



La voz del sector

El rol de los destinos en la
recuperación de la industria

Destinos

Ámsterdam
Sevilla (España)

Puro incentivo

Valle Sagrado (Perú)

Análisis

Alternativas al avión

Día a día

Cómo triunfar con una
ponencia virtual

VALLADOLID

VA!

DE CONGRESOS

Valladolid
un lugar para
trabajar,
un lugar para
disfrutar.

www.valladolidcongresos.com

congresos@valladolidturismo.com



Valladolid
OFICINA DE
CONGRESOS
CONVENTION BUREAU



Ayuntamiento de
Valladolid



VALLADOLID
ciudad amiga del turismo



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: Paula Braña

PRODUCCIÓN: José Carlos Suárez

CORRECCIÓN: Claudia Cabrero

ADMINISTRACIÓN: Eugenio Salazar

administracion@puntomice.com

REDACTOR JEFE: Vincent Richeux

vincent.richeux@puntomice.com

HA COLABORADO EN ESTE NÚMERO:

Cristina Cunchillos

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 Andalusí

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

DEPÓSITO LEGAL M-12379-2014

Somos medio asociado a



Y media partner de



Foto de portada: Ámsterdam



EDITORIAL



¡Feliz año con ganas!

Con ganas les deseo un 2021 lleno de salud, además de un nuevo año en el que no se pierdan las ganas de avanzar profesionalmente que hemos percibido en el sector al cerrar el 2020. Admiramos y nos inspiramos de todos aquellos que, en lugar de limitarse a repartir culpas o dedicarse únicamente a reclamar cómo deberían ser las cosas, han optado por renovar su oferta, mejorar su formación, analizado sus fuerzas y debilidades, fomentado el acercamiento con el cliente y examinado las posibilidades de colaboración que les hacen crecer.

Empezamos este año con muchísimas ganas y confianza en que nuestro sector pasará la página de la pandemia con lecciones aprendidas. Nosotros no esperamos volver a la vieja normalidad, sino que aspiramos a crear una nueva mejorando aspectos de la anterior. Confiamos en que, con todo lo aprendido en estos últimos meses, las empresas que organizan convenciones puedan aumentar su impacto; que los contratantes de un evento vean transmitido su mensaje de manera clara e inolvidable; que los viajes de incentivo vuelvan a ser un modo único y responsable de recompensar; que los congresos vuelvan a convertirse en fuente de desarrollo, conocimiento y relaciones que hacen crecer a la sociedad... es nuestra lista de deseos para este 2021.

Queremos más que nunca ser quienes podamos contar la recuperación de un sector que, superada con valentía la fase de preparación, está listo y motivado para escuchar ese pistoletazo de salida que vendrá con las vacunas, el restablecimiento de las conexiones aéreas y la reapertura de recintos feriales, centros de convenciones, hoteles y *venues*.

Por nuestra parte sabemos que si conseguimos aportarles información fiable les ayudaremos a tomar mejores decisiones. Ése es el empeño que nos guía. Afrontemos este nuevo año con optimismo y con ganas ya que, si hemos superado el 2020 ¡estamos listos para el 2021!

Eva López Álvarez
Editora



Un evento, cientos de detalles que cuidar...



Regresamos con la misma ilusión y lo hacemos con todas las medidas de seguridad e higiene para que tu evento sea un éxito.

Te ofrecemos

- Ubicaciones excepcionales en Caribe y España garantizando entornos sanos y sostenibles.
- **Potenciamos Cliente 360 Digital:**
Pre check in digital, pulseras inteligentes.
E-Concierge: reserva e información de servicios a través de nuestra APP.
Menús y cartas con códigos QR.
- Implantación de nuevos protocolos de seguridad e higiene en sala de reuniones y en todos nuestros espacios para eventos.
- Priorizamos la celebración de eventos en nuestros maravillosos espacios al aire libre.
- Atención cuidada y personalizada para disfrutar de una estancia segura y confortable.
- Servicios de atención medica 24h.



En **Bahia Principe** todo está cambiando, pero lo esencial se mantiene intacto con el único objetivo de velar por la salud de nuestros clientes.



BAHIA PRINCIPE
HOTELS & RESORTS

6 ACTUALIDAD

Noticias del sector y entrevistas a proveedores de referencia

14 LA VOZ DEL SECTOR

EL ROL DE LOS DESTINOS EN LA RECUPERACIÓN
Los promotores confirman que los organizadores esperan retomar las operaciones presenciales mientras ellos transmiten las garantías necesarias

DESTINO: ÁMSTERDAM

20



Un combinado de tradición e innovación se suman en una ciudad cosmopolita que mantiene a la vez un ambiente de pequeño pueblo

SUMARIO

Nº 41

Edición Enero / Febrero 2021

12 LA VENTANA DE LAS ASOCIACIONES

Las agrupaciones se asoman a "hablarle" al sector

32 APPS

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

42 DESTINO: SEVILLA (ESPAÑA)



La capital de Andalucía ofrece un concentrado de los ingredientes que más atraen del sur de España sin renunciar a novedades para seguir creciendo en el sector MICE

PURO INCENTIVO: VALLE SAGRADO (PERÚ)

54



En el centro de México se encuentra una interesante encrucijada reconocida como Patrimonio de la Humanidad y rodeada de arte y viñedos

34 ANÁLISIS



ALTERNATIVAS AL AVIÓN

El transporte en tren, autobús y coche se ofrece como una opción para grupos ante la pandemia que hará todo lo posible por quedarse para siempre



62 DÍA A DÍA

Cómo triunfar en una presentación virtual o cómo todo cambia cuando el público no está presente y hay que atraer su atención

66 CON ESTILO

Gadgets antiestrés para orientar la atención hacia otro lado y reducir con ello la ansiedad

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

Iberia ofrece viajar sin maletas desde España

El nuevo servicio, en asociación con Bob.io, permite a los clientes facturar su equipaje desde la casa u oficina

Iberia se ha aliado con la *start-up* española Bob.io para ofrecer a los viajeros la posibilidad de facturar su equipaje desde su casa u oficina y viajar desde España sin equipaje. Se aspira a reducir la interacción en el aeropuerto y maximizar la seguridad y comodidad de los pasajeros, implantando una experiencia de viaje *touchless* (sin contacto).



De momento, podrán reservar el servicio Bob.io todos los pasajeros de vuelos operados por Iberia y salida de los aeropuertos de Madrid, Barcelona, Gran Canaria, La Coruña y Bilbao, durante el proceso de *check-in*.

Los conductores de Bob.io acudirán a por el equipaje al lugar y en el horario seleccionado, verificando la identidad del cliente y procediendo a desinfectar y precintar las maletas, para posteriormente ser recogidas en el aeropuerto de destino.

Lufthansa ofrece camas a bordo en clase turista

Con Sleeper's Row, a prueba en la ruta Fráncfort-Sao Paulo, los viajeros pueden bloquear varios asientos

Lufthansa ofrece a los pasajeros en sus vuelos entre Fráncfort en Alemania y Sao Paulo en Brasil la posibilidad de bloquear tres o cuatro asientos en clase *economy* para utilizarlos como cama durante el trayecto, de doce horas de duración. El nuevo servicio estuvo a prueba en los aviones Boeing 747-8 de la compañía que operan esta ruta durante el mes de diciembre. Se podría ofrecer en otros vuelos de largo recorrido en el futuro.



Para optar a la nueva opción de asiento-cama, denominada *Sleeper's Row*, no es necesario reservar varias plazas, sino que basta con pagar un suplemento. Las filas de asientos contiguos, bien junto a la ventanilla o en la sección central, no se reservan por adelantado, sino que el pasajero ha de esperar al *check-in*, o incluso el embarque, para confirmar si hay disponibilidad.

ENTREVISTA

Manuel Ambriz

Director Comercial de Vueling

"Ante cualquier imprevisto, el cliente contará con alternativas"



¿Qué novedades ofrece Vueling a los grupos MICE para este 2021?

Ante cualquier imprevisto que pueda surgir, el cliente contará con alternativas como la cancelación de su reserva hasta 48 horas antes de la salida del vuelo, pudiendo cambiar de fecha, ruta, e incluso de pasajero. También hemos puesto a disposición de nuestros clientes un seguro de cancelación en caso de enfermedad, así como una asistencia de viaje que cubre todos los gastos en caso de enfermar durante el viaje (en ambos casos, incluso si es por Covid-19).

¿Qué tendencias perciben en cuanto a los viajes de incentivo?

La recuperación irá a un ritmo paulatino, aunque esperamos que sea firme. Por el momento, la reanudación de los eventos apunta a que se producirá primero en España, a pesar de que muchos de ellos todavía mantendrán los formatos híbridos y que por supuesto deberán contar con medidas que limitarán el aforo. Siguiendo esta línea, el turismo internacional se reactivará en segundo lugar, como consecuencia de las restricciones de entrada y salida que todavía vemos en los diferentes países en Europa.

¿Cómo puede la industria aérea contribuir a la necesitada recuperación del sector MICE?

Mediante tres ejes principales. El primero: la seguridad sanitaria. Diversos estudios han demostrado que la seguridad dentro de los aviones se garantiza a través de cinco puntos principales: el sistema de ventilación del propio avión, la desinfección diaria y reiterada de las aeronaves, el uso de las mascarillas, la monitorización de los pasajeros y la concienciación de los mismos. En segundo lugar, la flexibilidad a la hora de ofrecer alternativas. Y, en tercer lugar, la conectividad como palanca para la dinamización y posterior recuperación de la economía.

Meliá apuesta por los eventos híbridos

Marriott y Accor también han creado fórmulas para que los huéspedes puedan hacer uso de todas las instalaciones del hotel mientras acceden a las habitaciones en horario laboral

Meliá Hotels International presentó Meliá Hybrid Solutions, una gama de soluciones tecnológicas para transformar reuniones y eventos en formatos híbridos de última generación, incluyendo hologramas, escenarios virtuales o realidad aumentada. La cadena colabora con Fluge Audiovisuales, expertos en tecnología virtual, para ofrecer una solución profesional, efectiva e interactiva que permita conectar a audiencias situadas en cualquier parte del mundo.



En este nuevo catálogo de soluciones se encuentran los nuevos Set's Studios para eventos híbridos, que permiten conexión simultánea desde varias sedes, así como conexión virtual desde cualquier lugar, gracias a la tecnología *livestream*. Permite retransmitir en directo el evento a través de diferentes plataformas, entre ellas las redes sociales, la web del cliente o un *microsite* creado para la ocasión. Además, se ofrecen opciones de personalización a base de hologramas, diseño de interfaces y escenarios virtuales o realidad aumentada.

Meliá cuenta con más de 173.000 m² para reuniones y eventos en más de 170 hoteles en todo el mundo. La compañía ha adecuado estos espacios a las nuevas necesidades del entorno *post-Co*-vid-19 a través del programa Stay Safe With Meliá, que garantiza las medidas de higiene y seguridad y, por otro lado, tecnologías innovadoras para permitir la conexión virtual de una parte de la audiencia, una tendencia al alza debido a las restricciones de movilidad y reducción de aforos.

Expansión en Asia

El grupo hotelero anunció la firma de dos nuevos hoteles en Vietnam, el Gran Meliá Nha Trang y el Meliá Nha Trang, continuando así con su crecimiento en la región Asia-Pacífico. El Meliá Nha Trang contará con 370 habitaciones, así como espacios destinados al segmento MICE, mientras que el Gran Meliá Nha Trang contará con 96 villas en primera línea de costa.

Se integrarán en el complejo Vega City, conocido como la Ciudad de las Artes y el Entretenimiento, en la ciudad de Nha Trang en la costa sur de Vietnam. Con estos dos nuevos proyectos, Meliá Hotels International operará un total de 15 hoteles en el país.

La marca Hampton by Hilton se estrena en España

En Alcobendas, distrito de negocios al norte de Madrid, el hotel cuenta con salas de reunión

Hampton by Hilton Alcobendas, el primer hotel de la marca del sector *upper-midscale* de Hilton en España, abrió sus puertas el pasado mes de noviembre. Con 138 habitaciones, está ubicado en el corazón del distrito de negocios de Alcobendas, al norte de Madrid y cercano al aeropuerto y el recinto ferial IFEMA.



La marca es conocida por sus espaciosas habitaciones. Los huéspedes podrán utilizar libremente los espacios de *co-working* y salas de reuniones. También disfrutarán de desayuno gratuito con opciones saludables o bolsas de desayuno On the Run.

Como parte del programa Hilton CleanStay, se ofrece a la opción de hacer el *check-in* y acceder a la habitación sin contacto físico.

Bahia Principe renueva hotel en Rep. Dominicana

Es el primero de la cadena que reabre en la península de Samaná tras el cierre por la pandemia

El Grupo Piñero reabrió en diciembre el hotel Bahia Principe Grand El Portillo, ubicado en la región de Samaná (República Dominicana), tras una remodelación de las áreas comunes. Situado en uno de los enclaves más privilegiados de la península de Samaná y junto a Las Terrenas, uno de los pueblos más pintorescos del país, la reforma ha sido desarrollada bajo el concepto "Espejo del Mar". Según el grupo, cada una de las zonas comunes transmite a los huéspedes los colores y la luz del entorno gracias a la diversidad de texturas y materiales utilizados.

Con 462 habitaciones, es el primero de los hoteles de Samaná que reabre sus puertas tras la pandemia. Cuenta con seis restaurantes, ocho bares y teatro para convenciones y eventos.



Amex M&E analiza a los delegados virtuales

Establece siete tipos diferentes de participante en las reuniones online y recomienda personalizar la experiencia según cada perfil para conseguir su engagement



Conseguir y mantener el *engagement* de los participantes es el principal reto de los organizadores de reuniones y eventos virtuales. Han de tener en cuenta qué es lo que motiva a cada asistente y personalizar su experiencia. Así lo destacó American Express Meetings & Events en el IBTM World Virtual del pasado mes de noviembre, donde presentó su análisis de los siete diferentes tipos de público que se pueden encontrar en el formato *online*, y cómo dirigirse a cada uno de ellos.

El delegado virtual ideal es el llamado “Estudiante A”, muy interesado y participativo en las sesiones de preguntas y al que conviene recompensar con un reconocimiento especial y mayor involucramiento en el futuro. En segundo lugar se encuentra el asistente “de calentamiento lento”, interesado pero más tímido a la hora de hacer preguntas y al que hay que dar tiempo para que se sienta cómodo y hacer un seguimiento individual. El “multitasker” es una persona siempre muy ocupada, que se distrae fácilmente, por lo que es importante intentar captar su atención constantemente con ponentes excepcionales y sesiones de preguntas en directo.

Otro tipo de delegado es el “silencioso”, que sigue con interés la presentación, pero sin contribuir, aunque responderá a un *engagement* individual. Bajo el nombre “tengo que estar allí” se define al asistente con potencial, pero que no muestra interés y hace lo mínimo, por lo que es necesario conseguir su atención con alguna sorpresa que, por ejemplo, le haga reír. El llamado “amigo exigente” es alguien habituado a los encuentros virtuales que no dudará en hacer recomendaciones o apun- tar fallos, y que agradecerá que se solicite su ayuda u opinión. Por último, el tipo de delegado más elusivo es el que “se fue a comer”, totalmente ausente o desinteresado. Añadir encuestas, debates en pequeños grupos o sorpresas puede ayudar a captar su interés.

ENTREVISTA

Ricardo Ceratto

Socio - Director de Marfa Travel

“Los incentivos serán en grupos más reducidos y es una oportunidad para ofrecer experiencias más a medida”



¿Cómo ve el mercado de los incentivos en España?

Es difícil hacer una previsión de cuándo y cómo se va a recuperar, aunque el comienzo de distribución de vacunas nos ayuda a empezar a ver la luz. Esperamos que para el segundo semestre se comiencen a recuperar los viajes. Resultarán claves dos factores: la flexibilidad en las reservas y la tranquilidad con seguros de cancelación y asistencia adaptados a la nueva realidad. Será difícil ver incentivos grandes, posiblemente se harán en grupos más reducidos y esto es una oportunidad para ofrecer experiencias más a medida.

¿Qué ofrece Marfa Travel a las empresas?

Trabajamos con pasión, fiabilidad y, ahora más que nunca, con una sonrisa. En estos meses tan complicados hemos aprovechado para formarnos, mejorar nuestros procesos y dar rienda suelta a nuestra creatividad. Fruto de este esfuerzo hemos diseñado un producto muy exclusivo para grupos reducidos que, aunque no sustituye a un viaje, nos puede acercar a otro país sin salir de Madrid. En “Un día de México en Madrid”, en colaboración con la Casa de México, ofrecemos un programa de un día completo en el que conocemos un poco más de este maravilloso país: su cultura, su gastronomía, su folclore... y los lazos que nos unen. Además, puede servir de preámbulo a un viaje presencial a México en el futuro.

¿Qué espera del 2021?

Que sea un año en el que recuperemos las relaciones más allá de una pantalla de ordenador, un año en el que disfrutemos de las pequeñas cosas, que nos podamos abrazar y recuperemos la alegría de viajar.

Este año el 64% de los eventos serán híbridos

*Según **BCD Meetings & Events**, este formato prevalecerá en este 2021 pero la fatiga de lo virtual acentúa el deseo de volver cuanto antes a los encuentros presenciales*



Los eventos y reuniones son importantes para el crecimiento del negocio y su reactivación es una prioridad clave para el 59% de las empresas, según datos presentados por BCD Meetings & Events en IBTM World Virtual. El formato híbrido será el preferido (64% de los encuestados) en 2021, pero la fatiga de lo virtual acentúa el deseo del regreso a los eventos presenciales, que volverán en el segundo trimestre del año (según el 31%).

En su análisis del pasado, presente y futuro del sector, la red de agencias señala que la mayoría de las empresas (58%) espera alcanzar el mismo volumen de encuentros que el año pasado en el 2022. Para la reactivación será importante alinear los objetivos de la dirección de la empresa con los de diferentes departamentos, como *marketing*, ventas o recursos humanos. Según el informe, la pandemia ha puesto en evidencia que es más importante controlar la política de eventos, convenciones y viajes de incentivo que la de los viajes de negocios. Las empresas introducirán cambios en sus programas de MICE incluyendo nuevos requisitos para la aprobación previa (16%) o introduciendo la demanda de mayor flexibilidad (14%).

La interacción y participación del público es el principal reto en los eventos virtuales (19%), seguido por el conocimiento de la plataforma tecnológica (15%) y las habilidades del equipo interno (12%). A la hora de volver a organizar encuentros cara a cara, la seguridad es la principal consideración que determinará las decisiones. Entre los principales retos que afrontar en los encuentros presenciales, destacan la necesidad de mantener la distancia social, tanto en el evento como en el medio de transporte (17%), la imposición de cuarentenas (14%) y los riesgos para la salud una vez de regreso a casa (14%).

La recuperación será lenta, pero segura

*Sostenibilidad, seguridad, acciones inclusivas, bienestar y experiencias virtuales únicas serán las tendencias clave en este 2021, según el **World Trends Watch Report** presentado en IBTM World Virtual*

La seguridad, la sostenibilidad, la inclusividad, el bienestar y las experiencias virtuales son las principales tendencias que marcarán el sector MICE en este 2021, según el informe World Trends Watch Report: Build Back Better presentado por Alistair Turner en la plataforma IBTM World Virtual.

La directora ejecutiva de **EIGHT PR & Marketing** explicó que la pandemia ha hecho que la previsión de crecimiento de la economía global en 2020, que era del 2,3% para este año, cayese al 2,5% de desaceleración, aunque existe optimismo para este año, con un incremento previsto del 5,4%. La recuperación más rápida se registrará en la región de Asia-Pacífico. Igualmente se mantiene la confianza en la recuperación del sector MICE, aunque será lenta y 2021 un año difícil. Los viajes de incentivo no se recuperarán hasta el 2022 o 2023 y comenzará con desplazamientos locales.

Adaptación al cambio generacional

De cara al futuro, el sector ha de considerar la gestión de riesgos y adoptar mayor flexibilidad. También ha de tener en cuenta el cambio generacional, con la llegada de los profesionales *centennials*, mientras que la generación de *millennials* ocupa ya cargos directivos y son responsables de la toma de decisiones, lo que implica un cambio en los valores corporativos. Se buscará nuevo contenido social y experiencias personalizadas, pudiendo elegir entre diferentes opciones. La sostenibilidad continuará siendo cada vez más importante, con un mayor enfoque en la innovación y necesidad de demostrar la contribución positiva de los eventos. En cuanto a la seguridad, no solo hay que pensar en los riesgos de las pandemias, sino en aspectos como la inestabilidad política o la protección de datos. Turner destacó la falta de diversidad y acciones inclusivas en la industria MICE, algo que importa mucho a las nuevas generaciones. La pandemia ha hecho reconsiderar la relación entre las personas y con el planeta. “Los organizadores de eventos tendrán que pensar más como medios de comunicación”, concluyó.



Madrid apuesta por los eventos sostenibles

El Convention Bureau publica la primera Guía MICE de Sostenibilidad con información práctica para la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU en el sector MICE



Madrid Convention Bureau presentó la primera Guía MICE de Sostenibilidad para eventos alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. Esta herramienta ofrece varias claves para transformar los eventos profesionales que acoge la ciudad en acciones con un impacto positivo a largo plazo, tanto desde la perspectiva ecológica como desde la económica y social.

La Guía ofrece a los diferentes actores implicados en el sector MICE información práctica sobre la aplicación específica de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en la gestión y los procesos aplicados a las reuniones, eventos, convenciones y viajes de incentivo que tengan lugar en la capital española. La utilización de energías renovables, el fomento del reciclaje, la contratación de personas con discapacidad, la reducción del desperdicio de alimentos o la inclusión de un legado que permanezca cuando se desarrolle el diseño del evento son algunas de las prácticas sostenibles específicas que se incluyen.

Las distintas acciones posibles se presentan clasificadas por sectores, con fichas prácticas de aplicación para Sedes Especiales; Hoteles; Restaurantes y *Caterings*; Proveedores de Servicios y Agencias de Eventos; Agencias de Viaje Especializadas (DMC) y Organizadores Profesionales de Congresos (OPC).

Por otro lado, Madrid Convention Bureau cuenta también con un departamento especializado para incluir y promover criterios de sostenibilidad en todas las acciones e iniciativas del propio organismo de promoción del destino. En su plan de acción incluye prácticas responsables como la selección de proveedores con criterios de sostenibilidad certificados, la reutilización y el reciclado de materiales o el diseño de proyectos que generen un impacto positivo vinculados a la celebración de grandes congresos y eventos en la ciudad.

ENTREVISTA

Alberto Ortiz de Saracho

Director Gerente de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y Deporte de Andalucía

“Cubrimos con un seguro cualquier incidencia por Covid”



¿Cómo se han adaptado en Andalucía a las nuevas exigencias?

La principal apuesta de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía es la contratación y puesta a disposición desde el 1 de enero del seguro médico COVID. Cubre los gastos que pudieran derivarse de una estancia en un hospital, confinamiento o regreso al lugar de origen por Covid-19. Este apoyo se extiende a los asistentes a cualquier evento o reunión en Andalucía durante este 2021, siempre y cuando estén alojados en un alojamiento turístico reglado. Asimismo, la región ofrece el distintivo “Andalucía Segura” de forma gratuita y voluntaria. Identifica a todas las empresas que cumplen las normas de la Organización Mundial de la Salud.

¿Cómo están percibiendo la demanda de cara a 2021?

A través de la Empresa Pública de Turismo de Andalucía se viene trabajando desde el inicio de la pandemia en un plan de choque para luchar contra los efectos de la misma. A pesar de las múltiples restricciones a la movilidad, en el último trimestre hemos acogido importantes eventos MICE internacionales. Este escenario nos sirve de espejo de cara al 2021, año en el que ya están confirmados eventos presenciales como el 33º Congreso OPC España o el M&I Summer Forum de Sevilla. Consideramos que la recuperación en formato presencial será progresiva y sucederá de forma paralela a los eventos híbridos y digitales.

¿Qué novedades se esperan en la región?

Con Origen y Destino celebramos hasta 2022 el V Centenario de la primera vuelta al mundo. También se han notificado para este año más de 25 proyectos de nuevos hoteles, como el del Puerto de Málaga o la antigua Comisaría de Policía en Sevilla.

OVIEDO (ESPAÑA)

CONGRESOS Y CULTURA: UN MOTOR ECONÓMICO Y SOCIAL

La capital de Principado de Asturias refuerza su apuesta por dos sectores que son ya marca de la ciudad y mantiene su apuesta por el Turismo de Reuniones con numerosas ayudas

Existe una línea de subvenciones para operaciones MICE que en 2019 alcanzó los 385.000 euros: se trata de una convocatoria pública de ayudas a reuniones que se celebren tanto en las instalaciones municipales como privadas.

Desde la oficina municipal también se apoyan las diferentes candidaturas a congresos, con documentación gratuita sobre el destino y ejerciendo de enlace con la Administración para garantizar la fluidez en la comunicación relacionada con todo tipo de trámites y permisos.

En el Palacio de Exposiciones y Congresos de Oviedo, el mercado asociativo cuenta con gratuidades -para asociaciones sin ánimo de lucro- a la hora de utilizar sus espacios, caracterizados por la versatilidad. Además, estas gratuidades no implican ningún compromiso en cuanto a la contratación de las empresas que organizarán el evento. Desde el Ayuntamiento solo se exige una licencia del Principado de Asturias que certifique el servicio de *catering*.

Como última novedad, se ha relanzado el Bono Oviedo o Bono Menú, que permite a los congresistas acceder a los menús creados para ellos o consumir hasta 25 euros en los establecimientos asociados.

La cultura, el segundo pilar

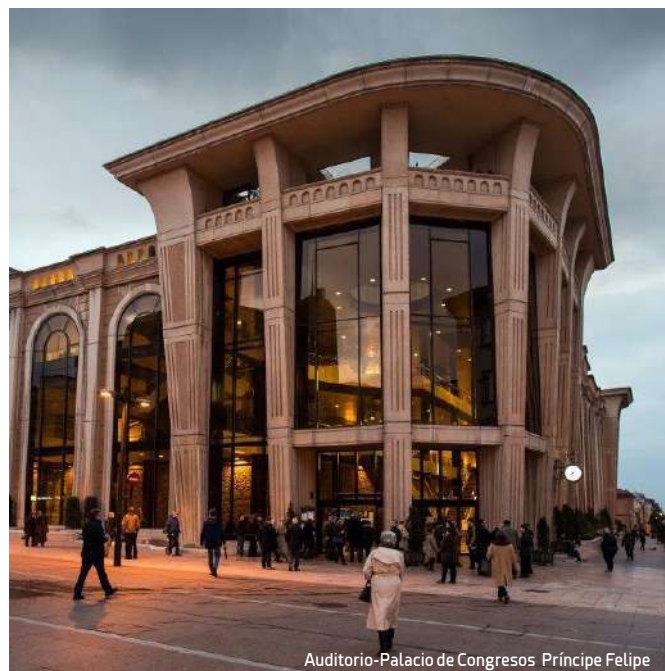
El Ayuntamiento trabaja para que congresos y cultura, que son ya una parte fundamental de la marca de la ciudad, vean aumentada su relevancia como motores económico y social del municipio.

Para los grupos profesionales en la ciudad, Oviedo también ofrece gratuitamente actuaciones de la Real Banda de Gaitas Ciudad de Oviedo y visitas guiadas, con guías turísticos oficiales de la ciudad, en diferentes idiomas.

Todo esto en un destino en el que se pueden recorrer a pie todas las distancias entre los diferentes hoteles, *venues* y centros de congresos. Y conducir a los grupos a los ciclos de ópera, zarzuela, ballet, música o cine que tan a menudo tienen lugar en la ciudad en el Teatro Campoamor, famoso por ser sede de los Premios Princesa de Asturias, o el Auditorio Príncipe Felipe, ambos al lado del casco antiguo.



Teatro Campoamor



Auditorio-Palacio de Congresos Príncipe Felipe

LA VENTANA DE



Teresa Broccoli
Presidenta de MPI
(Meeting Professionals
International) Iberian
Chapter

“MPI proporciona las habilidades necesarias para la organización de eventos”



La profesión del organizador de eventos es considerada una de las que mayor nivel de *stress* genera. Además el profesional de eventos debe ser un experto en muchos ámbitos ya que cada operación es un mundo y por lo general, el profesional trabaja con distintos tipos de clientes, marcas, productos y servicios. Pertenecer a una asociación como MPI, que ofrece herramientas para ampliar conocimientos, compartir y conectar con otros profesionales del sector, ayuda a afrontar mejor los retos a los que nos enfrentamos.

A la hora de organizar un evento tenemos que dominar varias materias muy importantes: el conocimiento del servicio/producto del cliente; los objetivos del evento; la medición de resultados; el tan aclamado retorno sobre la inversión, saber interpretar algoritmos, métricas, etc.

A la hora de celebrarlo, deben formar parte de nuestras habilidades la construcción de páginas web con integración de pasarela de pagos; la gestión de secretarías técnicas (inscripciones, viajes, alojamiento y actividades paralelas); gozar de conocimiento de cada *venue* al detalle; dominar lo relacionado con aspectos audiovisuales, de producción y montaje; desarrollar la creatividad necesaria para la imagen del evento, su *marketing* o *branding*; controlar la logística de transportes; gestionar los equipos en el momento del evento *in situ*; saber seleccionar menús y dietas especiales; respetar las normas de protocolo, etc.

Desde 1972 MPI brinda educación innovadora y relevante para que cada profesional disponga de estas habilidades, así como de oportunidades para establecer contactos e intercambios comerciales. También actúa como una voz destacada para la promoción y el crecimiento de la industria. Reúne a 60.000 profesionales, con casi 70 capítulos y clubes en más de 70 países. Ayudamos a los miembros para que produzcan experiencias que inspiren, eduquen y llenen de energía.



Javier Zuazola
Director ejecutivo y
financiero de TAG
(Travel Advisors Guild)

“Hace 24 años nos anticipamos en la necesidad de repensar las agencias como consultoras”



Travel Advisors Guild es una asociación profesional con la firme aspiración de ser el referente sectorial de las agencias de viajes independientes, con una acentuada especialización en viajes corporativos, MICE y vacacional a medida.

Nuestros valores (de verdad... no de posturo) son:

- Confianza: nos hace más fuertes y, a la vez, es la clave de nuestro éxito como asociación. Confianza entre compañeros, entre pares, entre proveedores y entre colaboradores.
- Implicación y compromiso: de la presidenta, del consejo directivo, de nuestros asociados y del equipo gestor. Todos compartimos que trabajamos por y para la asociación.
- Transparencia: una organización transparente es aquella que hace pública su información y cuyas acciones responden a intereses conocidos por todos los que la integran. La transparencia es fundamental para generar confianza.
- Innovación: Las personas son lo más importante, tanto las que utilizan nuestros servicios como las que con su tarea los hacen posibles. Por esa razón consideramos de máxima prioridad la incorporación constante de nuevas tecnologías que nos permitan comunicaciones más ágiles y sencillas. Nuevas herramientas que, junto a un exhaustivo conocimiento del sector, proporcionen excelencia en la calidad de servicio, máximo objetivo de nuestra asociación.
- Responsabilidad Social Corporativa (RSC): la asumimos como asociación y velamos por que nuestros asociados se comprometan con objetivos concretos que se traduzcan en prácticas transparentes, basadas en principios éticos que contribuyan a una mejora económica sostenible.

Antes de la pandemia se escuchaban muchas voces en cuanto a la necesidad de repensar el modelo de negocio de las agencias, convirtiéndose en consultoras que aporten el asesoramiento necesario que los clientes precisan para optimizar sus recursos. En TAG nos sentimos orgullosos de que sus fundadores anticipasen esa visión hace 24 años.

LAS ASOCIACIONES



Ana Mª Arango
Directora Regional
Latinoamérica en
UFI (The Global Association
of the Exhibition Industry)

“Veremos crecer
nuestro sector en
2021, 2022, 2023...
y más allá”

UFI, la Asociación Global de Ferias, representa, promueve y apoya los intereses de la industria ferial alrededor del mundo desde hace casi 100 años, desde la oficina central en París y tres oficinas regionales en Hong Kong, Dubái y Bogotá. Hoy estamos presentes en 86 países con alrededor de 830 asociados que encuentran las mejores herramientas de promoción, educación, información y *networking* en UFI.

A partir de la coyuntura producida por el Covid-19, que sin duda alguna ha tenido un impacto sin precedentes en la industria y la sociedad en general, hemos enfocado nuestros esfuerzos en brindar las herramientas necesarias para la reapertura de ferias de forma segura y cumpliendo con todos los protocolos de bioseguridad. En colaboración con AIPC (International Association of Convention Centres) e ICCA, (International Congress and Convention Association) elaboramos un Marco de Referencia para la reapertura de ferias, con una Guía de Buenas Prácticas que contiene información sobre las medidas a tomar, así como doce casos de estudio de ferias realizadas con éxito en los últimos meses.

Este material está disponible en nuestra web, al igual que un rastreador de mercados, que muestra en tiempo real la apertura de ferias por país, con sus respectivas medidas y restricciones. En América Latina, hasta el día de hoy, 7 países están realizando eventos y ferias con algunas restricciones: Brasil, Colombia, Costa Rica, México, Ecuador, Chile y Uruguay.

También publicamos el estudio sobre la Industria Ferial en América Latina, que incluye tendencias, perfiles de los mercados por país y el calendario ferial de la región. Como indica una de nuestras cinco tendencias para 2021, “la pandemia terminará con el tiempo, incluso si el virus permanece. Veremos crecer nuestro sector en 2021. Y en 2022, 2023, y más allá... Algunos mercados se recuperarán rápidamente, otros necesitarán más tiempo”.



María Jiménez
Vocal de Relaciones
Internacionales y
Administraciones
Públicas de AEGVE
(Asociación Española de Ces-
tores de Viajes de Empresa)

“Proponemos
formación gratuita
para socios”

Puedo presentar la asociación a través de mi propia experiencia, la de *travel manager* de una institución pública cuya cuenta de viajes figura entre las más grandes del sector. Desde el principio necesitaba un foro que me aportase información, formación y *networking*. AEGVE es una asociación sin ánimo de lucro con la misión de desarrollar la figura del *travel manager* en la empresa y en el sector del viaje corporativo. Los socios y colaboradores tienen una función fundamental, al compartir conocimientos y herramientas de trabajo sobre el *business travel* mediante un continuo *networking*.

Desde AEGVE lideramos la internacionalización de la asociación, impulsando las relaciones externas y la colaboración con otras asociaciones europeas y organismos públicos.

El año pasado celebramos la segunda edición de los Premios AEGVE, cuyo objetivo es recibir *feedback* e ideas innovadoras sobre las buenas prácticas de los *travel managers* de la asociación, que nos permitan seguir mejorando nuestro rol dentro de la empresa y de la sociedad.

En el complicado 2020 creamos AEGVE SCHOOL en colaboración con la Universidad Nebrija, que certifica una formación universitaria continua y gratuita para los socios, en campos como la transformación digital o las finanzas, útiles para afrontar con éxito los retos presentes y futuros.

Seguimos trabajando en la formación con el Curso de Experto Profesional en la Gestión de Viajes de Empresa en UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia); crecemos en comunicación con nuevos formatos y entrevistas; ofrecemos *mentoring* a todos los socios; impulsamos el desarrollo de nuestra actividad en el territorio nacional... En definitiva, seguimos adelante en colaboración con todos nuestros socios, construyendo este proyecto y consolidando a AEGVE como la asociación líder en el *business travel*.

EL ROL DE LOS DESTINOS EN LA RECUPERACIÓN

Por **Cristina Cunchillos**

En los últimos años, numerosos destinos de todo el mundo, sobre todo grandes ciudades, apostaron firmemente por el turismo MICE, ampliando su oferta con nuevos hoteles, innovadores *venues* y modernos centros de convenciones, además de contar con un número cada vez mayor de proveedores para atender a todas las necesidades de los grupos profesionales. Este crecimiento que parecía imparable se frenó de forma brutal en 2020 con la llegada de la pandemia del Covid-19.

Se suspendieron todo tipo de encuentros, eventos, convenciones, ferias y viajes de incentivo. Se cancelaron vuelos y se cerraron fronteras, dejando a los destinos desiertos de turistas, tanto vacacionales como de MICE.

Sin duda fue un duro golpe para lugares acostumbrados a acoger cientos de eventos cada año, con un elevado impacto económico para los profesionales y empresas del sector, que sufrieron una reducción total de sus ingresos o incluso tuvieron que cerrar definitivamente.

Tanto durante la crisis como en el proceso de recuperación, los *convention bureaux* juegan un papel fundamental. Por un lado, son un apoyo para sus miembros, una fuente de información fiable y actualizada y de sugerencias para abordar el futuro. En definitiva, aportan conocimiento en tiempos de gran incertidumbre.

Son también la voz del sector de cara al mercado exterior, sea local, nacional o internacional, responsables de la visibilidad del destino en plataformas clave. Una buena comunicación y promoción de la oferta MICE de la ciudad, destacando las medidas adoptadas para proteger la salud de los visitantes y garantizar su seguridad, ayuda a infundir confianza entre los potenciales clientes. Es el primer paso necesario para que vuelvan a reservar sus operaciones MICE en ese lugar.

Infundir confianza en los clientes es el primer paso para que vuelva a haber operaciones MICE

Recuperación lenta

La recuperación de la confianza de los viajeros puede ser un proceso lento. Conforme evoluciona la pandemia y se controlan más los contagios, poco a poco se van levantando

restricciones y recuperando la movilidad en las diferentes regiones del mundo. Eso ha llevado ya a una cierta reactivación del turismo vacacional, impulsada por un público deseoso de volver a viajar en cuanto se presenta la oportunidad, aunque existan limitaciones y estrictos protocolos sanitarios. En el caso del turismo MICE, el retorno de los viajes no depende del deseo de los viajeros.

Por un lado, hay que tener en cuenta que se trata de un sector en el que la planificación incluye meses de antelación, años en el caso de grandes eventos internacionales, lo que hace prácticamente imposible la reactivación inmediata.

Además, en algunos casos sigue habiendo cierta reticencia, o incluso miedo, por parte de los clientes a reiniciar sus programas MICE. Muchas empresas mantienen restricciones respecto a los desplazamientos de sus empleados por el *duty of care* que les obliga a velar por su salud y seguridad. Tampoco se arriesgan a reservar viajes o planificar eventos, o si lo hacen exigen la máxima flexibilidad en caso de tener que cancelar o posponer por la evolución de la pandemia.

Hasta que no se extienda la aplicación de una vacuna eficaz a nivel global, se mantendrá cierta incertidumbre y temor a los contagios. Y la incertidumbre es el peor enemigo del mundo corporativo.

También hay que tener en cuenta el impacto económico de la pandemia. Muchos negocios han tenido que cerrar o reducir su plantilla y la crisis económica les forzará a ajustar sus presupuestos y reconsiderar la inversión en MICE.

Un futuro híbrido

Ante la imposibilidad de realizar eventos cara a cara, muchas empresas optaron por formatos virtuales, sobre todo al principio de la pandemia. Sin embargo, es una solución que tiene sus limitaciones y genera frustraciones. Entre los organizadores de eventos, el deseo de volver a las reuniones en persona sigue patente.

La crisis económica forzará a muchas empresas a reconsiderar su inversión en MICE

Los *convention bureaux* coinciden en la predicción de que los eventos híbridos serán la norma, al menos en el futuro más cercano, y posiblemente por muchos años. Mantener un componente virtual ayudará a los clientes a atraer a una audiencia global, incluyendo a aquellos delegados potenciales que por el momento no quieren o no pueden desplazarse. Pero mantener un componente presencial es esencial para satisfacer esa ansia de contacto directo que permite el intercambio fluido de opiniones y el desarrollo de relaciones personales.

Es también el aspecto más importante para los destinos y una fuente de ingresos vital para muchos proveedores. Un vídeo, aún en realidad virtual, o una presentación digital sobre el destino no puede transmitir el

ambiente de un animado café, la mezcla de los aromas que proceden de mercados y jardines, la simpatía y sentido de la hospitalidad de los residentes locales, el exotismo de algunos destinos...

Solo los asistentes presenciales pueden apreciar verdaderamente el lugar en el que se desarrolle la convención, el viaje de incentivo o el evento. Además de contribuir a la economía local y ayudar la supervivencia del sector, los promotores de los destinos pueden ser los primeros en encender la chispa de la recuperación que permita a esos delegados disfrutar del sitio elegido con tranquilidad.



MARIANO CASTEX

Presidente del Buenos Aires Convention & Visitors Bureau



“La mayor duda es cómo va a reaccionar el público cuando volvamos a lo presencial”

¿Qué impacto ha tenido la pandemia en su destino, cómo está el sector ahora y cuándo prevé su recuperación?

La prohibición de todos los encuentros y eventos, tanto en espacios cerrados como abiertos, se impuso el 15 de marzo (y seguía vigente al cierre de esta edición)*. La mayoría de congresos y exposiciones se postergaron a este año, pero muchos otros eventos se cancelaron. En la segunda mitad del 2020 muchas marcas migraron sus eventos a lo virtual, y es algo que se mantendrá, aún cuando vuelva lo presencial. También hay *venues* que han montado estudios de televisión para mejorar la calidad de las retransmisiones. Lo presencial volverá en cuanto se permitan los eventos, algo que esperamos empezará cautelosamente este año, con restricciones de aforo que lamentablemente no ayudarán a algunos. Creo que no habrá una recuperación general hasta el 2022.

¿Cómo están apoyando a sus miembros y cuál considera es el rol del destino en la recuperación de la industria MICE?

En estos meses hemos tratado de ayudar a los socios con formación e información de lo que se está haciendo en otros destinos, dándoles ideas para que puedan “reinventarse”. Como convention bureau nos hemos tenido que adaptar a la realidad y desactivar los programas previstos de encuentros con miembros, clientes, etc... o trasladarlos a un formato virtual. También continuamos trabajando con las autoridades de la ciudad proporcionando apoyo económico para activar programas de promoción de la oferta de Buenos Aires en cuanto se puedan volver a realizar eventos.

¿Cómo han reaccionado los organizadores de eventos?

Todos están esperando que vuelva lo presencial. La mayor duda es cómo va a reaccionar el público. Después de tantos meses en que las autoridades sanitarias han desalentado los encuentros e instigado un gran respeto a la seriedad de la pandemia, buena parte de la población aún tiene miedo a juntarse en espacios cerrados.

¿Qué impacto ha tenido la pandemia en su destino, cómo está el sector ahora y cuándo prevé su recuperación?

El sector MICE de Seúl se enfrentó a aplazamientos y cancelaciones cuando se declaró la pandemia y se fueron cerrando las fronteras para contener el virus. No obstante, empezamos a ver eventos virtuales a partir del pasado abril. Desde entonces ha habido altibajos y ahora la mayoría de los eventos son en formato híbrido u *online*. “El show debe continuar” y Seúl está buscando formas de mantener el turismo MICE activo. En lugar de esperar a que pase la pandemia estamos creando contenido digital para llegar a una audiencia global con videos de realidad virtual 360°, que ofrecen *tours*, visitas de inspección, programas de *teambuilding* y mucho más.

¿Cómo están apoyando a sus miembros y cuál considera es el rol del destino en la recuperación de la industria MICE?

Creemos que la constante exposición del destino es uno de los factores clave para la recuperación del sector en la ciudad. Por ese motivo no paralizamos las actividades de *marketing* durante la pandemia y seguimos produciendo contenido para los diferentes canales de los que disponemos. Otra forma de apoyar a nuestros miembros es la adaptación de las nuevas tecnologías al sector MICE. Además de su implementación en eventos virtuales, o para mejorar la seguridad de eventos presenciales, la Oficina de Turismo de Seúl (STO) creó la plataforma Virtual Seoul, una solución pionera para promocionar la ciudad *online*.

¿Cómo han reaccionado los organizadores de eventos?

Las respuestas de los organizadores sobre qué futuro quieren es variada, pero hay un punto de vista universal: el formato híbrido se quedará, al menos durante un tiempo. Sea porque el sector MICE adopta la tecnología o porque las empresas tecnológicas aprenden las necesidades del MICE, la fusión de ambas industrias parece inevitable.

DON BYUN

Director Ejecutivo del Seoul Convention Bureau



“La fusión de las industrias tecnológica y del MICE parece inevitable”



DAVID NOACK

Director del Madrid Convention Bureau



“Los eventos virtuales suelen tener una tasa de *no show* más alta”

¿Qué impacto ha tenido la pandemia en su destino, cómo está el sector ahora y cuándo prevé su recuperación?

La aparición de la pandemia supuso la cancelación o cambio de fechas de todos los eventos previstos en un año que preveíamos excelente en cuanto a cifra de negocio. Desde junio, en Madrid se puede y se están haciendo eventos, aunque son pocos y más pequeños, con aforos limitados. También se deben seguir una serie de normas relativas al distanciamiento social y la prevención del contagio. Se está intentando quitar el miedo y reforzar la imagen de seguridad para recuperar la confianza en los eventos presenciales. En cuanto a la digitalización, constatamos que ahora se busca cada vez más el formato híbrido.

¿Cómo están apoyando a sus miembros y cuál considera es el rol del destino en la recuperación de la industria MICE?

El destino tiene que liderar esta recuperación de la confianza y, como convention bureau, tenemos además un compromiso con nuestras empresas asociadas, de escucharlas, de acompañarlas y ayudar en la medida posible. Hemos dedicado muchísimas horas a la formación y la información para nuestros socios. Hemos creado herramientas para facilitarles la adaptación, por ejemplo, a las normas sanitarias o para que ellos mismos puedan transmitirlo con claridad al cliente final. Sin dejar de lado, por supuesto, la reformulación de nuestra estrategia de promoción para adaptarnos a estos nuevos tiempos, incluyendo un nuevo vídeo del destino.

¿Cómo han reaccionado los organizadores de eventos?

Queda aún mucho trabajo por hacer para recuperar la confianza del cliente final. El catering es lo que genera más dudas por el riesgo al quitarse la mascarilla para comer. Se está replanteando cómo hacerlo más seguro. Por otro lado, hay un deseo de volver a lo presencial porque es más difícil controlar la asistencia en los eventos virtuales, que suelen tener una tasa de *no show* más alta.

¿Qué impacto ha tenido la pandemia en su destino, cómo está el sector ahora y cuándo prevé su recuperación?

En torno al 90% de los eventos se pospusieron en lugar de cancelarse. En los últimos meses se han reiniciado cada vez más conexiones aéreas y ya percibimos un mayor interés entre los *meeting planners* por volver a Miami. Se están confirmando eventos sobre todo a partir del tercer trimestre de 2021 y en 2022. En muchos eventos se ha adoptado el modelo híbrido y creo que se mantendrá de cara al futuro. También se han implementado medidas y nueva tecnología en aeropuertos, hoteles, centros de convenciones... para que los participantes se sientan seguros.

¿Cómo están apoyando a sus miembros y cuál considera es el rol del destino en la recuperación de la industria MICE?

Todos los negocios del sector se han visto gravemente impactados y el rol del convention bureau es más importante que nunca. Trabajamos muy de cerca con nuestros miembros, involucrándolos en *fam trips* virtuales en los que sus clientes pueden ver lo que pasa en la ciudad. Intentamos pensar siempre en qué más podemos ofrecer para recuperar la confianza del cliente y cómo ser lo más flexibles posible, por ejemplo con respecto a reembolsos o acuerdos sin cargos por cancelación en 30 días. Hemos lanzado la campaña Miami Shines con un nuevo vídeo del destino. También mantenemos una comunicación constante con los clientes para informarles de las medidas que se están implementando, las acreditaciones recibidas, etc.

¿Cómo han reaccionado los organizadores de eventos?

Al principio había mucha inseguridad pero ahora ya han aceptado los nuevos retos y todos estamos más preparados para afrontar el futuro. Los organizadores prefieren los encuentros cara a cara y se intentarán recuperar este año, pero el formato híbrido también va a ser muy demandado. Hemos tenido ya alguna visita de *meeting planners* y han podido ver que el destino está preparado.

SONIA FONG

Vicepresidenta de Ventas y Servicios, en Greater Miami Convention & Visitors Bureau



“Ya percibimos un mayor interés entre los *meeting planners* por volver a Miami”



DENISSE MAC CUBBIN

Directora Ejecutiva del
Buró de Convenciones
de Lima



“Transmitimos información a nuestros asociados para que puedan redefinir sus estrategias”

¿Qué impacto ha tenido la pandemia en su destino, cómo está el sector ahora y cuándo prevé su recuperación?

Perú fue el primer país de la región en cerrar el sector. Se cancelaron todos los eventos, ferias, incentivos*... Se reabrió el turismo y los viajes en general y ya hay activas varias rutas aéreas que operan con el sello Safe Travel, con los protocolos de seguridad aprobados. También se han aprobado ya protocolos para los eventos profesionales y ferias y teníamos inspecciones programadas, pero con el cambio de gobierno y la incertidumbre política actual se ha paralizado todo.

¿Cómo están apoyando a sus miembros y cuál considera es el rol del destino en la recuperación de la industria MICE?

Ya antes del cierre estábamos controlando la industria constantemente para ver qué iban a hacer los clientes con respecto a la organización de eventos. Actualizamos varias veces la base de datos de eventos, trabajando con el sector del turismo y el gobierno central para tener información cercana y fidedigna que transmitimos a nuestros asociados para que puedan redefinir sus estrategias. También fomentamos la creación de un documento de protocolos para la industria MICE. Otro rol importante es el de promoción, trabajando en conjunto tanto con la municipalidad de Lima como con otros países de la región en la nueva Alianza MICE para buscar oportunidades y estar preparados para la reactivación.

¿Cómo han reaccionado los organizadores de eventos?

Al principio se trasladaron pocos eventos al formato virtual, pero este porcentaje fue aumentando. Un buen número de acciones se pospuso, a la espera de ser retomadas en forma presencial. En la industria hay esperanza de poder retomar los eventos cara a cara con normalidad, cuando haya vacuna, y mientras se seguirá trabajando en formatos virtuales e híbridos. Se apuesta por enriquecer los eventos presenciales del futuro con estas herramientas digitales.

¿Qué impacto ha tenido la pandemia en su destino, cómo está el sector ahora y cuándo prevé su recuperación?

La pandemia ha impactado nuestras vidas y el turismo en todo el mundo. Hay hoteles abiertos y algunos están organizando pequeños eventos. También se ha celebrado alguna operación internacional, como el 62º Congreso Científico Internacional sobre Desarrollo Social y Económico, en la Universidad Lusófona, con 50 asistentes. En general el número de visitantes descendió en 2020 un 70% en relación a 2019. No obstante, continúan los planes de nuevas aperturas hoteleras este año como The Ivens, Hyatt Regency Lisboa y el Meliá Lisbon en 2022. En cuanto a la recuperación del sector, dependerá de la eficacia de la vacuna y la confianza que infunda en los clientes.

¿Cómo están apoyando a sus miembros y cuál considera es el rol del destino en la recuperación de la industria MICE?

Creemos que es muy importante reconocer los retos a los que todos nos estamos enfrentando y mantener el contacto con nuestros proveedores locales, *meeting planners* y principales organizaciones, liderando con un mensaje de confianza y esperanza. Estamos en una situación que ha sido desbordante para todos, pero el nuestro es un sector resiliente y lo superaremos. También hemos revisado las condiciones de nuestro Programa Lisboa de ayudas para traer eventos internacionales a Lisboa y proteger a nuestros miembros en la medida posible.

¿Cómo han reaccionado los organizadores de eventos?

Tienen un gran deseo y determinación por traer eventos al destino en cuanto sea posible y se han confirmado ya algunos congresos de asociaciones en Lisboa. Nuestra industria se basa en las personas y las experiencias, el contacto personal y compartir conocimientos. Por eso, la vuelta a los eventos presenciales es solo cuestión de tiempo: se empezará por eventos pequeños y poco a poco aumentará la confianza para ampliarlos.

ALEXANDRA BALTHAZAR

Coordinadora del Lisboa
Convention Bureau



“A pesar del descenso del 70% del turismo en 2020, continúan los planes de aperturas hoteleras para este año y 2022”



BÁRBARA JAMISON

Responsable del Sector Turismo en London Convention Bureau



“La toma de decisiones recae más en el departamento técnico que en el gestor de eventos”

¿Qué impacto ha tenido la pandemia en su destino, cómo está el sector ahora y cuándo prevé su recuperación?

Como en muchas ciudades, ha sido un continuo parar y volver a empezar. El sector se ha adaptado a la llamada “nueva normalidad” buscando soluciones para impulsar los negocios a través de los eventos. Se ha invertido en modelos híbridos y Londres ocupa una posición ventajosa ya que contamos con los expertos creativos y proveedores de tecnología. A largo plazo, esperamos que aumente el número de asistentes, pero no se llegará al nivel de antes de la pandemia, y se adoptarán modelos híbridos ya que el aspecto emocional del cara a cara es importante.

¿Cómo están apoyando a sus miembros y cuál considera es el rol del destino en la recuperación de la industria MICE?

Por un lado, ofrecemos una plataforma asequible en la que nuestros miembros pueden promocionarse de cara al mercado doméstico e internacional. Como organización de *marketing* hemos llevado a cabo campañas, debates semanales, inspecciones virtuales... Actuamos como un catalizador para unir a todos los miembros y dar voz al sector. Por otro lado, desde la crisis financiera estamos acostumbrados a trabajar con equipos de inversión extranjera y otras oficinas en el mundo y gracias a ello sabemos qué sectores están más activos. Podemos aconsejar a nuestros miembros para que adapten sus estrategias de cara al futuro.

¿Cómo han reaccionado los organizadores de eventos?

Todos están deseando volver a los eventos cara a cara. El panorama ha cambiado, muchos han tenido que hacer ajustes de plantilla o despidos, los profesionales *freelance* no encuentran trabajo y las empresas más grandes están comprando agencias de eventos más pequeñas. Los clientes han tenido que aprender nuevas habilidades para adaptarse a los formatos virtuales o híbridos y la toma de decisiones recae en el departamento técnico más que en el gestor de eventos.

¿Qué impacto ha tenido la pandemia en su destino, cómo está el sector ahora y cuándo prevé su recuperación?

Hemos continuado invirtiendo en implementar nuestra nueva estrategia para mejorar nuestra propuesta, en particular de cara al Mundial de Fútbol de 2022. Hemos visto eventos pospuestos o cancelados. Respondimos con el programa Qatar Clean, que establece los estándares de seguridad e higiene en hostelería, eventos, transporte público, etc. Gracias a ello se han podido celebrar ya algunos eventos como el Qatar Boat Show. Además, los formatos han evolucionado para incluir elementos virtuales. La salud y seguridad de todos es primordial y por ello el sector MICE se enfocará en los mercados domésticos hasta la extensión de una vacuna.

¿Cómo están apoyando a sus miembros y cuál considera es el rol del destino en la recuperación de la industria MICE?

Hemos hecho todo lo posible por levantar obstáculos en la preparación de eventos con distanciamiento social. Ofrecemos paquetes de apoyo operacional y financiero para reducir los costes y los riesgos para los organizadores. Hemos trabajado con *stakeholders* para desarrollar planes destinados al rejuvenecimiento del sector turístico, nuevos eventos virtuales y una estrategia de apoyo a la recuperación tras el Covid-19.

¿Cómo han reaccionado los organizadores de eventos?

Los organizadores obtienen la mayoría de ingresos de los eventos presenciales por lo que el cambio al formato virtual ha supuesto presión en sus finanzas. Estudios recientes indican un alto nivel de decepción con los eventos virtuales. El *networking* es fundamental para hacer negocio y los encuentros virtuales por sí solos no satisfacen el deseo de contacto. No obstante, creo que un componente virtual se mantendrá y mejorará lo que ya se ofrece. Los formatos virtuales pueden captar a quien decide si no tiene presupuesto para asistir en persona, estimulando el crecimiento.

BERTHOLD TRENKEL

Director de Operaciones en Qatar National Tourism Council



“Estudios recientes indican un alto nivel de decepción con los eventos virtuales”

DESTINO **Ámsterdam**





DONDE NADA SE ESCONDE

Famosa por sus canales y coffee shops, Ámsterdam tiene mucho más que ofrecer a los grupos que la visitan. Innovación y tradición se funden en una ciudad cosmopolita que mantiene a la vez un ambiente de pequeño pueblo, y que cuenta con una oferta cada vez más amplia para MICE.

Por **Cristina Cunchillos**

Ámsterdam no se amedrenta por nada. Ni siquiera ante la constante amenaza de inundaciones, más presente que nunca como consecuencia del cambio climático, en un país en el que el 40% del territorio se encuentra bajo el nivel del mar.

Al contrario, responde al reto con ingenio y determinación, construyendo nuevos diques y pólderes, los famosos terrenos arrebatados al océano que han ampliado la superficie de Holanda. También apostando firmemente por la sostenibilidad. Reconocida como una de las primeras ciudades "inteligentes" de Europa, la capital holandesa aspira a ser también la primera libre de emisiones en el año 2050.

Sus habitantes son gente que no conoce la timidez a la hora de expresarse. Su manera de ser directa, acompañada de una brutal honestidad, puede resultar chocante para algunos organizadores.

Sin embargo, no es sino la prueba tangible de que los holandeses están dotados de una mente por naturaleza curiosa y una irresistible pasión por el debate.

Buenas conexiones

Uno de los atractivos de Ámsterdam es su accesibilidad, tanto por tierra, conectada por trenes de alta velocidad con varias capitales europeas, así como por mar y por aire. Antes de la pandemia el aeropuerto de Ámsterdam-Schiphol estaba conectado con 332 destinos en 97 países de todo el mundo, incluyendo vuelos directos a 19 aeropuertos españoles y 29 en Latinoamérica.



Ámsterdam es, y ha sido siempre, una ciudad abierta: al mar, al comercio, al turismo... pero sobre todo a nuevas ideas y diferentes formas de pensar. Su carácter liberal es patente en el famoso barrio rojo y los típicos *coffee shops* que tanto interés despiertan entre muchos turistas.

Esta actitud, junto con una oferta de hoteles y *venues* en constante expansión y renovación, la convierten en un destino cada vez más demandado para la celebración de convenciones y eventos con tintes innovadores.

La aerolínea nacional, KLM, tiene aquí su *hub*, y ofrecía vuelos a Alicante, Barcelona, Bilbao, Madrid, Málaga y Valencia, así como a 19 ciudades de América Central y del Sur, incluyendo Bogotá, Buenos Aires, Santiago de Chile, Lima y Ciudad de México.

Reconocido como el mejor aeropuerto de Europa Occidental en 2020 en el *ranking* de Skytrax, Ámsterdam-Schiphol apuesta por la última tecnología para hacer la experiencia del viajero lo más placentera posible y libre de estrés.

Se han implantado programas piloto con diferentes aerolíneas para ensayar el uso de reconocimiento facial en el *check-in*, la facturación de equipaje o el embarque. Actualmente se está llevando a cabo un proyecto de renovación que incluye ocho puertas de embarque adicionales.

Entre los hoteles próximos al aeropuerto, el **Hilton Amsterdam Airport Schiphol** destaca por su rompedor dise-

ñado, finalmente la línea de metro Norte-Sur, un trayecto de diez kilómetros que atraviesa la ciudad por debajo del río IJ, conectando las dos orillas en 15 minutos.

Sin embargo, probablemente la mejor forma de explorar la ciudad, y una experiencia esencial para cualquier grupo visitante, es sobre dos ruedas, como acostumbran a hacer los locales.



ño, con ventanas en forma de diamante. Además de sus 433 habitaciones, cuenta con más de 2.400 m² de espacio para reuniones y eventos incluyendo un *ballroom* con capacidad para un banquete de 360 invitados.

El aeropuerto se encuentra a solo 20 minutos del centro de la ciudad. Desplazarse por Ámsterdam es igualmente fácil gracias a su tamaño compacto y la existencia de una eficiente red de metro, tranvía, autobuses y ferris. Tras más de una década en preparación, en 2018 se inauguró

Existen diferentes rutas de cicloturismo por la ciudad y sus alrededores. Numerosas empresas de alquiler de bicis como **AmsterBike** ofrecen también *tours* guiados para grupos.

Vida en el agua

Ámsterdam es sinónimo de agua. La historia, carácter y esencia de la ciudad están intrínsecamente ligados a la red de ríos y canales que la rodean y atraviesan, creando una inmensa tela de araña líquida.

La ciudad en sí nació como Amestelledamme en torno al primer dique (*dam*) construido para controlar el flujo de agua en el río Amstel, en el punto de confluencia con el IJ, y proteger estas "tierras bajas" de las mareas.

Conforme fue creciendo, se hizo necesaria la construcción de nuevos diques y canales concéntricos, como el Herengracht (Canal de los Caballeros), Keizersgracht (Canal del Emperador) y Prinsengracht (Canal del príncipe), para evitar inundaciones.

Este cinturón de canales original, que se extiende por catorce kilómetros, fue reconocido como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2010. La arquitectura que se asoma a él sigue siendo el principal atractivo para quienes visitan Ámsterdam.

Ningún programa de incentivo estaría completo sin incluir un paseo en barco por los canales. Es una forma ineludible de visitar la ciudad y admirar las espléndidas fachadas de las mansiones erigidas por los ricos mercaderes enriquecidos por el comercio de especias en la Edad de Oro holandesa (siglo XVII).

Es también una forma de acercarse a la vida cotidiana en Ámsterdam, pasando junto a casas flotantes donde hoy residen familias locales o espiando el interior de las casas que bordean los canales, con sus típicos grandes ventanales sin cortinas ni persianas.

Se dice que la ausencia de cortinas está relacionada con la religión calvinista que tanto se extendió por la ciudad, y que afirma que los ciudadanos honestos no tienen nada que ocultar.

Datos de interés



Moneda
Euro (EUR)

Huso horario
GMT +1



Tipo de enchufe
Clavijas tipo C / F
Voltaje común 230 V

Aeropuerto internacional
Ámsterdam-Schiphol
(AMS)



Más información

ÁMSTERDAM CONVENTION BUREAU
BY AMSTERDAM&PARTNERS
Bart Antonissen - Gerente de Cuentas
Tel +31 (0) 20 7026 209
WhatsApp: +31 (0) 6827 47079
meetings@iamsterdam.com
www.iamsterdam.com/en/business/meetings

Ningún programa de incentivo estaría completo sin incluir un paseo en barco por los canales

Empresas como **Ámsterdam Boats** o **Smidtje** ofrecen la reserva de barcos para eventos corporativos a bordo. Se puede programar desde una cena de gala para 60 comensales a un cóctel con 80 invitados mientras se disfruta de un recorrido por los canales. Para paseos en grupos más reducidos, **Rederij Belle** cuenta con cuatro lujosos barcos con salón para grupos de 20 a 30 personas.

En los cruceros se pueden incluir paradas, por ejemplo para visitar la Casa de Ana Frank, aquella en la que la joven judía y su familia vivieron escondidos de los soldados nazis, o el Museo Van Loon, una pequeña joya que acoge una magnífica colección de pinturas en una residencia privada de 1672. En sus jardines y salones se celebran cenas de gala para un máximo de 45 comensales.

A orillas del río IJ se pueden celebrar eventos en la propia terminal de cruceros. **PTA** (Passenger Terminal Amsterdam) es un edificio multifuncional en forma de ola marina que ofrece espacio para eventos en tres amplios pisos (denominados cubiertas, como si de un barco se tratase) bañados de luz natural.

La cubierta superior ofrece 340 m² para lanzamientos de producto, exposiciones, congresos o eventos corporativos con vistas panorámicas del río y el puerto a través de sus paredes acristaladas.

Arte en Ámsterdam

La oportunidad de acercarse a las obras de grandes maestros holandeses como Rembrandt o Van Gogh es otro de

los atractivos de Ámsterdam. El **Rijksmuseum** (o Museo Nacional de Ámsterdam) es visita obligada para los amantes del arte por su excelente colección de pinturas del Siglo de Oro holandés, incluyendo numerosos cuadros de Rembrandt.

En el **museo Van Gogh** se pueden celebrar eventos privados entre las obras maestras del artista: desde una cena de gala para 100 comensales a una recepción de hasta 450 invitados, así como presentaciones para grupos de 20 a

También ofrece una visita a Nuenen, el pueblo donde vivió Vincent Van Gogh con su familia y empezó a pintar. Los grupos pueden ver su casa y la iglesia donde predicaba su padre, y aprender más sobre su vida en el museo **Vincentre**, antes de disfrutar de un almuerzo en **De Watermollen van Opwetten**, el molino que el artista immortalizó.

Barrios con personalidad

Además de sus canales y museos, otro de los encantos de Ámsterdam consiste en explorar sus diferentes barrios y



100 delegados en sus dos salas de reuniones. Las sesiones a menudo se combinan con una visita privada de las colecciones de arte.

El receptivo **Mosa DMC** organiza *tours* temáticos en torno a estos artistas. Por ejemplo, se combina la visita al Rijksmuseum con un recorrido por la ciudad para darle contexto histórico a las obras de Rembrandt, incluyendo una visita de su casa y de Oude Kerk, la iglesia que frecuentaba.

mezclarse con la población local en los típicos “cafés marrones” o *bruin cafes*. Son tabernas con solera fácilmente reconocibles por su decoración y mobiliario de madera oscura, además de su animado ambiente. Son el lugar ideal para relajarse con una cerveza y un *snack* como los típicos *bitterballen* (una especie de buñuelos) al final del día.

El céntrico y bohemio barrio de Jordaan se ha convertido en uno de los más populares y concurridos por su amplia

oferta de restaurantes y bares donde locales y visitantes pueden terminar el día cantado juntos.

Los grupos también pueden pasear por los jardines de Plantage, o disfrutar del colorido barrio latino: De Pijp. En el distrito Oud-West encontrarán tiendas de diseño y animados puestos de comida y bebida en el mercado cubierto **De Hallen**, un centro cultural ubicado en las antiguas co-

y quesos en **Brouwerij 't IJ**, una cervecería ubicada en una antigua casa de baños -donde iba la población cuando no había agua corriente-, incluyendo un molino clásico.

Pero es la reconversión del distrito industrial al otro lado del río IJ, en la parte norte de la ciudad (Amsterdam Noord), la que más atención está atrayendo con su amplia oferta cultural y de ocio, así como de espacios para MICE.



Brouwerij 't IJ

cheras del tranvía. Se pueden reservar diferentes espacios para reuniones y organizar un cóctel para un grupo de hasta 500 personas.

La zona este (Oost), famosa por su diversidad étnica, se ha convertido en los últimos años en el sitio de moda para *hipsters* y jóvenes profesionales. Además de sus numerosos bares y restaurantes, los programas pueden incluir una visita privada que culmine con una cata de cervezas

El **Muelle NDSM** es un antiguo astillero convertido en un *hub* que aglutina cultura y creatividad, además de ser sede de numerosos festivales y espectáculos. Conviene consultar la agenda antes de definir un programa de incentivo en la ciudad.

Sobre la orilla norte del IJ sobrevuela el edificio de diseño futurista que alberga el museo del cine **EYE**, cuyas salas se reservan para proyecciones y eventos privados. Se pue-

de organizar un cóctel con 90 personas en el vestíbulo, con vistas al río.

Al lado se levanta la icónica torre y mirador **A'DAM**, de 22 pisos, un centro dedicado a la creatividad donde se concentran varias empresas relacionadas con el mundo de la música como Sony o la marca de guitarras Gibson. También la Escuela de Música A'DAM.

den encontrar tocadiscos o guitarras en sus 108 habitaciones y suites, pudiendo seleccionar su música favorita en la extensa colección de discos del hotel.

Los jóvenes profesionales locales aprovechan sus espacios de *co-working* y socializan a cualquier hora del día en The Butcher Social Club. El hotel también tiene tres estudios para eventos de hasta 80 personas en teatro.



A'DAM

En su terraza, los grupos pueden disfrutar de una copa o balancearse en el columpio más alto de Europa, a 100 metros de altura. La torre también acoge eventos privados con las mismas vistas panorámicas en otros cinco espacios: desde íntimas reuniones de ocho personas a cócteles de hasta 225 invitados en el *penthouse* de la planta 16.

Ocupando los ocho primeros pisos, el hotel *boutique* **Sir Adam** mantiene la temática musical. Los huéspedes pue-

La zona pronto contará con nuevos hoteles. El proyecto más esperado es el **Maritim**, que se convertirá en el hotel más alto de la ciudad cuando abra en 2022. Ofrecerá 579 habitaciones en una torre de 33 plantas, y un *sky bar* en la azotea con espectaculares vistas de la ciudad, así como 19 salas para reuniones y eventos.

No será la única novedad en un barrio llamado a proponer muchas más: a mediados de año se espera la apertura del

Hotel Noord Holding, de 304 habitaciones, junto a la última parada de la nueva línea de metro Norte-Sur.

Expansión hotelera

No serán los únicos cambios en una planta hotelera que continúa creciendo. En febrero está prevista la inauguración del **Inntel Amsterdam Landmark**, un hotel de cuatro estrellas en el corazón de Oostenburg, uno de los nuevos

bergó también el Vrolik University Museum. Abrirá este año y contará con 89 habitaciones y *suites* de elegante diseño, combinado con muestras de su patrimonio histórico en la decoración.

Y en 2023, la prestigiosa marca de hoteles de lujo **Rosewood** hará su entrada en Holanda con la apertura de un nuevo hotel de cinco estrellas en el antiguo Palacio de



Hard Rock Hotel Amsterdam American

distritos de moda. El diseño de sus 306 lujosas habitaciones hace un guiño al pasado industrial de la zona, a la vez que se enfoca en la salud con un amplio espacio *wellness* con piscina, saunas y salas de masajes. Cuenta con tres salas para eventos y reuniones de hasta 250 asistentes.

En el barrio este de Ámsterdam, el **Pillows Grand Boutique Hotel Park East** ocupará un edificio de 1908 que fue previamente utilizado como laboratorio anatómico y al-

Justicia, a orillas del canal Prinsengracht. El **Rosewood Hotel Prinsengracht** ofrecerá 134 habitaciones y *suites*, *spa* y centro *wellness*, tres restaurantes y bares y varios espacios para eventos, incluyendo un *ballroom* de 278 m².

Otros hoteles se han renovado completamente. El American Hotel Amsterdam, que ocupa en un icónico edificio *art nouveau* de 1900, reabrió en abril del año pasado como el nuevo **Hard Rock Hotel Amsterdam American**, con 175 ha-

bitaciones. Su salón Mata Hide Away, inspirado en el tren Marrakech Express, es muy utilizado para sesiones de *brainstorming* y encuentros de hasta 20 personas, mientras que GMT+1 ofrece 149 m² de espacio versátil para cócteles y eventos.

En 2023 Rosewood llegará a la ciudad con cinco estrellas en el antiguo Palacio de Justicia

El hotel **Park Centraal Amsterdam**, previamente conocido como Park Hotel Ámsterdam, también ha modernizado sus 189 habitaciones, combinando un estilo clásico con toques contemporáneos. Tiene seis salas para reuniones con una capacidad máxima para 130 personas en teatro.

El **Apollo Hotel Amsterdam**, construido para los Juegos Olímpicos que tuvieron lugar en la ciudad en 1928, ha recurrido a este histórico evento como inspiración para la nueva decoración de sus 174 habitaciones.

Centros de convenciones

En febrero del año pasado, NH Hotels abrió su primer establecimiento con la marca Nhow en la capital holandesa. El **Nhow Amsterdam RAI** es el hotel de nueva construcción más grande del Benelux, con 650 habitaciones en 24 plantas, distribuidas en tres bloques triangulares que desafían al equilibrio, apilados irregularmente uno sobre otro. Cuenta con nueve salas para reuniones en el piso 23, siendo la mayor de 174 m² y con vistas panorámicas de la ciudad.

El hotel se ubica junto al **Centro de Convenciones RAI**. Con casi 120.000 m² de espacio, es el centro de exposiciones y congresos más grande de los Países Bajos. Cuenta con doce *halls* para ferias, 17 salas para eventos y un auditorio con capacidad máxima para 1.750 delegados.

Se accede fácilmente en tren, tranvía o metro. Ubicado a pocos metros de la estación RAI Amsterdam, en 2020 se inauguró también el **Van der Valk Hotel Amsterdam Zuidas**. Dispone de 234 habitaciones y nueve salas para reuniones.

Otro de los grandes centros de convenciones de Ámsterdam es **Beurs van Berlage**, un histórico edificio de 1903 situado en el corazón de la ciudad con 21 espacios para eventos. En el Grote Zaal, gran salón que fue testigo de bodas reales, se hacen cenas de gala de 1.100 comensales.

Venues singulares

Desde edificios históricos a *venues* deportivos y modernas instalaciones, la capital holandesa ofrece un amplio aban-

Teambuilding en Ámsterdam

Pesca de plásticos

La empresa **Plastic Whale** apuesta por la economía circular y no solo ofrece a los grupos la oportunidad de contribuir a la limpieza de los canales, pescando plásticos con redes, sino que después recicla ese plástico transformándolo en muebles o barcas.



Heineken Experience

Heineken, la primera empresa productora de cerveza de Ámsterdam, fundada hace más de 150 años, ofrece una completa inmersión en su historia y el proceso de producción de la cerveza en *tours* privados para grupos, con cata de cerveza incluida.

Entre tulipanes

Mosa DMC propone apreciar la importancia de las flores en la cultura holandesa presenciando la emocionante subasta de flores que Royal Flora Holland organiza en Aalsmeer, antes de hacer un recorrido por los campos de tulipanes en pequeños vehículos biplaza eléctricos.



Juegos de playa

En una ciudad tan próxima al mar no faltan las playas que, en el caso de Ámsterdam, son el enclave perfecto para actividades como concursos de esculturas de arena, campeonatos de golf y *vóley-playa*, o diferentes tipos de deportes náuticos.

nico de espacios singulares. La ciudad vivió una segunda época dorada gracias al comercio de diamantes a finales del siglo XIX y comienzos del XX, hasta la Segunda Guerra Mundial.

El antiguo edificio de la **Lonja de Diamantes**, diseñado por Gerrit van Arkel, fue el centro de esta actividad. Tras años de abandono, ha sido recuperado como un moderno

Acogerá también encuentros de la Eurocopa 2020, pospuesta a junio de este año por la pandemia. El estadio cuenta con salas VIP desde las que presenciar los partidos de fútbol, así como 22 espacios para convenciones de 100 a 800 participantes, incluyendo estudios propios para la celebración de eventos híbridos. Se puede añadir un efecto wow! a la visita con la presencia de un famoso ex-futbolista.



Johan Cruyff Arena

espacio para reuniones y eventos. En su interior, **Capital C** ofrece espacios de *co-working* y diez salas para pequeños encuentros de cuatro a doce personas. Además, bajo la cúpula acristalada de su terraza se celebran eventos de hasta 400 invitados que pueden disfrutar de impresionantes vistas panorámicas de la ciudad.

Para los amantes del fútbol se puede programar un tour del estadio **Johan Cruyff Arena**, sede del equipo AFC Ajax.

Amsterdome es un singular *venue* circular, el primero en Holanda, con 5.000 m² de espacio para eventos y un interior construido principalmente a base de materiales reciclados.

Bajo su impresionante cúpula estrellada, se celebran conferencias para 1.000 delegados en su salón plenario, mientras que su vestíbulo acristalado es muy utilizado para *coffee breaks* y recepciones.

Programas de incentivo

A pocos minutos de la ciudad, en Muiden, se puede celebrar un evento en un ambiente totalmente medieval. Construido por el conde Florian V en el siglo XIII, el castillo **Muiderslot** es el perfecto ejemplo de fuerte en el agua. Además de *tours* guiados, se puede organizar en sus jardines una cena de gala con 80 invitados, amenizada con un espectáculo de cetrería. También se pueden añadir actividades de *teambuilding* como el tiro con arco.

En los programas de incentivos no suele faltar la visita a los **Jardines de Keukenhof** en Lisse, a pocos kilómetros de Ámsterdam. Entre marzo y mayo, sus 32 hectáreas de campos de tulipanes y otras flores deslumbran a los visitantes con su paleta de colores y su intenso aroma. La mejor forma de recorrerlos es en bicicleta.

Otra excursión típica es el recorrido por las poblaciones de Edam, Volendam, Marken, Zaandam y Broek in Waterland para adentrarse en la cultura holandesa, o la visita al primer pólder holandés, **De Beemster**, un terreno ganado al

mar en 1612 y declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO por su importancia histórica y su belleza.

Tampoco faltan las oportunidades de programar actividades de aventura en las afueras de la ciudad: desde deportes náuticos en las playas urbanas a circuitos de tirolesa por el **Bosque de Ámsterdam**. También se puede organizar un recorrido en *quads* o vehículos 4x4 por la región de Brabante, con una parada en **Bolduque**, cuna del pintor El Bosco.

Y para añadir otro sabor de Ámsterdam, se puede incluir una visita a una destilería de ginebra donde los grupos crean su propio licor. En contra de lo que mucha gente cree, fue en Holanda y no en Inglaterra donde se inventó la *genever* en el siglo XVII.

La capital holandesa ofrece una abundante y diversa variedad de espacios para convenciones y eventos, dotada de altas dosis de creatividad e innovación y acompañada de un servicio riguroso y honesto. Ámsterdam no tiene nada que esconder.



SÍGUENOS EN INSTAGRAM

La vieja Holanda

Al norte de Ámsterdam se extiende un auténtico territorio de postal, con sus molinos de viento, campos de tulipanes y pintorescas poblaciones donde se preservan las más arraigadas tradiciones. En lo que se conoce como Old Holland, una de las áreas industriales más antiguas de Europa, los grupos pueden viajar en el tiempo y adentrarse plenamente en la cultura holandesa. A solo unos minutos de la urbe, la zona se explora fácilmente en bicicleta. Muchos receptivos ofrecen *tours* guiados.

Cientos de molinos, astilleros y fábricas situados en los alrededores del río Zaan abastecieron al país en los siglos XVII y XVIII. Hoy en día se pueden visitar algunos de estos históricos molinos, como el Kathammolen o los del museo Zaan, donde también se alquilan salas para eventos.

En la ciudad portuaria de Volendam se mantiene la tradición pesquera y los grupos pueden degustar los típicos arenques y hacerse una foto con los atuendos tradicionales que todavía visten algunos residentes, incluyendo los típicos zuecos de madera.

En Edam pueden presenciar los peculiares rituales de compra y venta en el mercados de quesos, visitar queserías como De Simonehoeve para ver de cerca el proceso de producción y, por supuesto, degustar diferentes variedades.

LA VIDA MÁS FÁCIL

Desde conocer la meteorología en tiempo real mientras la pantalla indica qué tiempo está haciendo a aumentar la productividad de los equipos, pasando por la custodia de todo el contenido del teléfono de manera segura o la traducción de texto incluido en imágenes... el horizonte que limite la extensión de las apps parece cada vez más lejano

Slack
para aumentar
la productividad



Versiónes:
Android / IOS

- ▶ Es una *app* destinada a mejorar la productividad en tareas realizadas en grupo simplificando la comunicación y la clasificación
- ▶ Permite organizar las conversaciones entre usuarios por tema
- ▶ Se pueden editar los documentos antes de compartirlos en la misma aplicación
- ▶ Es posible integrar las herramientas y servicios de Google Drive o Asana, entre otros
- ▶ Se pueden realizar búsquedas de contenido en las conversaciones y archivos
- ▶ Permite personalizar las notificaciones

WhirlpoolSoft
para conocer el clima en
tiempo real



Versiónes:
Android / IOS

- ▶ Presenta la meteorología de un destino en tiempo real, con temperatura, nivel de viento y velocidad, presión del aire, humedad, índice UV y visibilidad, entre otros parámetros
- ▶ Emite pronósticos de 72 horas y hasta 25 días
- ▶ Incluye un radar de lluvia con precisión de cuándo comenzará y cesará
- ▶ Cuando cambia el clima cambia la presentación en pantalla en tiempo real
- ▶ Alerta de fenómenos meteorológicos que puedan conllevar algún riesgo mediante un análisis de los antecedentes del destino
- ▶ Indica con exactitud y de manera dinámica las horas del amanecer y el atardecer

Confluence Cloud facilita la toma de decisiones



Versiónes:
Android / iOS

- ▶ Sirve para ordenar la documentación y organizar tareas
- ▶ Requiere tener una cuenta en la plataforma pensada para ordenadores
- ▶ Se basa en páginas de trabajo editables y espacios que reúnen esas páginas
- ▶ Permite editar los archivos en tiempo real registrando el historial de versiones
- ▶ Notifica a los miembros del proyecto los cambios o asignación de tareas
- ▶ Todos los usuarios pueden realizar comentarios acompañados de Me gusta y otros elementos visuales del tipo de imágenes, GIF y *emojis*
- ▶ Se puede seleccionar quién tiene acceso a toda la información disponible y proteger el contenido confidencial con la configuración de permisos
- ▶ A través de la *app* se pueden organizar reuniones mediante el *widget* Confluence Pages for Today
- ▶ Se sincroniza automáticamente una vez ante el ordenador para continuar las tareas donde se dejaron a través de la aplicación

App Backup & Restore para evitar cualquier pérdida



Versiónes:
Android

- ▶ Sirve para guardar la información recogida en el teléfono dentro de las distintas aplicaciones instaladas y restaurarlas en caso de necesidad
- ▶ También permite restaurar contactos, mensajes de *sms*, llamadas, historial del navegador, enlaces favoritos, calendario y el contenido en caso de existir una grabadora de llamadas
- ▶ Realiza copias de seguridad y elimina los archivos de las aplicaciones que no se abren con frecuencia para no desperdiciar capacidad de almacenamiento en el teléfono
- ▶ Permite transferir y compartir archivos .apk entre dispositivos Android
- ▶ En caso de pérdida de algún archivo, escanea toda la memoria interna y externa del teléfono hasta encontrarlo
- ▶ Revisa regularmente el contenido del dispositivo en busca de posibles virus
- ▶ Muestra el uso del almacenamiento del teléfono indicando cuánto espacio queda disponible

Traductor Multilinguaje traduce hasta las imágenes



Versiónes:
Android

- ▶ Traduce en más de 40 idiomas entre los que se incluyen el mandarín, el hindi o el árabe
- ▶ Su diseño intuitivo hace que sea muy sencilla de utilizar
- ▶ Consigue leer el texto de imágenes: se puede hacer una foto de un texto en otro idioma y la aplicación lo traduce
- ▶ Con un solo *click* se puede copiar todo el contenido que se quiere traducir
- ▶ También realiza traducciones por voz mediante grabación pulsando un botón
- ▶ La tecnología utilizada permite generar traducciones en muy poco tiempo
- ▶ Se puede compartir inmediatamente el contenido de la traducción por correo electrónico, WhatsApp o un grupo creado a partir de los contactos registrados en el *smartphone*

ALTERNATIVAS AL AVIÓN

El transporte terrestre, ya sea en tren o por carretera, ofrece ventajas con respecto a los desplazamientos en avión que pueden convertirlo en una alternativa a tener en cuenta en la reactivación de los eventos, convenciones y viajes de incentivo tras la pandemia de Covid-19.

Por **Cristina Cunchillos**

La supresión de la movilidad ha sido una de las principales medidas adoptadas en todo el mundo para limitar los contagios de Covid-19. No solo se cancelaron vuelos sino que se suspendieron, total o parcialmente, los viajes en tren, además de reducirse drásticamente el tráfico por carretera. La pandemia afectó por igual a todos los medios de transporte.

Poco a poco, vuelven a operar con mayor normalidad los servicios de transporte por tierra, mar y aire. Pero la demanda por parte de los organizadores de convenciones, eventos e incentivos aún es baja. Muchos no se atreven todavía a compartir un espacio cerrado, sobre todo la cabina de un avión, durante varias horas por miedo al contagio, a pesar de los protocolos sanitarios implementados. Muchas empresas directamente siguen restringiendo los viajes de sus trabajadores.

Cuando los desplazamientos profesionales son inevitables, se prefiere hacerlos en vehículo propio, considerado hoy por hoy

el medio más seguro al ofrecer un espacio privado. También está aumentando el alquiler. Según la empresa de estudios de mercado SpendEdge, se prevé un crecimiento del mercado global de alquiler de vehículos del 8,96% entre 2020 y 2024, con un aumento del gasto de más de 45 billones de dólares.

Conforme avance la recuperación del sector MICE se incrementarán los desplazamientos de larga distancia, para los que conducir el vehículo propio no es una opción. El transporte por tierra puede verse beneficiado, convirtiéndose en una alternativa preferible al aéreo y por varios motivos:

- **Sostenibilidad:** el transporte terrestre, sobre todo el tren, es mucho menos contaminante que el avión cuando la protección del medioambiente es una preocupación creciente entre las nuevas generaciones de profesionales. La tendencia que comenzó con los *millennials* –una capa de la población que ahora ocupa ya cargos directivos y son responsables de las

políticas de la empresa– se acentúa más con la generación de *centennials*, que ya entra de pleno en el ámbito laboral.

Ya antes de la pandemia se había empezado a extender el fenómeno conocido como “vergüenza de volar”. Una mayor concienciación del impacto negativo de las emisiones de carbono de los aviones lleva a cada vez más gente a replantearse la necesidad de volar y buscar otras alternativas más ecológicas. La oportunidad para el transporte por tierra es evidente.

Tanto los trenes como los automóviles son cada vez más sostenibles. Los antiguos ferrocarriles de diésel se han ido reemplazando por trenes híbridos y eléctricos, menos contaminantes. Los operadores europeos SNCF, Renfe, Deutsche Bahn y Ferrovie dello Stato pactaron la eliminación total del gasóleo en sus flotas en 2035. España ha ido por delante de otros países como Francia, por ejemplo, donde el modelo híbrido se aplicará por primera vez a los trenes regionales en 2022.

España va aún más lejos. Talgo espera lanzar en 2023 un nuevo modelo de tren, el Talgo Vittal One, propulsado por hidrógeno. Se utilizarán fuentes de energías renovables como la solar fotovoltaica o la eólica para la producción de hidrógeno, que se almacenará en pilas que impulsarán los motores eléctricos del tren.

Para el transporte por carretera existen cada vez más opciones de vehículos híbridos y eléctricos, también para los viajes en grupo. **Car-bus.net** ha lanzado el nuevo modelo de microbús eURBAN, 100% eléctrico, con capacidad para 22 pasajeros, que puede utilizarse como transfer para moverse por la ciudad generando menos emisiones nocivas.



- Seguridad

El transporte por tierra también es seguro. No solo por la baja incidencia de accidentes (en 2019 no se registró en España ningún fallecido en accidentes de autocar), sino por la protección sanitaria que ahora ofrecen a los pasajeros.

Según un estudio del organismo de seguridad ferroviaria del Reino Unido, el riesgo de contraer Covid-19 mientras se viaja en tren es inferior al 0,01%, y aún menor, un 0,005%, si se viaja con mascarilla.

Tanto los operadores de trenes como los de autocares, autobuses y microbuses, han implementado estrictos protocolos de seguridad que incluyen desde dejar plazas libres para asegurar la distancia entre pasajeros y la exigencia de mascarillas, a sistemas de purificación y renovación constante del aire interior durante el viaje. **Alsa** ha instalado nuevos filtros de carbón que eliminan el 99% de partículas, así como equipos de purificación del aire a través de ozono e ionización, que destruyen contaminantes biológicos como bacterias y virus.



Para transmitir esa seguridad a los pasajeros cada vez más empresas optan por la certificación. Alsa y **Avanza** en España, y Mobility ADO en México, han recibido la certificación de AENOR (Asociación Española de Normalización) que garantiza que se han implementado los debidos protocolos de higiene controlada para proteger a los viajeros de contagios de Covid-19.

Otros proveedores de vehículos para eventos, congresos e incentivos, como **Autocares Juliá** en España, han obtenido la certificación Safe Travels, otorgada por el World Travel & Tourism Council en reconocimiento de los protocolos de viaje seguros a nivel internacional.



Además de las medidas de higiene, otra ventaja del transporte terrestre frente al aéreo es la posibilidad de privatizar vagones o vehículos para el transporte de grupos corporativos, evitando compartir el espacio con personas ajenas a la empresa y ofreciendo mayor control sobre la seguridad de los pasaje-

ros. El coste es también mucho menor que el chárter de un avión.

Por ejemplo, se puede privatizar un vagón del AVE (Alta Velocidad Española) para un grupo corporativo de ocho personas, incluso un tren entero para grupos mayores, si se reserva con suficiente antelación. También alquilar equipo audiovisual y celebrar una reunión o evento durante el viaje.

- Accesibilidad

Ya antes de la pandemia había una tendencia creciente a buscar destinos alternativos y ciudades de tamaño medio para la celebración de eventos, convenciones o incentivos.

También se buscaban cada vez más los *venues* en entornos rurales, donde los grupos podían combinar su reunión con actividades al aire libre. Es una tendencia que sin duda seguirá creciendo mientras se produzca la recuperación del MICE, con empresas más concienciadas por la salud y el bienestar de sus empleados.



Alejandra Vitoria

Responsable de Mercados Internacionales en Elipsos
(Renfe-SNFC en Cooperación)

“El tren siempre ha gozado de una mayor percepción de seguridad”

¿Qué ofrecen para grupos corporativos?

Como medio de transporte ofrecemos la más alta tecnología de la alta velocidad y nuestros servicios y ventajas: la posibilidad de viajar del centro de una ciudad a otro centro de ciudad, con un embarque más rápido y cómodo, un coche-bar a bordo y un menú personalizado para los grupos. Ofrecemos también *wi-fi gratuito* a bordo, enchufes y hasta tres maletas por persona. Como valor de marca, con nosotros es posible conectar el evento con valores como la sostenibilidad, el dinamismo, la tecnología, la innovación, el *confort*, la puntualidad, la seguridad... y el placer de viajar entre dos de los países más atractivos del mundo, Francia y España. Basta con reservar un coche o el tren entero para comenzar o continuar el evento a bordo.

¿Qué medidas han adoptado para garantizar la seguridad de los viajeros?

La seguridad ha sido siempre una prioridad absoluta para Renfe y SNCF. Ahora, nuestros exhaustivos protocolos de desinfección, los nuevos procesos de embarque y una atenta vigilancia a la situación de cada uno de los países que unimos, son nuestra gran batalla para garantizar un transporte seguro. Las Salas Club de las estaciones y el restaurante a bordo permanecerán cerrados mientras la situación lo requiera. La colaboración del viajero es imprescindible, cumpliendo la obligación de llevar mascarilla y respetar las indicaciones en el embarque. Nuestro personal está presente siempre para ayudar y dar la información requerida.

¿Cree que el transporte terrestre se ve más como una alternativa al aéreo para los grupos MICE?

El tren siempre ha gozado de una mayor percepción de seguridad, sostenibilidad, comodidad y tranquilidad en el embarque. Tras la pandemia creo que estos valores se verán reforzados. Estamos trabajando para que tanto en corta como en media o larga distancia, el tiempo a bordo esté integrado en el evento, para trabajar, para hacer *teambuilding* o simplemente relajarse. La posibilidad de disponer del tiempo de trayecto a bordo en un coche personalizado para el evento es una alternativa que garantiza una experiencia única.



Ricard Lozano

Director Comercial y Marketing en OUIGO

“Las salidas y las llegadas se hacen de centro de cada ciudad”

¿Qué ofrecen para grupos corporativos?

OUIGO llegará a España con una oferta variada y de calidad dirigida a todo tipo de públicos que deseen viajar cómodos, en alta velocidad y a precios bajos. Por el momento no tenemos contemplada una política especial para grupos corporativos, aunque no descartamos ponerlo en marcha en un futuro.

¿Qué medidas han adoptado para garantizar la seguridad de los viajeros?

El tren de alta velocidad es un medio de transporte muy seguro, ya que el aire se renueva cada tres minutos. Además, nuestros trenes Alstom Euroduplex son modernos y de última generación y como cuentan con dos pisos, son muy cómodos porque ofrecen mucho espacio. La máxima prioridad de la compañía es garantizar viajes seguros y hemos planificado medidas de protección que se pondrán en marcha cuando empiecen los viajes a partir del 15 de marzo. El uso de mascarilla será obligatorio durante todo el viaje y se realizarán controles de temperatura antes de acceder al tren, donde por supuesto el gel hidroalcohólico estará presente. La plantilla se hará tests de forma sistemática y recibirá formación para atender a cualquier pasajero que presente síntomas de Covid-19. Finalmente, recomendamos que los viajeros lleven el billete en su móvil.

¿Cree que el transporte terrestre se ve más como una alternativa al aéreo para los grupos MICE?

En el contexto actual, desde OUIGO creemos que es potencialmente esperable que los transportes terrestres y domésticos tengan preferencia frente al aéreo, especialmente para destinos de corta y media distancia. Una de las ventajas que ofrece el tren a los profesionales es que pueden dedicar su tiempo viajando mientras trabajan a bordo, además de suponer un ahorro de tiempo, ya que la salida y llegada son de centro de una ciudad a centro de otra ciudad, evitando largos e innecesarios desplazamientos.

Esta preocupación, junto con una previsible reducción de los presupuestos por el impacto económico del Covid-19 en las empresas, hará que los desplazamientos sean limitados, al menos a corto plazo, y se busquen destinos más cercanos.

Según una encuesta de GBTA (Global Business Travel Association), el 63% de los *travel managers* europeos considera que los viajes internacionales de larga distancia tardarán entre diez y 24 meses en alcanzar al menos el 50% del nivel de 2019. Para llegar a esos destinos más cercanos, o incluso a los enclaves rurales más apartados, el transporte por tierra es sin duda el más apropiado.

Evolución de la oferta

En Europa, la oferta ferroviaria es la que más se ha desarrollado en los últimos años para competir con el sector aéreo, sobre todo con la expansión de redes de alta velocidad que permiten acortar los trayectos y ofrecen mayor comodidad a los viajeros corporativos, aunque a un coste mayor que el tren tradicional. Este aspecto también va a cambiar con la introducción este año de nuevos servicios de

alta velocidad que aplican el modelo *low cost* que antes se instauró en el sector aéreo.

En España, la liberalización del sector ferroviario entró en vigor el pasado 15 de diciembre acabando con el monopolio de la operadora pública, Renfe, en el mercado de la alta velocidad. La primera empresa en aprovechar este nuevo marco será el





operador ferroviario francés SNCF, que lanzará su nueva línea de alta velocidad *low cost* **Ouigo** en mayo de este año.

Ouigo ofrecerá cinco trayectos diarios en la línea Madrid-Barcelona, haciendo parada en Zaragoza y Tarragona, y espera

añadir conexiones entre la capital y Valencia, Alicante o Málaga este año, mientras que la conexión con Andalucía no será hasta el 2022.

Los billetes se pusieron a la venta en diciembre, con una tarifa base de nueve euros, incluyendo equipaje de mano y en cabina y flexibilidad para cambios hasta el día previo al viaje. Por otros nueve euros, la opción Ouigo Plus permitirá elegir asiento, con la posibilidad de optar por asientos XL con más espacio, así como equipaje adicional.

Renfe, por su parte, tenía previsto el lanzamiento de AVLO, su nuevo servicio de tren de alta velocidad a bajo coste, en abril de 2020, pero la pandemia del Covid-19 forzó a posponerlo. La operadora ferroviaria española ha indicado que no se estrenará a corto plazo, o al menos hasta que no se recupere la demanda. Según una encuesta de Renfe realizada el pasado mes de noviembre, solo el 6% de los ciu-



Natalia Martín

Responsable Comercial de Servicios Discrecionales en Alsa

“El autobús permite la personalización con un servicio puerta a puerta”

¿Qué ofrecen para grupos corporativos?

En Alsa acercamos a las personas y conectamos al mundo de una manera segura y sostenible. Ofrecemos una solución integral de movilidad para el turismo de reuniones, congresos, eventos y viajes de incentivos, con servicios personalizados adaptados a cualquier situación, con la tecnología más avanzada y los más altos estándares de calidad, seguridad y sostenibilidad. Se incluyen los traslados puerta a puerta, tanto urbanos como interurbanos, *tours* de toda índole, lanzaderas para la movilización de múltiples personas al mismo tiempo y disposiciones de varias horas para realizar todos los movimientos y visitas que el cliente requiera. Además, disponemos de una variedad de tipologías de vehículos, abarcando todas las capacidades.

¿Qué medidas han adoptado para garantizar la seguridad de los viajeros?

Lanzamos el plan Alsa Movilidad Segura para que las personas vuelvan a viajar en autobús con total confianza y máxima tranquilidad. Incluye, entre otros, el proceso de embarque en el vehículo, la distribución de los pasajeros, la climatización y desinfección de los vehículos, y otras medidas de protección de viajeros y empleados. Alsa fue la primera compañía del sector de la movilidad en España en obtener el Certificado de Buenas Prácticas contra el Covid-19 de AENOR.

¿Cree que el transporte terrestre se ve más como una alternativa al aéreo para los grupos MICE?

En nuestra opinión el transporte terrestre ya era una opción muy demandada por parte de los Grupos MICE para destinos de corta y media distancia antes de la pandemia. En la actualidad, donde se persigue la movilidad de grupos más reducidos y homogéneos, el transporte terrestre tiene su valor añadido frente al aéreo. Como consecuencia de la pandemia, los desplazamientos son de más corta distancia lo que puede hacer más atractivo y operativo utilizar la vía terrestre. Además, permite la personalización y adaptación para grupos con un servicio puerta a puerta donde no hay más interacción con otros agentes más que con el conductor del vehículo y los viajeros del mismo, generando un mayor control sanitario.



Kimberly Woods

Responsable de Comunicación y Relaciones Públicas en Amtrak

“El tren es la mejor opción para reducir el impacto ambiental”

¿Qué ofrecen para grupos corporativos?

Amtrak ofrece un Programa de Incentivos Corporativos que permite a las empresas que cumplen los requisitos disfrutar de descuentos en los trenes Acela y el servicio Northeast Regional, en rutas seleccionadas entre ciudades del Corredor Nordeste. Estos descuentos no solo se aplican en Boston, Nueva York y Washington DC, también en otros trayectos del Corredor.

¿Qué medidas han adoptado para garantizar la seguridad de los viajeros?

Guiados por nuestros equipos médicos y en asociación con expertos del Instituto Milken de Salud Pública de la Universidad George Washington, hemos mejorado la experiencia del viaje de principio a fin, cuidando de la salud y seguridad de empleados y viajeros. Por ejemplo, las nuevas prácticas incluyen la limpieza más frecuente de trenes y estaciones, el uso de mascarillas y la instalación en todos nuestros trenes de sistemas de filtración que renuevan el aire cada 4-5 minutos. También hemos mejorado nuestra app con una herramienta que muestra la capacidad de los trenes en tiempo real, ofrecemos la posibilidad de viajes *contactless* con *e-tickets* y hemos limitado las reservas para facilitar el distanciamiento físico.

¿Cree que el transporte terrestre se ve más como una alternativa al aéreo para los grupos MICE?

Ahora más que nunca estamos preparados para jugar un papel esencial conforme nuestro país se recupera, ofreciendo un nuevo estándar de viajes en cada paso. Nuestros clientes pueden viajar con la confianza que da el saber que ofrecemos una experiencia libre de contacto, disponibilidad de salas privadas con más espacio y la promoción del distanciamiento físico tanto en la estación como a bordo del tren. La eficiencia energética de viajar en Amtrak, en toda nuestra red nacional, es un 47% mayor que viajar en coche, y un tercio más eficaz que ir en avión. Las cifras hablan por sí solas: nuestros trenes son la mejor opción de transporte para reducir el impacto medioambiental del viajero.

dadanos españoles planea viajar a corto plazo por lo que sus planes se han adaptado a esta estimación.

La primera línea de AVLO cubrirá la ruta Madrid-Zaragoza-Barcelona utilizando trenes Talgo serie 112 con 438 plazas en una única clase, lo que supone un 20% más de capacidad que otros trenes de este modelo al suprimirse la clase preferente y el vagón de cafetería. En su lugar, los viajeros podrán comprar alimentos y bebidas en máquinas expendedoras.

Aunque SNCF y Renfe competirán con estos nuevos servicios, también colaboran en el marketing de su oferta combinada de alta velocidad entre Francia y España a través de **Elipsos** (Renfe-SNCF en cooperación). La red de AVE en España, que actualmente cuenta con 16 rutas, también continúa creciendo.

En los próximos años llegará hasta Santander, Orense y las capitales del País Vasco. También se extenderá la línea en Madrid para llegar a la terminal 4 del aeropuerto de Barajas, facilitando así que los pasajeros que lleguen por aire puedan hacer la conexión hacia otras ciu-

dades españolas por tren evitando en consecuencia los vuelos de corto radio.

Por último, el grupo integrado por Trenitalia y la española ILSA también espera operar trenes de alta velocidad a bajo coste en 2022. No se conoce todavía el nombre comercial del nuevo





servicio, cuya flota contará con 23 trenes y capacidad para 450 pasajeros. Inicialmente cubrirá las rutas Madrid-Barcelona, Madrid-Valencia-Alicante y Madrid-Sevilla-Málaga.

También se recuperan los trenes nocturnos, una forma cómo-

da de cubrir largas distancias. Los operadores ferroviarios estatales de Francia, Suiza, Alemania y Austria presentaron recientemente su proyecto **Nightjet**, una red que conectará trece ciudades con servicios ferroviarios de largo recorrido en los que los pasajeros podrán dormir con comodidad y todas las garantías sanitarias, en camarotes individuales o para dos personas.

La primera fase, a partir de finales de este año, incluirá la ruta Zúrich-Colonia-Ámsterdam. En diciembre de 2022 se conectará Zúrich con Roma, mientras que en 2023 llegarán nuevas líneas que conectarán Berlín con París y Bruselas. La red no llegará a España hasta diciembre de 2024, con la ruta Zúrich-Barcelona.

En Latinoamérica, por el contrario, el tren de alta velocidad sigue sin existir, pese a los proyectos en México, Chile y Argentina. La oferta mejorará en los próximos años con el desarrollo previsto de un Corredor Ferroviario Bioceánico para pasajeros y mercancías, que conectará los océanos



Luis Orive



Gerente Comercial de la División Largo Recorrido en Avanza

“Para las zonas rurales el transporte por carretera es la única opción”

¿Qué ofrecen para grupos corporativos?

Ahora mismo nuestros puntos fuertes para los grupos MICE son, en primer lugar, la cobertura en grandes eventos con una gran flota y un equipo operativo muy amplio, que nos permite volcar muchas personas a un mismo evento. En segundo lugar, una cobertura nacional respaldada con gran cantidad de ciudades en las que disponemos de flota propia de vehículos (Madrid, Barcelona, Zaragoza, Alicante, Costa del Sol...). En tercer lugar, nuestra oferta de transporte integral (desde autocares de 70 plazas a coches privados de alta gama). Y, finalmente, nuestra flexibilidad ante cambios y en las condiciones de pago y políticas de cancelación, más aún a raíz de lo surgido con el Covid-19.

¿Qué medidas han adoptado para garantizar la seguridad de los viajeros?

Entre otras medidas se incluyen la desinfección exhaustiva del vehículo a diario, el uso obligatorio de mascarilla, la disponibilidad de gel hidroalcohólico para los pasajeros y la formación al personal operativo sobre procedimientos para prevenir el contagio de Covid-19. También se ha instalado en numerosos autocares el purificador de aire Eco3 de Hispacold, que desinfecta el interior del vehículo constantemente mientras el autocar está en marcha.

¿Cree que el transporte terrestre se ve más como una alternativa al aéreo para los grupos MICE?

Al transporte terrestre se recurre sobre todo para el traslado de los grupos desde que llegan en avión o tren hasta el destino final. Percibimos una mayor demanda mientras estos medios sigan restringiendo su oferta de frecuencias, pero suponemos que será temporal. El transporte colectivo por carretera sigue siendo la mejor alternativa para los trayectos de corta y media distancia, y para destinos hacia los que la demanda es menos constante, como es el caso de la España rural. En los últimos años venimos percibiendo un interés por salir de las ciudades principales en favor de otros destinos de ámbito rural con buena capacidad hotelera y otros servicios. En estos casos el transporte por carretera es la única y mejor opción.



Irantzu Macua

Gerente de Gestión y Fidelización de Clientes en Renfe

“La alta velocidad y la sostenibilidad convierten al tren en líder”

¿Qué ofrecen para grupos corporativos?

Somos conscientes de la importancia que los eventos tienen para las corporaciones y contamos con un departamento especializado con muchos años de experiencia gestionando grupos. Ello nos permite ofrecer una atención personalizada trabajando estrechamente con los organizadores de estos viajes. Podemos ofrecer el servicio que mejor se adapte a nuestros clientes, gestionando el tránsito por las estaciones y facilitando el acceso a la estación del grupo tanto en origen del viaje como en destino. Y, por supuesto, atendemos todas las necesidades y servicios que puedan requerir a bordo del tren. Todo esto, con la mayor flexibilidad en las condiciones de la tarifa y a un precio competitivo.

¿Qué medidas han adoptado para garantizar la seguridad de los viajeros?

Todos los protocolos de gestión y limpieza anti Covid-19 implantados en los servicios de trenes AVE, LD y Avant cuentan con la certificación AENOR. Por otra parte, la estrategia de responsabilidad y compromiso con sus clientes ha convertido a Renfe en la única empresa de transporte de pasajeros en España con una política de cambios y anulaciones gratuitos.

¿Cree que el transporte terrestre se ve más como una alternativa al aéreo para los grupos MICE?

El transporte en general tiene ante sí grandes retos derivados de las nuevas circunstancias. Hemos trabajado para identificar oportunidades e implantar nuevas estrategias, y crecido en agilidad en el análisis y el diseño de respuestas enfocadas en la atención al cliente. Confiamos en que estas medidas nos ayuden a afianzarnos como alternativa real al transporte aéreo. Pero, ya antes, teníamos grandes retos sobre la mesa, como las exigencias, legales y también morales, del ámbito medioambiental. El ferrocarril es un transporte con gran recorrido y posibilidades de desarrollo en el futuro. La alta velocidad y la sostenibilidad convierten al tren en el modo de transporte líder y con grandes ventajas sobre sus competidores, incluido el sector aéreo.

Atlántico y Pacífico en un recorrido de 3.858 kilómetros entre Brasil, Bolivia, Paraguay y Perú. También se está estudiando otro corredor que conecte Brasil, el norte de Argentina y Chile.

En la actualidad, la principal alternativa a los vuelos para los grupos corporativos son los viajes por carretera con empresas como **Andesmar** o **Mobility ADO**.

El Grupo Andesmar, que opera en Chile y Argentina, permite la contratación de sus autobuses para viajes privados en grupo a cualquier destino en el país, o para traslados a eventos. Se puede agregar un servicio de comida y refrigerios a bordo, así como combinarlo con el alquiler de vehículos más pequeños para un transporte más personalizado.

El Grupo Mobility ADO, por su parte, es líder en la movilidad de grupos del segmento MICE en México a través de su marca de renta de autobuses, Autotur, que cuenta con las certificaciones de AENOR y Safe Travels. Habitualmente atiende los eventos corporativos anuales más importantes del país, tanto en la capital como en otros destinos como Cancún, Acapulco, Mérida o Puebla.

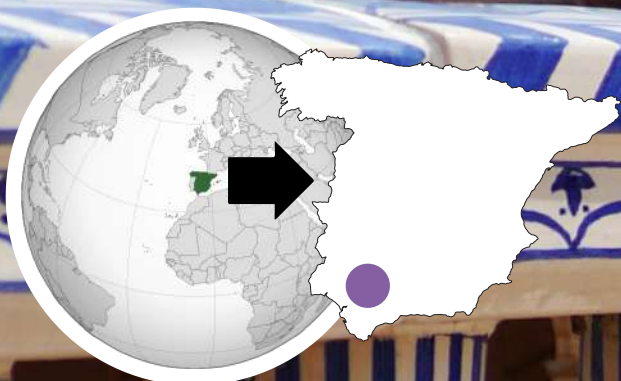
En México, como en muchos otros países del mun-

do, no se prevé el regreso de grandes eventos presenciales que requieran el transporte de grupos hasta la segunda mitad de 2021.

Pero, tanto en Europa como en Latinoamérica, los operadores de transporte por tierra, sea en carretera o en tren, están preparados para aceptar el reto de convertirse en una alternativa sólida cuando se produzca la ansiada recuperación del MICE.



DESTINO Sevilla (España)





UN DESTINO ESPECIAL

Sevilla no solo encanta por sus atractivos históricos, la magia de su flamenco, la intensidad de sus sabores, el olor de azahar que anticipa la primavera, sus *venues* tan singulares, su abanico de hoteles cada vez más amplio, sus espacios innovadores... encanta sobre todo por el arte de la hospitalidad que los sevillanos y sevillanas dominan a la perfección.

Por **Eva López Álvarez**

El aeropuerto de la capital de Andalucía era antes de la pandemia el que más crecimiento estaba teniendo en el sur de Europa, pasando de 27 conexiones en 2010 a 100 en 2020.

Ante este tráfico, que tanto se ansía retomar, el aeródromo ha emprendido obras de ampliación que permitirán acoger diez millones de pasajeros al año, tres más que los recibidos en 2019. Cuando el proyecto haya concluido a finales de este año, los organizadores de eventos contarán con un espacio privado para los grupos a la espera de embarque.

30 nuevos proyectos hoteleros siguen confirmados a pesar del parón ligado al Covid-19: Radisson, Abba, AC Hotel

by Marriott y Kaizen son algunas de las marcas cuyas banderas ondearán en nuevos hoteles de Sevilla. El centro acapara la mayor parte de los proyectos, aunque las novedades no solo incluyen hoteles en construcción o fruto de la rehabilitación de edificios emblemáticos.

Grandes capacidades

El hotel **Ilunion Alcora Sevilla**, está ubicado en el Aljarafe sevillano, al este de la ciudad. Su interior ha sido integralmente renovado, incluyendo las 401 habitaciones. Al pertenecer a la Fundación ONCE para la Cooperación e Inclusión Social de Personas con Discapacidad, el hotel ha sido certificado en accesibilidad universal. 14 de las habitaciones están completamente adaptadas y hasta en el gimnasio se ha tenido en cuenta al público en silla de ruedas. Cuenta con piscina y amplios exteriores con vistas a la ciudad.

Sus 19 salones pueden albergar grupos de hasta 1.200 delegados en teatro en el mayor. Muy utilizado por el viajero de negocios, cuenta con servicio de traslado gratuito a los parques empresariales y el centro de Sevilla. También cuenta con un servicio de recogida en la estación de tren de Santa Justa, a la que llega el tren de alta velocidad que conecta Sevilla con Madrid en el AVE.

Al sur de Sevilla, el **Silken Al Andalus Palace**, de 623 habitaciones, es el hotel para grupos MICE más grande de la



ciudad. El 80% del establecimiento está recién reformado. Cuenta con un centro de convenciones con 23 salones, pudiendo recibir el más grande a 900 asistentes en teatro. Además de cuatro restaurantes y dos bares, 15.000 m² de jardines se ofrecen para eventos. El hotel está dotado de un lounge para las habitaciones de categorías superiores.

El Barceló Sevilla Renacimiento está inmerso en un proyecto de ampliación

El **Barceló Sevilla Renacimiento**, en la isla de la Cartuja y con cinco estrellas, está inmerso en un proyecto de ampliación que le permitirá extender su oferta

con 200 habitaciones más. Hoy por hoy el establecimiento se compone de tres módulos redondos que homenajean en las tres carabelas de Colón, además de un centro de convenciones conectado a la torre 3. Con el bloque privatizado 300 personas pueden asistir a una presentación en el atrio.



Fue inaugurado para la Exposición Universal de 1992 y ya se puede utilizar el recientemente ampliado centro de convenciones. 1.300 delegados en teatro y 60 *stands* en exposición comercial simultáneamente es su mayor capacidad en circunstancias normales. También forma parte de las novedades el nuevo restaurante Arrozante, en el que grupos reducidos pueden preparar la paella que degusten tras la actividad de *team-building*.

El **Meliá Lebreros**, en el barrio de Nervión, fue totalmente renovado en 2017. Tiene 429 habitaciones (53 con servicio The Level). Antes de la pandemia el restaurante Mosaico, con terraza climatizada, ofrecía el servicio All Day Dining.

Con la piscina más grande del centro de Sevilla, para sesiones profesionales cuenta con 20 salas de reunión, dos de ellas con terraza, y capacidad para 600 delegados en la mayor. Como parte del programa Power Meetings, el Ecotouch Melia propone a los *meeting planners* calcular, medir y reducir el impacto de su evento.

Isla de la Cartuja

El área que dejó de ser un cortijo con motivo de la Expo 92 es una de las más dinámicas de la ciudad en cuanto a novedades. La puerta de entrada desde el casco histórico es la **Torre Sevilla**, conocida por los locales como Torre Pelli. Controversias aparte, redefine desde hace 2017 el *skyline* de la ciudad.

En su interior está, ocupando las plantas 18 a 36, el hotel **Eurostars Torre Sevilla**, de cinco estrellas y 257 habitaciones. La terraza-mirador del piso 37 ya se ha utilizado para eventos de 150 personas de pie. Del total de 19 salones panelables, todos con luz natural, el mayor situado en la planta 19 puede recibir reuniones de hasta 250 personas en teatro. Cuenta con *spa* y gimnasio. así como un restaurante con espacio privado para diez personas en la planta 34 de la que es la torre más alta de Andalucía.

La terraza-mirador del piso 37 de la Torre Sevilla recibe eventos de hasta 150 personas

El **Pabellón de la Navegación** es herencia de la Expo 92. Los grupos pueden realizar un viaje sensorial por la historia de la navegación. Como parte de sus espacios para eventos incluye la torre Schindler, que ejerció de mirador sobre la ciudad durante la Exposición Universal. Se pueden organizar cenas de gala en el espacio de 2.800 m² que se puede ampliar con los 5.000 m² del muelle. Los invitados pueden llegar en barco.

Cartuja Center CITE (Centro de Innovación Tecnológica del Entretenimiento) es un edificio multiusos que recibe congresos de hasta 2.047 asistentes en el auditorio principal. La parte de abajo, con 1.000 asientos, se pueden ocultar mediante un innovador sistema denominado *gala venue* y que permite modular a través de plataformas hidráulicas la capacidad, ocultando filas y butacas en función de la capacidad.

En tan solo siete minutos se puede ampliar la caja escénica, de 800 m², generando un espacio para 2.800 personas de pie y 1.000 sentados. Esto hace de este lugar el espacio para eventos en cuanto a capacidad en interior más grande de Sevilla. Cuenta con un segundo auditorio de 400 plazas con grada retráctil además de salas más pequeñas y un amplio atrio.

Teambuilding en Sevilla

Flamenco Interactivo

En el **Museo del Baile Flamenco** han creado aparatos destinados a entender los distintos pasos que, a diferencia de otros bailes, son quienes marcan el compás ante los instrumentos o palmas que acompañan. La experiencia suele preceder la visita de la exposición.



Secretos del Parque

El parque de María Luisa es un magnífico ejemplo de parque romántico que esconde numerosos secretos y leyendas que descubrir durante una búsqueda del tesoro en el que "aparezcan" los protagonistas de su historia para ofrecer pistas.

Cata de aceites

En la Hacienda Guzmán se organizan catas en las que aprender a diferenciar las distintas variedades de aceituna, así como el proceso de elaboración de un producto cuya importancia ha vivido fases muy diferentes a lo largo de la Historia.



Rally de mercado

El mercado de Triana puede ser el escenario de una competición por encontrar en el menor tiempo posible los ingredientes del plato que después cocinarán los participantes. Los vendedores contribuirán sin duda al éxito de la operación.

Fue inaugurado en 2018 sobre lo que fue el pabellón de Brasil en la Expo, con la intención de poder desarrollar cualquier disciplina escénica. En total son 30.000 m² que incluyen 15 salas para reuniones y eventos de diferentes tamaños a los que se suman los dos auditorios.

Isla Mágica, junto al hotel Barceló Renacimiento, es un parque temático en el que se pueden organizar eventos todo el año. Si coincide con los meses de apertura, generalmente de abril a noviembre, es posible privatizar partes del parque durante el día, o completamente tras el cierre.

Los actores y espectáculos que forman parte de la cotidianeidad amenizan muchos eventos. Su mayor capacidad se encuentra en El Fuerte, que puede recibir hasta 2.200 personas de pie.

Datos de interés



Moneda
Euro (EUR)

Huso horario
GMT +1



Tipo de enchufe
Clavijas tipo F
Voltaje común 230 V

Aeropuerto más cercano
Sevilla (SVQ)



Más información

SEVILLA CONVENTION BUREAU
Manuel Macías
Director
Tel. +34 954 500 583
info@sevillacb.com
www.sevillacb.com

Muelles de Sevilla

El río Guadalquivir no solo ejerce de arteria principal sin la que no batiría el corazón de Sevilla. En sus riberas se están creando nuevos espacios para MICE en torno al muelle donde atracan los barcos de crucero, junto al Parque María Luisa y los pabellones, hoy consulado, museos y *venues*, que nacieron con la Exposición Iberoamericana de 1929.

Villa Luisa es uno de estos palacios urbanos que nació como Casa de la Música y hoy se utiliza para eventos. Sus jardines son una prolongación del Parque de María Luisa. Los grupos pueden llegar en coche de caballos hasta los jardines, que pueden recibir hasta 1.200 personas en cóctel, o el pabellón de cristal que se utiliza para cenas de gala con un máximo de 360 comensales.

En la vecina orilla del río, como parte de la reconversión de los muelles de las Delicias y Nueva York, el **Acuario** es uno de los últimos *venues* singulares que ofrece Sevilla. Se trata de un recorrido por los ecosistemas acuáticos que atravesó la expedición de Fernando de Magallanes en la primera circunnavegación de la Historia.

Los reconvertidos muelles de Delicias y Nueva York ya albergan nuevos venues

Se organizan cenas de hasta 15 invitados observando los peces junto al tanque de agua más profundo de la península ibérica. Cuenta con un auditorio de 256 cuyo fondo de escenario está ocupado por un gran acuario.

Muelle 21 pertenece al especialista en catering Grupo Abades. Cuenta con una terraza de 600 m² con vistas al Guadalquivir y el centro de Sevilla. En interior se ofrece un espacio de 640 m².

El aledaño restaurante de cocina mediterránea **Iguana** está de moda en la ciudad y también se ofrece para eventos. Cuenta con una sala acristalada en el piso superior para cenas de gala de hasta 150 invitados.

La Raza Puerto es uno de los espacios del también proveedor de *catering* Grupo Raza, que cuenta con siete *venues* en Sevilla, todos con excelentes ubicaciones. Este simula el casco de un barco y tiene una terraza de 600 m². En la parte baja, el salón interior divisible alberga cócteles de hasta 210 personas, pudiendo ampliar el espacio con la terraza que puede acoger 400 invitados más.

Culminando los nuevos espacios en los muelles, la terminal de cruceros es un ejemplo de arquitectura sostenible fruto de la recuperación de contenedores y un innovador sistema de climatización que aprovecha la temperatura

del río. Se pueden organizar cócteles en los 450 m² del interior, ampliables con la superficie del muelle.

Los muelles de Sevilla terminan en el centro con el Muelle de Turismo donde se encuentra la Torre del Oro y la nueva Nao Victoria, una réplica de la que partió muy cerca de aquí en 1519 en busca de una nueva ruta comercial hacia las Islas de las Especias.

exactamente con barcas sobre las que se posaban unas planchas, el único modo de salvar el Guadalquivir.

Rivaliza con el centro histórico en cuanto a barrio con más personalidad de Sevilla. Triana es cuna de hermandades religiosas, de toreros de prestigio, de marineros famosos y hasta de muchos de quienes trabajaron en el Tribunal de la Inquisición que tuvo su sede en la ciudad durante 300



Barrio de Triana

En la parte superior de la **Torre del Oro**, hoy sede de un pequeño museo naval, se celebran cócteles de grupos de hasta 100 personas, teniendo en cuenta que el acceso se realiza obligatoriamente por la empinada escalera con origen en el siglo XIII.

Triana

Hasta 1852 no estuvo unido con el centro histórico por un puente sólido. Era el "puente de las barcas", construido

años. Es tanta la historia, el interés y el encanto que alberga este barrio que su visita es ineludible en un buen programa de incentivo.

El **Centro Cerámica Triana** testimonio del pasado reciente en que Triana fue un importante centro producción de cerámica y alfarería, gracias a la arcilla que se extraía de las orillas del río. Se encuentra en la que fue la última fábrica artesanal que cerró en el barrio, en el año 2012.

Es posible organizar visitas guiadas tematizadas con personajes como Rodrigo de Triana, aquél que gritó “¡tierra!” desde la carabela de Cristóbal Colón, o un inquisidor que salga del **Castillo de San Jorge**, bajo el actual **Mercado de Triana**.

En este último se pueden programar degustaciones y actividades de *teambuilding* relacionadas con los productos

un espacio muy singular con la inauguración en 2011 de **Metrosol Parasol**, conocido por todos como Setas de Sevilla. En la sala que se encuentra entre las pasarelas con vistas se organizan banquetes de hasta 300 comensales.

El centro de Sevilla esconde joyas como el hotel **Hospes Las Casas del Rey de Baeza**. Es un oasis lleno de encanto fruto de la recuperación de un corral de vecinos del siglo



más típicos. También puede ser una parada en el recorrido que permita descubrir cómo se vive la religión en esta ciudad que alberga importantes hermandades que reúnen a miles de nazarenos durante la Semana Santa.

Centro histórico

La mayor parte de las novedades hoteleras se esperan en el casco histórico de Sevilla, el segundo más grande del mundo. La renovación del área de La Encarnación generó

XVIII. Cuenta con 41 habitaciones en torno a dos patios que se pueden utilizar para eventos.

En la azotea puede recibir hasta 40 personas en cóctel junto a la pequeña piscina rodeada de los tejados de la ciudad. El salón con chimenea también se utiliza para sesiones de trabajo y puede recibir hasta 35 personas en teatro. El restaurante Azahar, de cocina andaluza, completa los atractivos del lugar.

El **Hotel Inglaterra** es el más antiguo de Sevilla, si bien el edificio que ocupa fue renovado en 1968 con una estética actual. Tiene 90 habitaciones, cuatro salones para eventos de hasta 90 delegados y una terraza con vistas a la ciudad en la que se organizan cócteles para un máximo de 120 invitados.

El centro histórico de Sevilla está lleno de rincones mágicos. Otro ejemplo es la **Casa Morales**, una taberna donde disfrutar del ambiente más típicamente andaluz en torno a la gran barra. En ella se recogían en 1850 los encargos de lo que era un despacho de vino y, tres generaciones más tarde, se ha convertido en un bar de referencia donde es posible organizar degustaciones para grupos pequeños a base de manzanilla y deliciosas tapas.

También son numerosos los *venues* singulares que se esconden tras muros que parecen banales. Prueba de ello es el **Palacio Bucarelli**, una casa construida por una familia florentina atraída por la riqueza de Sevilla. Se ennoblecó en España, donde llegaron a ser virreyes, y son sus descendientes quienes la han convertido en un *venue*.

En los jardines 200 personas pueden asistir a un cóctel y cena de gala en el interior. El lugar está lleno de historia que puede ser contada por actores. Por ejemplo, la fachada de la calle Santa Clara inspiró a Gustavo Adolfo Bécquer en el poema *Volverán las oscuras golondrinas* tras observar, mientras iba cada día

En Casa Morales se organizan degustaciones a base de manzanilla y deliciosas tapas

a la escuela, a una dama que se asomaba al balcón y le parecía la más bella de ciudad.

La misma familia tiene anexo a la casa principal un pequeño hotel de 15 habitaciones, todas con cocina, inaugurado en 2018.

Magia sevillana

Sentir Sevilla no es posible sin sentir el flamenco. El **Museo del Baile Flamenco** ofrece una inmersión en la que los grupos

reproducen ante un espejo los pasos y palmas específicas de cada "palo". Un cóctel de hasta 60 invitados puede acompañar la visita de la exposición del que es el único museo del mundo dedicado a este arte. Aquí se analiza el baile, cante y percusión que lo han caracterizado a lo largo

de su historia estimada en 3.000 años, así como su evolución desde los patios sevillanos hasta su presentación en la Opera Garnier de París en los años 90 del siglo pasado. La bailaora fue Cristina Hoyos, fundadora del museo.

La práctica y la visita permiten a los visitantes conocer un poco más sobre la esencia del flamenco antes de asistir a un espectáculo de gran calidad.

En grupos reducidos se pueden visitar los talleres de **Lina** en calle Puente y Pellón. Es una de las grandes referencias sevillanas en cuanto a confección de trajes de flamenca.

Saborear Sevilla tampoco es posible sin disfrutar de sus sabores, de su afamado



Palacio Bucarelli

jamón ibérico, de sus variedades de aceite, de sus recetas de invierno y verano... En la terraza **Gourmet Experience Duque de El Corte Inglés**, hasta 220 en cóctel pueden disfrutar de las vistas de la ciudad.

El servicio *Barra gourmet* se ofrece para la degustación de todo lo que se vende en el espacio de tienda. Para incentivos es posible personalizar tarjetas de compra, cuyos impuestos deducibles para extranjeros se recuperan en el mismo centro. También se ofrece servicio de *personal shopper*.

Para culminar la inmersión en la cultura sevillana nada mejor que visitar una hacienda como **Hacienda de La Soledad**. Del siglo XVII se ofrece desde 2019 para eventos corporativos. Situada en Alcalá de Guadaira, a 18 kilómetros del centro de Sevilla, nació como un lugar de producción de aceite.

Aún se conservan las magníficas almazaras –molinos de aceite– que datan de hace 300 años. Aunque hoy no están en activo, la visita guiada supone un autentico viaje al pasado en el que aprender, entre otras cosas, que lo realmente valioso no era el aceite, sino el hecho de que con él se elaboraban jabones que permitían vender lana limpia. Esta lana era la que realmente generaba riqueza

250 comensales pueden asistir a una cena de gala en el patio del señorío – la parte que actualmente sigue siendo privada–. El jardín de naranjos centenarios puede recibir hasta 3.000 personas. En el interior existen varios espacios, el mayor de 1.000 m², en lo que eran los antiguos talleres y caballerizas.



Clásicos de Sevilla

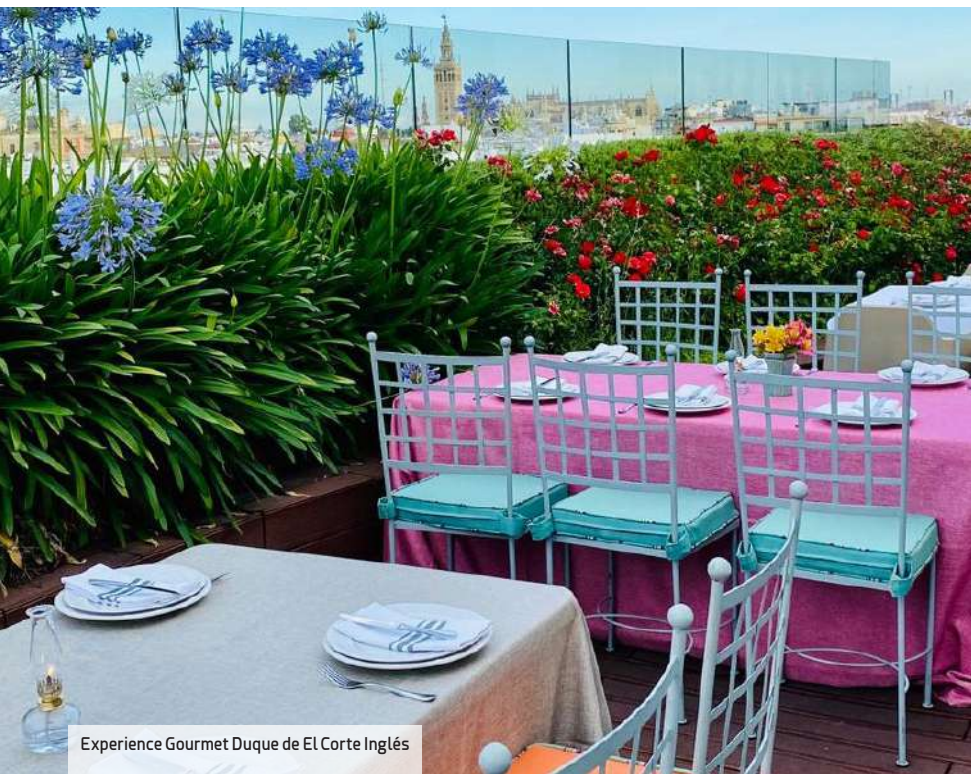
Es ineludible en cualquier programa la visita de clásicos del destino como la **Plaza de España**, erigida como pabellón de España para la Exposición Iberoamericana de 1929.

Sus 200 metros de diámetro abrazan a América en la que es una de las joyas de Aníbal González, que pronto contará con un museo. Los antiguos jardines privados de los duques de Montpensier dieron lugar al contiguo **Parque de María Luisa**.

La visita de la catedral y el ascenso a la Giralda también forman parte de las actividades siempre demandadas. Desde lo alto del actual campanario, antiguo minarete de la mezquita que se hallaba en este lugar, las vistas son fascinantes. El hecho de que el ascenso se realice mediante rampas y no por escaleras remonta a cuando el muhecin subía a caballo a realizar las llamadas al rezo.

Los **Reales Alcázares** son en realidad el palacio real más grande de Europa, cuya construcción empezó en el siglo IX. Parte de los 70.000 m² de jardines se ofrecen para eventos. En el Salón del Almirante se celebran cenas con 200 asistentes. En el Patio de la Montería ya se han organizado espectáculos flamencos para 1.000 personas.

El **Museo de Bellas Artes** es según los propios habitantes un gran desconocido. Reconocido como una de las grandes pinacotecas del mundo, aglutina interesantes obras de los siglos XVI, XVII y principios del XIX. Reúne además numerosos cuadros de Bartolomé Este-



ban Murillo, pintor sevillano que a diferencia de su coetáneo Diego de Velázquez, no aceptó la invitación de la corte de Madrid para desplazarse a la capital. Como residente en Sevilla se inspiró en los habitantes de la ciudad para muchas de sus obras, entre ellas las famosas vírgenes Inmaculadas.

Conocer Sevilla es un receptivo que organiza visitas teatralizadas de numerosos espacios, en un destino que se presta a proponer viajes a diferentes épocas, todas apasionantes.

Hospitalidad innata

Sevilla fue en el siglo XVII el epicentro del mundo. De esta época ha heredado el habitante la curiosidad por el visitante y el orgullo por su ciudad.

Conocer Sevilla es un DMC que organiza visitas teatralizadas de numerosos espacios

Por eso puede ser cualquier habitante quien explique que el 25% de los árboles, muchos centenarios, que decoran la ciudad son naranjos que se utilizan para producir mermelada amarga. Y que cuando empieza a desaparecer el invierno hacen que Sevilla huela a azahar.

También pueden ser quienes cuenten que los sevillanos disfrutan y admiran su Semana Santa, que viven con una devoción que va más allá de la religiosa. Y que ríen, beben y bailan hasta el alba durante la Feria de Abril... por mencionar las festividades más famosas de un destino al que le encanta celebrar, compartir y disfrutar.

Sevilla tiene un color especial y así lo dice la canción. Hacer que un grupo lo compruebe es realmente fácil.



SÍGUENOS EN INSTAGRAM

Un destino de superación

Ante la situación adversa a la que se enfrenta la industria MICE Sevilla proyecta una imagen de superación mientras celebra el V Centenario de la primera vuelta al mundo, comandada por Fernando de Magallanes y culminada por Juan Sebastián Elcano tras la muerte del primero.

La **Nao Victoria** que hoy se encuentra junto a la Torre del Oro, es una réplica exacta de uno de los cinco barcos que zarparon de Sevilla el 10 de agosto de 1519 con el objetivo de realizar la primera circunnavegación de la Historia. Se buscaba una nueva ruta comercial hacia las "Islas de las Especias" (actuales Molucas en Indonesia).

La travesía, durante la que se descubrió el Estrecho de Magallanes, duró tres años y de ella solo regresaron 18 de los 245 hombres que partieron. 45 de ellos formaban la tripulación de la Nao Victoria que desde febrero del año pasado se ofrece para eventos que también suponen un viaje en el tiempo. 150 invitados pueden disfrutar de un cóctel en las diferentes cubiertas, aprendiendo durante la experiencia cómo era la vida a bordo, las vicisitudes que sufrieron los navegantes... hasta un triunfo final que cambió el curso de la Historia.

Porque la primera vuelta al mundo fue una enorme aventura que, una vez superada, hizo de ella el epicentro del mundo.

MOTIVACIÓN

Por **Cristina Cunchillos**

En tiempos preocupantes como los actuales, las actividades de *teambuilding* pueden servir para liberar tensiones, ya sea reproduciendo caras “raras” que hagan reír a todos, destrozando objetos a mazazos o creando mensajes de esperanza.

Pintura con luz

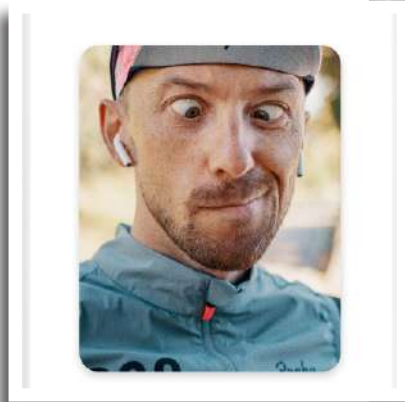


Con casi 2.800 horas de sol anuales, Lisboa es conocida como la Ciudad de la Luz y por eso la agencia **O2 Aventura**, que opera en toda la Península Ibérica, propone en este destino una actividad en la que los participantes se convierten en destellos de luz que, unidos, componen logos e imágenes verdaderamente impactantes.

El Light Painting es una técnica fotográfica que consiste, literalmente en “pintar con luz”, moviendo objetos iluminados ante la cámara en fotografías de larga exposición. Tras recibir unas pautas técnicas de expertos, los participantes empiezan a “jugar” con la luz, creando dibujos con la estela que dejan ante la cámara y aprendiendo cómo, tanto en este juego como en la vida, todos los miembros del equipo son importantes y sus acciones siempre dejan un rastro.

Una vez han practicado la técnica con ejercicios cada vez más complejos, acometen el reto de generar entre todos una imagen especial asociada con la empresa, por ejemplo recreando el logo o interpretando los valores corporativos con movimientos de luz. Solo queda hacer *click* en la cámara para que quede plasmado su esfuerzo en una foto irrepetible que se llevarán de recuerdo.

Reto de selfies



La agencia **Catalyst México** propone una actividad *online* rápida y divertida para romper el hielo y crear un ambiente más distendido antes de una reunión virtual: el juego *Swipe Face*. Los participantes reciben instrucciones para hacerse un *selfie* en el móvil con diferentes poses, recurriendo a su creatividad, rapidez y buen humor. Dejando atrás sus inhibiciones, disponen de 30 segundos para poner “cara de globo”, “ojos de loco” o escenificar un rugido de tigre y hacer la foto que compartirán con todos sus compañeros. En este juego no hay rangos y también los directivos pueden mostrar su cara más divertida.

Cada miembro del equipo vota sobre las fotos de sus compañeros. Se acumulan puntos con cada voto a favor, se anuncia el ganador y se comparte una galería con todas las fotos que los participantes pueden guardar de recuerdo y que, sin duda, provocará risas y dará de qué hablar antes de la próxima reunión...



“Destructoterapia”



La “destructoterapia” es una técnica que nació en Japón para ayudar a los ejecutivos estresados a liberar la tensión rompiendo todo tipo de objetos y que la agencia española **Kaizen** ofrece como una divertida y curiosamente reconfortante actividad de *teambuilding*.

Se puede comenzar con una sesión educativa sobre la gestión del estrés. Después los participantes se preparan para desahogarse con la ropa y el material de protección adecuados. Empezando por pequeñas acciones, como pinchar globos o lanzar huevos, van destruyendo diferentes objetos, cada vez más grandes, de forma gradual: desde hacer añicos una vajilla entera a derrumbar un muro a mazazos. Se trata de un ejercicio físico intenso en el que se liberan endorfinas y se reduce el nivel de ansiedad y estrés. Es también un momento de risas con los compañeros. Tras esta primera fase de liberación y euforia, se termina con un momento de relajación con música.



PURO INCENTIVO

MAGIA PERUANA

El Valle Sagrado, en los Andes de Perú, ofrece mucho más que deleitarse en Machu Picchu. La ciudadela inca es una más de las joyas que esconde un destino donde las posibilidades para grupos de incentivo son tan amplias como los cielos estrellados que inspiraron a los incas.

VALLE SAGRADO (PERÚ)



Por **Vincent Richeux**
Fotos **Eva López Álvarez**

Los incas consideraban el Valle Sagrado como un lugar privilegiado por sus características geográficas y climáticas. Además de su granero, fue escenario de numerosas proezas urbanísticas y de ingeniería que aún hoy se pueden admirar y abarcan mucho más que Machu Picchu. Entre 2.000 y 2.800 metros de altura, esta área coronada por la ciudad de Cusco es el decorado ideal para un programa de incentivo que integre paisajes fascinantes, exotismo indígena, riqueza cultural y delicias gastronómicas.

El Valle Sagrado, en los Andes peruanos, se extiende a lo largo del río Urubamba por los 60 kilómetros que separan los pueblos de Pisac y Ollantaytambo. Para las antiguas civilizaciones era un lugar inaccesible. Afortunadamente, una puerta llamada Cusco se abre para todo el que quiera explorar este rincón del mundo impregnado de un ambiente en el que cada elemento es pintoresco.

El Aeropuerto Internacional Alejandro Velasco Astete de Cusco se encuentra a 3.300 metros de altura. Los grupos



ya podrán experimentar nada más aterrizar el *soroche* o efecto de la misma. Los hoteles de la zona están equipados con lo necesario en caso de dificultad.

En una hora de avión se ascienden los 3.350 metros de desnivel que separan Lima de Cusco. Se recomienda no ingerir alimentos pesados antes de viajar y beber mucha agua.

Cusco

Desde el Cristo más alto del mundo, situado a 3.700 metros de altura, se divisan magníficas vistas de la ciudad. La herencia inca es palpable en todas partes: desde las calles y la parte baja de las casas del centro, hasta los innumerables *souvenirs* que se venden por doquier. El **Convento de Santo Domingo**, sujeto a leyes aún basadas en el "derecho de conquista", alberga en su claustro eventos y cenas de gala, además de los restos del templo del Sol, principal espacio de culto de la civilización inca.

La Plaza de Armas construida por los españoles, sigue siendo el punto de encuentro de los locales y el corazón de las distintas celebraciones que acaecen a lo largo del año. Destacan entre ellas las Fiestas Jubilares que cada mes de junio se inician en esta plaza con la ceremonia de la ofrenda a la Pachamama (Madre Tierra).

La visita de la **Catedral del Cusco** es ineludible. Fue construida sobre el palacio Kiswar Kancha que perteneció al gobernador inca Huiracocha. A pesar de suponer la destrucción del pasado inca, es un bonito ejemplo de arquitectura barroca.

Son numerosos los hoteles con encanto que se ofrecen para incentivos en Cusco. El hotel **Inkaterra La Casa** es una mansión colonial del siglo XVI que sigue contando con las once habitaciones de la construcción original. Entre sus huéspedes figuran Diego de Almagro y Simón Bolívar.



En los alrededores de Cusco se concentran otros vestigios de gran interés, entre los que merece la pena destacar **Sacsayhuamac**, dedicado al dios del rayo, y **Tambomachay**, que rinde tributo al poder del agua.

Valle Sagrado

Urubamba es la capital del valle y alberga los mejores hoteles de la zona. El **Tambo del Inka Luxury Collection Resort & Spa**, con 128 habitaciones, es uno de ellos y el único con estación de tren privada hacia Machu Picchu. El **spa Kallpa** cuenta con piscinas interior y al aire libre. Para incentivos se ofrece la posibilidad de recolectar y cocinar bajo la supervisión del **chef** la comida fresca que se degustará junto al río.

El **Inkaterra Hacienda Urubamba** cuenta con 24 cabañas y doce habitaciones en la casa principal. Desde aquí se organizan salidas a pie a los alrededores del hotel, en plena naturaleza, para disfrutar de las noches estrelladas amenizadas con leyendas.

Teambuilding en el Valle Sagrado

Homenaje a la Tierra

El tributo a la Pachamama es una ceremonia llena de simbolismo. Los grupos pueden implicarse enterrando una olla de barro con comida cocida, junto a hojas de coca, alcohol, vino, cigarros y chicha; participando en los bailes o acompañando en los cantos.



Secretos de la huerta

Varios hoteles cuentan con huertas ecológicas en las que los viajeros pueden aprender sobre los productos de temporada, además de extraer los ingredientes para el plato peruano que prepararán a continuación en las cocinas.

47 idiomas

En Perú conviven 47 idiomas ancestrales y aprender alguna palabra de ellos para utilizarlas en los mercados supone un reto interesante. Además de generar risas, permiten conectar con el habitante en los múltiples mercados que salpican el Valle.



Mejor pisco sour

La elaboración del cóctel más famoso de Perú no puede faltar en el programa. Se prepara con pisco -aguardiente de uva-, zumo de limón, sirope de azúcar, clara de huevo y angostura. Se toma muy fresco y acompañado con maíz tostado.

La huerta que nutre las recetas del restaurante también sirve de marco para programas de *teambuilding*.

Los mercados son uno de los grandes atractivos del Valle Sagrado. Cada mañana en Urubamba se comercia con todo tipo de productos: desde recuerdos para turistas a cabezas de vaca recién cortadas o frutas para muchos desconocidas.

En **Chincheros** las tejedoras reciben con los brazos abiertos a los viajeros dispuestos a adquirir sus

el Valle Sagrado es un anticipo de las proezas que los grupos admirarán en Machu Picchu.

De camino a Ollantaytambo, el **Skylodge Adventure Suites** ofrece la posibilidad de que hasta ocho personas duerman suspendidas a 400 metros de altura, en refugios colgantes y transparentes.

Hacia Machu Picchu

A pesar de ser un lugar muy turístico, el tiempo parece haberse detenido en Ollantaytambo, ya que con-



Indígenas en Chincheros

obras. La rudeza del carácter andino se hace evidente cuando no hay transacción. Los domingos se celebra aquí uno de los mercados más famosos de Perú. Aún es posible asistir al comercio a base de trueque.

El mercado de **Pisac** ha sucumbido al interés por ofrecerle a los turistas productos que poco tienen de auténticos. Sin embargo, merece la pena incluir su visita para admirar el **Sitio Arqueológico Inca**. Dominando

serva el urbanismo inca que comunica las estrechas calles con el río Urubamba.

Perú Rail e **Inca Rail** son las dos empresas que operan los trenes que comunican varias veces al día Cusco y Ollantaytambo con Aguas Calientes. Esta última parada es la puerta de acceso a Machu Picchu. El servicio más exclusivo para incentivos es The Private de Inca Rail. Es un vagón acondicionado como salón que

incluye sala de espera VIP en Ollantaytambo, bebidas *premium* a bordo, menú *gourmet* y autobús privado a Machu Picchu. Es posible organizar clases de cocina en las que elaborar el típico ceviche durante el trayecto de hora y media entre montañas.

Aguas Calientes, o "Machu Picchu Pueblo", es el punto de partida hacia la ciudadela inca. El **Sumaq Machu Picchu Hotel** cuenta con 60 habitaciones. La estancia incluye la organización para grupos de una ceremonia de agradecimiento a la Pachamama.

Dirigida por un sacerdote andino, consiste en devolverle a la tierra algunas ofrendas que se han extraído de ella como agradecimiento. Durante el ritual se le solicita que siga produciendo y permita a los hombres acceder a sus entrañas. Es un momento de gran importancia para los locales.

El vagón The Private es el servicio más exclusivo de Inca Rail para incentivos

El hotel también ofrece clases de cocina para la elaboración de ceviche y pisco *sour*. Tiene un salón de reuniones con capacidad máxima para 50 personas.

El autobús hacia Machu Picchu es el medio más elegido por los organizadores de incentivos. Pero cada vez son más los que proponen a los recompensados recorrer el **Camino Inca** que conduce a la ciudadela de Machu Picchu. Se llega a ella tras recorrer 43 kilómetros a través de un paisaje único y vivir el amanecer en la Puerta del Sol. Son cuatro días de recorrido con tres noches de acampada nocturna que ofrece, entre otras recompensas, una de las mejores vistas del planeta.

Es importante tener en cuenta que en febrero el Camino Inca se cierra por mantenimiento. Los meses de junio, julio y agosto son los de mayor afluencia. La estación de lluvias se extiende de marzo a mayo. El invierno local, con temperaturas entre los 2 y los 20 grados, se prolonga de abril a septiembre.

El trayecto en autobús desde Aguascalientes dura 25 minutos. La ascensión de ocho kilómetros hasta la entrada del recinto es un regalo para la vista.

El **Inkaterra Machu Picchu Pueblo**, junto a la estación de tren, es el hotel más utilizado para incentivos. Es un remanso paz dentro del bullicio que genera la aglomeración de turistas en este lugar, la mayoría a la espera de los autobuses que parten al alba.

Se compone de 85 cabañas dentro de un jardín botánico.

La joya inca

Durante años fue víctima de su propio éxito. Por eso los accesos a Machu Picchu han sido limitados en un intento de evitar las grandes aglomeraciones que impedirían que la visita fuese una experiencia agradable. Actualmente el acceso ha sido limitado a 2.244 personas por día, con un itinerario establecido y la imposibilidad de permanecer más de cuatro horas en el lugar. Por la tarde suele haber menos visitantes.

La afluencia de gente es lo único que puede restar algo de interés a la visita de este recinto único en el mundo. Aunque el explorador estadounidense Hiram

Datos de interés



Moneda

Sol peruano (PEN)

Huso horario

GMT-5



Tipo de enchufe

Clavijas tipo A /B /C
Voltaje común 220 V

Aeropuerto más cercano

Cusco (CUZ)



Más información

Adolfo Betetta Sánchez
Turismo de Reuniones - MICE
Dirección de Turismo PROMPERÚ
Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
(+51) 9999 06 317
abetetta@promperuext.pe
www.meetings.peru.travel



Bingham pasó a la historia como el descubridor de la llamada Ciudad Perdida de los Incas, fue un hacendado cusqueño quien se sumergió en la selva en 1902 y descubrió la maravilla que fue reconocida en 1983 como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

Son varias las teorías que explican lo que hoy se puede observar: la más aceptada apunta a que la ciudadela nació por la iniciativa de Pachacútec, noveno gobernante y responsable de la expansión del imperio inca. Parece que llegó a ordenar durante su mandato

único hotel de Machu Picchu. Cuenta con 29 habitaciones y dos *suites*.

Choquequirao

Choquequirao es conocida como la Ciudad Hermana de Machu Picchu y es muy similar, con la diferencia de que es mucho menos visitada por lo que se mantiene prácticamente intacta desde su descubrimiento. Está situada en las estribaciones del nevado Salcantay y esconde tantos o más enigmas que su famosa hermana.



Camino inca

la construcción de 30.000 kilómetros de caminos de piedra. También se dice que habría elegido este lugar para ser enterrado, pasando de ser su lugar de residencia a un recinto ceremonial en honor a él.

La elección del lugar, su abandono en el siglo XVI... son muchas las incógnitas que aún perviven en torno a la ciudadela más famosa del mundo. El **Belmond Sanctuary Lodge**, en la entrada de la ciudadela, es el

Se llega a ella tras un día y medio de exigente *trekking* a lo largo del cañón del río Apurímac. Dicen que este lugar recóndito fue el último refugio de la civilización inca antes de su extinción con la muerte de Atahualpa. Como en Machu Picchu, se conservan numerosas construcciones relacionadas con los ciclos del sol. La búsqueda de la tumba del que fue el último rey inca sigue inspirando a numerosos exploradores y arqueólogos.

El Valle Sagrado fue el lugar más importante del mayor imperio de la era prehispánica. Hoy sigue siendo un lugar donde descubrir el Perú más ancestral. Esta puede ser la temática de numerosas actividades de *teambuilding*.

Una de ellas consiste en conseguir comunicarse en alguna de las 47 lenguas que aún perviven entre los más de cuatro millones de indígenas que viven en Perú. Aprender algunos pasos de las danzas locales es otra opción antes del ineludible curso de coctelería durante el que competir por el mejor pisco *sour*.

Incentivos de altura

Hay que tener en cuenta en los programas el tiempo de aclimatación a la altura por parte de los grupos. Los participantes en un incentivo pueden ser recibidos en el aeropuerto por miembros de una comunidad indígena que les ofrece té de coca. Los receptivos locales recomiendan limitar el primer día a cortos paseos en algún poblado indígena. Es una manera relajada de familiarizarse con los paisajes de la cordillera an-

dina, el carácter de los habitantes y los efectos de la altura.

Una vez superado la suerte de aturdimiento y fatiga típica del *soroche*, especialmente perceptible al subir escaleras o hacer algún esfuerzo, solo queda sumergirse en la particular atmósfera de los Andes peruanos.

Las panorámicas que tantas veces se encuentran en cualquier recorrido por el Valle Sagrado harán las delicias de los amantes de la fotografía. Los ceremoniales ligados a la Pachamama también son ineludibles en programas de recompensa que perdurarán en la memoria de los participantes.

Porque esta zona de Perú está llena de magia y encaja perfectamente en el mapa de destinos que ofrecen exotismo y sorpresas, en este caso declinadas en forma de intensos colores, fascinantes paisajes y una arqueología única en el mundo.

Es importante tener en cuenta el tiempo de aclimatación de los grupos a la altura de los Andes



SÍGUENOS EN INSTAGRAM

Expertos agrónomos

Los incas demostraron ser auténticos ingenieros agrónomos, con un nivel de conocimiento de los ciclos solares y climáticos que les permitía reproducirlos en las emblemáticas estructuras de terrazas que salpican el Valle Sagrado.

En Moray está uno de los vestigios arqueológicos más interesantes: las terrazas, en este caso en forma de anillos concéntricos y también conocidas como andenes incas, eran utilizadas como laboratorio. Las distintas alturas y su orientación permitían reproducir hasta 20 microclimas diferentes y parece que de aquí surgieron importantes mejoras de la producción agrícola. En el mes de octubre los viajeros pueden mezclarse con los locales durante el Moray Raymi o Fiesta del Sol.

Las Salinerías de Maras se pueden visitar desde Urubamba. Son 3.000 piscinas a 3.380 metros de altura en terrazas construidas en la ladera de la montaña Qaqawiñay de las que los incas extraían la sal rosada que se sigue comercializando en la actualidad.

CÓMO TRIUNFAR CON UNA PONENCIA VIRTUAL

La crisis sanitaria ha hecho que muchos eventos se celebren *online* y muchos profesionales coinciden en que el formato virtual está aquí para quedarse. Pero, aunque parezca fácil, hacer una ponencia virtual no es lo mismo que presentar contenidos ante un grupo de delegados en directo.

Por **Cristina Cunchillos**

Las restricciones a la celebración de encuentros por el Covid-19 han convertido los eventos virtuales en la nueva normalidad en el mundo MICE. Las sesiones de formación se han convertido en *webinars* y las ponencias llegan a una audiencia global a través de la pantalla del ordenador o móvil via *streaming*, desde un plató profesional, la oficina o el domicilio del ponente.

Pero no basta con encender la *webcam* y decir lo mismo que se había preparado para un formato presencial para trasladar un mensaje al formato virtual. Este entorno es muy diferente, y hay muchas cosas a tener en cuenta.

Todo por el público

Dirigirse a la audiencia a través de una pantalla no puede ser similar a hacerlo presencialmente por el sencillo motivo de que el público no está. En un evento presencial, una vez los delegados han tomado su asiento en la sala de conferencias, son un público cautivo que dirige su atención hacia la persona aunque solo sea durante los primeros minutos. En caso de que el contenido no les resulte atractivo, tal vez no dejen la sala por educación o no lleguen a prestar total atención a la presentación, pero resulta más fácil llegar a ellos.

No puede ser similar una ponencia virtual a una física porque el público no está

En un formato virtual, ya es más difícil conseguir que asistan. Los profesionales reciben numerosas invitaciones a eventos virtuales y puede que confirmen pero, llegado el día, es más fácil que surgan otras prioridades o que simplemente no les apetezca asistir. Con solo no clicar en el enlace, o desconectar si ya están en la plataforma, desaparecerán por completo y ni el organizador del evento ni el ponente tendrá ningún control sobre ellos.

La sesión virtual tiene que ser concebida como un contenido que los asistentes no se pueden perder. Hay claves para conseguirlo, como contar con *speakers* de alto nivel: alguien famoso, una eminencia en el sector o un experto reconocido en el tema, resultará mucho más atractivo. Es ineludible ofrecer un contenido relevante: tentar a ese público con la promesa de algo que le va a resultar útil e interesante, sin revelar los detalles.

Mantener la conexión

Una vez los delegados se han conectado a la plataforma y el ponente inicia su presentación, hay que mantener la conexión con ellos. Parece obvio, pero numerosos eventos virtuales, grandes y pequeños, sufren como consecuencia de fallos téc-

nicos el goteo de asistentes que dejan de estar en línea, ya sea por pantallas que se congelan, la pérdida de conexión, el sonido entrecortado, los ponentes que no se conectan... Y los participantes “apagan”.

No solo se trata de disponer del ancho de banda adecuado al tipo de presentación y número de participantes. Hay que probar la tecnología una y otra vez y contar con un plan alternativo en caso de que algo falle. Si el evento se retransmite desde un domicilio particular, conviene asegurarse de que no hay otros dispositivos conectados que puedan afectar a la velocidad de la transmisión.

Son muchos los eventos en los que los fallos técnicos provocan que los participantes “apaguen”

Además de los aspectos técnicos, es imprescindible mantener la conexión intelectual con el público, despertando su interés y fomentando su participación. En esto no solo cuenta la habilidad del ponente para que su discurso no sea monótono, sino sobre todo el contenido que presenta y cómo lo hace para que los asistentes se queden hasta el final. Se consigue cuando se ha preparado una ponencia pensando en el público, qué le interesa o incluso cómo prefiere recibir esa información.

También conviene buscar la interacción con ese público, mediante encuestas *online* o un *chat* a través del que puedan hacer preguntas en directo. De este modo se dinamiza la presentación y el ponente puede hacerse una idea de cuánta gente le está escuchando verdaderamente.



Hablarle a la pantalla

En un evento virtual, el público es invisible y el ponente le habla a la pantalla como en un programa de televisión. Muchos *venues*, hoteles y agencias de eventos cuentan ahora con su propio plató de grabación, desde donde se puede hacer una presentación contando con técnicos que se aseguren de que todo funciona a la perfección.

Conviene buscar la interacción con el público mediante encuestas o *chats*

Cuando la presentación se hace desde casa o la oficina, el ponente ejerce a la vez de cámara, técnico de sonido y director, y ha de tener en cuenta esos pequeños detalles que podrían arruinar su presentación, independientemente del contenido:

- Ruidos e interrupciones: en una ponencia virtual no hay sonido ambiente y el micrófono del ponente puede captar ruidos que distraen o incluso molestan: desde la alerta de entrada de un e-mail, al nervioso jugueteo con un bolígrafo o el sonido del tráfico en el exterior. Y si bien puede hacer gracia que un niño aparezca en la videollamada de trabajo de su padre o madre, no causará buena impresión durante una presentación profesional.

- Silencios incómodos: Si los ruidos se hacen notables en una presentación *online*, los silencios prolongados aún más. En una conferencia presencial el ponente puede



hace una pausa para ordenar sus pensamientos o mantener el suspense. Ese silencio se convierte en un vacío en el entorno virtual y puede conllevar que los participantes piensen que se ha perdido la conexión.

- Mala iluminación: en un estudio o escenario siempre se cuida la iluminación del presentador. Lo mismo se ha de hacer cuando se habla a la *webcam*. Conviene que la luz esté bien distribuida por la habitación y no proceda de un foco, sobre todo situado detrás del ponente ya que su cara no se verá con claridad.

- Posición: también se ha de cuidar la posición de la cámara con respecto al presentador. La cámara del portátil puede no mostrar el mejor ángulo de la persona y dar la impresión de que mira hacia abajo y no directamente al público. Simples trucos como colocar unos libros debajo del ordenador pueden ayudar. O, mejor aún, es invertir en una *webcam* que se pueda instalar en la posición idónea.

- Fondos que distraen: en el mundo *online* también se ha de cuidar el escenario, qué se ve detrás del ponente. Algunas pla-

taformas permiten crear fondos artificiales para evitar que el público se distraiga con la decoración o los libros que el ponente tiene en sus estanterías. También se puede crear un fondo con el logo o imágenes corporativas, cuidando de que esté bien iluminado.

- Información en pantalla: Habitualmente el ponente apoya su discurso con diapositivas que, en un evento presencial, aparecen en grandes pantallas. En el formato virtual también puede compartir esas páginas, pero ha de tener en cuenta que muchos participantes lo verán en su móvil o una esquina del ordenador. Conviene que ese contenido visual sea claro y sencillo, con una cantidad mínima de texto.

En el entorno virtual, el silencio prolongado se convierte en un vacío

- Además de tener en cuenta la plataforma y el público, existen otras “p” clave para el éxito de una ponencia virtual: una planificación detallada pensando en qué se quiere conseguir, a quién va dirigida y cómo se va a presentar. La preparación es igualmente importante, cuidando tanto del contenido como de la formación del ponente sobre el evento. Y, al igual que en una presentación cara a cara, los ensayos son ineludibles, aunque sea en casa: la práctica hace la perfección.



Oscar Cerezales

Vicepresidente Ejecutivo Global de la División Corporativa de MCI Group

“Lo más grave son los errores estratégicos, cuando se pone la tecnología por delante del diseño”

¿Qué se ha de tener en cuenta a la hora de preparar una ponencia para un evento virtual?

Al pasar un evento *face to face* a un formato virtual, el objetivo puede seguir siendo el mismo, pero el canal es totalmente diferente. En un evento digital, la participación de la audiencia ha de convertirse en una auténtica obsesión, ya que sin un buen *engagement* probablemente no se cumplirán los objetivos. Por otro lado, hay que pensar en la metodología más que en la tecnología en sí, que es lo más fácil. Finalmente, otra diferencia clave es la capacidad de repetición de los eventos virtuales. Una presentación virtual se puede replicar infinitas veces, por un coste mínimo o incluso nulo, algo que es imposible en un formato presencial.

¿Cuáles son los errores más comunes que se comenten en presentaciones virtuales?

Existen errores tácticos, como contar con una conexión con un ancho de banda que no es suficiente o no funciona bien, o elegir una plataforma *online* que no es la más adecuada para el tipo de evento programado. También se suele olvidar que se requieren habilidades distintas para hacer una presentación virtual y muchos ponentes no han recibido una formación digital. Pero lo más grave son los errores estratégicos, cuando se pone la tecnología por delante del diseño.

¿Cuál es la clave para mantener el interés y la participación de la audiencia en un entorno virtual?

La clave es la metodología que se aplica. Por un lado, conviene involucrar a gente que no son necesariamente expertos en eventos, sino profesionales con diferentes aptitudes, como psicología, neuromarketing o *copywriting*. Es importante hacer un buen análisis de los diferentes tipos de asistentes en la audiencia y diseñar el evento conforme a esos perfiles. Para ello es necesario recopilar tantos datos como sea posible de ese público, algo que las plataformas de eventos no proporcionan, pero que se puede conseguir con la ayuda de la inteligencia artificial en plataformas LMS (Learning Management System). Sabiendo lo que gusta o interesa al público, se pueden hacer presentaciones a medida.



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



Con estilo

GADGETS ANTIESTRÉS

Por **Redacción**

En una sociedad con cada vez más necesidad de parar y relajarse, son varios los dispositivos que de manera sencilla proponen dirigir la atención hacia otro lado en momentos de ansiedad, o tranquilizarse mediante ejercicios de respiración o construcción. Para ser utilizados durante un viaje, en la oficina o antes de una reunión... estos *gadgets* ayudan a no perder la calma.

FLIPO FLIP

Descripción:

Es un trompo de aluminio que mediante energía cinética es capaz de girar o rodar. Se ofrece cuadrado o hexagonal y en colores negro, plata y oro

Dimensiones: 4 x 4 cm (forma cuadrada)

Peso: 15 gramos

Qué nos gusta:

El poco espacio que ocupa y la posibilidad de adquirirlos en lotes de dos para hacer competiciones entre los dos trompos



XIAOMI MI FIDGET CUBE

Descripción:

Es un cubo compuesto por bloques que se pueden rotar indefinidamente. Cada bloque y bisagra se separan por lo que se pueden construir múltiples formas

Dimensiones: 10,3 x 7,1 x 2,6 cm

Peso: 50 gramos

Qué nos gusta:

Se puede integrar en otros bloques de construcción de la línea Mi de Xiaomi

SHIFT!

Descripción:

Es una suerte de silbato que, sin hacer ruido, permite controlar la respiración fomentando la extensión de la exhalación. Se inspira en el *shakuhachi* que los monjes japoneses Komuso utilizaban en el siglo XVII durante sus sesiones de meditación. Se presenta como una pieza de bisutería con cadena para lucir como collar. Existe en versión masculina y femenina

Dimensiones: 5 x 0,6 cm

Peso: 63 gramos

Qué nos gusta:

Su discreción permite utilizarlo en cualquier lugar y momento



BEURER STRESS RELEAZER

Descripción:

Se controla a través de la *app* Beurer CalmDown. Se coloca sobre el diafragma y emite unas vibraciones de baja frecuencia destinadas a la relajación con función de calor opcional, además de tres tipos de melodías (océano, bosque y jungla). Se puede ajustar a tres ciclos de respiración diferentes (10, 12 o 14 segundos). Un anillo iluminado ilustra la inhalación y la exhalación

Dimensiones: 18 x 5 x 12,8 cm

Peso: 380 gramos

Qué nos gusta:

A través de la aplicación se pueden practicar varios ejercicios de respiración, seleccionando el que más se ajusta al usuario

SPEKS

Descripción:

Se trata de un juego de bolas magnéticas compuesto por 512 imanes en miniatura que estimula la creatividad ya que permite generar múltiples formas, con la posibilidad de unir piezas de diferentes colores. Genera un índice de flujo magnético inferior a 50 Mx (por lo que no se recomienda su uso a menores de 14 años)

Dimensiones: 4,4 x 4,4 x 12,9 cm

Peso: 82 gramos

Qué nos gusta:

Estimula la imaginación ya que se pueden crear formas con agujeros, jugar con la mezcla de colores... hasta crear bonitos objetos de decoración efímeros



El tablón de

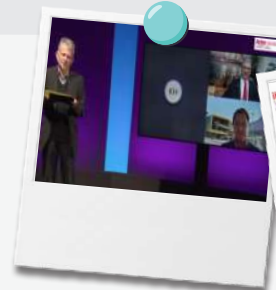
Asistimos al lanzamiento de Link4tour, la nueva comunidad llamada a reunir a los profesionales del mundo MICE a nivel internacional



Fuimos media partner de IBTM World virtual



Y pudimos presentar la 3ª edición de INFORMES, esta vez dedicado a la gestión de crisis en la industria MICE



Disfrutamos de una cata de productos de Córdoba (España), como paso previo a degustarlas en el destino (cuando el Covid-19 nos lo permita)



Asistimos al evento presencial que organizó el Madrid Convention Bureau en La terraza de Arzábal Reina Sofía para presentar la Guía de la sostenibilidad



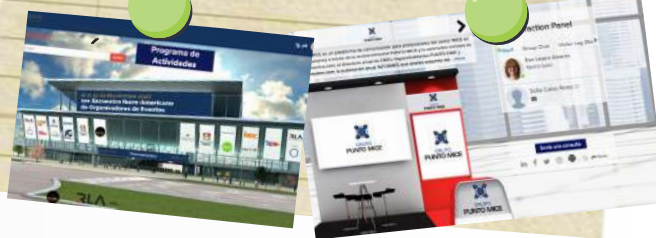
PUNTO MICE

Lanzamos el buscador de
PUNTO DMC 2021

¡y estamos muy contentos con
la acogida que está teniendo!
En mayo será el turno de
la edición en papel



Participamos en el 1er Encuentro
Iberoamericano de Organizadores de
Eventos de la mano de Noun Eventos,
que celebraba los 15 años de su
instituto de formación



¡Disfrutamos de seguir con los
press trips, esta vez en Sevilla
(España)!



También asistimos al 1er Encuentro de
la Industria de los eventos en Chile



y nos quedamos con este mensaje...

**JUNTOS LEVANTAREMOS
NUEVAMENTE EL TELÓN**

AGENDA INTERNACIONAL



CONVENING LEADERS

11 a 15 de enero

El evento más importante de PCMA (Professional Convention Management Association) se presenta este año como una ocasión para diseñar los eventos del futuro explorando nuevos modelos de negocio a través de una cita híbrida a través del Global Broadcast Center creado para la ocasión en Singapur.

Evento híbrido: digital y presencial en Marina Bay Sands (Singapur)



CONGRESO OPC SPAIN

25 a 27 de febrero

La Asociación Española de Operadores de Congresos (OPC Spain), OPC Andalucía y el Granada Convention Bureau esperan reunir a 300 profesionales del sector en el evento que hasta el cierre de esta edición se espera realizar únicamente en formato presencial.

Sede: Granada (España)



GLOBAL MEETINGS INDUSTRY DAY

8 de abril

La Meetings Mean Business Coalition (MMBC), responsable de la convocatoria del Día de la Industria MICE, invita a todos los profesionales del sector a celebrar este día "tras uno de los años en los que más retos hemos enfrentado de nuestra historia"



FITUR MICE

19 y 20 de mayo

La Feria Internacional de Turismo de Madrid se traslada al mes de mayo y tendrá formato presencial. Por primera vez, la división FITUR MICE se celebrará en los dos días previos al salón, incluyendo para los compradores asistentes la visita el 21 de mayo de la exposición general.

Sede: IFEMA (Madrid)



IMEX FRÁNKFURT

25 a 27 de mayo

Tras haberse trasladado al entorno virtual en 2020, IMEX espera reunir de nuevo de manera presencial en Alemania a los proveedores y profesionales referentes de la industria MICE internacional. El Grupo PUNTO MICE es mediapartner de este evento.

Sede: Messe Frankfurt



FIEXPO LATINOAMÉRICA

7 a 9 de diciembre

Tras haberse celebrado también virtual en 2020, la Feria Internacional del Mercado de Reuniones y Viajes de Incentivo de América Latina y el Caribe (FIEXPO) celebrará la primera de sus tres ediciones en Colombia y en formato presencial. El Grupo PUNTO MICE es media partner de este evento.

Sede: Las Américas Convention Center de Cartagena de Indias



IBTM AMERICAS

18 y 19 de agosto

Reed Exhibitions espera retomar este 2021 el formato presencial de la que es la mayor feria de MICE en Latinoamérica. Una año más contará con un amplio programa de sesiones formativas. El Grupo PUNTO MICE es mediapartner de este evento.

Sede: Las Américas Convention Center de Cartagena de Indias



IMEX LASVEGAS

9 a 11 de noviembre

La mayor feria MICE del continente americano retomará su versión presencial.

Sede: Mandalay Bay, Las Vegas (USA)

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



¡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



THE CAPITAL OF CROATIA

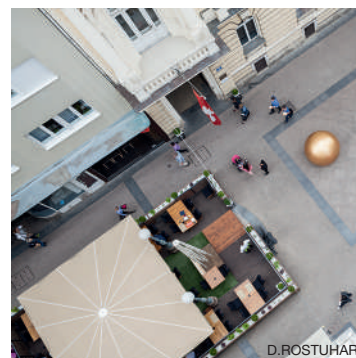
A SMART
PLACE
TO MEET



J. DUVAL



S. KAŠTELAN



D. ROSTUHAR



J. DUVAL

www.meetinzagreb.hr

Zagreb Tourist Board
& Convention Bureau

T +385 1 4898 555

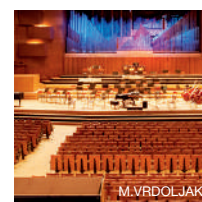
F +385 1 4814 340

info@meetinzagreb.hr

www.infozagreb.hr



ESPLANADE ZAGREB HOTEL



M. VRDOLJAK

CROATIA
Full of life

HOLA BONJOUR

ALTA VELOCIDAD ENTRE FRANCIA Y ESPAÑA



**CON MENOS
EMISIONES
DE CO²**



De centro
a centro



Embarque
directo y rápido



Disfruta
del viaje



WiFi gratuito
a bordo



Hasta 3 maletas
incluidas



Transporte
ecológico

**RESERVA EN AGENCIAS ACREDITADAS
POR RENFE Y/O SNCF**

www.renfe-sncf.com

renfe **SNCF**

en cooperación / en coopération