

PUNTO MICE

La voz del sector

La recuperación vista desde los centros de convenciones

Destinos

París
Cádiz (España)

Puro incentivo

Las Vegas (Estados Unidos)

Análisis

La evolución de los congresos

Día a día

La importancia de la salud mental



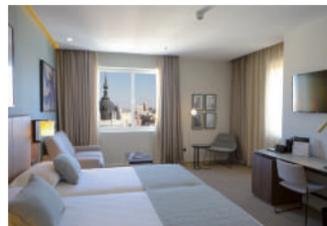


Lleva tu evento a lo más alto

HOTEL RIU PLAZA ESPAÑA
MADRID · ESPAÑA



El Hotel Riu Plaza España, ubicado en el emblemático Edificio España en la Gran Vía de Madrid, cuenta con 27 plantas con una gran variedad de instalaciones para hacer de tu estancia una experiencia inolvidable.



Si buscas celebrar tus reuniones y eventos más especiales en Madrid, el Hotel Riu Plaza España seguro que es tu lugar ideal, ya que cuenta con 17 salas de reuniones con una capacidad total de hasta 1500 personas, un nuevo gastrobar para tus eventos más sociales y la terraza de la planta 27, ahora con un nuevo balcón panorámico de cristal.

Para más información contacte con events.madrid@riu.com
o llame al teléfono +34 91 388 79 59 o visite nuestra web riu.com

GUADALAJARA · PANAMÁ · MIAMI · NEW YORK · DUBLÍN · BERLÍN · MADRID · SAN FRANCISCO

As you like it

RIU
PLAZA



GRUPO
PUNTO MICE

Escribo este editorial con la resaca de la Semana Santa y tengo dos personajillos susurrándome, uno en cada hombro. Uno me dice que, cuando el pasado mes de noviembre comencé esta misma página con un “Por fin (y esto es solo el principio...)”, fui triunfalista. El otro me comenta que de aquel título debo quedarme con la idea expresada entre paréntesis porque, si bien la variante ómicron vino a pisar el freno en la recuperación justo después, ya nada volvió a ser como en los meses anteriores. Cierto es que se volvieron a cancelar operaciones y el fantasma del confinamiento nos volvió a asustar. Pero, al final, todo quedó en eso, en un nuevo susto.

De cómo gestionar los sustos y cuidarnos ante ellos hemos aprendido muchísimo en estos últimos dos años. Por eso voy a dejar que el duende de la incertidumbre siga conviviendo conmigo (de todos modos, aunque muevo el hombro enérgicamente no consigo que se vaya...) pero la mayor escucha se la reservo al optimista. Al que interpreta la euforia vivida en estas pasadas fiestas como un signo de que ya no hay vuelta atrás. A quien cree que terminar de perder el miedo es solo cuestión de meses. Y que percibe que quien siga recurriendo al temor para justificar la ausencia de incentivos, convenciones de empresa o eventos, es porque seguramente ha dejado de creer en su valor.

La pandemia ha dejado miedo, pero también excusas. Es uno de los grandes retos de nuestra industria: demostrarle a quien ha dejado de organizar viajes de incentivo, o los sigue retrasando, que no está sabiendo aprovechar una de las mejores herramientas que existen para mejorar sus ventas, fidelizar a sus clientes y favorecer el desarrollo de su actividad. También de recordar que todo negocio sale reforzado de una buena convención y de que un evento de calidad es el mejor camino para transmitir cualquier mensaje.

También estamos ante una oportunidad de oro para que algunos proveedores que creen que la actividad no ha retomado reflexionen sobre si esta actividad no existe, o simplemente no ha regresado a él. En las manos del cliente está la recuperación del MICE, pero también corresponde a los proveedores del sector convencerles de que ya no hay excusas para no apostar por los formatos presenciales. Y más ahora que hemos comprobado sobradamente que con el componente digital pueden ser aún más eficaces.



Eva López Álvarez



MADRID, DONDE LAS REUNIONES COBRAN VIDA

Luz, energía, alegría. Son los principales atributos de Madrid, una ciudad llena de vida. Vida que se siente en todas partes, también en los encuentros profesionales que, en Madrid, se convierten en experiencias únicas

RECUERDOS IMBORRABLES

Recorre las calles y observa sus edificios históricos. La zona del **Paseo del Prado y el Buen Retiro**, Patrimonio de la Humanidad UNESCO, ofrece un innumerable conjunto de monumentos e instituciones culturales imprescindibles. El cielo azul invita a pasear y a compartir risas en las terrazas de Madrid, una ciudad sociable y acogedora que hará de tu evento corporativo un **encuentro inolvidable**.

EMOCIONES A CADA PASO

Increíbles espacios, hoteles que harán las delicias de los viajeros más exigentes, rutas llenas de historias y misterios, artesanos que compartirán su saber hacer con tu grupo, **azoteas con vistas de 360º, una gastronomía de excelencia**, y, sobre todo, una **inagotable fuente de experiencias únicas**. Esa es la energía de esta ciudad que hace que, en Madrid, las reuniones cobren vida.

6 TENDENCIAS
Información relevante para la creación de estrategias y entrevistas a proveedores de referencia

14 LA VOZ DEL SECTOR
LA RECUPERACIÓN VISTA DESDE LOS CENTROS DE CONVENCIONES
Se definen tendencias que están marcando la actividad de los próximos meses

DESTINO: PARÍS 20



La capital francesa se despide de las restricciones con una batería de novedades que impresiona. Y más que se vienen según se acerquen los JJ. OO.

SUMARIO
Nº 48
Edición mayo/junio/julio 2022

12 LA VENTANA DE LAS ASOCIACIONES
Iniciativas comunitarias para mejorar la industria MICE

DESTINO: CÁDIZ (ESPAÑA) 40



Esta provincia de Andalucía reúne un mar y un océano con playas kilométricas, pueblos blancos, interesantes ciudades y mucho arte

PURO INCENTIVO: LAS VEGAS (ESTADOS UNIDOS) 52



La ciudad del juego ha superado una fase de parón en la creación de oferta y vuelve con fuerza ofreciendo las noches más largas

32 ANÁLISIS



LA EVOLUCIÓN DE LA LOS CONGRESOS
Las asociaciones retoman los formatos presenciales, aunque hay herencias que se mantendrán

62 DÍA A DÍA



CÓMO CUIDAR LA SALUD MENTAL
Las consecuencias de la pandemia exigen más atención que nunca

66 CHARLANDO CON

Un profesional de referencia en el sector nos comparte sus experiencias y visión de la industria

68 EL TABLÓN DE PUNTO MICE
Lo que hemos estado haciendo...

50 TEAMBUILDING
Propuestas de distintas agencias con un objetivo común: cohesionar y motivar a los equipos

70 AGENDA
Próximos eventos del sector

La recuperación del MICE en España será total en 2024

El nuevo informe del Spain Convention Bureau expone que antes de la pandemia esta industria generó más de 12.000 millones de euros, con diez millones de delegados

La recuperación total de la industria MICE en España no se alcanzará hasta el segundo o tercer trimestre de 2024, según las previsiones presentadas por el Spain Convention Bureau. Su Informe sobre la *Situación del Turismo de Reuniones en España y Estrategia para su Reactivación*, elaborado en asociación con la consultora Braintrust, analiza la situación del sector tras la crisis ocasionada por la pandemia, y define una estrategia para su reactivación.

El estudio destaca la importancia de una industria que generó más de 12.000 millones de euros para la economía del país en 2019. Tras una caída del 75% con la llegada del Covid-19 en 2020, el sector MICE muestra una recuperación paulatina, y llegará a superar el 60% del nivel prepandemia a finales de este año. Esto siempre y cuando la situación se mantenga estable. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2019 se registraron en España más de diez millones de delegados de reuniones, convenciones, eventos y ferias, cifra que se recuperará en 2024. El gasto medio de estos viajeros fue un 330% superior al de los turistas vacacionales.

La incorporación de la digitalización y la sostenibilidad en los eventos se ha acelerado por la pandemia y es una de las tendencias que se mantendrá, según el informe. También destaca la necesidad de un mayor enfoque en la seguridad sanitaria y la flexibilidad en este momento de recuperación de la actividad presencial. Por último, el estudio define una estrategia con 20 líneas de acción a corto, medio y largo plazo, agrupadas en cuatro áreas: consolidación del negocio, reconstrucción del ecosistema, desarrollo de un nuevo modelo y la medición y la mejora continuas.

ENTREVISTA

Guillermo González

Director de Ventas España, Portugal y Norte de África de Iberia

“Estamos asistiendo a una recuperación superior en el MICE en relación a la del *business travel*”



¿Cómo se ha recuperado el tráfico de Iberia y cuáles son las perspectivas?

Tras una ralentización de la demanda por ómicron a finales de 2021, entramos en este año viendo cómo los países han ido eliminando restricciones, lo que nos da unas perspectivas para este año de estar volando con el 86% de nuestra oferta previa a la pandemia. Estamos registrando picos de demanda muy buenos. En América Latina estamos operando 220 vuelos a la semana, incluso volando diariamente a Bogotá, algo que no había sucedido nunca. Y la demanda se comporta muy bien tanto en origen España/Europa como desde Latinoamérica.

¿Cómo se están comportando las empresas?

El segmento corporativo para una aerolínea de red como la nuestra es muy importante. Durante el parón ha habido subsegmentos que han seguido viajando, como los ligados a la alimentación, el deporte o el entretenimiento, por lo que sus niveles de recuperación son muy altos. En términos de tamaño, las pymes han vuelto a programar viajes con algo más de anticipación, mientras que en las grandes compañías cuesta más. Con McKinsey hemos hecho una previsión para el 2022 de una recuperación del viaje corporativo del 60% en relación al 2019. Con respecto al MICE, estamos asistiendo a una recuperación superior, con una demanda sostenida desde el mes de septiembre. En cuanto a dónde viajan, estamos viendo un poco de todo. Quizá Europa ha estado más parada por el impacto de ómicron, pero en el tráfico doméstico y el largo radio la recuperación es muy interesante. De hecho tenemos un incentivo de una aseguradora española en Estados Unidos con el mayor grupo que hayan creado en los últimos diez años.

¿Cómo se ha adaptado el producto de Iberia para empresas tras la pandemia?

Hasta ahora tratábamos a todos los grupos con procesos similares, cuando nos hemos dado cuenta de que pueden ser completamente diferentes. Buscamos adaptarnos a cada caso aportando valor, incluyendo por ejemplo las políticas de la empresa en materia de viajes de prospección, emitiendo las tarjetas de embarque con anticipación, ofreciendo un mostrador exclusivo y personalizado, acompañamiento punto a punto, embarques prioritarios, servicios como el *check-in* de equipaje en casa o elección de comida previa... intentamos hacer un *taylor made* adaptado al segmento que está siendo muy bien acogido.

ENTREVISTA COMPLETA EN YOUTUBE



Bodega Abadal

BARCELONA (ESPAÑA)

UN DESTINO DE EXPERIENCIAS ÚNICAS EN TORNO AL VINO

En la provincia de Barcelona, a poco más de una hora de la capital catalana, existen tres **rutas del vino** que incluyen bodegas adaptadas a la celebración de todo tipo de encuentros profesionales. Todos los eventos se pueden complementar con actividades lúdicas y estimulantes en un ambiente alejado de aglomeraciones y con un entorno envidiable.

Alella: mar y proximidad

El territorio de Alella, muy cercano a la ciudad de Barcelona, es conocido por sus magníficos vinos. Como ejemplo de los espacios vitivinícolas adaptados para grupos MICE, **Alta Alella** es un lugar exclusivo, con espectaculares vistas al mar Mediterráneo y abierto todos los días del año.

Para aquellos que quieran disfrutar de una experiencia totalmente mediterránea, el programa “Navegar ente mar y viñedos” incluye una visita *gourmet* , con maridaje de seis vinos y cavas con tapas, tras un agradable paseo entre viñedos y una visita a la bodega y la cava.

Pla de Bages: bienestar y contrastes de paisajes

En el centro de la región, es un territorio de contrastes donde los viñedos reposan a los pies de la montaña de Montserrat, un símbolo de la historia, espiritualidad y cultura catalanas. Existe en esta zona una amplia variedad de bodegas con infinitas propuestas para eventos corporativos, muy vinculadas al *wellness* , el bienestar y el descubrimiento de un patrimonio vitivinícola único.

Por ejemplo, **Abadal** cuenta con más de ocho siglos de historia. Es una bodega familiar que exhibe la singularidad de su paisaje: viñas en terrazas rodeadas de bosque y variedades tradicionales únicas. Con el objetivo de transmitir el alma y autenticidad de sus vinos, Abadal ofrece experiencias enoturísticas como el *brunch* entre viñedos o el Wine Creation, así como propuestas *after the meeting* para disfrutar del vino, el paisaje, la gastronomía y la buena compañía.

Penedès: Tradición e innovación

Penedès ofrece una larga tradición en actividades de incentivo vinculadas al mundo del vino y sus bodegas. El programa **Penedès Events** reúne la oferta en la Ruta del Vino del Penedès para grupos MICE. En la bodega **Jean Leon** se puede admirar durante un paseo en globo la variedad de colores de los viñedos, combinando la experiencia con una visita a la bodega, un desayuno típico, la degustación, los paseos en patinete y bicicleta eléctrica, o el disfrute de la sensación de pisar uva en equipo. En la bodega **Vilarnau** se disfruta de magníficas vistas a las montañas de Montserrat y se pueden organizar rutas por los viñedos en 4x4, combinadas con la visita y la cata.



Bodega Jean Leon



Alta Alella

Más información: Barcelona Convention Bureau
www.barcelonaconventionbureau.com

Gabriel Escarrer

Vicepresidente Ejecutivo y Consejero Delegado de Meliá Hotels International

“Es importante no realizar promesas que la operativa no permite cumplir”



¿Qué se puede rescatar como positivo de lo vivido en la pandemia?

Sin duda la industria MICE ha sido una de las más afectadas, aunque no por algo intrínseco a ella, ya que ha quedado comprobado durante las restricciones que cuando se han podido realizar acciones, éstas han sido seguras y no han provocado contagios.

Lo que nos quedan son los formatos híbridos y el auge definitivo, que ya no una moda, de todo lo relacionado con la sostenibilidad y el medioambiente.

¿Qué representa el MICE para Meliá y qué mercados son los más activos?

En 2019 el segmento MICE supuso para nosotros unos ingresos de 230 millones de euros, lo que significa un 15% de nuestra facturación global. En cuanto a los mercados emisores más activos, España y Estados Unidos siempre han sido los primeros, seguidos por Alemania, Reino Unido y Francia. En la actualidad, son los mercados anglosajones, España, Alemania, México y Reino Unido, por este orden, los más activos.

Nosotros tenemos un alto componente vacacional, pero para nuestros establecimientos urbanos y los vacacionales con grandes espacios, el MICE es un negocio clave por la media del gasto del viajero, que es mucho mayor que la de ningún otro. Es además un viajero responsable en cuanto a su exigencia en sostenibilidad y el interés por lo que puede vivir en el destino. La industria MICE contribuye también muchísimo a la desestacionalización. A esto se añade el hecho de que la planificación es mucho más anticipada que en otros segmentos turísticos, algo que nos ayuda mucho en nuestra actividad. Por todo ello estamos intentando materializar la mayor cantidad de negocio posible, habiendo mejorado durante la pandemia mucha de nuestra oferta en cuanto a espacios, mejorando también las herramientas de comunicación con el *meeting planner* para hacer que ésta sea más ágil. Hemos mejorado nuestros sistemas y hemos mejorado la integración de terceros en ellos.

¿Qué destinos están teniendo más demanda?

Los que están asociados al incentivo se están activando más que los frecuentados por *business travel* o congresos. La parte lúdica, que es la más asociada al incentivo, es la que está despertando más interés, siendo México y República Dominicana las grandes estrellas. En España, Madrid, Sevilla y Mallorca están funcionando muy bien. A nivel europeo notamos mucho interés por destinos como Milán, Londres, Fráncfort y Berlín. Me gustaría destacar que Barcelona se está recuperando tras la “tormenta perfecta” que ha vivido el destino.

¿Qué esperan en cuanto a formatos?

Esperamos operaciones con menos asistencia, pero más numerosas, del tipo de reuniones más pequeñas que antaño en las que grupos de 200 o 300 personas estén en distintos hoteles conectándose a un mismo evento desde diferentes partes del mundo, y de manera simultánea.

¿Hacia dónde van en su producto para empresas?

Estamos desarrollando un programa específico con equipos especializados en la venta y formación acreditada a través de un certificado propio, desarrollando funcionalidades como el Instant booking que permite la reserva *online* de espacios para pequeños grupos. A través de nuestro programa de fidelidad Meliá Rewards, informamos a los organizadores de todo aquello que les interesa y les remuneramos por sus acciones. Me gustaría hacer una mención especial al tema de la sostenibilidad aplicado a los eventos, ya que ofrecemos herramientas que permiten medir la huella de carbono y explicamos las medidas que se están tomando para contrarrestar o paliar los impactos.

Nos ponemos en el lugar del organizador, por eso ofrecemos atención personalizada y que alguien de confianza en el hotel resuelva los problemas y se anticipe a ellos. Es importante no realizar promesas que la operativa no permite cumplir. La flexibilidad es aún más valorada que antes de la pandemia, por lo que debemos ofrecer facilidades en lugar de trabas. En resumen, ofrecemos una dedicación prolongada en el tiempo, ya que desde que se realiza la solicitud hasta que se recibe al grupo pueden pasar años, y no renunciamos a que la atención sea exquisita durante todo el proceso.

ENTREVISTA COMPLETA EN YOUTUBE



IMEX IN FRANKFURT
20
YEARS

You can count on IMEX

The world might feel as if it's been standing still - IMEX in Frankfurt will prove otherwise.

You'll be surprised at what's new and where; who's who, and why; where's hot, where's cool and what's coming up next...



- New alliances
- New venues
- New technologies
- New hotels
- New trends
- New investment
- New faces

The IMEX team is busy planning a truly global showcase packed with value and business opportunity to mark **20 years of IMEX in Frankfurt**, 31 May - 2 June 2022.

imex FRANKFURT
31 MAY-2 JUNE 2022

Will you be there? Register today (it's free).
imex-frankfurt.com #IMEX2022 #wewillmeetagain

The heartbeat of the global business events community

La recuperación a nivel global sigue avanzando

Aumenta principalmente el número de solicitudes para eventos a realizar en menos de doce meses

La recuperación del sector MICE continuó avanzando en el último trimestre de 2021, con un aumento del 15% en el volumen de eventos a nivel mundial comparado con el trimestre anterior, según el último estudio del Events Industry Council. Aunque todavía no se llega a los niveles prepandemia, existe un optimismo generalizado y se confía en la continuación del crecimiento a largo plazo, pese a la incertidumbre sobre el impacto económico del conflicto en Ucrania.

El estudio analiza el volumen de solicitudes de propuesta (RFP, por sus siglas en inglés) registradas, así como las reservas para grupos en hoteles. Muestra un mayor aumento (25%) en los eventos reservados con un plazo máximo de doce meses, mientras que se hacen menos planes a largo plazo. Las reservas hoteleras para grupos crecieron sobre todo en las regiones de Oriente Medio, África y Asia Pacífico, mientras que Europa Central y del Este vio el mayor incremento en RFPs. Por países, el mayor aumento de solicitudes se registró en Arabia Saudita, seguido de México y Estados Unidos.

Se impone medir la huella de los viajes profesionales

myCWT se suma a las plataformas que permiten calcular el impacto medioambiental de una reserva

CWT ha introducido un indicador de la huella de carbono en su plataforma de gestión de viajes corporativos myCWT. Los viajeros pueden ver el impacto medioambiental potencial de cada uno de los componentes del viaje a la hora de realizar la reserva, pudiendo tomar en consecuencia una decisión más argumentada sobre qué proveedores elegir.

La nueva funcionalidad responde a la demanda de los clientes corporativos. En una encuesta llevada a cabo por CWT, el 87% expresó su deseo de contar con información de la huella de carbono que generan los desplazamientos, de tal modo que sus representantes puedan elegir las opciones menos contaminantes.

El indicador utiliza la plataforma de análisis de datos de carbono Thrust Carbon para calcular las emisiones de CO2 de los diferentes vuelos y hoteles disponibles con la mayor exactitud posible. Una vez presentados los detalles de forma clara, el cliente puede elegir la opción más sostenible.

IMEX Frankfurt se prepara para su retorno

Tras dos años de ausencia, el salón internacional de la industria MICE volverá a celebrarse en formato presencial del 31 de mayo al 2 de junio

Tras dos años de cancelación forzada por la pandemia, la feria IMEX Frankfurt volverá a reunir a los profesionales de la industria MICE en Alemania del 31 de mayo al 2 de junio. Con esta edición se celebrará el 20º aniversario de una feria referente de la industria, en formato presencial y dedicado a la recuperación y regeneración del sector. Las temáticas ligadas a la sostenibilidad ocuparán un lugar destacado. Una vez más, Grupo PUNTO MICE será *media partner* de este salón internacional, que tendrá lugar en Messe Frankfurt.

Más de 2.000 compradores pertenecientes a agencias, corporaciones, asociaciones y otras empresas del sector en todo el mundo, desde Brasil hasta Australia, han confirmado ya su participación. Entre los expositores confirmados hasta el momento se incluyen destinos como España, Cuba, Egipto, Singapur, Estambul o Malta, además de cadenas internacionales como Meliá Hotels, Radisson Hotel Group, International Hotels Group (IHG) y Titanic Hotels.

Asimismo se han anunciado algunos de los ponentes más destacados, como el exfutbolista internacional Paul McVeigh, que hablará sobre la psicología de un buen líder, o Claudia van't Hullenaar, fundadora de Sustained Impact. Su presentación tratará sobre cómo incorporar la sostenibilidad en el liderazgo y la gestión de empresas. El programa contará con un total de más de 150 sesiones sobre temas de interés como el *engagement* con la comunidad, el desarrollo de marcas o la gestión de eventos regenerativos.

La sostenibilidad formará también parte del enfoque del IMEX / EIC People & Planet Village, un área donde los organizadores del salón mostrarán sus propias iniciativas en sostenibilidad, diversidad e inclusividad, así como otros ejemplos del sector. Por primera vez se medirá la sostenibilidad e impacto medioambiental de la feria, publicándose los resultados una vez concluya.



El concepto de seguridad en cuanto a venues ha cambiado

Un estudio de PortAventura Business & Events y la EMA concluye que los espacios reconocidos y con buena reputación están siendo los primeros en recibir operaciones de menor tamaño



La seguridad es el principal factor que los organizadores consideran a la hora de elegir un *venue*, pero se trata de un concepto que ha cambiado con la pandemia. Así lo destaca un estudio sobre la nueva percepción de riesgos en el sector MICE, encargado por PortAventura Business & Events y la Events Managers Association Spain (EMA), asociación que reúne a responsables de eventos corporativos en España.

Hoy día se trata de ver si el lugar cumple y difunde públicamente la normativa sanitaria, además de implementar los protocolos oficiales sin que estos afecten a una ejecución eficaz de la operación. Según el informe, la seguridad es determinante para recuperar la confianza y volver a los formatos presenciales, aunque podrían ser de tamaño más reducido, optando por espacios reconocidos y de buena reputación.

Otras preocupaciones que intervienen en la elección del *venue* tienen que ver con la flexibilidad en las condiciones de cancelación y contratación (destacado por el 66,3% de los organizadores de eventos encuestados); los requisitos establecidos por normativa (50%); la capacidad tecnológica

de los equipos (41,3%) y la facilidad de acceso y conexión (24%). También influyen variables emocionales como la mayor motivación, apatía o el espíritu de superación del contratante, el cansancio emocional, la incertidumbre o el pesimismo.

Además, para la organización de eventos presenciales se tienen en cuenta factores como las vías de acceso al *venue*, la flexibilidad del espacio y los servicios que ofrece, tales como equipamiento tecnológico, señalética o una posible división por zonas. El informe también apunta a una mayor demanda de salas amplias, ventiladas y con acceso a espacios exteriores, además de zonas anexas para la realización de actividades de *networking* o programas de *teambuilding*.

Espacios que son experiencias.

3 Auditorios preparados para acoger toda la variedad de tus eventos.

- **Recinto Ferial:**
Dos auditorios con capacidad para 1.100 y 600 personas.
- **Palacio Municipal:**
Auditorio con capacidad para 1.800 personas.

ifema.es

Siente la inspiración



LA VENTANA DE LAS ASOCIACIONES



Carmen Centol

Presidenta de ADEAZA
(Asociación Española de Empresas de Azafatas y Personal de Acogida y Apoyo a la Organización)

"Somos una excepción en el entorno de la contratación laboral"

La reciente reforma laboral española ha puesto en peligro a las empresas de personal de apoyo a la organización de congresos, reuniones profesionales, eventos y promociones, un sector ya penalizado injustamente desde hace años por realizar contratos temporales y que ha pagado un alto precio por la mala praxis de empresas que nada tienen que ver con nuestra actividad. Ahora se ve obligado a incrementar sus costes por cada contrato temporal que realice inferior a treinta días, costes que buscan acabar con el empleo temporal. Pero, en un mercado como el nuestro, eventual y efímero, no hay otra opción. Pareciera que la Administración desconoce esta realidad o pretende hacer desaparecer nuestras empresas.

ADEAZA, junto a otras asociaciones pertenecientes al Consejo Asesor del Foro MICE, lleva meses trabajando para que se aplique a las empresas de personal de apoyo una justa excepción derivada de su actividad, partiendo de que el contrato temporal no siempre es un fraude de ley, sino que, en ocasiones y sectores como el nuestro, que dependen de actividades impredecibles, el contrato temporal es la única opción en la mayoría de los casos.

La pretensión de empujarnos a realizar contratos fijos discontinuos no es posible en el 80% de los casos en nuestras empresas, aún más cuando las peticiones, por exigencias del mercado, surgen de un día para otro y no se pueden prever con una periodicidad anual, ni siquiera mensual.

Hemos trabajado y seguiremos haciéndolo hasta que seamos escuchados por quienes han puesto en vigor una ley que nos perjudica y estigmatiza, siendo empresas legales y serias que prestamos servicios profesionales de gran calidad. Además, damos empleo a un gran número de jóvenes que no suelen estar disponibles para contrataciones indefinidas, siendo ellos mismos quienes demandan el contrato temporal. Somos claramente una excepción y así se nos debe tratar.



Ignacio Collado

Portavoz de A4M
(Alliance for MICE)

"Con esta nueva alianza tratamos de tejer una tupida red en la que todos aportemos"

Alliance for MICE (A4M) nace con una ambición clara: empoderar el sector MICE utilizando todas sus siglas, visibilizando su valor añadido y estratégico. Dentro de su visión y con valores de transparencia, ética, cooperación y confianza, A4M será una organización reconocida por el aporte de valor en sus actuaciones para la preparación del sector ante un futuro incierto: una iniciativa valiente y muy necesaria dentro de un sector últimamente muy dañado por la crisis de ligada al Covid-19 y, por desgracia ahora, por una cruenta guerra en el corazón de Europa.

A4M será un punto de encuentro para el aprendizaje y la profesionalización del sector MICE, un espacio donde se desarrollen ideas, se unan experiencias y se cohesionen opiniones y sinergias: un lugar en el que todos tenemos algo que aprender y que enseñar. Hemos entendido el valor de compartir información y nos une más el deseo de aportar que la necesidad de recibir. Se trata, en definitiva, de tejer una tupida red en la que todos aportemos.

El nuevo paradigma del siglo y los nuevos retos a los que nos enfrentamos generan una oportunidad única para ofrecer una mirada distinta y nuevas soluciones con las que salgamos fortalecidos como uno de los sectores más estratégicos para el conjunto de la sociedad. Por el contrario, somos uno de los sectores más desconocidos para las instituciones y es por ello que trabajaremos con administraciones públicas y otras entidades, nacionales e internacionales, ofreciendo propuestas específicas para promover el sector.

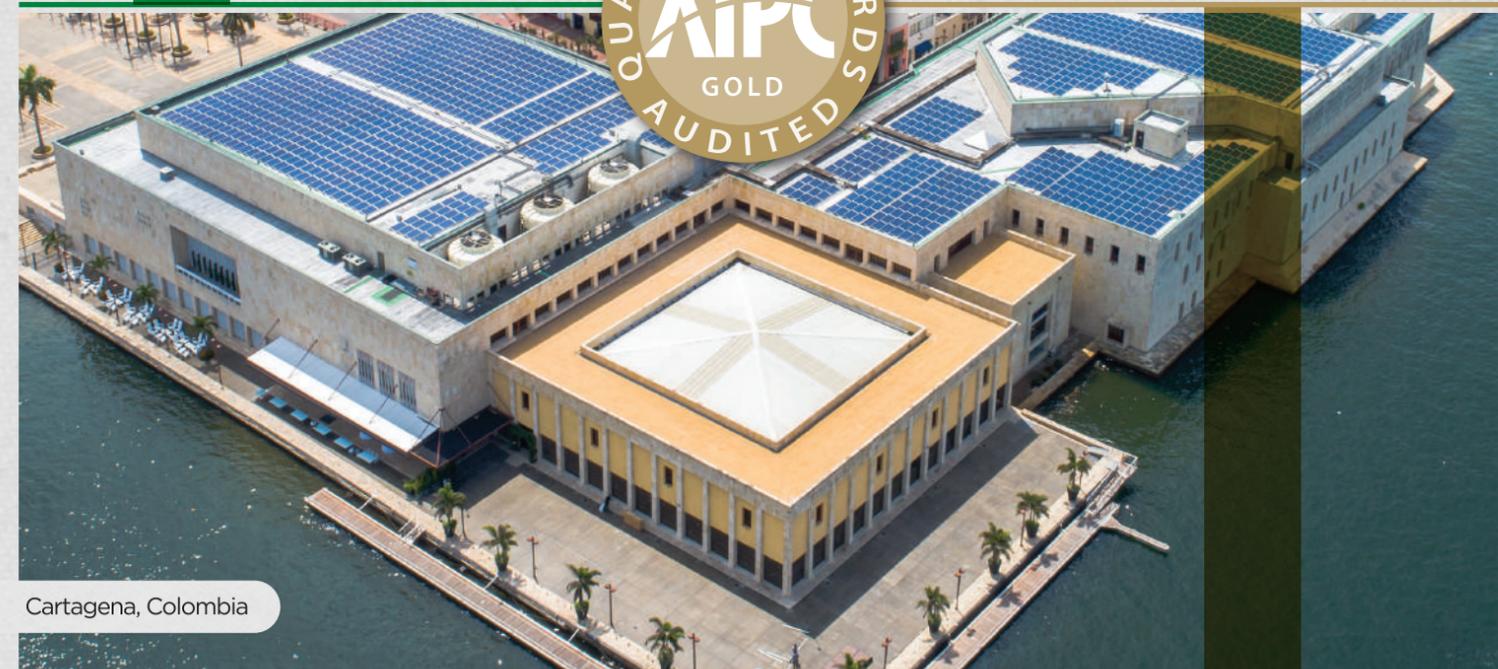
Además, nuestra misión es hacer de España un país más próspero y competitivo a través de la búsqueda de nuevos modelos de negocio en el sector MICE, promoviendo el desarrollo inclusivo y sostenible, así como el empleo digno. A4M desarrollará iniciativas inclusivas, creativas y resilientes, fomentando el consumo responsable y la aceleración del cambio global hacia la sostenibilidad. Quizás un poquito de todo.... ¡pero todo sumamente interesante!



En los recintos **OPERADOS POR GRUPO HEROICA** estamos comprometidos con altos estándares de calidad y la excelencia en el servicio para el desarrollo integral de eventos que impactan positivamente los destinos donde operamos.



San José, Costa Rica



Cartagena, Colombia



REALIZA TUS EVENTOS CON NOSOTROS

Más información: www.grupoheroica.com



CENTRO DE CONVENCIONES
CARTAGENA DE INDIAS

EN LOS CENTROS DE CONVENCIONES SE CONFIRMA LA RECUPERACIÓN

Por **Eva López Alvarez**

Las condiciones han cambiado en el negocio entre los grandes recintos y los organizadores de grandes convenciones, eventos, congresos y feria. Se exige más flexibilidad, tener más presente al cliente final y un compromiso con la sostenibilidad que se pueda demostrar. Pero es un hecho que la recuperación de la industria MICE ya se puede cuantificar en muchos recintos, que demostraron en el primer trimestre del año haber superado muchas de las expectativas (en su mayoría basadas en la incertidumbre) creadas aún en tiempos de pandemia.

No solo la relación entre proveedores y clientes ha cambiado, también los formatos de las distintas operaciones. Los espacios de las ferias que antes parecían servir de relleno a áreas no vendidas son ahora *white spaces* dedicados a todo aquel que necesita dedicarle un rato a su trabajo personal, una conversación o, simplemente, descansar. Algo que empezaba a despuntar antes de la pandemia, como eran las zonas dedicadas al *wellness*, empiezan a ser ineludibles en las grandes ferias.

Los recintos ya no se presentan como algo desnudo, sino todo lo contrario

Si a esto unimos un compromiso real con la sostenibilidad, la conclusión es que los centros de convenciones son mucho más que grandes espacios vacíos. Además, pueden generar entornos que hagan mejor la vida de los habitantes del lugar, ser ejemplos de producción de energía limpia y dinamizadores de las economías locales gracias a la introducción de productos kilómetro 0 en su oferta de alimentos y bebidas.

Referencias de compromiso

En consecuencia, las estrategias de promoción de los centros de convenciones apuntan a darle visibilidad a aspectos que van mucho más allá de los espacios diáfanos disponibles, las salas con luz natural o las alturas de los techos.

Lo que se ofrecía como un lugar desnudo y con múltiples posibilidades, se presenta ahora como un recinto vestido de múltiples trajes, todos a medida y habiendo sido diseñados con mimo para cada cliente, de tal modo que éste solo tiene que elegir con cuál se siente más cómodo.

JAVIER CONTRERAS



Gerente de Desarrollo GL-Events Chile (Metropolitan Santiago y Parque FISA)



“La asistencia baja pero el *engagement* sube: quien asiste es porque hace negocio”

¿Cómo ve la recuperación del MICE?

Depende mucho de las restricciones de cada país, pero somos muy optimistas con respecto al segundo semestre de este año. El sector corporativo ya se está mostrando muy activo, mientras que el asociativo esperamos vuelva a recuperarse plenamente el año que viene y en 2024. Percibimos que en los eventos ya realizados el índice de asistencia ha bajado, pero el nivel de *engagement* es más alto: quien asiste a un evento es porque busca realmente hacer negocio.

¿Qué nuevas exigencias perciben por parte de sus clientes nacidas con la pandemia y cómo se enfrentan a ellas?

Flexibilidad, comunicación y empatía, tanto con nuestros clientes como con sus propios clientes y usuarios. Nos piden que conozcamos a sus asistentes porque tienen dinámicas distintas, por eso ya no solo requieren capacidades sino por ejemplo *white spaces* para quienes necesitan instalarse con su ordenador porque son visitantes hiperconectados que tanto pueden estar trabajando como comunicándose con su familia. En cuanto a la comunicación, esperan que estemos siempre informándoles sobre cómo nos estamos adaptando, si ofrecemos nuevos servicios... Sobre la flexibilidad, haciendo un paralelismo con las aerolíneas que solo la ofrecían en las tarifas más altas, hemos tenido que adaptarnos: el mercado nos exige compatibilizar los largos ciclos de cierre de nuestra industria con esta necesidad de flexibilidad.

¿Cómo han adoptado su oferta a las nuevas demandas?

Empezaremos a operar en Santiago de Chile el 26 de junio y esto nos ha permitido no sufrir tanto de la pandemia sino tener una visión más amplia. En ella la sostenibilidad es clave y la abordamos desde un punto de vista que va mucho más allá de lo medioambiental, teniendo en cuenta aspectos sociales y económicos. Tratamos de medir nuestra huella de carbono en el área de alimentos y bebidas y le trasladamos al cliente lo que está generando. Ofrecer servicios de *catering* con menor huella de carbono conlleva implicarse mucho más con el entorno.



La voz del centro de convenciones



VÍCTOR HUGO ZAPATA

Gerente de Plaza Mayor Medellín (Colombia)



“A principios de marzo ya superamos el 90% de las expectativas del año”

¿Cómo ve la recuperación del MICE?

Nuestras expectativas para este año son totalmente positivas y muy satisfactorias. En nuestro recinto hacemos eventos en gran formato desde junio del año pasado. Un dato muy contundente que nos demuestra sobre la recuperación es que a principios de marzo teníamos reservas equivalentes al 91% de la meta del año. Esto habla muy bien del regreso a los negocios presenciales que necesita la industria. En primera instancia vivimos la reactivación de los eventos locales, están siguiendo los nacionales y ya para este año tenemos acciones internacionales de gran importancia. La virtualidad nos enseñó alternativas, pero como centro de convenciones necesitábamos volver a los eventos presenciales para dinamizar la economía de la ciudad y la región, ya que Plaza Mayor fue pensado para llenar hoteles, dinamizar la actividad de los operadores de eventos y mejorar los indicadores de las empresas de alimentos y bebidas. Esto no se logra con eventos virtuales. La presencialidad es una excelente noticia para la economía de la ciudad, del país y de la industria MICE en sentido amplio.

¿Qué nuevas exigencias perciben por parte de sus clientes nacidas con la pandemia y cómo se enfrentan a ellas?

Hemos tenido que trabajar mucho con nuestros clientes para cumplir con todas las normas de seguridad sanitaria y conseguir las certificaciones necesarias que las avalen. Una tendencia nacida con la pandemia es la necesidad de hacer eventos austeros, sin mucha ostentación, porque los presupuestos claramente se han visto afectados.

¿Cómo han adoptado su oferta a las nuevas demandas?

Ofrecemos una plataforma virtual a quien lo necesite, pero defendemos la presencialidad. En temas de sostenibilidad hace ya varios años que cambiamos la iluminación tradicional por *led*, instalamos paneles solares, evitamos los plásticos de un solo uso e hicimos inversiones para disminuir el consumo de agua.

¿Cómo ve la recuperación del MICE?

Las empresas y las asociaciones internacionales de profesionales están siendo los segmentos más activos en cuanto a su intención de realizar eventos.

¿Qué nuevas exigencias perciben por parte de sus clientes nacidas con la pandemia y cómo se enfrentan a ellas?

Permanecen vigentes acciones que los clientes ven con buenos ojos y que en el Centro de Convenciones incentivamos, como es el uso de la mascarilla y el lavado o desinfección constante de manos. Es muy importante que todos los que participamos en esta industria nos comprometamos a realizar eventos que sean considerados sanos por los asistentes. Ahora son los delegados quienes exigen espacios amplios donde se evite la sensación de hacinamiento; servicios más personalizados antes, durante y después de los eventos; son mucho más susceptibles a cambios inesperados y esperan contar con una experiencia que supere sus expectativas. Además, percibimos un auge de las actividades relacionadas con el bienestar de los participantes y espacios para compartir: experiencias mucho más humanas y con momentos que prevalezcan en el tiempo, con áreas de *wellness* para eventos de larga duración.

¿Cómo han adoptado su oferta a las nuevas demandas?

El complemento de la virtualidad es un claro ejemplo de los elementos que prevalecerán y el reto será integrarlo de forma natural y espontánea en la realización de los eventos presenciales. Hemos adoptado esto como parte de nuestra propuesta base. También apostamos por la renovación constante de nuestra propuesta gastronómica y nos hemos marcado nuevos retos en el área de la sostenibilidad y, sobre todo una perspectiva desde lo humano, en la gestión que realizamos.

MAXIMILIANO CHACÓN



Director Comercial/ MKG del Centro de Convenciones de Costa Rica



“En los eventos de larga duración nos piden áreas de *wellness*”

CELEBRATING
15 FIEXPO
YEARS Latin America

13 - 16
JUN 2022
Panamá

somos
Latinoamerica

@fexpolatam
Fiexpo Latinoamérica
fexpolatam

www.fexpolatina.com

Organiza:



PANAMA
VIVE POR MÁS



LEONARDO ASÍN

Gerente del Centro de Convenciones de Buenos Aires



“Encontramos que los clientes están económicamente frágiles”

¿Cómo ve la recuperación del MICE?

La veo con mucha fuerza, con una demanda que regresa y contratos que tenemos que recuperar de la pandemia. El calendario vuelve a estar muy demandado y hay una voluntad muy grande de volver al *face to face*. Tras un primer semestre con demanda, esperamos un segundo semestre extremadamente fuerte. El mercado nacional es el más fuerte pero también tenemos muchos congresos internacionales, de hecho tendremos dos mundiales este año y gran evento en septiembre con clientes de Europa y Asia que no ven problema en mantener lo previsto.

¿Qué nuevas exigencias perciben por parte de sus clientes nacidas con la pandemia y cómo se enfrentan a ellas?

Tuvimos que demostrar que somos un recinto seguro y hemos trabajado mucho en esta línea, con certificados y formación interna para poder brindar seguridad a los clientes. Por parte de éstos, encontramos que están económicamente frágiles, por lo que tenemos que ser coherentes con la línea de ayudarnos entre todos. Por ejemplo, buscamos fechas menos demandadas para hacer ofertas más adaptadas; ofrecemos técnicas que permiten ahorrar tiempo de montaje de *stands*, procesos para las acreditaciones como los códigos QR que implican velocidad, facilidad... es decir, procesos eficientes que generan ahorros y nos permiten acompañar al cliente en sus necesidades.

¿Cómo han adoptado su oferta a las nuevas demandas?

Fuimos desarrollando nuevas líneas de negocio según avanzaba la pandemia, por ejemplo, ofreciéndonos como espacio de rodaje para grandes productoras gracias a los espacios con luz natural de los que disponemos. También entramos en el universo de los eventos híbridos pudiendo ofrecer aforos muy amplios y estamos haciendo incursión en el mundo del *gaming*... finalmente se ha tratado de ver qué podíamos ofrecer con lo que teníamos entendiendo qué estaba pasando en el mercado.

¿Cómo ve la recuperación del MICE?

Este es el año de la recuperación paulatina de la actividad. Tímida, pero en crecimiento, salvo que algún otro agente externo lo impida. Hay un claro deseo de volver a la presencialidad pero todavía contenido en número de participantes y duración de los eventos. De hecho, estamos recibiendo solicitudes para eventos de pequeño/mediano tamaño que no eran habituales antes de la pandemia por las dimensiones de nuestro recinto. Se reduce el tiempo de solicitud respecto del tiempo de celebración y hay una cierta resistencia al compromiso firme que supone la contratación. No obstante, tras el parón experimentado en los meses de enero y febrero de este año, provocado por la nueva oleada de coronavirus, percibimos un incremento paulatino en el número de peticiones de espacios.

¿Qué nuevas exigencias perciben por parte de sus clientes nacidas con la pandemia y cómo se enfrentan a ellas?

Principalmente los organizadores buscan blindarse ante posibles cancelaciones generadas por causa de fuerza mayor. Nuestros contratos, en este sentido, se han flexibilizado. En estos momentos, si llega la fecha de vencimiento de la opción y ningún otro cliente ha solicitado el espacio, prorrogamos la misma sin exigir un compromiso en firme por parte del cliente. El uso de la mascarilla sigue siendo obligatorio en interiores y continuamos utilizando mamparas en los puestos de información, así como geles hidroalcohólicos. En general, los organizadores no están exigiendo que se apliquen medidas adicionales.

¿Cómo han adoptado su oferta a las nuevas demandas?

Hemos apostado por la puesta en marcha de soluciones y proyectos encaminados a la sostenibilidad y la digitalización, para poder ofrecer alternativas híbridas a los eventos presenciales. Éstas han sido nuestras prioridades atendiendo a las características de las nuevas demandas.

BELÉN MANN

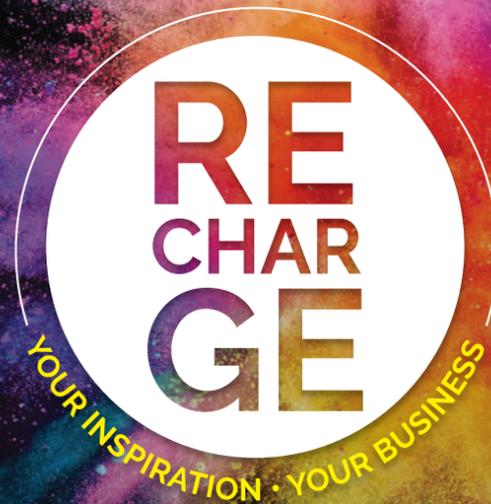
Directora del Departamento de Convenciones y Congresos de IFEMA MADRID



“Hay cierta resistencia al compromiso firme que supone la contratación”

ibtm[®]
AMERICAS

CENTRO CITIBANAMEX, CDMX
24 - 25 AGOSTO, 2022



Feel the events' energy

IBTM Americas es el **punto de conexión** para la comunidad de organizadores de **eventos** de las Américas.

Nuestro objetivo es claro, **ofrecerte un espacio para:**

- Hacer conexiones de manera fácil
- Encontrar oportunidades comerciales
- Ser parte de una gran comunidad
- Obtener capacitación de alto nivel
- Encontrar fuentes de inspiración

**CUANDO ERES PARTE DE
IBTM AMERICAS,**

¡TÚ GANAS!

Síguenos en

www.ibtmamericas.com



Official Hotel



Strategic Partners



Media Partner



DESTINO: PARÍS



PARÍS



Pocos destinos en el mundo resurgen tras la pandemia con tantas novedades para los grupos MICE. La celebración de los Juegos Olímpicos en 2024 está contribuyendo a la creación de nuevos productos que, en muchos casos, ya están a disposición de los organizadores. Desde renovaciones a nuevas aperturas, la Ciudad de la Luz sigue creciendo. Como su mayor emblema.

Por Eva López Alvarez

El pasado mes de marzo se anunció que uno de los monumentos más icónicos del planeta crecía en altura: la Torre Eiffel cuenta con seis metros más, por lo que alcanza los 330. Cuando Gustave Eiffel diseñó la estructura para la Exposición Universal de 1889, calculando una instalación que pudiese durar veinte años, lejos estaba de imaginar que 130 años después nuevas antenas seguirían haciéndola crecer, que sería uno de los lugares más visitados del mundo y que la capital francesa la convertiría en su mayor símbolo.

Nuevos museos

Uno de los secretos para mantenerse en cabeza del MICE es reciclar productos, convirtiéndolos cuando es posible en nuevos recursos para los organizadores. El último ejemplo de esta premisa en París es el nuevo gran museo de la ciudad: el **Hotel de La Marine**. Nacido de la mano de la Plaza de la Concordia, cuyo norte limita junto a un edificio gemelo, reabrió sus puertas en junio de 2021 tras seis años de renovación.

En sus orígenes -siglo XVIII- fue sede de los muebles de la Corona francesa y residencia del guardamuebles oficial. Con la Revolución Francesa se convirtió en la administración de la Marina Nacional. Ambos pasados conviven en un suntuoso museo que también se ofrece para eventos.

En el Patio del Intendente, bajo una impresionante cubierta de estilo contemporáneo, se organizan banquetes de hasta 150 comensales. En los majestuosos Salones de Aparato y la galería exterior con vista a la famosa plaza se celebran cócteles para 250 invitados.

La visita privada forma parte de los atractivos que se ofrecen para los grupos corporativos, incluyendo, además de las diferentes salas, la de la colección del emir catari Al Thani. Reúne desde objetos prehistóricos o mayas a obras de referencia del arte islámico.

Los espacios del XIX, adyacentes al peristilo, se pueden privatizar. El grupo asciende por la misma escalera que, antes de la revolución, los habitantes de París tomaban para visitar el lugar, abierto a la población algunos días al año en los que las multitudes impacientaban en la puerta.

La céntrica plaza Les Halles ocupa lo que fue el antiguo corazón comercial de la capital francesa. Uno de sus imponentes edificios albergó en la Edad Media un almacén de cereales que se convirtió posteriormente en la bolsa de valores ligados al valor del grano, construyéndose para ello en el siglo XIX la primera bóveda en acero del país. Desde mayo de 2021 corona la **Bourse de Commerce Pinault Collection**, museo de Arte Contemporáneo y una de las sedes de la colección privada del empresario francés François Pinault. Se ofrece para sesiones profesionales gracias al auditorio de cien plazas y el patio central abovedado.

El **Museo Carnavalet** es uno de los más antiguos de la ciudad y el más recientemente renovado. En pleno distrito del Marais, propone un recorrido por la historia de París dentro de dos palacetes urbanos con explicaciones en español en caso de programar un recorrido libre. Varias atmósferas reproducen desde los orígenes neolíticos de la urbe hasta la toma de la Bastilla, pasando por los últimos atentados sufridos o la *belle époque*, con interesantes objetos ligados a la historia (como el neceser de campaña de Napoleón, el calzado de Maria Antonieta o el cuadro original con la Declaración de Derechos Humanos).

Para eventos se ofrecen las salas que albergan ejemplos de cartelería medieval y dos patios interiores.

reproducen desde los orígenes neolíticos de la urbe hasta la toma de la Bastilla, pasando por los últimos atentados sufridos o la *belle époque*, con interesantes objetos ligados a la historia (como el neceser de campaña de Napoleón, el calzado de Maria Antonieta o el cuadro original con la Declaración de Derechos Humanos).

Para eventos se ofrecen las salas que albergan ejemplos de cartelería medieval y dos patios interiores.

En torno a Ópera

La próxima celebración de los Juegos Olímpicos en 2024 está haciendo crecer de manera considerable la oferta hotelera y fomentando la llegada de nuevas marcas. Es el caso del **Kimpton St. Honoré**, un establecimiento de cinco

estrellas inaugurado en agosto de 2021 junto a la Ópera Garnier.

Antiguo comercio de lujo, el edificio mantiene muchos elementos de su pasado *art déco*. Con 123 habitaciones y 26 *suites*, a las cinco de la tarde los huéspedes reciben una invitación para socializar, así como disponen en sus estancias de una esterilla de yoga y bicicletas en libre servicio.

Lo que fue una discoteca anexa al restaurante, con acceso directo desde la calle, es hoy la mayor sala del hotel completamente insonorizada, lo que evita limitaciones de ruido en un espacio de 244 m² dotado de un altillo de 94 m².

Azotea del hotel Kimpton St.Honoré



El Hotel de La Marine es el último gran museo inaugurado en París, en la plaza de la Concordia

Información práctica



Huso horario
GMT +1

Moneda
Euro



Tipo de enchufe
Clavija tipo E
Voltaje común 230 V

Aeropuertos

Paris - Charles de Gaulle (CDG)
Paris Orly (ORY)
Paris - Le Bourget (LBG)



Más información

PARIS CONVENTION & VISITORS BUREAU
Valérie Exposito-Coitte
Responsable de Desarrollo de Negocio MICE
vexposito@parisinfo.com
www.parisinfo.com



Cinco salas de reunión sin luz natural, bautizadas como "creative rooms", cuentan con capacidades entre cinco y 25 personas. La azotea con vistas en 360 grados sobre los tejados de París se presta para privatizaciones completas en cócteles de hasta 80 invitados. Un pequeño *spa* con tratamientos personalizados completa las instalaciones del que está llamado a ser uno de los hoteles *boutique* de referencia en el destino.

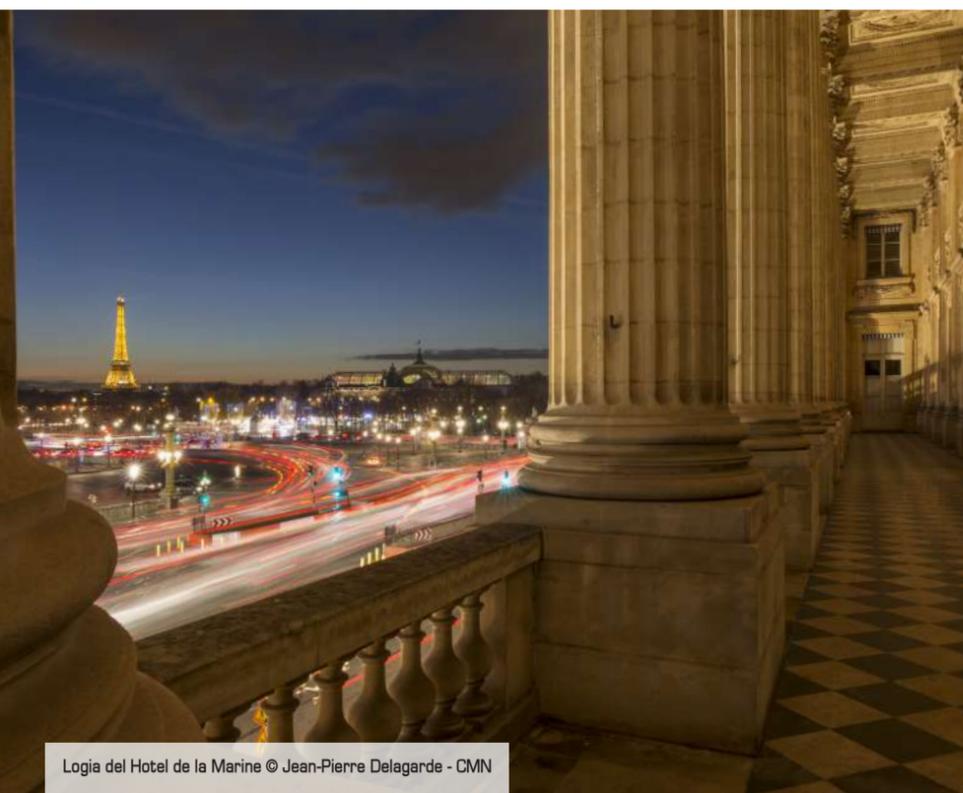
Además de los nuevos hoteles, numerosas renovaciones se están produciendo en el centro de la ciudad, principalmente en el área de influencia de Ópera. Entre este emblema parisino, las Galeries Lafayette y la también icónica plaza Vendôme, el **Sofitel Scribe** fue totalmente renovado en 2020.

Entre la Ópera, Galeries Lafayette y la plaza Vendôme, el Sofitel Scribe ha sido completamente renovado

Cuenta con 201 habitaciones, incluyendo 38 *suites*, la mitad de ellas con vistas al gran bulevar nacido de la reestructuración que Georges-Eugène Haussmann, diputado y senador francés, emprendió en el siglo XIX. No solo el edificio testimonia de esta época dorada, también los salones que ahora se ofrecen para eventos: en 1895 tuvo lugar en ellos la primera proyección de cine de los hermanos Lumière.

La bonita cafetería con dos niveles que recibe al visitante se utiliza para eventos privados de hasta 20 invitados. Los salones de las cuatro *suites* Opéra, las mayores del hotel, también se ofrecen para operaciones de tamaño reducido.

También junto a Ópera, **Le Shack** es un restaurante y espacio para eventos que abrió sus puertas en septiembre



Loggia del Hotel de la Marine © Jean-Pierre Delagarde - CMN

de 2021, fruto de la recuperación de una antigua editorial. Muchos elementos originales han sido conservados, como la magnífica biblioteca del piso bajo donde organizar banquetes para 70 comensales o sesiones profesionales en teatro para 120 delegados. Los pisos superiores albergan quince originales salas de reunión de diferentes capacidades, todas con marcada personalidad. La mayor puede recibir hasta 50 personas en formato teatro.

Maison Mère es un pequeño hotel *boutique* de 4 estrellas inspirado en un panal de abejas que se ofrece para privatizaciones completas. También inaugurado en septiembre de 2021, cuenta con 51 habitaciones, 28 de ellas exteriores. En esta suerte de casa particular se pueden organizar sesiones de bingo amenizadas por una *drag queen* del vecino distrito de Pigalle o sesiones de *hip hop* combinado con yoga para diez personas.

El París de los parisinos

En el distrito Nation, el hotel **Paradiso** también se ofrece desde marzo de 2021 para privatizaciones completas en un barrio donde disfrutar de la vida parisina menos influenciada por los grupos de turistas. Por su vinculación al grupo MK2, distribuidor de cine, el establecimiento ha sido tematizado y cada una de las 34 habitaciones y dos *suites* está dotada de videoprojector.

El hotel Paradiso rinde homenaje al cine anexo y en la azotea con vistas se pueden hacer proyecciones

Las salas para eventos también son un homenaje al cine, desde la que cuenta diez plazas y parece sobrevolar la pantalla de la sala de cine adyacente al hotel, a la bautizada como

La La land en la que grupos de hasta ocho personas pueden disfrutar de una sesión de karaoke con más de 40.000 canciones disponibles. Un *loft*-sala de juegos-espacio de proyección puede recibir hasta

80 personas y se añade a la seis salas de cine anexo al hotel con capacidades entre 17 y 226 plazas.

En la azotea, con vistas, también se pueden realizar proyecciones que amenicen eventos de hasta 50 invitados.

El restaurante **Douze** es otra de las novedades que no solo atraen a grupos en incentivo sino a locales ávidos de experiencias culinarias diferentes. Todo lo que se consume en este lugar, desde los alimentos hasta el vino o la miel, se puede comprar posteriormente porque también es un mercado. Para ello se ha recuperado un antiguo cuartel militar generando desde marzo de 2021 un oasis dentro de París que puede recibir hasta 75 personas en el exterior.

El piso inferior se privatiza para bufés de hasta 150 invitados, mientras que varios espacios se ofrecen para reuniones y banquetes en el piso superior, que puede albergar en su totalidad has-



ta 80 personas sentadas. Se trata de un interesante concepto de economía circular sin intermediarios en el que los proveedores del mercado son los propios socios del establecimiento. Se evita la generación de desechos y se ofrecen acciones responsables en colaboración con las asociaciones vecinas.

El distrito XVI es el más exclusivo de la ciudad y esconde otros oasis de refinamiento y elegancia como el hotel **St. James**. Situado entre el Arco del Triunfo y Trocadero, este majestuo-

so establecimiento ha sido completamente renovado y sus 50 habitaciones rinden culto al lujo más clásico. Para la privatización de espacios sin reserva de habitaciones es necesario ser miembro del club privado del que es sede.

Hacia el norte

Toda la ciudad está siendo embellecida -aún más- con vistas a los Juegos Olímpicos que se celebrarán en 2024. Algunos distritos no solo se verán más bonitos, también están recibiendo nuevas inversiones que redefinirán su carácter. Es el caso de St. Ouen, famoso por albergar uno de los mayores mercados de anticuarios del mundo, así como numerosos mercadillos en los que encontrar prácticamente de todo. Las posibilidades de utilizar este marco para *rallies* de incentivo parecen infinitas.

El distrito XVI esconde oasis de refinamiento y elegancia como el renovado hotel St. James

Nuevos hoteles también están naciendo de la mano de la redefinición de este distrito que ya pertenece a la corona del Gran París. **MOB House** no solo es uno de ellos, también es un punto de encuentro para la población local amante del eclecticismo y los conceptos naturales. Se aplican a los materiales de construcción o los productos de aseo, entre otros, en un entorno concebido para nómadas digitales.

Por eso parte de las 100 habitaciones se ofrecen para dormir, reunirse u trabajar, gracias a la cortina que separa la cama del resto del espacio, dotado de mesa de trabajo y sofá para encuentros informales. Diseñado por Philippe

Teambuilding en París



Canteras de París

Deportes extremos e historia antigua se combinan en las canteras subterráneas, con más de 300 kilómetros de túneles en los que organizar desde juegos de orientación a ascenso con *jumar*.

Rally en el Louvre

Una manera diferente de descubrir uno de los museos más famosos del mundo consiste en organizar un *rally* durante el que localizar determinadas obras. Un hilo conductor de la búsqueda permitirá descubrir algunos de los secretos de la famosa pinacoteca.



De mercado

Nada mejor para mezclarse con la población local que adquirir *delicatessen* francesas en uno de los múltiples mercados ecológicos. Green Cruise Paris propone degustarlos a bordo de sus barcos.

Quizz desde el Sena

Adivinar nombres y datos históricos desde la conocida como "la avenida más bonita del mundo" no solo permite disfrutar del paseo sino aprender curiosidades sobre la ciudad. Las obras de Notre Dame en curso dan mucho juego.



Starck e inaugurado en enero de este año, este establecimiento de cuatro estrellas pone el foco en el compromiso social y medioambiental.

El vecino **MOB Hotel**, situado a 200 metros y de tres estrellas, ofrece jardines colectivos en su tejado. Los uniformes del personal han sido elaborados por mujeres de entornos desfavorecidos. Como anécdota, en lugar de televisión las habitaciones incluyen una bolsa con libros.

Distrito financiero

El distrito financiero de La Défense ve con los años cómo su *skyline* va adquiriendo cada vez más altura de la mano de nuevos rascacielos de diseño vanguardista. Entre ellos están abriendo nuevos hoteles, algunos ofreciendo conceptos originales a la clientela corporativa que los habita.

Es el caso de **Mama Shelter Paris La Défense**, con tres estrellas y 211 habitaciones. En todas ellas se encuentra al menos una máscara, en los espacios comunes juegos electrónicos, billar... y en las seis salas de reunión estaciones de bebida que se reponen sin límite. La mayor capacidad en interior es de 90 personas en teatro, mientras que en la te-

rraza situada entre edificios se organizarán próximamente cócteles para grupos de hasta 90 invitados.

Mama Shelter forma parte de las marcas del grupo Accor asociadas a un estilo menos rígido en la oferta. El nuevo **TRIBE Paris La Défense Esplanade**, del mismo grupo, es otra de las novedades de este año y su propuesta está ligada al concepto "como en casa" sin renunciar al lujo, para aquellos que apuestan por las últimas tendencias.

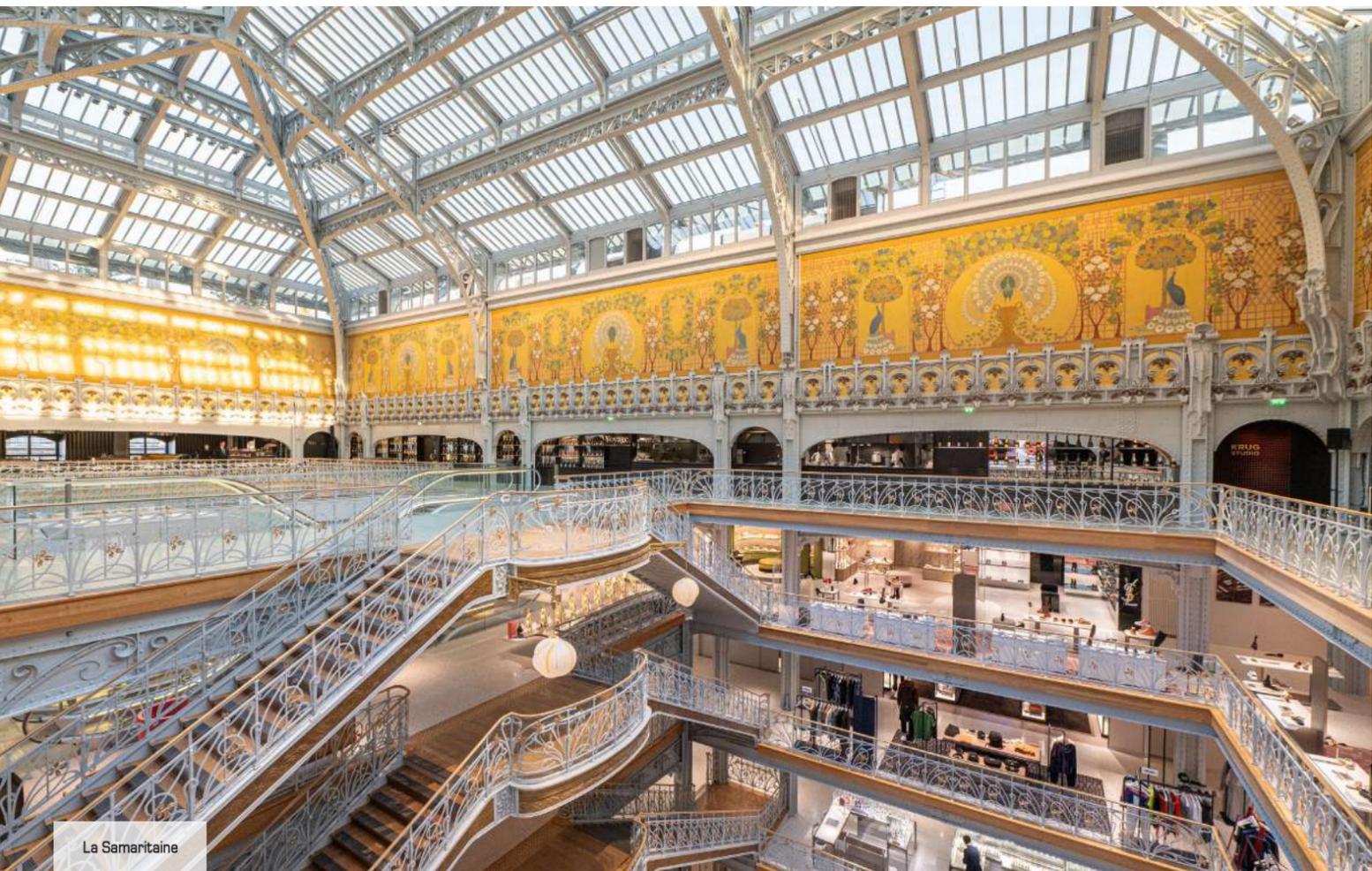
El skyline de La Défense se va transformando de la mano de nuevos rascacielos y nuevos hoteles

Ineludible Sena

Una de las mayores novedades para eventos se asoma al río conocido como "la más bella avenida del mundo". Tras un vastísimo, y larguísimo, proceso de renovación, por fin abrió sus puertas **La Samaritaine**.

Además de ser un centro comercial de lujo en un edificio modernista de referencia mundial, es también uno de los nuevos *venues* de París gracias a su quinto y último piso.

Gestionado por GL Events, que ofrece otros seis espacios en la capital francesa, ya se ha convertido en uno de los espacios más exclusivos de París. En el quinto piso, directamente bajo un impresionante techo de cristal, varias pa-



La Samaritaine



PARIS HOTEL OPÉRA

LE SCRIBE

Les invitamos a descubrir el estilo de vida parisino en esta dirección emblemática dentro de la intimidad de nuestra residencia de estilo Haussmann. Resultado de la colaboración con el diseñador francés Tristan Auer, el diseño de la entrada principal invita sentirse en un jardín de invierno del siglo XIX. Desde el *lobby* hasta la cafetería, descubran un universo elegante y *chic* al más puro estilo parisino.

www.sofitel-le-scribe-paris-opera.com



APARTAMENTO PARISINO

Sumérjense en cualquiera de las 201 habitaciones recientemente diseñadas, incluyendo 38 *suites* inspiradas en el lujo del siglo XIX. Con su propia chimenea, rincón de lectura, libros de arte y vestidor abierto, su hogar lejos de su hogar es la ilustración perfecta del *art de vivre* francés.



UN VIAJE CULINARIO

En un lugar refinado y contemporáneo, la gastronomía del restaurante Rivages sigue la tradición culinaria del Scribe, utilizando los mejores productos y presentándolos de una manera sorprendente. Podrán disfrutar de una cocina mediterránea, de temporada y dotada de autenticidad.



Junto al restaurante encontrarán un comedor privado de 70 metros cuadrados con entrada privada. Con espíritu de club, el bar se convertirá en el punto de encuentro perfecto para sus citas exclusivas. Reserven su mesa en el Café Scribe, el lugar perfecto, con su mostrador parisino, para una cita privada o un almuerzo de trabajo.



LE SCRIBE

Ubicado en el corazón de la capital
1 rue Scribe | 75009 Paris | France
+33 1 44 71 24 24
www.hotel-scribe.com

CONTACTO PARA RESERVAS
Delphine Peyron
DELPHINE.PEYRON@SOFTEL.COM

sarelas se abren hacia el interior del edificio, generando espacios que bien pueden ser utilizados como palcos de honor. En total son 1.000 m² para eventos en un entorno único.

Una sala abierta al espacio principal y dotada de gran pantalla se utiliza para eventos de 150 participantes con el centro comercial abierto. Krug Studio es un espacio privado para ocho personas junto al restaurante de cocina francesa también gestionado por GL Events.

El centro comercial comparte edificio con **Le Cheval Blanc**, un nuevo hotel con 72 habitaciones para incentivos de muy alto presupuesto. La vista del Sena decora las habitaciones.

Admirar la Ciudad de la Luz desde las aguas no puede faltar en un programa con comentarios de incentivo. Además de los clásicos Bateaux Mouches y Vedettes de Paris, que siguen ofreciendo sus barcos para reuniones y eventos, así como para cenas con música y fiesta, varios proveedores están apostando por una navegación más sostenible.

Es el caso de **Green Cruises Paris**, que comenzó hace diez años operando paseos privados en barcos pequeños dota-

dos de la mayor comodidad, y ahora se encuentra renovando toda su flota para hacerla eléctrica en 2024. Grupos de entre dos y doce personas pueden disfrutar de paseos que pueden ser la continuación de un *teambuilding* en un mercado con degustación de lo adquirido a bordo. También de pequeñas reuniones al aire libre y sin ruido, ya que ésta es la gran diferencia en relación a los barcos convencionales.

Secretos escondidos

Son tantos los secretos que esconde París... también en lo que a *venues* se refiere. Al sur del río, **Cercle Le Brun** es un palacete urbano del siglo XVIII que cuenta con un patio de honor de 500 m². Gestionado por By Kadrance -que también se ocupa del Cercle D'Aumale en un edificio del siglo XIX-, cuenta con un jardín en la parte de atrás también de 500 m².

Cada uno de los tres pisos, de 200 m², ofrece una decoración diferente y alberga hasta 110 delegados en teatro. En caso de una privatización completa, hasta 420 personas pueden asistir a una velada en formato cóctel. Desde el patio se accede a un piso inferior dotado de luz natural que se utiliza para fiestas.

Le Cheval Blanc es un hotel nuevo, y muy exclusivo, que comparte edificio con La Samaritaine

París no solo esconde secretos en cuanto a espacios o restaurantes, también en relación a los posibles escenarios para actividades de *teambuilding*. Es el caso de las canteras subterráneas, mucho menos conocidas -y no menos interesantes- que las catacumbas. Mucha de la piedra de los edificios medievales de París procede de este subsuelo.

Juegos Olímpicos

Son muchos los monumentos que están siendo renovados de cara a los Juegos Olímpicos que tendrán lugar del 26 de julio al 11 de agosto de 2024.

Existen algunas estructuras derivadas de estas obras como el **Grand Palais Ephemère**, ejemplo de arquitectura ecorresponsable y situada junto a la Torre Eiffel. Se mantendrá hasta el acontecimiento deportivo. En 2024 volverá a abrir sus puertas el Grand Palais que tantos grandes eventos ha albergado ya, y que se encontrará hasta entonces en proceso de renovación.

Uno de los retos de renovación más audaces de cara a los JJ.OO. es la finalización de las obras en la catedral Notre Dame de Paris, en parte destruida tras el incendio acaecido

en abril de 2019 que hizo derrumbarse la cubierta. Finalizadas las tareas de apuntalamiento que evitan más derrumbes, ya ha empezado la carrera contra el reloj para que la iglesia más famosa del mundo vuelva a lucir impecable.

A las grúas de Notre Dame se suman las de numerosos proyectos inmobiliarios, muchos de ellos destinados a hoteles. Desde este año, cuando algunos de estos proyectos

abrirán sus puertas, varias marcas ondearán su bandera por primera vez en la capital parisina: es el caso de SO/, del grupo Accor, que inaugurará en los próximos meses el primer hotel de la marca

Para los Juegos Olímpicos se espera haber terminado la rehabilitación de Notre Dame

en Francia. Con 162 habitaciones, se ubicará entre la isla St. Louis, vecina a Notre Dame, y el efervescente barrio Marais. En 2023 será el turno de Radisson Collection, ocupando una de las dos torres Sisters del distrito financiero en La Défense. Contará con 354 habitaciones y un *sky bar* panorámico en un puente que unirá ambos rascacielos.

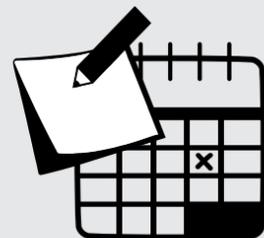
París se suma a esas capitales MICE que resurgen tras el parón de la pandemia listas para recibir a los grupos con los brazos abiertos... y una amplísima batería de novedades con el siempre bello decorado parisino de fondo.



TIPS

Paris

Contenido patrocinado por



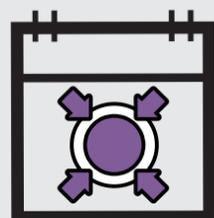
FECHAS A TENER EN CUENTA

- 1 de enero - Año Nuevo
- 23 de abril (2023) - Lunes de Pascua
- 1 de mayo - Fiesta del Trabajo
- 8 de mayo - Fin de la 2ª Guerra Mundial
- 18 de mayo (2023) - Jueves de la Ascensión
- 29 de mayo (2023) - Lunes de Pentecostés
- 14 de julio - Fiesta Nacional
- 15 de agosto - Día de la Ascensión
- 1 de noviembre - Día de Difuntos
- 11 de noviembre - Día del Armisticio
- 25 de diciembre - Día de Navidad



TEMPORADA ALTA

De marzo a octubre, con especial afluencia en julio, agosto y para las festividades de final de año



MESES MICE

Enero, abril, mayo, junio, septiembre y octubre

PRECIOS DE REFERENCIA



ESTANCIA HOTEL 5***** EN TEMPORADA MICE

524 €

(SIN INCLUIR IMPUESTOS, RESORT FEE O DESAYUNOS)



ESTANCIA HOTEL 4***** EN TEMPORADA MICE

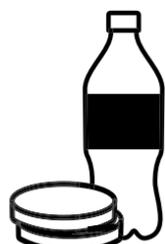
253 €

(SIN INCLUIR IMPUESTOS, RESORT FEE O DESAYUNOS)



CAFÉ

2,50 €



BOTELLA DE AGUA

2 €

3 DÍAS DE INCENTIVO EN... PARÍS

DÍA 1

- Llegada al aeropuerto y traslado en bus privado al hotel para *check-in*
- Traslado privado a la fundación Pinault para una visita de arte contemporáneo única, en un edificio increíble
- Desayuno en el restaurante del museo (cocineros con estrella Michelin) con vistas panorámicas sobre París
- Crucero por el Sena degustando una copa de champán en pequeños barcos privados
- Cena en un restaurante con vistas a la Torre Eiffel. La noche acabará en una discoteca de la capital

DÍA 2

- Desayuno en el hotel
- Imitando a "Emily in Paris" y con guías, recorrido por los sitios emblemáticos de la celeberrima serie de Netflix
- Comida en una *brasserie* típica
- Por la tarde, el paseo de Emily se transforma en una sesión de compras que puede ser personalizada. Con un *personal shopper*, el itinerario incluye las mejores tiendas y las nuevas marcas de culto
- Cena *chic* y glamur en uno de los restaurantes de moda

DÍA 3

- Desayuno
- Paseo en *side cars* y 2CV, con chófer dedicado
- El circuito incluye parada en una cantina de vino para la degustación de vinos y quesos franceses



Rimedia Porcu
Directora ejecutiva
rimedia@ri-media.com
+33 (0)1 42 12 60 17



LA EVOLUCIÓN DE LOS CONGRESOS

Tras dos años de interrupción por la pandemia, las asociaciones recuperan con ganas la celebración de congresos en formato presencial. Pero, para continuar siendo relevantes, deberán adaptarse a las nuevas necesidades de los delegados, y aplicar las lecciones aprendidas de los encuentros digitales.

Por **Cristina Cunchillos**

Los congresos son una cita esencial en el calendario de sociedades, federaciones y asociaciones, ya tengan una envergadura nacional o internacional. Una vez al año, o con la frecuencia que se estime adecuada, reúnen bajo un mismo techo a miembros o socios con el objetivo de demostrarles el valor que tiene pertenecer a una determinada entidad, reforzando su fidelidad, abriéndoles nuevas puertas de conocimiento y/o de negocio y asegurando la renovación de su membresía.

Para los delegados, los congresos suponen una oportunidad única para aprender y ponerse al día sobre las novedades de su sector, así como de compartir experiencias, hacer nuevos contactos que generen nuevas vías de investigación y desarrollo y, sumado a ello, disfrutar de momentos de ocio y *networking*. El sector asociativo que está detrás de la organización, necesita este tipo de operaciones para crecer y financiarse.

El de los congresos es un sector que había experimentado un gran crecimiento durante los años previos a la pandemia. El informe *Historia moderna de los congresos de asociaciones internacionales 1963-2017* publicado por ICCA (International Congress & Conventions Association), confirmaba que el número de estos encuentros se había duplicado cada diez años hasta 2013, creciendo aún más rápidamente entre 2013 y 2017.

Este aumento estuvo unido al desarrollo de la ciencia, la tecnología y la salud, sectores cuyos avances se suceden a un ritmo vertiginoso y requieren de intercambios de ideas, la celebración de debates y el desarrollo de programas de formación.

El impacto de la pandemia

La llegada del Covid-19 dio al traste con cualquier previsión de un mayor crecimiento. Al igual que otros profesionales de

la industria MICE, también el sector asociativo tuvo que adaptarse a la nueva realidad y buscar nuevas formas de mantener el contacto con sus miembros de forma virtual, ante la imposibilidad de reunirse cara a cara.

Según el estudio sobre el impacto de la pandemia en los congresos y reuniones asociativos en 2020-21 realizado por UIA (Unión de Asociaciones Internacionales, por sus siglas en inglés), en el 44% de los casos se optó por cambiar el formato presencial al virtual, mientras que el 29% de los encuestados decidió posponer la cita prevista. El 16% canceló el congreso sin una fecha alternativa.

El 8% de los encuestados eligió un formato híbrido, integrando un entorno *online* en los encuentros presenciales cuando estos volvieron a ser posibles. Y, aunque más de la mitad (54%) espera volver al formato presencial a partir de este 2022, el 73% afirma que los elementos digitales seguirán formando parte de sus principales eventos a largo plazo.

Ventajas de los congresos *online*

Y es que, si bien la adopción del formato virtual fue forzada inicialmente para algunas asociaciones, quienes dieron por primera vez el salto pudieron apreciar ventajas que esperan mantener:

- **Mayor participación:** Sin las limitaciones de la propia capacidad de la sede, ni la dificultad de desplazarse hasta allí, la asistencia a congresos virtuales es mucho más fácil que en los presenciales. Según IAPCO (Asociación Internacional de Organizadores Profesionales de Congresos, por sus siglas en inglés), el 77% registró un aumento considerable en la participación, pasando de un promedio de 317 participantes por

Según IAPCO, el 77% de los organizadores profesionales de congresos registraron un aumento en la participación en congresos virtuales, pasando de un promedio de 317 participantes a 478



congreso en formato presencial en 2019 a 478 en el entorno *online* en 2020.

- **Más inclusión:** El formato virtual no solo permite el acceso desde diferentes partes del mundo, sino que también abre las puertas a individuos o colectivos que normalmente no participarían, pudiendo ser por temor a algún tipo de discriminación, la falta de recursos económicos, discapacidades físicas o mentales, o incluso restricciones impuestas por regímenes autoritarios.

- **Más calidad:** Conseguir ponentes internacionales de mucho reconocimiento, como un premio Nobel, o eminentes académicos o políticos, también puede ser más fácil y económico cuando solo se requiere su presencia *online* durante una hora como máximo.

- **Mayor efectividad:** Sin necesidad de largos desplazamientos, los delegados pueden aprovechar mucho mejor su tiempo y ser más productivos antes, durante y después del congreso, asistiendo solamente a las presentaciones que más les interesen. Las asociaciones han podido asimismo celebrar encuentros más pequeños que antes de la pandemia no se planteaban, apostando por ello por nuevos formatos más productivos y con mayor frecuencia.

- **Ahorros significativos:** Un congreso virtual resulta más económico, tanto para la asociación que lo organiza como para los asistentes, que no han de incluir gastos de viaje y alojamiento. En caso de contar con la presencia de personalidades, no hay que gestionar la logística ligada a su asistencia.

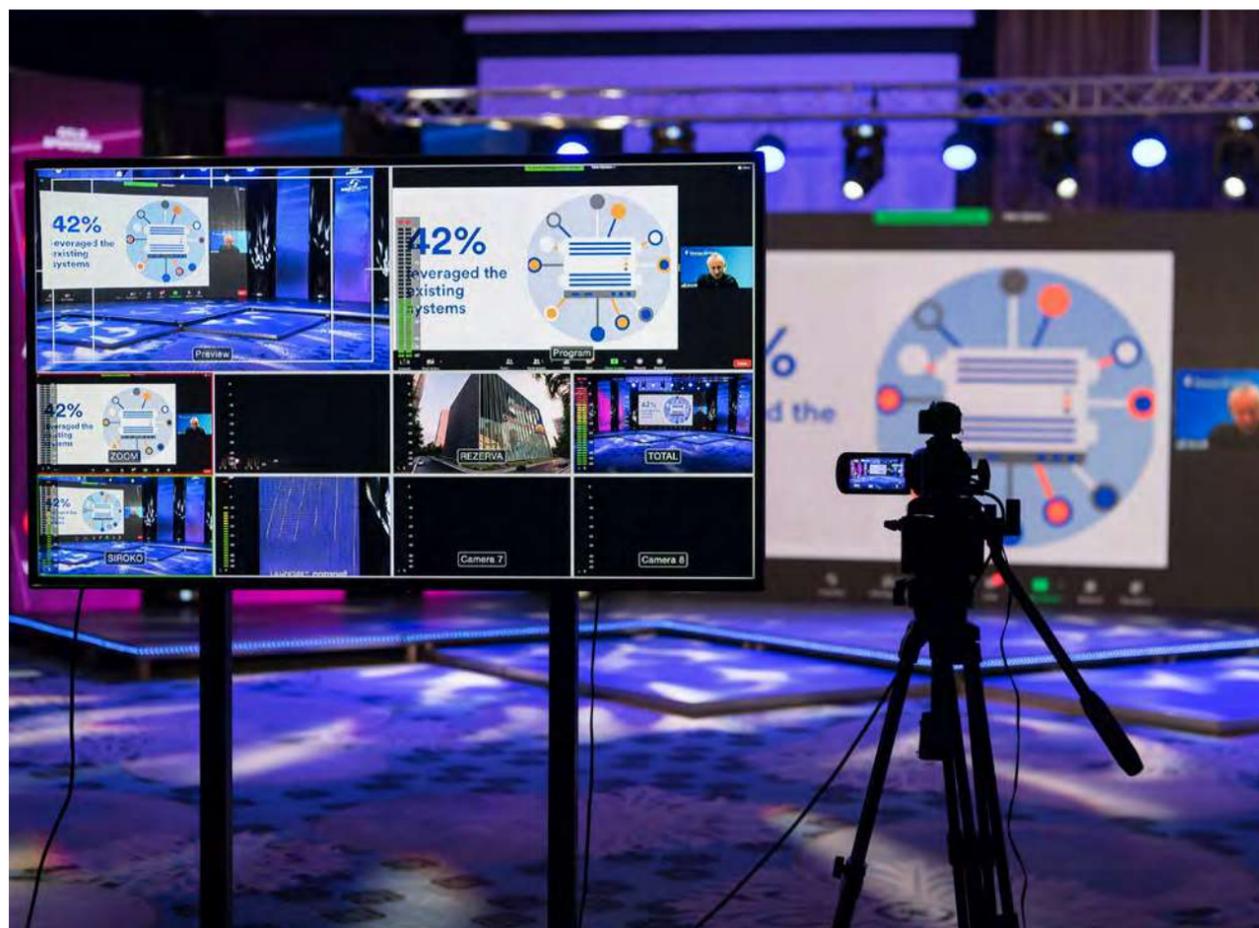
Un futuro híbrido

Si algo han demostrado dos años de videoconferencias y encuentros virtuales es que el valor de las reuniones cara a cara es irremplazable. El informe Association Meeting Needs 2021 publicado por ICCA confirma el renovado deseo de volver a los congresos presenciales.

El 84% de los profesionales encuestados alega que los encuentros virtuales tienen limitaciones con respecto a las oportunidades de *networking*. El 70% echa de menos la oportunidad de hacer nuevos contactos en el sector que genera el "cara a cara", mientras que el 66% añora el sentimiento de camaradería y de ser parte de una comunidad de profesionales que se consigue en los congresos.

viajes de negocios se han ido recuperando, aunque no a la velocidad deseada. GBTA (Asociación Global de Viajes de Negocios, por sus siglas en inglés) predijo que hasta el 2024 no se recuperará el nivel de *business travel* previo a la pandemia.

La nueva crisis provocada por la invasión de Ucrania y la escalada de los precios del carburante podría detener o retrasar la recuperación. La previsible subida del coste de los viajes se suma a la ya existente reticencia a viajar existente entre muchos profesionales. La última encuesta Travel Sentiment Survey, llevada a cabo por la consultoría Oliver Wyman, trata sobre el sentimiento que generan los viajes y muestra que un 25% de los viajeros corporativos espera hacer menos desplazamientos una vez superada la pandemia.



Por ello, las asociaciones están retomando los formatos presenciales. Los congresos híbridos, combinando las ventajas de ofrecer acceso al contenido *online* con la posibilidad de verse en persona, se perfilan como la opción preferida de cara al futuro. Sin embargo, los congresos del futuro han de adaptarse a otras tendencias que se han consolidado en los últimos años:

1. Menos viajes

Con la eliminación de las restricciones de movilidad y de los requisitos de pruebas o cuarentenas en muchos destinos, los

Las razones son diversas. En algunos casos, persisten la preocupación por la seguridad personal y la salud generada por la pandemia, lo que conlleva que se sigan evitando grandes aglomeraciones o viajes de larga distancia.

Para las empresas, además del aumento de costes que conlleva desplazar a sus representantes, existe mayor presión para reducir la huella de carbono que genera su actividad, a la vez que aumenta el rechazo a viajar entre los propios viajeros debido a una mayor preocupación por el medioambiente.



Por otro lado, la pandemia ha demostrado que no siempre es necesario viajar para crecer o hacer negocio, y ahora se cuestiona más la necesidad real y los beneficios de asistir en persona a un congreso.

2. Encuentros regionales

La imposibilidad o la reticencia a hacer largos desplazamientos ha generado una nueva tendencia: la preferencia por encuentros de menor tamaño y ámbito regional. La mayoría de los encuestados por ICCA (51%) prevé más congresos regionales, mientras que solo el 12% dio una respuesta negativa ante esta posibilidad.

En concreto, el formato híbrido del tipo *hub and spoke*, mediante el que los delegados pueden asistir a pequeños encuentros locales o regionales que se conectan con la principal sede -o *hub*- del congreso de forma virtual, se perfila como la fórmula ideal. Las ventajas son obvias. Por un lado, se reduce la necesidad de viajar, a la vez que se mantienen los encuentros cara a cara.

Es un formato flexible que permite la asistencia desde cualquier rincón del mundo. Además, las reuniones en grupos pequeños pueden ser más productivas y dinámicas, favoreciendo un intercambio de ideas y opiniones más fluido.

Ya en 2021 el 63,2% de los encuestados por IAPCO apuntó a este formato como la tendencia dominante. IACC (Asociación Internacional de Centros de Convenciones, por sus siglas en inglés), lo corrobora en su Meeting Room of the Future 2022.

3. Tecnología

La necesidad ha hecho que la tecnología para la celebración de eventos virtuales e híbridos se haya desarrollado y mejorado a una velocidad vertiginosa. Las plataformas *online* y que permiten la difusión en *streaming* de contenido hacen posible que miles de delegados puedan asistir al congreso sin necesidad de desplazarse hasta la sede.

El 96% de los representantes de asociaciones encuestados por ICCA reconoce que la tecnología ha influido en cómo celebran sus reuniones y congresos. El 38% afirma que va a invertir más

El 84% de los profesionales encuestados por ICCA alega que en los encuentros virtuales tienen limitaciones con respecto a las posibilidades de *networking*



en la producción profesional de la parte virtual de sus futuros eventos, mientras que el 16% asegura buscar soluciones de *streaming* de alta calidad para la retransmisión de las ponencias más destacadas.

La mayor dependencia en la tecnología se refleja también en los servicios que las asociaciones esperan o demandan de los organizadores profesionales de congresos, que ahora incluyen la producción de eventos virtuales y la inclusión de plataformas digitales dentro de sus propuestas.

De cara al futuro, otras tecnologías como la realidad virtual y realidad aumentada, que cada vez son más utilizadas en el sector educativo, podrían estar presentes también en los congresos. La plataforma Virtual Seoul, creada por el Convention bureau de la capital surcoreana, ha acogido ya su primer congreso internacional, el IPSF World Congress, en el que 2000 estudiantes de la industria farmacéutica de todo el mundo se reunieron en un palacio de convenciones virtual.

4. Sostenibilidad

La sostenibilidad ya no es una opción para los profesionales del MICE, sino una obligación: la de minimizar los impactos de los eventos y contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible marcados por la ONU para 2030. La aspiración a hacer los eventos más sostenibles se extiende también al sector asociativo. Es más, supone una auténtica oportunidad para las asociaciones de demostrar liderazgo en este

reto y reinventarse como instituciones que no solo buscan el bien de sus miembros, sino de toda la sociedad.

La celebración de congresos en formato virtual es ya de por sí una forma de reducir la huella de carbono, al evitarse las emisiones que suponen los desplazamientos, minimizar el consumo de energía y no producir desechos materiales. Conforme se vuelven a introducir, aunque sea solo en parte, elementos presenciales, se buscan opciones más sostenibles, como evitar el uso de plásticos de un solo uso, fomentar el transporte pú-

La plataforma Virtual Seoul, creada por el convention bureau de la capital surcoreana, ya acogió un congreso internacional de la industria farmacéutica con 2000 participantes

blico o compartido, o la introducción en el *catering* de alimentos y bebidas de temporada y producción local.

Las nuevas generaciones, tanto los *millennials* como los *centennials* que irrumpen ya en el mundo profesional, están más concienciadas sobre la urgencia de combatir el cambio climático. En un futuro no muy lejano, estos grupos constituirán el grueso de los delegados y exigirán congresos cada vez más sostenibles.

5. Contenidos más breves y de mayor calidad

A la hora de diseñar el contenido de los congresos es necesario pensar en las preferencias de estos nuevos profesionales que han crecido en la era digital. Son jóvenes acostumbrados

fico. Estos profesionales disponen de poco tiempo y prefieren sesiones más cortas con contenido de alta calidad y relevante, al que poder acceder *on demand*, al menos durante los tres meses posteriores al congreso.

Por otro lado, la parte presencial de los congresos habrá de centrarse más en la experiencia de los delegados. AMEX Congress habla de la necesidad de apostar por una "innovación emocional" para que los asistentes no vean solo el atractivo de formarse, sino la posibilidad de vivir una experiencia única en un espacio que les sorprenda.

Lo que más han echado de menos los delegados durante la pandemia es la interacción personal, y esto es lo que les atrae-



a ver contenido a la carta via *streaming*, donde y cuando ellos quieren. Su capacidad de atención es más reducida y prefieren consumir la información en píldoras (formatos de breve extensión o duración). En un futuro en el que, previsiblemente, se accederá a la mayor parte del contenido de los congresos *online*, será necesario programar sesiones más breves, o incluso resúmenes, disponibles bajo demanda.

Es algo a lo que ya apunta la encuesta que realizó el grupo Kenes sobre congresos virtuales en el sector médico y cientí-

rá a los eventos presenciales, que deberán facilitar ocasiones de *networking* más efectivas y creativas.

El legado de la pandemia

Si bien se han reactivado los congresos en la mayoría de destinos, sigue prevaleciendo la cautela entre los delegados. Aunque se hayan relajado las restricciones, la amenaza de la pandemia sigue aún presente. Por eso, la seguridad sigue siendo un factor fundamental en la organización de eventos asociativos.

Entre los principales requisitos que las asociaciones exigen a los proveedores prevalecen los protocolos sanitarios. También exigen apoyo con la comunicación de la normativa vigente en el destino con respecto al Covid-19. La seguridad se ha de aplicar también al ámbito digital, con especial atención a la protección de los datos personales de los delegados y el *compliance* con la normativa vigente a este respecto.

La exigencia de mayor flexibilidad es el otro gran legado de la pandemia. Tras dos años de lidiar con cambios constantes, los planificadores piden a sus proveedores contratos más flexibles, espacios que se puedan adaptar a nuevas necesidades y una política de precios ágil que permita incluso cambiar de un evento físico a uno digital o viceversa. En resumen, ahora se buscan lugares y proveedores que exijan el menor compromiso posible para controlar mejor los gastos.

Por su parte, los delegados también quieren términos más flexibles con respecto a los cargos por cancelación. Este es uno de los factores a considerar a la hora de confirmar su asistencia a un congreso presencial.

El reto de las asociaciones

Atrás queda el antiguo modelo de congresos internacionales de alto coste y actualmente considerados de alto riesgo en muchos aspectos. La pandemia ha forzado a las asociaciones a replantearse sus operaciones y adaptarse para seguir siendo relevantes para sus miembros. Ahora más que nunca, han de demostrar el valor de la membresía.

Mantener el *engagement* con los socios es vital para entender cuáles son sus requisitos y preocupaciones y seguir evolucionando. Los congresos constituyen una plataforma ideal para ello. Por eso el futuro del sector congresual pasa por la adaptación.

Se han de aprovechar las lecciones de los últimos dos años, integrando los beneficios que trajo el salto al entorno digital en formatos presenciales renovados, pensando en las necesidades e inquietudes de las nuevas generaciones de delegados. El resultado serán congresos más sostenibles, inclusivos e innovadores, de gran alcance, pero a la vez más personalizados. Y, ante todo, más relevantes para los miembros de la asociación.

ENTREVISTA



Juan José Gómez Doblás

Vicepresidente de la Sociedad Española de Cardiología (SEC) y presidente del Comité Científico del Congreso de la Salud Cardiovascular SEC 2022

“Pedimos a la organización del congreso que siga nuestra estrategia”

¿Qué cambios han introducido en sus congresos con la pandemia? ¿Lo ve como cambios temporales, a corto plazo, o nuevas tendencias que se van a mantener?

Todos los congresos tuvieron que pasar a ser *online* y la tecnología para hacer congresos virtuales, grandes o pequeños, se desarrolló rápidamente. En 2021 la mayoría fueron eventos híbridos, porque pese al deseo de volver a reunirse cara a cara, vimos que el formato virtual resulta más accesible económicamente y hay delegados aún reticentes a asistir presencialmente. También hay quienes prefieren la ausencia de inmediatez del formato virtual. Son formatos que se van a mantener mientras que en la parte presencial se incorporarán más actividades, talleres... más interacción, de modo que los asistentes puedan apreciar el valor de estar presentes y quieran volver.

¿Cuáles son sus prioridades a la hora de elegir la sede de su congreso? ¿Han cambiado?

Lo cierto es que, en nuestro caso, no han cambiado, ya que las necesidades de nuestro congreso nacional siguen siendo las mismas y existe un número limitado de sedes en España que puedan cumplir con nuestros requisitos: una amplia oferta de hostelería, buenas comunicaciones, un palacio de congresos con la capacidad adecuada y que sea también un destino interesante para los delegados.

¿Qué importancia tiene la sostenibilidad en sus congresos y qué exigen a sus proveedores al respecto?

Precisamente este año estamos desarrollando más este aspecto y hemos creado el SEC Verde, un programa que se aplicará en nuestro próximo congreso en Palma de Mallorca (España). Nuestra estrategia es mejorar la salud a través de un mejor medioambiente y hemos de demostrarlo en la práctica. Por eso hemos pedido a la organización del congreso que sigan esta misma estrategia, adoptando medidas como la prohibición de plásticos en el palacio de congresos, creando rutas para ir caminando hasta el congreso, ofrecer menús saludables en los que se eviten también los envases de plástico o favorecer el traslado en transporte comunitario.

MARKETINGSNACKS



themarketingsnacks.com

@MKTsnacks



MARES, SOL Y ARTE

La provincia de Cádiz es una de las joyas de la región de Andalucía, ese sur de España que a tantos viajeros ha atraído desde hace siglos. En ella se combinan artes patrimoniales y culturales, azules de diferentes mares y luces de costa y montaña, todo regado con vinos únicos en el mundo y una sintonía, la del flamenco, que tiene aquí una de sus cunas.

Pocas regiones en el mundo pueden presumir de estar bañadas por un océano y por un mar. A Andalucía, en la provincia de Cádiz, la riega el Atlántico, cuyas aguas trasladan al emblemático atún rojo que tanta importancia tiene en su historia, y el Mediterráneo, o el mar con más historia del mundo. Ambos se mezclan en el estrecho de Gibraltar, donde una roca en forma de peñón es además otro país (Reino Unido) comunicado a las tierras gaditanas a través de una frontera.

Estas características hacen de Cádiz una provincia única en cuanto a historia e influencias, ecosistemas y paisajes, artes y oficios, como los vinculados al vino y que tanto influyen también en su personalidad.

El aeropuerto de Sevilla, situado a 120 kilómetros de la ciudad de Cádiz, es la principal puerta de entrada, seguida del aeropuerto de Jerez de la Frontera, principal urbe de la provincia y comunicada también por tren con Madrid en trayec-

tos de tres horas. Media hora separa la ciudad de Cádiz, capital provincial, de Jerez de la Frontera, que aglutina la mayor cantidad de hoteles y espacios para eventos en el interior de una región que cuenta con 330 días de sol al año y es por tanto muy frecuentada por sus largas playas.

Jerez de la Frontera

Con más de 3.000 años de historia y el paso de fenicios, romanos, árabes, visigodos... Cádiz es una de las provincias de España con mayor cantidad de espacios singulares. Jerez es la ciudad donde más se concentran. Sus bodegas-catedral forman parte de esos espacios únicos. **González Byass-Tío Pepe** es la única que sigue perteneciendo a la misma familia y goza de un enclave único, junto a la catedral y el alcázar.

La necesidad de ir ampliando la bodega a medida que el negocio del vino se incrementaba conllevó la concesión de calles del casco antiguo que hoy forman parte de los espacios que

se ofrecen para eventos. Y del apasionante recorrido por la historia de la bodega y de los vinos de Jerez que se puede vivir en ellos.

Fundada en 1835, la bodega González Byass -Tío Pepe es la más visitada de Europa y ya albergaba importantes eventos en el siglo XIX. Entre la gran diversidad de espacios que se ofrecen, la Real Bodega La Concha, diseñada por Gustave Eiffel, ya ha recibido a insignes invitados como la reina Isabel II.

Recientemente abrió sus puertas el hotel **Bodega Tío Pepe**, un bonito establecimiento *boutique* integrado en la bodega con 27 habitaciones.

El **Alcázar de Jerez**, del siglo XII, es un recinto de origen árabe en cuyo patio de armas se organizan banquetes. Junto a él, un palacio del siglo XVIII alberga diferentes espacios que esconden secretos como la antigua farmacia municipal. Éste es un atractivo único para eventos relacionados con este sector profesional.

También en el centro de Jerez, el **claustro de Santo Domingo** se eleva sobre una antigua construcción militar del siglo XIV. En el claustro recientemente renovado, 250 comensales pueden participar en un banquete, mientras que el antiguo refectorio se utiliza para sesiones profesionales con 210 participantes en teatro.

Junto a la Real Escuela Andaluza del Arte Ecuestre, los **Museos de la Atalaya** ocupan un palacete neoclásico de estilo victoriano con jardines que se pueden utilizar para operacio-



Cádiz es la ciudad más antigua de Occidente, con 3.000 años de historia

nes MICE. También el interior, que alberga la mayor colección del mundo de relojes antiguos.

En la antigua bodega situada al otro lado del jardín existe un salón para eventos con capacidad para 525 comensales. Una sala-auditorio para 400 invitados cuenta con lo necesario para *videomapping*. Ambos espacios se ubican en torno a un patio que también se ofrece para cenas de gala.

Para incentivos, el nuevo hotel **Casa Palacio María Luisa**, de cinco estrellas, ofrece 21 habitaciones, todas diferentes, en el que fue el antiguo casino de la ciudad.

Un pequeño grupo de incentivo en Jerez no puede abandonar la ciudad sin haber vivido el flamenco. Uno de los lugares más tradicionales para sentir su fuerza es un tabanco, antiguos puestos de vino a granel que hoy se mantienen como bares de barrio llenos de encanto. La sencillez de la cocina se traduce en las hojas de papel que ejercen de vajilla y sobre los que se sirven tostas de pan, jamón o queso.

En un ambiente más sofisticado, **La Carboná** es una antigua bodega reconvertida en restaurante para exclusivas cenas maridaje con vinos jerezanos en grupos de hasta 120 personas.

Cádiz

Cádiz es la ciudad más antigua del Occidente europeo, fundada por los fenicios hace 3000 años. La capital de la provincia cuenta con un espacio congresual sobre la antigua fábrica de tabacos y en pleno casco histórico.

Al **Palacio de Congresos de Cádiz** se puede llegar en catamarán atravesando la bahía del mismo nombre. Inaugurado hace 25 años, cuenta con un bello atrio y un auditorio de

720 asientos, así como de otros espacios de capacidades inferiores, todas -exceptuando una- con luz natural.

El **Parador de Cádiz** es uno de los pocos de construcción moderna que existen de momento en España. Inaugurado en 2012, cuenta con 124 habitaciones, todas con vistas al mar que delimita las instalaciones. Puede albergar hasta 500 delegados en el mayor de sus

salones. Incluye *spa* con piscina interior, cuatro piscinas exteriores y gimnasio.

El grupo andaluz Q Hotels inaugurará en julio el que será el mayor hotel de la ciudad. ocupando una antigua residencia vacacional ante la playa de La Victoria y a dos kilómetros del casco antiguo. Con categoría cuatro estrellas superior, el **Cádiz Bahía** contará con 255 habitaciones y un restaurante panorámico en la novena y última planta, que se podrá privatizar para eventos. También estará dotado de más de 1.000 m² de espacios para operaciones MICE a los que se sumará un auditorio de 198 plazas.

En las afueras de Cádiz, **Salinas de Marambay** es un espacio de reciente apertura fruto de la recuperación de una antigua salinera. Aquí los organizadores pueden organizar una reunión, programar paseos de 40 minutos en barcas de remo o decidir qué vinos locales se degustarán en una cata con maridaje, todo con espectaculares vistas de la bahía. La terraza en el primer piso alberga eventos de hasta 80 personas.

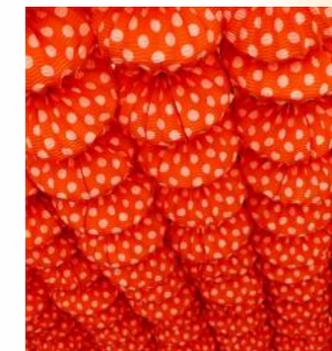
Sancti Petri

Es la localidad que concentra la mayor cantidad de camas de la provincia de Cádiz y la que más espacios para grupos MICE ofrece. Novo Sancti Petri es una gran urbanización que nació en los años 90 del siglo pasado y que hoy reúne cuatro hoteles de cinco estrellas y cuatro campos de golf. Las vastas playas de Cádiz permiten organizar paseos a caballo por la playa de La Barrosa, que cuenta con doce kilómetros ininterrumpidos de arena.

En el antiguo poblado de Sancti Petri existe el proyecto de renovar el antiguo castillo de Hércules, que ya se puede visitar, recordando el desembarco de Napoleón y el impacto que su llegada tuvo en la historia de la región y de España.

Iberostar fue el primer grupo hotelero en instalarse aquí y cuenta actualmente con tres hoteles. El más enfocado a

Teambuilding en la provincia de Cádiz



La feria building

Con Creativando, los participantes divididos en grupos de 15 construyen las casetas de la feria: farolillos, portada, abanicos... en dos horas deben estar listos todos los elementos necesarios para reproducir una auténtica feria.

Chirigotas y risas

El grupo dividido en dos, y ante una temática preestablecida, ensaya una estrofa creada por ellos. Una vez disfrazados, se "enfrentan" al otro equipo ante una chirigota que ejerce de jurado.



Olimpiadas en la playa

Tarifa es el mejor lugar de Cádiz para organizar olimpiadas en la playa que incluyan deportes en el mar, principalmente relacionados con el viento y con las famosas puestas de sol como fondo.

Venenciador por un día

El vino de Jerez se extrae de los barriles con un peculiar instrumento con el que se procede a una suerte de escanciado. Se puede crear una competición asociada a una cata que combine destreza física y degustación.



MICE es el **Iberostar Royal Andalus**, de cuatro estrellas y 451 habitaciones. Abierto todo el año, cuenta con dos áreas con piscina, una de ellas sin animación ni espacio infantil. Un campo de golf propio con 36 hoyos se encuentra a 400 metros. En el club de golf también se organizan eventos y actividades de *teambuilding*. Junto a el, un centro deportivo tiene pistas de tenis y pádel. Cuenta además con *spa* con piscina interior y gimnasio. Para sesiones profesionales ofrece tres salones con capacidad para 350 en teatro en el mayor -con columnas y dos niveles-.

Las dunas más bajas de la zona de la playa donde se encuentra el hotel permiten la vista al mar desde numerosos puntos. En el chiringuito de la playa se organizan cócteles para un máximo de 150 invitados, con los pies en la arena.

El hotel **Vincci Costa Golf** también fue uno de los primeros en desembarcar en Novo Sancti Petri. Con 195 *junior suites* se ofrece para operaciones MICE también fuera de sus meses de apertura, de noviembre a febrero. Tiene tres salones con luz natural, siendo 200 delegados en teatro la mayor capacidad. Cuatro pistas de pádel, gimnasio, *spa*, piscina para adultos y pequeña piscina cubierta completan las instalaciones de un recinto que también ofrece sus amplios jardines para eventos y programas de *teambuilding*.

El hotel **Valentín Sancti Petri** cuenta con el mayor centro de convenciones de la provincia, con capacidad para 1.200 personas en la sala plenaria. Es el mayor hotel de Cádiz con salas de reuniones, ya que cuenta 549 habitaciones.



El último en incorporarse a la cartera de hoteles en la zona es el **Royal Hideaway Sancti Petri**, con cinco estrellas y 195 habitaciones. Aunque solo permanece abierto en la temporada más turística, también recibe eventos durante el cierre. Cuenta con cinco piscinas exteriores, dos de agua salada y una exclusiva para adultos, y 32.000 m² de jardines en los que organizar *tours* de botánica o sesiones de meditación.

A los cuatro salones, con capacidad para 260 delegados en el mayor, se suma una bolera en un *pub* de estilo irlandés donde organizar veladas inspiradas en Las Vegas, torneos de dardos, billar o póker... en grupos de hasta 200 invitados que pueden alargar la noche en la discoteca anexa. También dos *suites* con barbacoa y piscina privada, así como tres terrazas en el edificio principal, la mayor con vistas al mar y posibilidad de recibir hasta 140 invitados a un cóctel. Al aire libre cuenta con un anfiteatro de 700 plazas.

Alberga el *spa* más grande de toda Andalucía, con piscina climatizada y siete cabinas de masaje, con zona de tratamientos exterior. Incluye circuitos termales en un agradable espacio con luz natural para recorridos de 90 minutos.

Cuartel del mar es una de las novedades de Novo Sancti Petri en cuanto a restauración que se ofrece como *venue*. Cuenta entre sus atractivos las magníficas puestas de sol que se pueden admirar en este parte de España. Recibe hasta 150 comensales combinando los espacios interior y exterior en un mismo nivel. La azotea de lo que fue un antiguo cuartel militar se utiliza para cócteles de hasta 100 invitados.

Ruta del atún

En los años 90 del siglo pasado a punto estuvo de morir una tradición única e indisoluble de la

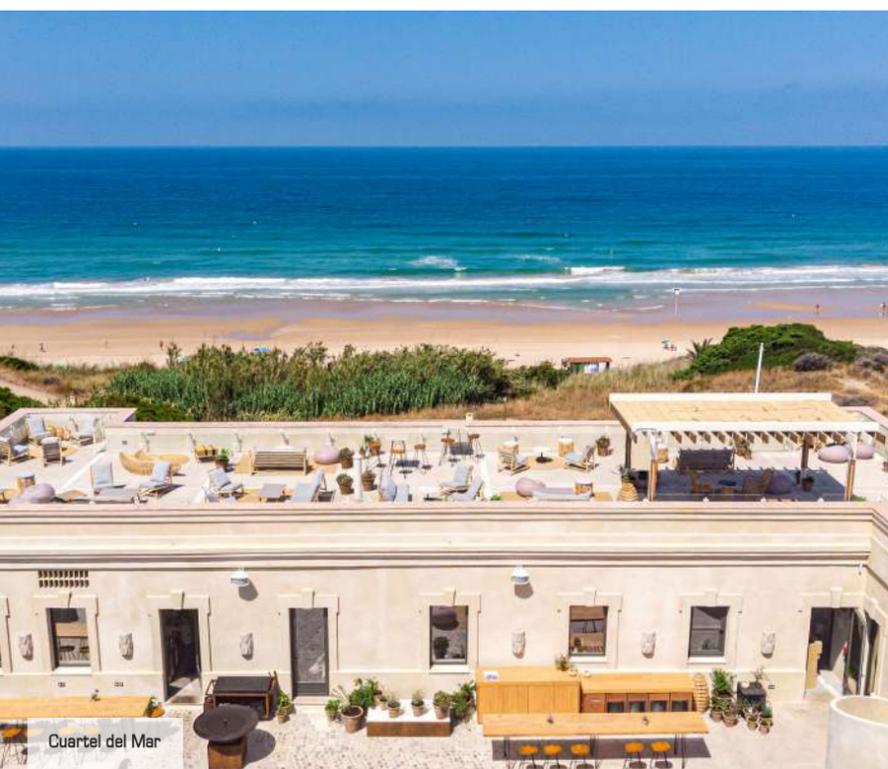
LA MAGIA DE LA ALMADRABA

El atún rojo y la almadraba son un pescado y un arte de pesca que están en la base de una tradición milenaria que descubrir en la provincia de Cádiz. Barbate es uno de los lugares donde aprender sobre esta interesante técnica de pesca ancestral, considerada entre las más sostenibles del planeta.

Cada mes de mayo, miles de atunes rojos de hasta 500 kilos de peso por unidad se desplazan desde las frías aguas del Atlántico Norte hasta el golfo de México y el Mediterráneo, con el fin de reproducirse. En el estrecho de Gibraltar se genera una suerte de embudo conocido desde época fenicia: hace 3.000 años alguien avistaba su llegada desde una torre en la costa y se desplegaba en ese instante una técnica que consiste en ir rodeando a los peces hasta acercarlos a la superficie del agua. Se conoce como almadraba no solo a la técnica sino al lugar donde se sigue practicando. Siguen existiendo cuatro en la provincia de Cádiz.

De la mano de Cádiz Atlántica los grupos de incentivo (hasta 20 personas) pueden visitar la almadraba, descubrir un museo que retrata los diferentes procesos y degustar el atún tras el despiece o *ronqueo*. En el mes de mayo, una exclusiva propuesta ofrece la posibilidad, en grupos de hasta diez personas, de asistir en directo a la pesca con la salida del sol.

Se puede completar este viaje en el tiempo con la visita a Baelo Claudia, un conjunto arqueológico donde aprender sobre la industria relacionada con esta pesca y que tanto ha influido e influye en el desarrollo de la provincia.



provincia de Cádiz. Hoy en día, degustar el atún rojo en restaurantes como **El Campero** de Barbate, y descubrir el arte de pesca de la almadraba en el local de la misma localidad, se han convertido en ineludibles.

En Zahara de los Atunes, Q Hotels cuenta con dos establecimientos. **El Cortijo** es un hotel *boutique* cerca de la playa con categoría cuatro estrellas y 78 habitaciones, ocupando una antigua vivienda solariega de 1833. En el patio cubierto se organizan cenas de gala de hasta 70 comensales, mientras que 120 invitados pueden disfrutar de los jardines de abril a octubre.

Del mismo grupo, el **TUI Blue Zahara Beach** abrió sus puertas en 2019, siendo el único cinco estrellas de la cadena y con 143 habitaciones. Solo para adultos, abre en la temporada turística y cuenta con circuito de agua y gimnasio. La terraza con piscina se utiliza para fiestas de hasta 100 invitados. Cuatro salones se ofrecen para sesiones corporativas, la mayor para 200 delegados en teatro.

Tarifa

Tarifa es la ciudad situada más al sur de la Península Ibérica, especialmente famosa por sus puestas de sol y las posibilidades en cuanto a deportes acuáticos. La cadena Q Hotels apuesta por posicionar el destino dentro del panorama MICE gracias su establecimiento **Tarifa Lances**, con cuatro estrellas y abierto todo el año. Con 100 habitaciones, es el hotel más grande de esta

Tarifa es la ciudad más al sur de la Península Ibérica, famosa por sus puestas de sol

localidad dotada de un bonito casco histórico y la Isla de Las Palomas, conectada por un dique a tierra. Puede ser visitada si se obtiene un permiso del Ministerio de Defensa español.

Para eventos, el Tarifa Lances cuenta con una sala en el piso superior para 80 delegados en teatro, con terraza y vistas al mar, mientras que el bar de la terraza, con piscina, se puede utilizar para reuniones más pequeñas en su parte cubierta. El exterior de la azotea se ofrece para fiestas de hasta 100 invitados.

Cuenta con piscina climatizada interior. En junio de 2023, un hotel del mismo grupo al otro lado de la calle vendrá a completar la oferta del Tarifa Lances con 44 habitaciones.

Los famosos chiringuitos de la costa gaditana nacieron como puestos de bebidas al aire libre y un ambiente playero completamente informal. Hoy algunos son estructuras permanentes abiertos todo el año y referencia de la mejor gastronomía local. Es el caso de **Carbones 13**, en la playa de Tarifa, que se puede utilizar para eventos corporativos

Sotogrande

Es uno de los recintos residenciales y deportivos más exclusivos de España. Las aguas que se divisan desde La Reserva ya pertenecen al mar Mediterráneo. Este proyecto inmobiliario en curso cuenta con un club de golf, **La Reserva Golf Course**, con 18 hoyos, que se ofrece como *venue* para presupuestos elevados para eventos que tengan lugar entre los meses de abril y octubre. The Beach Club es una playa



artificial y lago para actividades -kayak, *water bikes*, cursos de iniciación al buceo...- junto a la que se ubica un área para adultos muy utilizada para sesiones corporativas en grupos de hasta 400 personas.

La vecina África está tan cerca que las excursiones en helicóptero a Tánger (Marruecos) forman parte de las propuestas para grupos de incentivo. El Peñón de Gibraltar y, en consecuencia, el Reino

Unido, se encuentra a tan solo 20 minutos por carretera.

El nuevo hotel **So/ Sotogrande** abrió sus puertas en 2021 reemplazando un antiguo establecimiento, antes cortijo de Santa María de la Higuera. El espíritu de finca rústica donde la gente convive sigue marcando la personalidad del recinto, que cuenta con 152 habitaciones, todas con espacio exterior, repartidas en una suerte de calles que se pueden privatizar para un grupo alojado en la misma.

So/Sotogrande es la novedad hotelera de uno de los recintos más exclusivos de España

El lujo desenfadado que caracteriza a este cinco estrellas abierto todo el año se percibe incluso en los espacios para eventos, que incluyen amplios jardines y un salón panelable para 228 delegados en teatro. Un completo gimnasio con *spa* cuenta con tanque de flotación y cabina de crioterapia. Desde el hotel se organizan distintas actividades de incentivo como cursos de introducción al polo o rutas en bicicleta hasta el vecino puerto de Sotogrande.

Incentivos con arte

El humor de los gaditanos es una de las principales características de una región que no duda a la hora de hacer críticas sin renunciar a la risa. La mayor expresión de este arte gaditano son las chirigotas, o conjunto de personas que, coincidiendo con el Carnaval, salen disfrazados a exponer sus cánticos humorísticos no exentos de análisis mordaz.

En un programa de incentivo es posible reproducir junto a componentes profesionales de una chirigota el ambiente festivo que rodea al Carnaval, independientemente de la época

del año. Lanzada una temática y dejando rienda suelta a la improvisación, los "equipos" deben batirse oralmente compitiendo en agilidad verbal e ingenio.

La comparsa es otro tipo de agrupación considerada más seria que la chirigota en la que los participantes pueden acompañar con instrumentos a quienes cantan los versos creados para la ocasión. Estos textos pueden ser adaptados para la operación MICE, convirtiéndose en un original e inolvidable vehículo para transmitir mensajes.

Otra costumbre gaditana asociada a la Navidad puede ser utilizada en un programa de *teambuilding*: la zambomba no solo es un instrumento sino la costumbre en los barrios gitanos de cantar las canciones navideñas en grupo, en torno a una hoguera y acompañados de vinos jerezanos y productos típicos de la región.

Información práctica



Huso horario
GMT +1

Moneda
Euro



Tipo de enchufe
Clavija tipo E
Voltaje común 230 V

Aeropuertos de acceso:
Jerez de la Frontera (XRY)
Sevilla (SVQ)
Málaga - Costa del Sol (AGP)



Más información
PATRONATO PROVINCIAL DE
TURISMO DE CÁDIZ
Ignacio Santiago Maeztu 
Técnico Convention Bureau
turismo@dipucadiz.es
Tel: +34 956 80 70 61.
www.cadizturismo.com



Hotel Tarifa Lances (Q Hotels)

Los participantes no tienen por qué actuar: es posible contratar una zambomba, un cuadro de flamenco o una chirigota para amenizar cualquier evento. No hay que olvidar que Jerez de la Frontera es una de las cunas del flamenco y vio nacer a la bulería, uno de los palos o variedades más emblemáticos.

Son tantas las expresiones tangibles de la cultura regional que se pueden reproducir durante una operación MICE que resulta difícil elegir: el DMC **Creativando** reproduce una feria andaluza. Carretas típicas de la romería trasladan a los grupos, que se desplazan comiendo y bebiendo mientras descubren bonitos parajes de campo. En las paradas, un coro puede esperarles para amenizar con música los distintos puntos del recorrido en los que se organizan degustaciones.

En relación a la música, es muy amplia la variedad de instrumentos que forman arte de la cultura andaluza y se prestan a divertidas actividades de *teambuilding*: desde el cajón flamenco a la caña rociera, pasando por las castañuelas o, con solo utilizar las manos, las palmas.

La bulería es una variedad del flamenco nacida en Jerez de la Frontera

Destino rural

Si bien la provincia de Cádiz es principalmente conocida por sus playas y sus vinos, cuenta con una gran cantidad de espacios verdes en los que organizar actividades de *teambuilding*. Y es que el 35% de la superficie regional está protegida. Recorriendo la costa entre Cádiz y Sotogrande se observan grandes parques eólicos en parques naturales como Los Arcornocales,

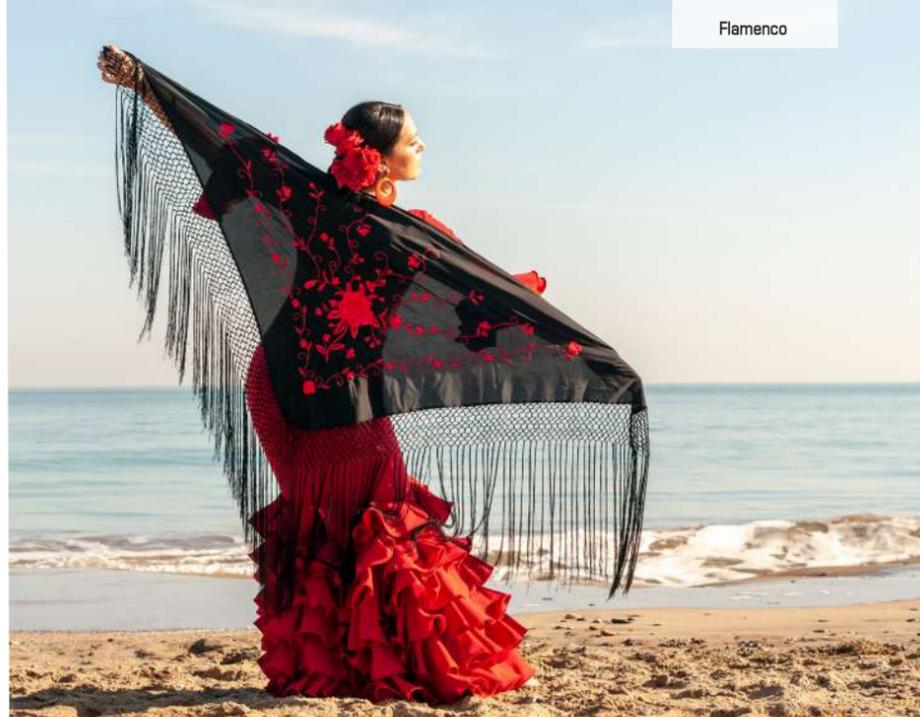
a los que se asoman pueblos blancos de origen árabe que decoran el paisaje verde limitado por los azules del océano.

Vejer de la Frontera es uno de ellos. Sus callejuelas son ideales para organizar un *escape room* que permita degustar por el camino vino o atún, sal o quesos. **La Casa del Califa** es un pequeño hotel para incentivos con 20 ha-

bitaciones, todas diferentes, y una azotea para eventos con magnificas vista que abarcan hasta África.

Ser la provincia del estrecho de Gibraltar permite que en Cádiz se puedan organizar actividades únicas, como la asistencia a la pesca de almadraba, en pequeños y exclusivos grupos en el mes de mayo, o el avistamiento de ballenas y delfines, una propuesta que puede ser programada durante todo el año. Entre abril y junio es el mejor periodo para ver a las impresionantes orcas, que acuden a la zona para cazar atunes aprovechando la poca profundidad que genera la particular geología de esta parte del mundo.

Un océano y un mar, pueblos árabes y playas kilométricas, parques naturales y *venues* históricos, espacios singulares donde disfrutar del vino y el arte musical gaditano... cada uno de estos atractivos se declina en múltiples opciones para diferentes tamaños y presupuestos. En todas existe un denominador común: la alegría gaditana y esa capacidad para mostrar siempre buena cara, incluso en los pocos días de mal tiempo.



Vejer de la Frontera



PUNTO MICE

Revista trimestral, 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



TEAMBUILDING

Por **Cristina Cunchillos**

La sostenibilidad, los juegos virtuales y las actividades al aire libre llevan tiempo marcando tendencias en los programas de *teambuilding*. Las agencias desarrollan nuevas y creativas formas de incorporarlas, tal y como nos demuestran con estas propuestas.

Pesca de plásticos

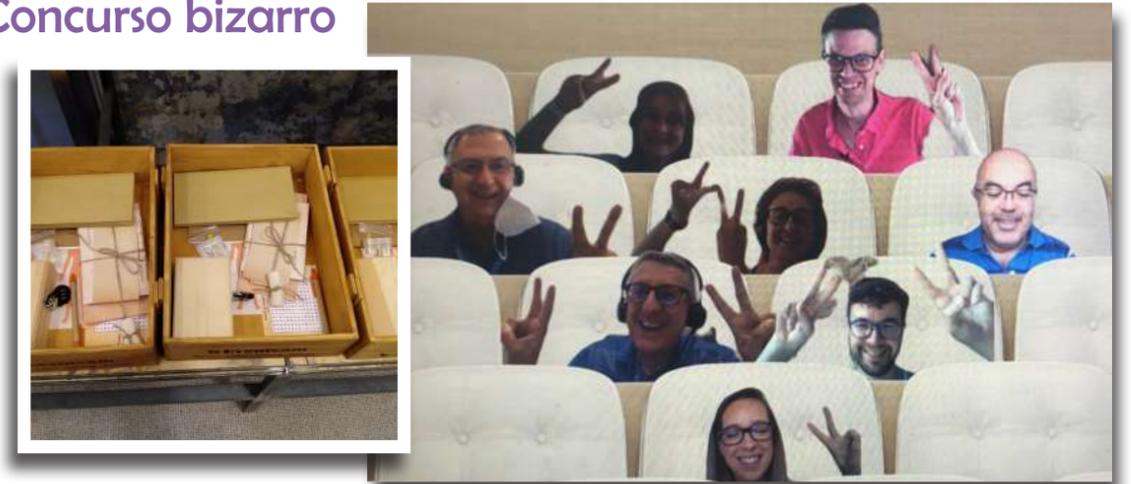


El problema de la contaminación por desechos de plástico no solo afecta a los mares, también a lugares como los famosos canales de Ámsterdam y Róterdam (Países Bajos). El DMC **Liberty International Benelux** propone hacerle frente con una actividad divertida a la vez que sostenible: la pesca de plásticos.

Divididos en grupos de hasta ocho personas, los participantes se desplazan a bordo de unas barcas especiales hechas de plástico reciclado para hacer un recorrido por los canales, independientemente de la climatología. Tras recibir las instrucciones del capitán, ellos mismos son los encargados de manejar la embarcación, a la vez que observan las aguas en busca de basura que deberán "pescar" con sus redes. Por supuesto, también hay tiempo para admirar la arquitectura y los paisajes holandeses, así como para hacerse numerosos *selfies*. Al final, el equipo que consiga recolectar el mayor botín de plástico será reconocido como ganador.

Pero aquí no termina la experiencia. El plástico que recogen es utilizado por la organización Plastic Whale para crear diferentes objetos, incluyendo nuevos barcos para los próximos grupos que quieran vivir esta aventura.

Concurso bizarro



La agencia española **Eventeam** organiza un "Concurso Bizarro": se trata de una competición televisiva diferente en la que los grupos son los protagonistas y participan, en equipos o individualmente, de forma virtual desde sus casas con la ayuda de la *app* Fonkana, diseñada por la agencia.

Antes de empezar el juego, todos los participantes reciben una caja personalizada llena de sorpresas relacionadas con el país en que se encuentren, o adaptadas al cliente. En ella encuentran diferentes objetos que necesitarán para responder a las preguntas que lance el maestro de ceremonias del concurso. Los contenidos de la caja les servirán también para los retos que deberán completar en pantalla, con el resto de participantes como telespectadores. Por ejemplo, se les podría pedir que canten un gol a la vez que comen un alfajor en Argentina, o un polvorón en España. Al final se elige al ganador que haya conseguido más puntos y todos pueden llevarse un divertido recuerdo fotográfico de su actuación en televisión.

Juegos en la campiña



La agencia británica **Bright Vision Events** propone jugar en la bucólica campiña inglesa. Los equipos compiten en actividades clásicas como el tiro al plato o con arco, así como otros juegos rurales algo más peculiares, interactuando con la fauna del lugar.

Por ejemplo, un experto en cetrería les hace una demostración con varias aves rapaces antes de enseñarles la técnica y dar a los participantes la oportunidad de interactuar ellos mismos con un majestuoso halcón o búho. Como es habitual en la campiña, a cada participante se les asigna un perro con el que han de competir en pruebas de agilidad. Para mayor emoción, se añade una carrera... de hurones, que cada cual debe intentar controlar y dirigir por el camino correcto y, si de mostrar liderazgo se trata, nada como dirigir una manada de ocas para llevarlas de un espacio a otro sin que ninguna se rebele y se vaya por otro lado.

PURO INCENTIVO

LAS VEGAS (ESTADOS UNIDOS)



LA VIDA ES JUEGO

Las Vegas es mucho más que casinos y hoteles de fantasía. La oferta de ocio, restaurantes y experiencias de la ciudad más famosa del estado de Nevada (Estados Unidos) se renueva constantemente, adaptándose a los nuevos tiempos.

Por Cristina Cunchillos

En Las Vegas es fácil perder la noción del lugar y del tiempo. No solo porque los casinos que han hecho universalmente famosa a esta ciudad estadounidense carecen de relojes. O porque en sus hoteles los huéspedes puedan navegar en canales de Venecia o rodearse del antiguo Egipto. Es su ininterrumpida oferta de ocio la que hace que día y noche se confundan y los visitantes se sumerjan en un mundo, tanto real como virtual, dedicado a la diversión.

"Welcome to fabulous Las Vegas!": así reza el cartel de neón que da la bienvenida a la ciudad más famosa del estado de Nevada, parada obligatoria para una foto de grupo. La meca del ocio es ciertamente un lugar de fábula, donde todo parece ser posible y que se reinventa constantemente, con nuevas atracciones y hoteles que se reemplazan unos a otros.

La demolición de establecimientos emblemáticos, como fueron el Riviera o el Stardust por ejemplo, también fue tratada como un espectáculo, con fuegos artificiales incluidos. De sus ruinas, como el ave fénix, surgirán nuevos complejos, aún más grandes y deslumbrantes.



Las Vegas es un destino constantemente en obras, también los grupos que visitan pueden ponerse el casco y manejar una excavadora u otra maquinaria de construcción. Es la divertida propuesta de *teambuilding* que ofrece [Dig This Las Vegas](#).

Downtown

Las Vegas comenzó como un modesto oasis en medio del desierto de Mojave. En los años 30 del siglo pasado abrieron los primeros casinos en torno a la actual calle Fremont, con el fin de entretener a los trabajadores que estaban construyendo la presa Hoover en el vecino río Colorado bajo duras condiciones.

El Downtown, o centro "histórico", conserva aún algunos de los hoteles-casino más antiguos como The Fremont, Four Queens o El Cortez, así como figuras de neón icónicas como el famoso vaquero. Tras décadas en declive por el desarrollo de los grandes complejos de la avenida The Strip, situada a 12 kilómetros, la creación de la atracción [Fremont Street](#)

[Experience](#) a finales de siglo pasado le inyectó nueva vida. Gracias a este producto hoy vuelve a ser un foco de actividad donde disfrutar del mejor ocio nocturno en un ambiente más *vintage*.

Cada noche, Fremont Street acoge un impresionante espectáculo de luz y sonido, así como música en vivo. La tiro-lina Slotzilla permite sobrevolar a las multitudes al estilo de Superman. La calle entera se puede privatizar para eventos de hasta 12.000 participantes.

Downtown ofrece otras atracciones a través de las que adentrarse en la historia de la ciudad. El [Mob Museum](#) (Museo de la Mafia) hace un recorrido por la historia del crimen organizado y la influencia de gánsteres como Bugsy Siegel en el desarrollo de los grandes casinos de Las Vegas.

El Distillery Tour rememora los tiempos de la Ley Seca e incluye una cata de güisqui en un *speakeasy*-bar clandestino de época- en el sótano del museo.

Los grupos pueden vivir una búsqueda del tesoro entre los artículos expuestos o trabajar juntos para intentar evitar un crimen en una divertida actividad de *teambuilding*. También visitar un auténtico laboratorio forense y, por supuesto, retratarse en la típica alineación policial.

A finales de 2020 abrió sus puertas [Circa Resort & Casino](#), un hotel de 512 habitaciones que combina el lujo con el glamur de los viejos tiempos. En su interior se encuentra la icónica imagen de neón conocida como Vegas Vickie, que iluminaba el exterior del casino al que reemplaza.

Cuenta con el mayor centro de apuestas deportivas del mundo, que incluye una pantalla gigantesca, y un complejo de piscinas, el Stadium Swim, donde disfrutar de un cóctel en el agua mientras se siguen los partidos. En el Legacy Club del piso 60 se puede tomar una copa con vistas al *skyline* de Las Vegas o hacerse un *selfie* junto a 500 lingotes de oro. En septiembre se inaugurará el centro de convenciones con más de 3.000 m² de espacio para reuniones y eventos.



Mi Las Vegas

Casey Shields 

Fundadora de Delphinium Events

¿Por qué organizar un incentivo en Las Vegas?

Porque tiene todo lo que se puede querer de un destino en un único sitio: entretenimiento, compras, gastronomía, actividades y mucho más.

Mi lugar favorito

Downtown Las Vegas es algo diferente, con un tinte histórico y también nuevos restaurantes, venues y buen ambiente.

Mi actividad favorita

Los tours gastronómicos de Lip Smacking Foodie Tours. Son la forma más divertida de probar diferentes restaurantes.

Los grupos no se pueden ir de Las Vegas sin:

- Sobrevolar The Strip o el Gran Cañón del Colorado en helicóptero
- Probar atracciones experienciales como Omega Mart, AREA15 o Arcadia Earth
- Aprender algo de la historia de Las Vegas en el Mob Museum o el Museo del Neón

The Strip

Al sur del centro histórico se extiende la gran avenida de casi siete kilómetros conocida como The Strip. En 1946 el mafioso Bugsy Siegel abrió aquí el primer gran *resort*: el **Flamingo Las Vegas**, famoso por los flamencos rosados que habitan en sus jardines. Sigue siendo uno de los hoteles más icónicos del destino, con 3.460 habitaciones.

Desde entonces, The Strip se ha ido poblando gradualmente de grandes hoteles-casino, cada vez más extravagantes. El

Fue sobre todo en la década de 1990 cuando se dio rienda suelta a la imaginación en un *boom* de la construcción que dio lugar a varios de los hoteles temáticos más suntuosos.

En el **Luxor Hotel & Casino**, inspirado en el antiguo Egipto, una gran esfinge da la bienvenida a la pirámide que alberga sus 4.400 habitaciones. **Excalibur Hotel and Casino** recrea la mítica corte del Rey Arturo. En el **New York-New York Hotel and Casino** la Estatua de la Libertad da paso a los rascacielos de Manhattan. Y en **The Venetian Resort** se

exclusivas, tanto en sus restaurantes como en sus tiendas, así como a través de una decoración más moderna en las habitaciones.

La crisis financiera forzó una pausa de más de una década en la continua expansión, hasta la inauguración en junio de 2021 de **Resorts World Las Vegas**, junto al actual **Las Vegas Convention Center-LVCC**.

Este complejo es una ciudad en miniatura con 3.506 habitaciones y *suites* distribuidas en tres hoteles de la cadena Hilton: Las Vegas Hilton, Conrad Las Vegas y Crockfords Las Vegas, uno de los primeros establecimientos de esta nueva marca de hoteles independientes de lujo. Lo completan más de 40 bares y restaurantes, un teatro con capacidad para 5.000 espectadores, un lujoso *spa* y un complejo elevado de piscinas con vistas panorámicas sobre de The Strip.

Destaca por su ecléctica colección de arte, que incluye piezas de renombrados artistas locales e internacionales: desde las particulares flores de Andy Warhol y los Donuts de cerámica de Jaeyong Kim, al peculiar Volkswagen Beetle convertido en una bola o el hipopótamo que recibe a los huéspedes en el vestíbulo del hotel Hilton. Escaneando diferentes códigos QR con el móvil se puede hacer un *tour* autoguiado de las instalaciones más representativas.

Desde enero de este año, la gigantesca iluminación LED que cubre la fachada de una de sus torres deslumbra cada hora con su espectáculo multimedia GLOW. Luces LED cubren también la superficie de una esfera de 4,6 metros de diámetro ubicada en su interior.

Resorts World Las Vegas es una ciudad en miniatura con tres hoteles y un complejo de piscinas con vistas

Hay más novedades previstas en The Strip. **The Mirage Hotel and Casino** acaba de ser adquirido por Hard Rock International. Será transformado en un nuevo hotel con forma de gigantesca guitarra eléctrica iluminada por las noches. Se rumorea que, como parte de la transformación, desaparecerá el icónico volcán de su entrada.

El antiguo Hard Rock Hotel de Las Vegas fue reemplazado en marzo de 2021 por **Virgin Hotels Las Vegas**, un nuevo *resort* con 1.504 habitaciones perteneciente a Curio Hotel by Hilton. Su extensa oferta gastronómica incluye un restaurante inspirado en la tradición mexicana del Día de los Muertos y la heladería Afters Ice Cream, famosa por su Milky Bun -donut relleno de helado-. Cuenta también con cuatro *venues* destinados a conciertos y 12.000 m² de espacio para reuniones y eventos.

puede dar un paseo en góndola por los canales de Venecia mientras se admira un palacio renacentista, bajo un cielo siempre azul.

Nuevas aperturas

Con el nuevo milenio y los cambios de modas llegó un nuevo estilo de *resort* más sofisticado, como el **The Cosmopolitan** o el **ARIA Las Vegas**. Ambos ofrecen experiencias más

Caesars Palace fue uno de los primeros complejos temáticos, transportando a huéspedes y visitantes a la era del Imperio Romano. A sus 3.960 habitaciones se sumó en 2013 un hotel *boutique* de lujo, el primero de la marca Nobu en el mundo. El **Nobu Hotel Caesars Palace** acaba de completar la renovación de sus 182 habitaciones con un diseño inspirado en el *kintsugi*, una técnica japonesa utilizada en la reparación de piezas de cerámica rotas con oro.

A finales de 2023 está prevista la apertura del nuevo **Fountainbleau Las Vegas**, ocupando una torre azul acristalada de 67 pisos en el extremo norte de The Strip. Destacará por su oferta para eventos y convenciones, con más de 50.000 m² incluyendo un *ballroom* totalmente diáfano. Contará con 3.700 habitaciones, así como *spa*, zona comercial y varios restaurantes.

Oferta gastronómica

La cocina de Las Vegas solía ser famosa por sus bufés libres, en los que los visitantes podían comer de todo por un precio asequible. Aunque siguen existiendo, el enfoque se sitúa cada vez más en la calidad y no en la cantidad. La oferta gastronómica de la ciudad incluye actualmente diez restaurantes galardonados con estrellas Michelin, así como numerosos establecimientos regentados por cocineros de



Resorts World Las Vegas

Información práctica



Moneda
Dólar estadounidense (USD)

Huso horario
GMT -8



Tipo de enchufe
Clavija tipo A/B
Voltaje común 120V

Aeropuerto

Aeropuerto Internacional Harry Reid (antiguo McCarran) (LAS)



Más información
LAS VEGAS CONVENTION & VISITORS AUTHORITY
Molly Castano 
Directora de Relaciones Públicas, Las Vegas Convention & Visitors Authority
Tel: +1 702 892 0711
www.lvcva.com



renombre nacional e internacional, con gran variedad de propuestas culinarias.

En el Caesars Palace abrirá a finales de año una sucursal del **Peter Luger Steak House** de Nueva York, especializado en carne de alta calidad y galardonado con una estrella Michelin. Desde mediados de año contará con una nueva pastelería de **Dominique Ansel**, el creador de los *cronuts*-cruce de *croissant* y *dónut*- y considerado uno de los mejores pasteleros del mundo.

Para disfrutar de esta variada oferta, **Lip Smacking Foodie Tours** ofrece diferentes recorridos guiados a pie, para grupos de hasta 250 personas, durante los que se visitan varios restaurantes, probando algunos de los platos estrella de cada uno. Hay rutas por Downtown o The Strip, e incluso una versión VIP que incluye un vuelo en helicóptero sobre la ciudad después de cenar.

En lo alto de la icónica torre de **The Strat** (nuevo nombre del hotel Stratosphere tras su renovación en 2020), las vistas panorámicas decoran la cena en **Top of the World**, restaurante situado en una plataforma giratoria a 350 metros de altura.

Los más atrevidos pueden combinarlo con la experiencia de saltar al vacío desde la torre o la emoción de su montaña rusa.

Se presume en Las Vegas de que nadie se queda con hambre, ni siquiera las comunida-



Restaurante Top of the World

des más desfavorecidas. Los grupos pueden contribuir a ello participando en los programas de voluntariado de **Three Square**. En sus bancos de alimentos se pueden organizar actividades de *teambuilding* solidario empaquetando comida para repartir entre los más necesitados.

En una ciudad que nunca duerme las opciones para alargar la noche son interminables, aunque no siempre obvias. En los últimos años han proliferado los *speakeasy*, escondidos

en los lugares más inesperados: desde una barbería a las escaleras mecánicas de un centro comercial. A menudo es necesario dar una contraseña para acceder, como en la época de la Ley Seca. El DMC **Delphinium Events** propone una búsqueda de tesoro en la que el reto es encontrar el acceso a estos bares "clandestinos".

Los mejores shows

Ningún programa estaría completo sin incluir alguno de los innumerables espectáculos que se ofrecen en Las Vegas. Ya en la época dorada de los años 40 del siglo pasado, artistas de la talla de Frank Sinatra tenían su "residencia" en los casinos de Las Vegas. Esa tradición de actuar durante largas temporadas en un mismo *venue* continúa hoy.

No solo hay conciertos, también espectáculos de magia, musicales, comedias, *shows* burlescos, espectáculos de variedades... el entretenimiento no tiene fin en Las Vegas.



ANYTHING BUT
BUSINESS AS USUAL

caesarsmeansbusiness.com | 855-633-8238



Además, dada la abundante oferta y el tamaño y diseño de los auditorios, no solo es fácil conseguir entradas sino que se puede disfrutar de un ambiente relativamente íntimo.

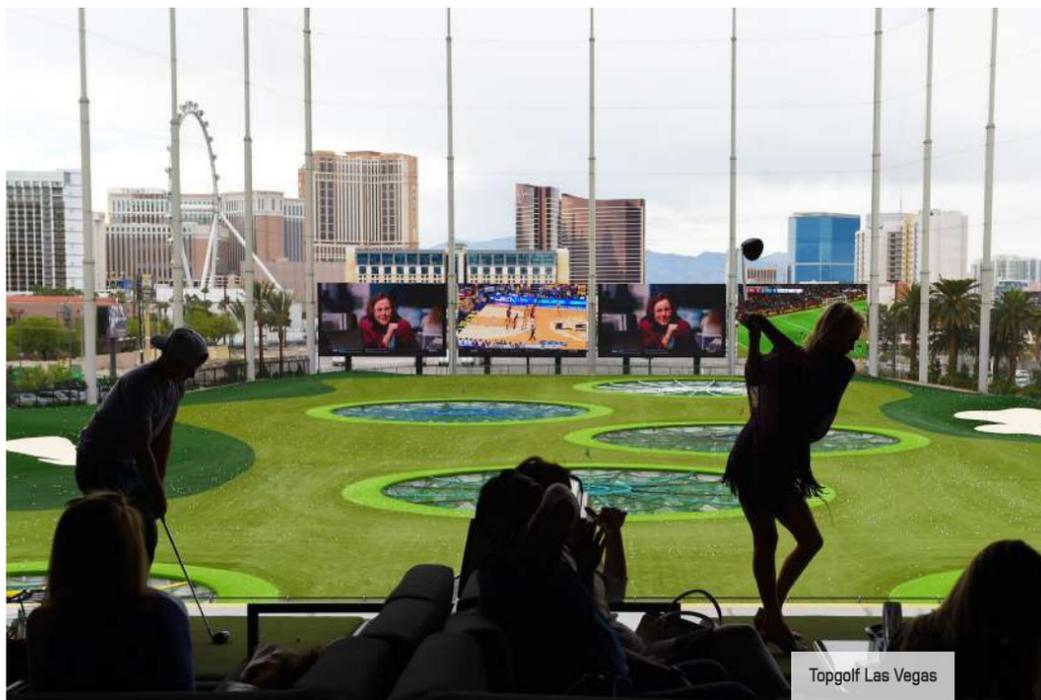
Varios hoteles ofrecen espectáculos del **Cirque du Soleil**. Su producción más reciente, *Mad Apple*, se estrena en mayo en el New York-New York Hotel & Casino. Antes de la pandemia se ofrecían diferentes experiencias VIP y pases privados entre bambalinas para grupos corporativos, un programa que la compañía está actualizando.

Ligado al deporte

Además de los espectáculos musicales, la asistencia a eventos deportivos es una opción cada vez más demandada para programas de incentivo. Los grupos pueden asistir a un partido de fútbol americano en el **Allegiant Stadium**, inaugurado en 2020.

El **T-Mobile Arena** es la sede de los partidos de *hockey* del equipo Vegas Golden Knights, así como de sesiones de baloncesto y combates de boxeo.

Otros deportes como el golf figuran a menudo en los programas de *teambuilding*. Los grupos pueden competir en terrenos como Las Vegas Golf Club. También probar su habilidad en **Topgolf Las Vegas**, en el complejo deportivo del MGM Grand, con salas climatizadas y vistas al *skyline*. Las bolas contienen un microchip que calcula



Topgolf Las Vegas

la distancia y exactitud del golpe.

En **Speedvegas**, la competición se hace a toda velocidad y sobre cuatro ruedas, conduciendo un Porsche o un Lamborghini. Ofrece circuitos de *kart* y *off road* en vehículos todoterreno. A partir de noviembre de 2023, los amantes del automovilismo podrán disfrutar del Gran Premio de Fórmula 1 que se celebrará en un circuito urbano por las calles de Las Vegas.

Nuevas experiencias

En **Area15** se puede elegir entre diferentes actividades, como tiro de hachas, carreras en tirolinas, simuladores de vuelo o juegos de realidad virtual. El complejo también incluye **Omega Mart**, una instalación de arte interactiva en la que los grupos se adentran en un peculiar supermercado que les ofrece los escenarios y productos más surrealistas, como trozos de mamut o piñatas de los pecados capitales.

A principios de este año se inauguró **Arcadia Earth**, una nueva experiencia que combina el entretenimiento con mensajes de sostenibilidad, haciendo un recorrido multisensorial con realidad aumentada por el planeta Tierra.

Otra de las novedades es **FlyOver**, un simulador que hace volar sobre el desierto del Mojave, el lago Tahoe o el Gran Cañón del Colorado gracias a la combinación de tecnología, efectos especiales y elementos como olores, niebla o viento.

Aventura en el desierto

Maverick Helicopters ofrece *tours* en helicóptero sobre el Gran Cañón, una de las maravillas naturales del mundo. Además de admirar el impresionante paisaje y su cambiante gama de colores desde el aire, los grupos pueden descender en el área conocida como Grand Canyon West y aventurarse en el Skywalk, una pasarela de cristal suspendida a 1200 metros de altura.

Los *tours* en helicóptero también sobrevuelan Las Vegas, ofreciendo una perspectiva diferente de sus famosos casinos. Esta opción es particularmente memorable al atardecer, por encima de un mar de luces de neón y pantallas LED.

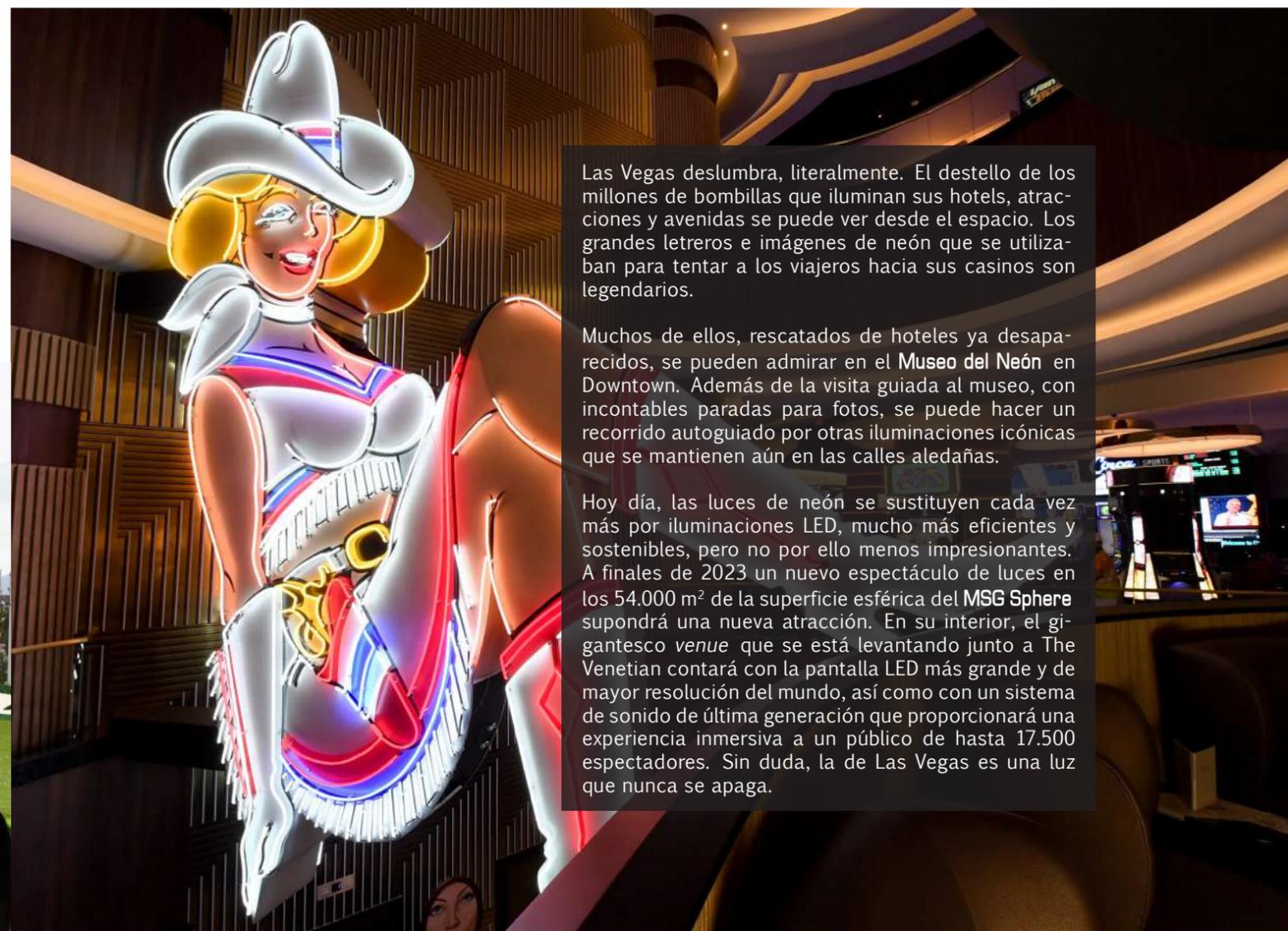
Para los grupos que disponen de más tiempo se puede organizar la excursión al Gran Cañón por tierra, explorando atracciones como la presa Hoover y el lago Mead. Aquí se pueden añadir paseos en barco, hacer *rafting* en las aguas del río Colorado o recorridos en kayak con **Evolution Experiences**.

Death Valley es el punto de menos altitud y más seco de Norteamérica y el más cálido del planeta

Las Vegas está rodeada de extraordinarios parajes desérticos que se alcanzan fácilmente en unas horas. Una de las excursiones más populares es la que conduce a **Red Rock Canyon**, un área de formaciones rocosas de arenisca rojiza en cuyas paredes se encuentran petroglifos creados por los pueblos indígenas de la zona.

Pink Adventure Tours organiza visitas en *jeeps* de color rosa a estos y otros enclaves próximos como **Death Valley**, en California. Este valle desértico es un territorio de extremos: el punto de menor altitud y más seco Norteamérica, además del más cálido del planeta.

Viajar a Las Vegas es trasladarse a un mundo de superlativos. La oferta es tan variada y extensa que a los grupos en incentivo apenas les quedará tiempo para probar suerte en los casinos. La llamada Sin City -ciudad del pecado-, se toma el entretenimiento muy en serio. Por eso ha hecho del juego no solo un negocio, también un estilo de vida.



Las Vegas deslumbra, literalmente. El destello de los millones de bombillas que iluminan sus hoteles, atracciones y avenidas se puede ver desde el espacio. Los grandes letreros e imágenes de neón que se utilizaban para tentar a los viajeros hacia sus casinos son legendarios.

Muchos de ellos, rescatados de hoteles ya desaparecidos, se pueden admirar en el **Museo del Neón** en Downtown. Además de la visita guiada al museo, con incontables paradas para fotos, se puede hacer un recorrido autoguiado por otras iluminaciones icónicas que se mantienen aún en las calles aledañas.

Hoy día, las luces de neón se sustituyen cada vez más por iluminaciones LED, mucho más eficientes y sostenibles, pero no por ello menos impresionantes. A finales de 2023 un nuevo espectáculo de luces en los 54.000 m² de la superficie esférica del **MSG Sphere** supondrá una nueva atracción. En su interior, el gigantesco *venue* que se está levantando junto a The Venetian contará con la pantalla LED más grande y de mayor resolución del mundo, así como con un sistema de sonido de última generación que proporcionará una experiencia inmersiva a un público de hasta 17.500 espectadores. Sin duda, la de Las Vegas es una luz que nunca se apaga.

CÓMO CUIDAR LA SALUD MENTAL (EN TIEMPOS DIFÍCILES)

Estrés, ansiedad, depresión... la pandemia ha acentuado muchos de los problemas que ya eran habituales entre los profesionales de la industria MICE. Pero también ha contribuido a que la salud mental deje de ser un tema tabú y a que, cada vez más empresas, tomen medidas para proteger a sus representantes.

Por **Cristina Cunchillos**

La organización de eventos está reconocida como una de las profesiones más estresantes. Según un estudio de EventWell, uno de cada tres profesionales sufre problemas de salud mental en algún momento, y el 42% termina cambiando de carrera. La incertidumbre causada por la pandemia acentuó aún más este problema.

De repente, los profesionales se enfrentaron a múltiples cancelaciones, cambios y la necesidad de estar al día en infinidad de normativas y requisitos que condicionaban la celebración de eventos. También formó parte de sus tareas cotidianas transmitir confianza y calma a clientes preocupados, así como mantener la positividad cuando acechaba la duda sobre el futuro de la industria, el de su compañía y el suyo propio. Y esto teniendo en cuenta solamente el lado profesional de una pandemia que a todos afectó también en el terreno personal, en algunos casos teniendo que enfrentarse simultáneamente a procesos de duelo.

Muchos perdieron su trabajo o tuvieron que cambiar de rol sin recibir formación alguna. Y, todo ello, desde la soledad del te-

letrabajo que para muchos profesionales supuso un reto personal y familiar difícil de superar.

No es por ello de extrañar que los problemas de salud mental en la sociedad en general, y en el sector MICE en particular, hayan aumentado con la pandemia. Aunque la recuperación de las operaciones de todo tipo avanza a buen ritmo en la mayoría de destinos y empresas, las previsiones económicas y la situación a nivel mundial vuelven a traer incertidumbre y auguran nuevos periodos de dificultad.

Declive de la salud mental

El porcentaje de depresión en el público adulto se ha duplicado desde el comienzo de la pandemia. La organización Sapiens Lab ha publicado un informe sobre el estado mental de la población del planeta que apunta a un declive generalizado en los últimos años, acentuado en 2020 con la llegada del Covid-19.

Por otro lado, el estudio muestra que la salud mental es mejor en Latinoamérica y España en comparación con los países angloparlantes. A la cabeza se encuentran Venezuela y España,

Uno de cada tres *meeting planners* sufre en algún momento problemas de salud mental

donde solo el 15% y 16% de los encuestados respectivamente afirma sentirse afligido, comparado con el 36% en Reino Unido.

Los problemas de salud mental tienen un coste para las empresas. Según recoge la nueva Estrategia de Salud Mental publicada por el Ministerio de Sanidad español, son la segunda causa de baja laboral, temporal o permanente, en Europa, afectando a un 22% de los trabajadores. El coste estimado para las empresas europeas es de 20.000 millones de euros anuales. Deloitte lo estima en 2.000 euros por empleado al año.

El impacto se siente también en la industria MICE. Según un estudio publicado por el consorcio Festivals, Events and Wellbeing Research en el Reino Unido, un 13% de profesionales del sector tuvieron que tomarse días libres en 2021 por problemas de salud mental. Un 81% de los organizadores de eventos con categoría *free lance* consideró cambiar de profesión en el último año, y muchos lo concretaron buscando otro trabajo.

Combatir el estrés

La de organizar operaciones MICE puede ser una profesión estresante, pero no todo el estrés es igual de perjudicial. La presión de enfrentarse a retos constantes puede resultar estimulante, sobre todo si se ve recompensada con la satisfacción que conlleva la consecución de un evento de éxito.

Pero cuando el estrés es excesivo, produce agotamiento físico, seguido de episodios de ansiedad, pánico o depresión, y finalmente, el temido *burn out*: un término inglés para designar literalmente a "trabajadores quemados". Para evitar esta escalada existen diferentes estrategias, y en cada caso puede ser mejor aplicar una u otra. A veces la solución pasa simplemente por aprender a adaptarse a la situación para que ésta deje de ser estresante, o alterar algún elemento que forma parte de ella y que es el que más problemas provoca. En otras ocasiones la mejor estrategia es evitar esa polémica, mientras que también hay situaciones en la que es mejor optar por la

aceptación y no perder el tiempo dándole vueltas a algo que no se puede controlar o cambiar.

Muchos profesionales necesitan tomarse unos días libres para alejarse de aquello que les provoca estrés, pero hay otras opciones menos disruptivas que pueden ayudar a aliviar el problema, como probar la meditación, la práctica del *mindfulness*, ejercicios de respiración o técnicas de autogestión. También el ejercicio físico, o cualquier actividad placentera, incluso leer o recibir un masaje, es un buen antídoto ya que hace que el cuerpo libere oxitocina, la hormona antiestrés.

Hablar también ayuda, ya sea con amigos, familiares, compañeros de trabajo o incluso superiores, pero la salud mental no siempre resulta un tema fácil de abordar, sobre todo en el entorno laboral.

Ejercicio práctico:
LA CUENTA ATRÁS ANTIESTRÉS

Centrarse en el espacio alrededor e identificar:

5 cosas que se ven

4 sonidos que se escuchan

3 olores diferentes

2 texturas que se pueden tocar

Terminar con 1 respiración profunda

Apoyo en la empresa

Según un estudio sobre la salud mental en el sector de los eventos llevado a cabo por la empresa británica Stress Matters, el 67,8% de los profesionales encuestados cree que su jefe se preocupa por su bienestar. El 53% opina que su empresa ha incrementado sus esfuerzos en este ámbito en el último año. Pero aún se dan muchos casos en que los trabajadores no se atreven a expresar su ansiedad o, si lo hacen, la respuesta que reciben es que es algo pasajero debido al volumen de trabajo, sin medidas para solucionarlo. Las actitudes de las empresas respecto a la salud mental están mejorando, pero queda mucho por hacer.

Contar con un mentor con quien hablar es algo que el 79% de los encuestados considera importante. Las empresas pueden ayudar asegurándose de que los supervisores o gerentes de una división reciben formación para saber identificar los síntomas de problemas mentales en las personas a su cargo, y cómo ayudarles. Para ello existen diplomas de primeros auxilios en salud mental (MHFA, por sus siglas en inglés). En Europa, organizaciones como EventWell o Stress Matters ofrecen talleres y cursos *online* para conseguir esta acreditación. Diver-

sas instituciones estadounidenses facilitan la formación tanto en inglés como en español.

El 81% de los profesionales MICE elegiría trabajar en una organización que sea reconocida por sus iniciativas para minimizar el estrés. Una buena señal es si la empresa cuenta con el nuevo certificado ISO 45003, lanzado en 2021. Se trata del primer estándar internacional sobre salud mental en el entorno laboral. Complementa al ISO 45001 que regula la salud y seguridad en el trabajo.

ISO 45003 es el primer estándar internacional sobre salud mental en el entorno laboral

La salud mental de los empleados debe entrar en la estrategia de la empresa. Al fin y al cabo, es en su propio interés, ya que un trabajador sano, física y mentalmente, es más productivo y reportará más beneficios.

El estrés, y su impacto en la salud, no es inevitable. Intentar combatirlo es responsabilidad tanto de la persona que lo padece como de quienes le rodean. El primer paso es reconocer el problema, y a partir de ahí introducir pequeños cambios. Una sencilla pregunta, "¿cómo estás hoy?", es suficiente para iniciar un diálogo honesto que reportará beneficios a todos.



Laura Capell-Abra Fundadora de Stress Matters

“Hay más concienciación sobre la importancia de la salud mental pero eso no significa que haya más acción”

¿Hay más concienciación sobre la importancia de la salud mental tras la pandemia? ¿Qué secuelas han quedado y qué aspectos se han cuidar más?

La pandemia ha hecho que se hable más de salud mental y se reduzca el estigma, aunque todavía queda gente que no cree que exista este problema. Hay más concienciación, pero eso no significa que haya más acción, y es aquí donde todavía se puede mejorar aunque se haya progresado. En el sector MICE en concreto, la inestabilidad, la pérdida de empleo y también la falta de socialización, en una profesión que es por naturaleza sociable, han tenido un impacto negativo. Una de las peores secuelas es que muchos han decidido cambiar de profesión y no volver a una carrera considerada estresante y con la impresión de que no se les trata lo suficientemente bien. El sector ha de aceptar cierta responsabilidad por ello.

¿Qué pueden hacer las empresas para mejorar la salud mental de sus empleados?

El primer paso es reconocer que la mala salud mental de los empleados tiene un coste para el negocio y calcular cuál es ese impacto. Solo así se podrán apreciar los beneficios de reducir los problemas de salud mental. Deben convertirlo en una prioridad estratégica, esforzarse por entender cómo está el equipo, y ofrecerles el apoyo que necesiten, ya sea interno o externo. Hay muchas empresas que alardean de que lo más importante para ellos es su plantilla, pero no lo demuestran con acciones. Conseguir una plantilla sana y feliz ha de ser la prioridad ya que, si se les trata bien, los representantes serán más productivos.

¿Cuál es su principal consejo a los profesionales del sector MICE de cara a gestionar el estrés y proteger su salud mental?

Creo que lo principal es tener conciencia de sí mismos, de cómo se sienten en cada momento, y empezar a cambiar algunas cosas para ver si así se sienten mejor o peor. Hay muchas técnicas y herramientas que se pueden aplicar, y lo que funciona para uno no funciona para todos, se trata de ir probando. Lo importante es esa concienciación y el reconocimiento de que, como individuos, muchas veces nos hacemos la vida más difícil de lo necesario y hay cosas que no podemos controlar.

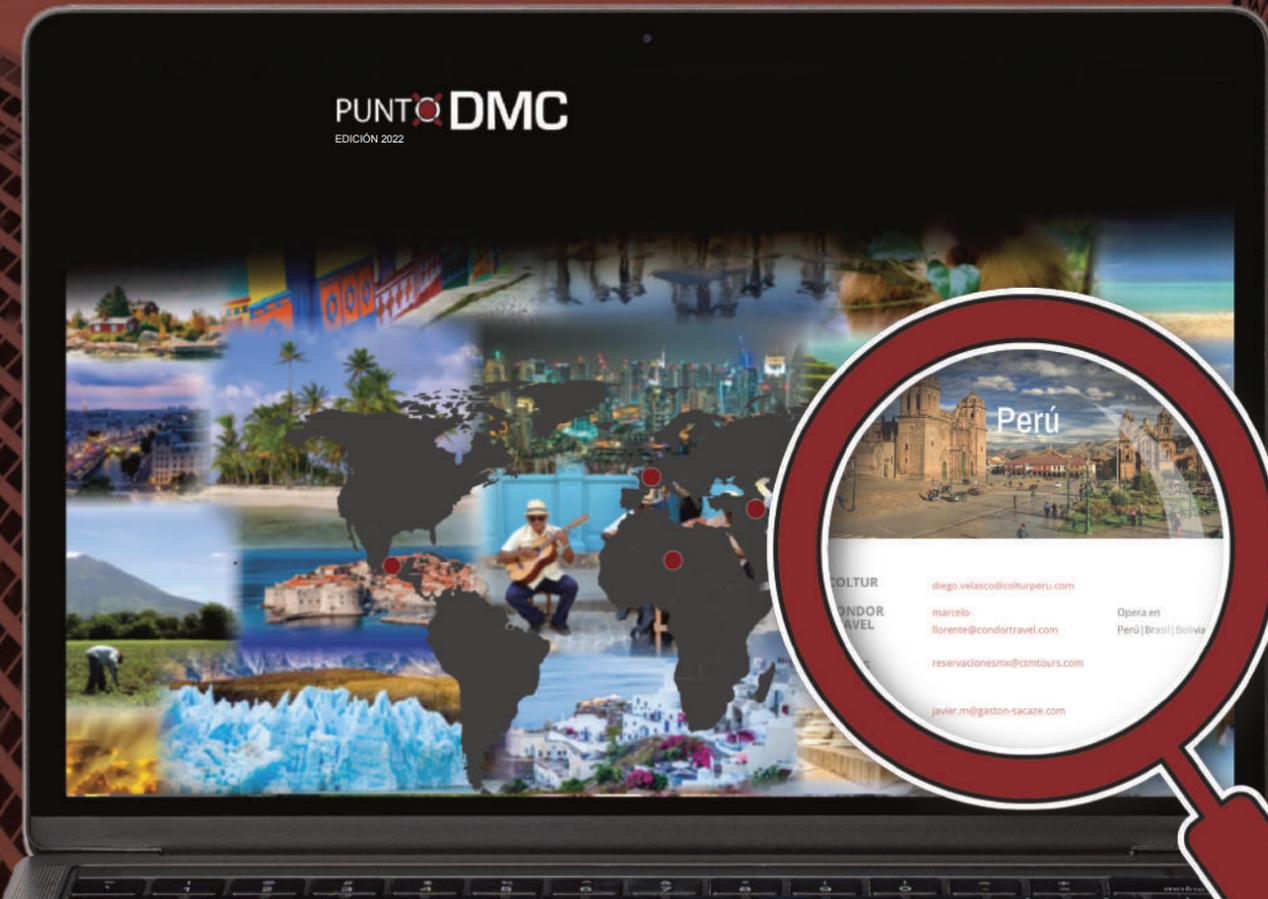
 CON **FRANKFURT**
31 MAY - 02 JUN 2022

Llega la actualización de

PUNTO DMC

www.puntodmc.com

El buscador de DMCs especializados en MICE capaces de negociar y recibir en español en todo el mundo



CHARLANDO CON

Arnaldo Nardone

Por Eva López Álvarez

ARNALDO NARDONE ES DIRECTOR DE FIEXPO EXHIBITIONS GROUP Y MICE INTERNATIONAL CONSULTING, ADEMÁS DE HABER PRESIDIDO ICCA A NIVEL MUNDIAL DE 2010 A 2014. SE DICE DE EL QUE ES EL PROFESIONAL LIGADO A LA INDUSTRIA MICE MÁS INFLUYENTE DE LATINOAMÉRICA.

¿Qué opina de la premisa que le califica como “el profesional ligado a la industria MICE más influyente de Latinoamérica”? Supongo que es exagerado, pero mi pasión por este negocio, que se remonta a 30 años, me hace estar muy conectado con el mundo y emitir mis propias opiniones. Por eso gozo de un reconocimiento que es producto de las relaciones internacionales con colegas y amigos que **me han nutrido y me nutren permanentemente de conocimiento.**

Me ha traído a este sector... la casualidad. Era director para el Cono Sur de la cadena de hoteles Radisson y ocupaba el cargo de director en el Radisson de Montevideo. En 1994 se inauguró un centro de convenciones para 4.000 personas y, en un país como Uruguay, sin ninguna tradición MICE, me encargaron llenar ese recinto. Ante eso, tuve que salir al mercado. Pensé que el primer paso era vincularnos con las entidades internacionales, empezando por ICCA. El azar hizo que desde la asociación quisieran reunirse con nosotros, y así empezó todo.

Los mayores obstáculos con los que me he encontrado... son muchísimos y me sigo encontrando con ellos. Como grupo organizador de eventos no ha sido fácil crecer, menos aún con eventos itinerantes. La estructura en la que vivimos hace que la burocracia y las trabas sean una realidad en Iberoamérica que a veces es de terror. Esta burocracia curiosamente permite a veces que empresas extranjeras tengan menos obstáculos.

Las llaves que me han permitido abrir más puertas... son las relaciones públicas, las amistades y tener ese “ida y vuelta” con personas clave a quienes puedo ayudar a transitar determinados caminos. El contacto permanente con autoridades públicas y privadas requiere de capacidades que hay que trabajar.

Creo que hay aún muchos organizadores de operaciones MICE que aún no han entendido que... seguimos todavía anclados a viejas premisas que ya no deberíamos utilizar. Los estafadores son estafadores, pero hay gente que se deja estafar. En nuestra industria, además de existir una **falta enorme de visión**, hay gente que “compra igual”, por lo que la culpa es compartida. Es evidente que estamos viviendo una aceleración en la forma de hacer negocio y **hay que entender dónde nacen estos y cómo se generan.** Es decir, dónde hay que situar las prioridades.

Lucho por... que quienes tienen el poder en los países entiendan que tiene que haber estudios serios sobre nuestra industria que nos permitan ver el peso que tiene el MICE en la economía,



para analizar si en consecuencia los gobiernos están realizando las inversiones que merece el sector. **Si comparamos con lo que generan otros segmentos productivos en nuestros países, me gustaría saber cuántas inversiones se destinan a ellos y cuántas a la industria de reuniones.**

Admiro en este sector... la profesionalidad, la lealtad y la amistad.

Si tuviese que darle un consejo a alguien que empieza en el mundo MICE... le diría que más allá de que casi toda la información que se encuentra en las redes es falsa, debe analizar quién es quién en la industria y aprender a relacionarse con quien interesa. Hay que entrar por la puerta pequeña para intentar salir por la puerta grande, dejando de lado lo que no sirve. No hay que aprender lo superficial, sino intentar ver todo el iceberg. Todos los días se aprende. Como dijo Gandhi “vive cada momento de tu vida como si fuera el último y aprende todos los días como si fueras a vivir eternamente”.

Entre los mejores recuerdos que tengo en la memoria... está el haber logrado que ICCA tuviese una oficina en América Latina y que hasta hoy perdure. En segundo lugar, haber ganado el congreso mundial de ICCA para Montevideo en 2005 y haberlo liderado tras perder una primera candidatura. Tuve que escuchar barbaridades en contra, pero lo conseguimos, y dejó un legado en mi país inolvidable. Añadiría el haber sido hasta ahora el único iberoamericano que haya alcanzado la presidencia de ICCA, uno de los jugadores claves del sector asociativo.

La convención de empresa abocada al éxito es aquella que... ha logrado el objetivo propuesto. Se puede decorar de muchas maneras, pero si no se logran los objetivos que están en las actas fundacionales de la empresa, el resultado será un fracaso. Es algo que le digo a los destinos cuando salen a captar eventos: salen a venderse como lugares ideales pero no le están diciendo a las empresas que en ellos van a conseguir sus objetivos. Con decir “tenemos todo esto” no es suficiente, hay que saber a qué se dedica la entidad que busca una candidatura, qué objetivos tiene y qué puede aportar el destino para que se logren. A veces lo que marca la diferencia no tiene nada que ver con la conectividad, los hoteles o las posibilidades de *post tour* que se ofrecen.

El congreso ideal... **es aquel en el que nada falla.** No hay que buscar una eficiencia cercana al 100%, sino del 100%. Puede ser mucho lo que se pierda en ese porcentaje de fallo, por pequeño que parezca.

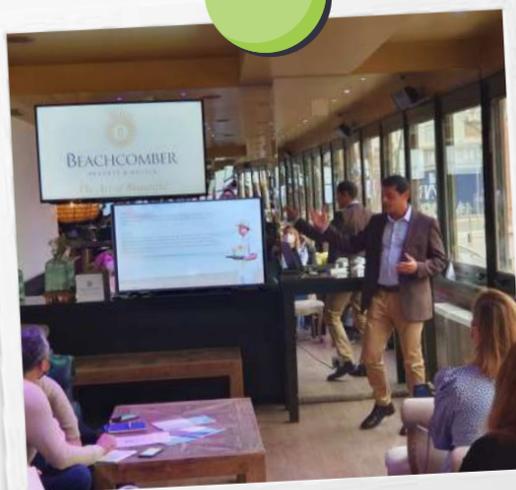
Arnaldo Nardone



El tablón de

PUNTO MICE

En el Braindate organizado por PCMA tuvimos al ocasión de ver de nuevo, aunque fuese virtualmente, a muchos colegas, y aprender sobre la recuperación en Latam



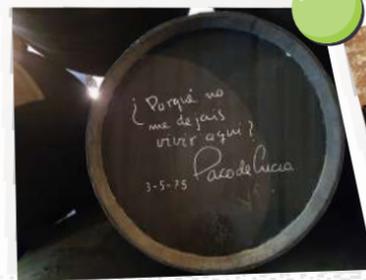
Estuvimos conociendo las novedades de Beachcomber en Isla Mauricio, un destino que por fin está abierto para los grupos de incentivo

Aprendimos y nos divertimos en el congreso del capítulo ibérico de ICCA en Gijón (España)



Dimos la bienvenida en Madrid a la nueva asociación Alliance 4 MICE

Viajamos a Cádiz (España) y disfrutamos del arte andaluz



Y en París nos quedamos sorprendidos con la cantidad de novedades que ofrece el destino



Asistimos a la presentación del plan estratégico para el sector MICE realizado por Spain Convention Bureau y Braintrust



Viajamos virtualmente a Riviera Nayarit y Puerto Vallarta (México)



AGENDA INTERNACIONAL



MAYO
8
M&I EUROPE
8 a 11 de mayo
165 compradores europeos están convocados en Sevilla para conocer la oferta de 150 proveedores especializados en MICE de toda Europa.

Sede: Hotel Barceló Sevilla Renacimiento (España)

MAYO
31
IMEX FRANKFURT
31 de mayo a 2 de junio
Tras dos años sin poder celebrarse con motivo de la pandemia, la edición europea de IMEX volverá a tener lugar en Messe Frankfurt. Más de 250 eventos en cuatro días estarán dedicados a la formación. Grupo PUNTO MICE es *media partner* de este evento.

Sede: Messe Frankfurt (Alemania)

JUNIO
13
FIEXPO LATIN AMERICA
13 a 16 de junio
Por primera vez en Panamá y celebrando su 15º aniversario, la mayor feria especializada en MICE de Sudamérica comenzará con el Foro Político para dar paso a dos días de salón comercial. Next Generation Summit, Convention Bureau One Day Challenge y el Foro de Asociaciones Profesionales Latinoamericanas e Internacionales completan el calendario de eventos paralelos a los que se suman sesiones de formación. Grupo PUNTO MICE es *media partner* de este evento.

Sede: Panama Convention Center

JUNIO
22
V ENCUENTRO DE TURISMO MICE
22 a 25 de junio
MICE Events International organiza este encuentro entre profesionales de todo el mundo con intereses en Colombia.

Sede: Tuluá (Colombia)

JUNIO
28
IBTM WIRED
28 de junio a 1 de julio
Esta edición contará con un día dedicado a una región del mundo.

Evento virtual

JUNIO
29
THE MEETINGS SHOW
29 y 30 de junio
Organizado por Northstar Meetings Group, se destina a a los profesionales de la industria MICE con intereses en Reino Unido, aunque cada vez alberga más expositores internacionales y un programa de formación orientado hacia las tendencias globales.

Sede: ExCeL London

AGOSTO
24
IBTM AMERICAS
24 y 25 de agosto
La feria MICE de Reed Exhibitions en el continente americano vuelve a celebrarse en México. Además del área de feria, varios eventos se suceden en paralelo: EDHC Event Marketing, el Foro Interactivo de Eventos Sustentables y Pharma Congress se destinan a profesionales de segmentos más especializados dentro de la industria.

Sede: Centro Citibanamex en Ciudad de México

SEPTIEMBRE
14
IBERIAN MICE FORUM LUXURY EDITION
14 a 16 de septiembre
60 compradores especializados en incentivos de alto presupuesto y responsable de eventos en marcas del sector del lujo, procedentes de España y Norteamérica, se reunirán con 60 proveedores europeos.

Sede: The Westin Palace Madrid

Esta revista es una publicación de



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 5275 9934

Delegación México:
mexico@puntomice.com
+55 5658 3777

www.puntomice.com

EDITORA: 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

HAN COLABORADO EN ESTE NÚMERO:
Cristina Cunchillos, Marco Calvache

DESARROLLO WEB Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES:
Grupo PUNTO MICE

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

IMPRESO EN ESPAÑA imedisa Artes Gráficas

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 *media partner* de



Ferias internacionales:



SAVE THE DATE

23 y 24 Agosto 2022



2do Encuentro Latinoamericano de DMCs

CENTRO CITIBANAMEX CDMX

Evento Híbrido

jb
JUKEBOX

ibtm
AMERICAS

PUNTO DMC

GRUPO PUNTO MICE

Mas información:

educacion@amdemac.org



Coca-Cola

Real Magic®

