotelería portuguesa y referencia de la más alta gama nacional. Catalogado como Monumento Nacional, este hotel fue construido en el siglo XIX en estilo neoclásico. Hoy ofrece cuatro *suites* reales y salones para eventos siempre dotados de prestigio.

En un ala más contemporánea, con acceso al vasto parque central, están las 177 habitaciones y siete salas de reuniones que también se ofrecen. Hasta 480 personas pueden participar en una convención en estilo teatro. En un segundo edificio, dentro de la parte más antigua del recinto y que en sus orígenes eran las caballerizas, hay ocho salas más entre las que se incluyen los *boxes* que ocupaban los caballos. Hoy han sido reconvertidos con exquisito gusto hasta crear originales espacios donde organizar pequeños cócteles o reuniones con un carácter más íntimo.

En la cima del Barrio Alto

Uno de los mejores lugares para sentir cómo late el corazón de la capital es el hotel **Sofitel Lisboa**, situado en la Avenida de la Libertad. Este establecimiento de 167 habitaciones es muy demandado para convenciones de hasta 150 asistentes en teatro. También es un punto de partida muy recomendable para recorrer el Barrio Alto, o séptima colina de Lisboa, allí donde se concentran tiendas, restaurantes y bares de moda.

Una original opción se ofrece para quienes no quieren caminar o, simplemente, prefieren disfrutar de una de las maravillas que genera un urbanismo como el de Lisboa: los ascensores. La subida en el antiguo elevador de Glória es como un viaje en el tiempo durante el que admirar algunos de los mejores ejemplos de la modernidad lisboeta: las autoridades municipales han dejado espacio al arte callejero y esto atrae a artistas de todo el mundo que han dejado su impronta sobre muros y fachadas. Como prueba de que el *street art* forma parte del carácter de la ciudad, varios artistas locales se ofrecen para asesorar a los grupos de incentivo en sesiones presididas por la creatividad y el color.

Múltiples actividades

Descubrir Lisboa a través de las actividades que se pueden organizar para los grupos es otra manera de percibir el dinamismo de la capital como destino de convenciones e incentivos. Abreu, con oficinas en Portugal, España y Brasil, ofrece servicios de receptivo y organizador de congresos, convenciones e incentivos. Más allá de la cena de gala amenizada con fado, que siempre gusta, se pueden programar fiestas a bordo de un yate de lujo que traslade los grupos hacia Cascais o cursos de cocina en torno al ineludible *bacallau*, base de algunas de las mejores recetas portuguesas.

La subida en los ascensores es como un viaje en el tiempo durante el que admirar la ciudad



Torre de Belém



Éstas son algunas de las propuestas más clásicas. Sin embargo, abundan las ideas originales, siempre con esa sensación de que el portugués está continuamente dispuesto a adaptarse a los deseos del cliente. Si es importante darle una impronta ecológica al programa, con los *ecotuks* se puede visitar Lisboa a bordo de originales vehículos que acercan a los visitantes a los artistas locales o a sesiones de degustación de *delicatessen*.

Las veladas con temática *vintage* están de moda: además de desplazarse en motos o vehículos de los años 50, los invitados descubren el ambiente de la Lisboa de mediados del siglo pasado en locales ambientados expresamente. La capital tiene hasta fantasmas. Varios receptivos organizan salidas nocturnas con el objetivo de localizarlos... o al menos conocer algunas de las historias tenebrosas que han marcado la cultura popular de la ciudad.

El Tajo no sólo se presta para organizar regatas: el estuario es una reserva natural en la que se pueden organizar cursos de pesca y salidas para la observación de aves.

Las sesiones de golf también forman parte de los productos más demandados para incentivos: en los alrededores de Lisboa hay nada menos que diecisiete campos, en su mayoría de dieciocho hoyos.

En la parte alta de la capital está el mirador de San Pedro de Alcántara, que ofrece un panorama único sobre el castillo y la Ciudad Baja. Pocas cosas hay tan agradables en Lisboa como admirar el crepúsculo desde este lugar antes de explorar la intensa vida nocturna del Barrio Alto. Restaurantes como el **Silk Club** se ofrecen para grupos que buscan un ambiente tranquilo o quieren disfrutar de una copa con magníficas vistas. Desde el último piso del edificio se aprecia una panorámica que abarca desde el castillo, al este, hasta el Puente del 25 de abril, al oeste.

Al frente, y al otro lado del Tajo, un Cristo monumental semejante al de Río de Janeiro parece abrazar al visitante. Con cada amanecer también parece saludar a una Lisboa que se despierta cada día un poco más.

La visita de Lisboa no puede ser completa sin un trayecto a bordo del tranvía amarillo, un símbolo que la ciudad ha sabido cuidar y que actualmente se ofrece como producto para eventos e incentivos. Tirados por caballos, los primeros tranvías empezaron a funcionar en 1873. En 1905, los animales fueron sustituidos por motores eléctricos hasta su modernización completa en 1990. Sin embargo, el interior de madera sigue recordando a los vehículos originales que ayudaban a los habitantes a sobrellevar las escarpadas cuestas de la ciudad.

Hoy en día comparten raíles con otros vagones más modernos a través de cinco líneas, siendo la 28 la más conocida ya que atraviesa los barrios históricos del centro de la ciudad. Su utilización para *transfers* fuera de una privatización puede resultar difícil ya que en ocasiones son víctima de su propio éxito y es difícil encontrar espacio: conviene tenerlo en cuenta si se recurre al tranvía como medio para desplazar un grupo que quiera entrar en contacto con el usuario local.

Muchos organizadores de incentivos los privatizan para trayectos de 45 minutos que comienzan en la basílica de Estrella y terminan en los alrededores del castillo de São Jorge. Varias animaciones pueden ser organizadas a bordo, como un recital de fado en vivo, degustaciones de vino o de los famosos pasteles de nata.

Eventos en el tranvía

tap corporate
FLY

EN TAP, LAS EMPRESAS SOLO TIENEN PUNTOS FUERTES.

Si quiere optimizar el presupuesto de viajes de su empresa, embárguese en el programa tap|corporate fly, especialmente creado para pequeñas y medianas empresas. Así convertirá sus viajes en puntos con los que conseguirá billetes Premio o accesos a clase tap|executive (upgrade). Cuantos más vuelos, más puntos y mayor ahorro para su empresa. El registro es gratis, fácil y rápido "online" en tapcorporate.com, y recuerde que podrá disfrutar en paralelo de todas las ventajas del programa Victoria para pasajeros frecuentes, y acceder a campañas exclusivas.

Como puede ver, todo son **puntos fuertes**. Regístrese ya!

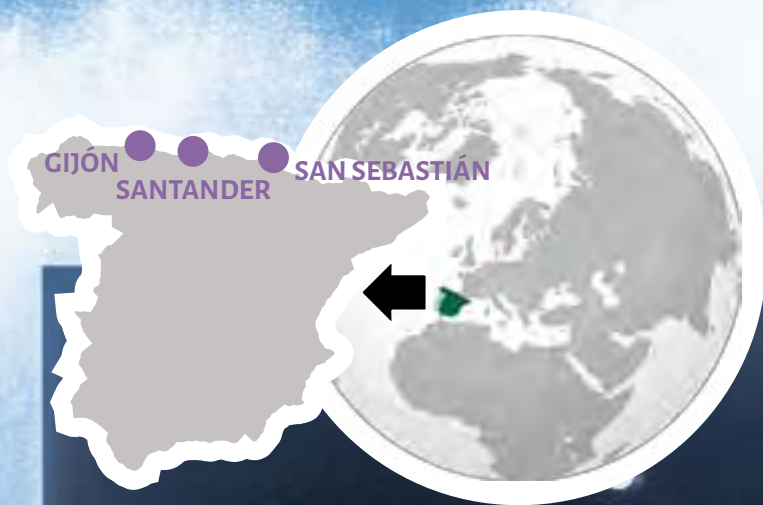
TAP
TAP PORTUGAL
con los brazos abiertos

tapcorporate.com | fly.corporate.esp@tap.pt

flytap.com



A STAR ALLIANCE MEMBER



Destino: Norte de España

Frescura en la España Verde

Por **José María de Pablo**

Foto de apertura: **Juan José Llana**

Hay muchas Españas y la del norte tiene mucho que ofrecer a los organizadores de congresos, convenciones e incentivos. A la calidad de la oferta y la profesionalidad de los receptivos se añade una gastronomía excelente y unos paisajes que el posible mal clima no ensombrece. Presentamos tres ciudades que se caracterizan por lo mismo: Gijón, Santander y San Sebastián forman un triángulo en línea recta que ofrece todo lo necesario para que cualquier programa sea exquisito.

Algunos destinos del norte de España son sinónimo de vanguardia fresca. A sus peculiaridades históricas y culturales, muy enraizadas en el pasado, se suma la apuesta por la innovación, especialmente en lo que a oferta para organizadores de eventos empresariales y congresos se refiere. Aunque las conexiones aéreas no son su punto más fuerte, tienen enlaces con Madrid y Barcelona. La distancia desde Madrid hacia Gijón, Santander o San Sebastián permite que el traslado en tren o autobús, rondando las cinco horas, se convierta en una primera etapa del programa de trabajo o incentivo. Las tres ciudades forman un triángulo, aunque casi en una línea recta de 300 kilómetros, cuyos vértices están compuestos por el patrimonio cultural, los paisajes protegidos y una gastronomía con pocos competidores.

Gijón

Si hay una ciudad de la Cornisa Cantábrica que puede acreditar capacidad y experiencia a la hora de recibir a las em-

presas, ésta es Gijón. Su convention bureau suma más de 20 años de experiencia y es uno de los más dinámicos de España. Además, desde octubre cuenta con una edición renovada del manual del congresista que hace más fácil, si cabe, la estancia de los grupos de trabajo.

El aeropuerto de Asturias, único en la región y situado a 40 kilómetros de Gijón, es operado por Iberia, Air Europa, Air Nostrum, Vueling, Volotea, Easyjet y TAP. A la privilegiada situación de la ciudad, a orillas del Cantábrico y enmarcada en un paisaje de montañas que rodean el mar, se añaden las dimensiones humanas de la ciudad y la amabilidad de su gente: un incentivo más.

El barrio de Cimadevilla, o casco antiguo, situado sobre el cerro de Santa Catalina, concentra los mejores y más animados restaurantes y locales de copas, algunos de ellos especializados en escanciar sidra, la bebida "nacional" del Princi-

pado de Asturias. Un agradable paseo junto al mar separa esta zona de los hoteles más demandados para grupos, entre los que se encuentran el Abba Playa Gijón y el NH Gijón, ambos junto a la emblemática playa de San Lorenzo.

El **Abba Playa Gijón**, de 80 habitaciones, es conocido por su terraza panorámica, donde tienen lugar numerosos eventos de empresa adecuados con vistas a la ciudad y el mar. El hotel dispone de un salón interior, también con vistas, con capacidad para eventos de hasta 300 personas.

El **NH Gijón**, inaugurado hace 5 años, alberga eventos de hasta 400 personas junto a su piscina panorámica en una "playa de madera" de 500 m2.



El **Recinto Ferial Luis Adaro** es el espacio de referencia para la celebración de grandes convenciones y congresos y se encuentra a poca distancia de ambos hoteles: cuenta con 160.000 m2 de exposición en torno al renovado Palacio de Congresos con capacidad para 800 personas.

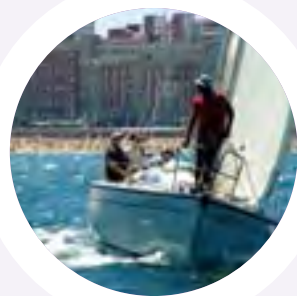
En el capítulo de sedes singulares, Gijón puede presumir de **La Laboral**, una Ciudad de la Cultura con amplia oferta de espacios que incluye varias salas para grupos de entre 20 y 80 personas, algunas muy originales como la Sala del Reloj, y un bello teatro-auditorio de 1.250 plazas bajo la mayor cúpula elíptica de Europa.

Teambuilding e incentivos en Gijón



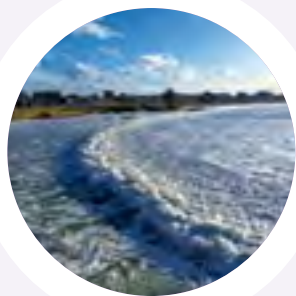
Iniciación al surf

Un curso apto para todos los que sepan nadar y quieran disfrutar del mar Cantábrico. Slash Surf es una de las empresas que organiza cursos para empresas, adaptándose al nivel de los participantes, con la posibilidad de que cada participante fabrique su propia tabla.



Ruta en catamarán

Proastur ofrece diversos paseos por la bahía de Gijón que se pueden ampliar con escalas gastronómicas en bonitos puertos pesqueros de la costa asturiana como Luanco, Tazones o Lastres. Según la época del año se puede incluir avistamiento de aves y cetáceos o la pesca del bonito.



Talasoterapia

El centro Talasoponiente, único con agua de mar en Asturias, propone tratamientos que garantizan la relajación de los invitados. La oferta incluye varios tipos de circuito, masajes, una piscina de hidroterapia interior y otra exterior climatizada frente a la playa.



Escanciando sidra

MG Lab organiza concursos durante una *espicha* y es sinónimo de risas y un buen rato. Pocas cosas hay en Asturias tan típicas como esta comida informal de pie en torno a los barriles de sidra. Trabanco es el principal productor regional y ofrece tres espacios para grupos de hasta 100 personas.

El **Estadio de El Molinón**, templo del fútbol gijonés, también ha adaptado sus instalaciones para recibir eventos de empresa. El club Sporting de Gijón ofrece, además de su sala de prensa, con 74 asientos, y la cafetería acristalada, dos tipos de palco: los VIP y los VIP Gold, desde cuyas terrazas privadas para 16 personas se puede disfrutar del fútbol profesional durante un incentivo. También se puede organizar un partido entre delegaciones en uno de los campos más antiguos de España.

El **Acuario de Gijón** es sede de cócteles de hasta 600 invitados que pueden disfrutar de la gastronomía local mientras admiran los acuarios, como el que preside la sala de conferencias para 100 personas en la que el ponente tendrá como reto que los peces no desvíen la atención de los asistentes.

La gran novedad que ofrece Gijón es la posibilidad de alquilar el **Teatro Jovellanos**, un *venue* centenario que ha sido completamente restaurado y que el ayuntamiento ofrece a las empresas para eventos muy exclusivos de hasta 1.123 personas sentadas.

Gijón se esfuerza por mantener el dinamismo y ofrecer precios muy competitivos con respecto a otros destinos españoles sin renunciar a la calidad. Prueba de ello es el reconocimiento como Mejor Destino Turístico de Calidad 2012; así como la calificación como "Ciudad de la Ciencia y la Innovación" y la "Certificación Internacional Biosphere" que acredita su compromiso con el turismo sostenible.

Santander

Al abrigo del mar y en una de las bahías más bellas de España, la capital de Cantabria conserva el encanto y elegancia de su pasado señorial, mezclado con un ambiente marino. El aeropuerto de Parayas se encuentra a sólo cinco kilómetros del centro y es operado por Iberia, Air Nostrum y Ryanair.

La gran novedad de Gijón es la posibilidad de alquilar el Teatro Jovellanos para eventos exclusivos

Además de las visitas al Palacio de la Magdalena, el ayuntamiento, la catedral y los museos de Bellas Artes y Marítimo, los organizadores de eventos encontrarán en las propuestas gastronómicas y animada vida social de El Sardinero un atractivo con el que completar una convención o incentivo.

El **Palacio de la Magdalena** es precisamente el *venue* de más prestigio en Santander, gracias a su privilegiado emplazamiento en una península con playas, embarcaderos, bosques, un pequeño zoo y espectaculares vistas al mar. En sus orígenes fue la residencia de verano de los reyes Alfonso XIII y Victoria Eugenia. Hoy propiedad del ayuntamiento de Santander, ofrece más de 15 espacios con capacidad entre 12 y 350 personas.



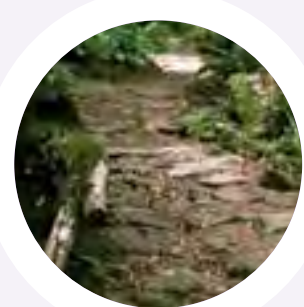
El **Palacio de Festivales** es un gigante firmado por el arquitecto Sáenz de Oíza ubicado en la bahía, entre el centro y el Palacio de la Magdalena. En su interior alberga tres auditorios, el más grande con capacidad para 800 personas.

El **Gran Casino Sardinero** es un edificio de aspecto regio con terrazas y vistas al mar que cuenta con salas para exposiciones, reuniones y banquetes para un máximo de 380 comensales. El salón de juego y sala de máquinas también pueden ser utilizados en programas de incentivo mientras se respeten los horarios de apertura.

El **Palacio Municipal de Exposiciones**, en el Sardinero, cierra el círculo de la oferta de instalaciones para grandes eventos en Santander: acoge todo tipo de exposiciones y congresos, siendo especialmente demandada la Sala Bahía, iluminada a través de un patio inglés ajardinado, que puede ser panelado hasta generar 11 salas de 100m2 cada una.

El **Eurostars Hotel Real** es toda una institución. No sólo cuenta con salas polivalentes con capacidad para acoger eventos de hasta 300 personas, sino que ofrece la posibilidad de disfrutar de tratamientos de bienestar y belleza en su exclusivo centro de talasoterapia. Este cinco estrellas Gran Lujo ubicado frente a la Playa de los Peligros domina la bahía y cuenta con 123 habitaciones.

Teambuilding e incentivos en Santander



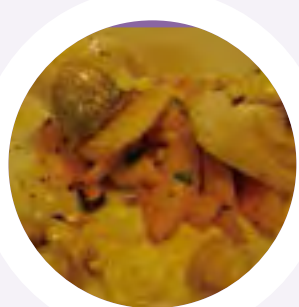
Senderismo

El tramo de cinco kilómetros que une Bárcena de Pie de Concha con Pesquera recorre una antigua calzada romana en un bonito paisaje: ya se han organizado búsquedas del tesoro y *gymkhanas* que terminan con fiesta y *dress code* romano.



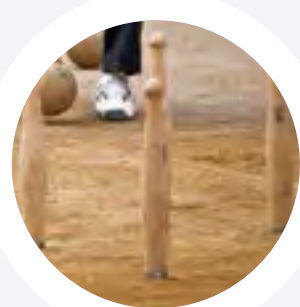
Adrenalina pura

La tranquilidad de Santander combina a la perfección con actividades de aventura que se pueden organizar en el Alto Ebro y sus cañones o los Picos de Europa. Empresas como H2UR organizan salidas de *rafting*, descenso de barrancos, *kayak* o espeleología.



Clases de cocina

Los participantes se dividen en grupos dirigidos por expertos y elaboran platos típicos de la gastronomía regional. Un cocido montañés puede preceder a una salida por la montaña. El *sorropotún* se puede cocinar tras una excursión para pescar bonito.



"Juegos rústicos"

Inspirados en las costumbres de los campesinos y ganaderos cántabros, los "juegos pasiegos" organizados por Extravaganza! incluyen el salto con "palancu", suerte de pértiga local; carreras cargando pilas de hierba seca o la modalidad de bolos tradicional.

Frente a la playa de El Sardinero está el **Hotel Hoyuela**, otro referente para los organizadores de eventos en la ciudad: con 55 habitaciones, ofrece cuatro salas, la mayor con capacidad para 350 personas en formato banquete.

San Sebastián

La más oriental de las capitales de la España Verde reúne todo lo necesario para celebrar con éxito un evento empresarial de cualquier orden. La belleza de su bahía ya enamoró a la realeza a principios del siglo pasado: muchos de sus miembros eligieron la ciudad conocida como la "Bella Easo" como destino para disfrutar de un clima agradable y los benéficos baños de olas en el mar Cantábrico.

La ciudad sigue fascinando: de hecho San Sebastián acaba de ser nombrada por una prestigiosa revista americana de viajes como la quinta mejor ciudad turística del mundo. La 'culpa' de su prestigio se debe a la buena impresión que deja en los participantes de los eventos de fama mundial que se celebran cada año, como el Festival Internacional de Cine o el certamen Gastronomika.

Precisamente la oferta gastronómica de la ciudad compite con la bahía

como principal atractivo, ya sea en los famosos y populares bares de *pintxos* de la parte antigua, o Zona Vieja, o los restaurantes reconocidos con estrellas Michelin: San Sebastián alberga la mayor cantidad de restaurantes galardonados por metro cuadrado del mundo.

En pleno centro

Otro factor destacable es el tamaño de la urbe, lo que favorece los desplazamientos a pie desde los hoteles a los diferentes *venues*. Sin duda el más conocido entre los espacios para eventos es el **Kursaal**: no todas las ciudades cuentan con un palacio de congresos a pie de playa. Es además la referencia arquitectónica de San Sebastián y el lugar elegido por todo aquel que quiere darle un gran impacto a su evento, gracias a la posibilidad de customizar la fachada, tanto de día como de noche.

El mayor de los dos auditorios del recinto cuenta con 1.800 asientos. Numerosas salas más pequeñas se ofrecen para reuniones a partir de diez personas y hasta 575. Cuatro entradas independientes permiten la simultaneidad de grandes eventos.

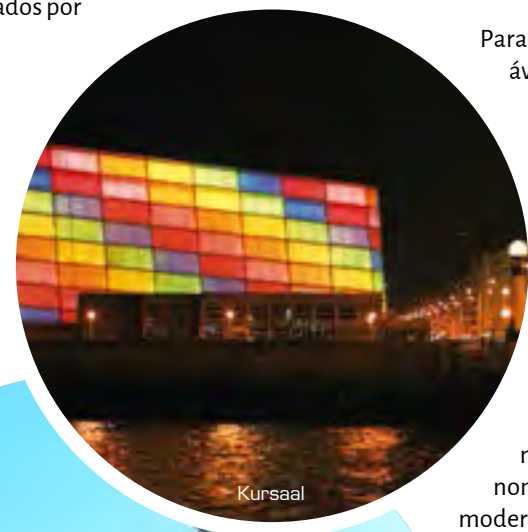
El recinto, también conocido como "los cubos de Moneo", cuenta con dos amplias terrazas donde organizar cócteles con vistas a la playa de Zurriola. La cocina del recinto corre a cargo del chef Andoni Luis Aduriz, con dos estrellas Michelin.

Muy cerca, el **Teatro Victoria Eugenia**, inaugurado en 1912 y reformado en 2007, se ofrece para eventos con la atmósfera más clásica y señorial. Entre sus espacios destaca la Sala Club, situada bajo el patio de butacas y con equipamiento para la celebración de presentaciones, espectáculos y cócteles de hasta 120 personas. El escenario se utiliza para banquetes de 200 personas invirtiendo la visión del espectador.

De la misma *belle époque* es el **Palacio de Miramar**, residencia estival de la reina María Cristina, ubicado al final de la bahía de La Concha y en altura, para un mayor disfrute de las magníficas vistas. Cuenta con seis salas para eventos, con capacidades entre 60 y 200 personas.

Volviendo al centro, el **Museo de San Telmo** es un antiguo

convento dominico que desde hace tres años se ofrece como *venue*: en la iglesia y el claustro se pueden organizar cenas para 670 comensales.



Kursaal



Palacio de Miramar

Para los organizadores ávidos de eventos en los que la gastronomía sea protagonista, el **Basque Culinary Center**, situado en la parte alta de San Sebastián, es una Facultad y Centro de Investigación e Innovación en Alimentación y Gastronomía que ofrece sus modernas instalaciones para actos corporativos: cuenta con un auditorio para 200 personas. Uno de los espacios más demandados es la cocina destinada a impartir talleres para un máximo de 14 personas.

En hoteles

El **María Cristina**, junto al Teatro Victoria Eugenia, es el mejor representante de la Donostia más señorial: perteneciente a Luxury Collection, el grupo Starwood se ha encargado de la restauración y renovación del edificio que actualmente tiene 136 habitaciones y

28 *suites*. Para eventos se ofrecen dos salones, con capacidad para 240 comensales en un banquete celebrado en el más grande.

El **Hotel Londres y de Inglaterra** es otro clásico, en este caso de cuatro estrellas y junto a la playa, que renovó sus 167 habitaciones y salones en 2013. La gran novedad son las doce habitaciones dobles que fueron habilitadas en lo que era el tejado del edificio. Tienen terrazas privadas para disfrutar de las magníficas vistas sobre la bahía de La Concha.

En el hotel **NH Aranzazu**, también de cuatro estrellas, fueron renovadas a principios de este año las 180 habitaciones que ofrece. Situado a 300 metros de la playa de Ondarreta, entre el Peine de los Vientos y la bahía de La Concha, cuenta con ocho salones para eventos con luz natural y capacidad

para 350 personas en formato teatro en el mayor.

El **Astoria7** es un original hotel muy utilizado en incentivos que ocupa los espacios de los antiguos cines del mismo nombre. Algunos elementos decorativos recuerdan su pasado. Cuenta con una biblioteca especializada en el séptimo arte, videoteca y lector de DVD en cada habitación. La suite Alfred Hitchcock encantará a los aficionados al cine ya que dispone de videoproector. Cuenta con 102 habitaciones.

Villa Soro es una villa reconvertida como hotel ideal para sesiones de *brainstorming* y pequeñas convenciones, así como viajes de incentivo. Ofrece 25 habitaciones y una atmósfera de tranquilidad y retiro a un cuarto de hora en coche del centro de la ciudad. Dispone de una sala de reuniones con capacidad para 40 personas en teatro.

Para quienes quieran disfrutar de los baños de mar que tanto gustaban a la aristocracia europea, el centro de talasoterapia La Perla se ubica en el centro de la playa de La Concha, junto al paseo donde tantos reconocen la elegancia que caracteriza a los habitantes de la ciudad.

Uno de los puntos fuertes de San Sebastián son sus buenas conexiones por carretera, a pesar de la complicada geografía guipuzcoana. Una red de autovías y autopistas de peaje conectan fácilmente San Sebastián con Bilbao,

Madrid, Barcelona y Francia. De hecho, aunque la ciudad cuenta con su propio aeropuerto en Hondarribia, conectado con Madrid y Barcelona y a tan sólo 20 kilómetros del centro, muchos organizadores extranjeros optan por el aeródromo de Biarritz (a 40 km) o de Bilbao (a 105 kilómetros), con más conexiones aéreas.

Sentido de la hospitalidad

Los españoles del norte son conocidos por ser menos abiertos que los del sur pero brindar una acogida excelente a sus visitantes, y esto se aplica tanto a Asturias con Gijón, como a Cantabria con Santander y el País Vasco con San Sebastián.

La profesionalidad de los receptivos locales y la calidad de los hoteles y *venues* se ofrece en sintonía con la gastronomía, gran atractivo junto a los paisajes. Aunque el buen clima no esté garantizado, los aspectos citados hacen que la España cantábrica sea cada vez más demandada para eventos e incentivos, aún más en un contexto de control de gasto en el que se exigen propuestas de calidad y buen precio sin sorpresas negativas, sino todo lo contrario: las expectativas suelen verse superadas. Hay muchas Españas, y sin duda la del norte merece estar entre las más recomendables para el sector.

Teambuilding e incentivos en San Sebastián



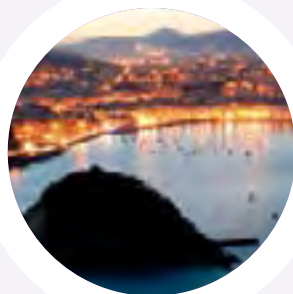
Pelota vasca

Los participantes profundizan en la cultura local aprendiendo a jugar a la pelota vasca en un frontón, una actividad con mucho arraigo en Euskadi y que puede culminar con una “fiesta vasca”, degustando productos locales de la mejor calidad.



Aula gastronómica

Cocineros de la talla de Juan Mari Arzak, Pedro Subijana o Martín Berasategui dirigen un aula en la que los participantes descubren los secretos que esconden sus creaciones. Pueden acompañar a los asistentes al mercado y seleccionar los productos.



Catamarán

Getari Charter es una de las empresas que organiza paseos en catamarán para admirar la bahía de La Concha y la costa guipuzcoana desde una perspectiva diferente. Se puede acompañar de un aperitivo en alta mar para grupos de 120 personas.



Ruta de pintxos

El centro neurálgico es la calle Fermín Calbetón, en la Zona Vieja. Hay para todos los gustos: desde *pintxos* de diseño a propuestas tradicionales, todo muy cerca. Se trata de una excelente opción para disfrutar de la gastronomía y ambiente donostiarros.

SAN SEBASTIÁN

DESTINO DE NEGOCIOS



AQUARIUM



En pleno puerto pesquero, un relajante auditorio para reuniones y convenciones con sabor marino.

PALACIO DE MIRAMAR



Frente a la bahía de la Concha, un palacio de estilo inglés perfecto para galas, cocktails y reuniones.

PALACIO KURSAAL



Conjunto arquitectónico de vanguardia frente al mar, tecnología más avanzada y espacios polivalentes para los más grandes eventos.



LA VIDA MÁS FÁCIL

El mundo de las aplicaciones sorprende por su diversidad y la cantidad de propuestas pensadas para el viajero: desde programar el despertador en cualquier lugar del mundo sin preocuparse por el cambio horario a tener ayuda para hacer las maletas. También se puede seguir y visitar las instalaciones de un crucero o compensar las emisiones de carbono... mientras se multiplican las *apps* para *wearables*. Esto sólo es el principio.



Como a bordo de un crucero con MSC

Versiones: iOS / Android

En qué consiste:

- Incluye nuevas funciones, consejos e información de fácil uso para elegir el itinerario más conveniente, navegar por las diferentes propuestas, estudiar las excursiones disponibles o realizar una visita virtual de los doce barcos que conforman la flota
- Permite guardar los elementos favoritos para consultas posteriores
- Se puede activar una alerta de notificaciones relacionadas con novedades y ofertas de MSC Cruceros
- Es posible seguir un crucero en tiempo real y ver en directo las imágenes grabadas por las cámaras a bordo
- Disponible en Italia, Francia, España, Reino Unido, Países Bajos y Suecia. Se ampliará a otros mercados a finales de 2014

Hotels.com en *wearables*

Versiones: iOS, Android, Windows 8 y Kindle Fire

En qué consiste:

- Los usuarios podrán interactuar con la plataforma para visitar virtualmente los hoteles, realizar reservas, obtener direcciones y visualizar imágenes
- Permite ver mapas con todos los alojamientos disponibles en el teléfono sincronizado con el smartwatch
- Se pueden registrar alojamientos en un menú de favoritos y llamar desde la herramienta para realizar consultas



Expedia en exclusiva para tabletas

Versiones: iOS / Android

En qué consiste:

- Introduce el primer motor que combina búsqueda de hotel y vuelo en una misma pantalla
- Integra los datos de viaje registrados a través de otros dispositivos
- La búsqueda se puede efectuar a partir del nombre de la ciudad, lugar de interés o código de aeropuerto, sin necesidad de introducir fechas
- Incluye el Bloc de Notas introducido por Expedia a principios de 2014

ConTREEbute para compensar emisiones

Versiones: iOS

En qué consiste:

- Los usuarios pueden calcular las emisiones generadas con un desplazamiento
- La aplicación ofrece comprar árboles en Colombia para compensar y estima la cantidad necesaria
- Se puede compartir la acción con otros usuarios



Ningún olvido en el equipaje con Maletas

Versiones: iOS

En qué consiste:

- Se pueden hacer varias listas según el tipo de viaje
- El listado por defecto de artículos se puede ampliar con aportaciones personales
- Las listas anticuadas se eliminan con sólo deslizar el dedo
- Se puede clasificar cada artículo en función del uso que se vaya a hacer de él



Todas las horas con El Reloj del Mundo

Versiones: iOS

En qué consiste:

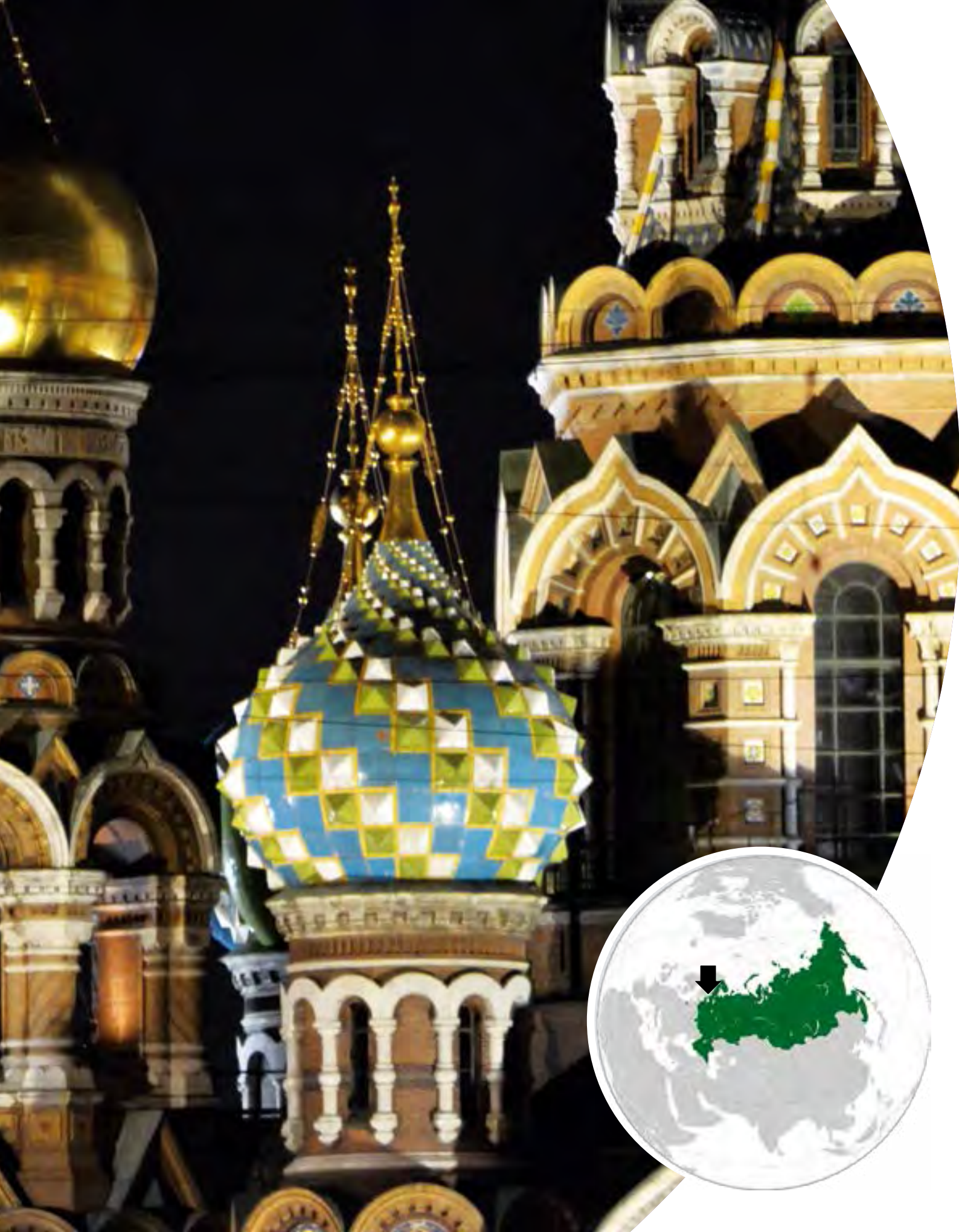
- Funciona con iPhone, iPod Touch y iPad
- Incluye un mapa de la Tierra por el día y por la noche en tiempo real
- Ofrece información adicional para cada lugar elegido: desplazamiento de GMT, la diferencia de hora con otro destino, día de la semana, tiempo solar, hora de salida y puesta de sol, etc.
- Precisa sincronización de la hora por la red
- Se pueden programar alarmas y notificaciones con ajustes para el cambio de horario de verano en múltiples husos horarios
- Muestra de 1 a 24 relojes
- Incluye datos de más de 192.000 lugares poblados en más de 230 países



La oficina desde cualquier lugar con ES Explorador de archivos

Versiones: Android

- Es un todo-en-uno administrador de archivos, aplicaciones, tareas y cliente a través del almacenamiento en la nube
- A la hora de administrar archivos permite copiar, pegar, cortar/mover, crear, eliminar y renombrar, buscar/compartir/enviar, ocultar, crear atajos y definir favoritos en el teléfono y en ordenadores.
- Con el administrador de aplicaciones se puede instalar, desinstalar, hacer copias de seguridad, crear atajos y definir categorías
- La versión 3.2.1 incluye *Scan faster*



Puro Incentivo: San Petersburgo

Pura majestuosidad

Por Eva López Álvarez
Fotos Alejandro Martínez Notte

La que fue capital del imperio de los zares de Rusia es un conglomerado de fastuosidad y grandeza. La ciudad ofrece a los organizadores de incentivos muchas propuestas, todas aderezadas por una climatología única y con un interesante componente histórico. Sentirse emperador por unos días es casi inevitable en la “Venecia del Norte”.

La ciudad de los zares de Rusia es un homenaje a la monumentalidad y la fastuosidad. La belleza del destino no queda mermada por una climatología que poco la mima: tiene un promedio de tan sólo 62 días de sol al año. Aunque no lo parezca, se ubica en la misma latitud que Anchorage, en Alaska. Sin embargo, la nubosidad del frío invierno contribuye al encanto que tiene la segunda ciudad de Rusia, cuyo centro es Patrimonio de la Humanidad, ya que aumenta la sensación de majestuosidad en interiores cuyos dorados parecen evocar un sol que poco se deja ver. En los meses más cálidos, la posibilidad de descubrir sus atractivos desde el río Neva abre un amplio abanico de opciones a los organizadores. De mayo a julio apenas hay noche y la temperatura media alcanza los 18 grados.

San Petersburgo cuenta con vuelo directo desde Barcelona y Alicante con Vueling. Algunos países latinoamericanos están exentos de visado hacia Rusia, sin embargo los viajeros españoles deben

procurarse un documento de entrada cuya tramitación puede llevar más tiempo de lo pensado, por lo que es recomendable realizar la gestión con suficiente antelación. En todos los casos se exige un pasaporte con validez mínima de seis meses desde la fecha de regreso.

Nada mejor para apreciar la magnificencia de esta ciudad que comenzar descubriéndola en la plaza del Hermitage, el palacio que servía a los zares como residencia de invierno. Tanto la plaza como los edificios colindantes ejemplifican las abrumadoras dimensiones de los proyectos imperiales. Y es que San Petersburgo fue una suerte de laboratorio en el que los zares quisieron demostrar al mundo la capacidad de un imperio a la hora de construir. En 1918 cayó el último zar de Rusia y San Petersburgo perdió el rango de capital, llegando incluso a cambiar de nombre en 1924 cuando se convirtió en Leningrado. Aunque nunca recuperó la importancia política de antaño, la monumentalidad de sus espacios hace que

siga siendo una de las ciudades más grandiosas del mundo.

Hermitage

Actualmente la pinacoteca reúne los espacios de lo que fue el Palacio de Invierno, el Teatro de Hermitage, el Hermitage Pequeño, el Hermitage Viejo y el Nuevo Hermitage. Dicen que para visitar todas sus salas hay que recorrer 22 kilómetros. Aún más abrumador resulta descubrir que, a pesar de la proliferación de obras en habitaciones y pasillos, sólo está expuesto el 25% de la colección del museo. Aunque la visita es ineludible, se recomienda programar un itinerario centrado en una temática o que resuma las obras más conocidas: la museografía no es el punto fuerte de esta pinacoteca cuya visita puede resultar aburrida si no se enfoca el recorrido por los tres millones de objetos que aglutina.

Algunas salas son una pieza de arte en sí misma: además de la propia decoración y los cuadros, albergan piezas tan impresionantes como el reloj de oro: en realidad es un pavo real que abre la cola y gira sobre sí mismo cada hora. Todo un espectáculo.

Figurantes vestidos de época esperan a los turistas a la puerta para fotografiarse con ellos. Y no sólo ellos, locales acompañados de animales curiosos también se dejan ver a menudo. Eso si no coincide con alguna manifestación de gente mayor nostálgica de la época comunista.

No se pueden organizar eventos en el interior: sin embargo, algunos personajes “históricos” pueden amenizar una visita privada del museo por la noche: de hecho algunos receptivos proponen que Rasputin ejerza de guía.

Venues imperiales

La oferta de espacios para organizar banquetes en la ciudad y sus alrededores es muy variada, pero siempre con una misma atmósfera: la imperial. Se declina de muchas maneras: desde la de las fastuosas habitaciones del palacio de Yusupoff junto al Neva, entre las que destaca la sala columnada con capacidad para 300 comensales, a los espacios del museo de Artillería, considerado el más grande del mundo. Está situado frente a la fortaleza de San Pedro y San Pablo. Su visita es otro de los clásicos y ofrece su atrio para convenciones de hasta 800 personas.

San Petersburgo tiene una ventaja con respecto a otros destinos: hay muchas opciones para los grupos muy grandes. Siempre habrá

espacio en lugares ideados para albergar cortes multitudinarias. En el gran vestíbulo de la sede de la Orquesta Filarmónica de San Petersburgo se pueden organizar convenciones para 1.500 asistentes. 900 personas pueden asistir a un concierto en la catedral Smoiny,

Peterhof

La joya de la corona imperial es el palacio de Peterhof, en la orilla meridional del golfo de Finlandia: es el gigante entre los gigantes que deleitará a los amantes de los palacios majestuosos y las historias de alcoba. Aquí se encontraban los emperadores cuando fueron apresados durante la Revolución de 1917. Al año siguiente, cuando cambió la historia política de Rusia, ya fue declarado museo y actualmente es sede de espectáculos exclusivos de agua y luz en algunas de las 150 fuentes del recinto, con cierres en los que nunca faltan los fuegos artificiales. El paseo por los jardines culmina en el mar, que impresionará a quien nunca lo haya visto congelado si el viaje se organiza durante el crudo invierno ruso.

A medio camino entre Peterhof y el centro de San Petersburgo, más exactamente a 15 kilómetros de la ciudad y junto al Báltico, está el Congreso Nacional, en lo que fue el Palacio de Constantino. La terraza fue utilizada durante la reunión del G20 que se organizó en 2013: 800 personas pueden disfrutar de una cena de gala al aire libre si el tiempo lo permite. En el interior, la Sala Azul y la Sala de Mármol se utilizan para convenciones de 250 participantes. Este antiguo palacio alberga además la que es hoy por hoy la bodega presidencial. Se pueden degustar algunos de los vinos que forman parte de la colección en cócteles para un máximo de 100 personas.

Tsarskoye Selo

La conocida como Villa de los Zares está a 24 kilómetros al sur de la que fue la capital. Allí se encuentra otro de los palacios más imponentes del mundo: el de Catalina I, que la propia zarina mandó construir tras recibir como regalo de su marido los terrenos donde se ubica. El turquesa de su fachada y los dorados de las cúpulas de la iglesia integrada dan una idea de lo que el visitante encuentra en el interior: suntuoso, fastuoso... y *kitsch* son adjetivos que vienen a la mente en cada una de las salas, tanto en la parte barroca llena de espejos y oro, como en la neoclásica con tapizados a base de pájaros y plantas.

No dejará indiferente a nadie la habitación de ámbar, en la que cada detalle, hasta los marcos de los cuadros, están fabricados con

esta resina del Báltico. Llama la atención que el palacio fue completamente devastado en la Segunda Guerra Mundial o, lo que es lo mismo, todo este despliegue de oro y lujo no se llevó a cabo una vez... sino dos. El gran vestíbulo de 900 m2 es ideal para fiestas que reproduzcan los bailes de disfraces que tanto gustaban a los zares.

En torno a Pushkin

En Tsarskoye Selo está el Liceo donde estudió Alexander Pushkin y donde aún está su habitación de estudiante. El recorrido por el lugar es otra manera de conocer algo más sobre este insigne ciudadano de San Petersburgo. Precisamente la residencia de Pushkin en San Petersburgo es hoy el Museo Nacional Pushkin y otro *venue* junto a uno de los canales del Neva .

Considerado el padre de la literatura moderna rusa, fue poeta, dramaturgo y novelista. Falleció con 37 años tras haberse batido en duelo con un militar francés a raíz de sus propósitos incorrectos hacia su esposa. Y eso que decían que el injurioso era en realidad amante del embajador holandés... Éstas y otras historias épicas y reales forman parte de las explicaciones que acompañan la visita del apartamento donde murió. La sala de conciertos se utiliza para sesiones de hasta 150 personas.

Contrastes en la avenida Nevsky

Aunque parezca que todo es señorial y majestuoso, San Petersburgo es una ciudad de contrastes, como toda Rusia. La simbología comunista que aún se mantiene en las estaciones de metro y algunos edificios de la avenida Nevsky, de cuatro kilómetros, decoran un universo en el que riqueza y pobreza conviven a tan sólo unos metros de distancia.

Merece la pena callejear por alguna de las calles adyacentes: es fácil encontrar mercadillos improvisados donde se vende de todo y la mayoría procede de China. Y en la misma avenida, palacetes urbanos y tiendas de lujo recuerdan la otra realidad de la Rusia de hoy en día.

En

la avenida

Nevsky, sin salir de

la ciudad, también se

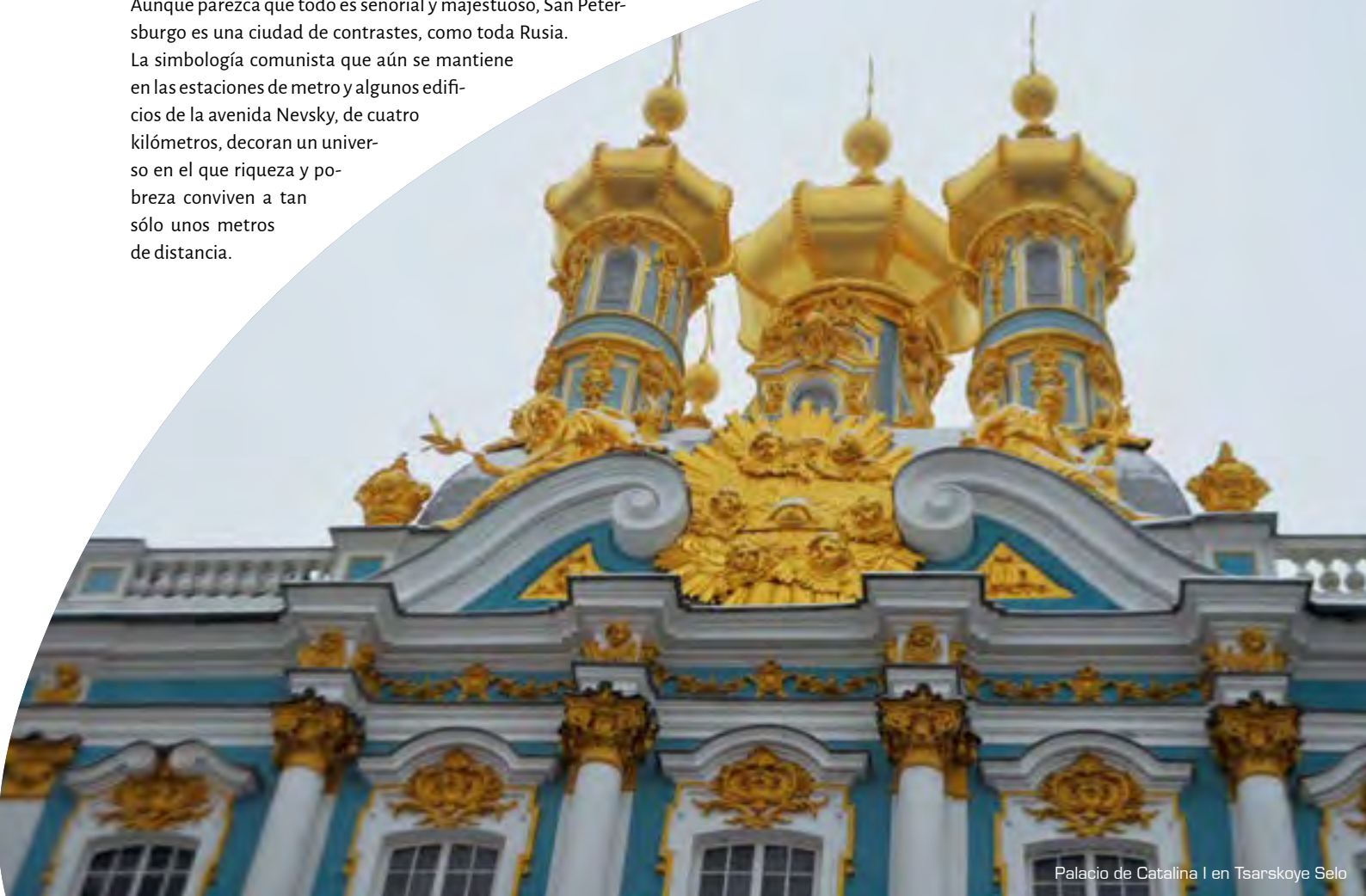
pueden organizar

eventos

imperiales

En el número 41, 270 personas pueden admirar el recargado estilo barroco de la Sala de los Espejos del palacio del príncipe Beloselskiy-Be-lozerskiy durante una cena de gala. Este *venue* representa a la perfección que no hace falta salir de la ciudad para reservar ambientes imperiales, aunque sin duda los más emblemáticos están en las afueras. En el número 39, el Palacio de la Juventud cuenta entre sus salas con un auditorio de 790 plazas.

En una de las calles perpendiculares a la avenida, y junto a uno de los canales de la ciudad, se eleva orgullosa la iglesia de El Salvador sobre la Sangre Derramada. Su curioso nombre procede de la sangre que se derramó realmente en este lugar: la del emperador Alejandro II cuando cayó herido de muerte en un atentado ocurrido en 1881. Es una bellísima muestra de arte ortodoxo, tan bonita por fuera como



Palacio de Catalina I en Tsarskoye Selo

por dentro. Todo el interior está repleto de mosaicos de colores a los que merece la pena acercarse: es la manera de descubrir hasta qué punto los rusos son expertos en este arte decorativo. Además de la expresividad de los rostros, el tratamiento de las juntas hace que a veces resulte difícil diferenciar entre mosaico y pintura.

Una de las grandes catedrales de la ciudad está en la misma avenida. Es fácil reconocerla con su gran columnata y homenajea a la Virgen de Kazán, uno de los iconos más queridos por el pueblo ruso.

La de San Isaac ofrece magníficas vistas de la ciudad en días despejados. Desde la cúpula, la tercera más alta de Europa, se aprecia aún más el frío que puede llegar a hacer en invierno pero la visión del Neva nevado forma parte de las recompensas. Su interior es

otro ejemplo de lo abrumadores que son los edificios históricos en San Petersburgo: basta ver el busto del arquitecto que la realizó en los diferentes mármoles utilizados en la construcción para darse cuenta. El iconostasio con columnas de malaquita dejará boquiabierto a más de uno. Antes y después de las horas de culto se puede asistir durante media hora a los cantos del coro: sin duda una manera muy recomendable de sumergirse por un momento en la religiosidad ortodoxa.

En hoteles

Precisamente en frente de la catedral está el Four Seasons, hoy por hoy el mejor hotel de la ciudad: es el lugar ideal para un incentivo en el que el lujo ocupe un espacio más importante. Lo que fue el palacio de un noble es hoy un magnífico hotel al más puro estilo imperial. La escalera de acceso a las habitaciones invita a que cualquier invitado se sienta como un zar o una zarina.

Entre las 177 habitaciones se incluyen 26 *suites*. Cualquiera de los ocho salones para eventos recuerda el pasado más fastuoso. El más grande tiene capacidad para cenas de gala de 250 comensales.

Muy cerca está el Art-Hotel Rachmaninov, uno de los pocos hoteles *boutique* de la ciudad: con 25 habitaciones, también incluye dos pequeños salones para eventos corporativos.

En un estilo más moderno y fuera de la ciudad, con vistas al palacio y jardines de Peterhof, el New Peterhof Hotel cuenta con ocho salas para eventos y capacidades entre 30 y 180 personas en una cena de gala. Fue inaugurado en 2010 y cuenta con 150 habitaciones.

El hotel Crowne Plaza St. Petersburg - Ligovsky, ubicado junto al aeropuerto, a 13 kilómetros del centro, es el más

Incentivos al estilo ruso

Según la época del año se puede descubrir la ciudad y sus tradiciones de diferentes maneras: éstas son algunas ideas para sentirse habitante de la ciudad imperial al menos por un momento.

Escultura de hielo

Tsar Events es una de las empresas que organiza esta actividad. Durante una hora, el bloque de hielo puede convertirse en el logo de la empresa o cualquier otro motivo que salga de la imaginación de los participantes.

Coincidiendo con la Navidad ortodoxa, a principios de enero, se organiza un festival de esculturas de hielo en la Fortaleza de San Pedro y San Pablo. Y no sólo aquí: artistas locales fabrican figuras que salpican los recorridos por la ciudad.

Bailando como *kosakos*

Los grupos se divertirán aprendiendo algunos pasos de esta danza tradicional rusa. Los participantes pueden vestirse con el traje rojo de los antiguos guerreros y probar su destreza después de una degustación de vodka.

Esta danza es un auténtico ejercicio para las piernas ya que se basa en numerosas acrobacias. Existen más de 2.000 temas musicales que se pueden bailar: desde militares y satíricos a religiosos y folclóricos.

Speed boat

Es una manera divertida, y rápida, de descubrir algunas de las 101 islas que cuenta San Petersburgo y el delta del río Neva.

A lo largo de algunos de los canales más famosos, como el Moika, Fontanka o el Griboyedova, los participantes pueden adivinar cuáles son los palacios que se divisan en la orilla o distinguir los lugares más afectados por las mayores crecidas, divididos en grupos de dos.

vanguardista: dispone de 195 habitaciones, cinco salas y aforo de 80 personas en la mayor. El bar es un buen lugar para organizar una degustación del mejor vodka ruso.

Historia pura

A los DMC's locales les encanta jugar con la historia como parte de los eventos que organizan. Como si no fuese evidente en la atmósfera que impregna los espacios que se ofrecen. Stalin o Lenin ya han realizado charlas previas a presentaciones organizadas en las salas de Residencia K2, en la isla de Kamenniy, donde la nobleza imperial construyó sus palacios de verano. Convertida en sede de oficinas gubernamentales en la época comunista, la austeridad parece hacer un guiño al barroquismo que imperaba antaño. Los 200 invitados a una cena de gala pueden llegar en barco hasta las instalaciones.

Precisamente el barco es uno de los mejores transportes para recorrer con buen tiempo lo que se conoce como la "Venecia del Norte": la fastuosidad de los edificios que miran al Neva son la panorámica ideal para un cóctel con champán o combinados a base de vodka. En total, 342 puentes comunican las 40 islas de la ciudad. El recorrido se puede ampliar con salidas al estuario y la organización del trayecto de noche genera aún más impresión de majestuosidad.

El *ballet* también forma parte de la historia rusa y asistir a una sesión en el teatro Mariinski suele formar parte de los programas. Aquí se formaron bailarines de la talla de Nureyev y, aunque en la actualidad no goza del mismo prestigio que el Bolshói de Moscú, sigue siendo referencia para descubrir un arte indisociable del pueblo ruso.

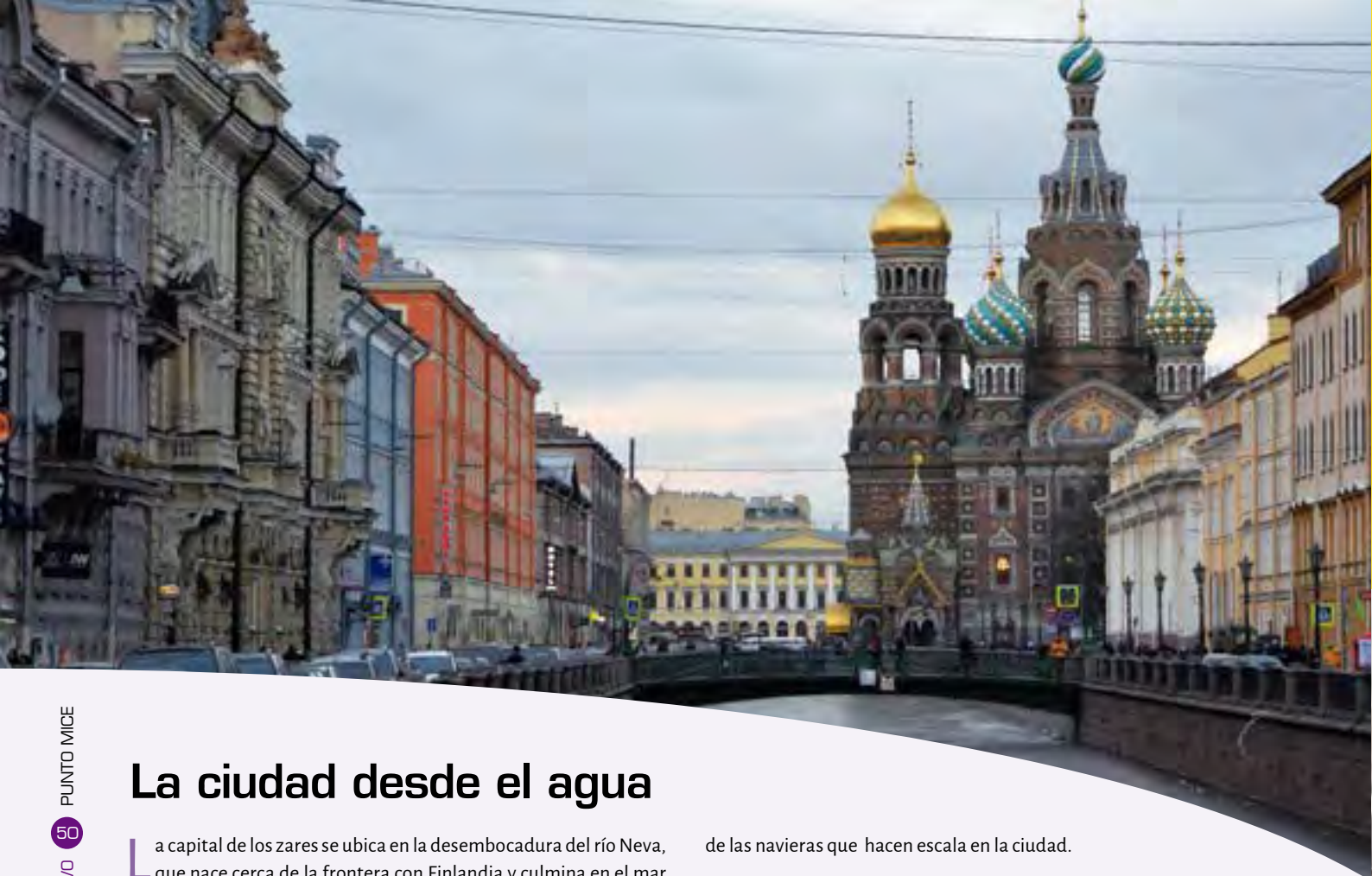
La gastronomía no forma parte de los mayores atractivos de la ciudad. Sin embargo, conocer cuáles son los productos de base en un mercado es una actividad agradable: el mejor lugar para organizar una salida es el mercado Kuznechny, uno de los más frecuentados por la gente local.

El mercadillo puede ser uno de los escenarios para un juego de espías. El ambiente de San Petersburgo invita a sumergirse en una temática que puede basarse en las intrigas palaciegas o el espionaje soviético. Siempre teniendo en cuenta que el habitante es bastante reacio a todo lo que pueda significar para él una banalización de la propia cultura e historia.

La mejor manera de rematar un viaje lleno de fastuosidad es brindar a la manera rusa durante una cena de cierre. Es importante respetar el ritual: ante todo se brinda por los comensales. Una vez degustados los primeros platos se brinda por las mujeres. A esos dos brindis, ineludibles, pueden seguir tantos como se desee. Y generalmente son muchos. Solo en las bodas se rompe la copa después de beber. Sin olvidar una última cosa, no por última menos importante: mientras se come, no se habla de trabajo.

Los rusos brindan muchas veces: la primera siempre por los comensales y la segunda por las mujeres





La ciudad desde el agua

La capital de los zares se ubica en la desembocadura del río Neva, que nace cerca de la frontera con Finlandia y culmina en el mar Báltico. De sus 74 kilómetros, 28 están en San Petersburgo. A pesar de su corta longitud, es el tercer río más caudaloso de Europa, por detrás del Volga y el Danubio.

Entre mayo y julio se producen las llamadas “Noches blancas”, con 18 horas de luz al día. Es el mejor momento para realizar un crucero. La ventaja de este producto es que los organizadores tienen cubierto el alojamiento y pueden organizar actividades a bordo.

Politours propone varios cruceros fluviales para viajeros de habla hispana con salida o destino en la ciudad. El Gran Tour del Báltico, con salida desde Madrid y Barcelona, comienza en Vilnius y al cabo de nueve días llega a la ciudad imperial. Otro clásico es el Moscú-San Petersburgo.

Los dos barcos de Politours se pueden privatizar: el Anton Chéjov, con capacidad para 203 pasajeros, cuenta con espacios para organizar presentaciones y sesiones de trabajo a bordo, con guías hispanohablantes durante las excursiones. El Princesa Anabella se ofrece para grupos de hasta 92 personas. El restaurante panorámico se puede acondicionar para programas de *teambuilding* o conferencias.

Las grandes compañías de cruceros marítimos hacen escala en San Petersburgo y proponen excursiones por la ciudad, en lo que puede ser un aliciente para un incentivo a bordo de un navío que surque el Báltico. Pullmantur, MSC Cruceros y Royal Caribbean forman parte

de las navieras que hacen escala en la ciudad.

Para recorrer los numerosos canales es imperativo reservar barcos más pequeños, incluso *speed boats* de dos plazas, que permiten pasar por debajo de los puentes independientemente de que estén o no alzados. Los recorridos suelen durar dos horas, según la cantidad de islas que se visiten. Los más completos incluyen las de Kamenniy, Elaguin y Krestovsky.

El paseo nocturno en los meses del verano ruso deleitará a los invitados.



VUELING GRUPOS, NOS ADAPTAMOS A TUS NECESIDADES.



CONOCE LAS VENTAJAS VUELING EN RESERVAS PARA GRUPOS:

- MÉTODOS DE PAGOS FLEXIBLES
- ATENCIÓN PERSONALIZADA
- ASIGNACIÓN DE ASIENTOS GRATUITA EXCEPTO PRIORITY Y XL
- CONDICIONES FLEXIBLES SEGÚN TIPOLOGÍA DEL GRUPO
- INTRODUCCIÓN DE NOMBRES HASTA 10 DÍAS ANTES DE LA SALIDA
- POSIBILIDAD DE CATERING A BORDO

Para más información entra en <http://groups.vueling.com> o en nuestro blog <http://news.vuelingpartners.es>. Si quieres recibir nuestra newsletter con las últimas noticias y promociones, regístrate en www.vueling.com/agencias.

vueling

LOVE THE WAY YOU FLY



ANÁLISIS DE PRODUCTO: CRUCEROS MARÍTIMOS

Todo bajo control

Por Redacción

Los operadores de cruceros marítimos quieren ser tenidos en cuenta por los organizadores de convenciones y eventos. Y para eso ofrecen como atractivos el control del gasto y la presencia en las sesiones, en torno a una oferta nacida para el viajero vacacional pero que se puede adaptar perfectamente al corporativo. Desde sesiones de *brainstorming* a fiestas memorables, desde formaciones a programas de *teambuilding*... todo en un mismo espacio con sólo soltar amarras.



Muchos sueñan con relajarse en un crucero, pero pocos piensan en hacerlo con sus compañeros de trabajo, aún menos con sus jefes. Las navieras luchan por cambiar esta idea y porque el sector les tenga en cuenta como transporte, *venue*, hotel, restaurante, espacio para actividades de *teambuilding*... es decir, todo lo que forma parte de una convención o viaje de incentivo y sin necesidad de recorrer más distancia que separa el lugar del evento o actividad y el camarote.

Ventajas

La primera de todas es el control: a bordo de un buque con excursiones cerradas y menús estipulados en los que ya se han negociado hasta las propinas no hay lugar para sorpresas. En segundo lugar, el control de la asistencia: el participante en una convención o congreso a bordo no tiene más excusa para no asistir que la de haberse quedado disfrutando de las instalaciones. No hay atasco en ciudad o retraso en un transporte que valga. En tercer lugar: la variedad de la oferta a bordo para los momentos lúdicos: desde espectáculos musicales a cenas temáticas, pasando por actividades deportivas o sesiones de *spa*.

A bordo de un crucero hay elementos de sobra para componer un programa de divertimento y cohesión de equipos que acompañe a un programa de trabajo. En cuarto lugar, aunque cada vez más hay quien lo considera secundario, está

el aliciente de visitar destinos de interés en las escalas. Y es que los navíos de crucero cada vez se parecen más a ciudades flotantes que uno ni siquiera puede conocer en su totalidad durante una travesía. Por eso los proveedores apuestan por mantener a los grupos a bordo. Aún más teniendo en cuenta que los servicios son completamente personalizables. En cuanto a los espacios de trabajo, algunos barcos disponen de auténticos centros de convenciones, la mayoría de salas equipadas con la última tecnología. Es posible personalizar la señalización para que nadie se pierda de camino a su evento, entregar *amenities* o regalos específicos para cada asistente, decorar las mesas con la marca corporativa... es decir, crear un ambiente de trabajo allí donde el asistente puede sentirse, por momentos, de vacaciones.

El nivel de servicio, con una tripulación muy numerosa acostumbrada a gestionar flujos muy amplios, es otra de las bazas fuertes. La sensación de que la empresa u organizador se ha esforzado por ofrecer al asistente una estancia que muchos sueñan para su tiempo de ocio juega un papel fundamental en el recuerdo que el invitado registrará: ése tan importante para que la convención o incentivo sea o no un éxito.

Desventajas

Como cualquier producto también tiene sus desventajas: la más evocada es la de tener que compartir espacio con viajeros que realmente están de vacaciones. Igual de relevante es la duración de las travesías y la imposibilidad de ajustar algunos itinerarios. Sin embargo, esto está cambiando: las navieras, conscientes del potencial de sus productos con vistas a los grupos de empresa, están sabiendo adaptarse y ofrecen espacios de acceso exclusivo e itinerarios de menos duración.

Otro obstáculo con el que se encuentran los organizadores es la antelación con la que es necesario negociar una privatización completa, no ya de un barco entero, sino de zonas exclusivas de los mismos. A veces son necesarios hasta dos años: algo difícil de cuadrar en un contexto en el que los presupuestos a medio plazo pueden verse afectados y, con ellos, la realización del viaje de incentivo o convención.

Pullmantur

Destaca los equipamientos tecnológicos como uno de los puntos fuertes para los organizadores, además de sus capacidades para grupos de 15 a 2.000 personas. Una comparativa hecha por la propia marca demuestra que hay servicios que no tienen por qué encontrarse en un hotel especializado en convenciones pero que con total seguridad se incluyen en sus barcos: gimnasio completo, *spa*, oferta de restauración tanto a la carta como en bufé; equipamientos para actividades deportivas tales como escalada o pista de *footing*; servicio de fotografía; discoteca; duty free...

De cara a las empresas, se ofrecen otros servicios como la reserva de asientos en el avión que



traslade al grupo hasta el puerto de salida, desplazamiento privado entre aeropuerto y puerto, prioridad y asistencia en el embarque, productos de acogida *premium* en las habitaciones, personalización de las cartas en las cenas y asignación de mesas cuando se comparte el comedor con más viajeros; personalización de tarjetas magnéticas y del diario de a bordo; excursiones privadas, espacio exclusivo para el desembarque... todos destinados a que el grupo no se sienta perdido entre la multitud que puede llegar a viajar en un barco de crucero.

Y es que el Sovereign, el barco más grande de Pullmantur, puede transportar hasta 2.733 pasajeros. Incluye dos salas de conferencias para grupos de trabajo de hasta 80 participantes en cada una. Diez bares y restaurantes incluyen formatos más cuidados como el del Wu Fusion, de cocina asiática a la carta. Este barco parte de Barcelona para cruceros de ocho días y escalas en Túnez, Italia, Francia y Mónaco. También tiene salidas desde Valencia con escalas en Málaga, Cagliari y Civitavecchia en Italia, Ajaccio en Francia y Palma de Mallorca de regreso a España. Otras opciones acortan la duración del crucero a cinco o seis noches a bordo.

Royal Caribbean

Ofrece salones de reuniones con capacidades que abarcan de las cinco a las 1.400 personas y, para los grupos más selectos, encuentros en los puertos e islas privados a los que tiene acceso la naviera en las Islas Bahamas o Haití.

Sin necesidad de bajar a tierra, se pueden organizar actividades que pocos podrían imaginar a bordo de un barco: surf, patinaje sobre hielo, tirolina, minigolf o disfrutar de un baño de relajación en un *jacuzzi* colgante. En cuanto a itinerarios, los barcos de Royal Caribbean recorren el Mediterráneo, el Báltico y el Caribe en trayectos que duran de cinco a siete días.

MSC Cruceros

Los grupos de trabajo pueden disfrutar de las instalaciones de los barcos que recorren el mar Mediterráneo, Islas Canarias, el Norte de Europa, el mar Caribe y las Antillas, Sudáfrica, Sudamérica y los Emiratos Árabes. El navío MS Fram cuenta con 280 camas y restaurante panorámico, además de salones para conferencias y *jacuzzi* exterior, muy utilizado en los incentivos para relajarse tras una jornada de trabajo o excursiones.

En los barcos MSC Divina, MSC Fantasia, MSC Splendida y MSC Preziosa, el servicio MSC Yacht Club se ofrece a los organizadores de eventos más exclusivos que quieren disfrutar del navío en espacios aislados del resto de viajeros y, cómo no, en las mejores zonas del barco: además de disponer de una cubierta reservada, incluye un salón panorámico, piscina, bañeras de hidromasaje y zona de solárium de acceso restringido.

En cuanto a rutas, la naviera opera cruceros en Alaska, Islas Bermudas, Canadá y Nueva Inglaterra, Canal de Panamá y Riviera Mexicana, Caribe e Islas Bahamas, Hawái, Mediterráneo, Báltico y Sudamérica, además de programar trayectos transatlánticos en sus cruceros de mayor duración.

NCL

Pionera en el *freestyle cruising*, con horarios y códigos de vestimenta más flexibles, ofrece la posibilidad de reservar a partir de ocho camarotes para grupos profesionales de entre 16 y 2.000 personas. También cuenta con espacios exclusivos a bordo en forma de villas en la parte superior de los buques. A diferencia de otras compañías, no se exigen las propinas que pueden ser difíciles de gestionar por el organizador, si bien éste es un aspecto que se puede tarifar previamente.

Hurtigruten

No sólo es conocida por operar el “Expreso del Litoral” en los fiordos noruegos. También por emplear uno de sus doce barcos en recorridos por la Antártida, con salidas de noviembre a febrero; y Groenlandia y Spitsbergen, con salidas en junio, julio y agosto.

Las propuestas para incentivos harán soñar a más de uno: *kayak* en el océano helado, excursiones en trineo bajo la aurora boreal, recorridos en moto en fiordos helados, navegación entre icebergs, paseos entre pingüinos ante glaciares gigantescos y cócteles exclusivos frente a paisajes espectaculares. La naviera propone circuitos específicos para grupos en viaje de recompensa con duración entre cuatro y once días, siendo los más largos los destinados a descubrir los continentes helados.

Star Clippers

El velero se presta fácilmente a una privatización completa con el aliciente de poder implicar a los asistentes en el manejo del barco. Star Clippers tematiza algunos de sus itinerarios, como el Yoga Cruise. Además, desde un velero es más fácil organizar actividades acuáticas. Es posible adaptar los itinerarios según las necesidades de la empresa. Los cruceros estándar recorren Cuba, el Canal de Panamá, el Mediterráneo y el Caribe con escalas diarias.

El crucero es una opción que cada vez interesa más a los organizadores y es fácil comprender por

qué: todo se puede negociar con antelación, desde las propinas a la conexión a internet, pasando por las bebidas o el uso de determinados espacios. Incluso sin programar salidas del barco, el mar genera una sensación de libertad que cualquier grupo apreciará. La tendencia apunta precisamente a un aumento de la oferta a bordo y una reducción de las escalas, en la línea de que el incentivo es cada vez más el barco en sí y menos el recorrido que realiza.

Quienes ya han elegido un crucero priorizan la relación calidad-precio y el puerto de salida, así como la reputación de la naviera en un mercado que aglutina cada vez más oferta y cada vez más lujo. Esto se percibe en la calidad de los productos de acogida, la gastronomía a bordo, que se exige variada y de alta calidad, y la gestión de los eventos en base a una señalización y personalización de espacios y detalles que incluya el logo de la empresa.

El tamaño de los cruceros permite que nadie se sienta ‘encerrado’ mientras disfruta de servicios de alta gama en un producto especializado precisamente en generar esta sensación sin que los precios sean más altos que los de cualquier hotel de la misma categoría. En un contexto que impone controlar todo lo que rodea al viaje o evento, ésta es una de las opciones que mejor combina trabajo y ocio.





Buques que circulan
en 2014:

410



Número de camas
a bordo:

467.629

Tendencias en el mercado:



Mejora de la
conectividad
a bordo



Aumento de
los paquetes
cerrados



Ampliación
de la oferta de
actividades a
bordo



Reducción de
las escalas

Motivos por los que se elige un crucero:



86,6%
Óptima relación
calidad-precio



77%
Interés de los
itinerarios



77%
Reputación de la
naviera elegida

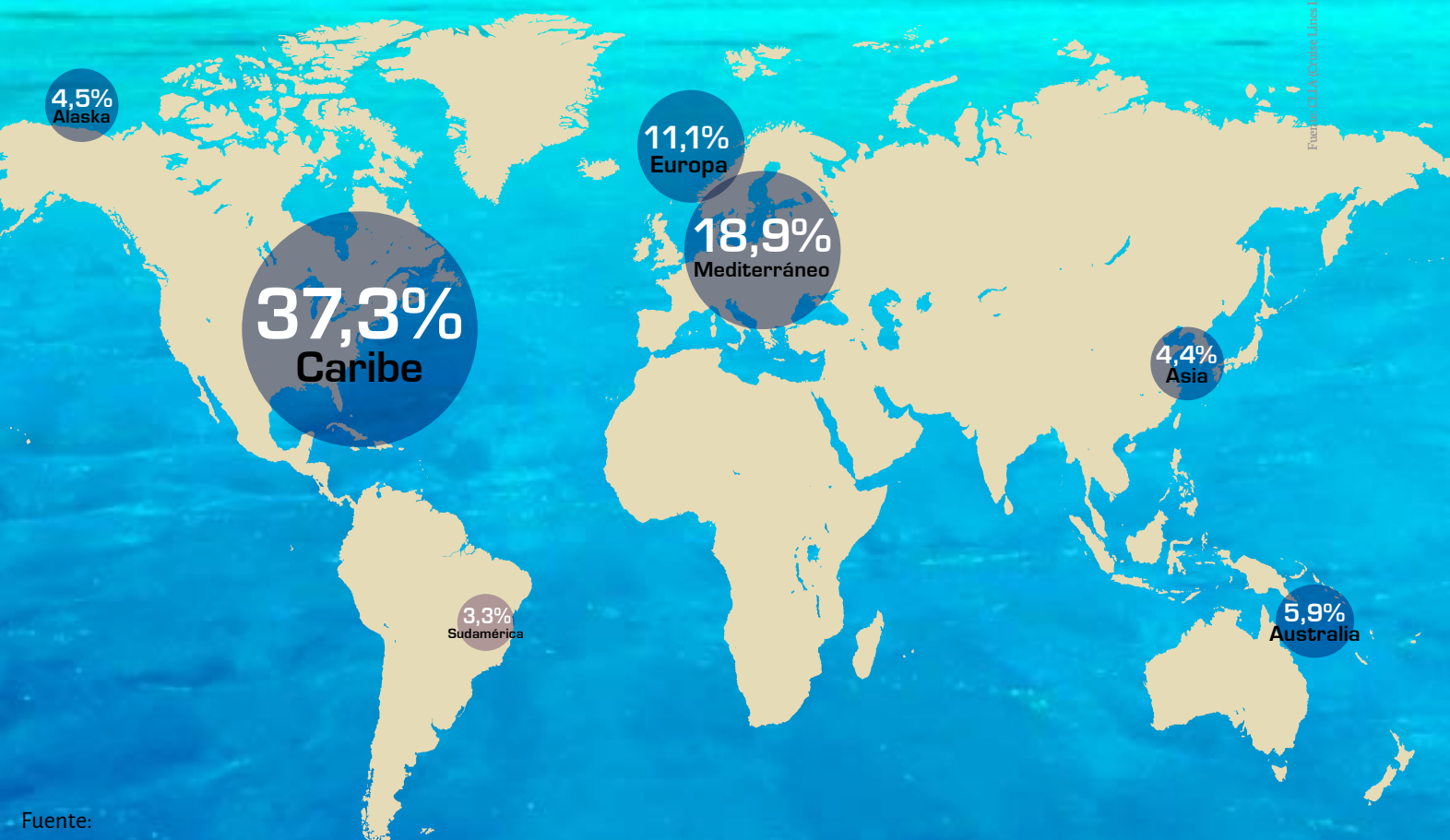


76%
Puerto de salida



76%
Calidad de los
productos de acogida y
animaciones a bordo

Dónde navegan los cruceros:



Fuente:
Cruise Lines International Association (CLIA)



Meetings

Desafíe lo cotidiano

UNA ALTERNATIVA
QUE MARCA LA DIFERENCIA

HABLAMOS
TU IDIOMA

NOS ENTENDEMOS
CONTIGO A LA PERFECCIÓN

EL MEJOR
SERVICIO

PREMIO EXCELLENCE
5 AÑOS CONSECUTIVOS

MÁS DE 10 AÑOS DE
EXPERIENCIA

EQUIPO PROFESIONAL
Y DE CONFIANZA

ESPACIOS E ITINERARIOS
PERSONALIZADOS

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS
A MEDIDA



www.pullmantur.es/eventos



CÓMO HACER UNA BUENA PRESENTACIÓN

Una presentación debe servir de apoyo al ponente y aumentar el impacto que el discurso tiene en el oyente. Aunque cada vez hay más programas que ayudan a generar el efecto deseado, de poco sirve manejarlos si no se tienen en cuenta las reglas básicas: cuidar el contenido y una óptima exposición del mismo siguen siendo las bases para conseguir que el espectador recuerde el momento.

Por **Alejandro Martínez Notte**

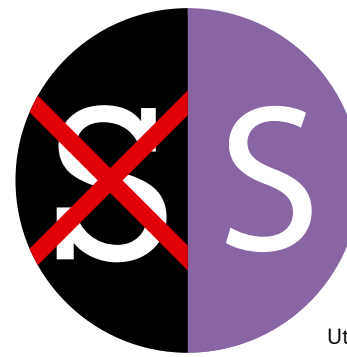
El consabido *powerpoint*, aunque ya no se utilice ese programa sino cualquier otro soporte más dinámico de los que existen en el mercado, sigue siendo el apoyo más utilizado en cualquier presentación. Y esto aunque su contenido sólo incluya imágenes o algunos datos relevantes que sirvan para reforzar lo que está comunicando el ponente. Sin embargo, ese rol de apoyo es en realidad primordial para conseguir el impacto deseado, por eso hay que cuidar sobremedida el contenido y la manera de presentarlo.

Ante todo, el lugar

Siempre que sea posible es importante tener en cuenta dónde se hará la presentación: si se trata de una sala con algo de luz, hay que evitar las tipografías claras y las fotos demasiado luminosas. El tamaño de la sala también es importante a la hora de elegir la proyección: de nada sirve una imagen muy grande en una sala pequeña: el tamaño del lienzo en el que se proyectará la presentación tiene que ser proporcional al del lugar donde se visualizará.

Es importante prestar atención a la altura, de tal modo que los asistentes sentados en las filas traseras puedan apreciar correctamente el contenido.

A la hora de construir el contenido, es imprescindible definir cuáles son las ideas esenciales que se quieren transmitir: una vez



realizada esta planificación y retenidas las frases, datos o imágenes que se utilizarán, es importante repartirlas en varias diapositivas. Sin hacer una presentación demasiado larga, hay que evitar incluir demasiados elementos dentro de una misma página.

Utilizar frases cortas y distanciadas en el interlineado ayuda a retener el contenido, al contrario que los párrafos, que hay que obviar, aún más cuando éstos son una transcripción exacta de lo que dice el conferenciante. La llamada regla del "6x6" es eficaz: se trata de no incluir más de seis palabras por frase y un máximo de seis líneas por diapositiva.

Textos homogéneos

Color, estilo y tipografía deben ser homogéneos: utilizar demasiadas cursivas, numerosos colores y tipos de letra diferentes desviarán la atención del oyente. Lo mismo ocurre con el fondo: cuanto más neutro, mejor. Conviene evitar los degradados que perjudican un contraste que favorece la visión.

NO ABUSAR
DE LAS
MAYÚSCULAS

Se recomiendan las tarifas sin *serif* por ser más fáciles de visualizar, recurriendo a familias sencillas del tipo de arial, *times new roman* o verdana. La originalidad no está reñida con el uso de tipografías clásicas: las muy rebuscadas generarán cansancio entre quien observa y no hay que abusar de las mayúsculas. Quien presenta no debe olvidar que lo proyectado es un apoyo a lo que dice, por eso hay que jugar con una buena combinación entre lo que expone oralmente y lo que se ve en pantalla: así conseguirá darle fuerza al contenido que interesa resaltar con la mera presencia de ciertos datos o imágenes en la pantalla.

El primero que debe sentirse cómodo con la presentación es el ponente, ya que la proyección será su principal apoyo. Adaptar el ritmo de las diapositivas a su exposición oral es determinante para conseguir que el espectador retenga más fácilmente lo que se le ha explicado de palabra.

Las tipografías inferiores a 24 puntos son difíciles de leer, aún más si las condiciones de claridad no son óptimas. Los contrastes han de ser luminosos, no cromáticos: mejor una letra de color blanco sobre un fondo negro que una roja sobre un verde.

Evitar el
contraste
cromático

Imágenes cuidadas

En caso de utilizar diagramas, se recomienda no incluir mucha información y que sea el ponente quien explique el contenido. No se trata de que la

presentación sustituya a la palabra. En caso de insertar animaciones y sonidos, una presentación con éxito será aquella que no abuse de ellos. Demasiado movimiento puede atraer en un primer instante pero terminará por desconcentrar al oyente. Demasiados efectos de corrido son contraproducentes: lo más sencillo es lo que más impacto genera.

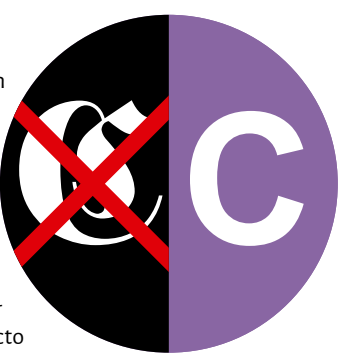
Si se insertan imágenes, es necesario trabajarlas para que no incluyan elementos indeseados. Obviamente la calidad debe ser suficiente para que se visualicen con nitidez. La calidad no tiene por qué ser una cuestión de peso sino de resolución: imágenes demasiado pesadas pueden ralentizar la apertura de las diapositivas en caso de utilizar PowerPoint o equivalente. Los primeros planos o detalles demasiado ampliados pueden generar confusión.

En caso de que se combinen imágenes y texto, ambos deben complementarse: de poco sirve titular una foto cuyo contenido es evidente. El error más recurrente es insertar contenido que termine distrayendo, o fatigando, al asistente. Por eso se recomienda evitar las demostraciones de que se conoce cada función del programa utilizado en un despliegue de efectos que no servirán para conseguir el objetivo: que el espectador retenga el mensaje que se busca transmitir.

Elegir herramienta

Una vez definido el contenido y su forma, sólo hay que elegir la herramienta utilizada. PowerPoint ha mejorado mucho sus prestaciones frente a competidores como SlideShare o Prezzi. Sin duda esta última aportará un toque de modernidad a la presentación, pero no todos los contenidos se prestan a una presentación dinámica. De nuevo, no hay que olvidar que lo más importante es lo que se quiere comunicar, y en base a ello utilizar el instrumento que mejor se adapte al mensaje para lograr la mayor repercusión posible del mismo.

Todas las herramientas tienen sus ventajas y sus desventajas, empezando por el coste y terminando por la facilidad de uso, pasando por los elementos que permiten insertar o la variedad de efectos que ofrecen. En todos los casos el objetivo ha de ser claro: la presentación debe servir de apoyo al ponente y no para hacer olvidar que éste se encuentra en la sala. Porque cualquier tecnología puede impresionar a la vista, pero no garantizar que el mensaje, información, datos o cualquier contenido que se haya querido compartir salga del espacio de reunión en la mente de quien ha escuchado.



Evitar los
degradados



¿Qué herramienta utilizar?



Sea cual sea...

consejos para que sea un éxito

- 1 Tener en cuenta el lugar de la presentación
- 2 Definir y ordenar el contenido
- 3 Respetar la regla del 6x6
- 4 No abusar de tipografías raras y colores
- 5 Evitar los efectos de corrido y los contrastes cromáticos
- 6 Utilizar imágenes de calidad y retocarlas si es necesario
- 7 Adaptar el ritmo de la presentación al discurso

Reuniones & Eventos

Déjelo en Nuestras Manos



- Ubicación excepcional con las mejores instalaciones.
- Los mejores profesionales y hoteles para adaptarse a las necesidades de su grupo.
- Cualquier servicio que su incentivo necesita, hacemos de sus objetivos, una realidad.
- La garantía y exclusividad que Bahía Principe Hotels & Resorts ofrece en sus hoteles y sus campos de golf propios.

Para más información y solicitudes de grupos: groupsbp@bahia-principe.com

REPÚBLICA DOMINICANA · JAMAICA · MÉXICO · ESPAÑA



Motivación

Por Anne Golec

Las agencias de incentivos nos siguen sorprendiendo con imaginativas propuestas que no tienen por qué requerir grandes presupuestos. El disfrute de paisajes únicos y el retorno a sueños y juegos de infancia definen en estas sugerencias el camino elegido para motivar a los grupos.

Terapia zen

Lugar propicio para la serenidad, el chileno Valle del Elqui es un auténtico oasis para los sentidos y esto puede ser aprovechado en un viaje de incentivo, tal y como hizo la agencia Turismo Delfines con un grupo de 40 personas. Fueron alojados en el Refugio Cochiguaz, un lugar idóneo para explorar cambios de conducta gracias a la concentración bioenergética y electromagnética que registra la zona.

Estimular los sentidos - también las neuronas - fue el objeto de un taller dirigido por profesoras de yoga. Los participantes comenzaron la actividad en una piscina de cristales de cuarzo, que por sus colores ya fue una invitación al bienestar. Durante tres horas hicieron clase de yoga y un taller de *chakras* y armonización con gemoterapia y esencias naturales. Cargado de energía positiva, el grupo procedió a una observación astronómica. Después de una pequeña iniciación sobre el funcionamiento del universo, cada persona pudo observar lo que la noche ofrecía a través de los telescopios del Observatorio Canchana.



Circo vintage

Imaginado y creado por la agencia Marca Condal de Barcelona (España), este evento fue un verdadero espectáculo al mismo tiempo que un modo de crear cohesión en un equipo de manera divertida: al final de la jornada, un trenecito recogió a 70 colaboradores en la sede de la empresa cliente para conducirlos hasta lo alto de la montaña de Montjuïc. A su llegada, una hilera de artistas se puso en acción: *fakires* con serpientes y dagas, zancudos haciendo malabares, tragafuegos, contorsionistas...

Un *teambuilding* insólito esperó a los invitados porque tuvieron que aprender a lanzar cuchillos, mantener el equilibrio sobre un monociclo, hacer funambulismo, jugar con diábolos y platos chinos... Después de los juegos circenses y de maquillar a aquéllos que se prestaron a ello, hubo animaciones como el *photocall* junto a la mujer barbuda y sus enanitos y las asombrosas demostraciones del ilusionista Jorge Luengo.

Burbujas de energía

Hacer *boing* es la base de esta actividad que fue organizada por la agencia francesa Plati-boing. Cada participante se colocó dentro de una burbuja hinchable que le permitía rodar, saltar, rebotar... y mucho más, siempre haciendo *boing*. A partir de este sencillo equipamiento se pueden organizar diferentes talleres para grupos reducidos generando momentos lúdicos intensos. Según cómo se practique también sirve para hacer ejercicio.

Después de algunas explicaciones, los participantes emprendieron una carrera que incluía luchar al modo sumo hasta conseguir hacer caer al adversario; jugar al fútbol; hacer piruetas para desplazarse; bailar *country dance*...

Recomendado para jugar en equipo, es ideal para liberar energía tras un seminario.





Bosque de artistas

La obra del artista Agustín Ibarrola fue la inspiración de esta actividad, así como el bosque de Oma, en el País Vasco español, intrínseco a su obra. El grupo incluyó 20 responsables de la red comercial de una empresa multinacional y el objetivo era olvidar por un momento el ritmo urbano mediante tres horas de pausa alejados del ruido. La agencia Stop, dentro de su programa Basque Collection, propuso un viaje hasta el bosque. El grupo recibió explicaciones sobre su historia e inició un recorrido por la naturaleza.

Una vez impregnados de la atmósfera del lugar tuvieron la oportunidad de dejar su recuerdo en uno de los árboles, contribuyendo a la verdadera galería de arte vivo que es este bosque. Siguiéron las indicaciones de una de las restauradoras de la obra y trabajaron en equipo para decidir motivos y colores.

Alpinismo corporativo

En Suiza, el monte Breithorn podría ser comparado con el Everest pero es mucho más fácil de utilizar para incentivos. Aunque supera los 4.000 metros, es conocido por ser la montaña más fácilmente accesible de esta altura en los Alpes. Se puede subir hasta 3.880 metros en teleférico. A partir de ahí quedan sólo 433 metros de desnivel para llegar a la cima y disfrutar de la vista.

Es lo que propuso la agencia Aéreau: dejar huella en los participantes tras superarse a sí mismos y compartir con los compañeros esta propuesta válida para verano e invierno. Se organizó la salida para un grupo de 27 personas desde Zermatt, la estación situada bajo el monte Breithorn, a la que se llega en tren desde Ginebra. Aunque no se necesita mucha resistencia física, el grupo tuvo que prepararse previamente para familiarizarse con el equipamiento y las condiciones de la montaña.



LLEVAMOS SU MARCA A LOS PRIMEROS 10 RESULTADOS DE BÚSQUEDA

Déjelo en nuestras manos.



www.grupodeboss.com
soluciones@grupodeboss.com



CON RESPONSABILIDAD

Por Redacción

Este año varias marcas y destinos han demostrado su compromiso con el medio ambiente y la sociedad, poniendo de manifiesto que la responsabilidad no sólo es una cuestión de imagen sino un compromiso real que da lugar a resultados concretos. Felicitamos a los galardonados y a aquéllos que, sin premios, luchan por demostrar que con el desarrollo empresarial todos pueden salir ganando.

Sixt ayuda a los niños

Con motivo del Foro Económico Internacional celebrado en Baden-Baden (Alemania), Sixt recibió el premio a la Solidaridad Empresarial por la labor de la Fundación de Ayuda a los Niños Regine Sixt "Drying Little Tears", que desarrolla en todo el mundo proyectos de ayuda a la infancia. La Fundación trabaja en las áreas de salud, cuidado y educación, apoyando a instituciones que proporcionan atención diaria a los niños o formación escolar y profesional.

A la cabeza se encuentra Regine Sixt, filántropa y ejecutiva de la empresa, que contribuyó en gran medida a la expansión internacional de la marca de alquiler de vehículos. Ha sido merecedora en dos ocasiones de los World Travel Awards. Su Fundación ya ha llevado a cabo 50 proyectos en Alemania y 20 países más: desde un primer paseo en helicóptero para niños franceses a la creación de un centro de estudios infantil en Namibia, pasando por una clínica para emergencias de salud en Filipinas, la renovación de equipamientos escolares en Lituania, la creación de guarderías en Tanzania, Rumanía y Chicago y la construcción de un hospital especializado en salud infantil en Ecuador. Además, la Fundación ofrece ayuda a los empleados de Sixt que trabajan para la compañía alemana en los 110 países que opera. Las labores de la Fundación forman parte de los compromisos que componen la política de Responsabilidad Social de Sixt.

Capsa Food cuida a sus empleados

La Corporación Alimentaria Peñasanta (Capsa Food) recibió en septiembre el primer premio de la categoría Organizaciones, Instituciones y Empresas en la Semana Española de Movilidad Sostenible (SEMS). La empresa apuesta por promover buenas prácticas entre proveedores, clientes y trabajadores de las marcas que agrupa: Central Lechera Asturiana, Larsa y ATO. Con la campaña "El agua con cuenta gotas", promueve el ahorro en el consumo de agua y comunica internamente medidas de ahorro en la compañía. Todos los empleados reciben un "kit de ahorro de agua" con información y un dosificador.

Central Lechera Asturiana consiguió en marzo el certificado de Empresa Saludable que concede la Asociación Española de Normalización y Certificación AENOR: acredita que la compañía promueve y protege la salud, el bienestar y la seguridad de sus empleados. Dentro de esta política se organizan talleres como la Escuela de la Espalda: un programa de formación y entrenamiento para trabajadores con problemas lumbares y de cervicales; el taller de Gestión del estrés y bienestar; el de Cuidado Cardiovascular o el de Conducción segura. También organizan campañas como la de Donación de Sangre, mediante la que cada año se realizan extracciones de sangre colectivas entre los empleados para colaborar con Cruz Roja y el Centro Comunitario de Sangre y Tejidos de Asturias.

Ciudad del Cabo: destino sostenible

La ciudad sudafricana fue reconocida este año como Primer Destino Sostenible del Planeta. El premio fue otorgado por el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF por sus siglas en inglés), con mención especial al hecho de ser la primera ciudad en vías de desarrollo que recibe un galardón que reconoce sus esfuerzos medioambientales. Ciudad del Cabo fue la primera urbe africana en elaborar un informe sobre el estado de la energía en 2003, poniendo en marcha un plan de acciones tres años después y participando desde entonces activamente en plataformas internacionales que fomentan la adopción de buenas prácticas.

En 2010 se inició un proyecto que vincula la energía y el clima al desarrollo de la ciudad que incluía acciones que ya se han llevado a cabo: instalación de *leds* en los semáforos; reorganización del tráfico para la mejor gestión de flujos y consecuente ahorro en el consumo de combustible; instalación de calentadores de agua solares y paneles fotovoltaicos en edificios públicos así como una optimización del alumbrado público, son algunos ejemplos.

La estrategia climática que el ayuntamiento está poniendo en práctica destaca por vincular varias temáticas, todas relacionadas con el bienestar social, como la alimentación, el uso de la energía y el acceso al agua potable.

Con estilo

PARA EMPEZAR EL AÑO CON BUEN PIE

Ya sea para incentivar a un representante o agasajar a un cliente, llega la Navidad y muchas empresas quieren deleitar con sus regalos. Sorprender es posible incluso con poco presupuesto. Estas son algunas ideas de productos que facilitarán la vida de quien los reciba.



BLUESMART: LA MALETA INTELIGENTE

Dimensiones: 54,6 x 35,5 x 22,8 cm

Volumen: 34 litros

Peso: 3,8 kilos

Capacidad de la batería: 2.000 mAh

Qué nos gusta: Se puede controlar el cierre por control remoto y recargar dispositivos. A través de una aplicación móvil permite conocer el peso del contenido y hacer seguimiento de su ubicación. Avalada por la TSA.

Dónde se compra: www.indiegogo.com

RE-TIMER: GAFAS ANTI JET LAG

Duración de la batería: 4 horas (se aconsejan sesiones de 50 minutos)

Qué nos gusta: Se pueden programar para generar luces e intensidades que ayuden a reducir la desincronización del ritmo circadiano producida por los viajes largos. También se ofrece para pequeñas sesiones de descanso en las que se busca remontar un estado de ánimo bajo. Quienes lleven gafas pueden utilizar Re-Timer superpuestas.

Dónde se compra: www.re-timer.com



ROLEO PARA MASAJES DE MUÑECA

Dimensiones: 24 x 19 x 11,4 cm

Peso: 737 gramos

Qué nos gusta: Sin ocupar mucho espacio en el escritorio permite relajar la muñeca y evitar el síndrome del túnel carpiano. Se ajusta el nivel de tensión.

Dónde se compra: www.rollyourpainaway.com



PROYECTOR DE BOLSILLO BROOKSTONE

Peso: 267 gramos

Dimensiones: 9,9 x 9,6 x 22,6 cm

Duración de la fuente de luz led: 20.000 horas

Duración de la batería: 2 horas

Brillo: hasta 100 lúmenes

Resolución original: 854 x 480 píxeles

Sistemas operativos: iPhone

Qué nos gusta: Proyecta imágenes de hasta dos metros de diagonal con sólo enchufar el proyector a cualquier dispositivo con toma HDMI.

Dónde se compra: www.brookstone.com



LOCALIZADOR DE OBJETOS STICKNFIND

Dimensiones: 0,2 x 2,5 x 0,5 cm

Radio de alcance: 20 metros

Qué nos gusta: Para los más despistados, tiene el tamaño de una moneda y basta con colocarlo en aquello que se pueda perder, desde un llavero a una cartera. A través de *bluetooth*, cualquier dispositivo móvil puede localizarlo mediante la aplicación radar incluida con el producto. Vibra y brilla para una localización más fácil.

Dónde se compra: www.sticknfind.com



PLUMA DE TINTA DIGITAL INKLINK

Dimensiones: 15,3 x 1,7 cm

Peso: 21 gramos

Duración de la batería: 15 horas

Qué nos gusta: Convierte automáticamente los bocetos realizados en papel en un archivo que se puede modificar en el dispositivo móvil u ordenador, con tan sólo conectar la pluma a través de USB. Funciona con independencia del papel que se utilice. El receptor puede registrar hasta 10 páginas.

Dónde se compra: www.wacom.com

ALMOHADA DE VIAJE

Qué nos gusta: Fácilmente hinchable, puede servir para crear una separación con el pasajero contiguo o para sujetarla como apoyo contra el asiento delantero.

Dónde se compra: www.ezsleepttravel.com





AGENDA

ICOMEX

5 a 7 de noviembre

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

Sede: World Trade Center de México D.F.

EIBTM BARCELONA

18 a 20 de noviembre

Entre las ferias más importantes del sector, reúne en Barcelona a compradores de toda Europa ante expositores españoles e internacionales. El programa de sesiones formativas y de innovación cuenta con figuras de primer nivel.

Sede: Fira Gran Vía Barcelona

MITM AMERICAS

3 a 5 de diciembre

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

Sede: Puebla (México)

FITUR

28 de enero a 1 de febrero 2015

Aunque con un perfil más vacacional, las sesiones de trabajo incluyen temáticas interesantes para organizadores como las de Fiturtech. En 2015 se celebra el primer Encuentro Internacional de la Industria del Turismo de compras.

Sede: Feria de Madrid IFEMA

BUSINESS TRAVEL SHOW

25 y 26 de febrero 2015

Marcas globales y *start-ups* presentan su oferta al público europeo reunido en Londres. Amplio programa de conferencias con ponentes internacionales.

Sede: Grand Hall Olympia

AIME AUSTRALIA

3 y 4 de marzo 2015

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

Sede: Melbourne Convention and Exhibition Centre

GIBTM ABU DHABI

16 a 18 de marzo 2015

Salón anual más importante del Golfo Pérsico con especial enfoque en las últimas tendencias del sector de convenciones y eventos.

Sede: Abu Dhabi National Exhibition Centre

IMEX FRANKFURT

19 a 21 de mayo 2015

Feria especializada en viajes y actividades de incentivo, convenciones y eventos. Entre los de mayor afluencia del mundo, aglutina expositores internacionales ante miles de *hosted buyers*.

Sede: Messe Frankfurt



PUNTO MICE es:

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

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



/PUNTOMICE

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

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

Precio de la suscripción anual:
6 números

España: 36€
Latinoamérica: 50 \$

suscripciones@puntomice.com

Barceló
HOTELS & RESORTS

www.meetbarcelo.com
Meet Barceló
HOTELS & RESORTS



Latest generation MICE hotels

NEW 4 & 5* HOTELS
PRESENT IN 17 COUNTRIES

B-ROOMS MORE THAN
A PLACE TO REST

CONVENTION CENTERS
UP TO 3000 DELEGATES

INNOVATIVE SERVICES
& PREMIUM LOCATIONS

HEALTHY GOURMET
COUPLES THE FINEST HAUTE
CUISINE WITH EXPERT
KNOWLEDGE OF
HEALTHY EATING



Barceló Santis

Barceló Atenas Mar

Barceló Eilbaço Nervión

Barceló Valencia

Barceló Sevilla Renacimiento

Barceló Málaga

Barceló Punta Umbria Beach Resort

Barceló Asia Gardens Hotel & Thai Spa

Barceló Sancti Petri Spa Resort

Barceló Aran Park

Barceló Milan

MALTA 
MADE FOR MEETINGS
**since 3600 BC*

Visita el stand de Malta
en EIBTM (**D30**) y
descubre las novedades de
Malta Tourism Authority y
nuestros co-expositores



MALTA - hecha para reuniones

- > más de 5.000 años ORGANIZANDO REUNIONES
- > modernas INSTALACIONES PARA CONVENCIONES para más de 10.000 delegados
- > variedad de LOCALIZACIONES para reuniones
- > 3.500 CAMAS en hoteles de 5 estrellas
- > programas de INCENTIVOS tematizados
- > AGENCIAS RECEPTIVAS con garantía de innovación y calidad

www.meet-malta.com


MALTA
MALTA GOZO COMINO