

PUNTO MICE

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

Nº5 ENERO / FEBRERO

2015 / 6,5€ - 9 \$



LA VOZ DEL SECTOR

¿Sabían las aseguradoras qué preocupa a los clientes? ¿conocen éstos sus riesgos?

DESTINOS

Buenos Aires y Barcelona, dos capitales del mundo con muchas caras y un solo rostro

PURO INCENTIVO

Kenia: la naturaleza en estado puro para incentivos que dejan huella, y no sólo en las retinas

DÍA A DÍA

Cómo gestionar el estrés en el avión: incluso tras una mala experiencia, es posible volar cómodo



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

EDITORIAL

¡FELIZ AÑO NUEVO!

Qué sería de los viajes sin esos imprevistos que nos demuestran que con buenos proveedores y una actitud positiva siempre se llega a destino



Empezamos el año descubriendo que, aunque las previsiones son optimistas en lo que a organización de viajes y eventos se refiere, no todas las regiones del mundo demuestran el mismo dinamismo. Sin embargo, los recortes se recortan, y eso siempre es positivo. Latinoamérica parece encabezar una recuperación que poco a poco se va afianzando y tras una recesión de la que muchos han extraído lecciones constructivas.

En esta edición analizamos la oferta de dos ciudades que nos inspiran modernidad: Buenos Aires y Barcelona. Y un país, Kenia, que lucha contra una imagen que desanima a muchos organizadores de incentivos. Es una lástima no apostar por un destino lleno de magia y donde los colores son más intensos que en cualquier otra parte del mundo.

La opinión de clientes y aseguradoras nos certifica que en la comunicación está el secreto para estar, y sentirse, protegido.

Porque ésta es una industria que cada día se enfrenta a nuevos riesgos pero que dispone de profesionales despiertos que saben cómo desafiarlos. Como el miedo que muchos sentimos a bordo de los aviones, por eso en nuestro Día a día les damos consejos para superarlo.

De todos modos... qué sería de los viajes sin esos imprevistos que nos demuestran que con buenos proveedores y una actitud positiva siempre se llega a destino. Con 2015 emprendemos un nuevo viaje, que nos llevará a Florianópolis, al 32º congreso de COCAL, a Fráncfurt para la gran cita del sector en Europa y a Bogotá para ViajesCorp.

Despegamos este nuevo año en el que cumpliremos nuestro primer aniversario con más ilusión. La que nos dan ustedes leyéndonos en papel y *online*, siguiéndonos en las redes sociales y compartiendo impresiones allá donde nos cruzamos. Será un placer seguir haciéndolo. Feliz 2015.

Eva López Álvarez
EDITORA

EMPRESA EDITORA:
GRUPO PUNTO MICE®

Sede Central:
Calle del Triebulete 9, 4ªA
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

HAN COLABORADO
EN ESTE NÚMERO:
Javier García
Anne Golec
Guadalupe Araoz
Alex Notte

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 Covadonga

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

DEPÓSITO LEGAL M-12379-2014

Participe del principal congreso latinoamericano para empresas de eventos

cocal 2015
Brasil
floripa
Innovación y Creatividad en Eventos

XXXII Congreso de la
Federación de Entidades
Organizadoras de Congresos
y Afines de América Latina

5 - 7 de marzo

¿Por qué participar
en el 32º Congreso
COCAL?

Motivos no faltan, pero sólo
usted sabrá responder a esta
pregunta.

¡Inscríbese y venga a hacer un evento
memorable con nosotros!

cocal2015floripa.org

PROMOCIÓN



REALIZACIÓN



PATROCINIO MASTER



APOYO INSTITUCIONAL



SOCIOS ESTRATÉGICOS COCAL



CI/AEREA OFICIAL



ASIGNA OFICIAL



LUGAR DEL EVENTO



ORGANIZACIÓN



SUMARIO

Nº 5 - EDICIÓN ENERO /
FEBRERO 2015

PUNTO MICE

6

ACTUALIDAD

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

18

LA VOZ DEL SECTOR: SOBRE SEGURO

Proveedores de compañías aseguradoras y clientes opinan sobre las problemáticas relacionadas con la industria MICE

24

DESTINO: ARGENTINA

Buenos Aires ofrece mil caras en torno a una personalidad poderosa. Iguazú es el complemento ideal a la capital, tanto para convenciones como para incentivos

34

DESTINO: BARCELONA

Un recorrido a través de los barrios de un destino siempre dinámico: barrios renovados, nuevas instalaciones y temáticas sugerentes para disfrutar del Mediterráneo

42

APPS

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

44

PURO INCENTIVO: KENIA

El país africano es un regalo para los sentidos y ofrece un amplio abanico de temáticas y actividades para programas impregnados de exotismo

52

ANÁLISIS

¿Qué nos espera en 2015? Analizamos las tendencias que marcarán el año con importantes diferencias entre las diferentes regiones del planeta

58

DÍA A DÍA

El miedo a volar atenaza incluso a los viajeros más frecuentes y es posible superarlo: pautas para vivir una buena experiencia de vuelo

62

MOTIVACIÓN

Propuestas de diferentes agencias y países con un objetivo común

66

CON RESPONSABILIDAD

Varias iniciativas que demuestran que la solidaridad ofrece resultados concretos, así como destinos que trabajan por ser más responsables

68

CON ESTILO

Ordenadores portátiles, un dispositivo que se resiste a salir del mercado



BRASIL Y EUROPA ESTARÁN MEJOR CONECTADOS

Iberia y TAM, ambas compañías pertenecientes a la alianza Oneworld, han firmado un acuerdo para ofrecer a sus clientes rutas en código compartido con el objetivo de mejorar las conexiones entre Brasil y Europa.

La alianza implica la operación conjunta de diez destinos en Brasil, a los que los clientes de Iberia podrán acceder desde Río de Janeiro y Sao Paulo, ambas ciudades operadas por la aerolínea española, a bordo de aviones de TAM: se trata de Brasilia, Belo Horizonte, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Manaus, Natal, Porto Alegre, Recife y Sal-

vador. Asimismo, TAM ofrecerá nueve destinos en Europa en vuelos operados por Iberia desde Madrid: Barcelona, Tenerife, Bilbao, Asturias, Roma, Zurich, Dusseldorf, Ginebra y Venecia.

Un solo billete

Los clientes podrán realizar estos trayectos con un único billete adquirido a través de todos los canales de ventas de Iberia y TAM. Tanto en Sao Paulo como en Madrid, ambas aerolíneas operan en las mismas terminales, lo que facilita las conexiones entre vuelos. Además, gracias a este acuerdo de códigos compartidos, las compañías

ofrecen ventajas en sus programas de fidelización, permitiendo acumular Avios o Puntos en los vuelos operados en código compartido con independencia de la compañía que los opere.

Premium Business de TAM

Con una ampliación del 15% en el espacio de los asientos a bordo de los Boeing 777, la incorporación de la nueva clase se realizará gradualmente a lo largo del primer semestre de 2015. La ruta Madrid-Sao Paulo ya se opera con un Boeing 767 equipado con la nueva clase. Los billetes en Premium Economy incluyen un menú gastronómico.



Entrevista

Catalina Nannig

Directora comercial para Europa del Grupo LATAM

“Uniremos Sao Paulo y Barcelona y ampliamos conexiones en Sudamérica”

¿Qué ofrece el Grupo LATAM a las empresas hispanohablantes?

Tras dos años consolidando la fusión de dos compañías tan grandes como LAN y TAM, queremos volver a crecer. Como resultado de la unión ofrecemos cinco rutas directas entre Sudamérica y Europa: desde Perú, Ecuador y Chile conectamos en vuelo directo con Madrid, mientras que desde Sao Paulo volamos a París, Londres, Fráncfurt, Milán y Madrid. Las dos grandes novedades de 2015 son el vuelo Sao Paulo-Barcelona operado por TAM y el Milán-Sao Paulo-Santiago que operará LAN con el Dreamliner 787.

¿Ya han armonizado los servicios de ambas marcas?

TAM ha entrado en Oneworld, algo que interesa sobremanera a las empresas españolas, y estamos instalando en todos nuestros vuelos el asiento *full flat* que ya ofrecía LAN en su clase de negocios. Además de eso, estamos trabajando para ofrecer los servicios de entretenimiento a bordo desde antes del despegue y aplicando el concepto de que el vuelo sea un tiempo de descanso para el viajero en cualquiera de nuestras rutas de larga distancia.

¿Por qué rutas apuestan con nuevas líneas y/o frecuencias?

Desde nuestros *hubs* de Sao Paulo, Lima y Santiago de Chile ya somos el primer operador doméstico en Sudamérica y estamos ampliando conexiones con nuevas rutas domésticas en Perú, refuerzos entre Bogotá y Cancún y nuevos vuelos hacia Norteamérica desde Brasil. Ofrecemos múltiples opciones en función del destino final con horarios adaptados a los 115 destinos que operamos en Latinoamérica. Para las escalas en Sao Paulo nos hemos trasladado a la terminal 3 del aeropuerto de Guarulhos y allí contamos con el primer salón VIP creado como fruto de la integración entre LAN y TAM. Dos de cada cinco viajeros dentro de Sudamérica ya vuelan con nosotros: nuestro objetivo es que lleguen a ser tres de cada cinco y consolidarnos como la compañía que conecta Sudamérica con el resto del mundo.

AIR FRANCE YA VENDE LA NUEVA ECONOMY FLEX

La compañía francesa renovó su oferta de media distancia con una renovada gama de tarifas especialmente diseñada para los viajeros profesionales. Además de la nueva Economy Flex, un acceso más rápido al avión en el aeropuerto parisino Charles de Gaulle también forma parte de los servicios definidos en el plan Perform 2020 con el que la aerolínea quiere ser líder entre los viajeros que se desplazan por Europa.

Economy Flex

Desde enero, agencias y viajeros pueden reservar la nueva tarifa para viajes

a partir de abril: incluye cambios sin coste para nuevos billetes de la misma gama y reembolso en caso de anulación. También el acceso a SkyPriority para un control de seguridad más rápido en el aeropuerto y asiento en la parte delantera de la clase más económica para un desembarque prioritario.

La Economy Flex es compatible con las demás tarifas y se puede aplicar a uno de los trayectos de ida o vuelta. El viajero dispone de una franquicia de equipaje de 23 kilos en bodega y se pueden acumular puntos en el programa de fidelización Flying Blue.

Novedades a bordo

A partir del mes de abril la flota de media distancia estará equipada con nuevos asientos de cuero en todas las clases. En *business*, independientemente de la duración del vuelo, se servirá un desayuno caliente completo por la mañana y un refrigerio o comida fría el resto del día. En los vuelos más largos la oferta se asemejará a la de larga distancia, con platos calientes para elegir, vino, café *gourmet* y licores. Todos los viajeros dispondrán de mayor variedad de bebidas durante los vuelos largos mientras que en *economy* se ofrecerá un plato caliente.

AVIANCA RENUEVA SU PROGRAMA CONGRESOS Y CONVENCIONES

La compañía colombiana presentó su nuevo programa Congresos y Convenciones, que fusiona las propuestas de la aerolínea y TACA, además de añadir nuevas opciones para el segmento empresarial.

Congresos y Convenciones ofrece mejores tarifas para los clientes y condiciones especiales en tarifas de grupo; servicios diferenciados en tierra y a bordo; bonos y billetes gratuitos para los organizadores; incentivos para atraer eventos y su divulgación en las redes sociales y nueva página web. De manera adicional se incluye la posibilidad de comprar los billetes a través de los canales de venta directos, acceder a un *pre check-in* con selección de asiento, prioridad en el embarque y entrada a las salas VIP, entre otros beneficios.

El programa está disponible para los 100 destinos que oferta el grupo en 26 países, no solamente a través de la red de Avianca y Taca, sino la de los miembros de la alianza Star Alliance. Para acce-

der a las ventajas de Congresos y Convenciones Avianca exige un mínimo de 20 participantes para los eventos internacionales, de 50 pasajeros si el evento tiene lugar en Colombia, Perú o Ecuador.

En el caso de las convenciones, se ofrecen beneficios para los organizadores que convoquen un mínimo de 10 viajeros. Se recomienda solicitar la inclusión en el programa con un mínimo de dos meses de antelación al evento.



EL PASAJERO GESTIONA

Amadeus Personal Disruption Companion es la nueva solución móvil que permite gestionar las incidencias de los vuelos a través de opciones de reubicación personalizadas e inteligentes. Los viajeros disfrutarán de una mejor experiencia de viaje y las aerolíneas podrán ahorrar costes y gestionar el pasaje de manera más efectiva.

El pasajero controla

El sistema utiliza una estrategia de gestión de incidencias centrada en el cliente y confiere el control total al pasajero en caso de retraso o cancelación de vuelos. Éste podrá acceder, automáticamente y en tiempo real, a alternativas de viaje personalizadas a través de sus dispositivos inteligentes.

La personalización se logra mediante el análisis del pasajero y del lugar donde se encuentra, teniendo además en cuenta otras preferencias como el idioma y el modo de contacto. La primera versión, en asociación con TAM, ya está disponible.



NACE UN NUEVO GIGANTE EN CHINA

Accor y Huazhu Hotels Group anunciaron la firma de una alianza estratégica a largo plazo. En total, los dos grupos disponen de una cartera de más de 500 hoteles en el país.

Huazhu prevé abrir entre 350 y 400 nuevos hoteles bajo las marcas Accor durante los próximos cinco años.



En el marco del acuerdo, los hoteles de gama económica y media de Accor en China se integrarán en Huazhu, que se encargará de la explotación operacional y del desarrollo en China, Taiwán y Mongolia de los hoteles Ibis, Ibis Styles, Novotel, Mercure y Grand Mercure. Accor continuará explotando el conjunto de sus marcas de lujo y alta gama en China: Sofitel, Pullman, MGallery y The Sebel. El acuerdo también permitirá ofrecer a los miembros de sus programas de fidelidad la posibilidad de acceder a una red de más de 5.600 hoteles en el mundo.

EL HOTEL AUDITÓRIUM DE MADRID SERÁ MARRIOTT

Ubicado en el área de influencia del aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas y del recinto ferial Ifema, el Hotel Auditorium Madrid es un clásico para la organización de grandes eventos en España. Ya se inició una profunda renovación de todas las instalaciones, incluyendo habitaciones, salas de reuniones y zonas comunes, que culminará este año: 200 de las 869 habitaciones ya han sido remodeladas. Esta remodelación responde a la integración del hotel en la cadena Marriott International, que ya reúne 3.900 propiedades y 19 marcas en 72 países. Operará bajo la insignia Marriott Hotels & Resorts.

El hotel, uno de los mayores de Europa tras su inauguración en 2002, cuenta con el Centro de Congresos Príncipe Felipe de 15.500 m² y 59 salones, así como de un auditorio con capacidad para más de 2.000 personas y tres entradas independientes para la organización de eventos simultáneos. Ofrece conexión gratuita con el aeropuerto y *wi-fi* en todas las habitaciones, además de contar con gimnasio y sauna, piscinas cubierta y descubierta.

Breves

MADRID TENDRÁ UN NUEVO CINCO ESTRELLAS

El VP Plaza España abrirá sus puertas en septiembre de 2016 y estará ubicado en pleno centro de la capital: contará con 225 habitaciones, parking propio e instalaciones para organizar congresos y convenciones. Con un total de 17 plantas, dispondrá de una zona ajardinada en la terraza, piscina exterior climatizada, *sky bar*, centro de *wellness* y gimnasio.

SE ADELANTA LA APERTURA DEL NUEVO CINCO ESTRELLAS DE MÁLAGA

Hoteles Santos prevé abrir un año antes de lo previsto el Gran Hotel Miramar de Málaga (España), que sería inaugurado el mes de julio de 2016. El edificio, construido en 1926 e inaugurado por el rey Alfonso XIII, albergará el primer hotel de categoría Cinco Estrellas Gran Lujo de la capital malagueña. Los salones históricos y originales del hotel podrán ser utilizados para grandes eventos, así como la ampliación que se ejecutará en terrazas y jardines para acontecimientos al aire libre. Contará con 198 habitaciones, 23 suites con salón independiente y espaciosa terrazas con diseños diferenciados. El hotel posee además 9.000 m² de jardines, una gran terraza con vistas al mar, piscina, *spa* y comedores privados.

BARCELÓ ESTRENA WEB

La nueva página www.barcelo.com está disponible en 17 idiomas y para cualquier dispositivo móvil. Permite realizar el *check-in* en línea y realizar reservas personalizadas ya que incluye la opción de contratar servicios adicionales: atenciones en la habitación, menús de degustación, tratamientos en el *spa* o excursiones. Incluye un calendario de tarifas con el mejor precio disponible y los días en los que se aplican ofertas limitadas. La web también presenta la valoración y comentarios que los clientes hacen de los hoteles en TripAdvisor y en su blog. Además, ofrece un servicio de asistencia en línea a través de un chat y un número gratuito tanto para resolver dudas como para realizar reservas.

NH PRESENTÓ HIGH MADE EASY

Dentro del concepto *NH Meetings: inspire.create.enjoy*, el grupo hotelero ofrece sistemas de videoconferencia y colaboración interactiva de nueva generación, siendo posible la participación de hasta 250 asistentes virtuales. Además, incluye tecnología holográfica en 3D y una herramienta piloto de telepresencia holográfica entre dos ciudades. Ya se encuentra disponible en el NH Collection Eurobuilding de Madrid y en el Nhow de Berlín.



Entrevista

Rufino Pérez

Chief Commercial Officer
de NH Hoteles

**“Nuestra
proyección
holográfica en 3D
es de película”**

¿Qué diferencia la oferta de NH para eventos y convenciones?

Una de las virtudes de la compañía es que tiene una oferta absolutamente versátil. Tenemos desde hoteles funcionales, en los que el cliente de negocios pasa el tiempo necesario para descansar y desayunar, hasta hoteles para organizar convenciones e incentivos con espacios de muchísimos metros cuadrados, versatilidad y una gran oferta gastronómica que ocupa, junto con la tecnología, un papel central.

¿Con qué infraestructura cuentan para ello?

Con 2.500 salones de gran versatilidad para la organización de cualquier tipo de evento. Además nos hemos preocupado de renovar lo que nosotros llamamos los 'Brilliant Basics' que albergan esos espacios: renovamos y mejoramos aspectos como la ergonomía, la comodidad y la eficiencia.

¿En qué consiste ese plan de renovación?

Dentro del plan de reposicionamiento en el que hemos invertido más de 200 millones de euros, y de los 'Brilliant Basics', estamos renovando más de 20.000 colchones fabricados en exclusiva para la compañía; las duchas, en las que instalamos soluciones con efecto lluvia; televisiones LED de última generación, etc. Estamos exportando el mismo concepto a las reuniones y eventos, para que tanto las mesas como las sillas sean confortables y versátiles. Nos aseguramos de que el asistente pueda enchufar sus dispositivos tecnológicos sin necesidad de agacharse, que encuentre un enchufe en la misma línea de la mesa... Queremos que la tecnología audiovisual sea de última generación y muy fácil de usar, con un concepto 'plug and play'. Y más allá de eso, queremos que los servicios básicos sean totalmente brillantes. Además, estamos instalando salas 'smart' en más de quince hoteles que estarán en el primer trimestre de 2015 y permitirán un entorno de colaboración tanto presencial como remota.

¿Esto significa que se podrán organizar reuniones virtuales?

Sí, bajo el concepto 'High Tech Made Easy' ofrecemos un entorno de videoconferencia de última generación en el que se puede trabajar de forma presencial compartiendo contenidos. Los usuarios pueden intercambiar contenidos remotamente con un *laptop*, *smartphone*, tableta o desde su *desktop* habitual e interactuar con sus compañeros, compartiendo y viendo simultáneamente los contenidos que se están proyectando y directamente escribiendo en pantalla en esa sala.

¿En qué hoteles están instalando esta tecnología?

De momento en nuestros principales destinos: Berlín, Ámsterdam, Roma, Milán, Barcelona, Madrid, México DF o Buenos Aires, por citar algunos. Esto permitirá que una empresa tenga equipos en Buenos Aires y en Madrid trabajando conjuntamente con esa tecnología.

¿Qué otras tecnologías engloba el concepto 'High Tech Made Easy'?

Somos la primera cadena hotelera en instalar de forma permanente la proyección holográfica en tres dimensiones. En nuestros hoteles se puede proyectar cualquier contenido, desde una presentación en 3D hasta una persona hablando, tras grabar el mensaje o en directo. Como en Star Wars, pero con esta tecnología es aún más realista ya que las personas pueden interactuar con la audiencia. En esta línea, la bóveda LED que hemos instalado en el hotel Eurobuilding de Madrid es la más grande de Europa y se puede proyectar cualquier tipo de contenido acompañado de efectos de iluminación y sonido *surround*.



BARCELÓ CONGRESOS SE EXPANDE EN LATINOAMÉRICA

La división de Congresos de Barceló Viajes inició su expansión en Latinoamérica bajo la marca Barceló Congresos Latam. Entre los eventos más importantes confirmados hasta la fecha está el 17º Congreso de la Asociación Latinoamericana de Pediatría (ALAPE) que se realizará en Lima en 2015 con más de 4.000 participantes. También el 17º Congreso de la Sociedad Latinoamericana de Nutrición (SLAN) que tendrá lugar en Punta Cana y reunirá a más de 3.000 asistentes. Además de estos eventos,



Barceló Congresos Latam ha puesto en marcha congresos en Argentina, Panamá, Uruguay o México.

Entre los servicios que ofrece la nueva marca, uno de los más solicitados es el desarrollo estratégico de candidaturas. Con más de 20 años de experiencia, Barceló Congresos ha ganado más de 150 a nivel internacional. La última es el congreso médico latinoamericano de 5.000 participantes que se celebrará en Panamá en 2018.



Entrevista

Diana Marín

Directora de Turismo de Value Retail

“Proponemos combinar un evento o incentivo con una experiencia de shopping”

¿Qué ofrece Value Retail a los organizadores de eventos?

La colección Chic Outlet Shopping® Villages ubicados en su mayoría cerca de las ciudades europeas de referencia, incluyendo Londres, París, Barcelona y Madrid. En cada *village* contamos con *boutiques* de reconocidas marcas de lujo, nacionales e internacionales, siempre a disposición de los grupos MICE que buscan una experiencia de *shopping* única y diferenciada. Para hacer que su visita sea mejor, este tipo de grupos dispone de señalización de bienvenida; *hospitality desk* personalizado, área de aparcamiento privada y custodiada; 10% de descuento adicional durante todo el año sobre el precio *outlet*; *tax free*; *wi-fi* gratuito y acceso a un salón privado para los miembros VIP.

¿Es importante para ustedes la clientela corporativa?

Para nosotros es muy importante ofrecer servicios de *hospitality* para los clientes profesionales, ya sea en reunión o en incentivo, porque cada vez recibimos más. Latinoamérica es el tercer mercado del segmento MICE - por detrás de China y Medio Oriente - que demanda nuestras instalaciones en Madrid, con México a la cabeza, mientras que el brasileño domina el mercado sudamericano en Barcelona, donde observamos además un importante crecimiento de grupos procedentes de Colombia.

¿Qué novedades ofrecen sus espacios comerciales?

En La Roca Village de Barcelona abriremos en abril un área mayor de acogida con más información, espacios donde redimir ofertas para grupos y una oficina de *tax free* y cambio de moneda. A lo largo del año también inauguraremos la oficina de recuperación de impuestos en Las Rozas de Madrid.

En Barcelona hemos abierto una sala de reuniones para 80 personas unida a una *VIP room* para 60, dando lugar a un espacio flexible y modulable que puede albergar 100 personas. El sector lo está acogiendo muy bien porque es un espacio ideal para reunir al grupo antes de su experiencia de *shopping*, hacer una presentación antes del momento lúdico u organizar un *workshop*. Ofrecemos beneficios especiales para empleados y estamos organizando muchos incentivos. La Roca Village cuenta además con 45 nuevas tiendas y es el *village* más grande de Europa, con establecimientos como el de Gucci, que ha abierto un comercio espectacular.



Entrevista

Pablo Santos

Director General Many Colors Group

“Llegar a hacer algo único y a la vez económico no es imposible”

¿Qué es Many Colors?

Un grupo de empresas productoras y de servicios enfocadas al sector de la comunicación y los eventos. Se compone de doce empresas independientes, cada una de ellas con una amplia trayectoria en su propia disciplina: servicios audiovisuales; imprenta gran formato; diseño gráfico y espacial; alquiler de mobiliario; animación 3D y nuevas tecnologías; contratación artística; carpintería y metal; diseño de equipamiento para puesto de venta y productora audiovisual. Cada una funciona de forma autónoma en su propio campo. Y cuando más de una de ellas realizan trabajos para un mismo proyecto, la organización y coordinación se unifica creando sinergias de trabajo en común que posibilitan ofrecer un servicio 360°. Con oficinas en Madrid, Barcelona, Sevilla, Roma y Lisboa, ofrecen sus servicios a los organizadores de eventos internacionales, incluyendo la realización de acciones de marketing y comunicación corporativa, en cualquier país europeo.

¿Qué aspectos están cobrando relevancia?

Aunque suene evidente, hoy en día se valora enormemente el buen servicio al mejor precio posible. Una premisa que podemos atender gracias a las sinergias entre las empresas del



grupo y la optimización de los recursos comunes. Otro elemento importante es la creatividad, la distinción, el salirse de lo común. Llegar a hacer algo único y a la vez económico puede ser difícil de conseguir, pero no imposible. El equilibrio lo podemos encontrar, por ejemplo, en la tecnología. En Many Colors tenemos experiencia usando aplicaciones tecnológicas que permiten resultados novedosos. Es el momento para hacerlo, porque hemos visto que los clientes cada vez están más receptivos ante estas innovaciones.

¿Qué ventajas tiene contratar un proveedor global de servicios independientes?

Hay muchas ventajas al respecto. Una de las principales es tener un solo interlocutor, algo que facilita el trabajo tanto al cliente final como a la agencia intermediaria que contrata. No es que se contrate a un coordinador que a su vez contrata a seis o siete proveedores. Las distintas tareas de producción se controlan y coordinan por una única persona o equipo. Al final todo es ahorro: de costes, de riesgos y de tiempo.

AMADEUS Y WORLDPLAY SIMPLIFICAN LOS PAGOS

Worldpay, empresa europea proveedora de soluciones en procesamiento de pagos, gestión de riesgos y medios de pago alternativos, anunció un acuerdo para integrar su gama de servicios en Amadeus Payment Platform (APP). Los clientes de la plataforma podrán aceptar más formas de pago en un mayor número de países y monedas, además de disponer de información más completa sobre las transacciones, lo que facilita la conciliación de los pagos.

Las funciones de autorización se integran en el flujo de emisión de billetes y venta. Con ello el proceso de pago es más rápido y seguro tanto para viajeros como para abastecedores. De esta forma también se optimiza el proceso de abono y no es necesario integrar otros proveedores.

EUROPCAR YA NO OPERA NATIONAL Y ALAMO

Enterprise Holdings anunció la rescisión del acuerdo de licencia establecido con Europcar para operar en Europa las marcas National Car Rental y Alamo Rent A Car. Con efecto inmediato, Europcar ya no podrá operar las marcas en la región EMEA (Europa y Oriente Medio) pero se respetarán las reservas ya realizadas dentro del continente europeo.

En la actualidad, Enterprise Holding está desarrollando su propia red en la región EMEA y como parte de la estrategia explotará directamente las marcas National Car Rental y Alamo, tal y como hace en Norteamérica desde su adquisición de Vanguard en 2007. La rescisión del acuerdo con Europcar concluye un proceso que se inició en agosto de 2013, cuando ambas empresas definieron una alianza estratégica.



TECNOLOGÍA

SKYPE OFRECE TRADUCCIÓN SIMULTÁNEA

Los usuarios que mantengan una conversación en inglés y español podrán escoger entre una voz femenina o masculina, similar a las de los GPS. El programa, desarrollado por Microsoft, sólo se encuentra disponible para las versiones de Skype en Windows 8.1 y Windows 10. Los usuarios que quieran acceder a la aplicación deben registrarse a través de la página de la versión de prueba de Skype Translator.

La apertura del servicio al resto del público será paulatina, aunque la compañía cree que podría estar disponible a finales de julio de 2015. También se lanzará progresivamente para versiones anteriores de Windows y otros sistemas. El siguiente paso será la transcripción de mensajes escritos hasta en 40 idiomas y se espera ampliar la oferta de traducción oral a otras lenguas.



CWT TO GO INCLUYE GASTOS *DOOR TO DOOR*

CWT Online es el producto lanzado por Carlson Wagonlit Travel (CWT) en colaboración con KDS. Permite realizar búsquedas, reservas y agrupar gastos a través de una única herramienta que muestra todos los servicios contratados.

CWT Online se encuentra integrada en la aplicación móvil CWT To Go, mediante la que se ofrece visibilidad completa de lo invertido en avión, alquiler de coches, hoteles y los gastos “puerta a puerta” tales como taxis, trenes y comidas. Una vez conocido el coste total del viaje, se procede a su aprobación. Además, a la hora de solicitar opciones de itinerarios completos se pueden aplicar criterios como la adaptación a las necesidades personalizadas del cliente, la elección de la propuesta de menor coste, la que requiere menos tiempo de viaje o la más responsable desde un punto de vista medioambiental.

CWT Online también está integrado en CWT Portal, que contiene los perfiles de los clientes y los detalles de otras reservas. CWT Document Bank recopila automáticamente los billetes aéreos que no han sido empleados y que pueden ser reutilizados. CWT Online también cuenta con nuevas opciones de pago virtuales que dan mayor flexibilidad tanto a viajeros como a gestores.



FIDELIDAD

LE CLUB ACCORHOTELS PERMITE DONAR DINERO

Accor ofrece a los socios de Le Club AccorHotels la posibilidad de convertir sus puntos en donaciones en metálico para financiar los proyectos de Solidarity Accor, que ha apoyado desde 2008 más de 200 iniciativas en 41 países a favor de 200.000 personas, de manera directa e indirecta.

Los 17 millones de clientes que pertenecen al programa de fidelidad del grupo hotelero francés pueden contribuir con 40 euros mediante el canjeo de 2.000 puntos. El dinero recaudado será destinado a un fondo de urgencia para la reconstrucción de lugares devastados por catástrofes naturales. De manera adicional, el grupo donará un euro por cada uno recolectado.

La adhesión al programa de fidelidad Le Club Accorhotels es gratuita y se puede hacer en los hoteles del grupo o en la web www.accorhotels.com

ONEWORLD AMPLÍA LAS VENTAJAS A SUS SOCIOS

La alianza Oneworld ha incorporado ventajas adicionales a su programa de fidelización. Los viajeros frecuentes de las categorías Emerald y Sapphire que sean miembros de cualquiera de los programas de las compañías de la alianza tienen prioridad en la facturación de equipaje independientemente de la clase en la que vuelen. Asimismo, los clientes Sapphire dispondrán de una franquicia de equipaje extra.

Los titulares de tarjetas Sapphire contarán con los siguientes privilegios: en los itinerarios internacionales o domésticos la franquicia de equipaje por peso se amplía con 15 kilos adicionales. En los vuelos internacionales se puede facturar una segunda maleta de hasta 23 kilos, siempre que el equipaje inicial permitido sea de un bulto. En los trayectos domésticos con franquicia de equipaje por unidad se incluye una maleta de hasta 23 kilos, incluso cuando el billete no lo permita inicialmente.



DESTINOS

BRASIL ACOGERÁ EL 32º CONGRESO DE COCAL

El XXXII Congreso de la Federación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina (COCAL) tendrá lugar del 5 al 7 de marzo en Florianópolis (Brasil), bajo el lema "Innovación y creatividad". PUNTO MICE será *media partner* del evento que se desarrollará en el Costão do Santinho Resort, Golf & SPA. Será organizado por ABEOC BRASIL (Asociación Brasileña de Empresas de Eventos).

La sesión "¡Innovar o Morir!", será impartida por Zezo Carvalho, fundador de Trendz. Otra conferencia analizará la estrategia de Brasil para la captación de grandes eventos. El programa incluye un panel que debatirá sobre la economía creativa, así como una conferencia de Roger Tondeur, fundador de MCI Group, sobre las tendencias que los organizadores deben tener en cuenta para no perder competitividad.

EXPO MILANO 2015: OTRO ATRACTIVO ITALIANO

Milán se convertirá durante seis meses en el centro de las miradas de todo el mundo gracias a la Expo Milano 2015 que tendrá lugar entre el 1 de mayo y el 31 de octubre bajo el lema 'Alimentar el planeta. Energía para la vida'. Se tratarán temas relacionados con la ciencia, la comunicación y las innovaciones tecnológicas vinculadas a la alimentación. Contará con la presencia de 147 países, que ocuparán una superficie total de un millón de metros cuadrados. Se organizarán más de 6.000 actos a los que acudirán, según la organización, 20 millones de personas.

Será una ciudad dentro de la urbe de norte de Italia. Los responsables de su promoción esperan que los organizadores de eventos e incentivos tengan en cuenta el interés de la exposición a la hora de decidirse por este destino.



Entrevista

Paul Bujega

CEO.
Malta Tourism Authority

“En Malta todo está a menos de cinco kilómetros del mar”

¿Podría describirnos Malta en unas líneas?

A pesar de ser uno de los miembros más pequeños de la zona euro, Malta es un destino clave para muchas empresas que han optado repetidamente por organizar sus eventos aquí. Y es que versátiles, flexibles y dinámicas, las islas maltesas - Malta, Gozo y Comino -, ofrecen una infraestructura de alta calidad con una ubicación céntrica en el corazón del Mediterráneo y muchas conexiones en vuelo directo, la mayoría de ellos de menos de tres horas de duración desde los principales aeropuertos europeos. La comunicación es muy sencilla ya que el inglés es el idioma oficial del país junto con el maltés.

¿De qué lugares disponen los organizadores del sector MICE?

La belleza de las islas supone el escenario ideal para el éxito de las reuniones y además contamos con modernos centros de conferencias y espacios de vanguardia, como el Mediterranean Conference Centre - miembro de los Historic Conference Centres of Europe (HCCE) - y el ultramoderno HMCC - al lado de Hilton Malta - además de 15 hoteles de cinco estrellas y bonitos hoteles *boutique*. También ofrecemos espacios al aire libre y *venues* singulares como palacios y caseríos. Siempre teniendo en cuenta que no existe ninguna zona de Malta a más de cinco kilómetros del mar.

¿Qué ofrece Malta como destino para incentivos?

El tamaño de las islas permite ahorrar tiempo en traslados y el suave clima hace que se puedan organizar actividades al aire libre durante la mayor parte del año. Malta está dominada por la ciudad medieval de Mdina, las históricas tres ciudades de Senglea, Cospicua y Vittoriosa y la majestuosa capital Valletta. Gozo está sólo a cinco kilómetros y es ideal para actividades de *teambuilding*, eventos al aire libre, barbacoas y tours de un día. Comino es una diminuta isla situada entre las dos, perfecta para *snorkel*, buceo y *trekking*.



Entrevista

Matthias Schultze

Director general del GCB del German Convention Bureau

“Alemania cuenta con más de 40 destinos MICE”

¿Cómo funciona Alemania como destino MICE?

Somos el primer destino para reuniones, incentivos, convenciones y eventos de Europa y el segundo del mundo, después de Estados Unidos. Según nuestros últimos datos anuales, nuestro país

atrajo a 371 millones de personas por motivos profesionales que participaron en más de tres millones de encuentros. Para ello contamos con alrededor de 7.000 espacios para eventos, de los cuales un tercio son centros de congresos, otro tercio especializados en convenciones y un tercero destinado a eventos especiales.

¿Cómo explica este éxito?

Se debe a tres motivos: el primero de ellos es la excelente relación calidad-precio, seguido de nuestra infraestructura, la accesibilidad y las conexiones. El tercero es que Alemania es el centro neurálgico del desarrollo científico y tecnológico europeo.

¿Qué representa el mercado hispanohablante?

Como emisor, España se encuentra entre los diez principales mercados de viajes de negocio con destino a Alemania. En cuanto al mercado procedente de Sudamérica, Brasil es el principal emisor para nuestro país.

Resúmanos en unas líneas qué ofrece Alemania que no ofrezcan otros destinos

Además de la buena relación calidad-precio, destacaría la capacidad de Alemania en sectores como la industria de alta tecnología e investigaciones científicas, precisamente allí donde más ha invertido el Gobierno alemán.

También quiero destacar que no sólo es un destino de grandes urbes como Berlín, Hamburgo o Fráncfurt, sino también de pequeñas y medianas ciudades, incluso de áreas rurales, sobre todo, después de la evolución que ha experimentado el país tras la unificación. Antes de la Caída del Muro había cinco destinos demandados por el sector MICE: hoy contamos con más de 40. Además, Alemania dispone de 20 aeropuertos internacionales, lo que facilita de manera considerable el acceso a nuestra oferta.

TAILANDIA SUBVENCIONA AL MERCADO EUROPEO CON AYUDAS DE HASTA 23.000 EUROS

El Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB) lanza este año Thailand Connect the World, una campaña de comunicación especialmente dirigida al mercado europeo de organizadores de viajes y eventos.

Subvenciones para grupos

El convention bureau ofrece incentivos para impulsar el destino, con subvenciones dirigidas a aquellos mercados que se encuentren a un mínimo de ocho horas de vuelo del país y para estancias de cuatro noches como mínimo.

Las ayudas se aplican a solicitudes tramitadas hasta el 30 de

junio de 2015, para una celebración de evento hasta 30 de septiembre de este año. Los incentivos pueden alcanzar los 2.300 euros para grupos de más de 100 personas; la cifra asciende a 6.900 euros en el caso de que se superen los 300 participantes. Para congresos por encima de los 1.000 asistentes la subvención puede llegar a ser de 23.000 euros. Las ayudas afectan a cualquier evento organizado en el país.

El país cerró su último año con 918.530 visitantes MICE, 83.517 procedentes de Europa. Para el presente ejercicio, y gracias a la campaña y a otras iniciativas impulsadas por el TCEB, Tailandia espera superar el millón de turistas profesionales.



EL FRANCE MEETING HUB SE CELEBRARÁ EN ALSACIA

El evento de promoción de las diferentes regiones de Francia como destino para la organización de eventos internacionales celebrará su tercera edición entre el 2 y el 8 de octubre en Estrasburgo, después de haber recorrido Marsella y Nantes en 2013 y 2014, respectivamente.

La región gala, ubicada al noreste del país, hace frontera con Alemania y Suiza, y cuenta con tres aeropuertos cercanos, además de una infraestructura viaria y ferroviaria “envidiable”, según los organizadores.



Estrasburgo es sede del Parlamento Europeo y tercera ciudad francesa en número de conferencias organizadas, para lo que dispone de 30.000 metros cuadrados de superficie y 10.000 habitaciones de hotel.

Colmar, segunda ciudad en importancia de Alsacia, ofrece 5.800 habitaciones de hotel y un total de 13.500 metros de superficie de exposición, 1.300 asientos en auditorios y 18 salas de reuniones. Mulhouse, al sur de la región, cuenta con 10.000 metros cuadrados para exposiciones y 3.000 habitaciones.



Entrevista

Cecilia Salazar

Coordinadora Mercado Europeo en Promperú

“Perú está de moda y podemos acoger cualquier tipo de evento”

¿Qué representa para Perú el turismo MICE?

Latinoamérica es nuestro primer mercado tras la caída experimentada por España en particular y Europa en general como emisores de convenciones e incentivos en 2008 y 2009. Ahora notamos que las cosas han cambiado y tenemos más congresistas y asistentes a convenciones procedentes de Alemania, Francia e Italia. En cuanto a los países vecinos, al ser Chile nuestro tercer inversor extranjero, muchas empresas chilenas organizan sus convenciones y congresos en Perú. También recibimos muchos visitantes de Colombia y Brasil.

¿Cuáles son los mayores atractivos del país?

Llevamos quince años creciendo, sin deuda-país y una solidez económica única: esto se traduce en que tenemos la inflación más baja de toda Latinoamérica y una clase media con un poder adquisitivo muy interesante para las empresas extranjeras, además de que el 60% de la población pertenece a esa clase media que consume y el 50% tiene menos de 40 años. Como ejemplo, hace ocho años teníamos en Lima siete centros comerciales, ahora tenemos 70, las ventas de coches se han multiplicado por ocho, el turismo interno por dos... Esto genera confianza en los inversores, sobre todo en los sectores de Logística e Infraestructuras. También ofrecemos espacios modernos, como el centro de convenciones que inauguraremos en Lima en agosto, además de una historia, cultura y gastronomía que nos diferencian del resto. Por parte del Estado, estamos trabajando de la mano del sector privado para transmitir a través de nuestra marca-país que podemos acoger cualquier tipo de evento y justificar por qué Perú está de moda.

¿Qué destinos MICE existen además de Lima y Macchu Picchu?

A tres horas por carretera al sur de Lima, en el departamento de Ica, contamos con una infraestructura hotelera de primer orden para convenciones e incentivos. Los grupos no sólo disfrutan del mar sino que pueden visitar una reserva nacional a 30 minutos en barco y las famosas dunas de Paracas que se recorren en 4x4. Es además un buen punto de partida para visitar las Líneas de Nazca, un destino que permite vivir una experiencia única y donde cada uno saca sus propias conclusiones. En el norte, destinos como Trujillo y Chiclayo comienzan a abrirse al sector con nuevos hoteles y propuestas para descubrir los Andes peruanos y su arqueología, además de descubrir la gastronomía peruana a través de su historia.



Fomentado por:



Ministerio Federal de Economía y Energía

en virtud de una decisión del Bundestag alemán

Alemania
Vacaciones entre amigos



www.germany.travel



Fascinante tradición

Bailar con trajes tradicionales, admirar obras maestras de la artesanía o disfrutar de las delicias culinarias de nuestras regiones: en Alemania tenemos tradiciones centenarias que no han perdido ni un ápice de su encanto. **Anímese a descubrirlas en www.germany.travel/tradition y participe con #JoinGermanTradition.**





SOBRE SEGURO

Por **Javier García**

La seguridad es uno de los aspectos que más preocupa a aquellas personas o empresas encargadas de la organización de un evento o viaje de empresa: son responsables de lo que les ocurra a los asistentes a un congreso, convención, reunión o evento. Por eso garantizar la seguridad física de los participantes es primordial. Y no sólo eso: la integridad de todos los equipos materiales que permiten que un programa sea un éxito también forma parte de la responsabilidad del organizador.

Cuantas menos sorpresas haya, mejor. El deseo y la obligación de todo planificador es anticiparse a cualquier incidencia que se pueda producir. Para ello, es necesario identificar las posibles amenazas, valorar sus consecuencias y hacer uso de todas las herramientas a su alcance para evitarla a tiempo, es decir, antes de que se produzca. Esto no es tarea fácil: desde un vuelo cancelado a un pasajero que se enferma, pasando por un equipo que se estropea o un receptivo que no llega... las situaciones inesperadas que se pueden producir son tantas como momentos incluye el programa.

Todo puede estar bajo control

Las propias leyes marcan directrices que obligan al proveedor a ofrecer soluciones en caso de que se produzcan determinadas eventualidades. Sin embargo, no todo lo importante es obligatorio. Y no todo puede estar bajo control... o sí. Es aquí donde entran en juego las aseguradoras y sus servicios. Las compañías de seguros cuentan hoy con todo tipo de pólizas que cubren absolutamente cualquier imprevisto: desde accidentes, enfermedades o robos hasta la pérdida de vuelos o su cancelación, pasando por el reemplazo de materiales y equipos que no funcionan. Con la evolución de la sociedad, del mundo de la empresa y la tecnología, las pólizas también han evolucionado y las aseguradoras están creando nuevas coberturas para adaptarse a las necesidades de los clientes.

Porque desplazarse por el mundo es una actividad que tiende a crecer y que a su vez implica cada vez más riesgos, que han de ser previstos y ante los que hay que actuar, a ser posible con antelación para evitarlos o paliar sus posibles consecuencias, o resolverlos una vez acaecidos.

El desafío del organizador es dar con una cobertura personalizada que se adapte al cliente

Necesidades reales

En realidad no es posible asegurarlo todo, por eso el desafío para el organizador es dar con una cobertura personalizada que cubra los posibles incidentes que se puedan ocasionar y que, además, se adapte a las necesidades reales del evento y sus participantes.

En PUNTO MICE hemos querido darle voz a las empresas especializadas en la organización de eventos de todo tipo, desde ferias a reuniones corporativas, para saber qué les piden a sus aseguradoras y qué aspectos tienen en cuenta a la hora de contratar una cobertura. También hemos querido conocer de primera mano qué ofrecen las aseguradoras, que demuestran estar anticipando riesgos que han llegado para quedarse.

1. ¿Cree que las aseguradoras están al día de sus necesidades?
2. ¿Qué aspectos le preocupan más?
3. ¿Se siente satisfecho/a con el servicio de las compañías de seguros?



Agustín Pequerul, director técnico de eventos
Atlanta Travel & Corporate Events

“El cliente no siempre entiende la póliza de la misma forma que la aseguradora”

1. Las aseguradoras se van adaptando a medida que surgen nuevas necesidades, pero es muy difícil que lleguen a cubrir las inquietudes actuales de los clientes (falta de participantes en eventos o congresos, sucesos en terceros países que provocan anulaciones...). Hay ciertas coberturas que se deberían ampliar, por ejemplo, los servicios que el cliente pierde en destino por demora del medio de transporte. Asimismo, en caso de incidentes, la gestión de reclamaciones es demasiado complicada, los procesos no son ágiles y cada vez nos exigen presentar más documentación.

2. La seguridad y la puntualidad. Es imprescindible trabajar con compañías con garantías y que cumplan con

las normativas vigentes. Debido a la duración de las reuniones y eventos en la actualidad, los retrasos y cancelaciones provocan muchas veces un sobrecoste y viajes totalmente improductivos que se podrían evitar.

3. El cliente final no siempre entiende la póliza de la misma forma que la aseguradora. Hay mucha 'letra pequeña' importante que debería ser transmitida a la agencia de forma clara, como en los casos de compensación económica por cancelación. Cuando esto sucede, los intermediarios siempre nos encontramos en una posición muy incómoda, incluso cuando hemos comunicado las condiciones al cliente.

Eduardo González, director comercial
Carlson Wagonlit Travel España

“El producto se adapta perfectamente a las necesidades”

1. En Carlson Wagonlit Travel España trabajamos con una aseguradora líder que ofrece todas las garantías. Además, existen distintos niveles de cobertura con distintos precios, por lo que el producto se adapta perfectamente a las necesidades del viajero y de su empresa.

2. La seguridad y la prevención son unas de nuestras máximas prioridades y preocupaciones. De hecho, este mismo año hemos ampliado nuestra

oferta firmando un acuerdo con International SOS que complementa la oferta que prestábamos en asociación con iJET. El cuidado de los viajeros forma parte del compromiso de CWT.

3. Hemos tenido incidencias, pero, gracias a que trabajamos con empresas líderes del sector que actúan con agilidad y que, como nosotros, tienen en su ADN el servicio al cliente, se han resuelto con celeridad y el cliente ha quedado satisfecho.





Martin Fox, director de operaciones
Barceló Congressos

“Falta conocimiento del sector”

1. Sinceramente creo que a las aseguradoras les falta conocimiento específico del mercado asociativo, nuestro principal segmento de negocio. Por un lado, hay que asegurar el congreso en nombre del promotor, pero tenemos que cubrir también los potenciales riesgos de los asistentes como, por ejemplo, los relacionados con el viaje y el alojamiento. Necesitamos productos más específicos que se adapten a las necesidades concretas de todos los actores que forman parte de cada evento.

2. La póliza más importante y útil para los organizadores es aquella que cubre la cancelación, reembolso y notificación de cambios. De esta forma, se cubre que un congreso sufra una cancelación, cambio de fechas o de sede y la reducción de su duración.

Otro aspecto importante es asumir la posible reducción del número de asistentes por motivos de huelga, catástrofes naturales u otros que pueda tener un efecto negativo, aunque no se produzca cancelación del evento.

3. Este servicio es todavía demasiado caro en España y, por lo tanto, poco contratado por nuestros clientes. En algunos mercados más maduros como el británico es mucho más económico y las coberturas son mayores.

Para algunos grandes eventos en los que nuestros clientes querían contratar seguro hemos depositado nuestra confianza en una consultora de riesgos y *broker* de seguros, que nos ha buscado el producto más adaptado.

Alisson Batres, directora
Organización (Guatemala)

“Necesitamos coberturas específicas según la tipología del viaje”

1. Depende de qué destino hablemos ya que no todos implican los mismos riesgos: de todos modos existe una Federación de Aseguradoras Latinoamericanas cuyas compañías asociadas se rigen por un programa específico y universal que se aplica a todos los aspectos relacionados con el turismo de empresas.

2. Sin duda lo que más nos preocupa a agencias organizadoras y clientes es la seguridad de los participantes en el destino donde se celebre el evento. En tipologías específicas como el turismo de aventura necesitamos pólizas que cubran la integridad física de los participantes.

3. Sí, son muy conscientes pero es muy distinto de un país a otro, sobre todo en América Latina. Hay países con más facilidades, en algunos incluso el seguro es gratuito para los turistas.

Rosario Martín, directora financiera
Doctaforum

“Son muchas las exclusiones y casi nadie lee la ‘letra pequeña’”

1. Yo creo que sí. Hoy en día se puede asegurar cualquier cosa, pero las exclusiones de los seguros son muchas y casi nadie lee la ‘letra pequeña’ para tenerlo claro.

2. La seguridad: actualmente, se están produciendo muchos robos en sede de eventos. Los asistentes dejan sus pertenencias en la sala (ordenadores, tabletas...), porque no van a salir con todas ellas a tomar un café. Esto es algo que no se puede evitar y es un problema porque nadie se hace cargo de ello, ni la sede, ni nosotros... Obviamente el asistente no entiende por qué no está protegido en estos casos.

3. Hasta ahora han respondido a nuestras expectativas: cuando hemos tenido algún percance como que un asistente se ponga enfermo fuera de España o siniestros en sedes, la aseguradora ha respondido satisfactoriamente.

LA VOZ DE LAS ASEGURADORAS

1. ¿Qué nuevos riesgos existen que antes no se cubrían?
2. ¿Qué es lo que más preocupa a las empresas cliente?
3. En cuanto a producto, ¿qué es lo más novedoso que ofrecen?

Pablo Moreno, subdirector general de negocio Europ Assistance España

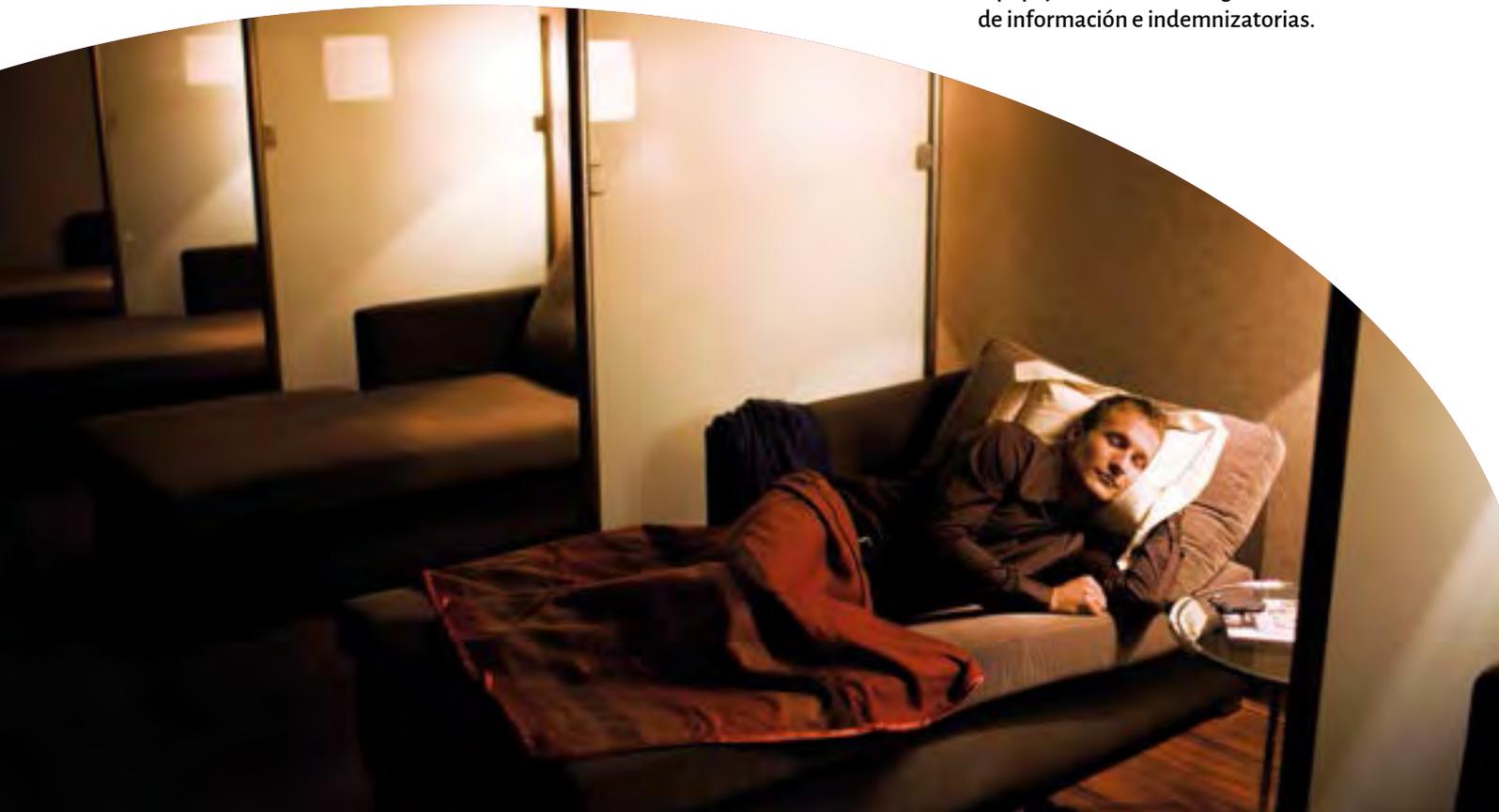
“Hay nuevas inseguridades que están surgiendo relacionadas con Internet”

1. Actualmente, además de los riesgos tradicionales y financieros, nos enfrentamos a diario con nuevas inseguridades relacionadas con el envío y recepción de datos, peligros asociados a la tecnología y nuevos delitos que están surgiendo en los entornos de Internet, sobre todo, aquéllos enmarcados en el ámbito de los viajes de negocios.

2. La salud, el cuidado y una compañía que tenga capacidad de respuesta en situaciones complejas son los factores que más preocupan en el momento del viaje. Las empresas que tienen contratados seguros para sus empleados expatriados, por ejemplo, procuran cubrir

sobre todo las prestaciones que se refieren a la salud. Otros factores son la pérdida o retraso de equipaje, las demoras en los viajes o el regreso anticipado cuando un familiar es hospitalizado o fallece.

3. Como novedad hemos creado un seguro de asistencia en viaje integral para expatriados, familiares y empleados de las empresas cliente con cobertura durante el desplazamiento profesional. Esta póliza combina garantías de asistencia de Europ Assistance y mejoras relacionadas con la salud de Generali, con cinco grupos de cobertura: asistencia médica y repatriación, equipajes, asistencia legal, servicios de información e indemnizatorias.





Ignacio Tutuni, gerente comercial
Assist-Med (Argentina)

“Una de las principales necesidades de las empresas es cuidar la tecnología que el viajero lleva consigo”

1. Tenemos un compromiso: el de cubrir cualquier eventualidad que pueda surgir durante un viaje ofreciendo soluciones que respondan de manera exacta a lo que el viajero o grupo necesita en ese momento.

Una de las necesidades principales del viajero corporativo que se ha desarrollado con el tiempo es cuidar la tecnología que lleva consigo (*smartphones*, tabletas, ordenadores, cámaras fotográficas y de vídeo...). Teniendo en cuenta esta preocupación generalizada, creamos hace dos años la línea SmartTrip, nuestra gama de productos Premium, que protege al viajero ante el robo de sus equipos tecnológicos. Otra de las pólizas cuya demanda está aumentando es la que incluye una cobertura más amplia en caso de

enfermedad y la que protege ante el *late arrival* y consiguiente pérdida de otros servicios contratados. Nosotros asumimos las penalizaciones por cambios y los nuevos billetes que pueda generar este trastorno. También atendemos a perfiles de viajeros de negocio que antes no se tenían en cuenta, como puede ser a la futura mamá ante emergencias relacionadas con el embarazo (hasta la semana 32 de gestación).

2. Toda empresa que envía a sus empleados al exterior necesita tranquilidad y una compañía aseguradora sólida, con soluciones concretas ante las eventualidades que puedan surgir para que el representante pueda centrarse en cumplir sus tareas, sin preocuparse por nada más.

3. Además de Smart Trip, nuestros productos incluyen una prestación muy importante: la sustitución de la persona que se desplaza, lo que permite que la empresa pueda reemplazar a su representante cuando éste no pueda cumplir su objetivo por motivos de salud, haciéndonos cargo del billete y de los gastos de hotel de quien viaja en su lugar durante cinco días. Asimismo, hemos lanzado un servicio de alquiler de teléfonos móviles en Estados Unidos: Rental Phone permite estar online durante el viaje y permite llamar de forma ilimitada a todo el país y a hijos de Argentina.



Ana Dueñas Vinuesa, directora general
ERV Europea de Seguros de Viaje

“Cada vez hay más desplazamientos a destinos de riesgo para trabajar en proyectos puntuales”

1. En los últimos tiempos, las complicaciones del viajero han ido variando, en muchas ocasiones por cuestiones ajenas al asegurado. Nubes volcánicas, accidentes, situaciones excepcionales como terremotos o huelgas de los medios de transporte... Estas circunstancias han cambiado el enfoque de los seguros, que ahora ofrecen cobertura ante estas situaciones. Existen nuevos riesgos relacionados con la seguridad del viajero. Cada vez hay más desplazamientos a destinos de riesgo para trabajar en proyectos puntuales. En nuestro caso, ofrecemos cobertura para este tipo de viajes.

2. Su objetivo principal es que sus empleados viajen con la máxima seguridad y que, en caso de sufrir cualquier problema durante el viaje, puedan contar con la ayuda de una empresa especializada, con cobertura mundial y que les ofrezca una respuesta ante cualquier situación. Es muy importante para ellos disponer de un especialista que resuelva de manera urgente situaciones imprevistas que puedan vivir sus empleados. Por otro lado, como es lógico, otro de sus objetivos es evitar gastos inesperados que puedan derivarse de un problema de sus trabajadores durante el desplazamiento. Si un empleado sufre un accidente o un problema médico,

los costes de una hospitalización en destinos de Asia o Estados Unidos son muy elevados. Sin duda, contar con un seguro de viaje aporta tranquilidad a la empresa ante estas situaciones.

3. Para desplazamientos de negocios contamos con Business Star, un seguro realmente competitivo que cubre gastos médicos ilimitados en el extranjero. Gracias a esta cobertura, si el profesional desplazado sufre cualquier accidente o enfermedad, está cubierto en todos los gastos médicos, quirúrgicos o de hospitalización que sean necesarios sin límite de ningún tipo. El producto cuenta además con coberturas como pérdida o demora de equipaje, recuperación de datos en caso de daños/ fallos en el equipo informático, cobertura ante retrasos, repatriación, responsabilidad civil o indemnización por secuestro...



Javier Ruz, responsable de Business Travel
Intermundial

“A las empresas les preocupa no estar al día de los nuevos riesgos y cómo cubrirse ante ellos”

1. El mero hecho de incrementar el número de viajes y a más países es en sí mismo un aumento del riesgo. El nacimiento de nuevos conflictos o situaciones de inestabilidad política, incluso el propio clima, pueden generar repentinos problemas de movilidad o incluso derivar en catástrofes. También destacaría la expansión y nuevas formas de delincuencia y terrorismo, la evolución de enfermedades y la expansión de los brotes, así como fenómenos geológicos impredecibles.

2. Precisamente estar al día de los nuevos posibles riesgos, qué posibilidades existen de cubrirse ante ellos y cómo. También preocupa saber cuál es la protección adecuada en cada caso y el coste, así como conocer bien la operativa en caso de incidencia y el modo de proceder más adecuado. A su vez, tienen en cuenta hasta dónde se puede reclamar.

3. Lo mejor que podemos ofrecer es el trabajo conjunto y el análisis de cada caso, con la mayor racionalización y simplificación del coste en la solución más adaptada. Existen productos específicos como seguros de anulación propios para el *business travel*, que permiten cancelar sin justificación; seguros de accidentes contratables por sí solos o para reforzar coberturas u otros seguros para la celebración de eventos y protegerse de cancelaciones.





DESTINO: BUENOS AIRES

Mil caras, un rostro

La capital argentina es tan contundente como el temperamento de sus habitantes: la personalidad del porteño se percibe en cada uno de sus barrios, con múltiples declinaciones que abarcan desde la atmósfera bohemia de San Telmo a la elegancia refinada de Recoleta. Buenos Aires es más que una ciudad: es un poliedro de múltiples facetas unidas por un sentimiento: el de ser la capital de Latinoamérica y un reducto de Europa en el continente con personalidad propia.

Por **Guadalupe Araoz**
Fotos: **Alex Notte**

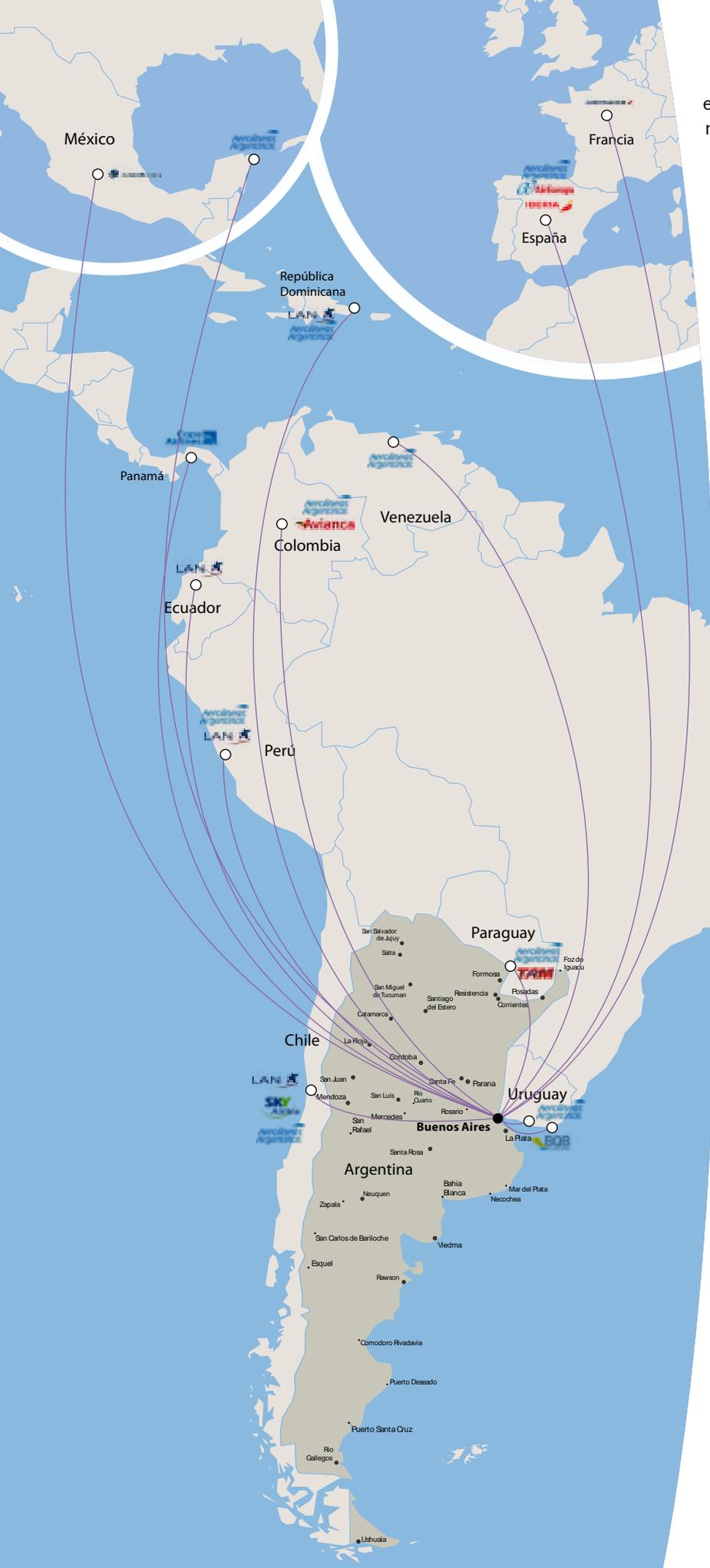
Recostada sobre el margen derecho del Río de la Plata, La Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) es para muchos la capital de Sudamérica. Con aproximadamente tres millones de habitantes en el corazón de una de las áreas metropolitanas más pobladas del mundo, fue la puerta de entrada de las corrientes migratorias europeas: desde hace dos siglos han afinado una personalidad en la que se funde lo nativo con lo europeo, dando lugar a una identidad propia que genera filias y fobias en torno a un fuerte carácter escondido bajo un acento que a tantos enamora.

Más de 25 compañías aéreas ofrecen vuelos directos hacia el país. El Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini, más conocido como Ezeiza, alberga el tráfico internacional y se sitúa

a 35 kilómetros del centro. Desde el aeródromo Jorge Newbery, junto al estuario de La Plata y próximo al centro, se operan los vuelos domésticos y algunas líneas con destino a las capitales de los países vecinos. Muy cerca, el puerto de Buenos Aires recibe los grandes cruceros, así como los buques y *ferries* que conectan Argentina con la República Oriental del Uruguay.

Ciudad artística

Los 48 barrios, fachadas antiguas y gran cantidad de elegantes cafés y teatros inspiraron e inspiran a numerosos artistas: en Buenos Aires cantó por primera vez Carlos Gardel, nació Jorge Luis Borges y vivió su infancia Julio Cortázar. El corazón de Argentina es ante todo un destino turístico de primer orden: la capacidad hotelera de Buenos Aires supera las 30.000 camas



en hoteles que incluyen desde cadenas internacionales de cinco estrellas hasta coquetos establecimientos *boutique*, a los que se suman otras opciones más económicas. Los viajeros, ya sea por placer o por trabajo, suelen completar sus programas con sesiones de *shopping* en los centros comerciales y gran cantidad de propuestas de *outlet* que sirven de excusa para pasear por barrios como el de Palermo.

Ninguna estancia será completa si no incluye la degustación del tesoro nacional: la carne. Buenos Aires alberga once de los reconocidos como 50 mejores restaurantes de América Latina según la publicación William Reed Business Media, de referencia en el continente. Cualquier cita de negocios o programa de incentivo que se precie culminará en un buen asado: no hay mejor momento para descubrir la contundente personalidad de los argentinos.

Incentivos MICE

La afinidad cultural con Europa se traduce en que los grupos latinoamericanos perciban una sensación de modernidad compatible con cierto toque aristocrático y que los europeos se sientan como en casa. Que Buenos Aires sea el polo económico y universitario más importante del sur americano implica que acoja todo tipo de congresos y eventos. No le falta infraestructura para ello: los centros de convenciones, recintos feriales y salones generan más de 150.000 m².

Entre los más grandes: **Costa Salguero** y **La Rural** pueden albergar 4.800 y 8.300 personas respectivamente. Los museos, clubes, centros culturales y *venues* singulares generan posibilidades paralelas que se verán ampliadas con la inauguración en 2015 del nuevo Centro de Convenciones y Exposiciones. Para fomentar la organización de eventos profesionales existe una ley que absuelve del pago del Impuesto al Valor Agregado a los extranjeros que participen en congresos, convenciones y ferias internacionales dentro de todo el territorio argentino.

Nuevo centro de convenciones

Se espera que pueda ser utilizado en el congreso anual de ICCA (International Congress and Conventions Association) en noviembre de 2015, para una inauguración oficial y un uso completo a principios de 2016. El recinto, completamente subterráneo, se ubicará debajo del nuevo parque

que enlazará la Facultad de Derecho y el parque Thays. Dotado de los últimos sistemas de producción de energía renovable, las instalaciones se alimentarán con los paneles solares instalados en el exterior. En el interior, cinco salas polivalentes podrán albergar eventos de hasta 5.300 personas. El espacio principal, divisible en tres, servirá para reunir hasta 4.500 asistentes en formato teatro. Una sala auxiliar de 800 m² podrá ser dividida en dos espacios. 18.000 m² se destinarán a ferias y exhibiciones y se añaden a los 2.200 m² de *foyer* acristalado con vistas a una cortina de agua.



Puente de La Boca

Eventos de diseño

En 2005 Buenos Aires fue elegida Ciudad del Diseño por la UNESCO. El Distrito de las Artes, que comprende parte de los barrios de La Boca, Barracas y San Telmo, fue definido en el año 2012 con la intención de hacer del arte el motor económico de la zona sur de la ciudad.

Dentro del circuito de *venues* singulares se encuentra **La Usina del Arte**, un centro cultural multidisciplinario de estilo renacentista florentino construido en 1916 y recientemente declarado Patrimonio Histórico de la Ciudad. Ubicado en el barrio de La Boca, en su sala de conciertos se pueden organizar eventos de hasta 1.200 personas, mientras que la capacidad máxima de la sala de la orquesta de cámara puede albergar 400 invitados.



La Boca es mucho más que La Bombonera, templo de los creyentes del Boca Juniors, o Caminito, referencia del color de Buenos Aires y los locales donde disfrutar de la elegancia que desprende la música argentina. Es también un barrio lleno de dinamismo.

Entre las novedades del Distrito de las Artes también está el **Centro Metropolitano de Diseño** (CMD), en el barrio de Barracas: destaca por las modernas instalaciones que ocupan el espacio de lo que fue un enorme almacén perteneciente a una fábrica de pescado. Incluye doce salas destinadas a eventos con capacidad entre 50 y 200 personas. La calle interna principal, construida con adoquines, ya se ha utilizado para desfiles de moda con 1.300 espectadores.

Casco histórico

Compuesto por los barrios de San Telmo y Monserrat, alberga la mayor parte de los edificios antiguos de la ciudad. Los balcones y patios con aljibe que desembocan en calles empedradas adornadas con farolas; los museos; los mercadillos que salpican las plazas principalmente los fines de semana; los elegantes cafés y numerosos locales de anticuarios... tienen aún más encanto cuando algún porteño abre las ventanas y deja que se escuche un tango.

En San Telmo, allí donde Borges y Sábato encontraban a sus musas, está el **Museo de Arte Moderno** (MAMBA), en un edificio de 1918 de arquitectura neorenacentista italiana. El auditorio se utiliza para eventos de hasta 270 personas que pueden incluir una visita guiada de las exposiciones vigentes.

Inspirado en los años 30, el hotel **Intercontinental** incluye en sus 20 pisos 309 habitaciones y 16 salas para reuniones. La mayor capacidad es de 910 personas en auditorio, siendo el salón principal, sin columnas, el más grande de la ciudad.

Microcentro

El conocido como Microcentro es el distrito financiero de Buenos Aires, sede de la Casa Rosada, la Catedral Metropolitana, el antiguo Cabildo que recuerda el pasado español y la mayoría de oficinas de la capital. La actividad nocturna es escasa, en contraposición con la efervescencia y movimiento que registra durante el día esta

La Usina del Arte

suerte de City bonaerense en la que se mueven muchos negocios entre América Latina y el mundo.

Aquí se encuentra el hotel **NH City & Tower**, con 369 habitaciones y once salones con capacidad entre seis y 500 personas. Destacan las vistas de la piscina, desde donde contemplar el corazón del casco histórico, la Plaza de Mayo y los edificios circundantes.

Es un buen lugar para comprobar cómo el Microcentro se sitúa en la conjunción de lo que es Buenos Aires: el carácter bohemio del vecino San Telmo y el *glamour* de Puerto Madero.

Puerto Madero

Este distrito residencial de lujo fue construido sobre tierra ganada al Río de La Plata en una zona que antiguamente formaba parte del puerto. La reconversión de los hangares ha dado lugar a una exclusiva zona que reúne buena parte de la oferta nocturna para los bonaerenses más selectos.

El hotel **Hilton** cuenta con un impresionante vestíbulo con techo de vidrio y 417 habitaciones con vistas a la ciudad y el estuario. El centro de convenciones, con acceso independiente, incluye 13 espacios y el salón más grande de la ciudad en un hotel de cinco estrellas: puede albergar eventos de hasta 2.000 personas.

San Nicolás

El barrio más céntrico de la ciudad fue uno de los primeros en ser habitados por los emigrantes europeos. El hotel **Panamericano**, que data de principios del siglo pasado, es un icono de la hotelería bonaerense: junto al Obelisco de la Avenida 9 de Julio, principal arteria de la capital, el Teatro Colón y la siempre animada calle Corrientes, ofrece entre sus servicios la gastronomía del emblemático restaurante **Tomó I**, considerado por The Economist como el Mejor restaurante del mundo para una comida de negocios. Además de esta referencia para comidas y cenas, cuenta con 362 habitaciones y 20 salas modulables para eventos de entre seis y 850 personas. Entre los detalles que más destacan

sobresalen las arañas de cristal del Gran Salón Panamericano, réplicas exactas de las que decoran el Salón Dorado del Teatro Colón.

Este último edificio, que en 2008 cumplió 100 años, es conocido mundialmente por la calidad de su acústica. Merece la pena consultar la agenda de conciertos a la hora de organizar un incentivo.

Retiro

Los barrios más exclusivos de Buenos Aires se sitúan al norte. En Retiro está otro de los *venues* singulares de Buenos Aires: en el **Museo de Arte Hispanoamericano Isaac Fernández Blanco**, de estilo neocolonial, donde se pueden organizar actos para un máximo de 150 personas que incluyan la visita de la exposición.

Está formada por obras de arte colonial americano, destacando la colección de violines y el Guarnerius del Gesù de 1732. Es el lugar idóneo para una cena de gala amenizada con un concierto de música de cámara.

El barrio de Retiro abarca una parte del distrito financiero y del área residencial que rodea la Plaza San Martín. Otra edificación notable de la zona es la Torre Monumental o Torre de los Ingleses que fue donada a Buenos Aires por el Reino Unido en 1916.

Frente a ella se encuentra el **Sheraton Buenos Aires Hotel & Convention Center**, con 740 habitaciones, cinco pisos ejecutivos y cancha de tenis. Ofrece 19 salas para reuniones con capacidad máxima para 1.800 personas en el mayor de sus espacios.



Cabildo en Microcentro



Puerto Madero



El tango sugiere reunión...

Buenos Aires,

El mejor destino para reuniones y convenciones.



www.buenosairesbureau.com

bureau@buenosairesbureau.com

+5411 4777 5930/31

Recoleta

En el barrio donde descansa Eva Perón está uno de los emblemas de la modernidad en materia de hotelería, el elegante hotel **Alvear Art**, con 137 habitaciones, que se ha hecho famoso por varios motivos: la cocina contemporánea del *chef* Daniel Codoy y los cócteles de autor de Renato Giovannoni se han puesto de moda en la capital. Además, merece la pena recorrer los pasillos para apreciar las obras de artistas plásticos argentinos y piezas de escultura contemporánea. Cuenta con dos salas para reuniones de hasta 14 personas y un salón de eventos para un máximo de 260 invitados.

El mismo grupo cuenta con el **Alvear Palace**, de estilo más clásico y recientemente renovado: incluye once salones para un máximo de 500 personas en cóctel en el mayor de ellos, piscina interior con circuito de *spa* y 192 habitaciones de estilo Luis XVI e Imperio.

El **Four Seasons** ocupa el espacio de una torre contemporánea conectada con el Palacio Álzaga Unzué, una mansión remodelada de principios del siglo pasado de estilo neoclásico francés. El hotel ofrece 116 habitaciones, incluidas siete *suites* en la mansión, y doce salones con capacidades entre 55 y 450 personas. Recoleta es la imagen de la versión argentina de alta alcurnia y por eso también aglutina pequeños hoteles

boutique que recuerdan la *Belle Époque* parisina. Las marcas de lujo internacionales también han elegido este barrio.

El **Park Hyatt** es un estandarte del lujo más exclusivo. Compuesto por dos edificios, cada uno con entrada propia e interconectados, ofrece 165 habitaciones, piscina cubierta semi-olímpica, una galería de arte donde se exponen las obras de artistas renombrados y una vinoteca donde degustar los mejores vinos locales. Los salones se utilizan para eventos entre 12 y 300 participantes, contando además con un jardín ideal para recepciones y actos durante los que disfrutar del buen tiempo.

La primavera y el otoño australes son el mejor momento para disfrutar de las suaves temperaturas de una ciudad que hace años olvidó el frío intenso. Sin embargo Buenos Aires nunca olvida su pasado europeo, al mismo tiempo que defiende a ultranza una personalidad poderosa forjada a base de influencias.

Para los argentinos Buenos Aires es otra América. Y tienen razón.

Teambuilding e incentivos en Buenos Aires



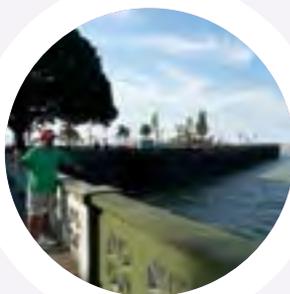
Clases de tango

Las numerosas tanguerías y centros culturales, situados en antiguos salones o clubes de barrio, dictan clases de baile para grupos donde los principiantes entrenan el dominio del paso básico: ocho simples movimientos que pueden aprenderse en pocas horas.



Partidos de polo

El deporte nacional, siempre que el fútbol lo permite, es utilizado para incentivos que incluyen la visita de los campos de entrenamiento en los que existe la posibilidad de organizar partidos privados para jinetes experimentados: una buena excusa para conocer el mundo del caballo.



El Río de La Plata

En un día de navegación se puede recorrer la costa con una privilegiada vista de Puerto Madero, rumbo hacia el norte y el puerto deportivo de Olivos, admirando las soberbias mansiones de los barrancos de San Isidro y recorriendo los sinuosos canales del delta del Tigre.



Tradición en Areco

Al norte de la provincia de Buenos Aires, a 110 kilómetros del centro, la cuna de la cultura gaucha es un pueblo ideal para disfrutar de un buen asado tras admirar la maestría de los jinetes en el manejo del ganado. Antiguas estancias coloniales albergan hoteles con mucho encanto.



Iguazú: el reino del agua

Iguazú es uno de esos lugares del mundo que hay que visitar al menos una vez en la vida. Hay quien prefiere hacerlo por el lado argentino, desde el que es posible remontar el río y adentrarse en el corazón de las cascadas. Las subidas de adrenalina están garantizadas cuando uno se encuentra debajo de las inmensas caídas, que impresionan aún más desde abajo. Desde el lado brasileño la panorámica es aún más impresionante, especialmente la de la Garganta del Diablo. De hecho se cuenta que “desde Argentina se viven las cataratas y desde Brasil se ven”.

Un Parque Nacional Fronterizo

A 1.345 kilómetros por carretera de Buenos Aires y cerca de dos horas en vuelo directo, El Parque Nacional de las Cataratas de Iguazú es Patrimonio de la Humanidad, considerada una de las Siete Maravillas de Mundo y sirve de frontera entre los dos gigantes y Paraguay. El río Iguazú, que significa en guaraní “agua grande”, nace en el estado brasileño de Paraná y desemboca en el río del mismo nombre en la provincia argentina de Misiones.

A través de las pasarelas se pueden admirar los 270 saltos de agua hasta culminar en la emblemática Garganta del Diablo. Las partículas de agua parecen luchar por precipitarse

a un vacío de 80 metros de altura. La naturaleza ofrece un espectáculo gratuito único en el mundo que todos los organizadores de incentivos incluyen en su paso por la zona.

Puerto Iguazú

A 20 kilómetros de las cascadas está su capital. La infraestructura hotelera abarca hoteles de todas las categorías, con varios establecimientos especializados en la captación de congresos y convenciones.

El **Amérian Portal del Iguazú**, alberga un centro de convenciones y eventos con capacidad para 750 personas en auditorio. Con 103 habitaciones, incluye en el piso superior un *spa* con impresionantes vistas a dos ríos y tres países. El **Loi Suites Iguazú Hotel** también se ofrece para grupos MICE gracias a sus 109 habitaciones y cinco espacios para eventos de hasta 400 participantes. En plena selva, los invitados pueden disfrutar de los ruidos de la naturaleza en sus bonitos jardines.

El **Sheraton Iguazú Resort & Spa** es uno de los clásicos en la recepción de grupos. El hotel tiene 176 habitaciones con la

particularidad de ofrecer vistas a las cataratas. La espuma que genera la caída despierta la impaciencia de los recién llegados que aún no han visitado el Parque Nacional. Además, cuenta con cinco espacios para eventos con capacidad para 600 personas en teatro en el mayor.

La **Aldea de la Selva Lodge & Spa** responde a una iniciativa hotelera que defiende el cuidado del entorno. Compuesto por 24 cabañas, cuenta con cuatro espacios para grupos, con capacidad máxima para 180 personas en teatro, y un *open grill* muy utilizado para banquetes de hasta 60 comensales. Algunos receptivos organizan cenas temáticas con presencia de indígenas guaraníes que presentan sus cantos y danzas. Los participantes pueden atreverse a ejercer de músicos tocando algunos de los instrumentos utilizados durante el espectáculo que recuerda que ésta es una zona de selva cuya población lucha por defender su lugar.

Incentivos en la región

En el Parque Nacional se pueden organizar salidas de turismo activo con tirolesa, incursiones en las cascadas o cruceros para los organizadores que buscan actividades más apacibles. Pero la región de Misiones también ofrece salidas culturales de gran interés. El nombre procede de la instalación de los jesuitas que llegaron con el objetivo de evangelizar la zona poblada por los guaraníes. A 240 kilómetros de Puerto de Iguazú se encuentra uno de los mejores testimonios de su presencia: en las ruinas de San Ignacio los visitantes descubren los métodos empleados por los misioneros para atraer a los locales, con un recorrido nocturno teatralizado en el que los propios indios “explican” su experiencia.

Los Saltos de Moconá es otra proeza de la naturaleza: a 322 kilómetros de Puerto de Iguazú, se trata de la única falla en el mundo que recorre transversalmente un río. Esta cascada longitudinal de tres kilómetros se observa desde las barcas que recorren el río Uruguay, cuyo caudal está controlado desde Brasil y de las presas depende la altura de la caída.

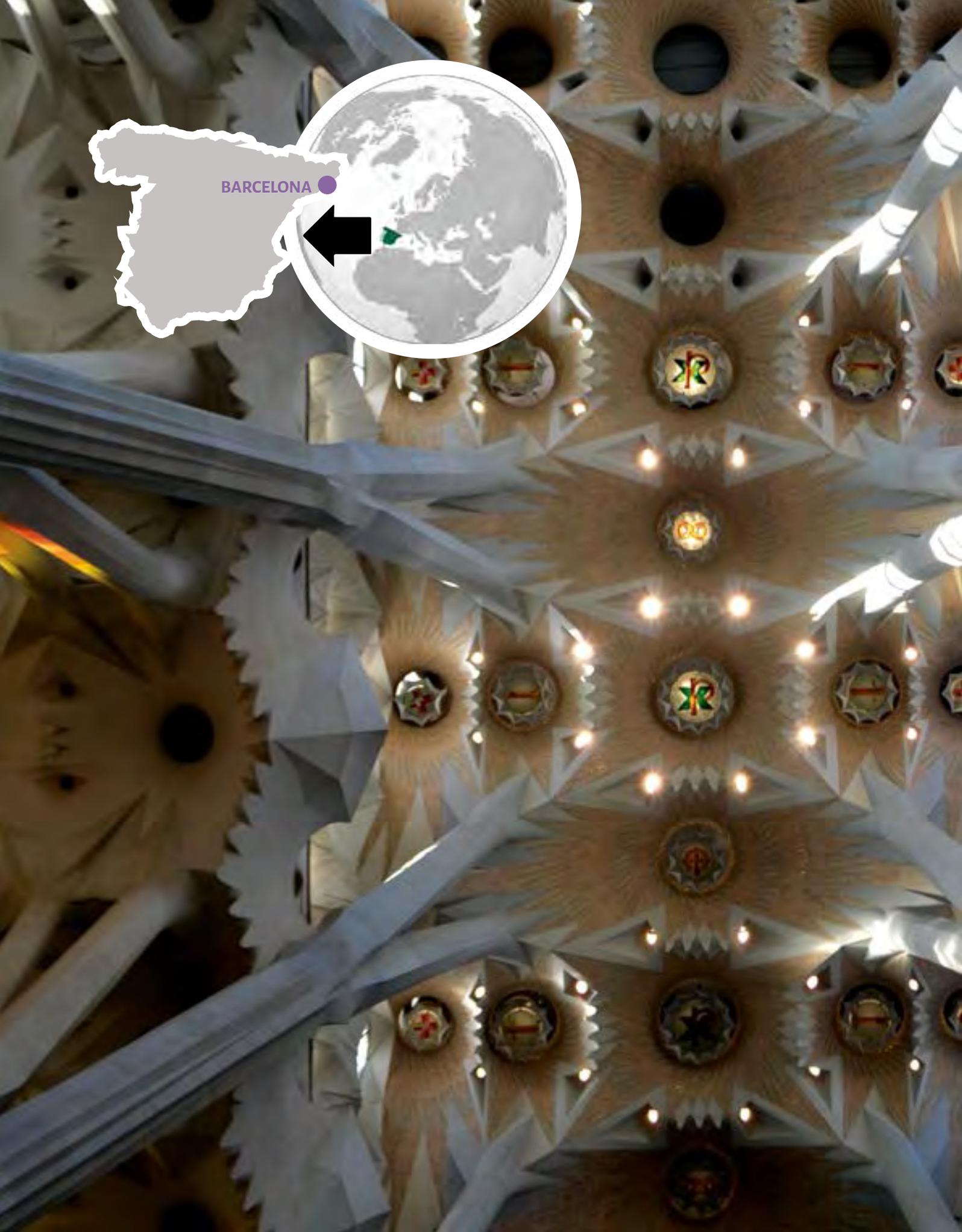
Aunque coincida con un día de poca altura, es todo un espectáculo circular por un río con una cascada transversal.





Argentina
By them, by you
meetings.argentina.travel







Destino: Barcelona

Ella tiene poder

Barcelona es una ciudad única, quizá la más cosmopolita de España, que ha sabido fusionar músicas y culturas de aquí y de allá y conservar sus tradiciones. Es una ciudad grande y pequeña al mismo tiempo. Sol, playa, montaña, deporte, cultura, tecnología, arte, moda, gastronomía, vanguardia e historia, todo se funde en una ciudad viva, moderna y mediterránea, abierta al mar y al mundo.

Por **Javier García**

En la década de 1980, Barcelona puso en marcha un concienzudo plan estratégico para impulsar el turismo MICE, que ha vivido al margen de intereses particulares y colores políticos y partidistas y que ha hecho de la ciudad uno de los principales destinos mundiales para la organización de congresos, convenciones y eventos.

22@

Bajo la premisa de modernidad, de ciudad tecnológica del futuro, de laboratorio urbano, emerge un proyecto de renovación urbanística, el 22@, que fusiona espacios modernos diseñados por arquitectos de renombre internacional con antiguas fábricas de ladrillo y altas chimeneas. Se trata de un total de 200 hectáreas de suelo industrial del barrio de Poblenou, que acogerán actividades intensivas en conocimiento, en las que priman la tecnología, la comunicación y la investigación. Aunque todavía quedan años para su conclusión definitiva, esta renovada zona, perfectamente comuni-

cada con el centro de la ciudad, ya alberga museos, edificios de viviendas, universidades, empresas tecnológicas, grandes hoteles, el impresionante edificio del Fòrum o el Centro de Convenciones Internacional Barcelona (CCIB), cuya capacidad de hasta 20.000 delegados le convierte en el palacio de congresos de mayor envergadura del sur de Europa.

El nuevo espacio también cuenta con varios hoteles capaces de acoger todo tipo de eventos como el **Pullman Barcelona Skipper** de cinco estrellas. Ubicado cerca de la playa, dispone de 241 habitaciones, dos piscinas exteriores, gimnasio, *spa*, así como de varias salas de reunión con capacidad máxima para 800 personas. Otro ejemplo de la variedad de oferta de la zona para el sector MICE, en este caso para presupuestos más reducidos, es el **Bestprice Diagonal** también próximo a la playa y al Fòrum. Destaca el bonito anfiteatro con entrada independiente para presentaciones y reuniones con pasillo que se avanza entre el público.

Sobre este antiguo suelo industrial de la Barcelona del diecinueve se alza la singular Torre Agbar, en la Plaza de las Glorias, un icono que dibuja el *skyline* de la ciudad. Sus arquitectos, Jean Nouvel y Fermín Vázquez, idearon una estructura de hormigón armado, recubierta con una fachada de vidrio que se ilumina en diferentes colores por la noche. El imponente rascacielos, de 34 plantas y 145 metros de altura, es hoy una singular puerta de entrada al 22@ y futura sede de un hotel de lujo bajo la insignia Grand Hyatt.

Urbanismo a la altura

Además de la Torre Agbar, son varios los rascacielos de la zona ocupados por hoteles: el Hotel Arts, en la Vila Olímpica; el Habitat Sky; el Hotel Porta Fira, frente a las instalaciones de Fira Barcelona Gran Via 2, o el curioso Hotel W... todos están ubicados de forma estratégica, a modo de esculturas urbanas, y perfectamente integrados en el entorno, algo que no pueden decir hoy todas las ciudades.

El **hotel W**, popularmente conocido como hotel vela, de cinco estrellas, obra de Ricardo Bofill, dispone de 473 habitaciones y 3.000 metros cuadrados para la celebración de eventos.

A escasos metros de la Torre Agbar, una estructura futurista rematada con un techo-espejo sirve de resguardo para Los Encantes de Barcelona, un mercado tradicional de herencia medieval en el que adquirir todo tipo de objetos antiguos, nuevos o artesanales. Para los amantes del diseño, y sin salir de la Plaza de las Glorias, el carismático edificio del Disseny Hub Barcelona, del estudio MBM Arquitectes, es la sede del Museo del Diseño de Barcelona, e integra las colecciones del Museo de las Artes Decorativas, el Museo de Cerámica, el Museo Textil y de Indumentaria y el Gabinete de las Artes Gráficas.

Un antes y un después

Al sur del 22@, se encuentra la Vila Olímpica, un barrio ideado y creado como muchas otras obras arquitectónicas de la ciudad para la celebración de los Juegos Olímpicos de Barcelona de 1992. Y es que la organización de este evento deportivo internacional supuso un antes y un después para Barcelona. Se remodeló el antiguo Estadio Olímpico, se construyeron el Palau Sant Jordi y el

Puerto Olímpico, se modernizó el aeropuerto internacional de El Prat, hoy el segundo en número de pasajeros de España por detrás del de Madrid, y se crearon las rondas del Litoral y de Dalt, el cinturón viario de alta capacidad de la ciudad.

La Vila Olímpica en la actualidad es un barrio de viviendas a orillas del mar, un entorno ideal para bañarse, para practicar deportes al aire libre o para pasear andando o en bicicleta, que cuenta con una surtida oferta de bares, restaurantes y discotecas.

Sin dejar la costa barcelonesa, encontramos La Barceloneta, un antiguo barrio de pescadores que conserva su encanto y sus costumbres y que ofrece al visitante una gran gastronomía local. Es el rincón ideal para disfrutar de las tapas tradicionales, de las patatas bravas estilo Barcelona, del pescadito frito, de gambas al ajillo o mejillones al vapor, de suculentas paellas maridadas con fresco vino blanco del Penedès o degustar un clásico del barrio: la bomba, una especie de croqueta hecha a base de carne picada y patata.

Las Ramblas

Si hay en Barcelona un paseo al que no se puede renunciar es el que conecta la estatua-mirador de Colón con la Plaza de Cataluña, el centro neurálgico de la ciudad, a lo largo de 1.200 metros y a través de una de sus calles más emblemáticas: La Rambla.

En un palacio de seis plantas de estilo *art nouveau*, catalogado como monumento histórico de la ciudad y antiguo taller-joyería de Bagués-Masriera, se alza el **hotel Bagués**, un establecimiento de cinco estrellas, con 31 habitaciones, cada una de ellas pequeñas joyas de diseño y buen gusto.

Piedra volcánica, ébano, polvo de oro, mármol con fósiles integrados, materiales nobles y elementos de diseño y vanguardia se fusionan en este espacio privilegiado muy recomendable para grupos de incentivo. Inaugurado hace cuatro años, cuenta con gimnasio, sauna, *spa* y una pequeña piscina en la terraza. Es un lugar idóneo para disfrutar de las especialidades de la carta fría del restaurante u organizar un cóctel bajo la luz de la luna, siempre admirando las privilegiadas vistas. Una sala de reuniones puede acoger un máximo de 22 personas.



Barcelona histórica

Del establecimiento hotelero parten interesantes rutas por el centro de Barcelona, como la que lleva al efervescente barrio de El Born, donde disfrutar de su arquitectura medieval, de sus calles serpenteantes, de sus edificios de piedra y de joyas góticas como la imponente Basílica de Santa María del Mar. Bares singulares y alternativos y restaurantes con encanto, así como pequeñas tiendas de ropa y diseño y museos como el de Picasso harán las delicias del caminante.

Un recorrido por el pasado, por el centro de Barcino, la ciudad romana, y por la Barcelona medieval y judía es lo que ofrece una de las zonas con mayor encanto de la ciudad: el Barrio Gótico. La Catedral de Barcelona preside el barrio con su imponente figura, sus vistosas vidrieras y su cimborrio de 70 metros de altura. Desde la catedral, el mejor consejo es dejarse perder por sus calles y plazas.

Barcelona contemporánea

Otra ruta a tener en cuenta parte de La Rambla hacia el vecino barrio de El Raval, donde se encuentra un enclave ineludible: el Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (MACBA). Se trata de un espacio moderno creado por Richard Meier que dispone de varias salas y espacios para la organización de congresos, reuniones, bodas y banquetes. El atrio, parte principal del museo, es una gran sala diáfana de 500 metros cuadrados con capacidad para 300 personas en banquete. El MACBA, cuya van-

guardista silueta contrasta con el resto de edificios del barrio de El Raval, cuenta también con un versátil auditorio con capacidad para 200 personas. Como complemento para los eventos, ofrece visitas guiadas a la carta por espacios inaccesibles para el público general, así como talleres de restauración y actividades para hacer en grupo.

El MACBA ha adquirido el convento anexo y es una excelente opción para congresos y eventos

El MACBA adquirió a principios de 2014 el vecino convento Dels Àngels, un edificio gótico con una excelente terraza en el que se podrán organizar congresos y eventos: un espacio realmente único que el museo está restaurando en la actualidad y que tiene previsto inaugurar este primer trimestre de 2015.

La sala central del convento tendrá capacidad para 170 personas en banquete, mientras que la capilla podrá acoger a 180 personas sentadas. El renovado auditorio, ubicado en la segunda planta, servirá para sesiones de hasta 200 participantes.

Destino de *shopping*

En la Plaza de Cataluña nacen las principales calles comerciales de la



Casa Batlló en el Paseo de Gracia

ciudad. La más conocida, el Paseo de Gracia, concentra las mejores marcas y firmas nacionales e internacionales de moda, joyería y complementos. Pasear por esta ancha avenida es como deambular por un museo de modernismo, en este caso, al aire libre.

Son muchos los edificios construidos bajo las directrices de insignes arquitectos del modernismo catalán como Antoni Gaudí, creador del Parque Güell y la eterna Sagrada Familia; Josep Puig i Cadafalch o Lluís Domènech i Montaner.

Especial mención merecen dos obras de Gaudí: la Casa Milà, también conocida como La Pedrera, declarada en 1984 Patrimonio Mundial de la Unesco y que estrena fachada tras meses de rehabilitación, y la **Casa Batlló**, un edificio indescriptible, original y único, y un marco incomparable donde organizar eventos exclusivos de toda clase. Son varios los salones y espacios que ofrece esta emblemática obra arquitectónica del modernismo para la celebración de reuniones profesionales, presentaciones de producto y ruedas de prensa e, incluso, banquetes, todos ellos de una extraordinaria belleza y gusto estético. La onírica joya de Gaudí, equipada con modernas cocinas y *offices*, dispone de más de 3.000 metros cuadrados de salones, divididos en los espacios Cocheras y Carboneras, Desván y Chimeneas, Sala

Jujol y Planta Noble, que cuenta con una terraza.

Clásicos

En la esquina con la calle de Valencia, y con casi un siglo de historia, se encuentra el **Majestic Hotel & Spa Barcelona**, cinco estrellas gran lujo y un clásico de la ciudad. 275 habitaciones con baños vestidos en mármol y *amenities* de Bulgari: este establecimiento ubicado en el corazón del Cuadrado de Oro de Barcelona es un placer para los sentidos. El prestigioso hotel cuenta con varias salas para reuniones totalmente equipadas: una de ellas, el Salón Mediterráneo, con más de 600 metros cuadrados, ofrece una superficie difícil de encontrar en el centro de la ciudad. Además, dispone de una gran terraza con piscina en la azotea con capacidad para 150 personas, ideal para cócteles.

Otro clásico, éste en la Avenida Diagonal, es el **Fairmont Rey Juan Carlos I**, un imponente edificio de 432 habitaciones y 24 salones para la organización de eventos. Además, el gran hotel, de cinco estrellas, dispone de tres salones ajardinados para cenas de gala, almuerzos de empresa y banquetes.

Cerca se halla el **Palacio de Congresos de Cataluña**, con 38 salones y salas de reuniones

Incentivos y *teambuilding* en Barcelona



Gocar

Estos originales vehículos son ideales para descubrir la ciudad e incluir un programa de enigmas que resolver. Se pueden tematizar con itinerarios modernistas, paradas para la degustación de productos o en un recorrido que culmine en el Camp Nou.



Gourmet Tour

El mercado de La Boquería, en plena Rambla, no sólo es uno de los más bonitos de España sino que se presta a organización de *tours gourmet* con el acompañamiento de un cocinero local que puede ayudar a comprar los productos de un posterior curso de cocina.



Regatas

Qué mejor que disfrutar de la costa del Mediterráneo durante una regata entre equipos que desafíen al viento que culmine con una cena a bordo admirando la puesta de sol. Cabe señalar que no se pueden organizar convites a bordo si los barcos no están atracados.



Outlet Shopping

A 35 kilómetros del centro, este *village* de Chic Outlet Shopping® acaba de ampliar su superficie comercial y cuenta con espacios para la celebración de reuniones y *afterworks*. Se pueden organizar sesiones con descuentos especiales para los participantes.

y un gran auditorio con capacidad para 2.000 asistentes, y el **Camp Nou**, el legendario estadio del F.C.Barcelona: además de ser el escenario de los partidos de fútbol es un entorno muy demandado para la organización eventos. Para ello, el templo del Barça dispone de varios espacios, salones, auditorios y de una gran sala de 2.770 metros cuadrados. Para eventos exclusivos, cócteles, cenas y galas, el estadio ofrece el mismo césped.

Volviendo al centro de la ciudad, continuando por el Paseo de Gracia y atravesando la Avenida Diagonal, se encuentra la **Casa Fuster**, de 1908, otra gran obra modernista de Domènech i Montaner, del que cuentan que fue el edificio más caro de la época. Perfectamente restaurado y convertido hoy en un hotel de cinco estrellas gran lujo, el edificio, de seis plantas, cuenta con 105 habitaciones, 20 de ellas *suites*, decoradas y amuebladas con materiales nobles y respetando hasta el más mínimo detalle de su pasado modernista.

Para la organización de eventos, el hotel dispone de una gran sala con patio con capacidad para 100 personas en teatro, dos pequeños salones para reuniones de hasta 12 personas y un salón de banquetes para 200 comensales.

Montjuïc

La montaña y el parque de Montjuïc es otra de las visitas obligadas de Barcelona. A la montaña se puede acceder desde diferentes puntos de la ciudad pero el mejor es sin duda desde la Plaza de España, a través de la Avenida de María Cristina que conecta la plaza con el imponente Museo Nacional de Arte de Cataluña (MNAC) como lo hace en Egipto la avenida de las esfinges con Luxor y Karnak. Con el museo y la plaza como testigos, una de las atracciones preferidas por los visitantes es la Fuente Mágica, un espectáculo de luz, color, música y, sobre todo, acrobacias con agua.

El **MNAC** cuenta con una colección única de pintura y escultura con obras románicas, góticas, renacentistas, barrocas y de arte moderno, así como dibujos, carteles, grabados, fotografía y numismática. Además, dispone de 2.700 metros cuadrados destinados a eventos y una capacidad máxima de 2.600 personas. Además de la magnífica Sala Oval, destaca

la terraza con vistas a la Plaza de España con la ciudad como telón de fondo.



Sala Oval del MNAC



Gran Hotel La Florida

Con capacidad para albergar desde reuniones de trabajo de 10 personas hasta congresos de 1.200 participantes, el **Crowne Plaza Barcelona Fira Center**, inaugurado para los Juegos Olímpicos de 1992, se encuentra a 300 metros de la Plaza de España, del recinto ferial de Fira Barcelona y de las famosas fuentes de Montjuïc. El hotel, que acometió una reforma integral a lo largo de 2014, cuenta con 276 habitaciones y 17 salas, además de una discoteca totalmente insonorizada para la celebración de fiestas de las que descansar en el *spa*.

Conectado con la Plaza de España por la calle de Tarragona, el **Barceló Sants** está construido sobre la estación de trenes de Sants, la principal de la ciudad, que enlaza con el aeropuerto. El hotel, que vio la luz en 1992, acometió en 2013 una renovación total que ha dotado al establecimiento de un aire minimalista y futurista con referencias estéticas y conceptuales a la película de culto de Stanley Kubrick '2001: Una odisea en el espacio'. Por eso no es extraño que en este hotel la recepción sea el 'Boarding Desk' y las habitaciones, 'Orbital Rooms'. Cuenta con 378 habitaciones y más de 3.000 metros cuadrados habilitados para eventos, repartidos en 14 salones con luz natural y con capacidad máxima para 1.500 personas.

La guinda del pastel

Y de Montjuïc al Tibidabo, la otra montaña de Barcelona, la más alta (512 metros), que forma parte del Parque natural de Collserola. Se trata de un entorno verde, al que no llega el rugido de la urbe y, sorprendentemente, se encuentra a escasos minutos en coche de ella. Sin duda, otra de las singularidades de Barcelona. A ella se accede por carretera o a

través del Tranvía Azul, inaugurado en 1901, y el Funicular del Tibidabo. Además del parque de atracciones, ubicado en la cumbre, el Tibidabo y, por extensión, el parque natural, es un enclave ideal para la organización de actividades relacionadas con el senderismo y bicicleta de montaña

En su cima, rematando la ciudad, se alza el **Gran Hotel La Florida**, de cinco estrellas gran lujo, un establecimiento peculiar ya que se trata de un *resort* a veinte minutos del centro: un soplo de aire alpino en Barcelona. Alejado del turismo de masas y del mundanal ruido, el establecimiento cuenta con 70 habitaciones de estilo *art nouveau* con suelos de madera de roble, algunas con terraza y *jacuzzi*, donde relajarse tras un día de trabajo. Dispone de salones y una pequeña discoteca, además de gimnasio, *spa* y un restaurante altamente recomendable de cocina de mercado. Son muchos los hoteles con vistas espectaculares de la ciudad, pero probablemente ninguno como éste.

Barcelona enamora

Barcelona figura entre los destinos más consolidados del panorama MICE mundial, prueba de ello es la organización cada año del Mobile World Congress desbancando repetidamente a otros destinos como Berlín, pero no por ello deja de apostar por nuevas infraestructuras, propuestas para grupos de trabajo y maneras de disfrutar de la ciudad desde nuevos ángulos y en nuevos espacios.

La Ciudad Condal es un destino cosmopolita y con tradición, con mucho que ofrecer y un encanto irresistible. Una ciudad que enamora, con un clima excepcional, que ha sabido conservar y sacar partido a su patrimonio histórico, monumental y cultural. Barcelona es una ciudad con carácter propio, una ciudad para descubrir, para pasear, para enamorarse, para crear, para vivir y disfrutar...

Y es que como decía el cantante barcelonés Peret en una de sus canciones más emblemáticas: "Barcelona es poderosa, Barcelona tiene poder".

La mejor cocina mediterránea



Arte, moda, diseño, arquitectura, sol, playa... son muchos los reclamos de Barcelona, pero una ciudad sin una buena gastronomía no es una ciudad completa. El barcelonés Ferran Adrià, con su hoy extinto El Bulli, el mejor restaurante del mundo durante cinco años, ha liderado la vanguardia culinaria internacional y ha creado un nuevo lenguaje culinario que miles de cocineros siguen en todo el mundo. En El Bulli-foundation pretende dar continuidad a la labor creativa del restaurante y compartir sus conocimientos.

Otra ilustre de los fogones, Carme Ruscalleda, ofrece lo mejor de su recetario en el restaurante Sant Pau-Carme Ruscalleda, en Sant Pol de Mar, un pueblo pesquero de la provincia de Barcelona, situado a escasos 45 minutos de la Ciudad Condal. Su establecimiento, con tres estrellas Michelin de nuestro país, ofrece una exquisita cocina fresca y creativa con gran respeto por los productos.

Y sin moverse de la ciudad, el visitante podrá disfrutar de las propuestas de muchos otros restaurantes galardonados con dos estrellas Michelin, como Moments; Enoteca, el restaurante del Hotel Arts; Àbac o Lasarte, del gran Martín Berasategui.

La ciudad también cuenta con 19 restaurantes con una estrella como el arriesgado y rompedor Tickets, de los hermanos Adrià; el clásico Via Veneto y otros establecimientos donde disfrutar de un arroz de cigalas y ñoras (Alkimia) o un lechal confitado con setas y zumo de cítricos (Hisop).



VIP MICE EVENTS
WHERE
YOUR EVENTS
& SHOPPING
EXPERIENCE
MEET

¡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.

LIKE SHOPPING. BUT BETTER.

LA ROCA  VILLAGE

LAS ROZAS  VILLAGE

CHIC OUTLET SHOPPING®

LaRocaVillage.com | LasRozasVillage.com

LA VIDA MÁS FÁCIL

Desde crear *apps* para tabletas hasta comunicar por *chat* con los miembros del grupo que están en el mismo hotel, pasando por una mejor asistencia en caso de incidencia o la viralización de un evento a través de *selfies*. Y olvidando la llave de la habitación porque la puerta se abre con el *smartphone*. Viajeros y organizadores tienen todas las de ganar estando al día de lo que la tecnología les ofrece. Siempre con un objetivo: estar más y mejor comunicados.



Toda la oferta de Bahía Príncipe en un clic

Versiones: iOS / Android

En qué consiste:

- Reúne toda la oferta de todos los hoteles del grupo
- Permite planificar actividades así como crear grupos de *chat*
- Los clientes pueden acceder a toda la información sobre reservas, servicios como los del restaurante y el *spa* y compartir sus impresiones
- Incluye información meteorológica y un apartado de sugerencias post-reserva
- Está disponible en seis idiomas



Selfies para viralizar eventos con SmileTotem

Versiones: iOS / Android

En qué consiste:

- Es un *photocall* interactivo para eventos
- Los asistentes pueden hacer *selfies* y compartirlos en tiempo real con un mensaje preestablecido en su cuenta de Facebook o Twitter
- Puede utilizarse en el marco de un diseño con forma de tótem o en una tableta integrada en cualquier elemento decorativo
- Aumenta el tráfico de los contenidos *online* relacionados con el evento y/o la marca
- Aumenta el número de seguidores en las redes sociales



Viajeros business en la lista de contactos con ButN

Versiones: iOS / Android

En qué consiste:

- Es una aplicación social que permite localizar a otros viajeros profesionales según criterios preestablecidos
- Une a los usuarios de LinkedIn en base a filtros relacionados con la profesión, el sexo, el sector de actividad o el grupo lingüístico
- Se puede comprobar quién se encuentra en la misma zona geográfica y a qué distancia, conectar por *chat* con el contacto seleccionado
- Incluye libreta de notas y la inserción de programas de trabajo que se pueden compartir

Apps sin necesidad de saber programar con 480interactive

Versiones: iOS / Android

En qué consiste:

- Es un *software* gratuito
- Convierte diseños o maquetas de Adobe InDesign en archivos interactivos (*apps*)
- Sólo es necesario seguir los pasos propuestos por el asistente automático, sin necesidad de saber programar
- Se pueden compartir contenidos en redes sociales desde el iPad y utilizar vídeos, audio y animaciones
- Integra vistas en 360° e imágenes 3D que se pueden visualizar en el *smartphone*
- La solución también cuenta con 480i Viewer, un complemento específico para iPad, iPhone y Android que permite ver y probar los proyectos, personalizando la interfaz para cada cliente



Seguro e informado con Assist Card

Versiones: iOS / Android / WindowsPhone

En qué consiste:

- Basada en la geolocalización, sirve para una asistencia más rápida
- Incluye información sobre lugares turísticos, mapas, convertidor de divisas, traductor, control de vuelos y pronósticos meteorológicos
- Quienes poseen la tarjeta corporativa Assist Card Corporate pueden acceder al *chat* exclusivo de asistencia durante las 24 horas del día y los 365 días del año
- Incluye asesoría para la obtención de visados o la documentación necesaria para el viaje
- Disponible en 16 idiomas
- También disponible para quienes no pertenezcan a la lista de clientes de empresa

Interactuando con el público gracias a Krónos

Versiones: iOS / Android

En qué consiste:

- Conecta expositores, patrocinadores y asistentes
- Los organizadores pueden acceder al perfil completo de los participantes mediante LinkedIn y comunicarse con ellos por *chat*
- Permite informar en tiempo real, acceder a métricas y realizar encuestas sobre el impacto del evento
- Los anunciantes cuentan con espacios de publicidad personalizables y con mediciones de impacto en tiempo real
- Los asistentes pueden enviar tarjetas virtuales de contacto y comunicarse a través de mensajes directos
- Permite planificar mensajes para un envío automático
- Incluye el acceso sin conexión a Internet



La habitación del hotel se abre con SPG Keyless

Versiones: iOS / Android

En qué consiste:

- Sólo puede ser utilizada por los miembros del programa de fidelización Starwood Preferred Guests (SPG)
- Está disponible en hoteles de las cadenas Aloft, Element y W
- El usuario recibe un mensaje con el número de habitación el día previo a su llegada
- La puerta se desbloquea a través de *bluetooth*
- No es necesario hacer *check-in* en la recepción
- Permite el acceso a otras áreas como las de aparcamiento, gimnasio o pisos ejecutivos



Mejor que en televisión

Por **Eva López Álvarez**
Fotos **Alejandro Martínez Notte**

La cuna de la civilización es un regalo para los sentidos: etnias, paisajes, animales... hacen de Kenia un destino impregnado de exotismo que quiere recuperar una ubicación privilegiada dentro del mapa mundial de lugares para incentivos que dejan huella. La retina del participante no será la misma a su regreso: se habrá llenado de colores y de imágenes que ni los mejores documentales pueden superar.

Situado en la costa Oeste de África y atravesado de Norte a Sur por el valle del Rift, Kenia tiene una superficie de 649.000 km² que incluye 13.395 lagos. Es sin duda uno de los países del mundo que más impacta a quien lo visita: por sus colores, sus etnias, su naturaleza, su dureza... apreciar en vivo y en directo tantas imágenes transmitidas por la televisión permite hacerse una idea más real de lo salvaje que es este destino.

Cuestionado en los últimos años por motivos de seguridad, los responsables de su promoción se esfuerzan por ofrecer garantías a los organizadores, principalmente en la capital y en torno a las reservas nacionales que son sede de los safaris. Kenia se ofrece para incentivos en grupo de hasta 140 miembros y cuenta para ello con una hotelería de primerísima gama y cada vez más receptivos especializados en este segmento.

Recientemente se anunció la celebración de importantes eventos de carácter mundial como prueba de su capacidad para seguir recibiendo grupos de trabajo que también disfrutarán de las posibilidades de incentivo: como ejemplo, más de 1.000 líderes de la industria de relaciones públicas de todo el mundo se reunirán en Nairobi para celebrar el World Public Relations Forum 2015.

Nairobi

La capital se sitúa a 500 kilómetros hacia el interior del océano Índico. El aeropuerto internacional Jomo Kenyatta se encuentra a 18 kilómetros del centro de la ciudad y ha sido ampliado con una nueva terminal. Su tráfico está aumentando a un ritmo del 12% anual. Cualquier desplazamiento desde el aeropuerto y por Nairobi sirve para observar con calma a la población, ya que es difícil evitar los atascos derivados del nacimiento de una clase media que puja por consumir, sobre

todo en lo que a vehículos se refiere.

Incluso en Nairobi es fácil darse cuenta de que en este país del Este africano conviven 42 etnias que dan lugar a fisonomías muy diferentes: tantas como lenguas habladas. Si bien el inglés es oficial y conocido por la mayoría, principalmente entre los profesionales que trabajan en el sector turístico, el swahili es el idioma más extendido.

La capital cuenta con cuatro millones de habitantes y en el centro es mejor no ser visto durante la noche. Sin embargo por el día es fiel reflejo de la eferescencia africana, de hecho aquí se encuentra el mayor espacio para convenciones del Este del continente: dentro de África, el **Kenyatta International Conference Centre** (KICC) sólo es superado en tamaño por el de Ciudad del Cabo (Sudáfrica).

El KICC cuenta con uno de los mejores espacios exteriores de la capital: la terraza superior, que sirve de pista para helicópteros, ya ha sido utilizada para cócteles nocturnos con un máximo de 100 invitados y vistas de la ciudad en 360 grados.

La granja de Karen Blixen, situada en los alrededores y de fama internacional a raíz del personaje interpretado por Meryl Streep en *Memorias de África*, es hoy en día una casa-museo rodeada de una plantación de café que se ha convertido en bonitos jardines utilizados para eventos exteriores con vistas a las colinas de Ngong.

De safari

No hay incentivo en Kenia que no incluya un safari... o varios. Es imposible evitar los recuerdos de documentales televisivos y aquella tensión que generaban en el espectador las leonas mientras acechaban a los búfalos. Por eso impresiona aún más observar este tipo de escenas en directo y con una cercanía que sorprende. Los conductores no son precisamente cuidadosos en lo que a distancia de las bestias se refiere y no dudan en salirse de las pistas para ofrecer un mejor plano del animal. Los amantes de la fotografía quedarán maravillados. Los defensores de un mayor respeto de la naturaleza, no tanto.

La sabana africana cambia según la época del año: a partir de julio y hasta el mes de octubre, millones de ñus se despla-

zan por Maasai Mara en el momento en el que predominan las altas hierbas. Es importante tenerlo en cuenta para los paseos en globo, ya que la visibilidad de los animales desde el cielo es mejor con el pasto más bajo. Esta migración es uno de los acontecimientos más famosos de Kenia: los ñus se pueden escuchar a kilómetros de distancia, ya que sus pasos retumban desde la frontera con Tanzania hacia las tierras recién crecidas y nutritivas. Las cebras son arrastradas por la corriente, salpicando los rebaños con color mientras se dirigen hacia el poderoso río Mara.

Una particularidad de Kenia es que permite tematizar los safaris: para la observación de hipopótamos nada mejor que navegar por el lago Naivasha. Para ver rinocerontes, animales especialmente difíciles de observar, el lago Nakuru debe formar parte del programa. Si la propuesta es admirar las manadas de elefantes, los grupos no pueden perderse Amboseli. Y si de lo que se trata es de intentar captar a los emblemáticos *big five*,

Maasai Mara es ineludible.

Maasai Mara

La mejor opción para llegar a la Reserva, dado el estado de las carreteras, es volar desde Nairobi: desde el aeropuerto Wilson, base operativa de los vuelos domésticos, sólo una hora de trayecto separa los vehículos que parecen omnipresentes en la capital de los antílopes que invaden la pista de tierra roja en medio de la sabana.

El más emblemático de los parques de Kenia es el mejor lugar para observar los Cinco Grandes: leones, rinocerontes, leopardos, búfalos y elefantes se pasean a sus anchas por la magnífica sabana, que cambia de color según la luz del día. Es además el espacio habitado por los Maasai, un pueblo nómada que ha encontrado en el turismo una importante fuente de ingresos. Por eso se ofrecen para enseñar sus poblados, participar en espectáculos y cursos de cocina o fabricación de joyas... o simular ataques que sorprendan al viajero durante una cena en una actividad de *teambuilding*.

Esta reserva es el mejor lugar para presenciar la danza Maasai: al sonido de las cuentas de los collares que decoran las vestimentas se une la melodía monocorde de un canto concebido para los guerreros. Los bailarines saltan en vertical sin perder la rígida posición que se acentúa con los brazos



Poblado Maasai Mara

pegados al cuerpo, hasta alturas que parecen imposibles de lograr. Los grupos pueden intentarlo: sin duda un momento de buen humor que también supone un reto físico.

La visita de un poblado es un clásico y es difícil no sentirse incómodo ante el asedio de los vendedores de recuerdos. El hotel **Sarova Mara Game Camp**, muy utilizado para grupos de incentivo, dispone de tres casas Maasai no habitadas que sirven para comprender cómo se construye en la zona, a base de excrementos de vaca, ceniza y tierra, sin la aglomeración de vendedores de recuerdos. El espacio central se utiliza para incentivos que incluyen una clase de cocina swahili o exhibiciones de la danza local.

El complejo, de cinco estrellas y en plena naturaleza, ofrece 73 tiendas de campaña con todas las comodidades, y sin televisión que perturbe los ruidos de la sabana. Además del espacio Maasai, cuenta con numerosas áreas donde organizar comidas y actividades en grupo, además de un espacio para conferencias para un máximo de 80 asistentes.

En la misma zona del país, muy cerca de la frontera con Tanzania, desde el parque Amboseli se aprecian las mejores vistas del Kilimanjaro. Es considerado el mejor parque para admirar las manadas de elefantes, siempre con el pico de 6.000 metros de altura como elemento de fondo.

Monte Kenya

Es un destino muy demandado por quienes quieren incluir en el programa actividades de turismo activo: además de los safaris en

4x4, esta zona del país tiene la particularidad de permitir las salidas a caballo, lo que permite un acercamiento diferente a los animales. Los grupos también pueden hacer *rafting*, hasta nivel 4 según el momento del año.

Uno de los programas con éxito incluye la salida temprana del Monte Kenia con destino al lago Naivasha

El **Fairmont Mount Kenya Safari Club** es el mejor hotel con vistas a la montaña y uno de los mejores establecimientos del país. Cuenta con 120 habitaciones y un espacio para fiestas junto al río que puede reunir hasta 65 invitados. Los cócteles del atardecer suelen incluir la presencia de los elefantes. También tiene un campo de golf de nueve hoyos y piscina exterior.

Uno de los programas con más éxito comienza con la salida temprana del Monte Kenia hacia el Este, con destino al lago Naivasha y parada en el lago Nakuru, un paraíso para la observación de rinocerontes y flamencos.

La cuna de la civilización

El lago Naivasha está en el valle del Rift, allí donde nacieron las primeras civilizaciones humanas: los paseos en barca al final del día son



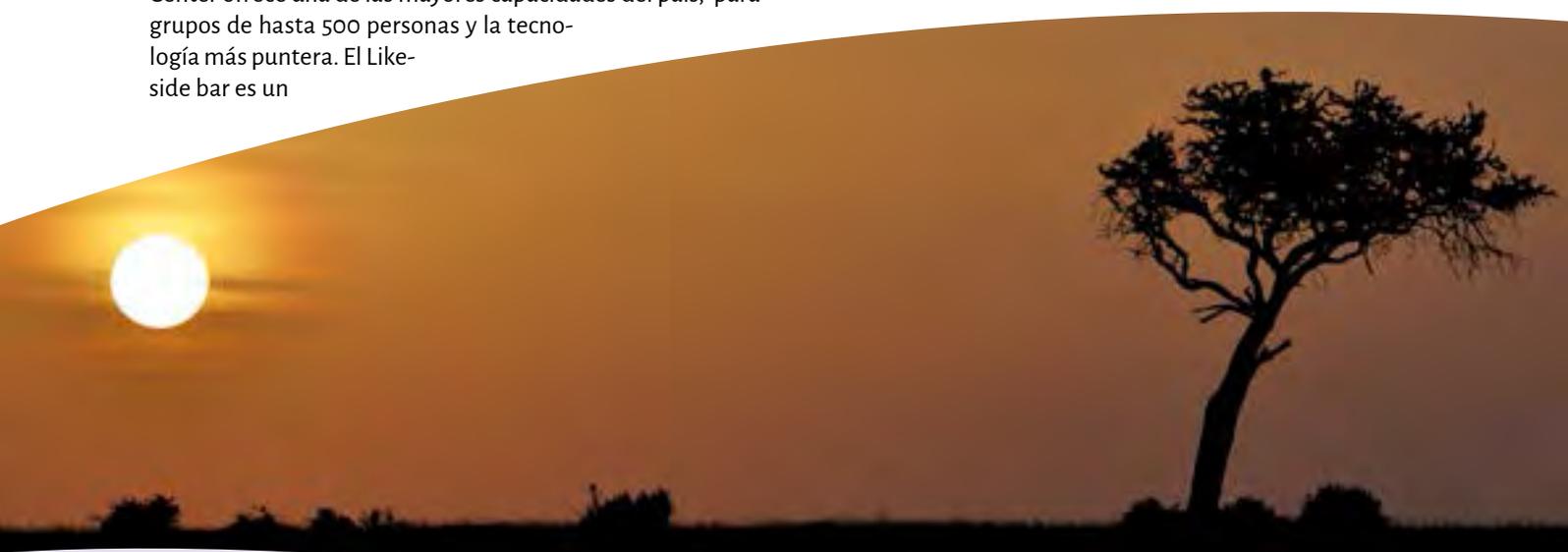
un auténtico regalo para los sentidos: entre los sonidos de las aves y los reflejos en el agua asoman numerosos hipopótamos cuya tranquilidad aparente incrementa la sensación de paz que se percibe en este lugar.

A 14 kilómetros al sur del lago se pueden organizar caminatas o paseos en bicicleta en el parque Hells Gate, bautizado así por la actividad volcánica de la zona. En una de las riberas del lago, **Enashipai** es un hotel de cinco estrellas con 80 habitaciones de las que 40 son apartoteles.

Cuenta con *spa* con restaurante de cocina saludable y un nuevo centro de convenciones: el nuevo Entumo Conference Center ofrece una de las mayores capacidades del país, para grupos de hasta 500 personas y la tecnología más puntera. El Like-side bar es un

espacio idóneo para fiestas junto al lago en las que la música se mezcla con los sonidos del agua.

Cualquier profesional se sentirá recompensado con un viaje a Kenia. La dureza del país no empaña su belleza: la increíble luz de la sabana y la posibilidad de admirar tantos animales en su hábitat natural es una experiencia que muchos sueñan con vivir y afortunados son aquéllos que lo consiguen. La diversidad de etnias y la posibilidad de compartir momentos mágicos es otro aliciente más. En Kenia es muy fácil soñar: los locales son los primeros en hacerlo y apuestan por un futuro mejor al que mucho pueden contribuir quienes visitan este destino, cuna del mundo y de incentivos que dejan huella.



Para disfrutar de la sabana

El paisaje cambia de color según la época del año. En meses de junio y julio, además de admirar los cientos de verdes, se pueden observar más animales que el resto del año. Éstas son sólo algunas maneras de maravillarse un poco más.

Cóctel con elefantes

En hoteles como el Fairmont Mount Kenya Safari Club se pueden organizar cócteles en plena sabana. Los invitados pueden llegar al claro en caballo: así se puede observar de camino a los animales sin ningún ruido que perturbe la atmósfera local. Con la copa en la mano, lo más habitual es ver asomar las cabezas de los elefantes, mientras la luz va cayendo y nuevos sonidos inundan el paisaje.

Desayunando con el amanecer

Dentro de la Reserva Maasai Mara son

varios los hoteles que ofrecen desayunos y cenas bajo las acacias. Los colores del paisaje africano son tan impactantes como la presencia de animales que uno sólo acostumbra a ver en televisión, sin que su cercanía suponga riesgo alguno para los grupos. Elegir desayuno o cena dependerá del programa y en todos los casos la retina regresará llena de momentos inolvidables.

Paseos en globo

Hay más animales cuando la hierba está alta, en los meses de junio y julio, pero es

más difícil verlos desde el cielo.

Los recorridos pueden comenzar antes del amanecer para apreciar desde el aire cómo la sabana se llena de colores: sin duda una experiencia única.

Con los Maasai

Clases de cocina, concursos de salto inspirados en la danza local... forman parte de las actividades que se pueden organizar al aire libre para aquéllos que desean más contacto con la población mientras se divierten. Muchos locales acostumbrados al turismo hablan inglés.



Destino para empresas solidarias

El turismo solidario tiene toda la razón de ser en un país con enormes dificultades sociales. Los organizadores de viajes de incentivo disponen de muchas maneras de implicar a los participantes, ya sea mediante la acción directa participando en iniciativas locales, priorizando servicios que defienden el respeto por la naturaleza y las comunidades locales o financiando proyectos en curso. Éstos son sólo algunos ejemplos que permiten ayudar principalmente a los habitantes de las zonas áridas, allí donde más del 60% de la población vive bajo los umbrales de la pobreza, así como proteger la naturaleza para que siga siendo la reina del destino:

Financiando proyectos

Kobo Safaris es el receptivo español más arraigado en Kenia y sus miembros conocen bien la realidad social del país. La Fundación Kobo existe desde 2008 y desarrolla proyectos en toda África gracias a la financiación obtenida con las aportaciones voluntarias de viajeros y empresas. Además, la fundación asume la educación de los niños integrados en la asociación Anidan.

El proyecto Mama Tunza's Children Home es una casa de acogida para niños sin hogar que se abrió en 1997 cuando su

responsable, Diminah Khasiala (Mama Tunza), encontró un bebé abandonado en un basurero cercano a su domicilio de Kibera, una de las barriadas pobres más grandes del continente africano. La habitación de chapa inicial se ha convertido en un orfanato en el que se cuida de niños afectados de malnutrición, maltrato, violación o procedentes de familias con problemas de alcoholismo, prostitución o sida.

En bicicleta solidaria con los rinocerontes

Ir en bicicleta con los rinocerontes es una iniciativa anual organizada por Kenya Wildlife Service (KWS) en el Parque Nacional del Lago Nakuru. El objetivo principal es recaudar fondos para restablecer la cerca eléctrica de 74 kilómetros que protege el santuario de cría de rinoceronte al mismo tiempo que delimita un paraíso de renombre internacional para la observación de los flamencos.

Los fondos también se utilizan para llevar a cabo proyectos de ayuda para diversas comunidades que habitan en el parque, así como la promoción de la educación en materia de conservación.



Hell's Gate en carretilla

KWS también organiza cada año “Hells Gate en una carretilla”, un desafío de *teambuilding* que se celebra para, de una forma divertida, conseguir dinero para la construcción de un Centro de Educación para la Conservación en el Parque Nacional de Hell's Gate, en Naivasha. Es el hogar de más de 67.000 animales salvajes de los que sólo el 5% están encerrados dentro de las áreas protegidas. El 95% restante deambula libremente en tierras pertenecientes a las comunidades locales. Esto ha derivado en conflictos entre habitantes y animales, además de continuas invasiones humanas dentro de la zona. Por eso el Centro de Educación para la Conservación juega un papel clave en la educación de más de un millón de miembros de las comunidades locales, en un intento de enseñarles cómo proteger y conservar las especies silvestres.

Navegando por los antílopes

Otra iniciativa de la organización nacional destinada a proteger los espacios naturales y sus habitantes es la carrera en barca que se celebra cada mes de diciembre en el Kisumu Impala Sanctuary. El objetivo de la última edición fue sensibilizar sobre la necesidad de preservar a los antílopes de la especie Sitatung. Los habitantes de varios condados reunidos por equipos, separados entre hombres y mujeres, disputaron la primera plaza en la carrera por las aguas del lago Victoria.

Además de los momentos destinados a la instrucción y el aprendizaje de técnicas para la protección de estos animales, música, danzas y artesanías locales estuvieron presentes para agasajar a los ganadores, que recibieron un premio en metálico para apoyar sus labores en favor de los animales.

En campamentos ecológicos

Empresas como Enkerende Safaris proponen estancias en campamentos en los que la energía se produce a partir de paneles solares y se tratan los desechos. No sólo es una manera de respetar la naturaleza circundante sino de sensibilizar a la población local sobre la necesidad de abordar un problema persistente: el de la falta de tratamiento de la basura.

Además, y gracias a la colaboración con comunidades como la de Aitong, Enkerende propone que todas aquellas que, de forma altruista, quieran aportar conocimiento o experiencias a la población local, puedan aprovechar el viaje para hacerlo.

Con la población local

Afrikable es uno de los organismos que ofrece estancias de voluntariado que se pueden adaptar al tiempo de estancia y al número de participantes: desde ayudar en tiendas y colaborar en programas de sensibilización, a dar pequeños cursos sobre atención al público o nociones de informática.

Terra Consultoría organizó para una empresa un incentivo solidario durante el que el grupo construyó una escuela. La solidaridad va de la mano del contacto con la población local: varios fueron los participantes que afirmaron haber recibido más de lo que dieron por el enriquecimiento personal que supuso conocer de primera mano la realidad de los habitantes del país. Varios proyectos no terminan con el viaje: en algunos casos se han creado cuentas bancarias para seguir recopilando fondos y que las iniciativas se mantengan en el tiempo.



A group of about ten people are climbing a large sand dune in a desert. They are holding hands and are dressed in casual outdoor attire like hats, sunglasses, and light-colored clothing. The dune has distinct ripples in the sand. The sky is clear and blue.

1

Aventura:

Encontrar el mejor grupo para llegar al fin del mundo

Global Assistance

Allianz 

Todas las soluciones a un solo click.

Para más información www.allianz-assistance.es. Síguenos en  



¿Qué nos depara el 2015?

Por Redacción

Latinoamérica entra en el año nuevo acaparando las predicciones más optimistas: se espera que, en la línea de Norteamérica, y al contrario de lo que ocurrirá en Europa y Asia-Pacífico, las empresas inviertan más en eventos, principalmente en incentivos, destinando más presupuesto que en 2014 y superando la duración media internacional.



Según el Pronóstico Global de Reuniones y Eventos 2015 de American Express Meetings & Events, éste es el año de la “vuelta al negocio”, con previsiones ligeramente optimistas por parte de los organizadores de Asia-Pacífico, Europa y América. A nivel global, los proveedores del sector hotelero son los más positivos en cuanto a sus predicciones de futuro, esperando un crecimiento del 3,7% en el número de eventos que se celebrarán este 2015.

Divergencias entre regiones

En cuanto a tipología de los eventos, mientras que en toda América las empresas apostarán por organizar más sesiones relacionadas con la formación de sus representantes - +0,9% en Norteamérica y +2,4% en Latinoamérica -, en Europa y Asia-Pacífico aumentarán las reuniones de directivos (+1,2% y +2% respectivamente). Latinoamérica lidera las predicciones de aumento en cuanto a la organización de incentivos y eventos especiales, con un crecimiento estimado del 1,3% y la ampliación e la duración de los mismos, hasta los 3,8 días de media.

A nivel mundial, la duración media de los eventos es de 2,2 días, con una extensión de 2,6 días en los desplazamientos relacionados con conferencias y eventos y de 3,2 jornadas para los viajes de incentivo. En 2015, Asia-Pacífico diverge de Latinoamérica encabezando la intención de reducir esta duración hasta un significativo 10%. Como consecuencia de ello se dará prioridad a los destinos cercanos para reducir de este modo los tiempos de desplazamiento. Y es

que las empresas asiáticas están invirtiendo menos en viajes: el descenso será del 0,2% a nivel regional. Las compañías europeas también siguen recortando presupuestos: según American Express, este año los ajustes rondarán el -0,7%. El continente americano vuelve a protagonizar los datos positivos: mientras que en Norteamérica aumentará la inversión un 0,3%, en Latinoamérica rozará el 1%.

Latinoamérica en cabeza

Las empresas latinoamericanas no sólo se presentan en 2015 como las más dinámicas en cuanto a perspectivas de actividad e inversión. Esta región del mundo también acapara los aumentos previstos en los precios, tanto en transporte aéreo como en el sector hotelero. Sebastián Vicuña, gerente general de Carlson Wagonlit Travel (CWT) Chile, afirma que la subida global puede alcanzar el 3,5%. La razón principal radica en el aumento de la capacidad aérea que originó la Copa del Mundo de Fútbol celebrada en 2014 en Brasil y que ahora se intenta mantener, además de la alta inflación que se registra en países como Argentina y Venezuela.

Un informe realizado conjuntamente con GBTA (Global Business Travel Association), subraya que la demanda procedente de países como China, India y Brasil generará una crecien-

te presión sobre las tarifas, en especial en los mercados con alta demanda.

En cuanto a la hotelería, Latinoamérica también registra los mayores aumentos, con subidas que pueden alcanzar el 6,3% este año. El motivo fundamental sigue siendo la escasez de habitaciones disponibles. Si bien el desarrollo hotelero en la zona está siendo fuerte, la demanda ha ido creciendo a un ritmo tan rápido que no va de la mano de la construcción de proyectos que la satisfagan. Por eso los proveedores hoteleros disponen de una posición muy favorable para negociar.

Los países latinoamericanos lideran el optimismo en cuanto a inversión en viajes y eventos

Europa levanta cabeza... poco a poco

Según American Express, los organizadores europeos de convenciones y eventos deberán lograr “hacer más con menos” este año, y los presupuestos así lo reflejan. En esta línea, la cantidad de reuniones prevista por los encuestados europeos responde a la dinámica generada por la situación económica en 2014: en este 2015 se prevé un aumento muy modesto en la mayoría de tipologías de reuniones, aunque se espera que los presupuestos experimenten un ligero descenso, en torno al 0,4%. Sin embargo esto supone una mejora con respecto a la reducción del 1,9% que se registró el año pasado.

PRINCIPALES TENDENCIAS



Eventos organizados
Inversión americana
Uso de tecnologías aplicadas
Análisis de la información
Demanda de hoteles 3 y 4*
Economía compartida

Tarifas aéreas
Precios por noche de hotel
Inversión de Europa y Asia
Duración de viajes y eventos
Número de asistentes
Demanda de hoteles de lujo





En la línea de 2014, los organizadores se sienten presionados a ser más creativos y optimizar su presupuesto al máximo: “se les pide que creen experiencias con el mismo nivel de calidad que en años anteriores con la misma inversión o incluso con menos, a pesar del aumento continuo de las tarifas aéreas y de hotel,” declara José Antonio Ruiz, Director EMEA de American Express Meetings & Events. En cuanto al número de participantes en reuniones, convenciones, congresos, eventos y viajes de incentivo, está previsto que este año disminuya.

El caso español

Según American Express, España es el país que mejor se está recuperando y se prevé un aumento considerable tanto en el número de reuniones organizadas como en su duración. En Reino Unido y Alemania, donde se produjo un crecimiento fuerte en 2014, las previsiones son más modestas para 2015.

Después de un período difícil, la percepción de un retorno al crecimiento económico que están viviendo las empresas españolas se traduce en una previsión de crecimiento en el volumen de reuniones, sobre todo las sesiones internas (+2,6%), y los viajes de incentivo para la motivación de equipos comerciales (+2,1%). Las reuniones de Marketing y Ventas aumentarán un 3%.

A pesar de que se prevé que los presupuestos se mantengan relativamente planos este año, esto supone una fuerte mejora sobre el descenso del 7,1% que se anticipaba para 2014.

España es claramente la excepción entre los países europeos en materia de duración de los viajes de incentivo, ya que se extienden hasta los cinco días de media, superando en dos jornadas la media europea. Sin embargo, muchos organizadores de eventos celebran sus reuniones e incentivos dentro de España, recortando de este modo el tiempo de viaje y la inversión en transporte.

Más tecnología

La tecnología cobra una relevancia cada vez mayor en los eventos y los planificadores de reuniones en Europa, especialmente en España y Francia, están impulsando la experimentación con tecnologías nuevas y diversas.

Un informe de CWT para España indica que la protección de datos y la tecnología móvil serán los factores que tengan mayor impacto en los programas de viajes de este 2015.

Los organizadores de eventos propondrán desde medios sociales para conectar a los asistentes hasta tabletas para facilitar la interacción entre ponentes y anfitriones. En algunos países, la presión por innovar está provocando el desarrollo de aplicaciones específicas para el sector. En cuanto a la tecnología aplicada al desarrollo de reuniones virtuales, José Antonio Ruiz declara que “este tipo de sesiones de trabajo sigue sin convencer a las empresas en Europa”.

Esto ha sido corroborado por el 15% de los encuestados para la elaboración del último informe de American Express: indicaron que las reuniones virtuales e híbridas no suponen una alternativa viable a los encuentros presenciales. Ruiz matiza que “aunque prevemos un crecimiento de estas soluciones en Europa, no será en el futuro inmediato”.

Sin embargo, ese futuro puede que no sea muy lejano, ya que atendiendo a los datos globales a nivel europeo, se espera que este año se organicen el doble de reuniones virtuales que en 2014. Sin embargo, en Norteamérica y Asia-Pacífico las empresas optarán menos que el año pasado por esta vía.

Más demanda de hoteles de media gama

Se espera que la demanda de habitaciones y espacios en hoteles de lujo descienda en todo el mundo: tanto en América



como en Europa y Asia se solicitarán más presupuestos para estancias y eventos en establecimientos de tres y cuatro estrellas. Destaca el aumento previsto en la demanda de espacios singulares, principalmente entre las empresas asiáticas (+3,4%) y latinoamericanas (+2,1%).

Entre los destinos que más interesan, y atendiendo a la cantidad de hoteles pendientes de inauguración, Londres encabeza la lista, seguido de Dubái, Nueva York y Riad.

Las cuatro ciudades ya integraban el *top ten* de aperturas en 2014. Este año han entrado en la lista Múnich y Yakarta, mientras que París ya no figura entre los 10 destinos más dinámicos desde el punto de vista de nuevos hoteles que interesen al sector.

Cartagena de Indias, en Colombia, es la ciudad que más interés despierta entre los inversores de la industria MICE que tienen la mirada puesta en Latinoamérica.

El avión: más caro

Las tarifas aéreas subieron en 2014 un 1,6% a nivel mundial. A pesar de la bajada que están experimentando los precios del barril de petróleo, y que se espera sea del 4% en 2015, la tendencia seguirá siendo alcista en lo que a tarifas de los billetes aéreos se refiere, superando incluso el porcentaje del año pasado. La explicación que encuentra American Express es el aumento de la demanda y los ajustes realizados por las aerolíneas en sus modelos de negocio.

Las previsiones apuntan a Norteamérica como la región del mundo donde más se encarece el transporte aéreo, hasta el 5%, seguido de Asia-Pacífico (+1,6%), Latinoamérica (+1,4%) y Europa (+1%).

Aumento del ahorro compartido

Un estudio de Amadeus afirma que la economía compartida “favorece los desplazamientos corporativos y abre nuevas posibilidades de optimización de recursos en la gestión del viaje, y es una de las tendencias en auge”.

La *sharing economy* es una forma de consumir que irá ganando espacio y esto supondrá, según las previsiones de CWT, un aumento de la demanda de plataformas como Airbnb o Lift.

Más control de la información

El estudio *Travel Managers Data Needs and Challenges* publicado por Diners Club International afirma que una buena gestión de la información ayuda a ahorrar. Según este informe, el 61% de los gestores encuestados en Asia-Pacífico cree que su organización utiliza con éxito los datos de viajes a la hora de tomar decisiones y fomentará seguir avanzando en este aspecto. Aproximadamente el 80% cree saber cómo optimizar estos datos y utilizarlos para identificar reformas más rentables y mejores opciones a la hora de reservar viajes. En Europa, alrededor del 70% percibiría lo mismo.

En contraposición a esta afirmación, un nuevo estudio realizado por la Fundación GBTA (Global Business Travel Association) concluye que sólo el 40% de los gestores de viajes europeos comparte dicha creencia.

En cuanto a la utilización de dicha información, el 74% de los gestores de viaje de Asia-Pacífico realiza el análisis de los datos de viaje en favor la conciliación de tareas; el 67% para definir el presupuesto y el 44% para la gestión de riesgos y seguridad de los viajeros. Por el contrario, sólo el 25% de los gestores de viajes en Europa utiliza los datos para la conciliación, el 30% con fines presupuestarios y el 20% para la gestión de riesgos y seguridad.

No obstante, el estudio de Diners también señala que el 49% de las empresas de Asia Pacífico y el 59% de Europa aún no han consolidado sus datos de viaje a partir de fuentes múltiples. Esta consolidación representa una oportunidad para reducir al mínimo los desafíos derivados de trabajar con varias fuentes, formatos y tipos de información. Todo apunta a que en 2015 se multiplicarán los esfuerzos por avanzar en este sentido.

El 80% de los gestores de Asia-Pacífico cree ahorrar gracias al análisis de la información

Más análisis de las tendencias

CWT ha creado una web que permite analizar tendencias y perspectivas en un intento de ofrecer herramientas que sirvan para anticipar movimientos en la industria. Comparando distintos aspectos es posible estimar cuál es la tendencia: por ejemplo, en cuanto a la organización de eventos, la tónica mundial vendrá marcada por el control del gasto. En relación con el análisis de la información, la tendencia que se extrae de la opinión de gestores y organizadores es que se analizará más como parte de un camino hacia el ahorro, que un año más sigue siendo el objetivo principal.

Las empresas intentarán hacer más viajes y eventos a pesar del contexto de aumento de precios. La reducción de los recortes en algunas zonas del mundo y el incremento de las partidas en otras permite vaticinar que 2015 ya no será un año de crisis, aunque muchas consecuencias de la recesión sigan condicionando las negociaciones.

Lista de deseos de los organizadores para 2015

Reforzar el papel de guía de las agencias de producción de eventos como consecuencia de la importancia creciente de la tecnología y el papel de las aplicaciones móviles, herramientas para reuniones virtuales/híbridas y otras innovaciones

Habilitar soluciones para eventos digitales con el objetivo de involucrar a la audiencia de una manera nueva y emocionante

Planificar reuniones y eventos en países emergentes porque allí es donde se están generando nuevas oportunidades de negocio

Integrar la planificación del viaje en la gestión de la reunión para generar beneficios sustanciales en materia de calidad de la experiencia, coste y seguridad

Incluir los viajes en avión en el proceso global de planificación en beneficio tanto de los planificadores como de los participantes





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 GESTIONAR EL ESTRÉS A BORDO

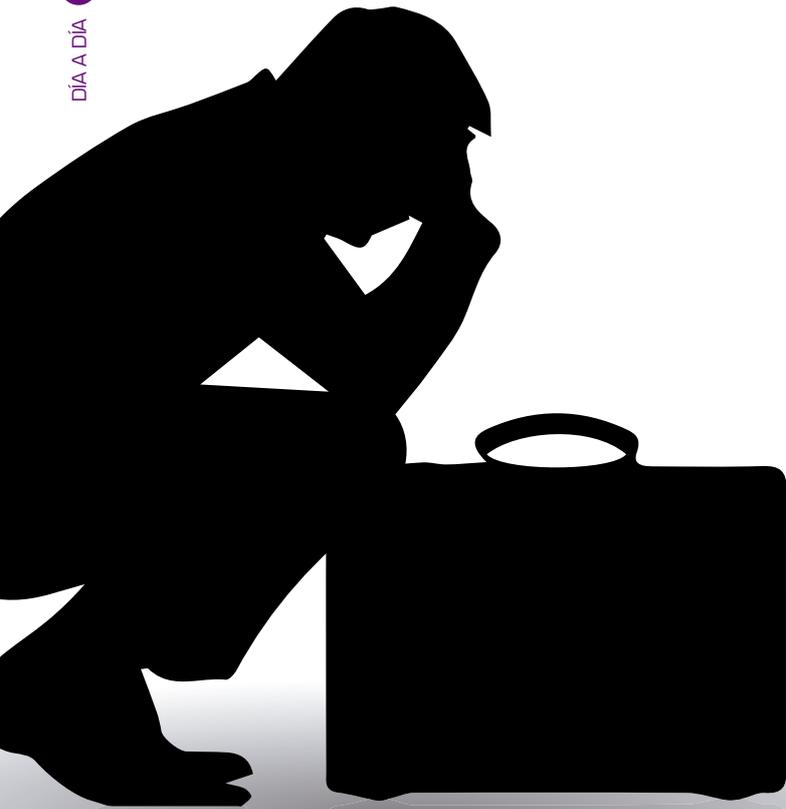
Por Eva López Alvarez

Volar es en muchos casos sinónimo de preocupación y ansiedad, incluso de sufrimiento. Reconocerlo es el primer paso para conseguir una mejor experiencia de vuelo. Todo el mundo sabe que el avión es el medio de transporte más seguro, pero lo importante es sentirlo a bordo, y hay maneras de conseguirlo.

Según el Diccionario de la lengua española, el estrés es la “tensión provocada por situaciones agobiantes que originan reacciones psicósomáticas o trastornos psicológicos a veces graves”. Muchos viajeros pueden recordar estadísticas como las que confirman que el aéreo es el transporte más seguro del mundo, con un riesgo de mortalidad 3.000 veces inferior al que se corre conduciendo una moto. También que en 2013 se registró un mínimo histórico con tan sólo 29 accidentes fatales y 265 víctimas. O que en sólo nueve de los 90 siniestros registrados ese año se produjeron víctimas mortales: lo mismo que decir que uno de cada 350.000 vuelos registra problemas graves y que tan sólo uno de cada tres millones termina en catástrofe.

Sin embargo, esto no impide que muchos pasajeros sufran durante sus trayectos tras haber experimentado una situación de tensión que les ha dejado huella. Según explican los expertos de Poder Volar, organización argentina que desde 1995 brinda recursos a personas con mala experiencia de vuelo, muchos pasajeros sufren estrés post-traumático derivado de alguna experiencia que reviven cada vez que vuelven a subir a un avión.

En muchas ocasiones la influencia de noticias, películas, casos ajenos... alimenta una ansiedad que aumenta en cabina y se ve reforzada por la sensación de claustrofobia. A eso se añade la situación personal de cada individuo. Por eso a la hora de tratar el miedo a volar es importante tener en cuenta el estado emocional de cada pasajero: no es lo mismo viajar cuando se está viviendo un momento complicado o cuando un gran negocio espera para ser concluido en destino.



Tampoco es igual volar sin haber dormido bien o bajo los efectos del alcohol, que hacerlo descansado y tras una buena alimentación.

Ante todo, reconocer el miedo

Tal y como afirma Claudio Plá, médico-psiquiatra de Poder Volar: “la predisposición al miedo es siempre diferente, el cerebro es el único ordenador que cada día cambia de *hardware* y *software*”. Reconocer que se tiene miedo y tratarlo permite, según este experto, “haber recorrido el 50% del camino que lleva al control y una mejor experiencia de vuelo”.

Una vez asumida la necesidad de superar el temor a volar, los cursos ayudan a conseguirlo. La primera herramienta utilizada por quienes los imparten es la información, principalmente en torno a cinco temáticas:

1. Información aeronáutica. Así se aprende que en el avión **todo se encuentra duplicado**: los instrumentos, los equipos humanos y los motores.

2. **Las rutas aéreas están reservadas** y los pilotos siguen la vía que ha sido destinada exclusivamente para el aparato.

3. **Los controles son muy exhaustivos**: no sólo organismos como la OACI (Organización Internacional de Aviación Civil, por sus siglas en inglés) o IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo, por sus siglas en inglés) controlan la seguridad de los vuelos: los fabricantes de los aviones, las compañías aéreas, los equipos de mantenimiento de los aeropuertos y los mismos pilotos y copilotos comprueban que todo está en orden antes de salir a pista.

4. Funcionamiento de las turbinas o motores del avión: **la turbina es el motor más avanzado** inventado por el hombre, ya que no sufre desgaste y no cuenta con piezas móviles que se puedan desprender.



¿Existe un pasajero “tipo” con miedo a volar?

Definitivamente no: hay personas con fobia o completo rechazo a tomar contacto con la situación temida y otros que sólo sienten aprehensión. Sin embargo, podemos decir que la mayoría de los que tienen miedo a volar son pasajeros que han vivido alguna situación que les ha generado un estrés post-traumático a pequeña escala. Aún siendo mayoría, cada persona necesita explicar su caso, qué le ha influenciado -vivencias, lecturas, películas... - y provoca su temor. Nosotros debemos entender en qué situación se encuentra el pasajero desde el punto de vista emocional: no es lo mismo estar viviendo un momento difícil que volar sin dormir o siendo un gran fumador.

¿Qué argumenta ante quien dice que el avión es el medio más seguro pero del que es más difícil salir en caso de accidente?

Es cierto que somos seres de tierra, nos gusta estar en tierra y el avión despierta fantasías muy primitivas. Pero quien vuela es el avión, no la persona que viaja. Y el avión se desplaza por el aire, que es un fluído que lo sostiene, además del hecho de que una aeronave planea y no cae en línea recta. En la mayoría de los casos el avión con problemas consigue aterrizar, por eso es importante, además de comprender que es el medio más seguro para viajar, cómo funciona en caso de turbulencias, algo que asusta a muchos pasajeros pero que no supone una amenaza para el aparato. Con información se supera en muchos casos el miedo a volar.

¿Es posible entonces superar ese miedo?

En psiquiatría preferimos hablar de remisión o control de la situación antes que de curación. En la mayoría de los casos el pasajero consigue mejorar su experiencia de vuelo y muchos superan completamente su miedo. Y cabe destacar que no es necesario dedicar una jornada completa, volar o recurrir a un simulador: nosotros ofrecemos cursos por Skype para cualquier ciudadano del mundo.

Entrevista

Claudio Plá

Médico psiquiatra titular
de Poder Volar

“Quien vuela es
el avión, no la
persona que
viaja”

5. Meteorología: sobre todo las tormentas asustan sobremanera a los pasajeros cuando en realidad no suponen ninguna amenaza para la estructura del avión. Es importante entender por qué **las turbulencias no suponen ningún riesgo para el pasajero**. Hay zonas del planeta más incómodas por el movimiento que provocan: estar advertido antes de su paso y tener claro por qué ocurre ayuda a controlar la situación.

Además de la información, los cursos incluyen el aprendizaje de técnicas de relajación y respiración que se pueden practicar desde antes del vuelo. En todos los casos se busca controlar la ansiedad. En los casos más extremos, y siempre de la mano de un especialista, los pasajeros pueden recurrir a algún tipo de medicación adaptado a su caso.

Durante el vuelo

Es importante llegar descansado a bordo. Por eso los especialistas recomiendan no preparar el equipaje en el último minuto, hacer algún tipo de ejercicio físico en los días previos, disfrutar de un baño relajante y, sobre todo, dormir con normalidad. La alimentación influirá en el estado emocional y la capacidad para controlar la ansiedad: comer hidratos de carbono ayuda a descansar mejor una vez instalado en el asiento.

Sentarse lo más relajado posible, acudiendo por ejemplo al baño antes de embarcar, ayuda a superar la incomodidad derivada de la falta de espacio o vecinos de viaje molestos. En caso de recurrir a la respiración para relajarse antes de que el avión despegue, es importante tener en cuenta que los tiempos de salida del aire inspirado deben ser más largos que los de entrada. La respiración debe ser abdominal. Los expertos recomiendan observarse a sí mismo para saber cuáles son los puntos del cuerpo que se encuentran en tensión, siendo eficaz aumentar la contracción allí donde se esté produciendo con el objetivo de relajarla posteriormente.

El alcohol no es buena compañía a la hora de volar: debido a la presurización de la cabina puede tener un efecto potenciador y actuar como un ansiolítico de mala calidad que genera un efecto "rebote", además de reforzar el *jet lag* una vez en destino. Por eso es aconsejable no tomar más de una copa de vino o champán a bordo, ni beber en exceso antes de viajar. La cafeína produce por su parte sensaciones corporales y la necesidad de mantenerlas en el tiempo. Es mejor evitar su consumo durante el vuelo y la disminución progresiva antes de viajar en aquellas personas con un consumo continuado.

La tripulación sabe ayudar

En caso de estar atravesando una situación personal difícil, potenciar la racionalidad recurriendo a estadísticas o datos como los de algunas aplicaciones destinadas a tranquilizar al pasajero puede resultar eficiente.

No hay que olvidar que la tripulación no sólo está para informar en caso de emergencia o servir comidas: los miembros están preparados para asistir a personas con episodios de ansiedad. En caso de sorpresa o duda, la mejor opción será siempre preguntar qué ocurre y encontrar una explicación racional sobre la situación. Y, sobre todo, creer que incluso para aquéllos que sufren porque nos les queda más remedio que volar, es posible disfrutar del viaje.

Para una mejor experiencia de vuelo

En los días previos:

- ➔ Intentar caminar 30 minutos diarios, aumentar las horas de sueño, reducir el consumo de tabaco, café, alcohol, etc.
- ➔ No preparar el equipaje en el último minuto

Mismo día o día previo:

- ➔ Comer hidratos de carbono tres horas antes de volar y llevar caramelos para el trayecto: estimulan el sueño y calman la ansiedad

Antes de embarcar:

- ➔ Ir al baño

Durante el vuelo:

- ➔ Comer con moderación y no abusar del alcohol
- ➔ Tomar un vaso de agua por cada hora de vuelo ayuda a contrarrestar la deshidratación generada por el aire seco de la cabina y diluir la adrenalina circulante en la sangre
- ➔ Estirar las piernas, ya sea sentado, tumbado o paseando por los pasillos, evitando de este modo la congestión venosa debido a la falta de espacio y la presurización de la cabina
- ➔ No utilizar maquillaje
- ➔ Escuchar música relajante: la música clásica y *new age* ayudan a nivelar la actividad eléctrica cerebral
- ➔ Proveerse de distracción (libros, revistas, manualidades, etc. incluso trabajo si no actúa como elemento de estrés)
- ➔ Utilizar ropa cómoda y evitar los zapatos con tacón
- ➔ Llevar consigo en el asiento aquello que se considere básico para el trayecto (medicinas, antifaz para dormir, agua, etc.)
- ➔ En caso de turbulencias, la almohada, manta o una prenda de abrigo sobre el abdomen y con el cinturón ajustado reduce la sensación de movimiento interior

LLEVAMOS SU MARCA A LOS PRIMEROS 10 RESULTADOS DE BÚSQUEDA

Déjelo en nuestras manos.



www.grupodeboss.com
soluciones@grupodeboss.com



Motivación

Por Guadalupe Araoz

Dicen los expertos que después de dos semanas recordamos el 10% de lo que leemos, el 20% de lo que oímos, el 30% de lo que vemos y el 90% de lo que decimos y hacemos. Por eso los eventos motivacionales son un elemento clave para la consolidación de una memoria que redundará en mejores resultados.

Cata de tapas a ciegas

Si algo tienen en común las empresas grandes es que muchos de sus trabajadores no se conocen entre sí. Para revertir esta situación, una compañía noruega contrató los servicios de la agencia española **E&TB Group**, que llevó a 200 de sus trabajadores a conocer la localidad costera de Sitges, en la provincia de Barcelona (España). El primer día se crearon 18 grupos que tuvieron que superar diferentes pruebas que incluían elementos típicos de la localidad y el país.

La prueba más elogiada fue "Tapas a ciegas", organizada en un restaurante vasco. Los participantes debían descubrir, a través del olfato y el gusto, los ingredientes de cada tapa. A continuación se desarrolló el "Juego del cava", a través del que tuvieron que adivinar la esencia de distinguidos cavas catalanes. Personas que antes apenas se conocían, regresaron a la empresa con nuevos lazos creados.





En carrera

Los protagonistas de esta actividad fueron gerentes de una empresa europea que produce comida para animales y a quienes la dirección reunió en un viaje de incentivo. Teniendo en cuenta el tamaño reducido del grupo, la agencia francesa **Oleis Paris Events** planteó una experiencia exclusiva en torno a un simulador de coche de carreras ubicado en el centro de París.

Los participantes se enfrentaron durante tres horas con el fin de conseguir el mejor promedio de tiempo durante el circuito. El objetivo de la competición no fue solamente sentirse piloto por un rato, sino crear un ambiente distendido y lograr mejor cohesión entre los miembros del equipo. Tras la experiencia, el grupo disfrutó de media hora de relajación en el bar Ice Kube, donde pudieron disfrutar de los cócteles en un ambiente relajado.

Como Sioux

“Tribu Sioux” es una de las propuestas de la agencia chilena **Brújula Verde**: en ella los participantes se disfrazan de aborígenes y deben cumplir con la misión de reconstruir su pueblo. El objetivo es que los participantes aprendan a analizar lo que está bajo su control y asumir compromisos grupales que permitan desarrollar un mejor trabajo en equipo.

Cada grupo debe encontrar primero los elementos para la siguiente etapa, utilizando un mapa y un GPS. De forma individual tienen que construir tetraedros con varas de madera que les permitan realizar ensamblajes de manera colectiva.

Una vez terminada la construcción, el grupo es recompensado con una foto que sirve de recuerdo de un momento de risas y trabajo en equipo.





Método DeRose

El **Método DeRose** es una propuesta de *life style coaching* basada en la buena calidad de vida relacionada con todos los aspectos del individuo, desde la alimentación a la cultura. El programa de experiencias propuesto por la empresa argentina del mismo nombre se llevó a cabo en el marco de una actividad con 100 ejecutivos de una firma multinacional, reunidos en el auditorio del hotel Sheraton de Montevideo. Los instructores explicaron en cinco conferencias contenidos teórico-prácticos relacionados con los procesos de cambio, eje temático del evento.



Los participantes no tuvieron necesidad de cambiarse de ropa, ni siquiera de lugar, para vivir distintas experiencias vinculadas a la calidad de vida y el alto rendimiento. Se trabajó la capacidad de optimización de los recursos biológicos propios, la relación con los estados emocionales, la auto-superación y la adaptación al cambio. Además, se practicaron técnicas de respiración y de aumento de la vitalidad, finalizando con un ejercicio de asimilación de lo aprendido.

Ayudando a la infancia

La agencia española **Exploramás Eventos y Aventuras** organizó una acción de Responsabilidad Social Corporativa para 140 empleados de una empresa tecnológica procedente de Alemania. La actividad consistió en acondicionar y mejorar las instalaciones del Hogar Infantil Fundación Fátima, un centro de acogida en Barcelona para niños en situación de desamparo.

Los participantes ejecutaron diferentes tareas como pintar los dormitorios y los espacios de juegos infantiles. La acción incrementó la motivación de los participantes que incluso se atrevieron a añadir detalles que inicialmente no estaban previstos. El momento más especial llegó al final de la actividad, cuando cada uno de los asistentes recibió un dibujo con las huellas de las manos de los niños del centro. La emoción se disparó: brotaron las lágrimas y agradecimientos, sin duda la base de un recuerdo que se mantendrá en el tiempo.



¡Todo un placer!

¡A la altura de sus eventos!



Valonia

Bruselas

www.belgica-turismo.es



Oficina de Turismo de Bélgica
Bruselas • Valonia





CON RESPONSABILIDAD

Por Redacción

La solidaridad se traduce en resultados concretos que salvan la vida de muchas personas. Personas que pueblan destinos que se ofrecen a la industria MICE e intentan ser ejemplo de responsabilidad para que sus habitantes y visitantes disfruten de una mejor calidad de vida. Como la calidad que da el trabajo, una herramienta más para integrar a los más desfavorecidos.

Microdonativos que dan para mucho

Amadeus, Iberia y UNICEF Comité Español se unieron hace un año en un proyecto pionero para realizar microdonativos destinados a proyectos de supervivencia infantil de UNICEF. A través de una plataforma tecnológica desarrollada por Amadeus integrada en www.iberia.com, cada vez que un cliente adquiere un billete puede realizar un donativo de entre tres y 20 euros destinados a UNICEF.

En los doce primeros meses, 36.000 clientes de la aerolínea participaron en esta campaña solidaria y se han conseguido 200.000 euros para apoyar un programa global de vacunación: "100% Niños Vacunados". Esta iniciativa tiene como objetivo aumentar el número de niños que reciben las vacunas esenciales para poder crecer sanos, así como erradicar la polio en ocho países en riesgo por las bajas tasas de vacunación. Y es que la prevención es el instrumento más potente y efectivo para proteger a los niños de enfermedades mortales; se estima que las vacunas salvan al año las vidas de más de dos millones de criaturas.

En concreto, las donaciones se han destinado al programa de vacunación en Chad y han contribuido a proteger la vida de 600.000 bebés.



Destinos responsables

Anne Hidalgo, alcaldesa de París, anunció un plan para reducir la contaminación en la capital francesa que incluye prohibir la circulación de vehículos con combustible diésel a partir de 2020: el objetivo final es convertir el centro de la ciudad en una zona semipeatonal.

La alcaldía de Madrid renovará el alumbrado público mediante la utilización de tecnologías eficientes de iluminación: gracias a la intervención en 225.000 puntos de luz, de los cuales 84.000 pasarán a ser LED, así como la renovación de 33.000 faroles que iluminan las zonas históricas, se ahorrará un 44% en consumo de electricidad con respecto a la instalación actual.

La municipalidad de Quito ha editado una guía "Quito ecológico" para potenciar el comercio local y el acceso a productores y artesanos ecológicos, indicando dónde encontrar alimentos orgánicos, accesorios reciclados y toda una gama de elementos elaborados de manera responsable.

El alcalde de Nueva York se comprometió a reducir en un 80% el consumo de energía antes de 2050 con fuertes inversiones en energías renovables y la transición completa hasta la eliminación del uso de combustibles fósiles.

El trabajo como vía de inserción

La Fundación Adecco anunció la integración en el mercado laboral de 231.494 personas en riesgo de exclusión durante sus 15 años de existencia en España. Los trabajadores que han conseguido un empleo son personas con discapacidad, mayores de 45 años, mujeres con responsabilidades familiares no compartidas y/o víctimas de la violencia de género y deportistas y exdeportistas de alto rendimiento.

Con motivo de su aniversario, anunciaron la ampliación del perfil de riesgo, ampliándolo a todos aquellos que han perdido su única vivienda. Un programa integra a bancos como BBVA y 830 grandes compañías más que se han sumado incorporando a trabajadores de este perfil dentro de sus plantillas.

La celebración contó con el testimonio de tres personas que consiguieron trabajo a través de la Fundación: defendieron que las empresas deben fijar la atención en las capacidades de los individuos por encima de sus limitaciones. Es decir, apoyaron la puesta en marcha de procesos de selección por competencias. También se presentó el 'Plan 2020: Empleo para todos' cuya misión es que "ninguna persona encuentre barreras en su acceso al trabajo" con el objetivo de conseguir 30.000 empleos en cinco años.

Con estilo

ENTRE LOS QUE SE RESISTEN

A pesar de los *phablets*, otros *smartphones* y tabletas, los ordenadores portátiles se resisten a salir del mercado, muchas veces integrando funciones que les asemejan a sus competidores y siempre como una opción de trabajo más agradable para quien necesita una pantalla de tamaño consecuente y disfruta con los sonidos del teclado. Ya hemos entrado en la era de los *ultrabooks*.



ASUS ZENBOOK TOUCH UX31A

Dimensiones: 32,5 x 22,3 x 0,3/1,8 cm

Peso: 1,3 kilos

Pantalla: 13.3" IPS Full HD 16:9 multi-touch

Procesador: Intel Core i7-3517U o i5-3317U

Memoria RAM: 4GB

Disco duro: 128/256 Gb SATA III SSD

Qué nos gusta: Cuenta con teclado retroiluminado con ajuste de luz automático según la cantidad de luz ambiental



DELL XPS 13

Dimensiones: 31,6 x 20,5 x 1,8 cm

Peso: 1,3 kilos

Pantalla: WLED 13,3" 1080p Full HD con tecnología TrueLife

Procesador: Intel Core i5-3337U (Turbo Boost 2.0 hasta 2,70 GHz) o Intel Core i7-3537U (Turbo Boost 2.0 hasta 3,10GHz)

Memoria RAM: 4/8 GB

Disco duro: 128/256 GB SSD

Qué nos gusta: El chasis en fibra de carbono hace que sea uno de los ordenadores más resistentes del mercado

HP SPECTRE XT TOUCHSMART 15

Dimensiones: 37,7 x 25,4 x 2,22 cm

Peso: 2,5 kilos

Pantalla: LED 15,6" 1920x1080 Full HD multi-touch

Procesador: Intel Core i5-3317U

Memoria RAM: máximo 8GB

Disco duro: 256 Gb SSD

Qué nos gusta: La resolución de la pantalla Full HD



LENOVO THINKPAD X1 CARBON

Peso: 1,27 kilos

Pantalla: 14" HD+ 250nit TN WWAN

Procesador: Intel Core i7 de última generación Haswell

Memoria RAM: 8GB

Disco duro: 128 GB M.2

Qué nos gusta: La batería tiene hasta nueve horas de autonomía

MACBOOK AIR

Dimensiones: 32,5 x 22,7 x 1,7 cm

Peso: 1,35 kilos

Pantalla: 13" widescreen brillante retroiluminada por LED

Procesador: Intel Core i5 1.3 Ghz

Memoria RAM: 4 GB 1600 MHz DDR3

Disco duro: 128 GB

Qué nos gusta: La calidad del procesador



AGENDA

FITUR

28 de enero a 1 de febrero

Aunque con un perfil más vacacional, las sesiones de trabajo incluyen temáticas interesantes para los organizadores de viajes y eventos como las que componen el programa de Fiturtech. En 2015 se organizará el primer Encuentro Internacional de la Industria del Turismo de compras en un evento B2B destinado al sector profesional del comercio y el turismo.

Sede: Feria de Madrid IFEMA

AIME AUSTRALIA

3 y 4 de marzo

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

Sede: Melbourne Convention and Exhibition Centre

32º CONGRESO COCAL

5 a 7 de marzo

500 organizadores de congresos, convenciones, eventos y viajes de incentivo

se dan cita en Florianópolis (Brasil) para analizar las tendencias del sector con ponentes de primer nivel.

Sede: Costão do Santinho Resort

GIBTM ABU DHABI

16 a 18 de marzo

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

VIAJESCORP COLOMBIA

4 y 5 de mayo

Principal cita de la industria MICE en Colombia con un nutrido programa de conferencias, reúne a organizadores del país en busca de nuevas ideas.

Sede: Cartagena Hilton

IMEX FRANKFURT

19 a 21 de mayo

Feria especializada en viajes y activida-

des de incentivo, convenciones y eventos. Entre los de mayor afluencia del mundo, reúne a expositores internacionales ante miles de *hosted buyers*.

Sede: Messe Frankfurt

FIEXPO LATINOAMÉRICA

1 a 3 de junio

Feria internacional del segmento de Reuniones e Incentivos para la promoción de infraestructura y servicios en América del Sur, Centroamérica, Caribe y México con importante presencia de los destinos.

Sede: Sheraton Lima Hotel & Convention Center

WMF MÉXICO

5 a 7 de junio

El World Meetings Forum reúne a reconocidos expertos del sector y líderes de la industria para tres días de networking y reflexión sobre cómo hacer evolucionar el negocio y las buenas prácticas.

Sede: Hard Rock Hotel Cancún

PUNTO MICE es:

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

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



/PUNTOMICE



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

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

Precio de la suscripción anual:
6 números

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

suscripciones@puntomice.com



EN TAP, LAS EMPRESAS SOLO TIENEN PUNTOS FUERTES.

Si quiere optimizar el presupuesto de viajes de su empresa, embáquese 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 PORTUGAL

con los brazos abiertos



BAHIA PRINCIPE

HOTELS & RESORTS

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 Príncipe 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