

PUNTO MICE

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

Nº 30 MARZO / ABRIL 2019

6,5 € - 9 \$



LA VOZ DEL SECTOR

Tendencias: más eventos y más control del gasto, con diferencias entre mercados

DESTINOS

Quito y Galápagos para convenciones e incentivos únicos. Vilna, el corazón de Europa

PURO INCENTIVO

Gambia: este pequeño país del África occidental ofrece enigmas y sonrisas

DÍA A DÍA

Guerra al plástico: la industria MICE tiene muchos pasos que dar para ganar su propia batalla

vueling

EUROPA TIENE MUCHAS CITAS CONTIGO

Roma, Amsterdam, París y muchos destinos
más para organizar tus mejores planes.

PARA MÁS INFORMACIÓN CONSULTA EN [VUELING.COM/AGENCIAS](https://www.vueling.com/agencias)



EDITORIAL

LAS COSAS EN SU SITIO

Parece que algunas cosas vuelven a su sitio. Tras dedicar muchas líneas a la innovación tecnológica y la automatización de muchos de los procesos que conducen al hecho de viajar y reunirse, nos complace comprobar que todas las palabras que también hemos dedicado a la importancia de lo humano no han quedado desfasadas. La tecnología debe hacernos la vida más cómoda, pero no sustituir aquello que más nos diferencia de las máquinas: la calidez.

Nos damos cuenta de que las compañías aéreas y los hoteles están apostando por la atención al cliente como un factor diferencial tan importante como el producto. También, aquellos destinos que buscan consolidar su presencia, o hacerse un hueco en el amplio panorama MICE, ofrecen mucho más que ser vistos desde fuera o dar sensación de implicación porque se organiza la salida a un mercado local... Ofrecen que el viajero viva, igual que viven sus habitantes, comprendiendo el interés y el porqué de las cosas que suceden. ¿Quizá pronto hablemos de que la única diferencia entre habitante y turista es el lugar de residencia habitual de la persona?

Los tres destinos que presentamos en esta edición tienen mucho que ver con eso que ningún robot puede

ofrecer: autenticidad. Quito se presenta ante los profesionales MICE como un destino nuevo que sin embargo cuenta ya con una importante infraestructura. Y es además puerta de entrada a un universo único en el mundo como son las Islas Galápagos. Ninguno de los dos ha perdido en autenticidad. El primero por desconocido, el segundo por protegido. Cambia también ofrece la exclusividad de los lugares recónditos y poco explorados, en la vertiente más sonriente de un África negra no siempre accesible. Vilna es otro de esos destinos que sorprende por los mismos motivos: sencillez y calidez en la acogida en un destino nada masivo.

Ya estamos inmersos en un 2019 en el que parece que el MICE va bien aunque el control de los costes vuelve a pesar ¿de manera razonable o preocupante porque volvemos a una crisis? Parece que no, que la incertidumbre mundial está teniendo su impacto pero la importancia de organizar encuentros, recompensar a los equipos y clientes y congregar al público en torno a experiencias únicas no es algo que se cuestione sino todo lo contrario.

El MICE se ha ganado su sitio e, independientemente del presupuesto dedicado, ya no se cuestionan las razones, e importancia, de su existencia.



Eva López Álvarez
EDITORA

EMPRESA EDITORA: GRUPO PUNTO MICE®

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

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

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

www.puntomice.com
✉ redaccion@puntomice.com

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

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

DIRECCIÓN DE ARTE Y DISEÑO:
Marta Diego

PRODUCCIÓN: José Carlos Suárez

CORRECCIÓN: Claudia Cabrero

ADMINISTRACIÓN:
Eugenio Salazar
✉ administracion@puntomice.com

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

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

**DESARROLLO WEB Y GESTIÓN DE
REDES SOCIALES:**
Grupo Deboss
📱 @PUNTO MICE
🌐 /PUNTO MICE

SUSCRIPCIÓN

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

IMPRESO EN ESPAÑA Gráficas Covadonga



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

DEPÓSITO LEGAL M-12379-2014

Somos medio asociado a



Foto de portada: Piquero de patas azules de Galápagos



— UN VIAJE DE —
INCENTIVOS
diferente



Cruceros Fluviales por Europa



Relax



Gastronomía



Cultura



Experiencia



Comodidad



Politours ofrece a sus clientes de incentivo un trato de exquisita profesionalidad por parte de nuestro personal. Servicios de alta calidad, tanto en su acomodación, restauración, programa de animación y demás servicios complementarios. ¡Consúltenos, se sorprenderá!

SUMARIO

Nº 30
EDICIÓN MARZO /
ABRIL 2019

PUNTO MICE

6

ACTUALIDAD

Novedades del sector y entrevistas a proveedores de referencia

18

LA VOZ DEL SECTOR: TENDENCIAS PARA ESTE 2019

Si bien cada mercado hispanohablante revela las suyas propias, en general aumentará el número de operaciones aunque con más control del gasto

24

DESTINO: QUITO / ISLAS GALÁPAGOS

La capital de Ecuador cuenta con una amplia oferta para convenciones que completar con incentivos de ensueño en el paraíso de la naturaleza virgen

36

APPS

Herramientas que facilitan la vida del organizador y el viajero

38

DESTINO: VILNA

La capital lituana se ofrece al organizador como el corazón, y no solo geográfico, de una Europa barroca y accesible

46

PURO INCENTIVO: GAMBIA

Este pequeño país del África occidental sorprende por su naturaleza, ambiente apacible y la facilidad para conocer tradiciones ancestrales

54

ANÁLISIS: VENUES DEPORTIVOS

Los responsables de promoción de grandes espacios nos cuentan cómo puede derivar en una experiencia singular asistir a un evento en este tipo de *venues*

60

DÍA A DÍA

Guerra al plástico: el sector MICE tiene muchos pasos que dar en favor de una lucha que nos hará ganar a todos

64

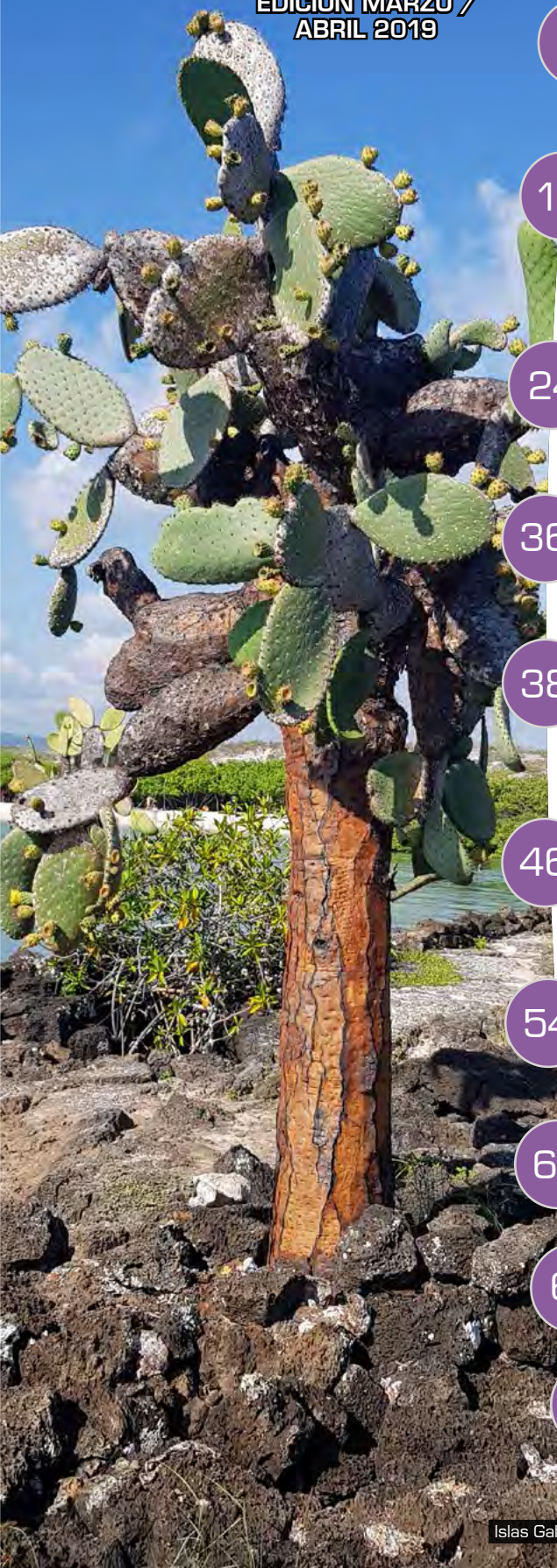
MOTIVACIÓN

Propuestas de diferentes agencias con un objetivo común

68

CON ESTILO

Grabadoras para dejar constancia de todo con elegancia y discreción



AEROMÉXICO RETOMA LA RUTA BCN-CDMX

Aeroméxico operará vuelos directos entre Barcelona y Ciudad de México a partir del próximo 16 de junio, con tres frecuencias semanales en aviones Boeing 787-8 Dreamliner. La aerolínea confirmó la inauguración de esta ruta, que previamente había abandonado.

Además, durante este año se incrementarán las frecuencias en las rutas ya existentes entre Ciudad de México y los aeropuertos de Madrid-Barajas y París-Charles de Gaulle. El incremento de plazas se situará en el 22 %, en respuesta a la alta demanda. La compañía pasará a ofrecer hasta 18 vuelos directos por semana desde la capital española y hasta once conexiones semanales desde París.

En 2018, Aeroméxico transportó cerca de 22 millones de pasajeros a 90 destinos, lo que supuso un crecimiento del 5,9 % en comparación con el año anterior. En su conexión con Madrid, el número de pasajeros se incrementó en un 17 %, mientras que la variación desde París fue del 10 %.



QATAR AIRWAYS APUESTA POR ESPAÑA

Qatar Airways recuperará su ruta Málaga-Doha con cinco vuelos semanales del 29 de mayo al 29 de septiembre, e incrementará sus frecuencias desde Barcelona con tres vuelos diarios a partir del 1 de junio. La aerolínea emiratí transportó un 6,6 % más de viajeros desde España en 2018, comparado con el año anterior.

Además, la compañía sustituirá el Boeing 787 Dreamliner por un nuevo Boeing 777 para los vuelos desde Málaga. El pasado mes de septiembre anunció que operará tres frecuencias diarias desde Madrid.

Todo ello supone un aumento de capacidad del 11 % desde la capital española, del 85 % desde Málaga y del 17 % desde Barcelona, ofreciendo a los pasajeros españoles más opciones para conectar con 160 destinos en todo el mundo desde el *hub* del Aeropuerto Internacional de Hamad en Doha.



TURKISH LANZA VUELOS DIRECTOS A MÉXICO

Turkish Airlines ofrecerá vuelos directos a Ciudad de México y Cancún desde Estambul a partir del próximo 21 de agosto. La nueva ruta tendrá tres frecuencias semanales y será operada a bordo de aviones Boeing 787-9 Dreamliner.

Los vuelos despegarán del Aeropuerto Internacional Atatürk de Estambul a las 20h55 los miércoles, viernes y domingos y aterrizarán en Ciudad de México a las 4h10 del día siguiente, antes de continuar a Cancún a las 5h30, con la llegada a Yucatán prevista para las 7h50.

El regreso desde Ciudad de México será operado los lunes, jueves y sábados a las 5h30, haciendo escala en Cancún. Los vuelos partirán de la ciudad caribeña a las 9h20, llegando a Estambul a las 5h25 del día siguiente (hora local). Una vez en la capital turca, la aerolínea ofrece conexiones a más de 110 países en todo el mundo.



AIR EUROPA CRECE EN EL LARGO RADIO

Air Europa incrementará su oferta de asientos en vuelos de largo radio en un 8,5 %, gracias a la inauguración de nuevas rutas transoceánicas y la incorporación progresiva de cinco Boeing 787-9 con clase *business* renovada. Tres de los nuevos aviones tendrán capacidad para 333 pasajeros y los otros dos ofrecerán 339 asientos, lo que supone un incremento total de 245.000 plazas de largo radio en relación a 2018.

A partir del 1 de junio serán tres las frecuencias semanales entre Madrid y Medellín (Colombia).

El día 3 de ese mes también se iniciarán los vuelos entre la capital española y Ciudad de Panamá, con cinco frecuencias por semana. Asimismo, se inaugurará la nueva conexión con Iguazú, en el lado argentino de las cataratas, que será operada los jueves y sábados.



CATHAY PACIFIC OFRECE YOGA ANTES DE VOLAR

Cathay Pacific inauguró The Sanctuary by Pure Yoga en el Aeropuerto Internacional de Hong Kong, un espacio en su sala The Pier, el *lounge* para pasajeros en clase *business*, donde los clientes pueden relajar cuerpo y mente con la práctica de yoga y meditación antes de embarcar en su vuelo. La iniciativa se suma a la reciente introducción de vídeos de yoga en las cabinas de sus aviones para fomentar el bienestar de los viajeros.

The Sanctuary es un espacio de más de 200 m² dividido en dos áreas: el llamado *Santuario del Cuerpo*, dedicado al yoga, y el *Santuario de la Mente*,



destinado a la meditación. Los viajeros pueden disponer de vídeos tutoriales realizados por expertos en yoga y practicar en un espacio privado. También pueden hacer ejercicios de estiramiento para mejorar la circulación, utilizando las sillas y otros equipamientos.

Para relajar la mente, se ofrece auto-meditación en cápsulas equipadas con auriculares aislantes de ruidos y iPads para que los clientes sigan las instrucciones de los monitores. Se puede meditar con la contemplación de gráficos relajantes desde cómodos cojines, en la disciplina conocida como *trataka*, para una mejor concentración.

¿Qué ofrece Vueling a las empresas?

Por encima de todo, reducir el presupuesto de viajes, ganar tiempo y flexibilidad. Éstas son las principales necesidades que hemos detectado en los clientes *business*, que a día de hoy suponen aproximadamente un 30 % de nuestros pasajeros. Pensando en ellos lanzamos el año pasado la tarifa TimeFlex, con prioridad de embarque y cambios en la hora del vuelo de forma gratuita e ilimitada para viajes en el mismo día. También permite el cambio ilimitado de fecha gratuitamente en la misma clase de reserva, selección de asiento y *fast track* en el control de seguridad, con dos bultos de equipaje en cabina gratuitos.

¿En qué destinos están mejor posicionados?

Vueling es una compañía paneuropea con un importante foco en España, Francia e Italia. En la actualidad operamos más de 120 destinos en todo el continente europeo, además del norte de África y Oriente Próximo. De todos ellos, nuestro principal foco de crecimiento está en España, donde ya somos líderes en el tráfico doméstico y en el tráfico de pasajeros entre Francia y España, además de la segunda compañía entre Italia y España.

¿Qué tendencias perciben en el contratante de empresa?

En primer lugar, una amplia oferta de frecuencias de vuelo que proporcione la flexibilidad necesaria para poder asistir a sus reuniones con la máxima eficacia posible, regresando a su ciudad de origen en el mismo día. En segundo lugar, la posibilidad de autogestionar sus vuelos, adelantándolos o retrasándolos en función de las necesidades de su agenda. Por último, la posibilidad de adquirir ventajas adicionales como complemento a su tarifa Basic u Optima como por ejemplo el Priority boarding, que garantiza el alojamiento de la maleta en cabina y una mayor rapidez a la hora de desembarcar, o el Vueling Pass que da acceso a las salas VIP de los aeropuertos Vueling.

Otro elemento muy valorado es la posibilidad de autogestionar sus viajes a través de nuestra *app* y herramientas digitales como el servicio Google Pay; el *chatbot* EVA o la *skill* de Alexa para conocer el estado de los vuelos con absoluta inmediatez, simplemente interaccionando con los dispositivos diseñados por Amazon.



Entrevista

David García

Director comercial de Vueling

“El viajero profesional busca amplia oferta de frecuencias, autogestión y ventajas extra”

HOTELES

MELIÁ CONSOLIDA SU PRESENCIA EN CHINA

Meliá Hotels International continúa su expansión en Asia, y particularmente en China, donde cuenta ya con cuatro propiedades, con la apertura de tres nuevos hoteles este año y otros tres en los próximos dos años. Incluirá tanto establecimientos urbanos como vacacionales, bajo las marcas Meliá, Gran Meliá e Innside by Meliá.



Tras el éxito del Gran Meliá Xian, la cadena añadirá dos nuevos hoteles de su marca más exclusiva en China. El Gran Meliá Zhengzhou, cuya apertura está prevista este año, combinará historia, lujo y diseño contemporáneo en sus 388 espaciaosas habitaciones. Le seguirá el Gran Meliá Chengdu en la provincia de Sichuan, que abrirá sus puertas en 2021.

En marzo de este año está prevista la inauguración del Meliá Shanghai Parkside, de 88 habitaciones, ubicado junto a la entrada principal de Disneyland Shanghai. Próximas aperturas incluyen hoteles vacacionales como el Meliá Chongqing y el Meliá Xueye Lake.

H10 SE REFUERZA EN ESPAÑA Y EL CARIBE

H10 Hotels ampliará su presencia en Europa y el Caribe con la apertura de siete nuevas propiedades este 2019, incluyendo tres en España. La cadena llegará por primera vez a la isla caribeña de Jamaica con la inauguración del Ocean Coral Spring, un *resort* de 500 habitaciones, e inauguró recientemente el Ocean El Faro, con 618 cuartos, en Punta Cana (República Dominicana).

En España, la compañía abrirá su primer hotel en Córdoba, el H10 Palacio Colomera, un cuatro estrellas con 45 habitaciones en un emblemático palacio de 1928. También añadirá su segundo hotel en Sevilla, el H10 Casa de la Plata, con 71 habitaciones y salón de reuniones. Por último, en los próximos meses se inaugurará el H10 Atlantic Sunset, un cinco estrellas con 291 habitaciones en Tenerife.

Además, en enero abrió el H10 Palazzo Canova en Venecia, segundo de la cadena en Italia. Se trata de un cuatro estrellas superior con 61 habitaciones, en un antiguo palacio del siglo XIX con vistas al Gran Canal.

En Lisboa, por su parte, abrirá sus puertas el hotel The One Palácio da Anunciada, la segunda apertura bajo la nueva marca de lujo urbano The One, ya presente en Barcelona. Contará con 83 habitaciones y espacios para eventos.

AMRESORTS APUESTA POR ESPAÑA Y MÉXICO

Actualmente la compañía cuenta 71 *resorts* a los que se suman 25 en desarrollo en 11 países. España es uno de los destinos prioritarios en sus planes de expansión. En 2018 el grupo adquirió Alua Hotels & Resorts y sumó 12 hoteles a los cuatro que ya tenía en gestión tras el acuerdo firmado con Hesperia.

Como resultado, en marzo abre el Secrets Mallorca Villamil, con 162 habitaciones; en junio será el turno del Secrets Lanzarote de 335 habitaciones mientras que en el verano europeo de 2020 será el Dreams Lanzarote Resort & Spa, de 465 habitaciones, el que venga a ampliar la oferta del destino ubicado en las Islas Canarias.

En total son cuatro hoteles en Ibiza, uno en Fuerteventura, uno en Mallorca y seis en Tenerife los que Apple Leisure Group ofrecerá en España bajo la marca AMResorts.



En México

AMResorts también anunció ambiciosos proyectos en México. Entre ellos, dos nuevos hoteles abrirán sus puertas en Nuevo Vallarta y Los Cabos. Ambos serán de nueva construcción y serán operados bajo la nueva marca Reflect Resorts & Spas. En 2018 el grupo firmó una alianza estratégica con el grupo mexicano Santa Fe, ampliando con tres hoteles más la cartera en el país. Además, junto a este grupo se está desarrollando el Breathless Tulum Resort & Spa: será inaugurado en 2021 con 300 *suites* y será el quinto establecimiento de la marca en el mundo.

España y México no son los únicos países que interesan al grupo: El Secrets de Saint-Martin será una de las grandes novedades del grupo ya que conllevará, en este año, el desembarco en la parte francesa de este destino caribeño.

IBIS FACILITA LA INTERACCIÓN EN SUS HOTELES

La cadena Ibis, perteneciente al grupo AccorHotels, presentó su nuevo concepto de hospitalidad centrado en una mayor interacción entre los huéspedes y el fomento de la proximidad con la comunidad local, en respuesta a la demanda de sus clientes. Según un estudio encargado a Ipsos, el 80 % querría que el hotel fuese un espacio social donde todos se sientan bienvenidos, incluso los no residentes.

La compañía aspira a posicionar sus establecimientos como lugares flexibles, acogedores y modernos, que fomenten la conexión entre viajeros y locales. El 67 % de los encuestados calificó favorablemente la propuesta de un concepto de hotel donde cualquiera puede dormir, cenar, conocer gente o disfrutar de música en directo. Por ello, este año sus hoteles acogerán más de 100 actuaciones de artistas emergentes y se introducirán menús personalizados según la clientela y la ubicación, con platos locales y productos frescos.



Bienvenida más cálida y personalizada

Además, el clásico concepto de recepción será gradualmente reemplazado en los próximos tres años por una bienvenida más cálida y personalizada. El equipo Ibis Smile Team completará los trámites de registro en el bar, mientras los huéspedes disfrutan de una bebida, o en las butacas del vestíbulo gracias a una nueva solución móvil y el uso de tabletas. Esto responde a la elección del 61 % de los encuestados, que prefiere hacer el *check-in* con una persona en lugar de hacerlo a través de dispositivos electrónicos.

La flexibilidad se aplicará también al diseño de los espacios del hotel. Los viajeros tendrán la opción de elegir habitaciones donde pueden alojarse hasta seis personas. También tendrán como opción la Smart Room, una habitación de gran tamaño con muebles funcionales que proporcionan según sus creadores más sensación de bienestar, comodidad y seguridad.



Exposiciones



Negocios



Congresos y Convenciones



Sociales

¡Contáctenos!

@CentroCitibnmx

@CentroCitibnmx

/CentroCitibanamex

www.centrocitibanamex.com

+52 55 5268 2000

Localización: Conscripto #311, Lomas de Sotelo, 11200, Del. Miguel Hidalgo, CDMX

Centro
citibanamex

Más de...
▶ 12,500 eventos realizados
▶ 34 millones de visitantes
▶ 101 millones m² utilizados

Creamos "Mexico Congress City"

Somos el primer recinto en Latinoamérica que consiguió el certificado **Earthcheck Gold** por nuestro **compromiso real con el medio ambiente**

Albergamos el Congreso médico más grande
"Congreso Mundial del SIDA"

Primera Exposición en el país con más de 60 mil m²

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

Hemos estacionado más de 28 mil autos en sólo 2 días

Recinto operado por Remex

ERV LANZA UN NUEVO SEGURO MODULABLE

La compañía aseguradora ERV presentó su nuevo seguro Business Star Modular para viajes de negocios, que ofrece a las empresas más garantías y flexibilidad. Incluye dos modalidades: anual, para los viajeros frecuentes, o temporal, para quienes hacen desplazamientos puntuales.

La nueva estructura modular permite al cliente elegir las sumas aseguradas de las garantías contratadas, así como aplicar franquicia a dichas garantías y a la cobertura de responsabilidad civil si así lo desea. También se puede elegir la comisión que recibirá el agente o corredor.

Entre las garantías se incluyen gastos médicos ilimitados en el extranjero, repatriación y pérdidas materiales por una suma asegurada de 5.000 euros, que se puede modular por tramos. El seguro de responsabilidad civil, por un valor de 600.000 euros, no se puede modificar. Las empresas pueden añadir cobertura de asistencia ante actos de terrorismo en cualquier destino, entre otros servicios.

AIRBNB AMPLÍA SU OFERTA PARA MICE

Con la adquisición de la plataforma Gaest, Airbnb se adentra aún más en el sector MICE. La *start up* danesa ofrece espacios para reuniones y eventos corporativos en ciudades de todo el mundo, que se pueden reservar por horas o días, incluyendo opciones de servicios adicionales. Ahora pasa a formar parte de la unidad Homes de Airbnb, aunque inicialmente continuará funcionando como una aplicación independiente.

La adquisición es parte de la estrategia de Airbnb para captar más clientes corporativos. La plataforma ya ofrece actividades de *teambuilding* a través de Airbnb Experiences, así como alojamientos con capacidad para la celebración de reuniones.



Entrevista

David Hildalgo

Show Director IBTM Americas

“Latinoamérica se consolida como un mercado cada día más competitivo”

¿Qué novedades ofrecerá IBTM Americas además del cambio de fechas?

Por primera vez celebramos IBTM Americas en mayo, con un incremento del 50 % en el número de compradores invitados procedentes de Estados Unidos y, por primera vez, con invitados de Asia. Reforzaremos nuestro programa educativo y seguiremos celebrando nuestra *Welcome night*, como evento de integración para toda la industria presente en nuestro evento.

¿Qué tendencias percibe en Latinoamérica como región para convenciones e incentivos?

Percibo incertidumbre en el contexto político de la región, con un segmento empresarial fuerte que planea inversiones importantes. Las compañías hoteleras han hecho de América Latina una prioridad en sus estrategias de desarrollo. Las marcas europeas y norteamericanas del más alto nivel están conectando la región con los mercados corporativos internacionales. Además de esto, están surgiendo centros de convenciones nuevos y se está consolidando la región como un mercado cada día más competitivo.

¿Cuáles son los destinos que mejor están funcionando en el segmento MICE?

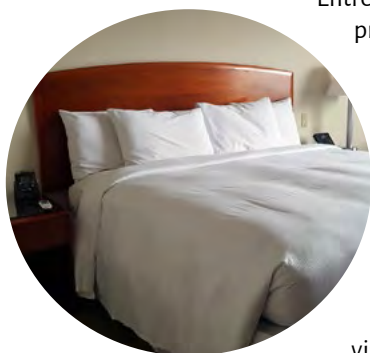
Este crecimiento e inversión del sector a nivel de infraestructuras está generando confianza en los organizadores de eventos empresariales. Esta confianza conduce a más reservas. Según el informe que IBTM Americas elaboró en colaboración con American Express Meetings and Events, los cinco principales destinos para eventos y reuniones en América Latina son Río de Janeiro en Brasil; Cancún y Riviera Maya en México; Ciudad de México; São Paulo en Brasil y Cartagena de Indias en Colombia. Se corresponden con las áreas que están recibiendo mayor inversión.

CWT MEJORA SU FILTRO DE ALOJAMIENTO

Roomit by CWT, la división de distribución hotelera de CWT y SiteMinder, la plataforma global de captación de huéspedes, anunciaron un acuerdo por el que integran sus servicios, ampliando así las opciones de alojamiento disponibles para los viajeros corporativos.

La alianza se está probando inicialmente en Reino Unido e Italia y se espera que se aplique al resto de hoteles de SiteMinder a finales de este año.

El acuerdo hace posible que ciertos hoteles de la plataforma SiteMinder – aquéllos que cumplen las condiciones óptimas para servir a los viajeros corporativos, tales como ubicación céntrica, *wi-fi* en la habitación y opción de cancelar a última hora – den servicio a los clientes *premium* de Roomit, bajo el paraguas del programa de viajes corporativos de CWT.



Entre los criterios que filtrarán las propuestas de alojamiento serán tenidas en cuenta las premisas de las políticas de viajes establecidas en el contrato de cada empresa cliente, en un intento de filtrar de manera más eficaz las propuestas retenidas como interesantes para los representantes que viajan.

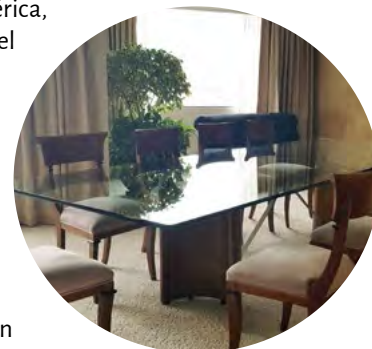
AMEX FACILITA LAS PEQUEÑAS REUNIONES

Meetings Express es la última herramienta presentada por American Express Meetings & Events: se trata de una nueva plataforma que facilita la organización de reuniones pequeñas y/o aquéllas que se repiten frecuentemente. Para ello, la división de American Express Global Business Travel ofrece el apoyo de proveedores de tecnología selectos en diferentes regiones a través de una única herramienta.

Por ejemplo, en Norteamérica, los clientes cuentan con el apoyo de Groupize, mientras que en Europa, por el momento el servicio está disponible en el Reino Unido a través de Meetingsbooker.com; en Francia con Bizmeeting y en Alemania con Meetago.

Estos proveedores pueden seleccionar los hoteles, *venues* o espacios más adecuados para garantizar la mejor experiencia posible y ayudar a los gestores a alinear su estrategia para pequeños eventos con la política corporativa.

Meetings Express se conecta con la plataforma de datos Meetings Insights e integra otras herramientas de gestión de eventos de American Express, ofreciendo así a las empresas una visión más completa de sus gastos en reuniones.



FIEXPO LATIN AMERICA SE DESPIDE DE CHILE

La 12ª edición de la Feria del Mercado de Reuniones y Viajes de Incentivo de América Latina y el Caribe (FIEXPO) tendrá lugar en Santiago de Chile entre el 10 y 12 de junio de este año. Será la última vez que el salón se celebre en Chile, tras tres convocatorias que registraron un constante crecimiento y antes de trasladarse durante el próximo trienio a Cartagena de Indias (Colombia).

Este año, varios países expositores ampliarán el metraje de sus *stands* para incluir a más proveedores, tras el éxito de los negocios generados en ediciones anteriores.

También aumentará el número de *hosted buyers*, que tendrán la oportunidad de participar en un

pre-workshop en la Patagonia chilena para conocer la infraestructura y servicios de esta región.

Además de propiciar el intercambio entre compradores y expositores, tanto en reuniones pre-agendadas como en las actividades destinadas a *networking* y eventos sociales, FIEXPO 2019 incluirá un programa de seminarios y sesiones de capacitación sobre las nuevas tendencias del sector.

Al igual que en ediciones anteriores, previamente a la feria tendrá lugar el Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones, en el que participarán varios ministros de Estado y autoridades gubernamentales relacionadas con el sector.



IBERIA INCORPORA LA REALIDAD VIRTUAL

Los clientes de Iberia podrán disponer de gafas de realidad virtual a bordo del avión gracias a la alianza firmada entre la aerolínea con Inflight VR, empresa especializada en esta tecnología. Entre los contenidos a los que podrán acceder figuran juegos, películas, documentales y guías turísticas que les permitirán una total inmersión en el destino.

Tras un periodo de pruebas, las nuevas gafas de realidad virtual Pico de segunda generación se podrán alquilar en los dos vuelos diarios que la aerolínea opera a Nueva York en aviones A350-900, así como en la ruta Madrid-Tel Aviv, operada con una frecuencia diaria a bordo de un A330-200. Los resultados se evaluarán tras seis meses para decidir si se amplía el servicio a otras rutas de largo y medio rango de la compañía aérea.



EN GATWICK APARCAN LOS ROBOTS

El Aeropuerto de Londres-Gatwick contará a partir de agosto con una flota de robots para aparcar vehículos aprovechando al máximo el espacio, mejorando al mismo tiempo la experiencia de los viajeros. Conocido como Stan, el nuevo autómatas diseñado por la empresa Stanley Robotics transportará los autos a un espacio designado, sin necesidad de llaves ni de conductor.

Los pasajeros podrán reservar el nuevo servicio por medio de una *app*, dejando su coche a cargo del robot a su llegada al aeropuerto. Stan cuenta con una grúa y carretilla elevadora que coloca bajo el chasis del vehículo. Con un escáner y un GPS podrá desplazar el auto de forma segura a una zona de estacionamiento donde se podrán almacenar hasta un 33 % más de vehículos al no ser necesario abrir la puerta del conductor.

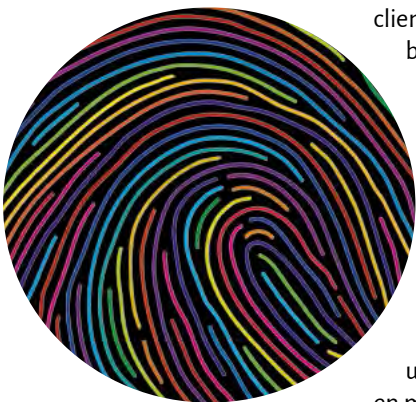
Con solo introducir los detalles del vuelo de regreso en la reserva, el robot se encargará de sacar el vehículo del estacionamiento en el momento adecuado y devolvérselo a su propietario.

HERTZ APLICA LA BIOMETRÍA AL ALQUILER

Hertz está poniendo a prueba el uso de la tecnología biométrica para acelerar el proceso de alquiler de vehículos por medio de una asociación con la empresa tecnológica Clear. Los miembros de su programa de fidelidad Hertz Gold Plus Rewards pueden beneficiarse ya del nuevo sistema de reconocimiento en el Aeropuerto Internacional Hartsfield-Jackson de Atlanta (Estados Unidos). La compañía espera implementarlo en otros 40 aeropuertos a lo largo de este año.

El servicio Hertz Fast Lane permite a los clientes que se hayan registrado también con Clear acceder al vehículo de su elección y dirigirse directamente a la salida. Allí, cámaras y pantallas táctiles verifican la identidad del conductor por medio del reconocimiento facial y de huellas dactilares.

Si los datos coinciden con la reserva, se abre la barrera y el usuario puede continuar su viaje en menos de un minuto.



CON GOOGLE ASSISTANT SE RESERVA CON LA VOZ

El asistente virtual Google Assistant ahora permite hacer la reserva de hoteles y el *check-in* para vuelos por medio de comandos de voz en el *smartphone*, agilizando así el proceso. Por el momento, estas novedades están disponibles solo en Estados Unidos, tanto para sistemas operativos Android como iOS, pero se espera que pronto se amplíe su alcance.

Google ha firmado ya acuerdos con las cadenas hoteleras Choice Hotels, AccorHotels e InterContinental Hotels Group (IHG), así como con las plataformas Expedia, Mirai y Travelclick para permitir reservar habitación de este modo. Los usuarios simplemente necesitan dar la instrucción con su voz y abonar el importe por medio de Google Pay.

Asimismo, los viajeros que hayan recibido su confirmación de vuelo por Gmail pueden solicitar a Google Assistant que haga el *check-in* sin necesidad de dar el número de reserva. Por el momento, esto es posible en vuelos domésticos de United Airlines en Estados Unidos pero se ampliará a más aerolíneas y rutas.



LA TECNOLOGÍA NO TERMINA DE CONVENCER

Solo uno de cada cinco *travel managers* cree que los nuevos avances tecnológicos, tales como los *chatbots*, el *blockchain* o la realidad aumentada, mejorarán el proceso de reservas de aquí a 2022, ahorrando tiempo y dinero. Según un estudio de los organizadores del salón Business Travel Show, que se celebró en Londres los días 20 y 21 de febrero, más de la mitad de los encuestados opinó que el impacto será mínimo o nulo en su trabajo diario.

Por otro lado, la opinión es más favorable respecto al uso de la inteligencia artificial. El 18 % de los compradores encuestados cree que tiene potencial para revolucionar el sector de los viajes de negocios en los próximos tres años, conllevando ahorros. El 25 % piensa que mejorará significativamente la experiencia del viajero. El 39 % predice que no tendrá impacto.

A pesar de todo, el 66 % de los 134 compradores entrevistados sigue pensando que el sector solo puede sobrevivir gracias a la continua innovación.

LOS MILLENNIALS TIENEN OTRAS EXIGENCIAS

Los *meeting planners* deben adaptar sus operaciones a los requisitos de los *millennials*, que esperan encontrar tecnología de última generación, con múltiples puntos de conexión para sus dispositivos móviles, y una distribución de los asientos menos convencional que facilite la interacción durante las reuniones y convenciones, según el análisis de tendencias de la empresa global de hostelería Benchmark.

El auge de la economía compartida hace que más jóvenes profesionales estén dispuestos a compartir alojamiento pero, por otro lado, requieren salas donde puedan tener conversaciones privadas. Los *millennials* también tienen distintas preferencias ante las actividades de *teambuilding*, decantándose por propuestas gastronómicas y aquellas que desarrollan habilidades que pueden usar tanto en la vida privada como profesional.

Otras tendencias incluyen la necesidad de una conexión *wi-fi* rápida y segura, menús saludables con productos locales y actividades que favorezcan la relajación durante los descansos.

AMEX ANALIZA AL VIAJERO BUSINESS ESPAÑOL

American Express Global Business Travel publicó los resultados de un estudio sobre el mercado español que repasa los principales hábitos y destinos de las empresas a la hora de gestionar sus viajes corporativos en lo que al sector aéreo se refiere.

Los datos analizados se refieren a 2018 y, junto a otras variables, se analizó la evolución en el recurso a la clase turista por parte de los viajeros de negocios, en comparación con otras opciones de cabina. En general, las reservas en la clase más económica alcanzaron el 90 % de total. Se trata de un alto porcentaje que refleja que la optimización de costes que se extendió en los años de la recesión se mantiene como una tendencia que ha llegado para quedarse.

Diferencias según el tipo de vuelo

El tipo de vuelo (doméstico, medio recorrido y largo radio) condiciona de forma significativa el uso de la clase turista. En el caso de los vuelos domésticos, la clase turista fue utilizada por el 96 % de las compañías; en vuelos europeos, en un 94 %. Sin embargo, en la larga distancia, la cifra se reduce hasta el 53 %, o lo que es lo mismo el 47 % de los pasajeros se desplazó en *business*.



A la hora de gestionar las reservas de vuelos en el ámbito corporativo, el análisis apunta a un uso creciente de herramientas *online* por parte de las empresas españolas.

Teniendo en cuenta el tipo de vuelo (doméstico, europeo o de largo radio), el porcentaje de reservas *online* sufre oscilaciones: en vuelos domésticos es del 40 % (misma cifra que en 2017), mientras que en vuelos europeos llega al 43 % (un 3 % más). Por el contrario, en vuelos de largo radio, la opción de reserva *online* se realiza únicamente en un 17 % de los casos (un 2 % más que en 2017).

Principales destinos

En cuanto a los destinos más frecuentados por el viajero corporativo español, a nivel europeo destacan, en este orden, Lisboa, Londres, París, Milán y Ámsterdam, sin que existan diferencias significativas en relación al tamaño de empresa.

En cuanto a destinos de larga distancia, entre las empresas medianas los destinos más demandados en 2018 fueron Ciudad de México, Nueva York, Dubái, Lima y São Paulo. En cuanto a las entidades grandes y multinacionales, fueron Ciudad de México, Nueva York, Riyadh, Lima y Bogotá.

FIDELIDAD

QATAR AIRWAYS LANZA UN NUEVO PROGRAMA

La compañía catari presentó un nuevo programa de fidelización para pequeñas y medianas empresas en Europa y América cuya implantación será progresiva en los próximos meses. Beyond Business by Qatar Airways introduce una nueva moneda, los Qrewards, y permite a los viajeros de negocios disfrutar de beneficios exclusivos con mayor flexibilidad.



Con el nuevo programa corporativo, las empresas obtienen Qrewards por cada reserva. Éstos pueden ser canjeados en cualquier momento y por cualquier vuelo que disponga de asientos entre los que operan los más de 160 destinos a los que vuela Qatar Airways, y no solo en determinadas conexiones.

Existen tres niveles de membresía, con privilegios y beneficios asociados según el *status* como acceso al *fast track* y salas VIP en el aeropuerto, así como la posibilidad de pertenecer a la categoría Oro del programa Privilege Club de la aerolínea.

Un nuevo portal facilita a las empresas registradas reservar vuelos, canjear sus Qrewards y acceder a informes detallados que les ayudarán a gestionar su presupuesto de viaje.

MARRIOTT REVELÓ SU NUEVO BONVOY

Marriott Bonvoy es el nuevo nombre del programa de fidelización de Marriott International que viene a sustituir los anteriores Marriott Rewards, The Ritz-Carlton Rewards y Starwood Preferred Guest (SPG) gracias a una nueva plataforma única que aglutina los puntos obtenidos en cualquiera de los establecimientos del grupo, independientemente de la marca.



La nueva marca se lanzó oficialmente el pasado 13 de febrero y su logotipo ya está presente en todos los canales de la compañía y los hoteles que la componen, así como en móviles y tarjetas de crédito.

Los miembros de los programas anteriores pueden ahora combinar sus cuentas en una sola y conseguir más beneficios. Los Moments de Marriott Rewards y SPG Moments se han convertido en Marriott Bonvoy Moments, ofreciendo la posibilidad de ser canjeados por 120.000 experiencias en 1.000 destinos. No solo se permite el intercambio por puntos, también se pueden comprar. Entre otros, los asociados pueden disfrutar de rutas de senderismo por los glaciares de Patagonia o una *master class* de cocina con los reconocidos cocineros franceses Daniel Boulud y Eric Ripert.

FIDELIDAD

BARCELONA FAVORECE LA MOVILIDAD SOSTENIBLE

Desde el 31 de enero los visitantes en Barcelona (España) pueden moverse con mayor facilidad por la ciudad gracias a una nueva aplicación móvil. Smou facilita información sobre servicios municipales de movilidad como la red de bicicletas o vehículos compartidos, así como aparcamientos y puntos de recarga eléctrica.

La nueva *app* muestra un mapa con todas las opciones cercanas, de tal modo que el usuario pueda elegir según sus preferencias, a la vez que promueve el transporte sostenible. Entre los servicios disponibles está el sistema de vehículos compartidos Drivy



y la red Endolla Barcelona de puntos de recarga para coches eléctricos. También facilita la búsqueda de estacionamiento con acceso a la red municipal B:SM y la plataforma AparkkaB, incluyendo detalles de tarifas y disponibilidad de plazas.

Finalmente, el servicio Bicing incluye información de las estaciones donde se puede disponer de bicicletas de uso compartido, tanto mecánicas como eléctricas, así como un mapa de la red de carriles para bicicletas que se extiende por toda la ciudad. Otros servicios serán incorporados progresivamente a la aplicación.

LAS VEGAS CONTARÁ CON UN NUEVO *RESORT*

Circa Resort & Casino es el nombre del nuevo complejo que se construirá en el Downtown de Las Vegas (Estados Unidos) y cuya apertura está prevista para diciembre de 2020. Se trata del primer *resort* de nueva construcción en el destino en la última década, así como el primer desarrollo hotelero en el centro histórico desde 1980.

Ubicado en la icónica Fremont Street, el nuevo proyecto combinará el glamur *vin-tage* de la edad de oro de la ciudad con lujo moderno y tecnología de vanguardia. Contará con 777 habitaciones y *suites*, variedad de restaurantes, el bar al aire libre más extenso de la zona, *spa* y un casino de dos niveles.



Circa tendrá además una novedosa estructura de estacionamiento con tecnología puntera llamada Garage Mahal, diseñada específicamente para facilitar el transporte compartido y la reserva en proveedores como Uber. Otro elemento innovador será un *sportsbook* o sala de apuestas deportivas, al estilo de un estadio, con una pantalla gigantesca donde los jugadores dispondrán del análisis de expertos gracias a una asociación con la organización Vegas Stats and Information Network.

En el *lobby* del hotel, la icónica Vegas Vickie dará la bienvenida a los visitantes: se trata de la emblemática imagen de neón que representa a una vaquera y que ilumina desde sus orígenes Fremont Street.



Entrevista

Antonio Guerra

CEO de Luxotour

“Estamos experimentando un *boom* de Marruecos como destino MICE”

¿Qué ofrece Luxotour a los organizadores MICE?

Nuestra empresa cuenta con dos perfiles: una parte de turoperación más vacacional en la que enviamos clientes desde España a distintos lugares del mundo a través de nuestra marca Grandes Viajes, siendo especialmente fuertes en el Norte de África. Por otro lado contamos con una división de receptivo que manejamos desde España pero que funciona como DMC en el Norte de África. Hacemos llegar y recibimos *in situ* a grupos en Túnez, Gambia y Senegal, pero nuestro destino estrella es Marruecos. El cliente MICE es muy importante para nosotros ya que representa el 30 % de nuestro volumen de negocio.

¿Cómo está funcionando el Norte de África como destino?

Tenemos la suerte de decir que la mayor parte de las grandes empresas españolas que organizan operaciones en Marruecos las están trabajando con nosotros y con presupuestos cada vez más elevados. Lógicamente la globalización del problema del terrorismo ha afectado mucho a esta parte del mundo, asociada a los ataques de origen islamista. Y esto no porque Marruecos haya sufrido atentados, sino porque el país se asocia al movimiento, sobre todo en 2015 y 2016. En 2017 ya se notó la recuperación que se consolidó en 2018 y en 2019 estamos viviendo un *boom*. A finales de enero ya teníamos un negocio un 25 % superior al del año pasado. Marruecos definitivamente funciona muy bien. Túnez está despertando interés, empezamos a recibir peticiones y ése es el primer paso. Senegal es mucho más minoritario y Gambia terminará despertando, es un gran desconocido.

¿Marruecos para MICE es sinónimo de Marrakech?

La realidad es que sí. Nos gustaría que hubiese más eventos en Tánger, en Fez, en Casablanca, incluso en el norte de Nador... el motivo es que, si bien cuentan con buena infraestructura hotelera, no cuentan con una oferta complementaria lo suficientemente extensa para ampliar con actividades o sesiones nocturnas que diviertan a los grupos. Sin embargo, de momento el español no entiende Marruecos si no es a través de Marrakech y el desierto.

GUYANA FRANCESA: UN PARAÍSO DESCONOCIDO

Por Redacción

A pesar de ser una de las regiones más alejadas de Francia, es la segunda más importante en cuanto a extensión: la Guyana Francesa abarca 84.000 m² de exuberante naturaleza. Y es que el 98 % del país está cubierto por bosque ecuatorial primario.

La naturaleza y las distintas maneras de descubrirla no son el único atractivo del destino. La base espacial de Korou figura entre las más importantes del mundo. Las playas de agua cristalina también forman parte de la oferta.

Espacios para eventos

Sin un centro de convenciones, es Cayenne, la capital, la que cuenta con hoteles y *venues* institucionales capaces de recibir a grupos. El destino ofrece su mayor capacidad, para 3.000 delegados, en la sala polivalente del **Palais Régional Omnisport George Théolade**.

En el **Hôtel de Ville** (ayuntamiento) se organizan conferencias para cupos de hasta 230 asistentes. La **Chambre de Commerce et d'Industrie** de Guyana ofrece por su parte cuatro espacios con capacidades entre 19 y 254 personas.

Cultura local

Veinte etnias conviven en el país y esto cristaliza en su capital. Organizar una búsqueda del tesoro a través de los mercados y espacios coloniales abiertos al público es la mejor manera de descubrirlo.

El **Mercure Cayenne Royal Amazonia**, con 134 habitaciones, es el hotel más famoso del país. En una antigua casona colonial, el encanto del **Ker Alberte**, con 15 habitaciones, lo convierte en un pequeño oasis dentro de la ciudad.

Una naturaleza única

Guyana es la puerta de entrada a una Amazonia preservada que se puede explorar de múltiples maneras en grupos cuyo tamaño ideal ronda las 60 personas. Recorriendo ríos, haciendo paradas en pueblos indígenas, asistiendo a las tradiciones locales...

El país forma parte de los destinos de incentivo menos explorados y espacios únicos, del tipo de las marismas de Kaw, se encuentran a menos de 60 kilómetros de la capital. *Rafting*, paseos en canoa, baño en las cascadas y en playas de prístinas aguas como las de los islotes de Salut, tras una excursión en catamarán a partir de Kourou... son salidas fáciles de organizar.

Precisamente ante el archipiélago de Salut se encuentra uno de los hoteles más exclusivos del destino: el **Hôtel des Roches**, con 99 habitaciones y excelentes vistas sobre la playa y el océano.

Centro espacial Kourou

Desde la estación espacial **CNES** en Kourou se lanzan al espacio numerosos cohetes y satélites y es posible visitar las instalaciones, además de asistir a un lanzamiento si la estancia coincide con un despegue.

En el área se encuentra un hotel insólito que hará las delicias de los amantes de la selva amazónica: el **Wapa Lodge**. Se llega a él tras un recorrido en canoa de 25 minutos y sirve de punto de partida para explorar la jungla a pie o en *kayak*, disfrutar de los sonidos de la selva durante sesiones de reflexología tradicional china o simplemente dejarse mecer en las hamacas.





ADN AMAZONIA presenta su nueva pepita
de oro en Sur America

FRENCH GUIANA & SURINAME

Desafía lo inesperado

7 vuelos directos con Air
France y 5 vuelos directos con
Air Caraïbes desde Paris Orly.



www.adnamazonia.com
sylvain@adnamazonia.com
hocine@adnamazonia.com

AIRFRANCE

AIR CARAÏBES

AIR GUYANE

**SURINAM
AIRWAYS**



OPTIMISMO CON MATICES

Por **Cristina Cunchillos**

La progresiva recuperación de la economía global en los últimos años se ha visto reflejada en un gradual aumento de las operaciones MICE. La consultora Allied Market Research prevé un crecimiento anual de la industria del 7,5 % entre 2017 y 2023. Con el retorno de la confianza, las empresas vuelven a invertir en la organización de convenciones y viajes de incentivo. Pero no todo es de color de rosa.

La incertidumbre se ha convertido en norma, tal y como apunta el analista Rob Davidson en su Informe Global de Tendencias. La inestabilidad social y política y el recuerdo de una crisis económica aún reciente (y en algunos casos, aún presente), llama a la prudencia. Hay mayor inversión, pero no derroche.

Más convenciones y viajes de incentivo

Este panorama es el que nos presentan las agencias de viajes especializadas cuando se les consulta por sus mercados y las tendencias que están marcando este año. Si bien los comentarios transmiten un optimismo general existen matices, así como diferencias regionales.

Aunque se celebran más convenciones y viajes de incentivo, los presupuestos tienden a ser más ajustados y la presión sobre los organizadores exigiendo un retorno en la

Los presupuestos tienden a ser más ajustados y la presión sobre los organizadores exigiendo un ROI aumenta

inversión (ROI, por sus siglas en inglés) es cada vez mayor. Las empresas reconocen el valor de estas operaciones y los beneficios a largo plazo. Por eso antes de descartarlas optan por reducir el número de participantes o los días de duración con el fin de controlar mejor el gasto.

Destinos alternativos

El presupuesto determina la elección del destino y, sobre todo en los países donde la economía no es boyante, se opta por sedes dentro del territorio nacional. La seguridad es el otro factor fundamental, hasta el punto de replantearse destinos tradicionalmente populares que han sufrido recientes atentados: es el caso de Barcelona. Por otro lado, prevalece el ansia de ofrecer nuevas experiencias y, dentro de las limitaciones presupuestarias, crece el interés por destinos considerados exóticos, como Asia, o la búsqueda de ciudades alternativas a las sedes más habituales.

No se trata solo de nuevos destinos, sino de una constante innovación en los formatos, contenidos o incluso el mobiliario de las convenciones. Sin olvidar la necesaria inclusión de la tecnología. Muchos son los retos a los que se enfrentan las agencias, pero se resumen en ofrecer propuestas innovadoras con limitaciones económicas. Las claves para conseguirlo: su experiencia y creatividad.



1. ¿Cómo está evolucionando la demanda en cuanto a convenciones?
2. ¿Y en cuanto a viajes de incentivo?
3. ¿Qué destinos diría están de moda y cuáles despiertan reticencias?

Santiago Baldó Gerente MICE de Viajes El Corte Inglés (España)

“Las empresas miran mucho los costes para gastar lo estrictamente necesario”



1. Cada vez hay una mayor demanda de convenciones. Las empresas ya no lo ven como un gasto sino como una inversión, si bien es cierto que miran mucho los costes para gastar lo estrictamente necesario. No prescinden de este tipo de encuentros porque es la mejor manera de motivar equipos y fomentar que fluya el intercambio de conocimientos entre personas de la empresa. El control de los costes implica que suelen celebrarse allí donde la operación implique el menor número de desplazamientos y que los días se vean reducidos a lo estrictamente necesario. También se intenta incluir una parte lúdica que favorezca la desconexión y la interacción entre compañeros que se ven esporádicamente.

2. Al igual que está ocurriendo con las convenciones, en los viajes de incentivo se mira muy bien el detalle de la inversión y se han ajustado los programas para que ni los comerciales ni los clientes se ausenten del negocio durante largos periodos. Dependiendo del lugar elegido, el promedio de noches en destino suele situarse alrededor de las cinco noches. Cada vez más existe el concepto de incentivo en las empresas. Hay que perder el miedo a verlo como un gasto porque puede ser una muy buena arma de venta y de fidelización.

3. El destino para cualquier tipo de reunión/incentivo viene muy condicionado por el transporte. Al reducirse las noches ligadas a la estancia, se intenta optimizar el tiempo al máximo por lo que se buscan localizaciones con transporte directo. Actualmente, los destinos preferidos por los clientes suelen estar en Asia donde, además del transporte, se añade la gran calidad de los hoteles y el servicio ofrecido.

Adriana Melquiades

Jefa de ventas LATAM y México de CWT Meetings and Events (México)

“En 2018 aumentaron los viajes de incentivo y esperamos que eso se mantenga”



1. Hay una tendencia global de crecimiento en el número de eventos de todo tipo en este 2019 y con ello surge la necesidad de herramientas de reserva de espacios en línea para grupos y tecnología para mejorar la experiencia del asistente. En el caso de grandes eventos como convenciones esa tendencia es aún más fuerte y exige cada vez más creatividad por parte de la agencia. Los servicios agregados más solicitados son plataformas *web* como Cvent y aplicaciones personalizadas que permiten la interacción con los asistentes antes, durante y después del evento. Aparte, esas plataformas permiten controlar la evolución de la operación en tiempo real y generan datos relevantes para la toma de decisiones en eventos futuros.

2. En 2018 los viajes de incentivo crecieron en un 8,9 % y esperamos que esa tendencia continúe. Los requerimientos más frecuentes de las empresas para sus viajes de incentivo son el uso de espacios exclusivos e innovadores, además de actividades lúdicas en equipo con desafíos tipo “escape”, gastronómicos y de responsabilidad social corporativa.

3. Los destinos *top* están siendo Sao Paulo, Ciudad de México, Bogotá, Río de Janeiro (aunque con cierta preocupación con respecto a la seguridad), Ocho Ríos en Jamaica y Lima. No obstante, Cancún y Guadalajara en México, así como Punta Cana (República Dominicana) y Ciudad de Panamá siguen siendo destinos muy populares. En cuanto a destinos internacionales, destacan Las Vegas por la oferta de ocio; Nueva York por los nuevos hoteles y centros de exposiciones; Orlando/Miami como destino de playa, y otros de gran interés turístico como Barcelona, París e Islas Griegas. Asia sigue fuera del *top* por el coste del vuelo y la distancia.



1. ¿Cómo está evolucionando la demanda en cuanto a convenciones?
2. ¿Y en cuanto a viajes de incentivo?
3. ¿Qué destinos diría están de moda y cuáles despiertan reticencias?

Sebastián Assiz

Gerente de reuniones e incentivos de Action Travel (Argentina)

“Antiguos temas de la convención anual se abordan desde otros departamentos”



1. Observamos dos tendencias marcadas respecto a los formatos de convenciones en los últimos tiempos. Por un lado, las reuniones anuales para transmitir los objetivos de la organización a todos sus colaboradores cuentan hoy con menos presupuesto, priorizando la participación de la mayor cantidad de empleados posible con menos tiempo de duración. Por otro lado, vemos que muchos temas tratados anteriormente en el marco de la convención anual se abordan desde departamentos especializados (comerciales, financieros, etc), generando espacios de encuentro diferentes, con menos participantes y actividades que requieren un presupuesto más elevado.

2. Existen sectores que históricamente utilizaron y siguen utilizando los viajes de incentivo como herramienta de premio y motivación, tales como la industria de los seguros, automotrices y el consumo masivo. Pero hay también nuevas

industrias que comienzan a experimentar con pequeños grupos, tales como las ligadas a la agricultura, los videojuegos y la moda. Un programa de incentivo bien ejecutado ayuda significativamente a alcanzar las metas de una compañía y éste es uno de los aspectos claves de este crecimiento. Las empresas quieren un viaje a medida, una experiencia que no se encuentra a la venta en una publicación.

3. Si entendemos por moda aquellos destinos hacia los que aumenta la demanda año a año podemos nombrar varios países del Sudeste Asiático, Croacia o Islandia, pero también grandes clásicos como Londres, París o Nueva York, que se renuevan día a día con nuevas atracciones y motivos para ser redescubiertos. Encontramos las mayores reticencias con respecto a destinos poco preparados o faltos de inversión para albergar a grupos que buscan servicios de calidad o bien un acceso simple. En nuestro caso, otro factor importante a la hora de elegir afecta a aquellos destinos con una oferta gastronómica de fuerte impronta local con preparaciones muy especiadas y poco adaptadas a los paladares occidentales.

Patricia Alanis Propietaria de Palanisa (Chile)

“Lo que más vendemos son viajes que proveedores ofrecen a sus clientes”



1. Generalmente, las convenciones de las empresas chilenas se hacen dentro del país, en algún hotel especial, ya que hacerlo en el extranjero resulta excesivamente caro. También, por la situación económica, los grupos no suelen ser muy grandes y la duración media de la operación es de dos o tres días, combinando reuniones y entretenimiento. Sectores como el bancario suelen ser bastante activos. Las empresas ligadas al gobierno son las que más viajan, pero lo hacen mediante convenios especiales con las compañías aéreas o con agencias muy grandes.

2. En Chile muy pocas empresas hacen viajes de incentivo y quienes los contratan son aseguradoras o compañías de venta piramidal, que los ofrecen a su red de vendedores. Lo que más vendemos son viajes que los proveedores de servicios a la minería, por ejemplo, regalan a sus clientes como agradecimiento. En ese caso se trata de viajes de placer de cuatro a cinco días, a destinos cercanos a Chile como Buenos Aires o Brasil, y no excesivamente caros.

3. Para las empresas chilenas, el principal destino suele ser Chile, sobre todo el sur del país. También se vende bastante Brasil como un destino seguro y no demasiado caro. A veces se hacen viajes de capacitación en España, en el sector médico por ejemplo, pero los desplazamientos intercontinentales suelen ser la minoría.

Rudolf Rannegger Director general adjunto de MCI España y Portugal

“Portugal, y en particular Lisboa y Oporto, están creciendo mucho”



1. Habría que distinguir entre clientes nacionales e internacionales. Las convenciones internacionales en España están creciendo, pero mientras antes estos grupos solo iban a Barcelona ahora buscan nuevos destinos y hay mayor interés por Madrid, Sevilla y otras ciudades. El número de participantes depende del sector y la duración media es de tres a cuatro

noches. Los clientes nacionales, por otro lado, buscan destinos secundarios como Bilbao, Valencia, Toledo o Girona, siempre que cuenten con la infraestructura adecuada. La duración media es de dos noches y los grupos son más pequeños, entre 100 y 300 personas.

2. Los viajes de incentivo están creciendo nuevamente tras años de descenso. Igualmente, hay que diferenciar según la procedencia de los grupos. El mercado americano cuenta con buenos presupuestos y se inclina por el *long haul*, lo

cual supone una oportunidad para España. Sus incentivos duran cinco o seis noches por término medio, mientras que los europeos optan por tres noches o fines de semana y buscan destinos con buenos hoteles. Los sectores que se revelan más dinámicos son los de venta directa, financiero y seguros, que usan los viajes como herramienta para motivar a clientes y distribuidores. En el mercado nacional hay interés por Asia pero continúa la demanda de destinos dentro de España y, sobre todo, Portugal. La duración suele ser de dos a tres noches.

3. Portugal, y en particular Lisboa y Oporto, es un destino que está creciendo mucho, tanto para clientes nacionales como internacionales, y esto debido a su buena oferta y condiciones. Ámsterdam e Italia son también populares, así como está creciendo el interés por organizar incentivos en Dubrovnik (Croacia) y Escocia. La situación política en el norte de África y Túnez hace que sean destinos menos demandados. Sin embargo percibimos que, en Turquía, Estambul está empezando a remontar, pero la demanda todavía está lejos de ser la que era.

David Sánchez Director de incentivos de Pangea (España)

“El destino de moda finalmente es el que representa un *fee* más bajo”



1. En nuestra experiencia, las convenciones dentro del territorio nacional siguen evolucionado tanto hacia la utilización de nuevas tecnologías (aplicaciones dedicadas, *webs* de registro, gamificación de los eventos, etc...), como hacia la búsqueda de espacios disruptivos (naves industriales, aeropuertos o espacios *underground* como puede ser el metro de Madrid, etc...). En cuanto a la duración, se mantiene el formato de una o dos noches como norma general, ya que no suele ser factible tener a todos los empleados o fuerzas de ventas ausentes de la oficina durante más tiempo. Se trata de reuniones de estrategia y de objetivos, combinadas con la necesidad de crear relaciones sólidas y duraderas con sus representantes.

2. En el mundo de los incentivos creemos que hay dos vertientes bien definidas: aquéllos que quieren innovar de

verdad y arriesgan a la hora de planificar y optan por salirse de los destinos tradicionales, y los que quieren innovar pero dentro de un mundo conocido y eligen en consecuencia destinos más habituales. Los presupuestos se mantienen igual desde hace ya varios años. Las empresas que más viajes de este tipo solicitan siguen siendo las relacionadas con los sectores de la automoción, el financiero y las aseguradoras, auténticos motores del sector.

3. No hay un destino de moda como tal, al final la elección de cada cliente depende de muchos factores entre los que podemos citar el presupuesto, los destinos elegidos en años anteriores y la seguridad percibida en relación al lugar que se baraja. Desde Pangea intentamos innovar y recomendar a nuestros clientes cruzar nuevas fronteras pero, por desgracia, los procesos actuales de compras en muchas multinacionales solo consideran la última línea del presupuesto y no el contenido de las propuestas, así como de dónde surgen las ideas. Esto me lleva a afirmar que finalmente el destino de moda en muchos casos suele ser el que representa un *fee* más bajo.



1. ¿Cómo está evolucionando la demanda en cuanto a convenciones?
2. ¿Y en cuanto a viajes de incentivo?
3. ¿Qué destinos diría están de moda y cuáles despiertan reticencias?

Tony Cantu Director de oficina Ciudad de México de HRG - México

“La demanda se reduce por el descenso de los presupuestos para convenciones”



1. La demanda de convenciones ha cambiado por la reducción del presupuesto de las empresas. El destino, número de personas -en disminución-, duración e inclusión de servicios adicionales como *tours* y actividades de integración o motivación... todo se rige por el presupuesto asignado. Una tendencia es la dimensión cultural, ecológica y humana en los eventos, diferenciando destinos por su riqueza

arqueológica, histórica o gastronómica. Finalmente, es de suma importancia la inclusión de la tecnología, así como la optimización de recursos financieros y humanos para mantener a los clientes satisfechos y que sean leales.

2. Las empresas están manejando los viajes de incentivo como una valiosa estrategia de venta para el segmento de

clientes y para motivar a empleados. Se destinan generalmente a un reducido número de invitados y, por el perfil al que van dirigidos, los destinos son generalmente internacionales e incluyen servicios de primera clase y Hoteles de Gran Turismo en destinos nacionales. El sector privado es el más activo en la contratación de este tipo de viajes.

3. El abanico de destinos se ha ido modificando de acuerdo con las necesidades de cada empresa. Años atrás, destinos internacionales como Estados Unidos y países de Centro y Sudamérica se cotizaban constantemente. Con la devaluación del peso mexicano y la toma de posesión de Donald Trump, los eventos con destino Estados Unidos disminuyeron y se fortalecieron los nacionales, principalmente de playa como Cancún, por su excelente conectividad y oferta hotelera; Puerto Vallarta como destino de moda, y Los Cabos, aunque en menor medida por el alto coste. Ciudades como Acapulco e Ixtapa Zihuatanejo perdieron ventaja por cuestiones de seguridad y conectividad.

Silvana Biagiotti Directora Ejecutiva de SB Congresos & Eventos (Argentina)

“Las empresas argentinas se están quedando en el país por la devaluación del peso”



1. Más empresas están eligiendo hacer sus convenciones dentro de Argentina debido a factores como la devaluación del peso argentino que vivimos en 2018. Esto ha provocado que las operaciones en el extranjero resulten más caras. Asimismo, hemos percibido un aumento en el número de participantes de las distintas operaciones.

Este incremento ronda el 14 % si comparamos con lo que estábamos organizando en años anteriores.

2. Las empresas en general han reducido sus presupuestos para estas actividades, pero los han incrementado para la presentación de nuevos productos, por ejemplo. Empresas argentinas que antes realizaban sus viajes de incentivo a

otros destinos en países limítrofes, hoy eligen lugares argentinos. Los sectores más activos incluyen la automoción, la industria farmacéutica, la veterinaria y las empresas de productos de belleza.

3. Desde hace unos años, Barcelona, París, Viena y Berlín son los destinos elegidos por excelencia. Sin embargo, tras la incidencia de atentados terroristas en algunas de estas ciudades europeas, las asociaciones internacionales están apostando por Latinoamérica como región y eligen ciudades de Brasil, Argentina, México y Colombia.

No obstante, algunos de estos destinos desafortunadamente tienen problemas relacionados con la falta de seguridad y esto se refleja en las alertas de viajes que generan los gobiernos de Estados Unidos, Francia o Inglaterra: influyen en los viajeros y en las empresas, porque las aseguradoras aumentan sus primas o deciden no cubrir ciertas prestaciones.

EUROPA

PALACIO DE CONGRESOS

BILTAR JAUREGIA CONFERENCE & EXHIBITION CENTRE

¿Por qué Vitoria-Gasteiz?

Vitoria-Gasteiz, capital del País Vasco, es una ciudad actual, verde, amable, medieval, sorprendente y con un encanto especial.

European Green Capital 2012.

Destino Turístico Sostenible 2016.

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

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

¡Esperamos darte la bienvenida muy pronto!



turismo
& convention bureau



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

Colabora:

EUSKADI
BASQUE COUNTRY



**VITORIA
GASTEIZ**
green capital



DESTINO: QUITO E ISLAS GALÁPAGOS (ECUADOR)

MICE de altura

Quito es la segunda capital más alta del mundo y se ofrece para eventos con largas miras. Las vistas decoran toda la infraestructura MICE de esta ciudad que define la Mitad del Mundo, en un país que aglutina propuestas de turismo activo cargadas de adrenalina en marcos fascinantes y un paraíso único en el mundo como son las Islas Galápagos.

Por Eva López Álvarez

Quito recibe su nombre de los antiguos Quitus que habitaban la zona antes de la llegada de los Incas y los españoles, pero bien podría llamarse el “San Francisco andino” por la gran cantidad de desniveles. Inicialmente ubicada en un valle interandino a 2.800 metros de altura, la urbanización ha ido escalando las laderas de las diferentes montañas circundantes por lo que sí hay algo que caracteriza

a la capital de Ecuador es la gran cantidad de espacios que ofrecen vistas panorámicas. La ciudad que hoy se visita es una urbe nacida en el siglo XVI ya que los Incas decidieron arrasar la antigua ciudad antes de entregársela a los conquistadores. El casco antiguo del Quito actual, construido de la mano de los misioneros españoles que llegaron masivamente tras su fundación en 1534, es un homenaje al barroco con



tintes moriscos que lo hacen único. De hecho fue reconocido como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1979.

El recientemente construido Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre se encuentra a 38 kilómetros del centro. Nada más llegar se percibe el escalonado relieve de la ciudad: sobre la quebrada llamada Cañón del Chiche se ubica este aeródromo que desde hace cinco años sustituye al que se encontraba en pleno centro y que se está convirtiendo en el nuevo **Centro de Convenciones Metropolitano**. En funcionamiento desde el pasado mes de agosto, cuenta con 8.500 m² para ferias, congresos y convenciones.

De momento se ve la primera de las siete fases que componen el enorme proyecto que redefinirá completamente esta zona de la ciudad. Además del *hall* de exhibiciones, nueve salas modulares se ofrecen para sesiones de hasta 2.500 delegados en teatro, a lo que se suma un auditorio de 521 plazas. Una terraza sobre las antiguas pistas se utiliza para cócteles. La nueva red de metro que se está construyendo tendrá parada en el complejo.

Cerca del actual aeropuerto, en Valle de Cumbayá, se encuentra el que era hasta la inauguración del Centro de Convenciones Metropolitano el mayor espacio para eventos en Quito. En un edificio adjunto a la Universidad y centro comercial San Francisco, **Quorum Quito Eventos y Negocios** cuenta con 27 salones, el mayor con capacidad para 2.500 delegados en teatro. Para grupos procedentes del casco histórico, aunque la distancia no es larga -20 minutos con circulación normal- sí los posibles atascos que se generan en determinados momentos del día, por eso el ayuntamiento ofrece escolta policial en caso de necesidad.

Centro histórico

Afirman los locales que es el más grande y mejor conservado de Latinoamérica. Alberga 33 iglesias, siete de ellas concentradas en la llamada Calle de las 7 Cruces (calle García Moreno) que conduce a la animada Plaza Mayor, dominada por el palacio presidencial.

La visita de la **Iglesia de la Compañía de Jesús**, imitación de Il Gesù de Roma, es ineludible. Los jesuitas tardaron 160 años en terminar este templo que supera en magnificencia a la catedral, combinando estilos morisco y barroco churrigueresco con 152 kilos de láminas de oro. También ejerce de *venue*: la capilla de San José, en un lateral del altar mayor, se ofrece para eventos. El patio que lo precede también puede ser utilizado para operaciones al aire libre.

Otro *venue* singular en el casco histórico es la **Iglesia de Santo Domingo**. El receptivo Experiencias Patrimoniales, especializado en la mezcla de patrimonio y gastronomía tradicional implicando a las comunidades locales más desfavorecidas,

ofrece una experiencia única para grupos de hasta 25 personas. En las cúpulas se puede disfrutar de la puesta del sol degustando viejas recetas y bebidas ancestrales.

En el claustro se organizan cenas de gala de hasta 200 comensales; en el refectorio banquetes para 170 invitados. En la capilla de Santa Rosa, un coro puede amenizar la velada en una cena para 100 personas. Todos los eventos en lo que hoy sigue siendo un convento dominico se pueden complementar con procesiones, conciertos, demostraciones de danza y recreaciones de mercados de artesanía.

En el centro histórico se encuentra una de las novedades con más encanto de Quito: el hotel **Mama Cuchara**. Ocupa una antigua hacienda, reconvertida en hotel desde noviembre de 2017 con 27 habitaciones. En la actual habitación 202 vivió una doncella que consiguió marido lanzando al santo al que debía encomendarse por la ventana, al considerar que no satisfacía sus deseos. Finalmente se cumplieron y el bar que domina los tejados se llama “El santo que da marido” en honor a esta leyenda.

Primer hotel certificado Green Globe de Ecuador, hasta las bonitas lámparas de plástico reciclado recuerdan un compromiso que se extiende al barrio. Desde el hotel se realizan recorridos por la Loma de los Encantos, con paradas en una galería de productos de decoración, cosmética y joyería

elaborados a base de productos amazónicos y tradiciones locales. Muy cerca, Rincón La Loma es una casa antigua preparada para eventos. Los grupos también pueden visitar un taller de elaboración de máscaras andinas o sentirse bomberos por un rato en la estación vecina.

Específicamente MICE

Quito no tiene un distrito financiero claramente definido, si bien es la zona de La Mariscal, en el distrito Centro Norte de la ciudad, la que aglutina la mayor cantidad de hoteles especializados en MICE.

En el casco antiguo se ubica una de las novedades con más encanto: el hotel Mama Cuchara

Hilton Colón Quito fue pionero en este segmento cuando hace 50 años se inauguró la primera de las tres torres que lo componen, bautizadas como las carabelas de Colón. En total cuenta con 255 habitaciones en 19 pisos y pronto tendrá delante una de las paradas del nuevo metro. Para eventos ofrece 26 salones. El más grande habrá sido renovado el próximo mes de agosto y podrá recibir hasta 1.200 invitados en cóctel.

En las cercanías del hotel, el **Centro de Convenciones Eugenio Espejo** ocupa lo que fue un antiguo hospital inaugurado en 1933. La parte destinada a operaciones MICE se compone de tres pabellones y la capilla, generando un total de seis salones en los que organizar cenas de gala de hasta 160 comensales. Los grandes ventanales caracterizan un recinto



singular, destacando el primer piso cubierto de cristal para cócteles de hasta 200 invitados. En auditorio, hasta 300 personas pueden trabajar en un mismo ambiente. La capilla se presta para conciertos con 150 asistentes.

El **JW Marriott Quito** celebra este año su vigésimo aniversario. Con 257 habitaciones remodeladas hace dos años, el 40 % de ellas cuenta con acceso al salón ejecutivo con cocina. Una bonita sala de juntas en el piso 10, con vistas y terraza, se utiliza para reuniones de hasta 16 personas. La *suite* presidencial, ocupando todo el piso 11, también se ofrece para cócteles de hasta 80 personas. La biblioteca del vestíbulo acoge cenas de gala de 60 comensales. El salón más grande alberga 1.000 delegados en teatro y forma parte de los seis salones que se reparten el piso -1. Cuenta con piscina exterior con agua caliente todo el año y gimnasio abierto las 24 horas.

El **Swissôtel Quito**, recientemente renovado y perteneciente al grupo AccorHotels, es el más grande de la ciudad gracias a sus 233 habitaciones y 43 *suites* de larga estancia. Cuenta con 17 salones, entre ellos el más amplio del destino para sesiones en teatro con 1.200 plazas. Para reuniones más pequeñas, la sala con mesa imperial de la *suite* presidencial puede

recibir a doce personas y ofrece excelentes vistas. Entre los tres restaurantes que integra, el de cocina japonesa es referente en la ciudad. Completan las instalaciones un gran *spa* con 13 cabinas de masaje, cancha de tenis, de baloncesto y de *squash*, además de un helipuerto.

El Swissôtel Quito alberga el salón más grande en un hotel, para 1.200 delegados en teatro

Venues de altura

Es sencillo en Quito encontrar *venues* en los que las vistas sean protagonistas, si bien su relevancia rivaliza con la belleza de algunos espacios. En el exclusivo barrio de Bellavista, la **Fundación Guayasamín** fue la residencia de Oswaldo Guayasamín, conocido como el “Pintor de Iberoamérica”. Hoy se compone de tres museos: la Capilla del Hombre, la Casa-Museo Guayasamín y el Sitio Arqueológico. La Capilla del Hombre, para eventos de hasta 800 personas—sin poder consumir en el interior—, es el espacio más amplio. Aquí se exhiben algunas de las mejores obras de este pintor miembro del movimiento conocido como “expresionismo indigenista”: en formatos de gran tamaño denuncia la opresión de pueblos indígenas y capítulos de la historia del siglo XX que marcaron su evolución artística.

Guayasamín fue además un gran coleccionista y así se puede constatar en su Casa-Museo, con una importante colección



de arte precolombino y colonial. El interior se presta a conciertos para 120 personas. Una visita previa permite sumergirse en el universo del artista tras un cóctel de bienvenida en el bonito patio de entrada, una opción a tener en cuenta dado que tampoco se acepta el consumo de comidas y bebidas en el interior.

El actual **Museo Yaku** fue la primera planta potabilizadora de Quito y hoy es un centro divulgativo dedicado al agua y su uso. Ofrece para eventos un área vidriada que parece sobrevolar la ciudad. En ella se organizan cenas de gala para 300 comensales.

También en las alturas, el **Centro Cultural Itchimbía** es un palacio de cristal que corona el parque del mismo nombre. Es un bello ejemplo de arquitectura de hierro, zinc y cristal para lo que fue un mercado que abrió en 1920. En 2004 se convirtió en espacio para eventos y puede recibir a 1.000 invitados en un cóctel.

Es ideal para eventos con música hasta las dos de la mañana y con las mejores vistas de Quito, por detrás de las que ofrece el teleférico que asciende hasta una de las cimas del volcán Pichincha.

El Centro Cultural Itchimbía es un bello palacio de cristal que corona el parque del mismo nombre

Afuera de Quito

El cráter se sitúa a nueve kilómetros del centro. Es uno más de los 84 volcanes que cuenta Ecuador, ocho de ellos activos. Entre ellos figura el Pichincha, cuya última erupción data de 1999. Tras un trayecto en 4x4 de hora y media desde la capital, y 30 minutos de caminata, es posible asomarse al cráter del Pico Guagua. Esta excursión goza de un atractivo extra: es muy posible atisbar los cóndores que anidan en el pico vecino.

La **Mitad del Mundo** es una curiosidad que nunca falta en los programas. Se trata de un monumento de cinco pisos con exposición pedagógica que conmemora la misión geodésica francesa que se desplazó al país en el siglo XVIII para estudiar la redondez del planeta. Aquí consiguieron establecer dónde se ubica la línea equinoccial, si bien hoy se sabe que está realmente a 200 metros de donde aparece pintada en el suelo. La consabida foto del visitante con un pie en cada hemisferio no puede faltar.

En la plaza aledaña al monumento se realizan eventos al aire libre durante los que los asistentes se pueden divertir intentando hacer que se mantenga un huevo sobre un clavo. En

Teambuilding en Quito



Cocina local

Hasta 20 personas pueden cocinar las *bonitísimas*: tortillas de maíz con el preparado típicamente ecuatoriano a base de ajo, cebolla, manteca de cerdo y *achote*, combinado con patata y queso creando pequeños canapés para cóctel.



Bombero quiteño

En la Loma Grande, barrio del casco antiguo, los grupos pueden participar en un entrenamiento que incluye el descenso por la barra que conduce a los vehículos de salida lo más rápidamente posible. Puede formar parte de una búsqueda del tesoro.



De mercado

El de Otavalo, a dos horas de Quito, se convierte los sábados en un enorme mercado indígena y es único para una "caza" de ingredientes y objetos para cocinar. El resto de días solo ofrece tejidos, estando los alimentos en el mercado municipal.



Pura adrenalina

Para los más atrevidos, el Vuelo del Cóndor es un columpio en Baños de Agua Santa donde disfrutar suspendido a 30 metros de alto (y 60 de péndulo), con vistas a 2.420 metros de altura. Existe una versión reducida para los menos aguerridos.



realidad éste es el lugar más fácil en el mundo para conseguirlo, al ser el más cercano al centro de la tierra y donde la fuerza de gravedad más atracción ejerce.

Muy cerca de Mitad del Mundo, la nueva cervecería **Santana Brewing Company** produce desde hace ocho años excelentes cervezas artesanales. El bonito bar viene a completar los espacios para eventos en las afueras de la ciudad, pudiendo amenizarlos con degustaciones de seis tipos de cerveza.

El área interior de estética industrial con vistas al espacio de producción recibe grupos de hasta 150 personas en cóctel. El jardín también puede utilizarse como una extensión al evento con vistas a otro de los 16 volcanes que cuentan los alrededores de la capital ecuatoriana.

Ecuador tradicional

Hacia el noreste, a dos horas por carretera de montaña (la Panamericana Norte que conecta con Colombia) se encuentra el mercado de Otavalo, considerado los sábados el mercado indígena más grande de Sudamérica. Este día toda la población se convierte en un inmenso mercado en el que se ofrecen desde tejidos y artesanías a comida, enseres de cocina, ropa, animales...

Cotacachi es el pueblo del cuero y de la autenticidad pura: los hombres nunca se cortan el cabello

En el trayecto desde Quito, el paisaje va cambiando a medida que se avanza hacia la provincia de Imbabura, con 35 lagos y lagunas. De camino se atraviesa Tabacundo, conocida como la capital de las rosas, una importante fuente de ingresos para Ecuador ya que es uno de los primeros exportadores del mundo de rosas. La reputación de las mismas procede del tallo alto y recto derivado de la posición del sol: al caer perpendicularmente en esta zona, la rosa crece recta hasta alcanzar los dos metros.

El trayecto bordea la Laguna San Pablo, a 2.660 metros sobre el nivel del mar, a los pies del volcán Imbabura, de 4.700 metros de altura. La **Hostería Puerto Lago** cuenta con un restaurante panorámico de 120 cubiertos, además de 35 habitaciones en cabañas de estilo alpino. Es posible organizar en la laguna paseos en barca con música y actividades acuáticas no motorizadas.

Muy cerca de Otavalo, Cotacachi es el pueblo del cuero y ofrece autenticidad en estado puro. Por ejemplo los hombres indígenas tienen el pelo largo desde niños. Hay un pequeño mercado de cuero pero es una calle, la 10 de agosto, la que concentra todas las tiendas con productos de piel a precios imbatibles.

El hotel **La Mirage** es un oasis de exclusividad perteneciente a la red Luxury Destinations Ecuador. Los pavos reales se pasean por el jardín. Ofrece 23 habitaciones, en lo que fue una hacienda, con *spa* en un ambiente que recuerda a Pompeya.

Pura adrenalina

Ecuador se caracteriza por ofrecer buenas carreteras que permiten completar fácilmente una convención en la ciudad con un programa de turismo de aventura en fascinantes paisajes de montaña. A tres horas hacia el sur, de camino a la Amazonia, Baños de Agua Santa es una ciudad-balneario famosa por las aguas que proceden del volcán Tungurahua.

Pero incluso más famosas que sus termas son sus propuestas de turismo activo y la llamada Ruta de las Cascadas que conduce hasta el Pailón del Diablo, una cascada que impresiona, más que por su altura de 60 metros, por la furia con la que sortea el relieve de roca basáltica y selva. En el trayecto, “tarabitas” o cabinas suspendidas que atraviesan los cañones, puentes “tibetanos” para quienes no temen a las alturas, tirolinas – la más larga de Ecuador con un kilómetro de largo –, lugares para *puenting* y columpios “extremos” que parecen enviar al vacío a quien osa columpiarse en esta suerte de péndulo... todo en un entorno de gran belleza.

Se aprecia claramente desde el exclusivo **Luna Volcán Adventure SPA Hotel** (antes Luna Runtun). Colgado en la montaña, las vistas de su Café del Cielo son difíciles de mejorar. Cuenta con 29 habitaciones y una sala de conferencias para 50 personas en formato teatro.

En el casco urbano y ante la más famosa de las 220 caídas de agua que pertenecen a Baños – la de la Virgen, con las termas municipales a sus pies –, el **Sangay Spa Hotel** ofrece 66 suites habitaciones, incluyendo 26 cabañas en proceso de renovación. Cuenta con *spa* para los famosos “baños de cajón”: es una sauna dentro de una caja con la cabeza en el exterior.

Centro de operaciones

Quito cuenta con la infraestructura necesaria para pequeñas y grandes convenciones y sirve además de punto de partida para programas que incluyan explorar la Amazonia – 40 % del país –, destinos coloniales como Cuenca, la costa de Guayaquil – a media hora de vuelo – o las emblemáticas Islas Galápagos.

El hotel **Wyndham Quito Airport** acoge a muchos de los grupos que se desplazan desde Quito. Inaugurado en marzo de 2018, se encuentra a cinco minutos del aeropuerto y tiene 150 habitaciones decoradas en tonos cálidos que lo alejan de la frialdad de otros hoteles de perfil semejante. Permite albergar sesiones de trabajo de entre 80 y 320 delegados en tres salones que se pueden unir. Cinco salas ejecutivas se prestan para reuniones de entre diez y 30 personas.

Quito es la segunda capital más alta del mundo, sin que sea difícil aclimatarse a ella, y destaca por sus excelentes vistas y dimensiones humanas. El mejor momento para visitarla se extiende de mayo a octubre, si bien los mejores meses para viajar a Galápagos abarcan de diciembre a mayo. En ningún caso las lluvias son duraderas en un país que presume de estabilidad gracias a su economía dolarizada.

Baños de Agua Santa es famosa por sus termas y sus propuestas de turismo de aventura



Puente “tibetano” en Baños de Agua Santa

ISLAS GALÁPAGOS

Lo más parecido que existe en el planeta a un laboratorio viviente es sin duda uno de los destinos de incentivo más exclusivos del mundo. A 1.000 kilómetros del continente, Islas Galápagos es una provincia de Ecuador en forma de archipiélago compuesto por 13 islas, de las que solo cuatro están habitadas.

Se impone ante todo decidir qué se quiere hacer en Galápagos. Las únicas actividades acuáticas permitidas, y en lugares muy precisos, son el *kayak*, el *snorkel*, *tours* de pesca y submarinismo. Según interese incluir en el programa la visita de playas, volcanes, el descubrimiento de los fondos marinos o la fauna local, se han de elegir las islas más adecuadas y el modo de acceder a ellas.

Por ejemplo, las playas más bonitas se encuentran en Santa Cruz mientras que los aficionados a la vulcanología y los paisajes ligados a las coladas de lava se deleitarán en Bartolomé y Bahía Sullivan. Isabela es la isla más grande y la que más concentración de la riqueza de Galápagos ofrece.

Existe un transporte público en forma de barcas rápidas que en dos horas realizan el recorrido entre las cuatro islas

pobladas: Santa Cruz, Isabela, San Cristóbal y Floreana. Para acceder a las demás es necesario contratar un crucero o alquilar un yate para cupos de máximo 16 personas, teniendo en cuenta que cada embarcación cuenta, dependiendo de la época del año, con permiso para acercarse a una lista preestablecida de lugares según la demanda y las acciones de conservación en curso.

Se impone ante todo decidir qué se quiere incluir en los programas para elegir qué islas visitar y cómo

Santa Cruz

Es la isla más habitada, con 30.000 pobladores. A ella llegan la mayoría de grupos que tiene como destino el aeropuerto de Baltra, situado a tres horas y cuarto de Quito en vuelos con escala en Guayaquil. En realidad Baltra es otra de las islas que componen el archipiélago, por lo que es imperativo atravesar el Canal de Itabaca que la separa de Santa Cruz. En este punto los visitantes pueden dirigirse a Puerto Ayora, capital turística del destino y con la mayor infraestructura hotelera, o embarcarse en uno de los cruceros y yates que fondean en los lugares más exclusivos.

Entre los barcos de crucero destaca el **Expedition**, con capacidad para 100 pasajeros y comprometido con la preservación a través de la reforestación que los propios viajeros realizan en el momento de visitar la parte alta de la isla Santa Cruz.





Está considerado el más exclusivo junto con el **National Geographic**, de la misma capacidad.

A bordo, guías naturalistas explican la importancia de proteger un entorno declarado Patrimonio de la Humanidad en 1978 y Reserva de la Biosfera en 1985. De la mano de científicos como Charles Darwin, permitió y permite dilucidar numerosos enigmas sobre la evolución de las especies, la genética animal y muchas otras cuestiones relacionadas con la botánica, la ornitología, vulcanología y un sinnúmero de disciplinas que reúnen cada año a miles de turistas.

La visita de la Estación Científica Charles Darwin, en Puerto Ayora, es cita obligada para quienes se interesan por la diversidad de especies, y sus particularidades, que habitan las diferentes islas del archipiélago. Precisamente junto a su entrada se encuentra el hotel **Galapagos Habitat**, con 17 habitaciones, cinco de ellas *suites* con terraza y vistas al mar y la zona de manglares en la que se encuentra.

Su restaurante figura entre los mejores del destino y cuenta con yate propio para desplazamientos de 16 pasajeros, el máximo permitido en cada salida. A diferencia de otras

embarcaciones, la modernidad del yate permite incluir dos islas deshabitadas en un solo día por la velocidad a la que recorre las distancias que separan los diferentes subdestinos.

Ikala Galápagos es el hotel más reciente de Puerto Ayora. Situado en el centro del pueblo, fue inaugurado el pasado mes de enero y cuenta con 22 habitaciones, entre ellas 15 *suites* con balcón. Cuenta con piscina y un restaurante en la azotea con vistas al cercano puerto.

En la Playa Tortuga Bay, tras un paseo de 45 minutos, las iguanas campan sobre la blanca arena

Playa Tortuga Bay, tras una fácil caminata de 45 minutos, ofrece postales únicas sobre todo en la Playa Brava, donde las iguanas marinas campan a sus anchas sobre la blanquísima arena. En Playa Mansa es posible el baño ya que los manglares y barreras de basalto crean una suerte de piscina a la que se asoman los opuntias. Como prueba de la preservación de Galápagos, no existen chiringuitos de playa, música o actividades.

Isabela

Las calles de su capital, Puerto Villamil, si no son de arena están cubiertas por ella. No existen grandes hoteles en este pequeño pueblo. Ante la playa, con 16 habitaciones recientemente renovadas y piscina, el hotel **Albamarle** se ofrece para

privatizaciones completas y eventos en la azotea con vistas al Pacífico.

La visita del Complejo de Humedales y Muro de Lágrimas, recorriendo a pie o en bicicleta un itinerario salpicado de pozas naturales, bosques de opuntias y playas paradisíacas, culmina en un cerro donde comprobar que la inmensa mayoría de la isla está habitada por la naturaleza.

El ascenso al volcán Sierra Negra, hasta los 1.100 metros de altura, es otra de las excursiones estrella. Además de visitar un entorno único, se puede admirar la segunda caldera volcánica más grande del mundo, caminar sobre ríos de lava y formaciones derivadas de la última erupción en Volcán Chico el año pasado o admirar las diferencias de colores en las minas de azufre. La caminata más sencilla, poco exigente, dura cinco horas.

La salida al islote Tintoreras es la más demandada entre quienes buscan observar mantarrayas, tortugas marinas, tiburones y gran cantidad de peces de decenas de colores, además de aves emblemáticas como la fragata y el piquero de patas azules. Los aficionados a la fotografía subacuática tocarán el cielo en la salida que conduce a nadar en túneles de lava submarinos.

En Tintoreras, los aficionados a la fotografía submarina tocarán el cielo entre los túneles de lava

Como máximo 50 personas pueden encontrarse en uno de los lugares que forman parte de los espacios del Parque Nacional Galápagos – 97 % del archipiélago – en el mismo momento.

Por eso el mayor regalo que ofrece Galápagos es el de sentirse espectador de una naturaleza única en la que el humano no es rey, sino el visitante de un reino cuyos habitantes se dejan observar y solo exigen a cambio que se respete su hábitat.

Laboratorio vivo

La mejor forma de definir a las Islas Galápagos es como “laboratorio vivo”. Charles Darwin fue quien dio fama al archipiélago al mencionarlo como una de sus fuentes de inspiración para desarrollar su teoría sobre la evolución de las especies, basada en que aquéllas que consiguen adaptarse al entorno en el que habitan son las que superan el proceso natural de selección que elimina a quienes no lo logran.

Los estudios de genética posteriores llevaron más allá esta teoría, ejemplificando con numerosos especímenes procedentes de Galápagos que esta selección natural tiene un impacto en la secuencia genética de los descendientes, que se convierten en nuevas especies.

Guías naturalistas introducen a los viajeros en una clase magistral de historia natural en la que, sin necesidad de proyectar imágenes, se aprecian a simple vista los testimonios endémicos de la evolución animal: aves -piqueros- de patas azules por la concentración en sus extremidades de los pigmentos derivados de los peces que consumen; iguanas marinas capaces de mantenerse en el agua hasta 45 minutos buscando alimento, de color negro y muy diferentes a las terrestres, amarillas y rosadas; gaviilanes, pingüinos, tortugas gigantes... la lista es larga y fascinante.



MICE by Gaston

El diseñador de sus eventos
en Latinoamérica



ECUADOR, PAÍS DE LOS 4 MUNDOS | Acoge sus eventos, reuniones e incentivos

Gaston-Sacaze es un equipo de profesionales creativos quienes dedican todos sus recursos para lograr el éxito de su evento. Nuestro equipo que tiene 20 años de experiencia, les acompaña durante todo el proceso de su evento, ofreciéndoles soluciones MICE hechas a su medida.

 Gran conectividad aérea doméstica e internacional.

 Infraestructura hotelera de calidad.

 Paisajes majestuosos y biodiversidad única.

 Cultura única y tradiciones locales.

 Centros de eventos amplios y modernos.

 Alta y variada gastronomía conocida mundialmente.

 Lugares mágicos para eventos inolvidables.

 Actividades culturales y entretenimiento.



LA VIDA MÁS FÁCIL

Desde tareas mejor gestionadas y presentadas a la imposibilidad de perderse con mapas que ya no necesitan conexión a Internet... pasando por compañía para cenar durante un viaje de trabajo o despertares plácidos con sonidos adaptados a nuestras necesidades. Incluso convertir el *smartphone* en una potente cámara fotográfica es posible. Las *apps* no solo parecen hacer de todo sino que las prestaciones mejoran a pasos agigantados.

Con Maps.me, mapas sin necesidad de conexión

Versiónes: Android / IOS

En qué consiste:

- Reúne mapas de más de 90 países
- Utiliza la navegación a través de un sistema de GPS, no de Internet, por lo que se puede utilizar sin necesidad de conexión
- Incluye datos de tráfico alertando de atascos en 36 destinos
- Eligiendo un criterio de búsqueda sugiere restaurantes, lugares para visitar, hoteles, cajeros automáticos, etc
- Permite guardar las ubicaciones favoritas y compartirlas con otros usuarios
- Se pueden reservar directamente desde la *app* los hoteles localizados con Booking.com



Mejores fotos con Zoom FX Premium

Versiónes: Android

En qué consiste:

- Convierte el *smartphone* en una auténtica cámara de fotos
- Entre las funciones que incluye se encuentran aumentar el *zoom* digital, realizar balance de blancos, regular la exposición o fijar la velocidad de obturación
- Cuenta con estabilizador, *flash* en caso de *selfies* y temporizador
- Incluye 100 efectos para retocar la foto final
- Permite capturas en .raw en los dispositivos compatibles



Tareas optimizadas con Things 3

Versiones: IOS

En qué consiste:

- Es un gestor de tareas que ha sido renovado
- Para registrar las tareas, se pueden dictar a Siri o utilizar el teclado
- Incluye tres aspectos a elegir: claro, oscuro y negro, pudiendo hacer que cambie automáticamente según el brillo de la pantalla
- El botón Magic Plus permite añadir tareas desde cualquier lugar de la app y organizarlas con solo arrastrarlas
- Incluye etiquetas para asignar categorías personalizadas del tipo de "Importante", "Oficina" o asociada a una persona, con un filtrado sencillo



Despertares plácidos con Timely

Versiones: Android

En qué consiste:

- Es un reloj despertador para Android de muy fácil manejo: basta con deslizar el dedo desde el borde de la pantalla para establecer la hora deseada arrastrando la barra. Presionando se pueden hacer ajustes de cinco minutos
- Incluye una amplia selección de sonidos de alta calidad
- Permite elegir la opción de dar la vuelta al teléfono para que se apague, para los que temen no despertarse con solo darle al botón de off
- Se pueden sincronizar dispositivos para que suene en varios a la vez, incluyendo tabletas

Table4one permite cenar en compañía

Versiones: Android / IOS

En qué consiste:

- Intenta resolver lo que para muchos viajeros de negocios es un problema: encontrarse solos durante las comidas de sus viajes de trabajo
- Permite a los usuarios conectar con otros profesionales que visitan el destino al mismo tiempo, que pueden incluso convertirse en contactos útiles para su negocio
- Los viajeros simplemente tienen que rellenar un perfil con sus datos e intereses personales, así como los detalles de su desplazamiento
- La app identifica a otras personas afines en el destino y establece contacto







DESTINO: VILNA

El corazón de Europa

En el centro geográfico de la Europa continental, Vilna es una pequeña joya de arquitectura barroca en plena naturaleza, cuya oferta para eventos, convenciones e incentivos está creciendo a una velocidad equiparable a la de su red de *wi-fi* pública, la más rápida del mundo según los lituanos.

Por **Cristina Cunchillos**
Fotos **Go Vilnius**

Vilna (o Vilnius) nació de un sueño. Cuentan que una noche del año 1323, Gediminas, Gran Duque de Lituania, soñó con un lobo acorazado que aullaba, invencible, desde lo alto de una colina. Interpretándolo como un augurio positivo, decidió fundar su capital en esa misma elevación, a orillas del río Neris.

La torre de Gediminas, el único resto de la fortaleza original, sigue dominando hoy la capital lituana. Desde aquí partió la Cadena Báltica en 1989: una impresionante cadena humana de dos millones de personas que se extendió hasta Tallin, contribuyendo a alcanzar otro sueño, el de la independencia de la ocupación soviética.



Lituania fue la primera de las tres Repúblicas Bálticas – junto a Estonia y Letonia – en conseguirlo.

Treinta años después, el posicionamiento de Vilna como un destino atractivo no solo para viajes de ocio, sino también para convenciones e incentivos, no es un sueño sino una realidad cada vez más evidente, gracias al crecimiento imparable de la oferta de hoteles y *venues*.

Lo único pendiente de mejorar son sus conexiones aéreas, al menos de cara al mercado hispano-hablante. Desde España, solamente Wizz Air ofrece vuelos directos dos veces por semana desde Barcelona, y muchos viajeros prefieren volar con Iberia o Lufthansa vía Fráncfurt. Los visitantes procedentes de Latinoamérica necesitan igualmente hacer conexión en alguno de los más de 50 destinos europeos con vuelo directo a Vilna, entre los que figuran Londres, París y Ámsterdam.

Capital barroca

El casco antiguo de Vilna conserva un trazado medieval con callejones empedrados y bellos edificios góticos, renacentistas y, predominantemente, barrocos que le valieron su declaración como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1994. Es un eclecticismo que se extiende a su población, confiriéndole un ambiente cosmopolita y multicultural.

El
barroco casco
antiguo de Vilna
fue declarado
Patrimonio de la
Humanidad en
1994

El centro neurálgico de la ciudad es la Plaza de la Catedral, un vasto espacio donde se suelen celebrar conciertos y festivales. Entre la torre de Gediminas y la igualmente icónica torre del campanario, se extiende el cuerpo de la catedral barroca del siglo XVIII y el Palacio de los Grandes Duques de Lituania. Es fruto de una reconstrucción completada en 2018 del que fuera el centro político de la ciudad. Además de recorrer su museo, se pueden alquilar varias de sus salas para eventos, y celebrar cenas de gala para 1.500 comensales en su patio.

Bordeando la plaza se encuentra el **Kempinski Hotel Cathedral Square**, el primer hotel de la cadena en la región báltica, así como el más pequeño de la marca con 96 habitaciones y *suites* en un estilo clásico. Ocupa un edificio del siglo XIX que fue, en sus diferentes usos, desde una fábrica de chocolate a la central de telégrafos en la era soviética, algo que celebra el nombre de su restaurante, *Telegrafas*, bajo la batuta de uno de los mejores cocineros lituanos. Sus salones pueden acoger un banquete para 135 invitados o convenciones de entre 40 y 220 delegados.

Adentrándose en el casco histórico se encuentra la Universidad de Vilna. Fundada por los jesuitas en el siglo XVI, el complejo es un laberinto de patios y edificios académicos de gran belleza, entre los que destacan por sus frescos el cen-

tro de estudios lituanos y la librería. También ofrece salones que se pueden privatizar para presentaciones de hasta 250 invitados.

Historia y tradiciones

El compacto centro histórico de Vilna se presta a hacer visitas guiadas a pie que se pueden tematizar, por ejemplo, haciendo un recorrido por su patrimonio judío. La comunidad judía floreció en el periodo de entreguerras, representando un tercio de la población total de la urbe.

Más de 40.000 perecieron en la aniquilación de los guetos establecidos durante la ocupación alemana, un triste episodio de la historia de la ciudad que los grupos pueden rememorar en la visita.

El centro es también el lugar ideal para familiarizarse con los productos más típicos de Vilna. En el **Museo del Ámbar**, los grupos pueden aprender a diferenciar los distintos tipos de esta preciada resina, así como distinguir falsificaciones, e incluso probar un licor de ámbar que supuestamente tiene propiedades digestivas.

No obstante, la bebida tradicional lituana es el *midus* o aguamiel, un licor hecho con miel que se puede encontrar

en cualquiera de los bares de la zona de ocio nocturno, en torno a la avenida Vilniaus. Los grupos tampoco pueden irse sin probar el *krupnikas*, un cóctel muy popular elaborado con miel y especias.

Junto a la miel, el queso es otro de los productos más representativos de la gastronomía lituana. En **Džiugas** se puede hacer una degustación de sus diferentes variedades, de entre 12 y 48 meses de maduración, en una sala privada con capacidad para 22 personas.

En cuanto a las opciones de alojamiento en el casco antiguo, las propuestas abarcan desde los cinco estrellas más clásicos, como el **Imperial Hotel & Restaurant Vilnius** de 55 habitaciones, o el **Radisson Blu Royal Astoria Hotel** con 126 en el edificio más antiguo de la ciudad, a la oferta más informal y económica del **Comfort Hotel LT – Rock'n'roll Vilnius**. En este dos estrellas de 200 habitaciones, la música inunda todo, desde su propia emisora de radio a la decoración y nombre de sus *suites* y salas de reuniones, con capacidad hasta 120 personas.

Constante innovación

La oferta de Vilna se renueva constantemente y entre la arquitectura barroca del centro histórico se encuentran ahora

En
el Museo del
Ámbar los grupos
aprender a diferenciar
los tipos de resina y
a distinguir si es
falso



Centro histórico



modernos establecimientos como el **Hotel Pacai**, miembro de la red Design Hotels, inaugurado en mayo de 2018. Cuenta con 104 habitaciones de decoración minimalista y cuatro salas de reuniones que se pueden combinar para conferencias de hasta 65 asistentes.

En julio de este año se sumará a la planta hotelera de Vilna el nuevo **Hilton Garden Inn Vilnius City Centre**, el primer hotel de la cadena en Lituania. Ofrecerá 164 habitaciones y 150 m² de espacio para eventos en tres salas que, combinadas, podrán acoger convenciones de 180 delegados o banquetes con 130 comensales.

Además de modernizar su oferta hotelera, Vilna también apuesta por la tecnología. En el llamado **Telia Nonmuseum**, los grupos pueden hacer una visita virtual de la ciudad o un recorrido por su historia en tan solo unos minutos a través una proyección multimedia.

Pero, sin duda, el mejor representante de la Vilna más actual es el nuevo **Museo MO de Arte Moderno**, inaugurado el

pasado mes de noviembre. En el interior del cúbico edificio diseñado por Daniel Libeskind, una flotante escalera de caracol conecta tres pisos de espaciosas galerías monocromas que, aunque con las limitaciones que impone su condición de museo, se pueden alquilar para eventos.

En la planta superior se puede crear un espacio diáfano de 1.000 m² para banquetes de hasta 700 invitados. La planta baja ofrece más espacios, incluyendo un cine para proyecciones con 100 asientos.

El museo MO de Arte Moderno, inaugurado el pasado mes de noviembre, representa la Vilna más actual

La ciudad nueva

Al otro lado del río Neris creció, a partir de los años 70 del siglo pasado, el distrito financiero y de negocios de Vilna. Aquí, junto a bloques de apartamentos en el estilo austero de la era soviética, se levantan rascacielos y modernos centros comerciales. También hay varios hoteles próximos unos a otros, lo que permite el alojamiento de los grupos más numerosos.

Entre ellos el de mayor capacidad es el **Radisson Blu Hotel Lietuva**, con 456 habitaciones tras finalizar la extensión que

se inauguró a finales de 2018. En lo alto de su torre de 22 pisos, el Sky Bar es ideal para celebrar un cóctel o una cena para 150 invitados con las mejores vistas de la ciudad. Su centro de convenciones es también uno de los mayores de la capital, con 17 salas que se pueden combinar para acoger desde 20 a 1.200 delegados.

Nuevo Centro de Congresos

Es en esta rivera norte, frente a la histórica torre de Gediminas, donde abrirá en 2022 el nuevo Centro de Congresos de Vilna. Ocupará el que fuera un antiguo palacio de deportes y congresos, un edificio de cemento construido en 1971 reconocible por la curvatura de su techo, semejante a una pista de esquí. Ha sido preservado como parte del patrimonio de la ciudad y dentro de tres años comenzará una nueva vida como espacio congresual.

Con un total de 18.800 m² de espacio, incluyendo nueve pabellones, anfiteatro y salón plenario con capacidad máxima para 4.800 personas, será el mayor centro de congresos y convenciones de toda la región del Báltico. Las obras de remodelación para transformarlo en un *venue* moderno y sostenible darán comienzo en junio de este año.

En
junio darán
comienzo las obras
del que será el mayor
centro de congresos
de la región
Báltica

Junto a él, Hilton abrirá un nuevo hotel en el futuro, pero Marriott ya se ha adelantado y en junio de 2018 inauguró el **Courtyard by Marriott Vilnius City Center**, su primera propiedad en Lituania. El moderno edificio de cristal alberga 199 habitaciones y cinco salas para eventos, donde se pueden celebrar desde pequeñas reuniones con 20 asistentes a convenciones para 140 delegados.

Es un hotel dirigido a los viajeros de negocios, con espacios en el vestíbulo destinados a pequeñas reuniones informales o sesiones de trabajo fuera de la habitación.

Espacios para grandes eventos

LITEXPO (Centro de Congresos y Exposiciones de Lituania) es la principal sede para ferias multitudinarias. Situado en las afueras de la ciudad, junto al Parque Vingis, sorprende por la luminosidad de su interior, gracias a los grandes ventanales que ofrecen vistas a los bosques circundantes. Cuenta con cinco pabellones y 15 salas, que ofrecen un total de 33.600 m² de espacio para exposiciones y convenciones con un máximo de 2.000 delegados.

A 19 kilómetros de la ciudad se encuentra el **Vilnius Grand Resort**, actualmente el mayor centro de convenciones de Li-

Teambuilding en Vilna



Sabor lituano

En Čiop Čiop son los grupos quienes se encargan de preparar la cena: un menú de platos típicos lituanos con ingredientes clásicos como arenques o patatas, permiten adentrarse en la gastronomía local de la forma más divertida.



Vilna secreta

El centro histórico de la ciudad esconde múltiples secretos y curiosidades que los grupos descubrirán mientras completan un *quiz* por sus calles, siguiendo las instrucciones de su iPad y entablando conversación con los lugareños.



Aventura urbana

Vilna está rodeada de bosques donde se pueden hacer recorridos en bicicleta o a pie, incluso un circuito de tirolinas y puentes colgantes entre los árboles, completando la aventura con una excursión en *kayak* por el río Neris.



A vista de pájaro

En los meses del verano europeo los grupos pueden competir en carreras en globo sobrevolando el centro histórico, algo que no se permite en muchas ciudades pero que aquí es posible gracias a la uniformidad y escasa altura de los edificios.

tuania, con 25 salas con una capacidad total de hasta 3.000 personas en un solo evento. Pueden acoger desde reuniones de doce personas a cócteles para 800 invitados. Además de ofrecer alojamiento en 185 habitaciones y campo de golf, a partir de mayo contará con el mayor *spa* de Lituania.

Fuera de Vilna

Los amantes del golf cuentan con otros dos campos de 18 hoyos a pocos minutos de la ciudad. En uno de ellos, el **European Centre Golf Club**, podrán llevarse además un sello oficial por haber jugado en el centro geográfico de Europa.

La ciudad histórica de Trakai, a media hora de Vilna, es una de las excursiones más habituales en los programas de incentivo. Su castillo medieval ocupa una isla en mitad de un lago donde se pueden realizar

actividades náuticas. Además, en el *hall* central del castillo se celebran cenas de temática medieval para 120 comensales, ambientadas con música y trajes de la época.

La ciudad histórica de Trakai, a media hora de Vilna, es una de las excursiones más habituales

En una ciudad rodeada de naturaleza, los grupos no necesitan desplazarse lejos para disfrutar de aventuras al aire libre, excursiones a caballo o carreras de trineo con *huskies*. Ése es el mayor encanto de Vilna: un destino lo suficientemente pequeño para sentirse a gusto paseando por sus calles o bosques, pero sorprendentemente grande en cuanto a oferta, tanto de ocio como para MICE. Con sus paisajes nórdicos, un carácter extrovertido que apunta más al Mediterráneo e influencias culturales de Oriente y Occidente, Vilna puede presumir de ser el corazón de Europa en más aspectos que el puramente geográfico.

Vilna rebelde

Užupis, un término que significa “al otro lado del río” (en este caso el Vilna), era uno de los distritos más pobres y peligrosos de la ciudad hasta que los artistas tomaron el poder... literalmente. En los años 90 una comunidad de intelectuales se estableció y, mostrando un peculiar sentido del humor, declaró la independencia del territorio en 1997.

La República de Užupis es oficialmente reconocida por embajadas y cuenta con su propia bandera, moneda, presidente y hasta una constitución con 39 artículos, cuya traducción a diferentes idiomas se puede ver en una de las calles centrales. Incluye máximas como “un perro tiene derecho a ser un perro”, “todos tienen la obligación de recordar su nombre” o “nadie tiene derecho a echarle la culpa al otro”.

Hoy es un distrito donde la creatividad de sus habitantes sigue siendo palpable, en sus bohemios cafés y bares, sus galerías de arte, su peculiar oficina de información o los grafitis de sus callejones. Su visita no puede faltar en los programas para grupos, que incluso pueden llevarse como recuerdo un nuevo sello en su pasaporte.

Y, si visitan el lugar el 1 de abril, fecha del aniversario de la República, pueden celebrarlo con la cerveza que mana ese día, gratuitamente, de la fuente en su plaza central.



ibtm® AMERICAS

Forma parte de este **gran espacio** que reúne a miles de mentes INQUIETAS con una misma **pasión por los eventos**

Agenda estas fechas: **29 y 30 de mayo 2019**
Centro Citibanamex

- Más de **500 proveedores** para eventos de todas las Américas.
- Programa de **citas** uno a uno.
- **Speakers** de alto nivel.
- Espacios abiertos de **networking**.



www.ibtmamericas.com

Síguenos    #IBTMAmericas

Contacto: +52 (55) 8852 6210
info@ibtmamericas.com

Ciudad Sede
CDMX.
CIUDAD DE MÉXICO

País Sede
México

Media Partner

GRUPO PUNTO MICE



PURO INCENTIVO: GAMBIA

Sonrisas de África

Los gambianos se refieren a su país como “La Costa de la Sonrisa”, y no solo porque su geografía tiene la forma de esta expresión, también porque sus gentes se presentan ante el viajero alegre y pacífico. Los más poéticos defienden que Gambia es un país cuyos detalles y secretos hacen que pronto se dibuje una sonrisa en el rostro de quien lo descubre. En todo caso, este pequeño destino del África occidental sorprende de manera abrumadora.

Por **Rocío López Alemany**
Fotos **Eva López Álvarez**

Gambia es un lugar donde detenerse, tomar aire, mirar alrededor y tener la cámara fotográfica preparada. De repente, una caravana de monos puede cruzar la carretera y adentrarse en una jungla atestada de aves, cocodrilos, serpientes, hipopótamos... que viven plácidamente en árboles y zonas húmedas. Las vacas pastan a sus anchas en las grandes playas tropicales. Jabalíes, hienas, roedores gigantes y otros mamíferos hacen de este pequeño país

africano un paraíso alejado de los estereotipos de vida salvaje que ofrecen otros destinos del continente.

Accesible desde España

Iberia, en vuelo compartido con Binter, ofrece todos los sábados del año un vuelo entre Madrid y Banjul con escala en Las Palmas de Gran Canaria. Es la forma más sencilla de llegar desde España, vía más directa para quienes se desplacen



desde Latinoamérica. Poco más de dos millones de habitantes pueblan este destino, siendo musulmán el 90 % del censo. Prueba de ello es la gran cantidad de mezquitas que se erigen a lo largo del territorio.

El idioma oficial es el inglés, especialmente presente en los grandes núcleos urbanos. Sin embargo, fuera de ellos se hablan idiomas tribales: son hasta nueve lenguas y entre las más habladas están el mandinka, el wolof, el fula y el jola.

Banjul

La capital aglutina la oferta cultural y de ocio del país, además de ser una explosión de color y actividad. Banjul está plagada de mercados en los que se ofrecen artesanía, comida... y un caos lleno de encanto. Mercados como Albert Market, Serrekunda o Brikama son la versión reducida del más famoso: el **Tanji Fishing Village Market**, situado al lado de la playa de Tanji.

Los pescadores salen cada mañana a pescar en sus barcas y regresan al atardecer. Su llegada es un auténtico desafío ante las gaviotas que luchan por arrebatar parte de la descarga: todo un espectáculo en el que niños, mujeres y hombres trabajan al unísono para lograr que la mercancía llegue

a su destino y el pescado pueda ser comercializado en la misma playa. Los olores no siempre son agradables.

Tanji es la única playa del país en la que ningún visitante desea bañarse pero sí ser partícipe de un ajetreo que la hace única.

El Tanje Village Museum es parada obligatoria para entender el estilo de vida y tradiciones locales

Durante la mañana, el reto es sortear a los vendedores que insisten en que sus productos son los mejores: regatear es el deporte más practicado en este mercado ideal para un *teambuilding* que consista en conseguir los productos necesarios para elaborar una receta local.

Tradiciones locales

En las cercanías se encuentra el **Tanje Village Museum**, parada obligatoria para comprender el estilo de vida de los gambiaños y sus tradiciones ancestrales. El sonido de los *djembe*s inunda el lugar. Hombres locales cantan y hacen una demostración de cómo se toca este instrumento de percusión tradicional en la cultura mandinga.

Una gran colección de *djembe*s se expone en el interior del museo, siendo algunos auténticas joyas milenarias.

Otros artesanos tejen bolsos y pañuelos en telares de inmensas proporciones, con estampados calculados al milímetro para que cada diseño sea único. También hay un horno del pan local *tapalapa* en el que se puede hornear y degustar al instante. Es decir, una visita experiencial que supone una inmersión en la vida local.

Vida nocturna

El dinamismo comercial y cultural es más que evidente en Banjul. Con el anochecer el ambiente se traslada a una de las avenidas más conocidas de la ciudad: Senegambia. Esta calle a la que los locales se refieren como “Las Vegas”, por sus carteles luminosos y música ininterrumpida, concentra la mayor cantidad de hoteles, restaurantes y áreas de ocio – desde casinos a teatros –, donde turistas y locales se mezclan al ritmo de la noche africana.

El **Senegambia Beach Hotel** es un complejo al más puro estilo caribeño en régimen de todo incluido. Cuenta con cuatro restaurantes, dos piscinas, acceso directo a playa y un jardín de palmeras, flores y plantas exóticas. Es habitual ver a buitres y monos en los árboles y terrazas de las 354 habitaciones construidas en los jardines. En el hotel vive una colonia de buitres de tamaño excepcional que los huéspedes pueden

alimentar. Varias veces a la semana protagonizan un espectáculo al que se suman otras aves de los alrededores.

Actividades como avistamiento de aves, paseos a caballo por la playa, competiciones de *volley*, clases de danza africana o *jet ski* forman parte de las propuestas ofrecidas por el recinto para grupos de hasta diez personas.

La calle Senegambia, en Banjul, es llamada “Las Vegas” por los locales, por su vida nocturna

Dura historia

Para adentrarse en ella es necesario alejarse de la capital y cruzar el río Gambia hasta llegar a Barra: en el muelle esperan pacientes niños que van a la escuela, mujeres que portan grandes cestos en sus cabezas, camioneros... Barra es la puerta de entrada a la vida gambiana más auténtica. El ferry desde Banjul hasta Barra, en un trayecto de aproximadamente una hora, es toda una experiencia y una buena oportunidad para interactuar con la gente local.

Una vez en Barra todo da un vuelco: ya no existen complejos turísticos sino campamentos “en primera línea de río”. La tierra es anaranjada, en lugar de carreteras solo hay caminos angostos y llenos de baches, la masa selvática rodea todos los espacios y los monos se dejan ver sin complejos. Algunas construcciones revelan que, en esta zona, colonos portugueses e ingleses sometieron al pueblo gambiano convirtiendo



Fabricante de *djembe*

al país en fuente de esclavos. Algunos se hicieron famosos gracias al cine, como el inspirado en la isla Kunta Kinteh.

El puerto de Albreda Jufureh es hoy una zona tranquila, con un prado que irradia brillantes verdes y una playa invadida por olas gigantes. Muchos niños juegan y ríen en torno a una estatua que recuerda la historia. Se trata de la esbelta figura de un esclavo que, despojándose de sus grilletes, alza los brazos al cielo. A sus pies se puede leer *Never again* (nunca más). La figura mira desafiante hacia la isla Kunta Kinteh.

Desde la orilla del río Gambia se percibe, aunque hoy en ruinas, la fortaleza que ocupa gran parte de la ahora llamada isla St. James. Rodeada por baobabs centenarios, parece un pedazo de edén. Pero lo cierto es que encierra uno de los episodios más tristes de Gambia. Grilletes y cadenas tirados por el suelo denuncian lo que los esclavos vivieron en este lugar.

La isla está abandonada desde hace tiempo pero una excursión en barca desde el puerto permite conocer más detalles sobre la diáspora africana que se extendió hasta el año 1807, cuando por fin se abolió la esclavitud.

Cultura ancestral

En esta zona del país también es posible descubrir las tradiciones ancestrales más arraigadas en el campo y la costa,

ritos ceremoniales y leyendas como la del Kankurang – “enmascarado” – : es un personaje mítico mandinga presente en rituales de iniciación y circuncisión. A pesar de su espantosa apariencia que emula a un árbol y lleva un machete en cada mano, es muy apreciado por los locales ya que consideran aleja a los malos espíritus.

La cultura es testimonio de una dura historia ligada a la esclavitud y dictadura militar hasta 2017

Los ritos de iniciación se realizan entre agosto y septiembre, momento en el que el Kankurang desfila profiriendo gritos con los que avisa a la población de su llegada y circula acompañado por un grupo que baila y canta a su alrededor.

En las playas de Gambia también se puede apreciar otra costumbre ancestral: la lucha senegalesa o *wrestling*. Dos vigorosos hombres, o también fornidas mujeres, miden sus fuerzas en una batalla cuerpo a cuerpo sobre la arena.

La marcada cultura que se aprecia en Gambia es testimonio claro de una dura historia dominada por años de esclavitud y autoritarismo militar. La última dictadura terminó en enero de 2017 y recortó durante 23 años las libertades de los habitantes.

Poco a poco la democracia abre un camino de esperanza y el cambio se aprecia cada día en las calles, sus gentes y la interacción con los visitantes que poco a poco pueden adentrarse





en un destino lleno de enigmas. Nuevas carreteras, hoteles de estilo europeo y zonas de ocio surgen cada vez con más frecuencia en un país que crece a un ritmo lento, pero constante.

Vida Salvaje

En el pueblo de Bakau, a poco más de media hora por carretera desde Banjul, se encuentra **Kachikally Museum and Crocodile Pool**. Es una piscina donde habitan más de 70 cocodrilos que gozan del don, al menos así lo afirma la creencia local, de hacer que las mujeres que se bañan en sus aguas se queden embarazadas. Si estas mujeres consiguen su deseo de dar a luz a un niño o a una niña deben ponerle el nombre de Kachikally – “cocodrilo” en mandinga –.

Ocean Bay Hotel & Resort, ubicado en Bakau, a poco más de 10 kilómetros de Banjul, se encuentra en una de las zonas más privilegiadas de Gambia: cuenta con una de las playas más extensas donde bañarse, descansar, practicar yoga y enfrentarse a las olas en sesiones de *windsurf*, vela o esquí acuático. Cuenta con 195 habitaciones y una sala para organizar cócteles de hasta 125 invitados.

En Gambia viven 29 especies de serpientes, dos de ellas entre las más venenosas del planeta

El hotel organiza salidas para mostrar la parte más salvaje de Gambia. Además de los cocodrilos, se pueden observar serpientes en **Reptile Farm**, una granja situada al sur del país, en la ciudad de Kartong. Se las puede ver y tocar, incluso colgárselas alrededor del cuello. En Gambia viven 29 especies de serpientes, dos de las cuales se caracterizan por figurar entre las más venenosas del planeta. Aunque no son considerados animales sagrados, su preservación es importante para el control de la agricultura del país.

A casi tres horas en coche de Banjul se encuentra **Tendaba Camp**, en una ubicación extraordinaria entre el Parque Nacional Kiang West y la Reserva Bao Bolong Wetland. Los hoteles en esta parte de Gambia brillan por su ausencia y en su lugar una serie de campamentos rurales ofrecen al visitante la experiencia, no lujosa pero sí confortable, de descubrir los secretos que encierran las riberas del río Gambia.

Son alojamientos que lejos de todo lujo material ofrecen experiencias ligadas a la tranquilidad, el silencio y la desconexión -no hay posibilidad alguna de conectarse a Internet.

Kiang West

Para quienes busquen más comodidad, en Alla Kunda, a casi tres horas de Banjul y una hora de Kiang West, **Sindola Safari Lodge**, es un alojamiento inspirado en 40 casitas típicas con techos de paja y estructura de hormigón. Completan un recinto que incluye piscina, campo de fútbol y pista de tenis. Cuenta con dos espacios para eventos, la sala más grande acoge 110 comensales en banquete.

Este hotel sirve de punto de partida para la observación de monos, chimpancés e hipopótamos. Además, el complejo alberga periódicamente la ceremonia del Futampaf, en la que un grupo de indígenas baila y canta mientras uno de ellos escupe fuego por la boca y otros dos cortan sus pieles (sus propias pieles) con machetes sin hacerse ni un rasguño gracias al talismán que los protege.

Kiang West es uno de los parques naturales más grandes de Gambia. La mayor parte del área protegida está cubierta por selva donde predominan baobabs, ceibas y acacias rojas.

El río genera un estuario navegable entre manglares donde cocodrilos, serpientes, lagartos y libélulas, así como todo tipo de pájaros, se dejan ver.

En la ceremonia del Futampaf los indígenas se cortan la piel con machetes sin hacerse ni un rasguño

Gambia no se caracteriza por ofrecer safaris en los que no despegarse de los prismáticos, pero su fauna y flora puede tocarse, sentirse y disfrutarse con intensidad. Solo cinco horas de coche son necesarias para recorrer este país del África occidental de punta a punta, con altos en el camino para fotografiar gratas sorpresas compuestas por amenerces únicos, animales exóticos y locales que, si bien a veces se esconden de la cámara, otras posan con una gracia tan natural como la misma tierra que habitan.

Experiencias culinarias

“Yabouy Home Cooking” es un *showcooking* para grupos que ofrece Ida Cham en su cocina. Se trata de una auténtica *masterclass* que empieza en el hogar de esta gambiana dedicada al turismo desde hace 30 años. Tras regentar varios hoteles, Ida decidió innovar y ofrecer al visitante una actividad que aporta valor cultural, y una gran experiencia, a cualquier viaje a Gambia.

La sesión incluye lecciones sobre vestimenta, cómo comprar y cómo cocinar un plato cien por cien gambiano como el *benachin*. En cinco horas de actividad los participantes se visten con prendas típicas como el *grandmuba* – tela que cubre todo el cuerpo –; el *malan* – una suerte de falda larga –; o el *fataro* – traje a todo color con estampados –. Después de ataviarse de pies a cabeza, la siguiente parada es el mercado de Tanji, donde se compran los ingredientes necesarios para preparar el plato.

De vuelta al hogar de Ida, el grupo de máximo diez personas, ayuda a la anfitriona a pelar, cortar y cocinar los ingredientes que más tarde degustarán en compañía de Ida y su familia. Muy pocos *showcookings* se ofrecen en esta parte de África, de hecho Ida es pionera en ofrecer este tipo de experiencias que mezclan gastronomía, cultura y vida local.



RECONOCIMIENTO

La participación en ferias de negocios requiere esfuerzo y dedicación. Es por eso que en FLEXPO Latin America tenemos un espacio especialmente dedicado a reconocer y premiar a los profesionales latinoamericanos que realizan acciones extraordinarias, mostrando como los eventos de negocios pueden jugar un rol transformador en la sociedad.





Pódiums para campeones

Estadios, hipódromos, campos de golf, circuitos de carreras... los *venues* deportivos no solo atraen a miles de fans dispuestos a animar a sus favoritos semana tras semana, sino que también suponen una alternativa para la celebración de eventos corporativos con el efecto *wow!* garantizado.

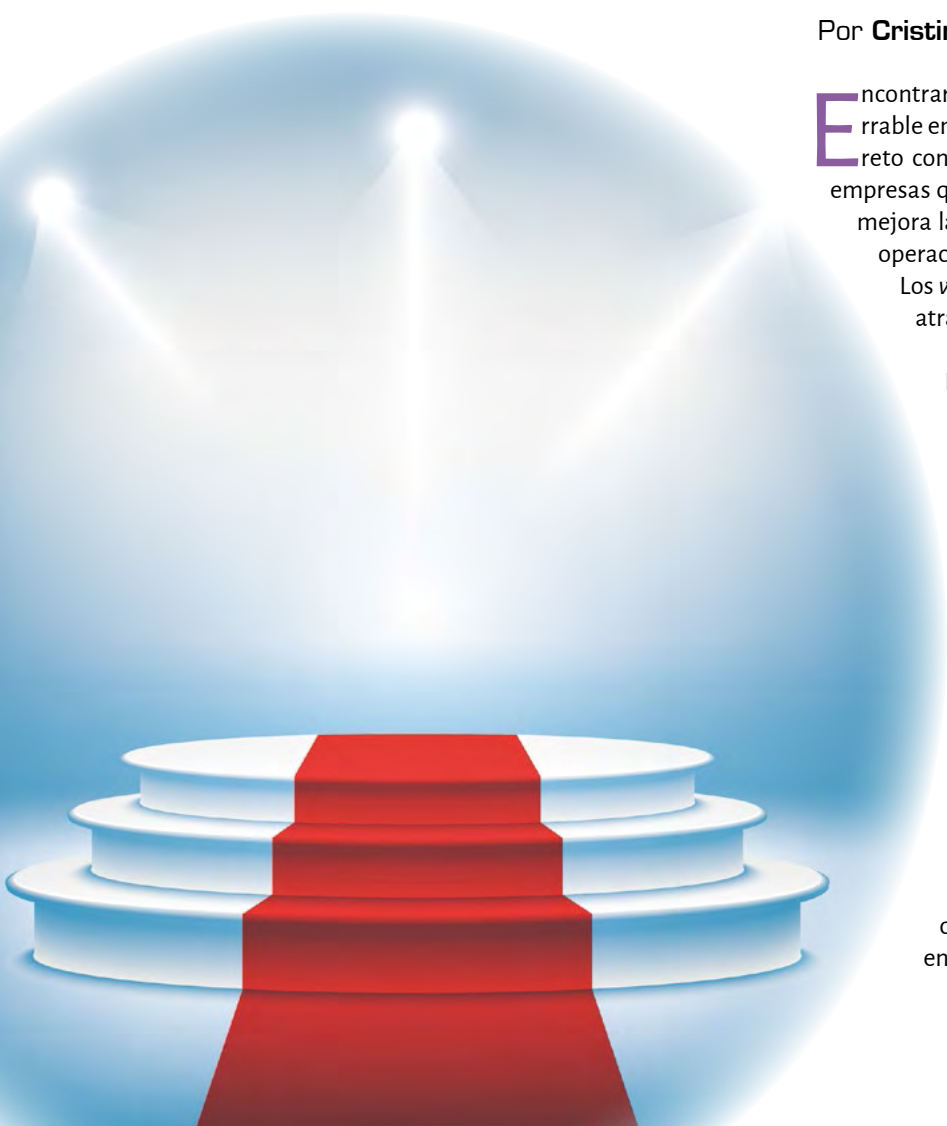
Por **Cristina Cunchillos**

Encontrar espacios únicos que dejen un recuerdo imborrable en asistentes ávidos de nuevas experiencias es un reto constante para los organizadores de eventos. Las empresas quieren impresionar a sus invitados y, conforme mejora la economía, están dispuestas a invertir más en operaciones más grandes y espacios más ostentosos. Los *venues* deportivos se presentan como una opción atractiva.

Los clubes de fútbol, hockey, rugby, béisbol, golf, etc..., atraen ya al cliente corporativo con su oferta de hospitalidad, con salas VIP donde los invitados pueden disfrutar de las mejores vistas del campo de juego mientras disfrutan de un cóctel en un momento de *networking* exclusivo. Pero su ambición va más allá y muchos ya han descubierto que el alquiler de sus espacios para eventos privados es una operación altamente lucrativa con la que complementar los ingresos de taquilla.

Para grandes eventos

Una de las principales ventajas es que pocos espacios pueden equipararse a estos *venues* en cuanto a capacidad, por lo que son ideales para la celebración de eventos a gran escala, como una cena de gala para 5.000 comensales en el césped de un campo de fútbol, por ejemplo.



Pero, además del espacio, disponen del personal y los servicios complementarios para la celebración de cualquier tipo de acto. Una plantilla con experiencia en atender las necesidades de los asistentes. Cocinas capaces de preparar miles de platos en un plazo mínimo de tiempo. Facilidades de acceso, con amplios aparcamientos. Sistemas de seguridad adaptados a grandes flujos. Todo ello forma parte de la naturaleza de los *venues* deportivos y ningún evento corporativo les supondrá un reto difícil.

Al mismo tiempo, también suelen disponer de salas donde celebrar reuniones para grupos más pequeños. Estas sesiones a menudo se complementan con actividades de *teambuilding* con el deporte como base. Un mini-torneo de golf o una carrera de *go-kart* sirven para incentivar al equipo y crear un ambiente relajado antes o después de las sesiones de trabajo.

Venues atractivos

En los últimos años, gobiernos y clubes de fútbol han invertido en la ampliación y modernización de sus estadios o la construcción de nuevas sedes para responder a la demanda de un público cada vez más numeroso. Son edificios atractivos, incluso obra de famosos arquitectos como el estadio que acogerá el Mundial de Fútbol en Qatar, diseñado por Norman Foster. La oportunidad de acceder a ellos de forma gratuita sin duda juega un papel importante a la hora de aceptar una invitación a un evento.

También son espacios modernos que cuentan con la tecnología más innovadora. El nuevo Wanda Metropolitano de

Madrid presume de ser el primer estadio 100 % LED del mundo, ofreciendo a las empresas la posibilidad de iluminar el edificio con sus colores corporativos o hacer impresionantes proyecciones sobre su cubierta.

Interés garantizado

Pero, por encima de la arquitectura o la tecnología, su mayor atractivo es que permiten adentrarse en escenarios donde los héroes del momento han cosechado triunfos.

Pisar el césped donde juega habitualmente Leo Messi, conducir en el circuito de carreras que vio triunfar a Fernando Alonso o correr en la pista en la que Usain Bolt consiguió sus medallas olímpicas es un sueño que, gracias a la disposición de estos espacios para eventos, está al alcance de todos.

El mayor impedimento es el coste, que generalmente es más elevado que el de otros espacios convencionales. Asimismo, algunos clubes son auténticas marcas globales que deben proteger su imagen, por lo que pueden imponer restricciones. Las medidas de seguridad también pueden conllevar limitaciones.

Conviene no olvidar que el deporte despierta auténticas pasiones... y también las rivalidades más intensas. Un fan del equipo contrario puede no mostrar el mismo entusiasmo por un evento en la sede de sus adversarios. En definitiva, un *venue* deportivo puede no ser del gusto de todos, pero nunca pasará desapercibido. Y las facilidades que ofrecen a los organizadores de eventos, por no olvidar su incomparable capacidad, bien merecen su consideración.

El mayor impedimento es el coste, generalmente más elevado que el de otros *venues* convencionales



QUEREMOS SABER...

- 🔧 ¿Qué se puede organizar en sus instalaciones?
- 🔧 ¿Cuál es la ventaja de elegir un *venue* deportivo ante otro tipo de espacios?
- ★ ¿Cómo está evolucionando la demanda?

Paula Prieto. Gerente de proyectos de eventos en **Barça Events**

“Damos la oportunidad de vivir el Barça desde dentro”

🔧 El FC Barcelona dispone de un amplio abanico de salas y espacios en un ambiente singular y un elevado simbolismo. Entre las tipologías de evento que podemos realizar en el Camp Nou incluimos: eventos corporativos, comidas o cenas de empresa, reuniones, conferencias, presentaciones de productos, actividades de *teambuilding*, ferias y exposiciones, incentivos, torneos y partidos entre colegas y entrenamientos para equipos, entre otros. Las capacidades de nuestros espacios van desde grupos pequeños de diez personas hasta grandes eventos de 5.000 en la propia grada del estadio.

🔧 El estadio del FC Barcelona es un espacio único en el mundo ya que disponemos de zonas emblemáticas que marcaron momentos apasionantes en el mundo del deporte. Convertimos sueños en hechos reales, en un espacio donde millones de personas han compartido un sentimiento. Damos la oportunidad de vivir el Barça desde dentro, creando experiencias únicas e inolvidables para los clientes.

★ A nivel del volumen de eventos, esta temporada hemos notado un gran aumento en comparación con la temporada pasada, cuando registramos un descenso debido al conflicto político en Cataluña y al atentado terrorista en Barcelona. Si comparamos con otras temporadas anteriores, podemos observar que el cliente corporativo destina ahora menos presupuesto a realizar eventos en espacios como el nuestro.



Claude Delorme. Vice-presidente ejecutivo de operaciones y eventos de **Miami Marlins** (Estados Unidos)

“Marlins Park ofrece la sensación de estar viviendo algo único”

🔧 Marlins Park es un *venue* como ningún otro en el sur de Florida y tiene capacidad para eventos especiales desde 50 personas hasta 37.000. Ha acogido ferias, convenciones y conferencias de empresas, así como partidos internacionales de fútbol y, por supuesto, béisbol. Podemos organizar cenas de gala en el campo de juego para grupos de entre 300 y 4.000 invitados, por ejemplo. La decoración se puede ajustar a los objetivos o la imagen de la empresa.

🔧 Marlins Park, y otros *venues* deportivos similares, ofrecen la sensación de estar viviendo algo único, lo que mejora la experiencia asociada al evento. Además, los *venues* deportivos ofrecen los servicios necesarios para grandes eventos como el aparcamiento, concesionarios de venta de comida, aseos y un personal de apoyo que puede ejecutar estos eventos sin problemas ya que están acostumbrados a hacerlo en múltiples ocasiones.

★ El nuevo grupo propietario del equipo de los Marlins tiene como objetivo convertir Marlins Park en un destino para eventos de primera clase los 365 días del año. Y ciertamente hemos notado un aumento en la demanda de eventos corporativos, sobre todo cenas de gala en el campo. Esto ocurre desde que las empresas, tanto a nivel local como nacional e internacional, han visto mayor disposición por nuestra parte para acoger eventos. El tamaño y requisitos varían y cada evento exige un nivel diferente de apoyo.



Guilherme Birello. Gerente del circuito de **Interlagos** (Brasil)

“La variedad de usos de nuestros espacios es la mayor ventaja”

 Acogemos todo tipo de eventos, desde reuniones, presentaciones y fiestas de empresa a carreras o días de circuito, como ejercicios de *teambuilding*. La capacidad de nuestros espacios varía de una a 400.000 personas, aprovechando los diversos usos del circuito de carreras. El modelo de alquiler de espacios que tenemos ahora nos permite acoger hasta seis eventos simultáneamente en el Autódromo.

 La variedad de usos que permiten nuestros espacios es una de las mayores ventajas que ofrece Interlagos, ya que hace posible acoger diferentes tipos de actividades al mismo tiempo. Por ejemplo, podemos tener una presentación de coches antiguos a la vez que un *teambuilding* de *go-kart* y un espectáculo para 15.000 personas al mismo tiempo, sin que un evento afecte a otro.

 En general, los eventos corporativos duran un día y, por término medio, son grupos de unas 200 personas. Actualmente organizamos numerosos eventos públicos como campeonatos o festivales, pero estamos desarrollando nuestra oferta corporativa y, en el futuro, Interlagos dispondrá de una estructura mejor para acoger un mayor número y variedad de eventos de empresa.



Rhiannon Kirk. Gerente de ventas de **London Stadium Meetings and Events**

“¿Qué mejor que los asistentes se sientan turistas en su ciudad?”

 El London Stadium es un *venue* muy versátil que puede acoger una gran variedad de eventos, desde reuniones de empresa de todos los tamaños a fiestas de Navidad. Las reuniones con montaje en cabaret parecen ser particularmente populares actualmente y también recibimos muchas peticiones para exposiciones en espacios más pequeños e íntimos. Con capacidades que oscilan desde diez a 1.000 personas, podemos cubrir reuniones, convenciones, cenas y cócteles, pero también ofrecemos un lugar ideal para actividades de *teambuilding*, eventos solidarios, incentivos para la plantilla o exposiciones de todo tipo.

 Según nuestra propia experiencia, *venues* especiales como los deportivos registran una demanda cada vez mayor, y con razón. Los estadios ofrecen un escenario excepcional para eventos, ya se trate de una cena para un cliente o de un *briefing* de la empresa. En el London Stadium se pueden seguir las huellas de leyendas del deporte como Usain Bolt o Mo Farah, siendo posible impregnarse de la historia del estadio, la magia de las Olimpiadas, el legado del West Ham y el patrimonio del East End londinense.

Muchos delegados conservan gratos recuerdos de los Juegos Olímpicos de 2012 y su evento se convierte en una experiencia nostálgica. Otra de las ventajas que ofrece trabajar con un espacio versátil y amplio como el nuestro es contar con un equipo involucrado y con experiencia en la gestión de enormes flujos, incluso de más de 50.000 asistentes como los que se acercan a partidos y eventos que tienen lugar aquí, garantizando un servicio excepcional y sin contratiempos.

 Todos los organizadores quieren que su evento sea divertido, que involucre y excite a los participantes y sea memorable. Elegir un *venue* que sea único se ha convertido en algo cada vez más deseado. Con el ajuste de los presupuestos, las reservas se hacen con menos antelación y el enfoque se centra de manera cada vez más relevante en el valor añadido que ofrece el espacio, lo que convierte la elección de un sitio interesante y con un servicio excepcional en algo esencial. ¿Qué mejor que convertir un simple *briefing* en un día para el recuerdo fuera de la oficina, en el que los participantes se sientan como turistas en su propia ciudad?



QUEREMOS SABER...

- 🕒 ¿Qué se puede organizar en sus instalaciones?
- 🎤 ¿Cuál es la ventaja de elegir un *venue* deportivo ante otro tipo de espacios?
- ★ ¿Cómo está evolucionando la demanda?

Mayte Sierra. Directora de conferencias y eventos en **Estadio Wanda Metropolitano de Madrid**

“Podemos recibir hasta ocho eventos, cada uno con su entrada”

🕒 El diseño del estadio nos permite hacer todo tipo de eventos, desde ferias, convenciones y congresos a reuniones, formaciones, cenas de gala y actividades de *teambuilding*. Todos los espacios están dotados de televisiones LCD de gran formato, conexión multimedia, *wi-fi* de alta velocidad y acceso desde el parking. Contamos con 22 salas con terraza, un auditorio con capacidad para 400 invitados, salas anexas para exposiciones, 78 palcos privados y montajes en gradas. Nuestras capacidades abarcan desde un palco de 65 m² a 4.000 m² para exposición, pudiendo albergar cócteles de hasta 4.000 personas invitadas.

🎤 El estadio Wanda Metropolitano está concebido como un espacio multifuncional, que ofrece la posibilidad de recibir hasta ocho eventos en un mismo día, con entrada independiente para cada uno. Recorrer el estadio de la mano de nuestros guías, disfrutar del *show* de luces o elegir lugares icónicos, como el propio terreno de juego, son factores que añaden valor a una operación. A todo esto podemos sumar otras ventajas como la seguridad de un estadio preparado para evacuar rápidamente a 65.000 personas, un estacionamiento con 4.000 plazas exteriores y 1.000 plazas interiores y, sobre todo, cocinas al más alto nivel.

★ Desde la apertura del estadio hace un año y medio hemos registrado una demanda cada vez mayor, sobre todo de sectores como tecnología, automoción, consultorías, servicios e industria farmacéutica. El espacio más popular es el auditorio, así como recibimos muchos eventos grandes para más de mil personas. Dependiendo del montaje y características, las operaciones, sobre todo las convenciones, pueden durar de uno a varios días, siempre que lo permita el calendario de eventos deportivos y conciertos.



Juan José de la Bárcena. Gerente de eventos y patrocinios en Hipódromo de Las Américas (Ciudad de México)

“Ofrecemos estructuras que un salón convencional no puede ofrecer”

🌀 La amplitud de nuestros espacios, el equipamiento de mobiliario y electrónica con el que contamos, el estacionamiento ilimitado y nuestras instalaciones totalmente resguardadas, permiten casi cualquier evento que un productor pueda imaginar. De entrada, se pueden celebrar carreras de *team-building* con circuitos de cinco a diez kilómetros o demostraciones de vehículos todo terreno. Y en nuestros salones se pueden celebrar lanzamientos de producto, conferencias y todo tipo de eventos corporativos y sociales, desde quince hasta 20.000 asistentes.

🔧 En nuestro caso específico son varias las ventajas. En primera instancia somos el único hipódromo activo en México, lo que nos hace un *venue* atractivo tanto a nivel nacional como internacional ya que nuestras carreras se transmiten en los Sports Books de muchos países. Por otro lado, destaca la capacidad del *venue*. Nuestro complejo tiene una extensión de más de 52 hectáreas, con espacios cubiertos y al aire libre que incluyen todos los servicios para cubrir la más alta calidad en la ejecución y desarrollo del evento. Contamos con siete puertas de acceso y capacidad de hasta 3.500 vehículos. En nuestras gradas y restaurantes podemos recibir hasta 9.000 asistentes.

★ El crecimiento en eventos corporativos sigue en aumento, derivado de la necesidad e importancia que las empresas otorgan a ofrecer a sus potenciales clientes nuevas experiencias que creen lazos emocionales. Hoy día los organizadores se inclinan por recintos novedosos que rompan con el formato común de un salón de eventos y es por ello que el Hipódromo tiene una demanda importante que achacamos a la originalidad, versatilidad, ubicación y seguridad que ofrecen sus instalaciones.



Belén Carellán. Jefa de ventas MICE en La Manga Club de Golf (España)

“No somos solo un *venue*, ofrecemos alojamiento y muchas cosas más”

🌀 Ofrecemos un amplio abanico de formatos para muchos tipos de evento. No obstante, somos un *resort* de golf por excelencia y en todos nuestros eventos corporativos el golf es siempre uno de los protagonistas. Además, contamos con grandes salones para celebraciones y salas más pequeñas para reuniones privadas, así como varias localizaciones para eventos en el exterior con increíbles vistas a los campos de golf y el Mar Menor, junto a una excelente oferta de ocio y bienestar para desconectar y evadirse. En cuanto a capacidad, podemos albergar dos grandes eventos a la vez que reúnan a 750 personas en total.

🔧 La Manga Club no es solo un *venue* deportivo: reunimos en un solo lugar alojamiento, instalaciones deportivas y de ocio, un centro de bienestar y salud, gastronomía y espacios naturales. Pero, sobre todo, hablar de La Manga Club es hablar de golf y es uno de nuestros puntos fuertes a la hora de organizar eventos. La posibilidad de combinar reuniones de trabajo con un torneo corporativo de golf, por ejemplo, o recibir clases de golf personalizadas o en grupo son algunas de nuestras principales propuestas. Combinar las reuniones, congresos o conferencias con el golf, a medio camino entre lo deportivo y el ocio, siempre triunfa.

★ Por nuestra experiencia, hemos visto que la tendencia es que las empresas hagan cada vez menos eventos al año, pero cuando organizan una operación reúnen a grupos más grandes, en torno a 100-150 personas de media. Además, la duración de este tipo de reuniones es mayor: de 3 a 5 días. Esta tendencia a invertir mayor número de días en estos eventos MICE está en consonancia con la búsqueda de una experiencia personalizada. A eso se suma que muchos de los asistentes alargan su estancia más allá del evento para conocer el destino, la cultura, el entorno...



Guerra al plástico

Por **Cristina Cunchillos**

Dramáticas imágenes de fauna marina mortalmente herida por plásticos que flotan en los océanos o escenas de playas cubiertas por los desechos que arrastran las olas sirven para concienciar al público del impacto de sus hábitos consumistas. La industria MICE también es responsable, y debe actuar.

Botellas, recipientes, bolsas... el plástico no solo es omnipresente: más del 40 % se utiliza una sola vez y no se recicla. A menudo termina contaminando ríos y mares, e incluso llega a ser consumido en forma de microplásticos en el aire, el agua y los alimentos, con efectos desastrosos para el planeta y la salud.

Las cifras son alarmantes. Actualmente se generan 25 millones de toneladas de desechos plásticos en Europa y menos del 30 % es reciclado. En todo el mundo, el plástico representa el 85 % de los residuos que se encuentran en las playas. Según un estudio de la revista norteamericana *Proceedings of the National Academy of Sciences*, el 90 % de las aves marinas registran un 10 % de su peso en el plástico que han consumido y se espera que esta cifra se incremente al 99 % en 2050. Y se estima que, de seguir el nivel de consumo actual, para 2050 podría haber más plástico que peces en los océanos.

Un sector que contamina

Expertos como el naturalista británico David Attenborough alzan la voz de alarma en medios de comunicación o plataformas como el último Foro Económico Mundial en Davos. Es una llamada que va dirigida a todos: gobiernos, empresas y consumidores. También a los profesionales de la industria MICE.

Y es que es un sector en el que el uso de plástico es habitual, e incluso necesario. En las ferias, los *stands* más versátiles y



ligeros son contruidos con PVC y los suelos se cubren con moquetas de polipropileno. En las reuniones no pueden faltar las botellas de agua para los participantes, y los asistentes a eventos, salones y convenciones están acostumbrados a llevar su identificación cubierta con plástico. Para muestra un botón: se estima que una convención con 500 asistentes puede producir hasta dos toneladas de desechos.

Tal vez por ello, este sector ha sido también uno de los primeros en tomar conciencia del problema y aplicar medidas para reducir el volumen de plástico, sobre todo el de un solo uso, que genera su actividad.

La regla de las cuatro erres

A la hora de considerar qué hacer con el plástico, los organizadores deben pensar en cuatro erres: rechazar, reducir, reutilizar y reciclar. Hay quienes hablan también de recuperar, “recomprar” o repensar. El principio, en cualquier caso, es el mismo.

Lo primero es plantearse si ese plástico es realmente necesario y no hay otra opción más ecológica. Los invitados pueden beber en vasos de vidrio, por ejemplo. Si no se puede evitar, al menos se debe intentar reducir la cantidad de desechos plásticos en la medida posible, calculando bien el número de asistentes o limitando los envoltorios en este material.

Y si se ha de usar plástico, que sea reutilizable, o al menos reciclable. Si los asistentes a una feria devuelven sus acreditaciones, se podrán volver a usar los contenedores de plástico al año siguiente. Y las botellas de plástico reutilizables pueden convertirse en un práctico —y ecológico— regalo corporativo.

Las respuestas del sector MICE

Organizadores de ferias multitudinarias como el Grupo IMEX ya están actuando. En sus salones en Fráncfurt y Las Vegas las

moquetas utilizadas son totalmente reciclables y no se utilizan cubiertas de plástico para las acreditaciones. La iniciativa más reciente es pedir a los asistentes que se impliquen con botellas de agua reutilizables que pueden rellenar en estaciones instaladas en el recinto.

En el centro de exposiciones ExCeL de Londres, los concesionarios de comida y bebida han eliminado el uso de muchos elementos de plástico. También se instalarán fuentes donde los delegados podrán beber o rellenar sus botellas con agua fresca, evitando así tener que comprar y posteriormente desprenderse de otro envase.

Por otro lado, para las empresas que contratan los eventos, el cumplimiento de una política de responsabilidad social corporativa es cada vez más relevante y por ello exigen cada vez más *venues* y proveedores que se preocupen por el medioambiente. También los contratantes contribuyen, por ejemplo organizando sesiones de *teambuilding* en las que los participantes limpian un paraje natural o liberan una playa de basura.

Iniciativas de los proveedores

Este tipo de iniciativas se extienden también a la hostelería y la aviación. Iberostar, por ejemplo, fue pionera en la eliminación de plásticos de un solo uso en las habitaciones de sus hoteles en España, así como en su sede corporativa, sustituyéndolos por alternativas naturales o biodegradables y ahorrando así 300 toneladas de desechos anuales en 2018. Este año extenderá las medidas a las habitaciones de todos sus hoteles y en 2020 a todos los espacios, incluyendo las salas de reuniones.

Ryanair ha prometido que eliminará todos los plásticos no reciclables de sus cabinas antes de 2023. Air New Zealand

Se estima que una convención con 500 asistentes puede generar hasta dos toneladas de desechos



ha eliminado ya elementos como cepillos de dientes y bolsas para antifaces en aviones y *lounges* de aeropuertos. En diciembre de 2018 partió el que aseguraba ser el primer vuelo sin plásticos del mundo, de la aerolínea portuguesa Hi Fly, con cubiertos y recipientes de bambú u otros materiales reciclados.

Pequeños gestos de gran alcance

Proveedores, organizadores y participantes, todos pueden contribuir a la reducción de residuos plásticos. No es necesario implementar grandes medidas que a veces pueden ser costosas. Se puede empezar por pequeños pasos, incluso en las más simples reuniones internas.

Ofrecer agua a los asistentes en dispensadores, jarras, botellas y vasos de vidrio y no de plástico; evitar las cápsulas monodosis de café, difíciles de reciclar al mezclar aluminio, plástico y restos orgánicos... son medidas sencillas de

implementar. El café, como la comida, sabe mejor servido en vajilla de porcelana y con cubiertos metálicos. Si no es viable, hay opciones más ecológicas como la cubertería de bambú.

Las bolsas de plástico se pueden sustituir fácilmente por otras más atractivas de tela o rafia que incluyan la imagen de la marca. Y realmente no es necesario que las acreditaciones de los delegados sean presentadas en cubiertas de plástico. Sea una sala de reuniones, un recinto ferial o la habitación de un hotel: si dispone de contenedores de basura diferenciados para distintos tipos de residuos, se facilitará el reciclaje sin apenas esfuerzo.

Realmente no es necesario que las acreditaciones de los delegados sean presentadas bajo plástico

Cuidar del planeta es responsabilidad de todos. Y si cada individuo, proveedor o empresa aporta su granito de arena, poco a poco se podrán ver cada vez más playas libres de desechos y algún día podrán formar parte del pasado las tristes imágenes de fauna intoxicada por nuestros desechos.



Entrevista

Kay England

Presidente de MIA
(Meetings Industry
Association)

“Es útil hacer una lista de productos sin los cuales el evento funciona igualmente”

¿Qué es #20PercentLess?

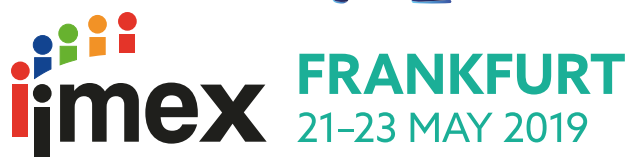
Dentro de la estrategia de MIA para promover operaciones sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, la campaña #20PercentLess es una nueva iniciativa para animar a la industria MICE a reducir en un 20 % su consumo de plástico de un solo uso. Con el lema *Pequeños pasos, grandes ganancias* intentamos educar al sector demostrando cómo nuestros esfuerzos colectivos pueden tener un gran impacto y allanar el camino para un futuro sostenible. Ayudamos a *venues*, hoteles y proveedores a identificar áreas que se pueden mejorar y les ofrecemos soluciones. Aunque supone un reto, sabemos que es un objetivo realista que las empresas pueden lograr.

¿Por qué es un asunto que debería preocupar a la industria?

Es prácticamente imposible ignorar la creciente repercusión medioambiental del plástico en nuestros océanos. Hay estadísticas preocupantes como las del grupo Positive Impact, que revelan que el 50 % del plástico en hostelería se tira tras un solo uso y, lo que es peor, en el 15 % de los casos se tira por puro hábito, sin ser realmente necesario. Romper ese hábito podría generar más tiempo y dinero en las empresas. Si lo consiguen, entonces solo necesitan implementar una reducción adicional del 5 % para llegar al objetivo del 20 %.

¿Qué consejo daría a los organizadores para reducir los residuos plásticos en eventos?

El primer paso viene simplemente de una mayor concienciación. Es útil hacer una lista de todo el plástico de un solo uso que se utiliza, identificando productos innecesarios sin los cuales el evento funcionaría igualmente, como los agitadores de plástico. El impacto medioambiental de su eliminación puede ser difícil de medir inicialmente, pero sí se verá un ahorro económico. El siguiente paso es considerar alternativas a los productos identificados como esenciales en la lista; estudiar qué productos no plásticos existen y su coste y, finalmente, hablar con los proveedores. Es muy probable que ellos también estén buscando alternativas y puedan ofrecer una mayor gama de productos responsables con el medioambiente.



WE CHALLENGE YOU, BE CURIOUS, ASK "WHAT IF..."

IMEX in Frankfurt's Talking Point for 2019 is 'IMAGINATION' and we'll be celebrating and encouraging this innate aspect of our humanity. We're challenging the global meetings and events industry to exercise more curiosity AND produce more worthwhile events as a result.

Following in the footsteps of innovators and change-makers, IMEX in Frankfurt will guide you to ask "What if..." in three areas that could transform your future events strategy:

TRANSFORMATION & COLLABORATION

What if... unusual partners work together, not apart?

DIVERSITY & INCLUSION

What if... we intentionally include all kinds of people?

SUSTAINABILITY

What if... we are really committed to cutting down on waste?

**THE WORLDWIDE EXHIBITION FOR INCENTIVE
TRAVEL, MEETINGS AND EVENTS**

2019
TALKING
POINT

IMAGINATION

We challenge your curiosity!

Register now at

imex-frankfurt.com/register



Motivación

Por Cristina Cunchillos

La música, el arte, la comida y la bebida, incluso la nieve... las agencias receptoras utilizan los recursos más diversos a la hora de plantear nuevos retos a los grupos que, no solo desarrollan su creatividad y espíritu de equipo, sino que pueden beneficiar a la comunidad local.

Taller de artistas

Picasso, Dalí, Miró... muchos artistas de renombre internacional encontraron inspiración y desarrollaron su talento en Barcelona, y eso es precisamente lo que la agencia local Events Anastasiya espera que consigan los participantes en una de sus Fiestas de Arte.

Una pintora experta ejerce de profesora y explica al grupo las diferentes técnicas. Los participantes solo tienen que elegir un tema, que puede ser abstracto o relacionado con la empresa, y dar rienda suelta a su creatividad. En el proceso, no solo la profesora les va asesorando, también los propios compañeros contribuyen con sugerencias destinadas a mejorar la obra final.

No hay mejores o peores artistas, todos son genios, y eso es algo que se celebra al final de la jornada con una buena comida y vinos españoles. Los cuadros se pueden utilizar para decorar la oficina, también cada participante puede llevarse-lo a casa como recuerdo de una jornada memorable en buena compañía.





Food truck solidario

En la llamada Batalla de *food trucks* que propone la agencia mexicana Grupo Events ganan todos: tanto los participantes en los diferentes retos con temática culinaria como los niños de comunidades necesitadas que recibirán un suministro de comida al final de la actividad.

En equipos, los participantes deben recrear iconos arquitectónicos locales como las pirámides mayas o construir una estructura lo más alta posible utilizando solamente latas y paquetes de diferentes alimentos como material. En lugar de puntos, con cada prueba ganan suministros adicionales que les servirán para su siguiente reto: diseñar su propio concepto de restaurante sobre ruedas o *food truck*.

Los miembros de cada equipo deben asignarse diferentes roles: quiénes construirán y decorarán la camioneta, hecha con cartones, quiénes se encargarán de hacer la presentación del restaurante... así como el *chef* que deberá preparar el guacamole insignia. Al final hay un equipo ganador pero, con la donación de los suministros, todos quedan con buen sabor de boca.

Aventura en la nieve

La agencia española Marca Condal plantea a los grupos un simple reto: llegar hasta la cima. Aunque en este caso es una cima real, nevada e inaccesible, salvo a pie y con un poco de esfuerzo. Una vez en lo más alto, la aventura continúa con divertidas actividades que ponen a prueba la creatividad y competitividad de los participantes.

El primer reto es alcanzar el refugio base, en la cumbre, caminando sobre la nieve con ayuda de raquetas. Una vez allí hay que construir un auténtico iglú con bloques de hielo, colaborando entre los equipos. También se ponen a prueba diferentes habilidades en actividades relacionadas con la orientación en la montaña y un peculiar torneo de golf sobre la nieve con coloridas pelotas biodegradables. Los equipos también compiten en carreras de trineos.

Al final de la jornada, todos celebran los logros con una comida al calor de la hoguera o un espectáculo de fuegos artificiales, antes de iniciar el descenso sobre esquís.





A ritmo de Carnaval

El DMC Brazil Planners trabaja con la escuela brasileña de samba Pimpolhos da Grande Rio, una oenegé dedicada a promover la interacción social y educar a través de la cultura del carnaval. Se trata de ofrecer a los grupos una auténtica experiencia carnalesca al más puro estilo de Río de Janeiro, que a su vez sirve para apoyar esta importante iniciativa.

Los participantes aprenden sobre los diferentes talentos que se requieren en el Carnaval más famoso del mundo, visitando los bastidores, participando en un taller de danza y percusión y personalizando sus disfraces y maquillaje antes de embarcarse en un desfile por la ciudad de la samba.

La Experiencia de Carnaval se completa con una cena de gala en la que, además de premiar al mejor disfraz o el mejor percusionista, todo el grupo puede celebrar a todo ritmo, disfrutando de un *show* con *bossa nova* y la presencia de los miembros de la escuela profesional de samba Acadêmicos do Grande Rio.

Academia de vinos

Cuando los clientes del DMC español Spain Emotions convocan a sus representantes para una reunión importante fuera de la oficina, los invitados se encuentran con la sorpresa de llegar a una bodega donde tendrán que poner a prueba su creatividad y buen paladar: el objetivo es crear su propio vino.

Divididos en equipos, los participantes tienen acceso a diferentes jugos de una variedad de uvas que han de mezclar, jugando con los sabores y aromas para encontrar, entre todos y con el apoyo de un enólogo, la mejor fórmula. Pero eso es solo el principio: una vez creado el vino, hay que llevarlo al mercado. Para ello, además de acordar un nombre y crear una etiqueta atractiva, los equipos tienen que pensar en la estrategia comercial y de marketing y diseñar un plan de acción para su lanzamiento.

Una vez completado el reto, un jurado de expertos enólogos se encarga de catar los diferentes vinos y elegir el ganador.





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

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

PUNTO DMC

!Ya estamos preparando la 3ª edición!

Te la presentaremos en **imex** **FRANKFURT**
21-23 MAYO 2019

www.puntodmc.com

Con estilo

TODO REGISTRADO

Por **Alejandro Martínez Notte**

En ocasiones puede ser incómodo que una robusta grabadora se encuentre presente en una conversación, en otras es necesario contar con cierta discreción... Hoy en día existe en el mercado una amplia oferta de dispositivos, incluyendo algunos que parecen haber salido de una película de espías, para grabaciones de excelente calidad.



PHILIPS SPEECHAIR

Descripción: Esta grabadora de voz inteligente permite grabar conversaciones, dictado de voz, proporciona un sistema de encriptado de los datos y a la vez puede funcionar como *smartphone*. La particularidad de este dispositivo es que posee el tradicional botón lateral de las grabadoras que aún no tiene sustituto tan cómodo y tan intuitivo en el mundo táctil

Duración de la batería: 12 horas

Peso: 116 gramos

Tamaño: 8,2 x 7,7 x 5,6 centímetros

Qué nos gusta: Sus tres micrófonos que abarcan 360 grados y su gran altavoz de la parte trasera, acompañados de una cámara de cinco megapíxeles en caso de necesitar captar imágenes del momento

AIBECY PEN VOICE RECORDER

Descripción: Este bolígrafo permite tomar notas y a la vez activar la grabadora de voz que lleva oculta. Posee una batería de litio en su interior y escondido tras la pluma un conector USB para su recarga de energía

Duración de la batería: 20 horas

Peso: 95 gramos

Tamaño: 18,2 centímetros de diámetro

Qué nos gusta: Brinda la posibilidad de tener las manos libres, pasando desapercibido y sin distraer al interlocutor



REDLEMON

Descripción: Esta llave USB cuenta con 8 gigabytes de memoria y posee en su interior una grabadora con un micrófono capaz de aislar los sonidos más próximos de los más lejanos, logrando en consecuencia más fidelidad. Puede comprimir los archivos de audio para que ocupen menos espacio, además de ofrecer el resto de la memoria para guardar todo tipo de archivos. Tanto para cargar su batería como para descargar los archivos se conecta al ordenador como cualquier otra llave

Duración de la batería: 6 horas

Peso: 41 gramos

Tamaño: 6,5 x 2,2 x 0,9 centímetros

Qué nos gusta: Su llave de encendido lateral activa de forma rápida y práctica el micrófono para comenzar a grabar. Los archivos pueden ser descargados con facilidad conectando la llave al ordenador



STTWUNAKE STKS6

Descripción: Este reloj pulsera unisex alberga una grabadora de voz a la que también se le pueden dictar notas. Solo con un toque se activan y desactivan las grabaciones. Posee una protección mediante contraseña para descargar los archivos de audio

Duración de la batería: 20 horas

Peso: 23 gramos

Tamaño: 14 x 12 x 8 centímetros

Qué nos gusta: Permite ahorrar energía y memoria empezando de forma inteligente a grabar cuando hay conversaciones y parando cuando no las hay, evitando así grabaciones de silencio o ruidos innecesarios



TASCAM DR-05

Descripción: Un par de micrófonos en 360 grados ofrecen alta sensibilidad para capturar cada detalle sonoro. También posee una entrada para conectar micrófonos externos y otra para ser conectada a la corriente eléctrica, prescindiendo de este modo de las posibles limitaciones ligadas a la batería

Duración de la batería: 17 horas

Peso: 299 gramos

Tamaño: 19 x 6 x 3 centímetros

Qué nos gusta: La facilidad de ser utilizada con dos baterías AA. Además posee un potente filtro de cancelación de ruido que evita la grabación de saltos de volumen y señales distorsionadas



AGENDA INTERNACIONAL

CONGRESO COCAL

12 a 15 de marzo

Panamá será la sede del XXXVI congreso anual de la Asociación de Organizadores de Congresos, Convenciones, Eventos y Viajes de incentivo de América Latina (COCAL). Reunirá a profesionales del sector de 17 países en tres días de conferencias, talleres y ocasiones que favorecerán el *networking*.

Sede: Megapolis Convention Center, Ciudad de Panamá

IBTM ARABIA

25 a 27 de marzo

El evento de referencia para los profesionales MICE interesados en Oriente Medio y el Norte de África regresa a Abu Dabi en su 13ª edición con un programa de tres días de citas individuales, sesiones de formación y eventos de *networking*.

Sede: Jumeirah Etihad Towers, Abu Dabi (Emiratos Árabes Unidos)

AITF 2019

4 a 6 de abril

La Azerbaijan International Travel and

Tourism Fair (AITF) es la mayor feria de turismo de Azerbaiyán y la región del Cáucaso. Celebrará su 18ª edición en Bakú, con 277 expositores procedentes de 20 países, incluyendo aerolíneas, hoteles, oficinas de turismo, agencias de viajes y proveedores de tecnología para el sector.

Sede: Baku Expo Center

IMEX FRANKFURT

21 a 23 de mayo

Un año más, 3.500 expositores procedentes de 160 países presentarán su oferta a los más de 5.000 participantes en uno de los salones de referencia para el sector MICE a nivel mundial. El programa incluirá más de 250 sesiones educativas y oportunidades de *networking*, con conferencias en inglés y alemán.

El Grupo PUNTO MICE es media partner de este evento

Sede: Messe Frankfurt (Alemania)

IBTM AMERICAS

29 y 30 de mayo

IBTM Americas regresará a la Ciudad de

México para su segunda edición, adelantando la fecha en esta ocasión al mes de mayo. La edición 2018 contó con más de 400 empresas expositoras y 4.000 visitantes. Se celebraron 12.500 citas de negocio.

El Grupo PUNTO MICE es media partner de este evento

Sede: Centro Citibanamex, Ciudad de México

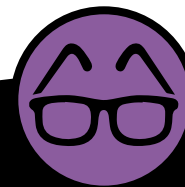
FIEXPO LATIN AMERICA

10 a 12 de junio

La Feria Internacional del Mercado de Reuniones y Viajes de Incentivo de América Latina y el Caribe regresará a Santiago de Chile para su 12ª edición. Entre los compradores invitados se incluirán directivos de asociaciones, *meeting planners* y organizadores de congresos.

El Grupo PUNTO MICE es media partner de este evento

Sede: Casapiedra, Santiago de Chile



PUNTO MICE es:

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

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



/PUNTOMICE

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

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

Precio de la suscripción anual: 6 números

España: 36 €

Sudamérica y México: 50 \$

suscripciones@puntomice.com

Me gusta



 Jarabacoa



República Dominicana
Lo tiene todo

GoDominicanRepublic.com

Un evento, cientos de detalles que cuidar...

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



Te ofrecemos

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

www.bahiaprincipe.com

República Dominicana · México · Jamaica · España