

## EL AÑO DE LOS DESTINOS

Por **Eva López Alvarez**

A lo largo de la pandemia los destinos MICE han desempeñado el rol de cohesionadores de sus proveedores; de motivadores a través de la información y la formación; de apoyo financiero y moral; de abanderados de una promoción que no podía cesar aunque no se estuviesen pudiendo recibir operaciones MICE; de impulsores de la adaptación que exigen los requisitos sanitarios y la necesidad de ofrecer garantías a los organizadores... ahora que la pandemia parece llegar a su fin tras nuevas oleadas inesperadas, muchos son los que recogen los frutos del trabajo realizado, incluso aquél llevado a cabo antes de la parálisis que ha vivido el sector a nivel presencial.

Las líneas de actuación para fomentar el regreso de los grupos extranjeros, tras haber luchado por recuperar a los grupos nacionales, difieren según el destino. Hay quienes han abierto líneas de financiación destinadas a subvencionar las distintas operaciones MICE, otros han optado por eximir a los miembros de sus convention bureau de las contribuciones económicas que respaldaban las acciones

de promoción, otros han apostado por facilitar la apertura de nuevos espacios y la creación de productos destinados a mejorar la oferta. Algo común a todos ha sido alinearse con las exigencias que han nacido con la pandemia y se mantendrán una vez superada.

### **Apuesta por la sostenibilidad**

Es el caso de la sostenibilidad. Las instituciones encargadas de la promoción de los destinos parecen ser conscientes de que de poco sirve promocionar un lugar como sostenible si detrás de ello no hay iniciativas concretas que permitan dejar un legado positivo del evento recibido. Más aún: muchos son los destinos que buscan demostrar que ante todo son sostenibles para sus habitantes y que, gracias a ello, pueden garantizar el compromiso necesario para que una operación MICE tenga sentido si se realiza en ellos.

Desafortunadamente, también los hay que se han apresurado a la hora de conseguir etiquetas sin que haya un tras-

**Mucho destinos buscan demostrar que son sostenibles para sus habitantes**

fondo real de responsabilidad social y económica para sus propios habitantes. El mercado pondrá a cada uno en su sitio dentro de esta carrera desenfrenada por mostrarse como el destino más sostenible.

### **Calidad de las conexiones**

Los eventos híbridos son considerados por los promotores como un tipo de operación MICE que se desarrolló con la pandemia seguirá vigente a partir de ahora. Por eso favorecen la apertura de sedes que puedan contar con la tecnología necesaria o subvencionan los equipamientos de otros espacios convencionales.

Sin embargo, en algunos destinos los organizadores lamentan toparse con la falta de buenas conexiones que garanticen anchos de banda estables y, en consecuencia, la participación de asistentes en remoto en eventos de calidad.

### **Garantías sanitarias**

Al menos durante unos cuantos meses, los planificadores optarán por destinos que no solo ofrezcan garantías en cuanto al cuidado de la higiene, sino que cuenten con un sistema sanitario fiable al que recurrir en caso de necesidad. Hay destinos que han optado por facilitar en la medida de lo posible

el acceso a tests, otros ofreciendo seguros que cubran cualquier incidencia ligada a la pandemia... finalmente se trata de transmitir tranquilidad en todo momento, tanto para no contagiarse en destino sino para poder reaccionar de manera sencilla en caso de que esto ocurra.

Algunos destinos nunca echaron el candado a sus fronteras, otros aún permanecen cerrados, pero en ellos la actividad MICE sigue activa, y a la espera de recibir a los asistentes internacionales. Todo parece indicar que en 2022 viviremos el esperado regreso a la normalidad de principios de 2020, cuando no había países en el mundo desaconsejados para recibir viajeros por razones sanitarias.

### **Los organizadores lamentan toparse con la falta de buenas conexiones a Internet**

De lo que no cabe ninguna duda es de que los destinos son el primer eslabón de la cadena de proveedores del sector y como tal han de ser impulsores de la recuperación, con estrategias de comunicación y promoción inteligentes, con la gestión adecuada de los flujos ahora que las tendencias apuntan a una recuperación masiva de los viajes, tanto profesionales como vacacionales y, sobre todo, como atentos vigilantes de que la recuperación se afronta con responsabilidad por parte de quienes *in situ* componen la cadena de valor.



**STEEN JAKOBSEN**

Asistente de Vicepresidencia en Dubai Business Events



“Sentimos que los delegados necesitan más razones para viajar a un evento presencial”

**¿Cuál es su percepción sobre 2022?**

Dubai Business Events mantuvo un diálogo constante con los organizadores de eventos y reuniones durante la pandemia. En los últimos meses especialmente nos hemos reunido con ellos a través de nuestras giras, ferias comerciales y distintas actividades. Gracias a ello hemos detectado una creciente demanda de destinos seguros para albergar eventos este año y los que venideros.

Muchos planificadores de operaciones MICE vieron el manejo sólido que Dubái estuvo haciendo de la pandemia y la forma en que estuvimos a la vanguardia en la reanudación de eventos de manera segura. Estamos percibiendo un gran interés de corporaciones y asociaciones por traer sus operaciones MICE este año y más adelante. Por supuesto, la naturaleza de la pandemia global requiere que debamos continuar monitoreando la situación en cada mercado de origen y permanecer estrechamente conectados con los planificadores, de tal modo que podamos determinar su demanda y estar listos en todo momento para atender sus necesidades.

**¿Qué están haciendo como destino para apoyar la reactivación del MICE presencial?**

Dubái siempre ha sido un destino en constante evolución y esto se ha mantenido durante los últimos dos años. Entre las atracciones recientes que se han abierto en la ciudad se encuentra Ain Dubai, la noria más alta del mundo, mientras que hoteles como el 25hours Hotel Dubai One Central y The Dubai Edition han brindado a los planificadores y huéspedes aún más diversidad en el ámbito del alojamiento.

Un avance importante también ha sido el éxito de la Expo 2020 Dubai, que comenzó el 1 de octubre de 2021 y continuará hasta finales de marzo. Hemos demostrado nuestra capacidad para albergar eventos de clase mundial y de todos los tamaños, así como proporcionado una base desde la que muchos los planificadores de reuniones están elaborando sus itinerarios. El lugar de la Expo también alberga el nuevo Centro de Exposiciones de Dubái, un lugar exclusivo para eventos con 45.000 m<sup>2</sup> de espacio flexible, como parte del legado de la Expo.

Como oficina de convenciones de la ciudad, Dubai Business Events también continúa brindando a los organizadores soporte y servicios personalizados, desde nuestra sede en Dubái y desde nuestras oficinas en todo el mundo. Esto garantiza que podamos presentarles propuestas y ofertas que satisfagan sus necesidades, no solo desde el punto de vista estratégico sino también comercial.

**¿Qué tendencias nacidas con la pandemia cree que se mantendrán en el tiempo?**

Si bien esperamos que los datos y las costumbres vuelvan a los niveles previos a la pandemia, sin duda habrá un legado de la experiencia que hemos vivido estos últimos años. En primer lugar, la seguridad seguirá siendo una prioridad para todos los planificadores, destinos y proveedores de servicios, con la necesidad continua de brindar tranquilidad a los delegados y participantes en cualquier operación.

También está claro que los eventos híbridos seguirán teniendo demanda, no en detrimento de la asistencia física, sino para garantizar que las organizaciones puedan maximizar su alcance y potencial comercial. La clave para esto será proporcionar ofertas virtuales que vayan más allá de la simple transmisión del evento, que sean personalizadas e interactivas, algo que hemos visto que los proveedores en Dubái ofrecen con éxito.

También esperamos asistir a una mayor demanda de experiencias en destino, con organizadores buscando más allá de lugares, hoteles, conectividad y otros factores de higiene al seleccionar sus ciudades anfitrionas. Sentimos que los delegados necesitan más razones para asistir a un evento presencial. Esta es un área en la que siempre nos hemos enfocado, brindando a los planificadores oportunidades para incorporar experiencias culturales, patrimoniales y de aventura en sus itinerarios.

**ANDREA WOLLETER**

Directora Nacional de Sernatur (Chile)



“Hemos trabajado fuertemente en la generación de contenidos y herramientas para la industria”

**¿Cómo percibe el 2022?**

Esperamos que este año sea el de la recuperación si bien seguiremos observando variaciones de la pandemia, con algunas restricciones que esperamos que sean menores. Los eventos híbridos seguirán muy presentes este año y, en la medida en que se flexibilicen las limitaciones, se podrá poco a poco ir ejecutando los eventos presenciales y viajes de incentivo que durante el 2021 comenzaron a reactivarse. Sin duda, se privilegiarán los destinos de naturaleza y espacios amplios, con énfasis en la bioseguridad, flexibilidad comercial y el enfoque al cliente. Finalmente, se seguirá dando énfasis a los eventos nacionales, fortaleciendo la industria interna a la espera de poder reactivar la internacional.

**¿Qué están haciendo como destino para apoyar la reactivación del MICE presencial?**

Hemos trabajado fuertemente en la generación de contenidos y herramientas para la industria. En ese contexto elaboramos la primera Guía de Viajes de Incentivo, un documento que describe cada una de nuestras regiones, destaca las experiencias turísticas y busca consolidar a Chile como el destino natural para grupos MICE. También hemos fortalecido nuestro programa Meet in Chile que, a día de hoy, ha otorgado la calidad de Embajador del Turismo de Reuniones a 70 personas, todos chilenos líderes de diversas asociaciones internacionales de diferentes disciplinas. Por otra parte, como región apostamos por la Alianza del Pacífico, estableciendo alineamientos generales que nos permiten captar eventos como región.

**¿Qué tendencias nacidas con la pandemia cree que se mantendrán en el tiempo?**

Sin lugar a dudas, el uso de las tecnologías y los eventos híbridos, que seguirán siendo frecuentes, aunque con el irremplazable factor presencial cada vez más activo. La flexibilidad en las negociaciones también se mantendrá, así como las garantías de bioseguridad y la sostenibilidad, un aspecto que, si bien ya tenía importancia antes de la pandemia, tomará mayor relevancia y se mantendrá en el tiempo.

**¿Cuál es su percepción sobre 2022?**

Japón sigue con las fronteras cerradas, aunque la actividad MICE no ha cesado, por lo que el destino está listo para cuando los viajeros internacionales puedan ingresar. En febrero tenemos más de 50 ferias, congresos y seminarios confirmados, tras haber superado los 60 en enero... en estos momentos se pueden realizar operaciones de hasta 5.000 personas sin restricciones.

**¿Qué están haciendo como destino para apoyar la reactivación del MICE presencial?**

Durante todo este tiempo de pandemia los *venues* y hoteles se han adaptado a las necesidades del público para garantizar la seguridad, siguiendo las premisas del Global Biorisk Advisory Council y certificándose con normas como ISO 9001. Desde las 23 oficinas de JNTO, y más concretamente en las que tienen división MICE (Nueva York, París y Singapur) hemos estado en contacto constante con los organizadores. Con la celebración de los Juegos Olímpicos se crearon nuevas infraestructuras, se remodelaron espacios urbanos y se abrieron nuevos hoteles interesantes para los grupos MICE como los recientemente inaugurados Okura Kyoto Okazaki Bettei y Fufu Hakone, así como los próximos Indigo Karuizawa (apertura prevista en febrero), Aquasense Hotel & Resort de Okinawa (marzo), Naoshima Ryokan “Roka” (abril) y Tokyo Edition Ginza (primer semestre 2022). También se han inaugurado nuevos centros de convenciones como el Dejima Messe Nagasaki que abrió sus puertas el pasado mes de noviembre.

**¿Qué tendencias nacidas con la pandemia cree que se mantendrán en el tiempo?**

El formato híbrido es una de las tendencias que se va a quedar aunque evolucione de manera positiva la pandemia y aumenten las operaciones presenciales. Algo nuevo que ha nacido en estos meses es la demanda de sostenibilidad. Japón tiene la capacidad de mostrar no solo la fortaleza que tiene como sociedad sostenible unida con la fortaleza en los ámbitos industriales y académicos. Y el uso de nuevas tecnologías, la inteligencia artificial, el Internet de las cosas... Japón puede demostrarle al mundo que estamos a la vanguardia en estos aspectos.

**HAJIME KISHI**

Director de JNTO (Organización Nacional de Turismo de Japón) en Madrid



“Estamos esperando a que el público internacional pueda ingresar porque el MICE no ha cesado y no hay restricciones para eventos de hasta 5.000 asistentes”

**LUCAS DELFINO**

Presidente del Ente de Turismo de Buenos Aires



“Ante todo, tenemos que recuperar la conectividad que teníamos antes de la pandemia”

**¿Cómo percibe el 2022?**

Hoy la ciudad de Buenos Aires tiene la mitad de vuelos que tenía antes de la pandemia, por eso ante todo tenemos que recuperar la conectividad que teníamos antes. Esto impacta en el ambiente de la ciudad, ya que también esperamos recuperar los 100.000 estudiantes que influían en la vida cultural de la ciudad, así como los nómadas digitales. Esperamos que este año lleguen entre 20.000 y 50.000 trabajadores de esta tipología. Hubo 1.377 operaciones MICE durante 2019 y esto demuestra que tenemos la capacidad para atraer este segmento.

**¿Qué están haciendo como destino para apoyar la reactivación del MICE presencial?**

Mostrar que tenemos un sistema sanitario muy robusto y los tests son gratuitos en la ciudad. También trabajamos en recordar que tenemos un nuevo centro de convenciones en pleno centro de la ciudad y que la gran dinámica cultural, científica y tecnológica que hay en la ciudad es un atractivo para los distintos sectores profesionales. La realidad económica de Argentina hace que seamos un país muy interesante para los *meeting planners* extranjeros, que pueden optar a propuestas de lujo a precios muy asequibles. En Argentina subvencionamos el IVA a los organizadores y estamos tratando de reactivar cuanto antes la conectividad. A través de Visit BA es una agencia público-privada estamos promocionando el destino en todo el mundo. El encuentro de las 40 ciudades más grandes del mundo (C40) tendrá lugar en Buenos Aires, lo que nos ayudará a darle visibilidad la capacidad que tenemos como destino MICE.

**¿Qué tendencias nacidas con la pandemia cree que se mantendrán en el tiempo?**

Para nosotros es muy importante el nicho de los nómadas digitales y para ellos ofrecemos cualidades que sirven para los organizadores MICE, como las buenas conexiones a Internet. Creo que habrá una revancha de la vida tras la pandemia: los viajeros no solo querrán desplazarse, sino que se han sofisticado, buscan rincones peculiares, experiencias únicas... ahí está el desafío de los destinos, saber vender “el otro lado” de los lugares.

**¿Cuál es su percepción sobre 2022?**

Desde el 1 de octubre Finlandia como destino se mantuvo abierto a las operaciones MICE. Vemos el 2022 muy en positivo ya que, si bien esperamos que la recuperación sea progresiva pero no completa este año, percibimos que no decaen las ganas de programar acciones presenciales. Y en ese sentido Finlandia reúne los atributos para lo que buscan los clientes post-pandemia: naturaleza, espacio, posibilidades de actividades al aire libre, las medidas de higiene necesarias para ofrecer garantías en cualquier evento y sostenibilidad. Nosotros somos un destino sostenible desde hace muchos años.

**¿Qué están haciendo como destino para apoyar la reactivación del MICE presencial?**

Estamos apoyando mucho a nuestros proveedores locales con herramientas de *business intelligence* que dan información en cuanto al perfil del viajero, tendencias a nivel nacional e internacional... también ha habido muchas aperturas de hoteles. Desde Business Finland también ofrecemos apoyo en redes sociales para que los proveedores puedan comunicar sobre sus novedades. De los fondos de la Unión Europea, desde Visit Finland se contempla que parte de esa financiación se destine al segmento MICE

**¿Qué tendencias nacidas con la pandemia cree que se mantendrán en el tiempo?**

La sostenibilidad y la responsabilidad a la hora de hacer eventos son aspectos relevantes que han venido para quedarse. La sostenibilidad en Finlandia viene de lejos y la flexibilidad también forma parte de la esencia de los proveedores. Creo que las acciones presenciales serán de menor tamaño en cuanto a participantes y que la parte híbrida asociada a muchos eventos durante la pandemia se mantendrá una vez que se superen las limitaciones a los viajes y la incertidumbre sanitaria.

**DAVID CAMPANO**

Director de Ventas & Marketing en España e Italia de Visit Finland



“La sostenibilidad en Finlandia viene de lejos y la flexibilidad forma parte de la esencia de los proveedores”

**SERGIO MACCANTI**

Técnico MICE en Gran Canaria (España) Convention Bureau



“Apostamos por la sostenibilidad no como idea abstracta, sino en proyectos que tienen nombre y apellidos”

**¿Cómo percibe el 2022?**

Esperamos celebrar lo que ya estaba programado para 2022 y algunas actividades que llevan postpuestas incluso desde 2020. Estamos surfeando lo última ola que nos ha llegado y, si todo sale, como todos deseamos en el sector, esperamos que la recuperación que viviremos será la definitiva. El mercado nacional es sin duda el más activo y ha sido el gran salvavidas en las Islas Canarias. De manera más tímida se han ido despertando otros mercados tradicionales.

**¿Qué están haciendo como destino para apoyar la reactivación del MICE presencial?**

A través del seguro Covid ofrecemos a todos los viajeros que, por cualquier circunstancia deban extender su estancia en la isla, es la administración la que encarga de los cargos extras inesperados. Desde la Oficina de Congresos hemos intentado mantener al sector más unido que nunca, estando siempre comunicados e informados y apostando muchísimo por la digitalización y la sostenibilidad, no como idea abstracta sino como proyectos que tienen nombre y apellidos y están en funcionamiento. En cuanto a infraestructuras, se siguen sumando a oferta espacios singulares al aire libre una de las cartas más fuertes de nuestro destino, y hemos certificado la primera ruta del vino de Gran Canaria.

**¿Qué tendencias nacidas con la pandemia cree que se mantendrán en el tiempo?**

Sin duda la digitalización: el evento híbrido quedará para siempre en el sector. Con la pandemia se impuso en diez meses lo que tenía que haber sucedido en diez años. Creemos en las operaciones MICE presenciales como gran momento de comunicación para compartir ideas entre seres humanos, pero el complemento ideal para esta “fiesta de la comunicación” es esta herramienta que sirve para ampliar el horizonte de nuestra audiencia. Además, el cambio de conciencia y modificar nuestros roles y modelos de consumo debe llegar al mundo MICE, de tal modo que el sector sea ejemplo a seguir en materia de sostenibilidad e inclusión social.

**¿Cuál es su percepción sobre 2022?**

Con grandes esperanzas después de esta pandemia tan larga. Ya vemos luz al final del camino y podemos pensar en reactivarnos económica y socialmente. La conectividad sigue siendo muy buena y no tiene restricciones sanitarias para los mercados internacionales, lo que nos ha dado ventajas con respecto a otros destinos y esperamos consolidar este año. Estar cerca de mercados muy grandes, como Estados Unidos, que priorizaron los desplazamientos cortos para sus delegaciones, nos ha beneficiado y confiamos en mantenerlo a lo largo de este año.

**¿Qué están haciendo como destino para apoyar la reactivación del MICE presencial?**

Ciudad de México se adaptó a los requerimientos sanitarios y el destino está abierto al 100% gracias a una estrategia de vacunación que hace que el 90% de la población haya recibido al menos una dosis de la vacuna. También implementamos el sello Safe Travel, tanto para los espacios como para la oferta gastronómica. Todos estos esfuerzos, incluyendo la concienciación del ciudadano a la hora de respetar los protocolos, han conllevado que a pesar de la oleada por ómicron no hayamos tenido que cerrar. Estamos promocionando lo que ya tenemos y creando nuevos productos, de hecho este año tendremos cinco nuevos hoteles para grupos grandes en la ciudad. El nuevo aeropuerto Felipe Ángeles comenzará a operar en marzo y operará mucho nuestra conectividad, generando una nueva red con el actual aeropuerto internacional y el de Toluca.

**¿Qué tendencias nacidas con la pandemia cree que se mantendrán en el tiempo?**

Las reuniones virtuales nos costaron mucho trabajo al principio, pero ya han entrado en nuestra cotidianeidad y para determinadas situaciones se han revelado más eficaces. Sin embargo, la calidez de las reuniones se seguirá buscando por lo que seguiremos recibiendo congresos, convenciones y viajes de incentivo.

**RAFAEL HERNÁNDEZ**

Director General del Fondo de Promoción Turística de Ciudad de México



“El nuevo aeropuerto comenzará a operar en marzo y mejorará mucho nuestra conectividad”

## RAMÓN VIDAL

Presidente de Mallorca (España) Convention Bureau



“Con los eventos híbridos los destinos tenemos la oportunidad de ampliar nuestra visibilidad a muchas más personas y muchos más sectores”

### ¿Cuál es su percepción sobre 2022?

En este momento, a una semana de vivir el momento más álgido de los contagios en España, lo sigo viendo con muchísima incertidumbre. Aunque si atendemos a lo que dicen los expertos, y la misma curva que ha ascendido de manera tan rápida puede en poco tiempo tender a la baja, me gustaría pensar que a mediados de febrero ya estemos hablando del final de la pandemia en cuanto a su impacto en los viajes profesionales. La realidad es que el año pasado comprobamos que el mercado comenzó a reaccionar rápidamente, aunque muy a corto plazo y en grupos mucho más reducidos, en mercados nacionales e internacionales. Por eso creo que en cuanto haya tranquilidad y eliminación de restricciones, y viendo cómo están reaccionando algunos mercados como el británico, podemos ser optimistas.

### ¿Qué están haciendo como destino para apoyar la reactivación del MICE presencial?

Lo que trabajamos desde el principio fue generar confianza como destino seguro, una fortaleza que tenemos en España como país en general y en la isla de Mallorca en particular. En Mallorca llevamos mucho tiempo trabajando para consolidar el segmento MICE y creo que en esta nueva etapa vamos a extraer los frutos del trabajo realizado en los últimos años. Instituciones públicas y empresas privadas trabajamos muy de la mano creando planes de promoción, desarrollando productos estratégicos, analizando y promocionando en los mercados prioritarios... además se está ampliando la oferta complementaria destinada al segmento MICE. Como ejemplos de algunas de las novedades que ofrece la isla están la renovada finca Son Amar o la experiencia creada en torno a la gastronomía en Hit Mallorca, de la mano de Martín Berasategui, así como nuevos espacios para eventos como Fàbrica Ramis y salas en hoteles de Calvia y Playa de Palma, entre otros.

### ¿Qué tendencias nacidas con la pandemia cree que se mantendrán en el tiempo?

Los que tenemos que firmar contratos con los clientes sabemos que es necesario mantener las condiciones de modificaciones y flexibilidad que se han impuesto con la pandemia. Las aseguradoras que dan garantías a la hora de celebrar cualquier operación MICE nos lo exigen y tenemos que tener una visión distinta y nueva de los modelos de contratación. Además, veo como una tendencia muy positiva los eventos híbridos. Al principio los veíamos como una amenaza, pero en 2021 hemos visto que se ha registrado una importante asistencia presencial a la que se ha sumado una audiencia en remoto que antes no hubiese participado en el evento. Por eso creo que en muchas acciones se apostará por el modelo híbrido para ampliar el espectro. A los destinos se nos ofrece la oportunidad de ampliar nuestra visibilidad a muchas más personas y muchos más sectores.

Otra de las tendencias que es fundamental y se seguirá consolidando es la sensibilización hacia el legado, la huella positiva que la acción pueda dejar en el destino. Nos corresponde a nosotros avanzar en esto, por eso en Mallorca estamos desarrollando proyectos muy potentes que nos permiten demostrar que las operaciones MICE pueden ser sostenibles y reducir la huella generada. Por ejemplo, llevamos tres años trabajando en un proyecto de economía circular que ha comenzado en el palacio de congresos y el hotel Meliá Palma Bay, por el que todos los productos que se sirven de la huerta proceden de espacios locales. Tras adquirir y utilizar sus frutas y verduras, les enviamos nuestros residuos orgánicos para que puedan ser reutilizados como abono. Este proyecto ya se está extendiendo a otros hoteles de Mallorca.

Tenemos que preocuparnos mucho de ayudar al cliente a dejar una huella positiva, por supuesto en la parte económica, pero también en la social y medioambiental. Como destino debemos ofrecerle al cliente una variedad de opciones para que pueda elegir la que menos impacto genere, y ayudarle a compensar aquello que sea inevitable. Esto nos va a servir para diferenciarnos de otros destinos y para ello trabajamos instituciones públicas y sector privado en la misma dirección.



## Descubre el lado MICE de Benidorm (España)

Convenciones, congresos, foros de opinión o reuniones de empresas. Todo tiene cabida en los hoteles de Benidorm.

Las instalaciones de estos establecimientos de ocio se han abierto en los últimos años a celebrar las más variadas reuniones empresariales. La ciudad engloba todo lo que necesita un grupo de personas que comparten un trabajo para pasar unos días inolvidables mientras trabajan para sus empresas.



La ciudad ha recibido en los últimos años multitud de reuniones anuales de las más importantes empresas nacionales e internacionales. Sus jornadas se han desarrollado en amplios salones en los establecimientos hoteleros pero además, los asistentes han podido disfrutar de actividades al aire libre así como viajes turísticos por la provincia.

Benidorm aún también un clima inmejorable. En pocas ciudades encontrará una media de temperatura anual de 20 grados, lo que permite a su empresa o asociación celebrar los congresos o eventos empresariales en cualquier época del año sin temor a que el mal tiempo empañe las jornadas.

Y sin ninguna duda, lo que hará que Benidorm se encumbre en la meca del turismo de congresos es la finalización del Centro Cultural, un espacio que diversificará la oferta turística en este ámbito.

