

PUNTO MICE

The background of the page is a lush green forest. A wooden staircase with a railing leads up a hill. Sunlight filters through the trees, creating a bright sunburst effect on the left side of the image.

La voz del sector

Los premios pueden influir en la elección de proveedor

Destinos

España Verde
Los Cabos (México)

Puro incentivo

Hamburgo (Alemania)

Análisis

Cruceros y MICE: una combinación que funciona

Día a día

Cómo ser un buen líder

LA OFERTA MICE MÁS COMPLETA DEL CARIBE

Barceló
HOTELS & RESORTS

En **Barceló Bávaro Grand Resort**, encontrarás la oferta MICE más completa del Caribe: 2 centros de convenciones, **Barceló Bávaro Convention Center**, ubicado en **Barceló Bávaro Beach Adults Only** con capacidad para más de 5.000 personas y más de 24 salones y **Casa Club**, ubicado en **Barceló Bávaro Palace**, con más de 13 salones que se adaptan a cualquier tipo de montaje y a cada evento.

Barceló Bávaro Grand Resort

Solicita información
bavaro@barcelo.com
Tel. + 1 809 227 2356



OFERTA ESPECIAL MICE

- Check-in privado.
- Salas de reuniones gratis.*
- Cóctel de bienvenida de cortesía.
- Cena de bienvenida de cortesía (bar abierto/ barra libre internacional durante 1 hora).
- 2 Coffee breaks incluidos.
- 1 habitación de cortesía por cada 25 habitaciones pagadas.
- 1 upgrade de cortesía + amenidades de bienvenida.**
- 1 upgrade gratuito a Suite Ocean Front + amenidades VIP.**
- WiFi en todo el complejo (salas de reuniones incluidas).

- 10% de descuento en traslados y excursiones con Vacaciones Barceló.
- 10% de descuento en audiovisuales del hotel.
- 20% de descuento en tratamientos de U spa.
- 25% de descuento en habitaciones del staff.
- 25% de descuento en bowling.
- Acceso a reservas en restaurantes a la carta.***

Todas las concesiones aplican a partir de 25 habitaciones.

* Por consumo de alimentos y bebidas & AV.

** Sujeto a disponibilidad.

*** Solicitar reservaciones mínimo con 1 día de antelación, sujetas a disponibilidad y espacio.

Meet Barceló
HOTEL GROUP

Booking Window hasta el 31 de octubre, 2020



GRUPO PUNTO MICE

EMPRESA EDITORA: GRUPO PUNTO MICE

Sede Central:

Calle Argumosa 9 4ºG - 28012 Madrid
redaccion@puntomice.com
+34 91 539 00 61

Delegación Argentina:

argentina@puntomice.com
+54 11 5168 5793

Delegación México:

mexico@puntomice.com
+52 55 4169 8267

www.puntomice.com

redaccion@puntomice.com

EDITORIA: 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, Rocío López Alemany

DESARROLLO WEB: Grupo PUNTO MICE

GESTIÓN DE REDES SOCIALES: Grupo PUNTO MICE

social@puntomice.com

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 un medio asociado a

site

MPI
SPAIN
CHAPTER

cocal

ibtm

imex

FIEXPO
Latin America

SpainDMCs

TMBF
TRAVEL & MICE BUSINESS FORUM
Excellence and Inspiration

Foto de portada: Asturias



EDITORIAL



Incertidumbres que estimulan

Epidemias cuya magnitud desconocemos, desastres medioambientales con un impacto que no podemos calcular, incertidumbres que no sabemos lo que esconden: ¿miedos justificados?, ¿paranoia?, ¿una ecuación a cuya presencia debemos acostumbrarnos porque hace tiempo dejó de ser evitable?

Sea como sea la incertidumbre va ocupando un hueco en nuestra sociedad cada vez más amplio. Quizá sea una pérdida de tiempo intentar combatirla porque es imposible hacerla desaparecer. Otra opción es dotarnos de equipamientos y capacidades que nos permitan afrontar la oscuridad en caso de que se produzca.

Los Cabos (México) es un destino que un fatídico día de septiembre de 2014 amaneció destruido como consecuencia del paso de un huracán y nos sirve de ejemplo de cómo nuestra industria está expuesta. No solo a incidencias difíciles de asumir sino a la destrucción. Los Cabos es una muestra de cómo, aunque lo primero no se puede evitar -con el coronavirus y sus consecuencias tenemos la prueba clara-, lo segundo sí.

Con profesionales cualificados y motivados toda reacción es posible. La confianza a la hora de poder enfrentarse a los desafíos que se nos presentan genera un mayor rendimiento también en tiempos de bonanza.

Si además nos rodeamos de personas que nos inspiran -no dejen de leer nuestro Día a día, donde contamos que más que un buen líder lo que son necesarios son buenos equipos- y entornos que invitan a las buenas prácticas y la sostenibilidad en todos los ámbitos -sirvan de ejemplo los otros dos destinos que presentamos en esta edición- el éxito está asegurado. Y la continuidad también, porque no solo nuestro éxito cuenta: este no sirve de nada si no dejamos una huella positiva que incluya la posibilidad de que más gente lo pueda conseguir.

Eva López Álvarez
Editora



INSPIRACIÓN PARA EVENTOS ÚNICOS

ESPACIOS CREADOS PARA LIBERAR SU CREATIVIDAD

Para conseguir los objetivos marcados, nos centramos en las personas comprendiendo el propósito de la reunión y crear así una experiencia inolvidable. Un evento donde las personas se convierten en lo más importante adaptando cada uno de los servicios a sus necesidades.

56 salas de reuniones totalmente panelables, amplias galerías y el Auditorio con una capacidad de hasta 2.000 personas, convierten al Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center en una opción perfecta para celebrar cualquier tipo de evento.

MADRID MARRIOTT AUDITORIUM HOTEL & CONFERENCE CENTER
AVENIDA DE ARAGÓN 400, 28022, MADRID

MEMBER OF MARRIOTT BONVOY™

www.madridmarriottauditorium.com | email: info@marriottauditorium.com | +34 914004400 | [f](#) [ig](#) [tw](#) @HOTELAUDITORIUM



MARRIOTT
MADRID AUDITORIUM

6 ACTUALIDAD

Noticias del sector y entrevistas a proveedores de referencia

16 LA VOZ DEL SECTOR

PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

Agencias y proveedores nos cuentan qué esperan de los programas y hacia dónde se dirigen las recompensas a la lealtad

DESTINO: ESPAÑA VERDE

22



El norte de España se ofrece como una opción para programas MICE basados en propuestas sostenibles ligadas a fuertes e interesantes tradiciones

SUMARIO

Nº 36

Edición marzo/abril 2020

34 APPS

Herramientas que facilitan la vida del comprador, el organizador y el viajero

44 DESTINO: LOS CABOS (MÉXICO)



El país azteca esconde un reducto de exclusividad al borde del océano Pacífico donde se concentran las mejores marcas hoteleras

PURO INCENTIVO: HAMBURGO (ALEMANIA)

54



La segunda ciudad de Alemania presume de su calidad de vida y de ser "la ciudad portuaria más bonita del mundo"

36 ANÁLISIS



CRUCEROS Y MICE

Las tendencias de un sector que va viento en popa apuntan a una variedad de propuestas muy interesantes para convenciones e incentivos



62 DÍA A DÍA

Ser un buen líder puede ser innato pero también adquirido si se conocen las competencias básicas

66 CON ESTILO

Maletas inteligentes que además de llevar el equipaje ejercen de estación de trabajo portátil

68 EL TABLÓN DE PUNTO MICE

Lo que hemos hecho... y nos espera

52 MOTIVACIÓN

Propuestas de distintas agencias con un objetivo común

70 AGENDA

Próximos eventos del sector

Se extiende el cobro del equipaje de mano

Aunque Ryanair fue condenada por cobrar un bulto añadido al bolso de mano, Norwegian cobra desde el 23 de enero el segundo equipaje que no pueda viajar debajo del asiento delantero

Desde el 23 de enero, los pasajeros de Norwegian que quieran viajar con una maleta adicional en cabina, sumada a la pequeña pieza de equipaje que pueda caber bajo el asiento delantero, han de abonar cinco euros en los vuelos nacionales y nueve en los de largo radio. Con esta nueva medida, que la aerolínea justifica con el fin de mejorar la puntualidad y comodidad de los viajeros, sigue el ejemplo de otras compañías como Ryanair.

Norwegian ha aumentado el tamaño de la pieza de mano permitida de forma gratuita en la tarifa LowFare: con un peso máximo de diez kilos, debe poder ser transportada debajo del asiento delantero. También se ha incrementado la franquicia de peso del equipaje facturado, que pasa de 20 a 23 kilos, así como el peso total combinado del equipaje de mano incluido en las tarifas Flex y Premium -de 10 a 15 kilos-. Además, los billetes Flex, Premium o PremiumFlex permiten facturar hasta dos maletas.

Un cobro controvertido

Ryanair introdujo el año pasado la tarifa Priority que permite al pasajero viajar con dos bultos en cabina, uno de pequeñas dimensiones y una maleta adicional de mayor tamaño y máximo diez kilos de peso. Sin embargo, un tribunal español condenó a la aerolínea por cobrar 20 euros por el segundo bulto a una pasajera con la tarifa más básica. El argumento: "el Tribunal Superior de Justicia Europeo considera al segundo bulto un elemento indispensable que la compañía tiene la obligación de transportar sin coste".



Aeroméxico ofrece nuevas tarifas básicas

El acuerdo con Delta incluye además la introducción de tecnología ya probada por la estadounidense

Aeroméxico y Delta, propietaria del 49 % de la aerolínea mexicana, anunciaron nuevas tarifas básicas que no incluyen prestaciones como la selección de asiento o el equipaje adicional. Este recorte de servicios incluidos en el precio permite, según las compañías, ofrecer tarifas más asequibles a un sector de los pasajeros a quien no le interesa facturar equipaje, entre otras cosas.

Las nuevas tarifas se aplican en rutas domésticas, así como en las transfronterizas entre México y Estados Unidos. El objetivo



es homologar los servicios de ambas compañías, con cinco tarifas que incluyen desde la básica hasta la primera clase, así como la incorporación en los vuelos de Aeroméxico de tecnología ya probada por Delta como el rastreo de maletas por tecnología RFID (identificación por frecuencia de radio).

LATAM lanzó una clase Premium Economy

A partir del 16 de marzo se suma a la ya existente Premium Business de los vuelos de largo alcance

A partir del 16 de marzo LATAM Airlines introducirá una nueva clase de cabina superior a la turista en todos sus vuelos domésticos e internacionales dentro del continente latinoamericano. La Premium Economy se suma a la ya existente Premium Business de los aviones de largo alcance.

Entre las ventajas de la Premium Economy se incluyen el *check-in* y el embarque preferentes, la facturación gratuita de hasta tres piezas de equipaje de 23 kilos y recogida



prioritaria a la llegada. Algunos vuelos incluyen el acceso al Salón VIP LATAM de Santiago de Chile, São Paulo, Lima, Bogotá, Miami y Buenos Aires-Ezeiza.

A bordo, los asientos ocuparán las tres primeras filas del avión, con el asiento central bloqueado y compartimento exclusivo para el equipaje de mano, así como *snacks* y bebidas gratis.

Air Europa se afianza en Colombia

Aumenta su oferta entre Madrid y Medellín mientras anuncia el abandono de la ruta a Iguazú

Tras el anuncio de su compra por Iberia la compañía refuerza su apuesta por Colombia añadiendo una frecuencia entre Madrid y Medellín, sumando un total de cuatro vuelos semanales a partir del mes de abril. Con ello, la aerolínea incrementa en un 30,7 % el número de plazas en esta ruta lanzada en junio de 2019, además de mantener sus conexiones diarias a Bogotá.

Los nuevos vuelos serán operados los viernes y se sumarán a las frecuencias ya existentes los martes, jueves y sábados, en aviones Boeing 787-8 Dreamliner con capacidad para 274 pasajeros en clase turista y 22 en *business*.



Por otro lado, la aerolínea confirmó que en abril suspenderá la ruta entre Madrid e Iguazú, en Argentina, que opera desde el pasado mes de agosto con dos frecuencias semanales, debido a una ocupación más baja de lo previsto inicialmente.

Iberia ofrece un stopover en Madrid

Se puede alargar hasta seis noches e incluye descuentos del 25 % en otros vuelos de la compañía

Los pasajeros de Iberia en vuelos de largo radio con conexión en la terminal T4 del aeropuerto de Adolfo Suárez Madrid-Barajas ahora pueden hacer una parada de hasta seis noches antes de continuar hacia su destino final. El programa Stopover



Hola Madrid, diseñado en asociación con el Ayuntamiento de la ciudad, incluye ventajas para disfrutar de la oferta de ocio, gastronómica, cultural y de compras de la capital.

El programa está dirigido a los pasajeros que tengan conexión con otro vuelo operado por Iberia, Iberia Express

o Iberia Regional /Air Nostrum desde Madrid. Además de un servicio de guía previo al viaje y dos días de acceso gratuito al transporte urbano de Madrid, los pasajeros cuentan con descuentos del 25 % en otros vuelos de Iberia.

BREVES

AIR FRANCE, KLM, DELTA Y VIRGIN SE ALÍAN

El acuerdo permite reservar vuelos en cualquiera de las cuatro compañías a través de sus respectivas *apps* móviles, páginas web o agencias de viajes. Desde el 13 de febrero, los miembros del programa de fidelidad pueden obtener y utilizar millas en los vuelos de cualquiera de las cuatro aerolíneas. Los pasajeros de la categoría Élite cuentan con embarque prioritario y acceso a más de 100 salas VIP.

LUFTHANSA TENDRÁ BUSINESS PREMIUM

Superior a la *business* e inferior a la primera clase, se instalará en los nuevos Boeing 777X que la aerolínea espera recibir a principios de 2021 y en 20 Boeing 787 recientemente adquiridos por la compañía. Contará con asientos más grandes y paneles deslizantes para una mayor privacidad del viajero, así como con servicio *premium* de comidas y bebidas durante el vuelo.

QANTAS SIGUE SIENDO LA MÁS SEGURA

Por sexto año consecutivo Qantas fue coronada como la aerolínea más segura del mundo en el *ranking* de la consultora Airline Ratings, seguida de Air New Zealand y la taiwanesa EVA Air. Entre las 20 primeras no figura ninguna española ni latinoamericana y destaca la ausencia de compañías como British Airways, American Airlines y United, que bajan notablemente en la clasificación.

VUELING Y AMERICAN OPERAN EN CODE SHARE

Vueling anunció un acuerdo de código compartido con American Airlines que se suma a los que la compañía, del grupo IAG, ya tiene con British Airways, Iberia y Qatar Airways. Desde el 23 de enero afecta a las actuales rutas de Florencia y Sevilla de Vueling y a las de Nueva York (JFK) y Miami operadas por American Airlines. Dichas opciones de conexión podrán extenderse a otras rutas.

IBERIA VOLARÁ A WASHINGTON EN MAYO

A partir del 1 de mayo Iberia ofrecerá cinco vuelos directos por semana entre Madrid y Washington, el sexto destino de la aerolínea en Estados Unidos, junto a Nueva York, Chicago, Miami, Los Ángeles y San Francisco. La nueva ruta será operada en aviones Airbus A330-300 con capacidad para 292 viajeros, incluyendo 29 plazas en clase Business y 21 en Turista Premium.

PLUS ULTRA ABRE SU CUARTO DESTINO

Plus Ultra Líneas Aéreas operará a partir del 17 de junio una nueva ruta que conectará Madrid y Cali-Cartagena de Indias en Colombia con una frecuencia de cuatro veces por semana. Colombia se convierte con ello en el cuarto país latinoamericano ofertado por la aerolínea, que ya vuela a Perú, Venezuela y Ecuador con rutas a Lima, Quito y Guayaquil.

Hyatt abrirá 200 hoteles en América

El grupo anuncia la apertura de más de 30 hoteles bajo sus marcas más exclusivas en este 2020, con especial enfoque en México y Japón

Hyatt Hotels Corporation anunció sus planes de ampliar su presencia en el continente americano hasta en un 33 % con la apertura de 200 nuevos hoteles antes de que finalice 2022. 50 de ellos serán inaugurados este año. La cadena cuenta actualmente con 585 propiedades en el continente y afirma que sus planes responden a la creciente demanda en destinos como California, Texas y Nueva York, en Estados Unidos, así como Canadá y México.



Destaca la expansión de las nuevas marcas Alila, Destination Hotels, Joie de Vivre y Thompson Hotels. El recientemente inaugurado Thompson Washington D.C., de 225 habitaciones, es el primero de esta enseña en la capital estadounidense, mientras que Alila se estrenará en el continente con el primer hotel en Encinitas (California) a principios de 2021.

México en el punto de mira

Aunque la gran mayoría de las nuevas propiedades estarán en Estados Unidos, también está prevista la inauguración del Hyatt Centric San Salvador, de 138 habitaciones, este mes de abril. El grupo también incorporará un nuevo Hyatt Place en Heredia (Costa Rica). México contará con tres nuevos hoteles de la cadena: el Hyatt Regency Insurgentes Mexico City, con 250 habitaciones; el Park Hyatt Los Cabos de 163 habitaciones y el Park Hyatt Mexico City de 155 habitaciones, todos ellos con apertura prevista en 2021.

Hyatt no es el único grupo hotelero con las miras puestas en el país azteca: el nuevo hotel W Playa del Carmen de Marriott, cuya apertura está prevista en 2023, contará con 218 habitaciones y 500 m² de espacio para eventos en primera línea de playa.

ENTREVISTA

José Miguel Moreno

Vicepresidente Global B2B Sales en Meliá Hotels International

“Nuestra apertura más esperada es el ME Dubai”



¿Qué novedades ofrece Meliá para los grupos MICE en cuanto a hoteles?

Este 2020 ampliamos cartera con incorporaciones como el Meliá Frankfurt City y la plena disponibilidad del icónico Gran Meliá Palacio de Isora en las Islas Canarias (España). Además, llega nuestra apertura más esperada: el ME Dubai, última obra de Zaha Hadid, que se suma a la del Paradisus Playa Mujeres (México). Seguimos apostando por la expansión en Asia-Pacífico y la marca urbana INNSiDE.

¿Y en cuanto a servicios/productos dirigidos al meeting planner?

Estamos liderando un proyecto para la digitalización del MICE que facilitará la experiencia del organizador en nuestros hoteles. Hemos implantado una herramienta de realidad virtual y diagramación a través de la que podrán enviarnos todas sus peticiones, reforzando la experiencia bajo Meliá PRO Meetings&Events e incorporando facilidades como nuestra Group Booking Tool, hoteles especializados por tipo de evento, programas de eventos sostenibles o experiencias de marca como nuestras Tech Room y Flexy Room. Todo bajo los beneficios que incluye nuestro relanzado programa de fidelización MeliáRewards.

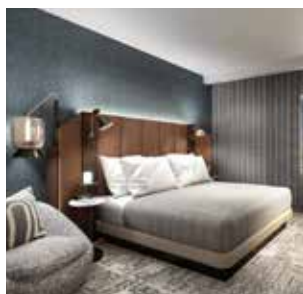
¿Hacia dónde están evolucionando las convenciones y viajes de incentivo?

Las convenciones incorporan cada vez más tecnología que ayuda a la interacción y a conseguir presentaciones impactantes. El segmento de incentivos está constantemente buscando destinos nuevos donde el hotel, generalmente de categoría superior y en nuestro caso de marcas Premium, tiene un papel muy relevante: Serengeti y Arusha en Tanzania o Iguazú en Argentina, sin olvidar destinos en los que seguimos invirtiendo como Cuba, Punta Cana o Tenerife en las Islas Canarias.

Hilton lanza la marca Tempo by Hilton

La habitación pretende ser un "refugio" donde el cliente pueda sentirse revitalizado

Tempo by Hilton es el nombre de la nueva marca de «estilo de vida accesible» que responde a los resultados de un estudio en el que se encuestó a más de 10.000 consumidores. Se les consultó sobre un nuevo concepto de habitación que busca ser un refugio donde el cliente pueda sentirse revitalizado. En asociación con Thrive Global, se ofrecerá una serie de experiencias y servicios dentro de la habitación destinados a empezar el día con energía (Power Up) o relajarse por la noche (Power Down),



incluyendo además espejos con altavoces *bluetooth* integrados en el baño.

Los hoteles dispondrán de espacios flexibles para reuniones, que se podrán reservar desde el móvil, y áreas de *co-working*. También se cuidará del medioambiente,

bienestar y la salud de los huéspedes, con instalaciones de *fitness* de última generación, menús saludables y programas que eviten plásticos y el desperdicio de alimentos.

Accor estrena su marca Mondrian en Europa

El primer hotel que ondeará la bandera Mondrian será el Cannes Grand Hotel en Francia

Accor lanzará en 2021 a través de dos hoteles su nueva enseña Mondrian, una marca de estilo de vida *premium* con hoteles de diseño vanguardista y situados en lugares emblemáticos desde el punto de vista cultural. Incluirán conceptos de restauración y ocio nocturno innovadores.

El primer hotel que ondeará la bandera Mondrian será el Cannes Grand Hotel en la Riviera francesa, con 75 habitaciones, salas de



reuniones modulares, restaurante y bar con vistas a un jardín privado de 4.000 m² y frente a una playa también privada.

El segundo hotel Mondrian también estará en Francia, concretamente en Burdeos, en un edificio del siglo XIX con 97 habitaciones, restaurante,

spa, espacio para reuniones y terraza al aire libre de 225 m².

BREVES

NH ATERRIZA CON NHOW EN LONDRES

NH Hotel Group inauguró su primer establecimiento nhow, su marca más alternativa, en Londres. El nuevo nhow London es un hotel de cuatro estrellas con 190 habitaciones distribuidas en ocho plantas y forma parte del proyecto de desarrollo urbano de uso mixto "City Road 250", diseñado por Sir Norman Foster, en el barrio de Shore-ditch, uno de los más dinámicos y creativos de la capital inglesa.

EL NUEVO MANDARIN ORIENTAL RITZ MADRID ABRIRÁ ESTE AÑO

El icónico Hotel Ritz de la capital española reabrirá como Mandarin Oriental Ritz Madrid a mediados de este año tras una completa reforma. Contará con 153 habitaciones y *suites*, incluyendo dos nuevas Suites Mandarin con balcones privados en el piso superior, todas combinando estilos clásicos y contemporáneos. También con las propuestas gastronómicas del galardonado *chef* Quique Dacosta.

SE ESTRENA EL HYATT REGENCY BARCELONA TOWER

Hyatt Hotels Corporation inauguró el nuevo Hyatt Regency Barcelona Tower, el primer hotel de la marca en la Ciudad Condal y el segundo en España, tras la completa renovación del antiguo Hesperia Tower. Ocupa un icónico edificio de 29 pisos en Hospitalet de Llobregat y cuenta con 280 habitaciones y *suites* y varios espacios para reuniones y eventos de hasta 1.800 asistentes.

IBEROSTAR CRECE EN REPÚBLICA DOMINICANA

Iberostar Hotels & Resorts ha inaugurado un nuevo cinco estrellas dentro del complejo Iberostar Selection Bávaro, el *resort* con el que la cadena inició su expansión internacional en 1993 y que ha sido completamente renovado. El nuevo Coral Level at Iberostar Selection Bávaro ofrece una experiencia *premium* en 162 *suites*, con zona de recepción exclusiva y dos piscinas privadas.

MELIÁ ABRIRÁ 23 HOTELES ESTE AÑO

De ellos, 12 estarán ubicados en Europa, dos en América y nueve en Asia-Pacífico. Destaca la introducción de la marca INNSiDE by Meliá en Ámsterdam, Lisboa, Liverpool (Reino Unido) y Kuala Lumpur, así como el crecimiento de Gran Meliá en China y Vietnam. Otras aperturas emblemáticas son ME Dubai y el Paradisus Playa Mujeres (México).

NH APUESTA POR EL SEGMENTO DE LUJO

NH Hotel Group operará ocho hoteles del grupo Covivio en Italia, Francia y Europa del Este, previamente pertenecientes a la cartera de Boscolo Collection y que ondearán las marcas Anantara Hotels & Resorts y NH Collection. El acuerdo incluye hoteles emblemáticos como el Palazzo Naiadi en Roma; el Hotel Plaza en Niza (Francia); el Hotel Carlo IV en Praga o el Palazzo Gaddi en Florencia (Italia).

CWT asiste a los viajeros por mensajería

myCWT messaging permite contactar con un consultor durante las 24 horas del día

CWT lanzó un nuevo servicio de mensajería que permite a los viajeros tener acceso a un consultor de forma rápida las 24 horas del día desde cualquier dispositivo, la web o la *app* myCWT. Gracias a este servicio, quien se desplaza puede crear nuevas reservas, hacer cambios en las existentes, cancelar, resolver consultas y recuperar o modificar su itinerario a través de la combinación de la tecnología con el apoyo de consultores de viaje cualificados.



El nuevo servicio *myCWT messaging* se implementará a nivel mundial a lo largo de este año. Cerca de un 90 % de los usuarios que ya lo han probado se mostró satisfecho y un 88 % de ellos afirma que la mensajería requiere menos esfuerzo en comparación con otros canales como el correo electrónico y el teléfono.

Uber lanza el servicio de taxi aéreo

Actualmente a prueba entre Manhattan y el aeropuerto JFK, se espera que sea un servicio global en 2023

Uber y Hyundai desarrollarán un sistema de taxis aéreos utilizando helicópteros eléctricos. Bajo el nombre Uber Copter, los nuevos vehículos se están poniendo a prueba en Nueva York (Estados Unidos), con un servicio de transporte aéreo compartido entre Manhattan y el aeropuerto John F. Kennedy en ocho minutos. Se espera que el servicio sea global en 2023.

Los nuevos helicópteros serán 100 % eléctricos y podrán alcanzar una velocidad de 290 km/h. Podrán recorrer hasta 100 kilómetros y se ofrecerán para trayectos cortos de hasta 30 minutos. La plataforma de Uber conectará a los pasajeros con los pilotos y gestionará la llegada y recogida de usuarios en helipuertos a través de su servicio terrestre.



ENTREVISTA

Francisco Arranz

Director MICE España de Nautalia Eventos

“No percibimos recortes en los presupuestos de este año”



¿Cómo ve el mercado español de cara a este 2020?

Nosotros somos optimistas en cuanto a que nuestro crecimiento está siendo muy importante y continuado durante los últimos años. Nuestros clientes son principalmente grandes corporaciones que, más allá del contexto a nivel general que parece volverá a estar sujeto a una recesión, seguirán invirtiendo y de momento no nos han anunciado recortes. Si finalmente la economía se llega a resentir lo notaríamos más de cara a 2021 ya que los presupuestos de este año ya están cerrados y, reitero, no hay recortes.

¿Qué destinos están funcionando mejor?

En Europa, para viajes de incentivo Islandia es el destino más de moda. En cuanto a viajes transoceánicos, Perú también nos está funcionando muy bien, además de Portugal, especialmente Oporto y Málaga a nivel nacional para convenciones.

¿Hacia dónde van los viajes de incentivo y las convenciones?

El cliente siempre tiene que tener una excusa para que un viaje de incentivo no sea únicamente ocio y por eso, una vez que se ha cuadrado el viaje con momentos que sorprendan al participante, se buscan huecos para reuniones de trabajo que no siempre se celebran, pero no considero que por ello el *bleisure* se esté imponiendo sobre el puro incentivo. En cuanto a las convenciones, percibimos que se le está intentando dar una vuelta al formato tradicional, para que la convención sea algo más que la mera exposición de los ponentes. Se buscan formatos más espectaculares a través de la tecnología y más originales en su puesta en escena. En las “reuniones/convenciones-espectáculo” aumentan los presupuestos destinados a toda la parte de comunicación y audiovisual, recurriendo por ejemplo a pantallas robotizadas, *video-mapping*, hologramas, simulación 3D, etc., que atraen la atención del asistente y hacen que el mensaje llegue con más fuerza.

El Brexit impactará en los viajes

Los derechos actuales se mantienen durante el periodo de transición establecido hasta el 31 de diciembre de este año y mientras se fijan las condiciones que imperarán en 2021



Después de tres años y medio de incertidumbre tras el referéndum del Brexit, desde el 1 de febrero el Reino Unido ha dejado de ser miembro de la Unión Europea. El Brexit afectará a los viajes de negocios y a cualquier empresa europea que tenga acuerdos comerciales con este país, pero el impacto no será inmediato ya que se mantendrán los derechos actuales durante el periodo de transición establecido hasta el 31 de diciembre de 2020.

Las condiciones a partir de 2021 dependerán del acuerdo que negocien el Reino Unido y la Unión Europea, pero conviene estar preparado para algunos cambios previsibles. Por ejemplo, los viajeros españoles probablemente ya no podrán entrar en el Reino Unido con su documento nacional de identidad, como hasta ahora, y será necesario usar un pasaporte con una vigencia mínima de seis meses. Disponer de un seguro de viajes será más importante que nunca, ya que la tarjeta sanitaria europea no será válida en caso de hallarse indispuesto en cualquier destino británico. A la hora de utilizar el teléfono móvil, puede volver a establecerse un coste por *roaming*, aunque varias empresas de telefonía han prometido no incluir estos cargos después del periodo de transición.

Una parte importante de la negociación girará en torno a la operación de vuelos que partan, lleguen o sobrevuelen el espacio aéreo de Gran Bretaña, así como los de compañías aéreas británicas (incluyendo a Iberia, Level y Vueling, al ser parte del grupo IAG) que sobrevuelen espacio comunitario, actualmente regidas por el acuerdo de Cielos Abiertos imperante. En caso de no haber acuerdo al finalizar el periodo de negociación, podrían producirse cancelaciones de vuelos.

Las reuniones se adaptan a los *millennials*

Los delegados quieren comida más saludable y consideran que esto contribuye activamente a aumentar su productividad y nivel de atención

Dietas más sostenibles, tecnología más sofisticada y la inclusión de actividades de *teambuilding* solidarias y experiencias locales son algunas de las tendencias que marcarán las reuniones y convenciones, según un estudio de la empresa global de hostelería Benchmark. El cambio viene impulsado por la presencia creciente de *millennials*, en un momento en el que se considera que la edad media de los delegados participantes en operaciones MICE oscila entre los 30 y los 45 años en la mayoría de los casos.



La demanda se mantiene firme

A pesar de la inestabilidad económica o política, la demanda se mantiene firme en el sector MICE a nivel mundial, si bien son cada vez más numerosos los *meeting planners* que buscan paquetes que ofrezcan una mayor relación calidad-precio. Además, los tiempos de confirmación de las reservas se están alargando, tal vez a la espera de mejores ofertas. Según el estudio, la duración media de los encuentros se mantiene en tres días pero aumenta el tamaño de los grupos, con sectores como el farmacéutico, el educativo o el ligado a la tecnología como los más activos en este momento.

Los delegados quieren comida más saludable y creen activamente que esto puede contribuir a aumentar su productividad y nivel de atención. También se está registrando una mayor demanda de menús creativos, sostenibles y veganos, que se adapten a los diferentes tipos de dieta o alergias. La inclusión de ejercicios de *teambuilding* es cada vez más popular, sobre todo si tienen que ver con iniciativas que conlleven un impacto social positivo o ayuden a organizaciones benéficas. Los asistentes también quieren salir del entorno de la convención y vivir experiencias locales, aprendiendo sobre el destino ya que genera la sensación de volver a la reunión revitalizados.

La tecnología impacta en los eventos

Ante la preocupación por el medioambiente puede que más delegados opten por no desplazarse, lo que conlleva la necesidad de herramientas que faciliten su participación online



Mayor interacción y personalización, un aumento de la participación *online* y la creación de experiencias que envuelvan a los participantes son algunas de las vías a través de las que la tecnología transformará los eventos corporativos este año, según el informe de tendencias para 2020 publicado por CWT Meetings & Events.

Según el estudio, las *apps* de eventos permiten cada vez más la interacción con los asistentes, convirtiéndolos en participantes, y facilitan la convivencia y comunicación entre ellos, ayudando a romper el hielo. También pueden evaluar el grado de involucración de los delegados durante las sesiones y monitorear el interés despertado por los diferentes ponentes.

El lanzamiento del 5G dará lugar a conexiones más rápidas y será una realidad que los asistentes puedan controlar la temperatura de la habitación o elegir qué música escuchar. Por otro lado, el uso de *chatbots* y el análisis ultra-rápido de datos a través de *machine learning* e inteligencia artificial ayudará a personalizar cada vez más los eventos.

También se ha de tener en cuenta la creciente preocupación por el impacto de los viajes en el medioambiente. Se espera que más delegados opten por no asistir a eventos fuera de sus ciudades. Por ello será necesario facilitar su participación *online*, con redes sociales dedicadas, grupos de discusión, vídeos o *chatbots*. Por último, CWT prevé un incremento del uso de la realidad virtual y aumentada para mejorar la experiencia, por ejemplo compartiendo los detalles u origen de los alimentos que se sirven.

La app de Delta hará de conserje virtual

A través de Fly Delta el viajero recibirá notificaciones y propuestas de servicios adaptados a su desplazamiento

Delta Air Lines aspira a convertir su aplicación móvil Fly Delta en un conserje digital que entregue notificaciones a los viajeros anticipándose a sus necesidades, ofreciéndoles servicios adaptados como el traslado al aeropuerto. Los usuarios podrán ver cuándo su grupo, y no solo su vuelo, está embarcando, así como recibir previsiones meteorológicas que pueden afectar a su viaje.

Por otro lado, Delta está desarrollando con Misapplied Sciences paneles informativos que muestran diferente contenido para cada usuario. Por ejemplo, cómo llegar a su puerta de embarque en la misma pantalla que otro pasajero está mirando.

La aerolínea está trabajando también con la empresa de transporte Lyft para vincular las cuentas de los programas de fidelidad y permitir pagar el traslado al aeropuerto con millas o probar experiencias *premium* en aeropuertos predeterminados.



British Airways usa robots para asistir a los viajeros

Los robots pueden resolver dudas en varios idiomas y acompañar al usuario hasta el lugar indicado

British Airways está poniendo a prueba robots autónomos dotados de inteligencia artificial en la Terminal 5 del aeropuerto de Londres-Heathrow. Los robots están programados para interactuar con los pasajeros en diferentes idiomas gracias a programas de traducción avanzados. Pueden responder a miles de preguntas, incluyendo información en tiempo real sobre los vuelos.

Además, gracias a la geolocalización y el uso de sensores, el robot puede desplazarse libremente por la terminal y escoltar a los pasajeros hasta lugares específicos como la zona de asistencia de la aerolínea.

La inversión en nuevas tecnologías en el último año incluyó los vehículos de equipaje sin conductor y la instalación de máquinas automáticas de facturación y entrega de maletas.



Las Vegas Convention Center crece bajo tierra

Vehículos eléctricos de Tesla recorrerán en un solo minuto la actual distancia de 30 minutos a pie

Las Vegas Convention Center (LVCC), en la meca del juego en Estados Unidos, contará con un nuevo túnel situado doce metros bajo tierra para transportar a los visitantes de un extremo a otro del centro en tan solo un minuto, a bordo de vehículos eléctricos de Tesla. Actualmente, los delegados han de caminar 30 minutos para cubrir esa distancia.



La obra es parte del proyecto de renovación del centro que incluye la expansión del West Hall, agregando 420.000 m² al recinto. El nuevo sistema integrará tres estaciones de pasajeros en dos túneles de 1,2 kilómetros que conectarán los cerca de un millón de m² de espacio que contará el nuevo

complejo una vez finalizada la extensión. Su inauguración está prevista para principios del año que viene.

Abu Dabi estrenará este año el Etihad Arena

El venue más grande de los Emiratos Árabes podrá albergar hasta 18.000 personas

Etihad Arena es el nombre elegido para el nuevo venue de uso múltiple que se inaugurará este año en la isla de Yas, en Abu Dabi, con capacidad para 18.000 personas. Será el mayor en su categoría en los Emiratos Árabes.



El nuevo espacio albergará conciertos, encuentros deportivos, espectáculos culturales y también exposiciones y eventos corporativos de gran escala. El Etihad Arena es parte de Yas Bay, un ambicioso proyecto en el extremo sur de la isla de Yas que combina zonas residenciales y de ocio junto al mar. El Yas Bay Waterfront incluirá también el nuevo Hilton Abu Dhabi Yas Island, de 549 habitaciones, cuya apertura también está prevista para este año, así como un *beach club*.

ENTREVISTA

Alexandra Baltazar

Coordinadora del Lisboa Convention Bureau

“Ofrecemos experiencias completas y conexión local”

¿Qué importancia tiene el turismo MICE para Lisboa?

Continúa creciendo tanto en la ciudad como en su región, que incluye Cascais, Sintra y destinos al sur de Lisboa como Costa da Caparica o Setúbal. Muchas empresas optan por celebrar sus eventos en la ciudad y aprovechar la diversa oferta de productos de la región para un incentivo. Queremos conseguir un equilibrio entre el mercado tradicional de *city breaks*, nuestro principal producto actualmente, y el sector MICE.

¿Qué novedades hay para los grupos MICE en el destino?

El Palacio Nacional de Ajuda en el distrito de Belém abrirá a finales de 2020 tras una renovación: ofrecerá salas para eventos privados en una nueva ala del edificio donde se mostrarán las Joyas de la Corona Portuguesa. También se ha renovado el Pavilhão Carlos Lopes que ofrece 1.900 m² de espacio para eventos y el Convento do Beato. SUD Lisboa es un nuevo venue junto al río y la terminal de cruceros también dispone de una terraza donde se pueden celebrar eventos cuando no hay llegadas o salidas previstas. En cuanto a nuevos hoteles, en 2019 abrió The One Palácio da Anunciada, un cinco estrellas de H10 Hotels, y en agosto abrirá el Barrio Alto Hotel, también de cinco estrellas.

¿Qué ofrece Lisboa para viajes de incentivo?

Experiencias completas, combinando la ciudad con el resto de la región, por ejemplo Cascais y Sintra. Pueden explorar el río, la costa atlántica o las montañas, visitar bodegas y castillos, admirar nuestros azulejos o asistir a un concierto de fado. Se les anima a explorar Lisboa por su cuenta e ir a las tascas típicas para tener su propia experiencia local. Podemos organizar visitas a las principales atracciones, pero es importante que conecten con la gente y encuentren su propio lugar favorito. Tienen éxito actividades como clases de cocina, trabajos con corcho o pintar azulejos, que además se llevan como recuerdo.



Tenerife (España) ofrece su paisaje para incentivos

Nuevas propuestas ligadas al descubrimiento del patrimonio natural mientras se incentivan las capacidades personales y en equipo coinciden con novedades en los sectores aéreo y hotelero

La mayor de las islas Canarias, en España, es un destino turístico muy consolidado pero no por ello deja de ofrecer novedades, principalmente relacionadas con el disfrute de sus paisajes volcánicos y sus playas todo el año, gracias a las clementes temperaturas de este destino situado a menos de tres horas de Madrid y en pleno océano Atlántico.



La salida de Ryanair del destino ha provocado una importante reducción de las conexiones aéreas con destinos europeos, si bien coincidiendo con la marcha de la irlandesa, Jet2 estrenó una base en Tenerife Sur que permite mantener parte de los enlaces con el Reino Unido.

Experiencias para incentivos

Latitud Tenerife es una nueva experiencia ofrecida por la agencia El Cardón, especializada en turismo de aventura. Los grupos en incentivo pueden descubrir la isla caminando o corriendo. Autoguiados, recorren desde la Punta de Teno hasta la Reserva de la Biosfera de Anago, rozando la cima del volcán El Teide, montaña más alta de España en rutas que superan los 3.700 metros de altura sobre el nivel del mar. Se puede admirar el famoso mar de nubes que queda por debajo de los caminantes durante el itinerario. Está previsto lanzar esta actividad próximamente también en bicicleta.

Se trata de que la combinación de esfuerzos físico y mental redunde en un mejor conocimiento de sí mismo y el desarrollo de las habilidades en equipo y puede incluir desde la degustación de productos locales a abrazar árboles durante una inmersión en el bosque de laurisilva.

Novedades hoteleras

Son varias las novedades hoteleras que ofrece la mayor de las islas Canarias. El pasado mes de junio fue inaugurado el H10 Atlantic Sunset ante las aguas de Playa Paraíso, con cinco estrellas, 291 habitaciones y parque acuático.

El año pasado se inició el compromiso del grupo Palladium de eliminar en sus hoteles los plásticos de un solo uso y esto incluye el Hard Rock Hotel con el que cuenta la isla y que pronto celebrará su cuarto aniversario.

En mayo de este año abrirá sus puertas el Royal River Luxury Hotel, un exclusivo complejo de 50 villas en el sur de la isla. Vanguardia y sostenibilidad se darán la mano en un hotel que pretende convertirse en referencia del lujo comprometido. Contará con el Golden River Spa inspirado en los cenotes mexicanos y terapias procedentes de la cultura árabe.



HARD ROCK HOTEL TENERIFE, SPAIN. PLEASED TO MEET YOU



Our convention centre, equipped with ultra-modern facilities, can transform a simple meeting or event into a sensational performance. Regardless of the type of conference, seminar or meeting that you plan to organize at Hard Rock Hotel Tenerife, we have over 546 m² of free space available for you and your guests. The multi-function reception can be divided into various spaces of different dimensions with a maximum capacity of 500 people in a cocktail event setup. And don't forget our two meeting rooms of 25 and 27 m², the perfect spaces for small receptions and more personal meetings.

BOOK YOUR EVENT • TEL +34 922 74 17 00 • MICE@HRHTENERIFE.COM • MICEBYPALLADIUM.COM



BREAKOUT
MEETINGS AT HARD ROCK HOTEL
TENERIFE

PALLADIUM
HOTEL GROUP

SPAIN | ITALY | DOMINICAN REPUBLIC | MEXICO | JAMAICA | BRAZIL

PALLADIUMHOTELGROUP.COM

LAS RECOMPENSAS AYUDAN A DECIDIR

Por **Cristina Cunchillos**

Captar nuevos clientes siempre es difícil. Pero mantener la lealtad de los existentes es cada vez más complicado. En un mundo en constante cambio donde la competencia es cada vez mayor y más agresiva, las nuevas generaciones buscan una gratificación instantánea. Los programas de fidelidad se han de renovar para adaptarse a un público cada vez más exigente.

No obstante, la posibilidad de canjear los puntos o millas acumulados en un programa de fidelización por estancias o vuelos gratuitos o un *upgrade* en el servicio, sigue siendo lo más atractivo para muchos viajeros. Muy importante, junto con la variedad de opciones, es la simplicidad y rapidez de la transacción.

A la hora de organizar viajes profesionales la pertenencia a un programa de fidelidad y los beneficios que este reporta pueden inclinar la balanza a la hora de elegir un proveedor, incluso aunque no sea el más económico. El principal obstáculo a salvar es que las condiciones de las reservas se han de ajustar a la política de viajes corporativa. También es importante que tanto la empresa como el representante se vean beneficiados, algo que muchos proveedores ofrecen en sus programas de fidelidad corporativos.

La lealtad de los *millennials*

Aunque los programas de fidelidad siguen atrayendo al consumidor, los proveedores han tenido que adaptarlos, tanto en su formato y mecánica como en su contenido, para atraer a las nuevas generaciones de viajeros.

Un cambio fundamental es el uso de nuevas tecnologías para simplificar las transacciones asociadas al programa, como la consulta de beneficios y el canjeo de puntos, de tal modo que se pueda acceder a los beneficios con solo un *clic* en el móvil.

Se trata de proporcionar al usuario una mejor experiencia, tanto durante el proceso de obtención como en la recompensa. Por eso, los beneficios que se ofrecen hoy día van más allá de las simples estancias o vuelos gratuitos e incluyen desde entradas de categoría VIP a conciertos o desde espectáculos deportivos a talleres de cocina.

Mirada al futuro

El futuro de los programas de fidelización apunta en esa dirección: la oferta de más experiencias exclusivas, no necesariamente ligadas al producto que se vende o incluso al mundo de los viajes, aunque los puntos se hayan conseguido viajando. También se prevé que los programas sean más flexibles dándole más poder al cliente a la hora de elegir su recompensa.

Los proveedores también disponen de la tecnología y los datos para personalizar la oferta de beneficios según los intereses o el historial de cada cliente. De este modo, podrán hacerles sentir verdaderamente especiales, que es

al fin y al cabo de lo que se trata, a través de los premios otorgados a su lealtad. Aunque nada es permanente, tampoco la fidelidad, la máxima de “un cliente feliz es un cliente fiel” sigue siendo válida... al menos hasta que reciba una mejor oferta.

Los beneficios del programa pueden condicionar la elección de proveedor

IGNACIO GONZÁLEZ

Director Nacional de Globalia Corporate Travel (España)



“Es aconsejable que los programas sean compatibles con una política win win en la que ganen tanto la empresa como el representante que viaja”

¿Qué importancia dan los clientes a los programas de fidelidad a la hora de elegir proveedores para sus viajes?

Es una de las palancas más atractivas, pero por supuesto no la más determinante. Las empresas apuestan por factores críticos como la seguridad, el ahorro, la posibilidad de disponer de una tecnología amable para los usuarios, la calidad del trato y/o la flexibilidad en el servicio. Nuestra estrategia es la de aportar valor con los distintos programas de fidelización que hay en la industria, a través del conocimiento y el equilibrio entre la valoración de los mismos y el cumplimiento de la política de viajes de nuestras empresas cliente.

¿Qué valoran más los clientes en los programas de fidelidad de hoteles y compañías aéreas?

La principal valoración es la de redimir estos programas traduciendo los puntos y/o millas conseguidos en valores factibles y realistas. Para llegar a la conclusión de que un programa permite realmente llegar a esto es importante un conocimiento exhaustivo de las diferentes propuestas que existen actualmente en el mercado, de tal modo que como agentes especializados podamos prescribir lo más adecuado para el programa de viajes de nuestros clientes. Algunos programas de fidelización son complejos a la hora de entender la dinámica o difícilmente se puede llegar a redimir lo invertido de forma más o menos equilibrada.

¿Cómo ve el futuro de los programas de fidelidad?

Siempre y cuando sean realistas y aporten valores añadidos, los programas de fidelidad pueden seguir teniendo cabida en el ecosistema de los viajes de empresa. Ahora bien, no deben conllevar saltarse la política de viajes ni que se realicen determinadas praxis no aconsejables, esto desde el punto de vista del cumplimiento con los puntos críticos del programa de viajes que diseñamos junto con nuestras empresas. Es aconsejable que los programas sean compatibles con una política win win en la que gane tanto el representante que viaja como la empresa.

ELINA ZOIS

Directora de Fidelidad para Europa de Marriott International



¿Qué considera lo más importante para el éxito de un programa de fidelidad?

Proporcionar una experiencia consistente que reconozca a los miembros y les ofrezca beneficios exclusivos solo para ellos, que valoren y puedan aprovechar con facilidad. El valor de un beneficio difiere entre los miembros: algunos valoran un *upgrade*, otros acceder a tarifas solo para miembros, un recorrido por el destino, una clase magistral de cocina, acceso VIP a conciertos... Es importante ofrecer un mayor reconocimiento y beneficios cuanto más se queden en el programa y tratarles como individuos, adaptando en consecuencia su experiencia de premio.

¿Cómo ha evolucionado su programa para atraer a nuevos miembros, en particular a las nuevas generaciones?

Estamos constantemente creando ofertas. La *app* Marriott Bonvoy encaja muy bien con la nueva generación que busca facilidad y velocidad mientras se mueve. Nuevas prestaciones incluyen la posibilidad de comprar puntos en la aplicación o de presentar una tarjeta digital segura para ganar y canjear puntos en restaurantes. Otro gran aliciente para nuestros miembros, sobre todo los más jóvenes, es la oferta Marriott Bonvoy Moments, nuestra propuesta de momentos experienciales donde pujar con sus puntos por experiencias exclusivas que el dinero no puede comprar.

¿Cómo ve el futuro de los programas de fidelidad?

El futuro apunta a la facilidad de acceso, una experiencia coherente, la personalización y facilidad de elección de los beneficios/experiencias que se ofrecen. Ya estamos pasando de la lealtad en las transacciones a la lealtad emocional, de particular importancia para los consumidores europeos. Para lograrlo, debemos permitir a nuestros miembros personalizar el programa y construir una relación con nosotros y viceversa. La consistencia y la personalización son factores clave para garantizar la creación de una conexión emocional.

“Estamos pasando de la lealtad en las transacciones a la lealtad emocional”

ROGELIO AYÓN

Director de Convenir
(México)



“Los clientes valoran que los programas no tengan caducidad y que la acumulación de puntos se haga de forma automática y sin complicaciones”

¿Qué importancia dan los clientes a los programas de fidelidad a la hora de elegir proveedores para sus viajes?

Son bien vistos y siempre es bienvenido un aliciente de cualquier tipo, pero considero que no debería ser tan importante o influir en la toma de decisión en el momento de elegir un proveedor. Debemos anteponer el profesionalismo y la seguridad sobre cualquier tipo de recompensa vana y personal y no arriesgar la seguridad de nuestros clientes tratando de obtener puntos para lograr la prenda o el viaje del catálogo de recompensas. Es mucho más importante conseguir un cliente satisfecho que, al final, te recompensará de una u otra manera.

¿Qué valoran más los clientes en los programas de fidelidad de hoteles y compañías aéreas?

Que las recompensas sean muy sencillas de obtener y que la acumulación de puntos se haga de forma automática y sin complicaciones, es decir, que los procesos para dar de alta la inversión generada sean lo más amigables posible. Es muy atractivo también que no tenga fecha de caducidad o al menos que tenga larga duración y que el propio programa de fidelidad nos recuerde el beneficio que hemos obtenido y lo tengamos disponible de manera inmediata con un amplio catálogo de opciones sin limitaciones de rutas y/o fechas de estancia.

¿Cómo ve el futuro de los programas de fidelidad?

Las recompensas siempre serán bienvenidas. En un mundo vertiginoso donde el futuro es hoy, los programas de fidelización deberán convertirse en una experiencia incluso vanguardista. El futuro es un reto y debemos ser innovadores en la forma de recompensar, ofreciendo premios menos tangibles y buscando nuevas maneras de atraer y ganar la lealtad de nuestros clientes a través de tecnologías actuales e innovación digital.

¿Qué considera lo más importante para el éxito de un programa de fidelidad?

El éxito de un programa de fidelidad reside en la cantidad y la calidad de los beneficios que aporta a sus suscriptores. En este sentido, es clave que este tipo de programas sean capaces de facilitar y mejorar de forma sustancial el proceso, en nuestro caso el alquiler de vehículos, así como asegurar que los miembros vivan una excelente experiencia de viaje desde el momento de la reserva hasta la devolución del coche.

¿Cómo ha evolucionado su programa para atraer a nuevos miembros, en particular a las nuevas generaciones?

Nuestro mercado cambia constantemente, al igual que lo hacen las necesidades del cliente, que cada vez reclama mayor flexibilidad. Damos continuamente nuevos pasos para satisfacer esta demanda a través de innovación y calidad. Nuestra *Avis app*, asociada al programa *Avis Preferred*, es un ejemplo. El año pasado incluimos funcionalidades exclusivas que permiten realizar, modificar y cancelar reservas desde un *smartphone*, simplificando y mejorando de manera significativa la experiencia del alquiler. A través de la aplicación, los clientes pueden seleccionar el modelo y marca exacta del vehículo que desean alquilar, comprobar su ubicación y recibir la factura directamente en su teléfono después del período de alquiler.

¿Cómo ve el futuro de los programas de fidelidad?

Nuestro reciente estudio “The Road Ahead: El Futuro de la Movilidad” confirma que los clientes del futuro apostarán por aquellos métodos de transporte que sean más flexibles y que se ajusten al máximo a sus necesidades de cada momento. En este sentido, creo que los programas de fidelidad deberán responder a esta tendencia y adaptarse para ofrecer cada vez más facilidades o servicios de movilidad flexibles, además de ser capaces de personalizar la experiencia de viaje al máximo y en cualquier momento.

FRANCISCO FARRÁS

Director General de Avis
Budget Group Iberia



“Los programas del futuro deben ser capaces de personalizar la experiencia de viaje al máximo y en cualquier momento”

JOSEP MARIA ALHAMA

Director de Viajes de
Empresa de Bestours
(España)



“Los programas son una buena herramienta siempre y cuando se deje bien claro quién es el destinatario final”

¿Qué importancia dan los clientes a los programas de fidelidad a la hora de elegir proveedores para sus viajes?

Algunos clientes finales, es decir, los viajeros y no la empresa, eligen la compañía aérea para su viaje según el programa al que estén suscritos, y esto aunque sea más caro. En este caso no se defienden los intereses de nuestro cliente que es la empresa y se crean problemas internos. El programa de fidelidad debería formar parte de la política de viajes corporativa, estipulando qué compañía usar y quién se va a beneficiar. En algunos casos se benefician ambos, el pasajero y la empresa. Air France, Iberia o Lufthansa, por ejemplo, ofrecen programas así.

¿Qué valoran más los clientes en los programas de fidelidad de hoteles y compañías aéreas?

Lo que más se valora es poder cambiar los puntos de fidelización por estancias gratuitas o billetes de avión gratis y a nivel secundario los *upgrades*, es decir mejoras tanto en la calidad del asiento -por ejemplo pasando de clase turista a turista *premium* o de aquí a *business*- y en el caso de hoteles recibir una habitación mejor. También se agradece el ahorro de tiempo que supone el *check-in* previo, de modo que cuando el viajero llega al embarque de la compañía aérea o al hotel tengan ya toda la documentación preparada para agilizar el proceso.

¿Cómo ve el futuro de los programas de fidelidad?

Los programas de fidelidad se seguirán utilizando. Creo que son una buena herramienta siempre y cuando se haga un buen uso de ellos y se deje muy claro quién va a ser el beneficiario final. A veces se opta simplemente por la oferta más barata premiando al cliente puntual en lugar de al cliente fiel. Todos tenemos que comprometernos más, ser más fieles y cumplir los acuerdos que tengamos.

¿Qué considera lo más importante para el éxito de un programa de fidelidad?

Es esencial que sea un programa claro, sencillo y significativo, tanto en lo que respecta a la acumulación de puntos y su canjeo por recompensas como a los beneficios adicionales. Estas forman parte de las expectativas que tienen los clientes, algo que nosotros hemos identificado a través de los miembros de nuestro programa Flying Blue, y es la razón por la que hemos renovado nuestro programa.

¿Cómo ha evolucionado su programa para atraer a nuevos miembros, en particular a las nuevas generaciones?

Es importante destacar los beneficios inmediatos que ofrecemos, como diez euros de descuento y/o 10 % de descuento en las compras, a la hora de implicar a las actuales y futuras generaciones. Al mismo tiempo, el programa de fidelidad tiene que estar respaldado por un ecosistema digital relevante. Por ello vamos a invertir de manera significativa en nuevos y renovados canales digitales, ya que queremos estar donde están nuestros clientes. Los billetes de recompensa siguen siendo un canal de redención muy popular y vemos que nuestra política de precios dinámica nos ha permitido aumentar más del 10 % el número de billetes de premio.

¿Cómo ve el futuro de los programas de fidelidad?

Los programas han ido evolucionando desde los pasados años 80 ajustándose a los cambios sociales y/o tecnológicos, en coherencia con las prioridades y ambiciones de las aerolíneas. Es muy probable que el programa evolucione progresivamente de transacciones o características puramente relacionadas con el viaje a un programa más relacionado con el estilo de vida y con más socios. Esta evolución ya ha comenzado. Entretanto, el programa jugará un papel importante uniéndose al fuerte compromiso de Responsabilidad Social Corporativa de las aerolíneas, con el pago en millas, la posibilidad de hacer donaciones, ser socio sostenible y otras iniciativas.

FRÉDÉRIC KAHANE

Vicepresidente de Lealtad
de Clientes de
Air France-KLM



“Los billetes de recompensa siguen siendo un canal de redención muy popular”

FERNANDO ISLAS

Gerente de Operaciones
de Adstra Tours (México)



“El reto para los proveedores es que en el futuro los programas no afecten al coste original del servicio que estamos contratando”

¿Qué importancia dan los clientes a los programas de fidelidad a la hora de elegir proveedores para sus viajes?

Aunque en la actualidad la industria en general está padeciendo una contracción que se ve reflejada en políticas de viajes enfocadas en el ahorro, cada vez más los clientes se deciden a apoyar estos programas, sobre todo por los valores agregados que ofrecen. Es lo que marca la diferencia, específicamente los *upgrades*, ya sea una mejor habitación con alguna *amenidad*, una mejor categoría de vehículo o un mejor asiento en el avión. Y más aún cuando, además de obtener estos beneficios en el momento, la compra se transforma en millas, dinero o puntos a redimir.

¿Qué valoran más los clientes en los programas de fidelidad de hoteles y compañías aéreas?

Existen dos puntos por los cuales los clientes se pueden decidir por uno u otro programa. El primero sería la disponibilidad de las recompensas que ganaron. Por ejemplo, si hay alguna restricción en el número de habitaciones disponibles para canje, o la categoría, el cliente se desententa. El segundo punto es que valoran que sea fácil el trámite en el momento de redimir dichos puntos. A veces se exigen muchos requisitos como que sea aplicable en fechas específicas o en cierta región, estar sujeto a autorización de un tercero, cumplir con un mínimo de noches, etc. Al final el cliente no se quiere arriesgar y termina por perder estos puntos.

¿Cómo ve el futuro de los programas de fidelidad?

Debido a la competitividad que existe en este momento, la captación de nuevos clientes pasa a un segundo plano y lo primordial es conservar a los que se tienen. Por esa razón creo que en el futuro los programas de fidelidad serán decisivos en el éxito de las empresas. Estoy seguro de que veremos programas con una mayor gama de productos, los puntos ya no solo serán canjeables por billetes, noches o artículos, sino que se reinventarán ofreciendo experiencias. El reto para los proveedores será que esto no afecte al coste original del servicio que estamos contratando.



vueling

EUROPA TIENE MUCHAS CITAS CONTIGO

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

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



DESTINO España Verde





PULMÓN DE ESPAÑA

En un mundo cada vez más concienciado con el medioambiente, también el sector MICE siente el reclamo de la naturaleza. Por eso la España atlántica, una suma de regiones que ofrecen tradición y modernidad en entornos salvajes y bajo iniciativas ligadas a la sostenibilidad, se ofrece como un auténtico paraíso natural para la celebración de eventos, convenciones e incentivos.

Por **Cristina Cunchillos**

La naturaleza reclama atención. Incendios incontrolables y destrucción causada por lluvias torrenciales ponen de manifiesto su fragilidad en un planeta que se calienta cada día un poco más. Los entornos naturales no solo se protegen para garantizar la supervivencia de la humanidad, también porque cada vez son más apreciados en una sociedad acuciada por el estrés provocado por la búsqueda de vías de escape que contribuyan a mejorar su salud.

La llamada España Verde abarca la franja norte del país, aquella que linda con el mar Cantábrico e incluye las regiones de Galicia, Asturias, Cantabria y el País Vasco.

Si bien cada una ofrece una marcada personalidad, todas comparten amplias extensiones de bosques, prados y montaña, el cercano mar, tradiciones ancestrales y modernos *venues* firmados por arquitectos de renombre internacional. A ello se suma una calidad gastronómica envidiable y una planta hotelera en constante expansión.

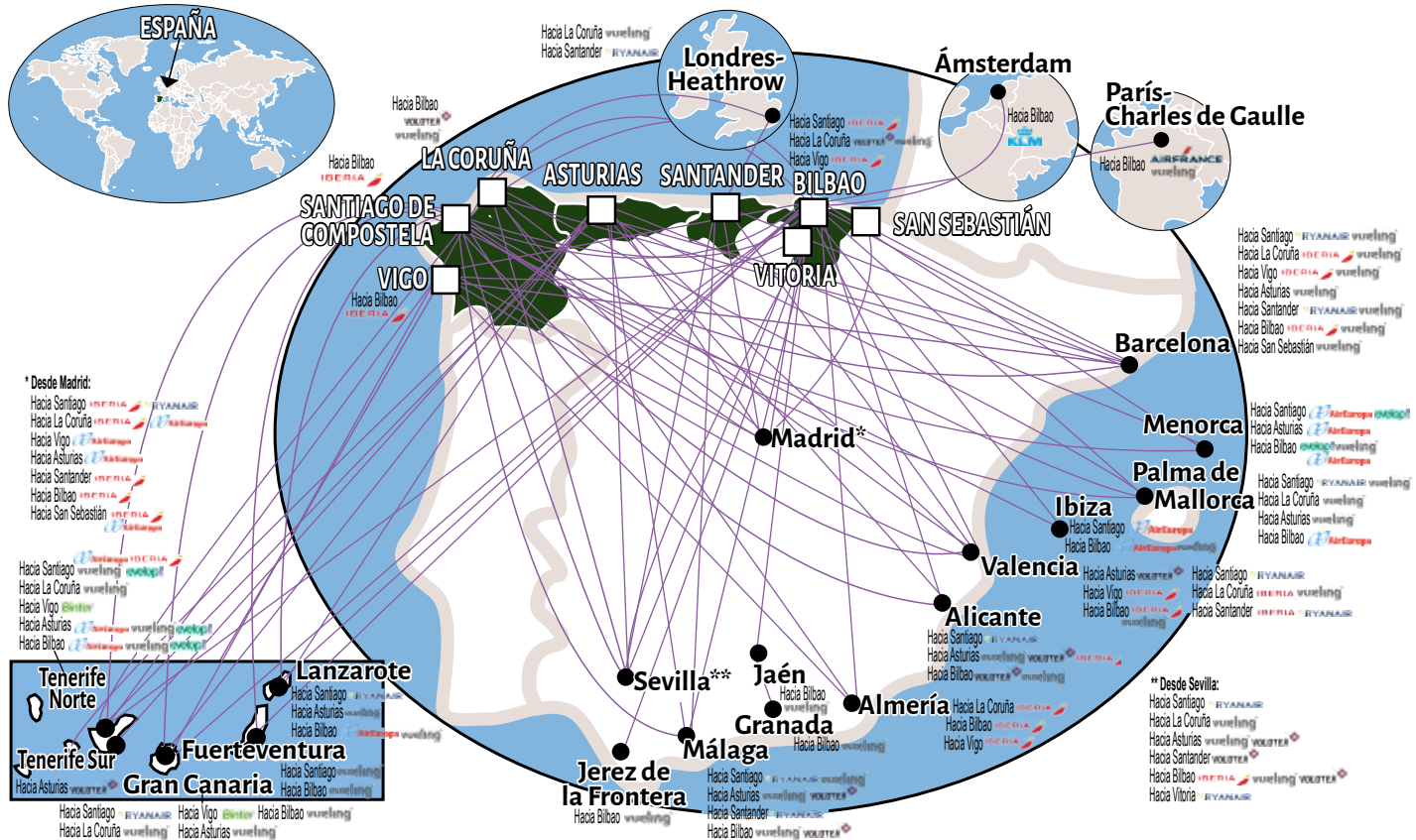
La conectividad sigue siendo asignatura pendiente en algunos destinos, que se ofrecen como joyas escondidas que merece la pena descubrir. En total son ocho los aeropuertos que conducen a esta parte de España- Vigo, Santiago de Compostela y La Coruña en Galicia; el de Asturias; el de Santander para la región de Cantabria y Bilbao, San Sebastián y Vitoria para el País Vasco. Los visitantes procedentes del continente americano han de hacer conexión

Para los grupos MICE, Galicia ofrece como base un triángulo de ciudades bien equipadas.

La Coruña

Conocida como la Ciudad de Cristal por las galerías acristaladas de los edificios de su puerto, La Coruña cuenta con dos centros de convenciones. El mayor, **Palexco**, ofrece 9.000 m² de espacio para eventos y 19 salas con capacidades entre 70 y 1.500 delegados. El segundo es el **Palacio de la Ópera**, sede de la Orquesta Sinfónica de Galicia, cuyo auditorio acoge presentaciones para 1.700 asistentes. Dispone de once salas para reuniones más pequeñas.

Para eventos en un ambiente marino, el **Aquarium Finis-terrae** (o Casa de los Peces), en el Paseo Marítimo, cuenta



en Madrid o Barcelona. La red de AVE, el tren de alta velocidad español, se extenderá próximamente hasta Santander, Orense y las capitales del País Vasco.

GALICIA

Es tierra de bosques de eucalipto y verdes praderas donde pasta un ganado de sabrosa carne. Una costa agreste compuesta por rías y acantilados abastece del mejor marisco y regala playas interminables de fina arena. Las tradiciones, leyendas y *meigas* -brujas- son otro atractivo para los visitantes de la región, entre ellos millones de peregrinos cristianos y caminantes que tienen como objetivo llegar a Santiago de Compostela.

con dos salas rodeadas de peceras en las que se celebran banquetes para 500 invitados.

En cuanto a la planta hotelera, en abril abrirá el **Double Tree by Hilton A Coruña**, el primero de la cadena en Galicia. Contará con 59 habitaciones, restaurante, sala de *fitness* y espacios para reuniones.

Con este hotel *boutique* de cuatro estrellas superior aumentará la oferta de alta gama en la ciudad, que actualmente solo incluye un cinco estrellas: el **NH Collection A Coruña Finis-terrae**, de 168 habitaciones y seis salas para eventos de hasta 1.000 invitados.

La **Torre de Hércules**, el faro más antiguo del mundo aún en funcionamiento y declarado Patrimonio de la Humanidad, es visita obligada en los programas de incentivo. Se puede añadir al programa un taller o cata de cervezas en el nuevo **Mundo Estrella Galicia**, el único museo de España dedicado a esta bebida.

Santiago de Compostela

En la Catedral de Santiago, joya del arte románico, los grupos conviven con el hormigueo constante de peregrinos. En una ciudad que rezuma historia, se puede disfrutar de paseos por sus porticadas calles medievales, visitas a su Universidad, iglesias y palacios y las tunas estudiantiles que amenizan eventos. Desde el **Mercado de Abastos** parten programas de *teambuilding* con enfoque gastronómico en los que los participantes buscan los mejores ingredientes en compañía de cocineros locales, aprendiendo a preparar creativas tapas o platos típicos como el pulpo *a feira*.

El **Parador de Santiago Hostal dos Reis Católicos** es considerado el hotel más antiguo del mundo y sin duda uno de los más emblemáticos de la ciudad. El antiguo Hospital Real del siglo XV ofrece 137 habitaciones y en sus salones se celebran cenas de gala para 470 comensales.

El **Palacio de Congresos y Exposiciones de Galicia** es la principal sede para grandes convenciones, incluyendo hasta 2.100 personas en su auditorio. En las cercanías, el hotel **Oca Puerta del Camino**, de cuatro estrellas, ofrece 160 habitaciones y 1.500 m² de espacio para eventos. Fomenta el transporte sostenible con un amplio



estacionamiento para bicicletas y con estaciones de recarga de vehículos eléctricos.

Entre los nuevos *venues* de Santiago de Compostela destaca la **Fundación Laboral de la Construcción**, en la antigua curtiduría de Pontepedriña de Arriba. Es un complejo de finales del siglo XVIII, cuando Santiago era centro de la industria del cuero, ubicado en un entorno natural junto al río. Se pueden celebrar cócteles con 900 invitados en sus espacios exteriores o banquetes con 200 comensales en la mayor de sus salas.

Vigo

Para eventos con sabor a mar, Vigo ofrece la experiencia de las Rías Bajas, los estuarios que introducen el océano Atlántico en la región de Galicia. El **Auditorio Mar de Vigo**, diseño de César Portela, ofrece más de 23.000 m² junto al puerto. Su mayor auditorio tiene un aforo de 1.421 personas.

Barceló inauguró hace unos meses el hotel **Barceló Occidental Vigo**, de cuatro estrellas, próximo a la futura estación del AVE en el centro de la ciudad. Cuenta con 108 habitaciones y ocho salas para eventos. Para quienes busquen lujo y bienestar, el **Gran Hotel Nagari Boutique & Spa**, de cinco estrellas, ofrece 750 m² de *spa* y 72 elegantes habitaciones, así como varias salas para eventos y almuerzos privados en su restaurante Alameda XXI.

A 20 minutos de la ciudad, el hotel **Talaso Atlántico**, de 70 habitaciones, permite combinar convenciones de hasta 180 delegados en sus



salones con vistas al mar y tratamientos de talasoterapia. Los programas de incentivo también tienen el mar como protagonista. Los paseos en barco por la ría suelen incluir una visita a las Islas Cíes, Patrimonio de la Humanidad. La compañía de cruceros Ocean Secrets revela a los grupos los secretos del fondo marino a través de dron.

Galicia rural

El interior de la región ofrece *venues* con encanto para eventos en plena naturaleza, incluyendo casas solariegas

clases de yoga entre viñedos, así como catas de sus preciados albariños.

ASTURIAS

Entre el mar Cantábrico y los Picos de Europa, el Principado de Asturias combina exuberante naturaleza con un legado histórico salpicado de minas y mansiones indianas. Los grupos pueden descender al centro de la tierra en el **Pozo Sotón** o la **Mina de Arnao**, la única submarina de Europa. La costa cantábrica ofrece múltiples posibilidades



históricas como el **Pazo de Touza** o el **Pazo de Cea**, cerca de Vigo, o el **Pazo de Vilaboa**, próximo a La Coruña, en cuyo salón se celebran banquetes para 500 comensales.

Galicia es también tierra de vinos y los grupos pueden explorar bodegas de las cinco denominaciones de origen –Rías Baixas, Ribeiro, Monterrei, Ribeira Sacra y Valdeorras–. La bodega **Marqués de Vizhoja** ofrece la oportunidad de participar en la vendimia, talleres de fotografía y

para la práctica de surf o vela, mientras que las majestuosas montañas invitan a explorar el hábitat de los últimos ejemplares del oso pardo ibérico.

Asturias es sinónimo de sidra de manzana y cuna de más de 50 variedades de quesos, incluyendo el inigualable cabrales. Una visita a un lagar o a una quesería típica con cueva de maduración en la montaña es el complemento perfecto a un programa en una de sus tres principales ciudades.

Oviedo

El paseo por la capital asturiana esconde coquetas calles peatonales, edificios históricos y obras de arte de autores consagrados como Fernando Botero. En 2021, la cadena asturiana **Blue Hoteles** abrirá un nuevo cuatro estrellas con 75 habitaciones en el **Gran Bulevar El Vasco**, un proyecto urbanístico que incluye apartamentos, jardines y zonas comerciales y de ocio. El grupo Tierra Astur ofrecerá aquí una sidrería de 1.500 m² con la previsión de acoger a grandes grupos en degustaciones de gastronomía local.

El hotel **Barceló Oviedo Cervantes** ha renovado sus 82 habitaciones y ofrece cuatro salones con capacidad para 180 personas en teatro. El jardín interior de su restaurante La Palmera del Indiano es el espacio ideal para un *brunch* tras la sesión de trabajo.

El paseo por Oviedo esconde coquetas calles peatonales, edificios históricos y obras de arte

El antiguo hotel Ayre Oviedo Centro es ahora el **Eurostars Palacio de Cristal**, de 155 habitaciones. Comparte espacio con el **Palacio de Exposiciones y Congresos**, cuya sala principal tiene aforo para 2.152 delegados. Diseñado por Santiago Calatrava, el complejo destaca por su espectacular arquitectura, con alas que desafían la gravedad e impresionantes ventanales.

Espacio Circus es un *venue* alternativo para encuentros más informales. En su foro, que asemeja un coso taurino, se sientan hasta 120 personas en almohadillas. Se puede combinar con su teatro de 44 plazas.

En los límites de la capital asturiana, el hotel **Castillo del Bosque la Zoreda** es un complejo muy utilizado para eventos. Con cinco estrellas, ocupa un palacete del siglo XIX y cuenta con 25 habitaciones y *suites*, además de un espacio para banquetes y eventos con capacidad para 1.200 invitados.

En el complejo **Las Caldas Villa Termal**, a diez kilómetros de Oviedo, los grupos pueden disfrutar de las propiedades mineromedicinales del balneario y hacer rutas en bicicleta o a pie por una Vía Verde, siguiendo el antiguo trazado del ferrocarril. También se organizan descensos en canoa por el río Nalón.

Cuenta con dos hoteles, que este año adoptarán nuevas marcas de Roxa Hospitality relanzándose como el **Sigillum Las Caldas**, de cinco estrellas, y el **Fit Hotel Las Caldas**, de cuatro. Entre ambos se halla un centro de convenciones con capacidad hasta para 325 delegados en teatro y 8.000 m² de jardines y terrazas.

Teambuilding en la España Verde

Marisco gallego

En las Rías Bajas los grupos aprenden los secretos y riesgos del marisqueo y la importancia de proteger el medio marino antes de armarse con botas de goma, impermeable, guantes y rastrillo para extraer almejas y otros bivalvos entre la arena.



Descenso del Sella

Es uno de los eventos deportivos más famosos de Asturias y una actividad para los grupos. Los más atrevidos se lanzan al río desde la rampa que conduce la canoa al agua y reman hasta Llovio, disfrutando de los paisajes de los Picos de Europa.

Arte interactivo

El Centro Botín de Santander ofrece la oportunidad de adentrarse en el arte y explorar las propias habilidades creativas a través de una serie de actividades con las obras que se exponen, además de visitas-experiencia en las que el viajero es protagonista.



De vértigo

El Puente Bizkaia que une las localidades vascas de Getxo y Portugalete es el puente transbordador más antiguo del mundo. Aquí se practica la escalada hasta su pasarela superior para después descender en rápel sobre la ría de Bilbao.

El **Museo y Circuito Fernando Alonso**, del famoso piloto de Fórmula 1 asturiano, cuenta con un salón de actos con capacidad para 200 personas y dos salas más pequeñas. La jornada de trabajo se completa con una visita a su colección o una sesión de *karting* en circuito homologado. También se puede alquilar su pista de 400 metros para conducción especializada o disfrutar del campo de golf adjunto, de 18 hoyos.

Gijón

Tras su pasado industrial, hoy la ciudad más grande de Asturias es un destino urbano sostenible reconocido con la acreditación Biosphere de la UNESCO, con tres playas urbanas y 32 kilómetros de carril para bicicletas.

Laboral Ciudad de la Cultura es un conjunto de 130.000 m² dedicados al arte y la cultura que incluye espacios singulares como la capilla cubierta por la cúpula elíptica más grande de Europa o el interior de un reloj. Puede llegar a albergar eventos de más de



Concurso de escanciadores en Gijón

8.000 personas y complementa al **Palacio de Congresos**, un edificio rodeado de jardines a pocos metros de la playa que acoge desde pequeñas reuniones a ferias multitudinarias o congresos de hasta 5.000 delegados.

El **Acuario de Gijón** es sede de cócteles con 600 invitados que pueden disfrutar de la gastronomía local rodeados de peces. Su nuevo restaurante Kraken, en la planta superior, ofrece cocina de autor con ingredientes procedentes de su propio huerto urbano con las mejores vistas de la bahía.

A la oferta hotelera se sumó en 2019 el **Artiem Asturias**, un cinco estrellas con 44 habitaciones ubicado en un entorno rural, a diez minutos de la ciudad. Concebido como un club, permite combinar convenciones de hasta 120 delegados y bienestar, con rutas ciclistas y sesiones de *spa*.

A la oferta hotelera de Gijón se sumó en 2019 el Artiem Asturias, un cinco estrellas de 44 habitaciones

También abrió **El Mòderne**, un céntrico hotel *boutique* con 47 habitaciones en un bello edificio de 1931 de estilo *art déco*. Por su parte, el hotel **NH Gijón**, de 64 habitaciones, estrenó un nuevo espacio gastronómico y remodeló sus salas de reuniones que, combinadas, pueden acoger hasta 380 delegados en teatro.

En Gijón se concentra el mayor número de lagares de sidra en Asturias, donde combinar una tradicional "espicha" con un concurso de escanciadores. El **Lagar Trabanco Sariego**, está especializado en acoger a grupos de empresa de hasta 250 personas.

Información práctica



Huso horario
GMT +1



Moneda
EURO
(EUR)



Código telefónico
+34



Tipo de enchufe
Tipo C/F VOLTAJE COMÚN 230 V



Más información

A Coruña

Julio Fernández
Promoción Turismo de A Coruña
j.fernandez@coruna.es

Oviedo

Paula Braña
Oviedo Congresos
secretaria@oviedocongresos.com

Santiago de Compostela

Ana Münin
SCCB-Santiago de Compostela
Convention Bureau
sccb@santiagoturismo.com

Santander

Carmen Sampedro
Santander Convention Bureau
congresos@santander.es
www.santanderconventionbureau.com

Vigo

Amaia Mauleón
Vigo Convention Bureau
comunicacion@vigocb.org

Bilbao

Kepa Olabarrieta
Bilbao Convention Bureau
bich@bilbaoturismo.bilbao.eus
https://www.bilbaoturismo.net

Gijón

Carolina García
Gijón Convention Bureau
carolinag@gijon.info
www.gijoncongresos.com

San Sebastián

Marijo Beltrán
Donostia San Sebastián Turismo
marijo.beltrandeguevara@donostia.eus
https://congress.sansebastianturismo.eus/es/cb-inicio

Avilés

Carmen Avilés
Oficina de Congresos de Avilés
carmenaviles@avilescamara.es
www.avilescongresos.es

Vitoria/Gasteiz

Delia García Besa
Congresos y Turismo de Vitoria-Gasteiz
congresotur@vitoria-gasteiz.org
www.palacioeuropa.org

Avilés

La tercera ciudad del triángulo Oviedo-Gijón-Avilés cuenta con un compacto casco antiguo declarado de interés cultural por sus calles con soportales, que conviven con modernos íconos arquitectónicos como el **Centro Internacional Cultural Oscar Niemeyer**, única obra del prestigioso arquitecto en España. Aquí se organizan eventos privados de hasta 1.000 asistentes.

cadena rejuvenecen durante el sueño y una iluminación respetuosa con el ciclo circadiano. Cuenta con un total de 78 habitaciones y seis salas para banquetes y convenciones de hasta 300 invitados.

El antiguo Silken Villa de Avilés se ha convertido en el **Oca Villa de Avilés**. Ofrece 71 habitaciones y salones con capacidad hasta para 100 personas en teatro.



Centro Internacional Cultural Oscar Niemeyer de Avilés

Otro de los *venues* que ofrece la ciudad es el **Pabellón de Exposiciones y Congresos de La Magdalena**, que ha mejorado la acústica de su auditorio principal para acoger conciertos y convenciones con 500 delegados.

El **NH Collection Palacio de Avilés**, único cinco estrellas en la ciudad, ofrecerá próximamente 22 habitaciones inteligentes. Incorporarán el Internet de las cosas para mejorar la experiencia del huésped, colchones que según la

CANTABRIA

La proximidad del mar y la montaña es también un aliciente para eventos en Santander, la capital de Cantabria, que se combinan con excursiones en velero o actividades en plena naturaleza. Además se pueden visitar pueblos con encanto como Comillas o Santillana del Mar, con su rico patrimonio arquitectónico, y cuevas prehistóricas declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO como las de Altamira.

La bahía de Santander es el escenario ideal para divertidas actividades de *teambuilding* como las regatas de traineras, las tradicionales embarcaciones de remos. El elegante **Palacio de la Magdalena** preside la entrada a la bahía. En sus orígenes fue la residencia de verano de los reyes Alfonso XIII y Victoria Eugenia y hoy es una de las sedes más emblemáticas de la ciudad, con más de 15 espacios para eventos de 12 a 350 asistentes. Actualmente se encuentra en proceso de restauración para renovar sus pavimentos y suelos de madera e impermeabilizar el edificio.

El **Palacio de Festivales**, el **Palacio de Exposiciones y Congresos** y el **Gran Casino del Sardinero** completan la oferta para grandes eventos. Pero Santander cuenta además con espacios poco convencionales para grupos más pequeños.

Es el caso de **La Central**, una galería de arte y comercial que data de 1897 con 150 m² de espacio diáfano para eventos. La **Escuela de Vela Isla de la Torre**, en mitad de la bahía, también alquila su espacio para eventos, además de organizar actividades náuticas. **Deluz** es una empresa de restauración sostenible que ofrece, entre otros, un coqueto chalé en la zona del Sardinero para *teambuildings* en el que los participantes hacen de cocineros, camareros y encargados de compras.

En los últimos años la planta hotelera de Santander se ha modernizado con reformas de hoteles emblemáticos como el **Gran Hotel Sardinero**, de 128 habitaciones, o el **Eurostars Hotel Real**, con 123. Este último cuenta con un exclusivo centro de talasoterapia y salas para eventos de



hasta 150 asistentes en teatro. Es por ahora el único cinco estrellas en la capital cántabra, algo que cambiará con la inauguración prevista para 2020 del **NH Collection Palacio Pombo**, en un edificio de 1875 que es la actual sede del Club de Regatas. Contará con 50 habitaciones.

El hotel **Vincci Puertochico** también ha renovado sus 52 habitaciones con un diseño que refleja el ambiente marítimo del Cantábrico. Su terraza se utiliza para cócteles al atardecer con vistas a la bahía. El **Hotel Santemar** es otro de los que ha mejorado sus espacios, incluyendo salones para convenciones con 500 delegados.

PAÍS VASCO

En el País Vasco los grupos MICE pueden disfrutar de una arraigada cultura y tradiciones junto a la moderna oferta de sus tres capitales: Bilbao, San Sebastián y Vitoria. La gastronomía es otro de los grandes atractivos en una región premiada con numerosas estrellas Michelin y donde el simple tapeo se convierte en arte gracias a la creativa oferta de *pintxos* de sus tabernas, que se bañan con *txacoli* o vinos de la D.O. Rioja Alavesa.

Bilbao

Es modelo de regeneración urbana. La otrora urbe gris dominada por la industria siderúrgica se transformó en un vibrante centro de cultura y ocio en torno a una limpia ría que invita a paseos a pie o en bici por sus riberas o a bordo de los barcos de Bilboats.

La apertura del **Museo Guggenheim**, con el icónico diseño en titanio de Frank Gehry, puso la guinda a la transformación



convirtiéndola a la ciudad en un destino popular para grupos corporativos. En su atrio se puede celebrar una cena de gala para 400 invitados.

La regeneración impulsó un *boom* hotelero que aún continúa. En el último año abrieron el **Vincci Consulado de Bilbao**, con habitaciones inteligentes y vistas al museo Guggenheim; **Tayko**, un cuatro estrellas con 54 habitaciones y restaurante del reconocido chef vasco Martín Berasategui y **NYX**, el primer hotel de la cadena Leonardo en el País Vasco, con 108 habitaciones.

Este año abrirán dos cuatro estrellas, el **Sercotel Ayala Bilbao**, de 61 habitaciones y próximo a la futura estación de AVE, y el **Catalonia Bilbao**, con 206 habitaciones y espacios para eventos. Para 2021 se prevé el primer cinco estrellas **Radisson Collection Hotel** con 121 habitaciones y restaurante con vistas panorámicas en su azotea.

El **Palacio de Congresos Euskalduna**, uno de los buques insignia del nuevo Bilbao, ha modernizado sus 26 salas. Ofrece también un auditorio con 2.164 butacas. El Museo Marítimo de la Ría se relanzó como **Itsasmuseum Bilbao** en 2019 y se alquila en exclusividad para cócteles con 700 invitados entre instalaciones que celebran el patrimonio marítimo de la ciudad. Este año abrirá **BIVA Bilbao**, el nuevo nombre de la plaza de toros Vista Alegre reinventada como un espacio multiusos.

A 30 kilómetros de Bilbao se encuentra **Torre Loizaga**, una fortaleza del siglo XIV que alberga una de las más



completas colecciones de Rolls-Royce del mundo. Se pueden organizar visitas privadas y alquilar el espacio para eventos.

En la Reserva de la Biosfera de Urdaibai, Bodega Berroja ofrece una tradicional *txoza* de 100 m² para eventos que se combinan con actividades en la naturaleza, catas de *txacoli*, talleres de *pintxos* o juegos rurales.

San Sebastián

La belleza de su bahía atrajo a la realeza a principios del siglo XX. Hoy los grupos pueden revivir la experiencia visitándose con trajes de la Belle Époque en rutas guiadas o disfrutando de los tratamientos del centro de talasoterapia **La Perla**.

El **Hotel María Cristina**, inaugurado en 1912 por la reina regente, fue el alojamiento favorito de la alta sociedad. Hoy día sigue siendo un hotel de referencia perteneciente a Luxury Collection de Starwood. Ofrece 136 habitaciones y 28 *suites*, así como tres salones para banquetes de hasta 280 comensales.

En enero abrió **Arbaso**, un hotel de cinco estrellas con 50 amplias habitaciones. El *check-in* se realiza en el bar con bebida de bienvenida y en su decoración destacan los productos naturales y muebles de diseño.

Otras aperturas recientes incluyen el **Hotel Arima**, premiado por su diseño sostenible integrado en la naturaleza. Ofrece ocho salas que pueden acoger cócteles de 525 invitados con vistas al bosque.



San Sebastián

El hotel **Arrizul Congress** es un cuatro estrellas enfocado al turismo de congresos con 46 habitaciones y salas de reuniones para 30 personas. Está cerca del palacio de congresos del **Kursaal**. El mayor de sus auditorios cuenta con 1.800 asientos y ofrece salas para reuniones de entre diez y 575 personas, así como amplias terrazas para cócteles con vistas a la playa. Su fachada se puede customizar para dar mayor impacto a los eventos.

En la oferta de espacios alternativos destaca el nuevo museo **Chillida Leku**, reinaugurado en 2019. Ocupa un caserío del siglo XVI remodelado por el famoso escultor donostiarra y que se alquila para reuniones con 100 participantes. En los amplios jardines se expone una colección de 40 esculturas. En los programas se pueden incluir talleres de talo, la torta de maíz que era el alimento básico en los caseríos, o el preciado queso de Idiazábal, así como juegos de pelota vasca o *sokatira*, donde los grupos tiran de una sogá hasta arrastrar al equipo contrario.

Vitoria-Gasteiz

En 2012, la capital administrativa del País Vasco se convirtió en la primera (y única hasta ahora) ciudad española en recibir el galardón de Capital Verde Europea. Desde 2016 cuenta con la certificación Biosphere de la UNESCO,

La fachada del **Palacio de Congresos Europa** está cubierta por un jardín vertical con más de 33.000 plantas autóctonas. Grandes ventanales infunden luz natural a sus múltiples espacios. Puede acoger convenciones de hasta 800 delegados. El **Gran Hotel Lakua**, el único cinco estrellas de la ciudad, con 147 habitaciones, ofrece 500 m² de espacios para eventos y nuevo *spa*.

En los programas de incentivos se suele incluir un recorrido por las bodegas de la Rioja Alavesa, región que también ostenta el sello Biosphere como destino sostenible.

El **Hotel Marqués de Riscal** en Elciego, perteneciente a The Luxury Collection de Marriott, es inmediatamente reconocible por el espectacular diseño de Frank Gehry. Cuenta con 43 habitaciones y puede acoger eventos para 300 asistentes en teatro. También se organizan clases de cocina y visitas a la bodega con catas personalizadas.

De un extremo a otro, la España Verde no solo ofrece espectaculares paisajes y modernas instalaciones, también numerosos ejemplos del fomento de las tradiciones y la protección de sus entornos naturales. En un momento de compromiso, la España verde se ofrece para operaciones MICE sostenibles.

Por buen camino

Hacia el año 825, el rey Alfonso II de Asturias partió en peregrinaje desde Oviedo para visitar la recién descubierta tumba que supuestamente contenía los restos del apóstol Santiago El Mayor, en la localidad que pasó a llamarse Santiago de Compostela. Millones de personas de todas las edades y nacionalidades han seguido su ejemplo equipadas con mochilas y botas de montaña. El Camino de Santiago se ha convertido en una de las rutas de peregrinación cristiana y de senderismo más famosas del mundo.

El Camino Primitivo, que sigue el trazado original, fue declarado Patrimonio de la Humanidad en 2015. Hoy día no es la única ruta a Santiago, sino que existen muchas variaciones de mayor o menor extensión, incluyendo el clásico Camino Francés desde Roncesvalles, y el Camino del Norte que atraviesa la España Verde pasando por San Sebastián, Bilbao, Santander y Gijón.

La agencia Trevisani ofrece a los grupos en incentivo la oportunidad de recorrer un tramo del Camino, por ejemplo desde Melide, donde el Camino Primitivo y el Francés confluyen, hasta la Catedral de Santiago, donde reciben la Compostela o concha que reconoce su esfuerzo. También participan en la señalización de tramos o la reconstrucción de partes dañadas, ayudando así a futuros caminantes.





IMEX is evolving

come along for the ride

Each year IMEX disrupts and transforms to lead and unite the entire business events industry.

There's a constant though. The core values we use to plan and deliver the IMEXperience:

Inspiration – It's everywhere from the Discovery Zone to 250 free seminars including dedicated programmes for in-house, association and agency event pros.

Quality – It underpins everything you'll see, use and experience at IMEX.

Collaboration – A dynamic melting pot where event strategists, suppliers, your peers and industry influencers gather and create.

Register your interest at imex-frankfurt.com
EduMonday 11 May, IMEX in Frankfurt 12-14 May, 2020


FRANKFURT
12-14 MAY 2020

**The heartbeat of
the global business
events community**

LA VIDA MÁS FÁCIL

Desde situar en un aeropuerto todo aquello que el viajero necesita a escuchar en simultáneo una presentación en el idioma deseado, pasando por organizar tareas con opciones de visualización lo más adaptadas posible a cada usuario o calcular un trayecto en base al transporte más adecuado en el momento... las aplicaciones nos siguen simplificando la vida profesional, y cada vez en más aspectos.

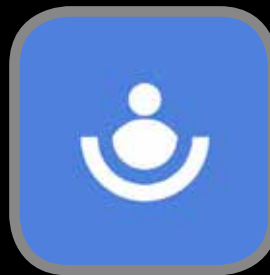
Project Planning Pro
para trabajar en equipo
con la mayor organización



Versiónes:
Android / IOS

- ▶ Gestiona proyectos y facilita la colaboración con otros miembros de un mismo equipo de trabajo
- ▶ Permite organizar el proyecto en base a diferentes tareas a las que se les asigna una duración. El usuario ajusta la fecha de inicio y de finalización
- ▶ Pueden importarse archivos desde cualquier dispositivo móvil
- ▶ Se sincroniza con otras aplicaciones como Dropbox, Drive, Cloud, etc.
- ▶ Se ofrecen varias visualizaciones: la lista tradicional donde se enumeran las tareas; el diagrama de Gantt en el que se presenta el tiempo asignado o un sistema basado en el método de Kanban que se centra en los tiempos de entrega
- ▶ La aplicación hace un seguimiento de los gastos y administra el presupuesto
- ▶ Está disponible en diez idiomas

Meetmaps
permite sacarle el mayor
partido a los eventos



Versiónes:
Android / IOS

- ▶ Desde la misma *app* se puede registrar y acreditar a los asistentes a un evento y generar una lista con la información de los contactos que incluye nombre completo, empresa, teléfono, *e-mail*, etc.
- ▶ Incluye pago con tarjeta en un intento de facilitar al asistente el registro en línea
- ▶ Tras el registro se genera un código QR que permite acceder al evento, además de una acreditación que el usuario recibe por *e-mail* y puede imprimir
- ▶ Permite mandar mensajes a otros usuarios que tengan descargada la aplicación
- ▶ A través de la *app* se puede consultar en todo momento el programa del evento y si se han producido cambios
- ▶ En la agenda el participante puede organizar sesiones y reuniones
- ▶ Incluye juegos competitivos relacionados con el evento

Citymapper

indica trayectos según cada necesidad



Versiónes:
Android / iOS

- ▶ Aglutina los diferentes medios de transporte que el usuario puede elegir para llegar a su destino
- ▶ Funciona en 39 ciudades distintas entre las que figuran Londres, Madrid, Barcelona, Manchester, Bruselas, París, Berlín, Nueva York, Los Ángeles, Moscú, Toronto, México o Sydney
- ▶ Selecciona las rutas más rápidas para llegar a destino aunque incluye filtros como las más seguras, las más baratas, las que cuentan con acceso a sillas de ruedas, rutas solo de autobús, solo de tren o metro o con combinaciones entre ellos
- ▶ Muestra además cómo llegar a aeropuertos u otros destinos fuera del radio urbano
- ▶ Calcula el precio y la duración del trayecto y lo compara con otras opciones como Uber, taxi o bicicleta
- ▶ Desde la misma aplicación se pueden reservar taxis locales
- ▶ En el caso de elegir la opción de ir al destino caminando, la *app* muestra el mejor camino en el mapa y las calorías que se queman durante el recorrido
- ▶ Funciona sin conexión a Internet
- ▶ Citymapper pass es un suplemento de pago que permite al usuario acceder a todos los medios de transporte de la ciudad incluyendo taxis y bicicletas

Flio

ayuda a no perderse en el aeropuerto



Versiónes:
Android / iOS

- ▶ Proporciona información acerca de más de tres mil aeropuertos en todo el mundo
- ▶ El usuario puede obtener actualizaciones instantáneas sobre su vuelo, retrasos, cancelaciones o información relacionada con su equipaje
- ▶ Registra los datos de cientos de compañías aéreas y en algunas de ellas es posible obtener la tarjeta de embarque a través de la aplicación
- ▶ Cuenta con un mapa que indica al usuario dónde está su puerta de embarque, así como dónde se encuentran los aparcamientos, cajeros automáticos, restaurantes y tiendas del aeropuerto en el que se encuentre
- ▶ La misma aplicación cuenta con su propio servicio de botones particular y en caso de pérdida de equipaje el usuario puede llamar a un operador en cualquier momento
- ▶ Este servicio está disponible en seis idiomas
- ▶ También permite al usuario acceder a más de 1.200 zonas VIP
- ▶ Es posible compartir el itinerario seguido con otros internautas

Wordly

traduce simultáneamente hasta en 15 idiomas



Versiónes:
Android / iOS

- ▶ Traduce en tiempo real el contenido de cualquier presentación por lo que se puede utilizar tanto en grandes formatos como en sesiones de pequeño tamaño
- ▶ El conferenciante habla en su lengua nativa delante de un micrófono que debe estar conectado a un ordenador o a un *smartphone* con la *app* de Wordly en funcionamiento
- ▶ La aplicación traduce el contenido y lo sube a la nube, de tal modo que los asistentes pueden acceder a él a través de la misma aplicación y eligiendo en qué idioma desean recibir la información
- ▶ Traduce hasta en 15 lenguas simultáneamente
- ▶ La traducción aparece tanto en formato audio como en texto en el dispositivo del asistente
- ▶ Permite incluir glosarios personalizados según los términos clave establecidos
- ▶ Es posible incluir patrocinios en las presentaciones del contenido traducido

EL *BLEISURE* SE LANZA AL AGUA

El glamur de surcar los mares, la posibilidad de visitar diferentes destinos en un solo viaje y vivir experiencias inolvidables, una oferta de ocio cada vez más espectacular... son atractivos que complementan a la perfección una sesión de trabajo y explican la creciente popularidad de las convenciones en cruceros.

Por **Cristina Cunchillos**

La industria de cruceros es una de las historias de éxito de la última década, con un crecimiento que parece imparable. Según los últimos datos de la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA, por sus siglas en inglés), el número de cruceristas en 2019 alcanzó los 30 millones, en progresivo aumento desde los 17,8 millones registrados hace diez años. Se prevé que este año llegará a los 32 millones y que en 2028 la cifra será de 40. Sin duda, es un sector que va viento en popa.

Para atender a la creciente demanda, las navieras siguen incorporando nuevos buques, más grandes, más lujosos, con más tecnología y una oferta más variada de destinos y entretenimiento a bordo... También más sostenibles. Este año está previsto que la flota mundial de cruceros ascienda a 278 barcos, con 19 nuevas incorporaciones.

Y no se trata solo de vacaciones en el mar. El sector de cruceros gana también cada vez más adeptos entre el mercado corporativo.

Convenciones a bordo

Celebrar una convención o evento en un crucero puede conllevar ventajas para los organizadores:

- **Ahorro:** se estima que pueden ahorrar hasta un 30 % si se compara con el coste de celebrar la misma operación en un hotel ya que, entre otros, se evita el transporte de asistentes.
- **Tecnología puntera:** los equipos audiovisuales suelen estar incluidos en las salas de los buques. Además, las navieras invierten cada vez más en la tecnología más avanzada.
- **Servicio a bordo:** no es necesario contratar personal. Los barcos cuentan con equipos con experiencia a la hora de

atender a miles de pasajeros. En sus cocinas están acostumbrados a preparar menús para multitudes, sin demoras o pérdida de calidad.

- **Entretimiento:** las distintas opciones están incluidas en el crucero.

- **Mayor control:** una vez el grupo de participantes ha embarcado, no habrá sorpresas de última hora ni fluctuaciones en el número de asistentes.

Combinar las sesiones de trabajo con desembarcar para visitar diferentes destinos sin tener que hacer y deshacer las maletas o disfrutar de la oferta de ocio a bordo hacen que una convención en alta mar o recorriendo un río sea *bleisure* garantizado.

De salas de juntas a chárter de navíos

El interés de los *meeting planners* ha llevado a las compañías navieras a considerar cada vez más a estos grupos. Las principales empresas cuentan con divisiones especializadas. Salvo en los barcos más pequeños, es frecuente encontrar salas de juntas y centros de convenciones a bordo.

Además, los barcos cuentan con grandes teatros, salas de conciertos, restaurantes, bares y espacios en cubierta que se pueden reservar para eventos privados, presentaciones o cenas de gala con más de 1.000 asistentes. Junto con el espacio, se pone a disposición de las empresas el entretenimiento, espectaculares efectos audiovisuales y menús *gourmet*.

Se puede ir más allá y reservar una zona completa del buque, especialmente interesante en los navíos más grandes. Royal Caribbean permite reservar uno de sus "Barrios" a bordo para grupos de hasta 1.500 personas. Reservar el barco entero en exclusividad también es algo que ofrecen la mayoría de las principales compañías de cruceros. El chárter del navío ofrece más flexibilidad a los organizadores, que pueden personalizar el barco a gusto del cliente, adaptando incluso el itinerario, o elegir las fechas.

Tendencias en cruceros

La oferta de cruceros se renueva constantemente, no solo para satisfacer la creciente demanda con más barcos, también adaptándose a los gustos de las nuevas generaciones. La preocupación por el medioambiente o una vida sana, así como la búsqueda de experiencias locales auténticas, se tienen cada vez más en cuenta también a bordo.

1. Mega-cruceros

La batalla por ofrecer cruceros en buques de cada vez mayor envergadura parece no tener fin. Royal Caribbean ostenta la corona actualmente con su *Symphony of the Seas*, lanzado en 2018. Las cifras lo dicen todo: 362 metros de eslora, 2.775 camarotes, 20 restaurantes, 42 bares, tirolina y hasta una pista de



hielo. El gran tamaño se aplica también a las instalaciones disponibles para eventos. El Royal Theatre tiene capacidad para 1.411 delegados.

La naviera italo-suiza MSC Cruises está construyendo dos embarcaciones que superarán los 6.700 pasajeros. La primera de ellas, MSC Europa, entrará en servicio en 2022, y una segunda nave se sumará en 2024. Aunque de un tamaño aún ligeramente inferior al *Symphony of the Seas*, serán los barcos más grandes operados por una naviera europea.

Carnival Cruise Line, por su parte, estrenará en noviembre de este año el buque *Mardi Gras*, con capacidad para 6.630 pasajeros. No obstante, todos quedarán pequeños en 2021 ante

Combinar las sesiones de trabajo con desembarcar para visitar diferentes destinos sin tener que hacer maletas o disfrutar de la oferta a bordo hacen que una convención en un barco sea *bleisure* garantizado



el Global Dream, propiedad de Genting Hong Kong, el grupo que opera Crystal Cruises, Star Cruises y Dream Cruises. Tendrá capacidad para nada menos que 9.000 pasajeros.

2. Cruceros de lujo

En paralelo aumenta la oferta de navíos más íntimos y, sobre todo, más exclusivos. Se trata en realidad de grandes yates de lujo como la nueva colección de Ritz-Carlton: Yacht Collection; que debutará este año con Evrima, un barco con capacidad para 298 pasajeros, en un crucero por Europa.

En paralelo a los grandes barcos aumenta la oferta de navíos más íntimos y más exclusivos, como los de la Yacht Collection de Ritz-Carlton, que debuta este año con un crucero por Europa

El magnate Richard Branson aspira a revolucionar el sector de cruceros y atraer al público *millennial* con Scarlet Lady de Virgin Voyages, cuyo estreno está previsto este año. En forma de gran yate de lujo con capacidad para 2.770 pasajeros, ofrecerá gastronomía saludable y propuestas de *wellness*. En lugar de los clásicos espectáculos nacidos en Broadway, el entretenimiento incluirá reconocidos DJs, conciertos, modernas producciones teatrales y circenses o partidos nocturnos de *dodgeball*.

También en los grandes buques aumenta la oferta de lujo, con *suites* cada vez más grandes. El nuevo Mardi Gras de Carnival tendrá toda un área exclusiva para sus cabinas Excel, con piscina, bar y cabañas privados. Cada vez más compañías ofrecen servicios VIP como embarque y desembarque prioritarios, transporte de equipaje o acceso especial a las atracciones.

3. Cruceros de expedición

El ansia de vivir experiencias únicas en los entornos naturales más bellos ha hecho que aumente el interés por los llamados cruceros de expedición. En ellos el mayor atractivo recae en las excursiones, generalmente a destinos de difícil acceso, donde disfrutar de la naturaleza en su estado más puro. Es el caso de los fiordos noruegos, las Islas Galápagos o la Antártida.

Generalmente en barcos más pequeños, permiten una experiencia más íntima y el efecto *wow!* está garantizado.



Compañías bien establecidas en este mercado nicho, como Hurtigruten o Lindblad, han ampliado su flota este año. El MS Fridtjof Nansen es el segundo buque híbrido de la flota de Hurtigruten, lo que le permite ahorrar un 20 % de combustible y navegar al 100 % con energía eléctrica durante 30 minutos, en absoluto silencio, algo que apreciarán los pasajeros de sus expediciones por la Antártida, disponibles también en español. Lindblad Expeditions por su parte lanzará su nuevo National Geographic Endurance para expediciones en los polos para 126 pasajeros.

La aventura se combina cada vez más con el lujo, como demuestra Silversea con Silver Origin, su nuevo navío con capacidad para 100 pasajeros que realizará este año su crucero inaugural por las Islas Galápagos. Crystal Cruises se embarca también en este sector con su Crystal Endeavor, con la cocina del reconocido cocinero Nobu Matsuhisa, *spa* y el primer casino en el mercado de expediciones. Los 200 pasajeros podrán desplazarse en helicóptero o en submarino para explorar las regiones polares.

4. Aventura a bordo

En los buques más grandes la aventura está a bordo, con una oferta de actividades cada vez más extremas, ideales para los programas de *teambuilding*. Royal Caribbean, por ejemplo, ofrece simuladores de surf, experiencias de paracaidismo, tirolina, patinaje sobre hielo, juegos de láser o *escape rooms*. NCL (Norwegian Cruise Line) reta a los más atrevidos a caminar sobre un tablón de apenas 15 centímetros de anchura suspendido a 50 metros de altura sobre el mar en su navío Getaway,

además de ofrecer circuitos de *karting*, boleras y muros de escalada. El Mardi Gras de Carnival contará con la primera montaña rusa a bordo. Para quienes incluyan actividades menos extremas, la mayoría de los buques cuenta con instalaciones deportivas en las que organizar pequeños torneos de fútbol, tenis, voleibol o baloncesto.

5. Últimas tecnologías

Tradicionalmente la conexión *Wi-Fi* a bordo de los barcos no era muy fiable al depender de satélites, además de cara. Las empresas navieras han invertido considerablemente en

Los 200 pasajeros del navío Crystal Endeavor podrán disfrutar a bordo de la cocina del *chef* Nobu Matsuhisa y desplazarse en helicóptero o submarino durante las excursiones para explorar las regiones polares



instalaciones de banda ancha y mejores servicios satelitales, por lo que es posible navegar por la red prácticamente como en la oficina. Royal Caribbean proclama ofrecer la conexión más rápida en el mar, hasta seis veces más que otros cruceros, con su servicio Voom.

La tecnología biométrica también ha llegado a bordo de los cruceros. En el Celebrity Edge, el nuevo buque de Celebrity Cruises, los pasajeros ya pueden identificarse a través de reconocimiento facial. Un informe de la consultora The Future

Laboratory predice que esto será práctica común en los cruceros en diez años. MSC lo está poniendo a prueba también en sus nuevos barcos.

Ese no es el único adelanto a bordo del Celebrity Edge, considerado uno de los buques más avanzados tecnológicamente. Sus camarotes cuentan con pantallas táctiles que regulan la luz o la temperatura, mientras que las reservas del restaurante se hacen a través de un asistente virtual.

NCL apuesta por la realidad virtual en su oferta de ocio y MSC ofrece un asistente de voz -Zoe- que, al igual que Alexa de Amazon, atiende a las consultas y peticiones de los pasajeros. También ofrece pulseras con tecnología inalámbrica de corto alcance (NFC) con las que se pueden hacer pagos a bordo.

A bordo del Celebrity Edge, considerado uno de los buques más avanzados, los pasajeros se identifican por reconocimiento facial y regulan luz y temperatura en la pantalla de su habitación

La tecnología también permite una mayor personalización, como demuestra el Ocean Medallion de Princess Cruises. Se trata de un pequeño medallón del tamaño de una moneda que da acceso a la identidad digital del pasajero. Sensores en todo el barco permiten por ejemplo abrir la puerta del camarote conforme se acerca o informar al servicio de limpieza cuando ha salido. También se puede utilizar para hacer compras a bordo y, si se solicita por adelantado a través de la *app*, embarcar directamente sin necesidad de hacer cola para el *check-in*. Para divertirse, los usuarios pueden incluso crear su propio avatar y participar en juegos digitales.



6. Bienestar a bordo

La creciente preocupación por la salud y el bienestar se ve reflejada en la oferta gastronómica, con menús más variados y saludables, además de espacios y oportunidades para la relajación o la práctica de ejercicio. Pullmantur, por ejemplo, acaba de lanzar su primer crucero *wellness* a bordo del buque Sovereign, con actividades impartidas por profesionales del bienestar incluyendo sesiones de yoga, entrenamiento funcional y talleres de alimentación.

Esta tendencia se extiende también a los cruceros de expedición. Silversea ofrece su línea Wellness Expedition con sesiones de yoga, pilates y aeróbic acuático, además de tratamientos de *spa* y menús saludables con el asesoramiento de expertos en nutrición.

Celebrity Cruises ofrece Mindful Dreams, un programa de relajación con tratamientos de *spa* y conferencias de expertos en técnicas de meditación para alcanzar un sueño profundo. MSC lanzó un programa de Weight Watchers para controlar el peso a bordo en su buque MSC Divina, con seminarios sobre bienestar mental y físico, clases de cocina saludable y ejercicios cardiovasculares con los equipos de Technogym.

7. Cruceros sostenibles

A finales del año pasado, Costa Cruceros dio la bienvenida al Costa Smeralda, su nuevo buque insignia propulsado con gas natural licuado (GNL). En mayo, P&O lanzará su primer barco impulsado con GNL y se estima que en el 2025 habrá 25 buques surcando los mares con este combustible.

Prácticamente todas las compañías han retirado el uso de pajitas de plástico en los barcos y la mayoría están buscando activamente formas de eliminar el plástico de un solo uso a bordo (NCL ya lo ha conseguido).

En enero, MSC Cruceros se convirtió en la primera gran compañía en lograr operaciones marítimas neutras en carbono, compensando todas las emisiones de CO₂ de su flota con diferentes proyectos. La compañía también ha abierto un centro de investigación marina en su isla privada en las Bahamas, con el fin de fomentar la protección de los arrecifes de coral.

A finales de 2019 Costa Cruceros dio la bienvenida al Costa Smeralda, un barco propulsado con gas natural licuado. Se estima que en 2025 habrá 25 navíos surcando los mares con este combustible

Cruceros fluviales

No solo se trata de surcar los mares. Los cruceros fluviales están registrando igualmente una demanda creciente para la celebración a bordo de convenciones y viajes de incentivo. Es una opción más íntima, ya que suele tratarse de barcos más pequeños por las limitaciones que imponen el tamaño y profundidad de los ríos o las esclusas que deban atravesar. Aunque no suelen contar con la variedad de espectáculos y actividades de ocio a bordo de los buques transoceánicos, los delegados pueden combinar las sesiones de trabajo con excursiones y disfrutar de las vistas durante el trayecto.

También en los cruceros fluviales se observan tendencias similares a las que se perciben en alta mar. Este año se espera el lanzamiento de varios nuevos barcos, como el S.S. La Venezia de Uniworld Boutique River Cruise Collection, que llevará a 134 pasajeros por el río Po en Italia, o el Viking Osiris para cruceros por el Nilo con 82 pasajeros.

Uniworld intenta captar a la generación de *millennials* con U by Uniworld, con dos barcos de diseño moderno y claro enfoque en experiencias auténticas en los destinos que se

visitan, con actividades como *kayak* en el río o sesiones de yoga a bordo. Para los viajeros que quieren mantenerse en forma se ofrecen visitas y excursiones en bicicleta.

Avalon Waterways apuesta por cruceros más dinámicos a través de sus itinerarios Active & Discovery, con *tours* de senderismo, *jogging*, *kayak* y programas de ejercicios a bordo.

Cada vez más barcos fluviales cuentan también con *spa* a bordo. Scenic Luxury Cruises, por ejemplo, ofrece tratamientos de haloterapia para recuperar el sistema inmunológico, curar problemas respiratorios y mejorar la salud cutánea en su Lounge de la Terapia de Sal.

En definitiva, tanto en ríos como en alta mar, la oferta de los cruceros es cada vez más completa y atractiva para grupos profesionales. Aunque inicialmente concebida para un público vacacional, las continuas innovaciones también resultan atractivas para los grupos en convención o incentivo. La experiencia a bordo puede ser un diferencial que deje una huella imborrable en comparación a la que puede dejar cualquier otra operación en tierra firme.

ENTREVISTA



Adam Coulter

Editor de Cruise Critic (Reino Unido)

“No todos han ido a un crucero y es una experiencia única”

¿Qué tendencias destacaría en el sector de los cruceros?

Los cruceros son cada vez más sostenibles y la masificación turística ha llevado a muchas compañías a trabajar con los destinos para distribuir mejor las horas de llegada. Este es también el año de los cruceros de expediciones, con un gran número de nuevos barcos y empresas como Viking y Seabourn entrando en el mercado por primera vez. También está mejorando la oferta de lujo, con espacios exclusivos solo accesibles con tarjeta del tipo de terrazas, bares y restaurantes privados. Finalmente, crecen los cruceros temáticos, sobre todo en Europa, donde los cruceros musicales son particularmente demandados.

¿Cómo ha evolucionado la oferta de las compañías de cruceros para grupos MICE?

Los cruceros continúan innovando y ofreciendo experiencias extraordinarias, como *go-karting*, *laser tag*, simuladores, experiencias de realidad virtual... ideales para programas de *teambuilding*. Los cruceros más grandes tienen espacios dedicados a reuniones con la última tecnología audiovisual, además de ofrecer sus teatros. La velocidad de la conexión *Wi-Fi* ahora es tan buena como en los hoteles en tierra. Además, permiten incorporar excursiones y experiencias únicas a los programas.

¿Qué ventajas tiene celebrar una convención o evento en un crucero ante un *venue* en tierra firme?

Veo principalmente tres ventajas. Ante todo, la novedad. Todo el mundo ha participado en una conferencia en un hotel pero no todos han ido de crucero y es una experiencia única. En segundo lugar, el hecho de que el público no pueda “escapar” supone una gran ventaja para el organizador. Al contrario de un hotel en una ciudad, los delegados no pueden desaparecer durante la convención para irse a algún centro comercial, bar o restaurante cercano. Y, además de las opciones de restauración que están a mano y son variadas, los delegados pueden asistir a espectáculos de primera categoría en el teatro y sin tener que añadir el coste del transporte. Todo está a bordo.



FIEXPO
Latin America

08-10 / Junio 2020
Cartagena, Colombia

Centro de Convenciones
Las Américas

 @fiexpolatam

 FIEXPO Latin America

 fiexpolatam

www.fiexpolatinaamerica.com

#somos
#Latinoamerica

¡Te invitamos
a ser parte!

Cartagena
2020



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



Organiza:



DESTINO Los Cabos (México)





EL PACÍFICO MÁS EXCLUSIVO

Existe un lugar en el mundo que reúne casi las mismas dosis de sol (350 días al año) que de refinamiento (365). En Los Cabos el océano no es el mayor atractivo sino que ejerce de fondo decorativo para las marcas hoteleras más exclusivas que compiten por acercarse más a él. El viajero podría olvidar que se encuentra en México, pero lo está.

Por **Eva López Alvarez**

Fotos **E. L. A.**

Existe un lugar en el Pacífico en el que los hoteles de playa no ofrecen el baño en el océano como principal atractivo, sino la exclusividad de sus instalaciones. Los Cabos es un reducto de lujo en el extremo sur de la península de California donde no se puede disfrutar del peligroso mar, pero sí admirarlo desde hoteles que rivalizan en cuanto a refinamiento. No existe lugar en el mundo con mayor concentración de marcas de primer orden por kilómetro cuadrado.

Este enclave geográfico que forma parte del estado mexicano de Baja California Sur se extiende a lo largo de 30

kilómetros entre las localidades de San José del Cabo y Cabo San Lucas. Aquí convergen el desierto, el océano Pacífico, el mar de Cortés y la árida montaña salpicada del verde de los cactus. De julio a septiembre las altas temperaturas garantizan precios más bajos.

Emblema del lujo en México y a dos horas y cuarto de vuelo desde la capital del país, el visitante parece sumergirse en otro destino ya que, si bien las improntas mayas y aztecas impregnan muchos ambientes sobre todo en cuanto a decoración, la gran afluencia de público norteamericano recuerda a ambientes más al norte geográficamente que hoy pertenecen a Estados Unidos.

Más de 500 vuelos semanales conectan Los Cabos con 40 destinos norteamericanos. Aeroméxico, Volaris, Interjet y Viva Aerobus enlazan con Ciudad de México. TUI opera desde noviembre del año pasado un vuelo desde Londres.

Antes de culminar los 20 kilómetros que separan el Aeropuerto Internacional de la localidad de San José del Cabo (SJD) se erige entre cactus el imponente **International Convention Center (ICC)**. Inaugurado en 2018 con uno de los muros vegetales más altos de Latinoamérica, se estrenó con una cumbre del G20.

Es el mayor espacio para eventos del destino gracias al gran salón principal que se puede dividir. La terraza que lo rodea, dominando el entorno desde sus 636 m², se utiliza para cócteles mejorados con la exclusividad del *catering* Laurus by Casiano del reconocido cocinero Casiano Reyes.



Destino de pesca y golf

Hace 20 años se inauguró el primer hotel en una zona que no contaba con ningún desarrollo urbanístico. Los primeros clientes fueron pescadores estadounidenses con mucho poder adquisitivo que buscaban la mayor comodidad tras sus jornadas de pesca, principalmente en busca del marlín, pez emblemático de estas aguas y uno de los de mayor tamaño del mundo.

Los Cabos sigue siendo el primer destino para la pesca del marlín, uno de los peces más grandes del mundo

Merece la pena tener en cuenta las fechas de los torneos de pesca que tanto condicionan los precios, si bien hoy en día Los Cabos ya no solo es un destino de pesca de primer nivel, también es un paraíso para los golfistas, amantes del lujo y organizadores de convenciones e incentivos con un toque exclusivo. La zona cuenta hoy con 17.000 habitaciones de hotel y 3.800 en construcción.

Los amantes del golf tienen a su disposición 15 campos en funcionamiento y siete de próxima apertura. Entre todos destacan **Quivira**, famoso por sus vistas y el sexto hoyo que obliga a superar vientos de hasta 55 kilómetros por hora. El otro emblema de este deporte es **Cabo del Sol Ocean Course**, con su hoyo 17 al que llegar superando la playa que lo separa del resto del circuito.

Si bien la planta hotelera no estaba anticuada en 2014, fue prácticamente



International Convention Center (ICC)

remodelada por completo a raíz del huracán Odile, que tocó tierra en esta zona la noche del 15 de septiembre. Tras ser declarada zona catastrófica, Los Cabos es hoy un destino completamente recuperado.

Llama la atención el abanico de marcas que inaugurarán establecimiento en la zona en los próximos meses: Four Seasons, Viceroy... completarán la exclusividad ofrecida por marcas ya operativas como Nobu y Waldorf Astoria.

San José del Cabo

Junto al mar de Cortés, en la parte interior de la península de Baja California, San José del Cabo cuenta con temperaturas más altas y aguas algo más tranquilas. Incluso es posible el baño en las playas Palmilla, Chileno, Santa María y El Médano.

El huracán Odile arrasó este destino, hoy completamente recuperado, la noche del 14 de septiembre de 2014

En la zona hotelera de esta localidad, el **Hyatt Ziva** es uno de los clásicos del destino. El 70 % de las 591 habitaciones tiene vista al mar, 34 acceso directo a la piscina. Figura entre los hoteles más grandes de Los Cabos y opera bajo régimen de todo incluido, con seis restaurantes y siete bares, entre ellos un bar-tequila para degustaciones incluidas en la estancia. Una de las cinco piscinas se reserva para adultos. El *spa* cuenta con quince cabinas de masaje.

En la playa se organizan clases de yoga y fiestas de hasta 1.600 invitados; en la piscina sesiones de bicicleta acuática, pilates, fiestas de espuma... también cuenta con cancha de tenis y baloncesto. Un *ballroom* diáfano se utiliza para banquetes de hasta 650 comensales, mientras que el teatro para espectáculos o convenciones cuenta con 1.200 plazas.

El Corredor

El tramo conocido como El Corredor, que se extiende a lo largo de 16 kilómetros entre San José del Cabo y Cabo San Lucas, es una sucesión de hoteles que miran al mar entre los que destaca **Marquis Los Cabos**. Su vestíbulo es una bonita antesala para las 235 habitaciones, incluyendo 26 villas, todas con vistas al mar y terraza. Cuenta con cinco restaurantes (asiático, mexicano, italiano, especializado en ceviche y francés), en régimen *all inclusive* y solo adultos.

Perteneciente a The Leading Hotels of the World, ofrece su playa para fiestas. La relajación está asegurada en la piscina infinita, además de en el *spa* con diez cabinas de masaje, *jacuzzi*, baño de vapor, sauna y pequeño circuito de hidroterapia. Un salón divisible en cuatro alberga banquetes de hasta 400 comensales. Completan las instalaciones una cancha de tenis y otra de béisbol.

Teambuilding en Los Cabos

De pesca

Dependiendo de la época del año se pueden pescar diferentes especies pero todas de gran tamaño, en una experiencia que puede remontar a los orígenes de Los Cabos como destino turístico de alto *standing* si se acompaña de champán en el cierre de la actividad.



Tesoros del desierto

En el Parque de Actividades Wild Canyon se pueden combinar distintos modos de desplazarse como caballo, *quad*, camello, tirolina... durante una búsqueda del tesoro en el desierto y en oasis que culmine en un cóctel bajo las palmeras.

Expertos del mezcal

Si bien tanto mezcal como tequila proceden del ágave, no son las mismas especies las que generan los diferentes licores. Las denominaciones de origen también sirven de elemento diferenciador además del sabor, que puede protagonizar una degustación en grupo.



Olimpiadas de playa

Las inmensas playas del Pacífico se ofrecen para múltiples actividades en la arena, ya que solo cinco playas de Los Cabos son aptas para el baño. Desafiar las rachas del aire puede ser un divertido reto según las pruebas incluidas.

También en El Corredor, **Solaz Resort Los Cabos** forma parte de The Luxury Collection de Marriott. 450 obras de arte del artista mexicano César López Negrete decoran este hotel que abrió sus puertas en septiembre de 2018 como referencia de diseño. Cuenta con 128 habitaciones y la terraza Calypso, en tres niveles, frente al mar y con acceso directo a la playa. Alberga banquetes de hasta 450 invitados.

Grand Velas Los Cabos, abierto en noviembre de 2017, cuenta con 307 habitaciones todas con mayordomo, terraza y vista al mar en un solo edificio de diez pisos. De las tres piscinas, una se ofrece solo para adultos.

La Terraza del Mar, sobrevolando el mar de Cortés, recibe cócteles de hasta 600 invitados con magníficas vistas. En el más grande de los diez salones que ofrece a los organizadores de convenciones, eventos e incentivos -sin columnas- se organizan banquetes de hasta 774 comensales.



Cabo San Lucas

A la altura de Cabo San Lucas, en el extremo sur de la península, convergen el mar de Cortés y el océano Pacífico. Lo hacen exactamente a la altura de El Arco de Piedra que protagoniza cualquier imagen del destino. La salida en catamarán al atardecer para bordearlo y admirar las fuertes corrientes que se producen en esta zona, mientras las mantarrrayas saltan ante los espectadores, no puede faltar en ningún programa.

Aunque San José de los Cabos se presenta como un destino más exclusivo y Cabo San Lucas más dedicado a la diversión con sus numerosos locales destinados a ella, la exclusividad en forma de hoteles tampoco falta. La famosa cadena de discotecas Coco Bongo llegó a la ciudad hace tan solo unos meses.

San José es más tranquilo que Cabo San Lucas, donde se concentran bares y discotecas

También aquí abrió sus puertas en abril de 2019 el primer **Nobu** de Latinoamérica. Con 200 habitaciones, tres restaurantes, un bar, cuatro piscinas, *spa* con trece cabinas y circuito de hidroterapia, cuenta además con siete salones para eventos y capacidad hasta 480 comensales en una cena de gala. La fusión mexicano-japonesa decora el ambiente zen que se respira en todo el recinto.

El más grande dispone de *foyer* anexo a la terraza con vistas al campo de golf adyacente y al desierto. Una segunda terraza para eventos cuenta con acceso directo a la playa. Al campo de golf, perteneciente al selecto circuito Diamante, solo pueden acceder golfistas propietarios en la zona y huéspedes del hotel.

Información práctica



Huso horario
GMT -7

Moneda

Peso mexicano (MXN)



Tipo de enchufe
Tipo A/B - 110 V

Código telefónico
+52



Más información

VISIT LOS CABOS

Paulina Aguilar

Gerente de Turismo de Reuniones

paguilar@visitloscabos.travel

+ (52) 624 143 55 31 / 32 Ext. 109

www.visitloscabos.travel

La novedad más reciente en lo que a exclusividad hotelera se refiere consiste en la renovación del antiguamente conocido como The Resort at Pedregal, hoy reinaugurado como **Waldorf Astoria Los Cabos Pedregal**, con 119 habitaciones y *suites*, entre ellas algunas con piscina propia.

El equipo de *concierges* personales disponibles las 24 horas del día contribuye a la atmósfera de exclusividad que impregna el lugar, aumentada por la entrada al recinto a través del único túnel privado que existe en México.

los participantes pueden contribuir al mantenimiento de la Escuela Primaria Agustín Melgar, a lo que seguirá un almuerzo con los alumnos. Desde el hotel también se organizan cruceros por los arrecifes de Panga, desayunos a bordo de un yate al amanecer o almuerzos a base de productos locales y ecológicos.

Incentivos en el mar

Entre diciembre y abril es posible avistar las ballenas jorobadas que llegan a esta zona de México tras haber



Cabo San Lucas

Además de tres restaurantes y dos bares, cuenta con un *spa* de 1.100 m² en el que se ofrecen tratamientos curativos inspirados en las tradiciones locales y aplicados por chamanes.

Para los grupos de incentivo se ofrecen programas bautizados como Beyond the Beach que incluyen una excursión culinaria y artística en el pueblo de La Candelaria, donde

recorrido más de 18.000 kilómetros. Es un auténtico espectáculo de la naturaleza con El Arco como fondo para fotos inolvidables.

Si bien es considerada de muy alto *standing*, la pesca podría decirse que es la actividad más "tradicional". De junio a noviembre se puede pescar el marlín azul; de abril a octubre el atún; de noviembre a junio el pez sierra... entre

otras especies míticas para los amantes de la captura de peces de gran tamaño.

A dos horas por carretera, en el Área Natural Protegida Cabo Pulmo, los grupos pueden hacer *snorkel* y submarinismo en la única zona de coral vivo de Norteamérica.

Hacia el desierto

El **Parque de Actividades Wild Canyon** ofrece 115 hectáreas

para actividades en grupos de hasta 600 personas, combinando tirolina, *quad*, paseos en caballo y camello, *puenting*...

El paisaje de enero a abril es mucho más verde, coincidiendo con las lluvias, que no suelen impedir la práctica de las actividades. Rodeados por las paredes del cañón que limita un oasis natural, los grupos pueden disfrutar de una cena al aire libre.

Entre diciembre y abril se pueden atisbar las ballenas jorobadas que llegan aquí tras recorrer 18.000 km

Puerto Los Cabos es una nueva zona de desarrollo turístico que alberga iniciativas de éxito gracias al concepto "de la huerta a la mesa". Es el caso del hotel-restaurante **Acre**. Solo para adultos, es una interesante opción de *glamping* exclusivo gracias a sus doce casitas en los árboles, piscina y dos restaurantes. En un bonito patio entre mangos se organizan comidas de hasta 400 comensales.

Este es, como **Flora Farm**, un proyecto en la línea de lo que busca el destino: ser un emblema del lujo comprometido con el medioambiente. Si bien se trata de pequeños establecimientos, la idea ha germinado y parece tener un futuro prometedor en una zona del mundo en la que quien se protege del sol lo hace a la sombra de la exclusividad, en una atmósfera de frontera que permite sentirse en Estados Unidos y México al mismo tiempo.

Destino de huracanes

Los recientes acontecimientos hacen que Los Cabos sea uno de esos destinos en los que antes de viajar se impone la pregunta "¿cuándo es temporada de huracanes"? Oficialmente se extiende de junio a octubre, si bien en septiembre se generan muchas tormentas de la mano de las temperaturas más altas.

Los locales afirman que de octubre a mayo lo máximo que se puede experimentar, además de calor, es "algo de viento", fuerte para quien no está acostumbrado a sentir las rachas de viento intrínsecas a un destino que geográficamente es confluencia de corrientes.

Liza es considerado el huracán más devastador que haya tocado tierra en la zona y lo hizo en 1976, seguido de Odi. Este arrasó Los Cabos en septiembre de 2014 dejando 15 muertos. El viento llegó a soplar a 260 km/hora y dejó innumerables destrozos tras un debilitamiento del fenómeno que solo comenzó tras haber tocado tierra.

Hoy en día no solo ya no queda rastro del desastre sino que todo el mundo lleva en su teléfono móvil aplicaciones que alertan no solo de huracanes y ciclones sino de tormentas fuertes o episodios de viento que pueden llegar a ser amenazantes.

El **evento** para
los organizadores
de **eventos** de
las **Américas**

ibtm[®]

AMERICAS

Agenda estas fechas:
27 - 28 Mayo 2020
Centro Citibanamex



Piso de
exposición



Programa
educativo



Eventos de
networking



Programa de
Hosted Buyers

Contacto: +52 55 8852 6210 - info@ibtmamericas.com
www.ibtmamericas.com / #IBTMAmericas /   

CDMX
MEXICO CITY
Ciudad Sede

ENCORE
Patrocinador Platinum

AEROMEXICO
Aerolínea Oficial

POSADAS
Hotel Oficial

ALLENAMENTI
Speakers Bureau

Quiero TRADICIONAL CRISTALINO

Hilton

Centro citibanamex

GRUPO PUNTO MICE
Media Partner

MOTIVACIÓN

Por **Cristina Cunchillos**

Desde esquilar una oveja a construir un muro o incluso romper flechas con la garganta... los retos que plantean los receptivos demuestran que la fortaleza mental y el no darse por vencido son tan importantes como la habilidad física y el trabajo en equipo.

Líder samurái



La agencia mexicana Pasión por el Éxito busca inspiración en la cultura milenaria de los samuráis japoneses para crear un taller de liderazgo en el que los participantes vean incrementadas su confianza, seguridad y autoestima. Un buen líder samurái es visionario, leal y honesto, sabe trabajar en equipo e inspira con el ejemplo: todas son cualidades a las que deben aspirar los profesionales.

El taller utiliza técnicas de programación neurolingüística, inteligencia emocional y aprendizaje acelerado en retos de alto impacto que llevan a adoptar las cualidades que hacían de los samuráis auténticos líderes. El poder de la mente y la fortaleza interior ayudan por ejemplo a romper flechas de arco con la garganta o a hacer del cuerpo un rígido puente sobre el que sostener a un compañero. Otros retos incluyen caminar a ciegas sobre una viga elevada o construir cubos de madera en equipo en un tiempo limitado gracias a una comunicación efectiva.

En los retos participan todos, lográndose así un sentido de pertenencia y colaboración. Y, lo más importante, todos se divierten a la vez que aprenden, llevándose un recuerdo imborrable, y las cualidades del líder samurái.

Vida en la granja



El receptivo irlandés Advantage DMC ofrece la oportunidad de sumergirse plenamente en la cultura y tradiciones del país participando en varias actividades en la granja Ballyknocken House, situada en el condado de Wicklow, a poca distancia de Dublín. Las montañas de Wicklow ofrecen el pasto ideal para las ovejas de la granja y, de la mano del pastor Pat, los equipos aprenden el arte del pastoreo, el esquilado o el trabajo de la lana. También ayudan a preparar la turba para las chimeneas, algo esencial para superar el crudo invierno irlandés en el campo, apilándola para que se seque bien su interior.

La granja también cuenta con una escuela de cocina donde pueden aprender a preparar los tradicionales *scones* (panecillos que se sirven con el té) o hacer mantequilla casera. No todo es trabajo duro en la granja. En Irlanda no puede faltar una clase de baile o un taller musical donde tocar los instrumentos autóctonos.



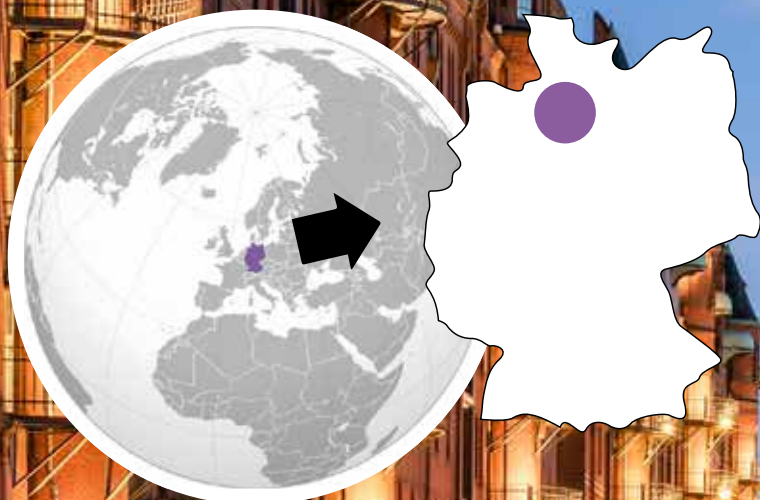
Muros de ingenio



Las murallas separan, protegen... y también pueden servir para unir a los equipos. Así lo demuestra el DMC croata DT Croatia con un reto en el que los grupos descubren los atractivos de la región de Dalmacia, con tradiciones como la construcción de los *suhodiz*, históricos muros sin mortero.

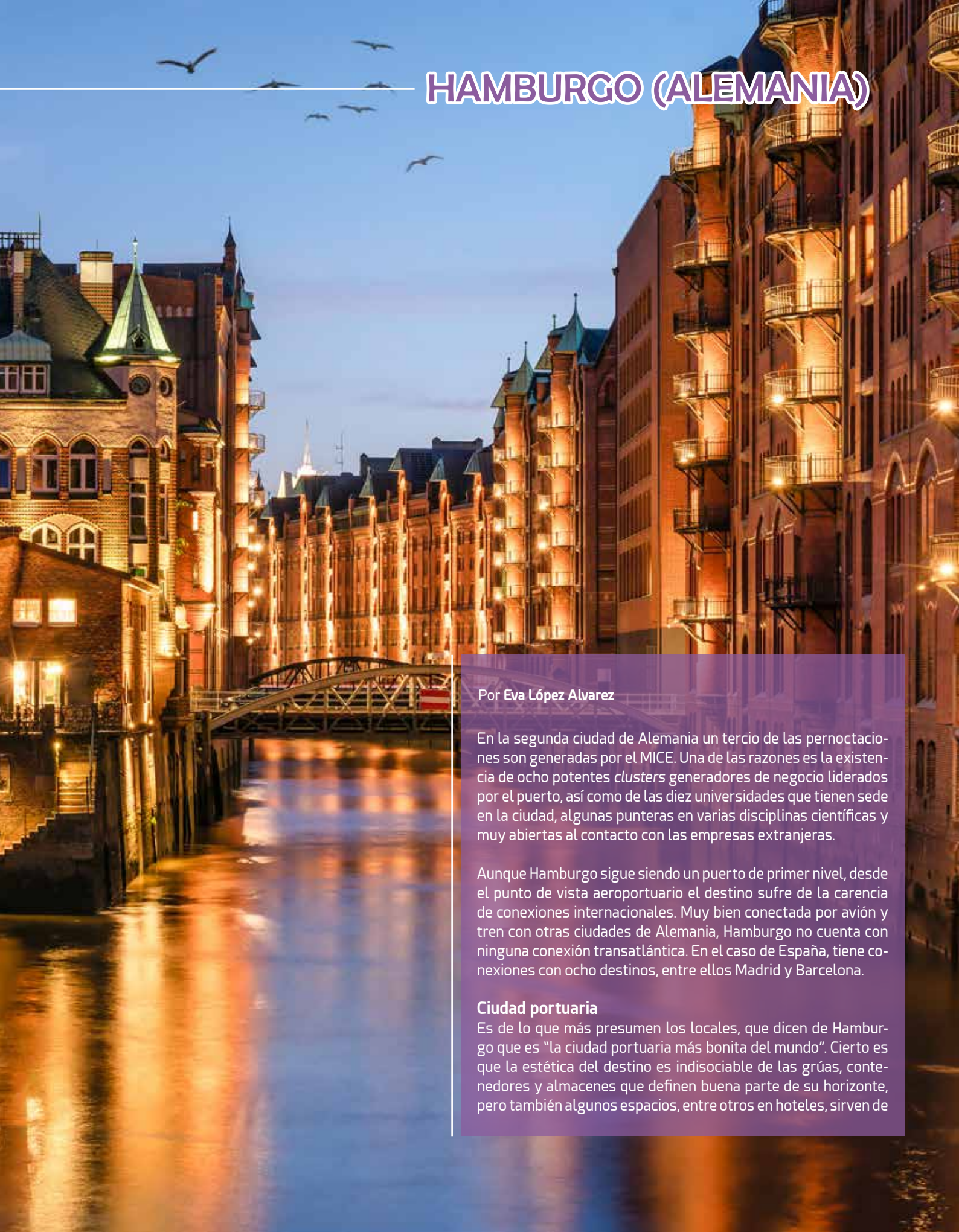
Para sentirse como locales los visitantes participan en un *rally* en los clásicos autos "Fico", el Mini favorito de los croatas, visitando pueblos típicos y haciendo paradas en lugares como la fortaleza de Klis, el río Jadro o la cueva de Vranjaca. Es importante la colaboración de conductores y copilotos para no perderse y llegar los primeros a la siguiente parada. En el destino final, se embarcan en la construcción de *suhodiz* restaurando partes que han sido destruidas. Para que el muro no se venga abajo es necesario ingenio, habilidad y trabajo en equipo, colocando las piedras de tamaño adecuado o cavar hasta conseguirlas, combinándolas de la mejor manera para que se sujeten unas a otras. Es un arduo trabajo compensado con una degustación de productos típicos.

PURO INCENTIVO



LA ALEMANIA ACUÁTICA

El que fue uno de los principales puertos del mundo ha sido el germen de una ciudad vibrante, moderna y ejemplo de recuperación de un pasado que se vuelve presente en un cuadro dominado por los rojos del Speicherstadt y los brillos de las aguas de ese río que ejerce de mar llamado Elba.



HAMBURGO (ALEMANIA)

Por Eva López Álvarez

En la segunda ciudad de Alemania un tercio de las pernoctaciones son generadas por el MICE. Una de las razones es la existencia de ocho potentes *clusters* generadores de negocio liderados por el puerto, así como de las diez universidades que tienen sede en la ciudad, algunas punteras en varias disciplinas científicas y muy abiertas al contacto con las empresas extranjeras.

Aunque Hamburgo sigue siendo un puerto de primer nivel, desde el punto de vista aeroportuario el destino sufre de la carencia de conexiones internacionales. Muy bien conectada por avión y tren con otras ciudades de Alemania, Hamburgo no cuenta con ninguna conexión transatlántica. En el caso de España, tiene conexiones con ocho destinos, entre ellos Madrid y Barcelona.

Ciudad portuaria

Es de lo que más presumen los locales, que dicen de Hamburgo que es "la ciudad portuaria más bonita del mundo". Ciertamente es que la estética del destino es indisociable de las grúas, contenedores y almacenes que definen buena parte de su horizonte, pero también algunos espacios, entre otros en hoteles, sirven de



ejemplo de cómo reconvertir un pasado y presente industriales en base a diseños de gran atractivo.

El tradicional puerto de Hamburgo fue durante más de un siglo la principal puerta de entrada del café en Europa y uno de los más importantes del mundo. Hoy en día ya no queda actividad en la zona del antiguo puerto y el actual ha sido desplazado a cuatro kilómetros del centro.

El distrito de Hafen, entre lo que era el puerto y las zonas de depósito, es hoy uno de los barrios de moda y alberga hoteles innovadores como el **25hours**, que homenajea el carácter industrial de la zona con contenedores recuperados, cemento, cañerías a la vista, ascensores que parecen de obra, una original sauna de inspiración portuaria... Se trata de un hotel de marcada personalidad como la que se percibe en la pequeña sala de reunión habilitada en el interior de varios contenedores. El espíritu *vintage* de las áreas comunes incluye que los huéspedes puedan competir ante una consola Atari.

El hotel cuenta con 170 habitaciones que se completan con las 45 que tiene otro edificio cercano perteneciente a la misma propiedad. Se trata de un pequeño hotel inaugurado en 2017 en lo que era una antigua sede de oficinas para trabajadores de la marina. Hoy recuerda a un barco de crucero en su estilo más romántico.

En ambos hoteles se pueden alquilar bicicletas y coches Mini. Estos últimos son gratuitos gracias al acuerdo suscrito entre la cadena 25hours y BMW.

Otro de los atractivos del distrito es ser parte del recorrido del bus anfibio que penetra en las aguas del río Elba: el **HafenCity RiverBus** tan pronto transita por las calles como se sumerge en el agua sorprendiendo a los 50 pasajeros que pueden circular en él. Una de las paradas obligatorias es el famoso **Fischmarkt**, o mercado de pescado, y el más antiguo de la ciudad. El mejor momento para visitarlo es en la mañana del domingo -hasta las 9h30-. Reúne todo tipo de artículos, no solo de comida, y muchísima animación.



Speicherstadt

Se trata del mayor complejo de almacenes del mundo con una arquitectura homogénea. Su nombre significa literalmente "ciudad de almacenes" y su particular estética a base de ladrillo rojo combinado con el color del agua de los canales del Elba le han valido el reconocimiento de la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad.

El río Elba es una suerte de mar que no solo divide la ciudad sino que ejerce de límite entre el núcleo urbano y el área portuaria. También delimita los anillos que componen el Speicherstadt y que se comunican a través de bonitos puentes de metal cuyos brillos también contribuyen cada noche a la particular atmósfera de esta zona.

En un pequeño islote formado por el río y rodeado de la bonita arquitectura, **Wasserschloss** es un venue singular con un piso superior de madera que se puede privatizar completamente. La parte baja es un restaurante y tienda de té con dos terrazas que también se pueden utilizar para



Mi
Hamburgo

José Ruiz

Responsable de desarrollo de negocio
de MR Congress & Incentive

¿Por qué ir a Hamburgo?

Porque es una ciudad cosmopolita por su influencia portuaria, moderna, cultural y con una vibrante vida nocturna

Mi lugar favorito

El lago Außenalster, un espacio para disfrutar al aire libre

Mi actividad favorita

Madrugar los domingos para visitar el Fischmarkt, el mercado más tradicional de Hamburgo

Los grupos no se pueden ir de Hamburgo sin:

- Recorrer el puerto en un histórico barco de vapor
- Disfrutar de una visita privada de la imponente Filarmónica
- Visitar el legendario barrio de Sankt tras las huellas de los Beatles

eventos. Con la caída del sol la calma impregna esta parte de Hamburgo, actualmente sede de oficinas, que tiende a inundarse en época de lluvias.

Edificios singulares

Son varios los edificios que han merecido el reconocimiento de únicos en el mundo. La **Chilehaus**, magnífico ejemplo de arquitectura expresionista, albergó en la primera mitad del siglo pasado oficinas relacionadas con la actividad del puerto. Hoy sigue teniendo el mismo uso y su singularidad acapara muchas de las fotos que se hacen de Hamburgo:

hoy sigue siendo posible admirar edificios como este o la antigua aduana **Ehemaliges Hauptzollamt**, hoy un bonito *venue* junto al río gestionado por Nord Event, que cuenta con varios lugares singulares para eventos en la ciudad. Los diferentes espacios, interiores y exteriores, que componían la aduana se prestan a formatos muy diferentes pero todos impregnados de la atmósfera del Speicherstadt.

Desde este barrio las torres decoran el horizonte allá donde se mire: coronan las iglesias protestantes que salpican Hamburgo, destacando las de la iglesia de Santa Catalina,



Chilehaus

tiene diez pisos de altura y es famoso por su apuntado extremo, que recuerda a la proa de un buque, y las fachadas que se unen generando un ángulo muy agudo, dando lugar a una sensación de ligereza que llama la atención en lo que en realidad es una imponente construcción de hormigón armado y ladrillo.

Gracias a que la zona fue relativamente bien preservada durante los bombardeos de la Segunda Guerra Mundial

del actual ayuntamiento y la aguja que quedó de la catedral tras los bombardeos y hoy sirve de homenaje a la paz, además de ser con sus 80 metros de altura el observatorio más famoso de la ciudad.

Elbphilharmonie

El antiguo hangar de café y cacao sirve hoy de base a un impresionante edificio multiusos que alberga la Filarmónica de Hamburgo, apartamentos de lujo y el hotel **Westin**:

inaugurado en 2016, cuenta 244 habitaciones ubicadas entre los pisos 6 a 19. La mayoría ofrecen vistas al puerto.

Todos los espacios para eventos se concentran en el piso 7, con ocho salas. La mayor se utiliza para sesiones de 130 personas en teatro mientras que la *suite real* se reserva para cócteles con 30 invitados y las mejores vistas.

El hotel cuenta con un *running concierge* para grupos de hasta 35 personas, incluyendo en el itinerario los lugares más emblemáticos de la ciudad. Sesiones de taichí y yoga se organizan en los espacios de reunión.

Un antiguo hangar de café es hoy un impresionante edificio multiusos que alberga la Filarmónica de Hamburgo

El más pequeño de los salones de la Elbphilharmonie, de 550 plazas, se alquila frecuentemente para eventos privados. La sala principal, de 2.100 asientos, alberga los conciertos de las tres orquestas residentes.

En el piso 20 se ofrece otro espacio con balcón anexo y vistas al puerto para que grupos de hasta 30 personas puedan divisar la curiosa forma del tejado de esta estructura ícono de la ciudad.

Sin duda, incluir en un programa de incentivo una de las sesiones musicales de este recinto de excelente acústica es ineludible en este destino.

Novedades de Hamburgo

Entre las novedades de la ciudad figura **The Fontenay**, un hotel de diseño y cinco estrellas inaugurado en 2018. Curvas y círculos inspirados en el *feng shui* y las formas del vecino parque hacen de este hotel un referente de la estética más moderna y el lujo sobrio en la ciudad.

El salón público está coronado por una impresionante lámpara que puede decorar los eventos de hasta 80 personas que se organizan en él. Además, alberga cuatro salones con capacidad para 120 personas en el mayor. El bar panorámico del sexto piso, con terraza para cenas de hasta 100 comensales, puede recibir a 70 en el interior. Otro restaurante panorámico en el piso superior se ofrece para grupos más pequeños.

La generosidad en los espacios se destila en todo el hotel, incluyendo las 130 habitaciones que lo componen. Los grandes ventanales que generan la sensación de edificio abierto al exterior contribuyen a ello.

Los alrededores se prestan a programas de integración entre viajeros basados en el contacto con la ciudad más

relajada: en el gran lago vecino se organizan actividades de *teambuilding*, así como se puede circunvalar en bicicleta o ser escenario de pícnicos campestres.

Otra de las novedades del destino es la ampliación y renovación del **Congress Center Hamburg (CCH)**, situado en el centro de Hamburgo junto al bonito parque Planten und Blomen. Comparte la mayor área verde de la ciudad con el recinto ferial Messe Frankfurt ofreciendo un privilegiado entorno a congresistas y asistentes a ferias profesionales. Este año abrirá sus puertas el **Radisson Blu** de 526 habitaciones que estará conectado con el CCH.

En pleno centro abrió sus puertas en 2018 el **Tortue Hamburg**. Este hotel *boutique* ocupa un edificio histórico en el centro de la ciudad, rodeado de las calles comerciales más

Datos de interés



Moneda
Euro (EUR)

Huso horario
GMT +1



Tipo de enchufe
Clavijas tipo F
Voltaje común 230 V

Aeropuerto más cercano
Hamburgo ((HAM))



Más información

HAMBURG CONVENTION BUREAU
Sarah Meyn
Marketing Manager Conventions
Tel. +49 40 300 51 410
sarah.meyn@hamburg-convention.com
www.hamburg-convention.com

elegantes. Se respira exclusividad en las 126 habitaciones decoradas con grises, rojos y morados y dotadas de baños de mármol. Cuenta con dos restaurantes (asiático y francés) y tres bares, entre ellos uno “secreto” para eventos de hasta 110 invitados en cóctel. El establecimiento se jacta de ofrecer una *slow experience* en homenaje a los adinerados franceses que paseaban sus tortugas por la ciudad en el siglo XIX.

Pasado, presente y futuro

Referencia para los viajeros profesionales desde 1985 y cerca del CCH, el hotel **Grand Elysée**, de cinco estrellas, alberga el mayor salón para eventos de la ciudad. Cuenta con 511 habitaciones y 30 salas. En el espacio Top Seven, 40 personas pueden disfrutar de un cóctel con vistas. El establecimiento presume de contar entre sus tres restaurantes con la mejor propuesta de carne de Alemania -Theo's Prime Beef Steakhouse-.

Si bien fue inaugurado en 2013, **Clouds** es uno de los clásicos en lo que a cócteles y *afterworks* con vistas se refiere.

Es un espacio en un piso 22 que puede recibir a 90 comensales en una cena de gala. El restaurante especializado en carnes del piso 23 cuenta con 105 cubiertos. La azotea, solamente accesible por escaleras, se utiliza para cócteles con 200 invitados.

Nuevos hoteles y *venues* verán sin duda la luz en **Hafen-City**: próximo al Speicherstadt es uno de los mayores desarrollos urbanísticos del mundo, el mayor dentro de una ciudad en Europa, sobre los distintos canales generados por la canalización del Elba.

HafenCity es ejemplo de *smart city* y el mayor desarrollo urbanístico dentro de una ciudad en Europa

La construcción de este distrito se inició en 1999 en base a preceptos de *smart city* y sostenibilidad. Todos los edificios han sido elevados hasta cuatro metros generando espacios que hoy albergan aparcamientos y para evitar que el área se inunde con las crecidas del Elba.

Cuando se complete el proyecto en 2030 Hamburgo se habrá consolidado como un destino referente de sostenibilidad y calidad de vida urbana.

Sankt Pauli

Sankt Pauli es un distrito legendario de Hamburgo que ejerció de barrio rojo en los momentos de mayor actividad del puerto original. Por aquí se dejaban caer marineros ávidos de diversión y compañía... y Los Beatles. Se dice que John Lennon afirmó “crecí en el Liverpool pero maduré en Hamburgo”, y más concretamente en Sankt Pauli. Entre agosto de 1960 y diciembre de 1962 el grupo actuó asiduamente en cuatro clubes de una ciudad que en aquel momento tenía fama de rendirse al vicio y la delincuencia.

Hoy es un distrito que concentra los bares y clubes más alternativos, restaurantes de moda y reminiscencias tangibles de su pasado en calles como Herbertstrasse, con paneles que indican que “este no es lugar para mujeres ni menores”.

Aunque sigue jugando con su reputación de lugar de concentración de antros de perdición, hoy es ante todo un barrio curioso y muy turístico que contrasta con la elegancia refinada que se respira en el norte de la ciudad, allí donde los espíritus se alejan al máximo de la atmósfera portuaria, al menos en apariencia...

ENTRY
FOR
MEN
UNDER
18
AND
WOMEN
PROHIBITED

ZUTRITT
FÜR
JUGENDLICHE
UNTER
18
UND
FRAUEN
VERBOTEN



1er Congreso Latinoamericano de DMCs

27 y 28 de mayo 2020

CENTRO CITIBANAMEX CIUDAD DE MÉXICO

contacto@amdemac.org

Tel: (55) 6330 5560

Agradecemos el apoyo de:



congresodmc.com

CÓMO SER UN BUEN LÍDER

No basta con ser jefe para poder ser calificado como un auténtico líder. Hay que demostrarlo a través de acciones, ciertas cualidades y la capacidad de inspirar a otros. Aún así, para las nuevas generaciones decepcionadas por dirigentes del pasado, tal vez esto ya no es suficiente.

Por **Cristina Cunchillos**

Gandhi, Nelson Mandela, Che Guevara, Donald Trump, Hitler... todos son, o fueron, ejemplos de liderazgo capaces de inspirar de un modo u otro a millones de personas. En la sociedad moderna, algunas celebridades cuentan con cientos de miles de seguidores que copian su estilo, sus gustos, sus opiniones... Pero para ser un buen líder hace falta algo más que tener un gran séquito.

Ser líder no es lo mismo que ser jefe y el mero hecho de ostentar un título o cargo superior no es sinónimo de liderazgo. No se trata de dirigir o imponer, ya sea una forma de ser o de actuar, sino de inspirar a otros a través del ejemplo. Son las acciones, y no las palabras, las que verdaderamente definen a un líder.

Los líderes, ¿nacen o se hacen?

A menudo se reconoce a ciertas personas como "líderes natos" y, ciertamente, hay quienes cuentan de por sí con características personales que les hacen más aptos para el liderazgo. Pero no todo está perdido para el resto: es posible aprender y desarrollar las cualidades de un buen líder.

Muchas actividades de *teambuilding* se destinan a ello. En estos programas no solo se trata de fomentar el espíritu de

equipo y la colaboración entre los participantes, sino que se asignan diferentes roles que fuerzan a los presentes a aplicar cualidades de dirección y demostrar que son capaces de inspirar y guiar a sus compañeros.

También se han publicado numerosos libros y estudios sobre ello y es un tema común en las ponencias. La autora española Margarita Mayo ofrece sus consejos para ser líderes auténticos en "Yours Truly: Staying Authentic in Leadership and Life" y en su web propone un cuestionario donde los profesionales pueden comprobar su auténtico nivel de liderazgo y recibir un informe personalizado.

Para ser un buen líder hace falta algo más que tener un gran séquito de seguidores

Líderes de ayer a hoy

Siempre ha habido líderes, en todas las épocas y en todas las culturas. Aunque hay valores que suelen ser comunes como

la honestidad o la fortaleza de espíritu, además del carisma, otras competencias pueden variar según las necesidades del grupo. En sociedades guerreras, por ejemplo, se buscaban líderes fuertes, tanto física como mentalmente, y valientes. En movimientos revolucionarios se puede valorar más la humildad y la lealtad a unas creencias firmes frente a los considerados como opresores.

Los valores también evolucionan con el tiempo. Lo que admiran en un líder las nuevas generaciones de *millennials* y *centennials* es diferente de lo que impresionaba a otros grupos en el pasado. Decepcionados por líderes globales que han perdido credibilidad tras conducir al mundo a una crisis económica, y al planeta al borde de un desastre ecológico, buscan mayor honestidad y compromiso.

Vivimos en la cuarta revolución industrial, un periodo en el que la tecnología influye constantemente en cómo nos relacionamos. Y esto hace necesario un nuevo tipo de líder.

Según una encuesta de la comunidad global de jóvenes Global Shapers, elaborada ante 30.000 personas de entre 18 y 35 años de edad, los criterios más importantes a la hora de considerar un trabajo son la compensación salarial (en el 49,3 % de los casos) y también el sentido de ese empleo y su impacto en la sociedad (el 40,6 %).

Vivimos en un periodo en el que se hace necesario un nuevo tipo de líder y los jóvenes lo reclaman

Los jóvenes quieren mejorar el mundo y para ello buscan líderes proactivos, con una clara visión de futuro y que sean capaces de afrontar la volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad actuales.

Las cualidades de un buen líder

Se pueden identificar varias áreas en las que un buen líder debe destacar a nivel general:



1. Autenticidad

Parece ser la palabra de moda, algo que se busca y se aplica en todo, también en el liderazgo. En un mundo que cambia constantemente, se valora más que nunca la transparencia en el mundo profesional.

Ser auténtico significa mantenerse fiel a sí mismo, a las propias creencias y principios, y también a lo que se representa, incluyendo los valores de la empresa. Un líder auténtico refleja su pasión por lo que cree con su comportamiento, estableciendo así un buen ejemplo a seguir.

2. Comunicación

La buena capacidad de comunicación es también esencial en un líder. Puede recurrir a ejemplos de su propia experiencia para comunicar o ilustrar mejor su mensaje, siempre y cuando no intente imponerlo a los demás. Ha de ser honesto a la hora de hacer una crítica constructiva o dar instrucciones, pero también saber adaptar su lenguaje a diferentes personas para evitar crear cualquier tipo de conflicto o resentimiento.

Ser auténtico significa mantenerse fiel a sí mismo, a sus propias creencias y valores

Pero lo más importante es que sea una comunicación bidireccional. Un buen dirigente debe ser capaz de escuchar, estar abierto a otras opiniones, e incluso buscar proactivamente el *feedback* de otros miembros del equipo como una herramienta más para estimular su propio



desarrollo personal. Dar a los subordinados la oportunidad de expresarse y demostrarles que su opinión es valorada y respetada ayuda a que haya más confianza entre todos y se sientan partícipes en las decisiones, incrementando su compromiso con la empresa.

3. Ansia de aprender

Un líder no lo sabe todo ni es perfecto. Por eso ha de estar siempre dispuesto a aprender. Las empresas crecen y evolucionan y hay que adaptarse a los cambios, a nuevos miembros, y evolucionar profesional y personalmente. Solo aprendiendo de manera constante se puede ser cada día un poco mejor y aportar más a quienes rodean al profesional.

En situaciones adversas, o incluso cuando comete un error, un buen líder es ante todo capaz de reconocer sus fallos o debilidades, pero también de buscar soluciones y aprender la lección para aplicarla en el futuro.

4. Parte del equipo

Un buen líder no es una persona distante. No existe un “yo” y un “ellos”. Además de dirigir con el ejemplo y ser el primero en

aceptar responsabilidad, también se asegura de que los éxitos son compartidos entre todos.

Según resume Simon Sinek, orador motivacional y autor de varios libros sobre liderazgo, el verdadero trabajo de un buen líder no es estar al mando, sino cuidar de las personas que están a su cargo.

Se estima que el 70 % de su tiempo debería emplearse en la gestión y el desarrollo profesional de los miembros de su equipo, de tal modo que pueda asegurarse de que tienen la capacidad y recursos necesarios no solo para hacer su trabajo bien, sino para brillar como trabajadores del sector al que corresponden.

En el último Foro Económico Mundial en Davos, Global Shapers presentó su visión del futuro en la que, en su opinión, más que grandes líderes lo que está detrás del éxito son grandes equipos. Cada miembro lidera de algún modo en su radio de influencia y todos deben trabajar de la mano para crear un entorno mejor.

Ese es, en definitiva, el mejor legado de un buen líder.

Solo aprendiendo de manera constante el líder puede aportar más a quienes le rodean



Margarita Mayo

Autora y profesora de liderazgo en IE Business School (España)

“La autenticidad es el antídoto a una crisis generalizada de confianza en el liderazgo”

¿Qué características personales considera esenciales para definir a un buen líder?

Se necesitan competencias personales en lo que llamo las tres H del liderazgo auténtico. La primera H corresponde a *heart* -corazón- y se refiere a la capacidad de inspirar confianza, de ilusionar a los demás y de demostrar pasión por lo que uno hace. La segunda H viene de *habits* -hábitos- y enfatiza que los líderes efectivos aprenden nuevos hábitos y prácticas cada día y potencian la innovación y el crecimiento. La tercera H procede de *harmony* -armonía- e incluye características personales que ayudan a crear armonía entre los miembros de una organización con una visión de futuro conjunta.

¿Qué valoran más las nuevas generaciones de profesionales?

Los *millennials* valoran mensajes auténticos, marcas auténticas y relaciones auténticas. El líder efectivo del siglo XXI es un líder que genera confianza siendo honesto consigo mismo y con los demás. La autenticidad es el antídoto a una crisis generalizada de confianza en el liderazgo. El líder directivo y transaccional basado en el poder formal está dando paso al líder auténtico y transformacional basado en el poder personal. El liderazgo ya no es una cuestión de títulos. Las nuevas generaciones de profesionales confían en líderes que son fieles a sus propios principios, capaces de adaptarse al cambio y comprometidos con los demás.

¿Cuál sería su principal consejo para quien busca conseguir ser un auténtico líder?

Embarcarse en un proceso continuo de aprendizaje en el que cultivamos nuestra personalidad y nuestras experiencias vitales para motivar a los demás a conseguir un objetivo común y mejorar así nuestra sociedad. He desarrollado un modelo empíricamente contrastado de liderazgo auténtico que incluye nueve competencias para poner en práctica las tres H: pasión, humildad, *storytelling* (la comunicación de la experiencia personal), una mentalidad de crecimiento, capacidad de aceptar el *feedback* de los demás, resiliencia, ejemplaridad, valores comunitarios y preocupación por el legado que se deja.



GRUPO
PUNTO MICE



PUNTO MICE

Revista bimestral, web y redes sociales.
37.000 profesionales nos leen en
España, Argentina, Chile, Colombia, México y Perú

www.puntomice.com

PUNTO DMC

Directorio anual de agencias receptoras (DMCs)
hispanohablantes presentadas por
continentes y países

www.puntodmc.com



INFORMES



Estudios en profundidad sobre tendencias
del sector MICE que interesan a
los profesionales hispanohablantes

WEBINARS MICE

Cursos y presentaciones *online* destinados
a los agentes de viajes especializados



Somos *media partner* de

site coccal

OMPI
IBERIAN
CHAPTER

SpainDMCs

imex

ibtm

FIEXPO
Latin America

T&MBF
TRAVEL & MICE BUSINESS FORUM
Experiencia y liderazgo

Con estilo

MALETAS INTELIGENTES

Por **Rocío López Alemany**

Las maletas ya no solo sirven para transportar contenido: son estaciones de trabajo en las que cargar los dispositivos móviles que informan al viajero de dónde se encuentran sus pertenencias en todo momento. Algunas hasta informan sobre el vuelo ¿quién dijo que el equipaje era básicamente un bulto? Es tecnología sobre ruedas.

SkyTrek

Descripción:

Esta maleta inteligente lleva integrada una alarma anti-pérdida que comienza a sonar cuando la persona se aleja y puede ser abierta utilizando la huella digital. Se convierte en una estación de trabajo móvil en cualquier lugar gracias a la superficie plana que ejerce de mesa sobre la que colocar los dispositivos, que se pueden cargar con una batería extraíble. Incorpora una báscula para controlar el límite de peso. En su interior alberga numerosos compartimentos de diferentes tamaños para separar el contenido. Cuenta además con un perchero para colgar camisas y chaquetas

Tamaño: 34 x 25 x 55 cm

Peso: 4,1 kg

Energía de la batería: 5.200 mAh

Qué nos gusta:

Su apertura vertical hace que sea muy fácil guardar el portátil, pasaporte u otros objetos



Plevo Runner

Descripción:

En un intento de ser referente en cuanto a la seguridad del contenido, introduce varias alternativas de desbloqueo, integra un GPS y está construida con policarbonato, material fuerte y compacto. El usuario puede abrirla a través de huella dactilar, reconocimiento facial y código morse. Las ruedas integran un sensor de peso. Cuenta con una batería extraíble

Tamaño: 33,2 x 55,9 x 22,8 cm

Peso: 4,2 kg

Energía de la batería: 8.000 mAh

Qué nos gusta:

El bolsillo exterior vertical

Incise ProConnected

Descripción:

Construida a base de poliéster y policarbonato, esta maleta está pensada para durar en el tiempo. Sus ruedas son recambiables y con capacidad de giro de hasta 360 grados, lo que hace que el equipaje se pueda trasladar con facilidad. Su superficie plana la convierte en una estación móvil de trabajo en la que además se pueden cargar varios dispositivos electrónicos a través de batería extraíble

Tamaño: 55,9 x 35,6 x 22,9 cm

Peso: 3,6 kg

Energía de la batería: 20.100 mAh

Qué nos gusta:

Además de la batería, la maleta cuenta con puertos de conexión USB-C y USB-A



Delsey Pluggage

Descripción:

Cuenta con un rastreador GPS extraíble que permite localizar la maleta a través del *smartphone*. La cerradura solo se puede desbloquear mediante huella digital o por *bluetooth* a través de la *app* móvil. El usuario puede además añadir una contraseña de tres dígitos. A través de la aplicación y de la pantalla que integra la maleta también se muestra cuánto pesa el equipaje. Incorpora varios puertos USB para la recarga de dispositivos móviles

Tamaño: 55 x 35 x 25 cm

Peso: 3,6 kg

Energía de la batería: Pilas alcalinas

Qué nos gusta:

La maleta puede ser configurada para ser abierta con distintas huellas digitales de tal modo que otros viajeros puedan utilizarla

Samsara Smart

Descripción:

A través de su *app* permite rastrear el equipaje en todo momento y advierte de si la maleta ha sido abierta. Construida con aluminio especialmente ligero y resistente a golpes y caídas, ofrece seguridad extra al contenido. La batería incluida permite la recarga de dispositivos

Tamaño: 23 x 33 x 55 cm

Peso: 4 kg

Energía de la batería: 10.000 mAh

Qué nos gusta:

La luz LED interior que se enciende cuando se abre en situaciones de oscuridad



El tablón de

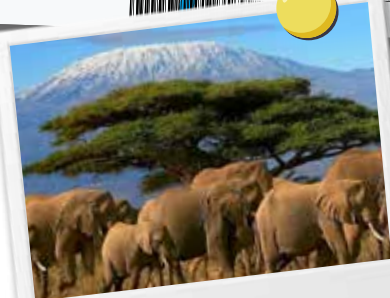
En FITUR comprobamos que se mueve mucho MICE en esta feria. Además, asistimos a nuevos formatos de presentación que nos gustaron mucho, como los elegidos por Meliá para hablar de su compromiso con la sostenibilidad o por Accor para enseñarnos las ventajas de su nuevo programa de fidelidad.

Nuestros webinars están siendo todo un éxito de participación. Este año ya se han presentado Colombia y Polonia y en marzo será el turno de Hungría



¡Nos vamos a Polonia!

PUNTO MICE



¡Nos vamos a Tanzania!



Participamos en el 32º Congreso de OPC Spain que tuvo lugar en Santiago de Compostela (España)



Ya estamos culminando la recogida de los datos de los DMCs hispanohablantes que compondrán la 4ª edición de PUNTO DMC

LANZAMIENTO
12 de mayo
MEX Frankfurt

Este año hemos renovado la web de la revista y ahora muchos contenidos de la edición en papel están en

www.puntomice.com



Además, tenemos una nueva página corporativa en la que presentamos el grupo editorial

www.grupopuntomice.com



AGENDA INTERNACIONAL



VENUESCONNECT

10 de marzo

La primera edición en España de este encuentro entre *venues* y *event planners* reunirá a 140 organizadores de eventos y 70 representantes de espacios de todo el país, que podrán conectar a través de citas *one-to-one* pre-establecidas, sesiones formativas y motivacionales, complementadas con un *teambuilding* gastronómico.

Sede: Antiguo Convento de Boadilla del Monte (Madrid)



ENCUENTRO ANUAL ICCA CAPÍTULO IBÉRICO

1 a 3 de abril

Este año la convención del Capítulo Ibérico de ICCA, la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, tendrá lugar en Palma de Mallorca. Además de la asamblea general de la asociación, el encuentro incluirá un programa educativo.

Sede: Palacio de Congresos de Palma de Mallorca (España)



IBTM ASIA PACIFIC

6 a 8 de abril

La primera edición del nuevo salón de IBTM para el mercado MICE en la región de Asia y Pacífico reunirá a *meeting planners* y proveedores, tanto locales como internacionales, en Singapur durante dos días de citas pre-concertadas, sesiones educativas y oportunidades de *networking*.

Sede: Marina Bay Sands Expo & Convention Centre de Singapur



IMEX FRANKFURT

12 a 14 de mayo

Más de 5.000 decisores se reunirán un año más con los 3.400 expositores procedentes de 170 países. 250 sesiones educativas componen el completo programa formativo de este evento. Grupo PUNTO MICE es *media partner* del evento.

Sede: Messe Frankfurt (Alemania)



IBTM AMERICAS

27 y 28 de mayo

Con Las Vegas como destino invitado, un año más la principal feria del sector MICE en México tendrá lugar en mayo. En la última edición fueron 750 los compradores de todo el mundo que pudieron descubrir la oferta de los 527 expositores presentes, además de asistir al amplio programa educativo. Grupo PUNTO MICE es *media partner* del evento.

Sede: Centro Citibanamex de Ciudad de México



I CONGRESO LATINO-AMERICANO DE DMCs

27 y 28 de mayo

AMDEMAC (Asociación Mexicana de DMCs) organiza la primera edición del congreso continental de agencias receptoras, en el mismo marco de IBTM Americas. Un completo programa de presentaciones y debates servirá para analizar el sector desde el punto de vista de quien recibe y los retos que afronta. Grupo PUNTO MICE es *media partner* del evento.

Sede: Centro Citibanamex de 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 se traslada a Colombia para su 13ª edición. Incluirá el 7º Foro Político Latinoamericano de Turismo de Reuniones. Entre los compradores invitados se incluyen directivos de asociaciones, *meeting planners* y organizadores de eventos corporativos y congresos. Grupo PUNTO MICE es *media partner* del evento.

Sede: Centro de Convenciones Las Américas de Cartagena de Indias (Colombia)

PUNTO MICE

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



¡Ahora también en Instagram!
miceinfluencer

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

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

Precio de la suscripción anual:
6 números

España: **36 €**
Sudamérica y México: **50 \$**

suscripciones@puntomice.com

Volamos a 37 destinos dentro de Argentina

Somos la aerolínea que más ciudades
y horarios ofrece en el país



**Aerolíneas
Argentinas** 



Un evento, cientos de detalles que cuidar...

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



- 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.

Rewards **BAHIA PRINCIPE**
Pro Agents

Queremos premiar tu fidelidad!
Regístrate ahora en: www.bahia-principe.com/b2b

Únete a nuestro grupo cerrado de Facebook Bahía Principe Rewards para recibir las últimas noticias, actualizaciones y eventos!