

# PUNTO MICE

## La voz del sector

Los clientes asumen la subida de precios

## Destinos

Miami (EE.UU.)  
Asturias (España)

## Puro incentivo

Bariloche (Argentina)

## Análisis

El camino hacia una movilidad más sostenible

## Día a día

La nueva oficina



HOY NOS VOLVEMOS A MIRAR A LOS OJOS,  
NO SOLO A TRAVÉS DE UNA PANTALLA.  
TUS CONGRESOS NECESITAN CHILE.

CHILE, DONDE LO IMPOSIBLE ES POSIBLE.



INFRAESTRUCTURA  
DE PRIMER NIVEL



ECONOMÍA  
ESTABLE



CALIDAD  
DE VIDA



AVANZADA  
CONECTIVIDAD



PAISAJES  
SORPRENDENTES



MODERNA  
RED DE SALUD



COVID19  
LIDER EN VACUNACIÓN

## El Destino Natural para Reuniones

Descubre los Convention Bureaus que tiene nuestro país en [www.chile.travel](http://www.chile.travel)

ARICA / IQUIQUE / ANTOFAGASTA / LA SERENA / VALPARAÍSO / VIÑA DEL MAR / SANTIAGO  
SANTA CRUZ / CHILLÁN / CONCEPCIÓN / LOS RÍOS / PUERTO VARAS / CHILOÉ / AYSÉN / PATAGONIA



@meetingsChile



tre@chile.travel



MEET IN CHILE



ChileTravelMICE



GRUPO  
PUNTO MICE

No puedo evitar sorprenderme cuando a mediados de noviembre, finales de enero... observo en los aeropuertos un movimiento inaudito. Séniores activos, parejas de todas las edades... y hasta familias con niños comparten espacio a bordo con ejecutivo/as con traje y nómadas digitales que usan el avión como oficina. El impacto del turismo vacacional, disparado tras la pandemia, se percibe en todas las negociaciones. Quién nos iba a decir que algunas compañías aéreas responderían ante un “tengo un grupo de cien para un incentivo” con un “pues, menudo problema”, como me comparten tantos agentes...

El MICE siempre ha tenido que defender su hueco dentro del sector de la economía, del político... y ahora parece que tenga que hacerlo también en el turístico, mostrándose como un cliente cuanto menos igual de interesante que el que ha decidido invertir su vida y sus ahorros en viajar. Otro reto más para esta industria nuestra que ya ha demostrado con creces ser abanderada de la resiliencia.

Ante una oferta ajustada, la demanda está sabiendo adaptarse a la coyuntura actual de precios. Así nos lo confirman los proveedores que testimonian en La voz del sector de esta edición. Se espera un buen año para la industria. Retener a los buenos trabajadores se ha convertido en uno de los principales retos de las empresas y cualquier operación MICE es una valiosa herramienta en favor de este objetivo.

No obstante, me gustaría destacar que de nuevo son varias las voces que reclaman una subida de precios acorde a un aumento de la calidad en el servicio. Sigue faltando personal y se sigue recurriendo a la pandemia para justificar carencias. Si el COVID-19 ha quedado atrás, su impacto en forma de plantillas reducidas y trabajadores poco o mal formados también debería formar parte del pasado.



Eva López Álvarez





# CÓRDOBA

· CIUDAD DE CONGRESOS ·

· REUNIONES LLENAS DE HISTORIA ·



www.turismodecordoba.org

D&B comunicaciones

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

**16 LA VOZ DEL SECTOR**  
**LA DEMANDA SE ADAPTA AL CONTINUADO INCREMENTO DE LOS PRECIOS**  
Proveedores de referencia confirman que las tarifas seguirán en aumento en este 2023

## DESTINO: MIAMI (EE. UU.)

22



El más latino de los destinos de Estados Unidos apuesta por la sostenibilidad y una riqueza cultural que se percibe en su oferta para grupos MICE

## SUMARIO

Nº 51

Edición febrero/marzo/abril 2023

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

## DESTINO: ASTURIAS (ESPAÑA)

40



El norte de España alberga secretos como Asturias, donde pequeños destinos urbanos ejercen de puerta de entrada hacia una naturaleza única

## PURO INCENTIVO: BARILOCHE (ARGENTINA)

52



La capital de la Patagonia argentina sigue haciendo soñar a muchos viajeros y cuenta con una oferta de primer orden para grupos en incentivo

## 32 ANÁLISIS



**EL VIAJE HACIA LA MOVILIDAD SOSTENIBLE**  
La inversión en SAF se suma a las nuevas líneas de tren de alta velocidad en España y las opciones de compartir vehículo



## 62 DÍA A DÍA

**LA NUEVA OFICINA**  
El modelo híbrido permite ofrecer más flexibilidad y hace del incentivo una herramienta estratégica

## 66 CHARLANDO CON

Una profesional de referencia en el sector nos comparte su experiencia 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 INTERNACIONAL

Próximos eventos del sector

## Este año habrá más eventos, pero con menos asistentes

El 61% de los meeting planners encuestados por Cvent y Northstar confirmó haber aumentado sus presupuestos por motivo de la inflación



Los meeting planners comenzaron el año con optimismo y el 67% espera organizar más eventos en 2023 en comparación con la actividad desarrollada en 2022, de acuerdo con los datos recogidos por Cvent y Northstar Meetings Group en la última edición de su estudio Pulse sobre el estado global del sector MICE.

El estudio, publicado el pasado mes de diciembre, confirmaba la creciente preocupación por la subida de los precios. El 61% de los encuestados afirmó haber incrementado su presupuesto para hacer frente a esta inflación. El 21% admitió estar eliminando eventos que no resultan lucrativos o son considerados como menos importantes para el desarrollo de su negocio. Por otro lado, el 41% de los organizadores cree que el nivel de asistentes presenciales a lo largo de este año será menor que el año pasado.

El problema de la falta de personal en los hoteles parece remitir, lo que se traduce en una mayor rapidez a la hora de atender las peticiones de los meeting planners. Como consecuencia, y según el estudio, se está registrando una mejora en un nivel de satisfacción que se estaba viendo afectado por los tiempos de respuesta.

## El engagement se ha de extender a antes y después del evento

Cvent destaca las nuevas tendencias que se pueden tener en cuenta para incrementar la interacción y mejorar la experiencia de los asistentes

La explosión de contenido de vídeo, la adopción generalizada de una buena conectividad y el uso de herramientas digitales del tipo de códigos QR para ofrecer información son tres tendencias pospandemia que se pueden tener en cuenta para ampliar el engagement con el público tanto antes como después de la celebración de los eventos. Según explicó Cvent en el marco de la última edición de la feria IBTM World, de esta forma se puede mejorar la experiencia del cliente y generar una mayor exposición de las marcas implicadas.

Según un estudio de Cisco, el 82% del tráfico en Internet en 2022 fue contenido de vídeo. El consumo de este formato se ha disparado en los últimos años con el éxito de plataformas como Instagram o Tik Tok y el aumento del teletrabajo, que permite al usuario acceder a este contenido cuando quiere desde su lugar de operaciones, sin temor a ser mal visto por sus directivos o compañeros de oficina. Se puede recurrir a vídeos cortos se pueden utilizar para crear mayores expectativas e interés ante un evento, y posteriormente para ofrecer contenido adicional on demand.

### Nuevas formas de comunicar

La pandemia también forzó al público en general a adoptar nuevas formas de comunicación en el entorno digital, tanto para sus reuniones de trabajo como para las relaciones con familiares o amigos. Las videollamadas se han convertido en algo cotidiano, y eso se puede aprovechar también para crear plataformas de networking entre delegados con intereses comunes que puedan compartir antes de la celebración del evento, o para mantener el espíritu de comunidad tras su finalización.

Finalmente, Cvent destacó el aumento del uso de códigos QR para ofrecer contenido adicional tanto antes como después de cualquier operación MICE, y completar así la experiencia del asistente. También se pueden utilizar para ampliar el alcance de la acción con la inclusión a posteriori de más profesionales.



## porque en tu evento, cada detalle cuenta

El CCIB, con una ubicación privilegiada frente al mar, en pleno distrito tecnológico y de negocios de Barcelona, es la sede ideal para que tus eventos sean memorables en unos espacios modernos, versátiles y funcionales.

Edificios conectados	2	Sala de exposición (m <sup>2</sup> )	11.340
Capacidad máxima (nº pax)	10.000	Auditori Forum (nº pax)	3.084
Salas de reunión	37	Banquet Hall (nº pax)	1.180

## Meliá estima en un 30% el crecimiento del MICE en 2023

*La apertura del renovado hotel Juan Carlos I en Barcelona, con palacio de congresos, es una de las grandes novedades del grupo para el segmento*

Gabriel Escarrer, vicepresidente y consejero delegado de Meliá Hotels, confirmó en el Salón Internacional de Turismo (FITUR) en Madrid que las previsiones en cuanto a celebración de operaciones MICE en sus hoteles invitan a un «prudente optimismo». Para los primeros meses de este año se está registrando un incremento de la actividad del 30% en comparación con los datos que arrojaban los primeros meses de 2019, antes de la pandemia. Y esto teniendo en cuenta que la tarifa media de las habitaciones en lo que va de año ya se sitúa un 7% por encima de la de 2022, y es un 30% superior al precio medio a principios de 2019.

En cuanto a mercados emisores desde el punto de vista de la actividad MICE, el norteamericano se está mostrando especialmente activo, según Escarrer, y se decanta principalmente por México y República Dominicana en Latinoamérica. Dentro de España, Madrid, Barcelona, Sevilla y Málaga están acaparando el interés de los organizadores.

Entre las grandes novedades de la marca para el sector figura el nuevo palacio de congresos que será inaugurado en el nuevo Gran Meliá Miranda de Pedralbes en Barcelona (España). Estará operativo a más tardar en el mes de junio. La actividad del hotel en cuanto a alojamiento llegará después. El establecimiento es fruto de la renovación del icónico hotel Rey Juan Carlos de Barcelona, que está siendo transformado en un *resort* urbano.

A lo largo de 2022, Meliá inauguró 32 hoteles, con foco prioritario en el sudeste asiático, área del mar Mediterráneo y el Caribe. Para 2023 ya están confirmadas 25 aperturas en 14 países, incluyendo proyectos emblemáticos como el Palazzo Cordusio Gran Meliá, ocupando un palacio renacentista en el corazón de Milán, o el primer ME by Meliá en Malta. La marca ME by Meliá también debutará en Guadalajara (México). En Albania, uno de los destinos emergentes de Europa, se estrenarán dos establecimientos, mientras que en España se abrirá un nuevo INNSiDE by Meliá en Tenerife. En Asia Pacífico, proseguirá la apertura de hoteles en Vietnam, Tailandia y Malasia. Por último, la compañía ha anunciado nuevas aperturas en Tanzania, Cabo Verde, Cuba, México, Brasil, Irán, Catar y Arabia Saudí.

## Los gobiernos entienden el interés de fomentar el MICE

*El 95% de los responsables de promoción considera importante el legado que dejan las distintas operaciones en los destinos*

Los gobiernos se toman el sector MICE cada vez más en serio y aprecian sobre todo el legado que los eventos pueden dejar en los destinos, según el informe *The Business of Events: Global Destination Report*, elaborado por las agencias Davies Tanner y SFA Connect. El estudio analiza cómo ha cambiado la percepción de la industria y la inversión pública en eventos desde 2019.

Recoge las opiniones de más de 1.000 representantes de convention bureaux, DMOs (organización de gestión de destinos, por sus siglas en inglés) y otros profesionales encargados de la promoción y captación de eventos en todo el mundo, principalmente en Europa (75% de los encuestados). Más de la mitad (55%) afirma que reciben más apoyo de su gobierno local, regional o nacional, y solo el 7% cree que el departamento de eventos tiene menos consideración que en 2019.

No obstante, la mayor importancia que se le da al segmento no se refleja en un aumento de la inversión en eventos por parte de los gobiernos. Solo el 15% de los encuestados afirma que esta inversión es ahora mayor, mientras que en el 42% de los casos ha disminuido. Hay un claro descenso en el número de eventos internacionales patrocinados debido a la disrupción en la programación de congresos de asociaciones causada por la pandemia, que por ahora se ve compensado con un incremento de los eventos locales y nacionales.

El 95% de los encuestados considera el legado de los eventos importante (34%) o muy importante (61%) para los destinos, y más gobiernos empiezan a apoyar congresos alineados con sus políticas nacionales como una herramienta para mejorar tanto la sociedad como la economía. Principalmente invierten en acciones en los campos de la salud, la ciencia, las energías verdes y la tecnología.



## La industria MICE quiere ser referente de sostenibilidad

*En el salón IBTM World 2022 se defendió su potencial para liderar y educar a otros sectores a través de la aplicación de acciones concretas destinadas a reducir la huella de carbono de los eventos*

La industria MICE aspira a liderar con el ejemplo la lucha contra el cambio climático, en lugar de ser percibida como parte del problema, y tiene un gran potencial para influir y educar a empresas de diferentes sectores. Así lo expresaron diferentes ponentes en el marco de la feria IBTM World, celebrada en Barcelona a finales de 2022, añadiendo recomendaciones para reducir la huella de carbono de los eventos.

El panel dirigido por UFI (The Global Association of the Exhibition Industry) presentó la iniciativa Net Zero Carbon Events, que cuenta ya con 480 empresas del sector en más de 50 países de todo el mundo que han confirmado su compromiso para reducir a “cero neto” sus emisiones de carbono de aquí a 2050. Su objetivo es involucrar a actores de todo el ecosistema de los eventos, y conseguir que las estrategias de sostenibilidad se lleven a la práctica con acciones concretas.

En relación al transporte, principal contribuyente a las emisiones de carbono derivadas de los eventos, los participantes en el debate admitieron que la única solución a largo plazo para ser un sector 100% sostenible será el uso generalizado de combustibles ecológicos. Entre tanto, no se trata necesariamente de limitar los viajes, sino de planificarlos de forma más inteligente, seleccionando mejor las rutas o eligiendo aerolíneas que operen aviones nuevos, ya que los últimos modelos pueden reducir las emisiones en hasta un 30%. La celebración contigua de eventos complementarios que atraigan al mismo público es otra forma de limitar los desplazamientos.

La consultora en sostenibilidad Selina Donald defendió que los “megaeventos”, como pueden ser unos Juegos Olímpicos, pese a ser problemáticos por la elevada inversión y número de vuelos que requieren, ofrecen una plataforma ideal para comunicar mensajes relacionados con la sostenibilidad y mostrar buenas prácticas a un público global. También pueden dejar un legado positivo en los destinos, en cuanto a nuevas infraestructuras o iniciativas que contribuyan a la transformación social.



**ENCUENTRATE**  
CON LO QUE TE GUSTA

- Gastronomía
- Tecnología
- Experiencias
- Equipo Humano

(+506) 2106-1600



[www.costaricacc.com](http://www.costaricacc.com)

[ventas@costaricacc.com](mailto:ventas@costaricacc.com)

## El sector ferial español confirma la recuperación

Según las previsiones de AFE, el país acogerá 105 salones internacionales en 2023. Un informe de la UIA reconoce sin embargo que se siguen sintiendo los efectos de la pandemia

España acogerá 105 salones internacionales en 2023, dos eventos más que los llevados a cabo en 2022, continuando así la recuperación del sector ferial en el país. Son las previsiones de la Asociación de Ferias Españolas (AFE), cuyos miembros organizarán el 92,4% de los encuentros programados.

Las principales ferias comerciales de carácter internacional previstas para este año en España se celebrarán en Barcelona, Bilbao, Elche, Madrid, Málaga, Silleda, Valencia, Valladolid y Zaragoza. El sector ferial español aporta 6.500 millones de euros al PIB del país, y genera 123.000 empleos directos e indirectos. España es uno de las principales sedes de ferias en Europa, junto con Alemania, Italia, Francia y Reino Unido.

### Mediciones de las asociaciones

La Unión de Asociaciones Internacionales (UIA, por sus siglas en inglés) publicó un informe sobre el impacto del COVID-19 en los congresos internacionales en 2022. Muestra una progresiva y sostenida recuperación del sector, de hecho el 74% de las asociaciones encuestadas ha recuperado ya los eventos presenciales o lo hará este año. El 42% afirma que no tuvo que cancelar ningún encuentro en 2022, comparado con el 27% en 2021.



Según la encuesta, el año pasado se redujo ligeramente el número de congresos cuyo formato cambió de presencial a virtual, y aumentaron los eventos híbridos (el 18% del total, comparado con el 8% en 2021). Por otro lado, el porcentaje de asociaciones que espera mantener este formato de cara al futuro bajó del 73% al 66% en el último año. Esto puede ser debido a los desafíos tecnológicos, ya que el 23% de los encuestados afirma que tuvo dificultades para encontrar la plataforma o servicio adecuados.

La pandemia siguió teniendo un impacto negativo en los ingresos de las asociaciones, que descendieron nuevamente en 2022 aunque en menor medida que en 2021. El 5% de los encuestados reportó un aumento. El número de miembros también descendió en el 23% de los casos. Por otro lado, los encuestados citaron efectos positivos como el aumento de la participación *online* (sobre todo internacional), la mayor frecuencia de las reuniones y comunicación con los miembros, el ahorro de costes y la reducción de la huella de carbono.

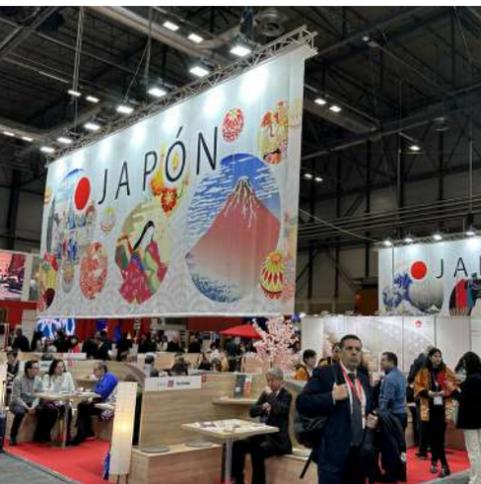
En cuanto a tendencias, entre los factores clave que buscan los planificadores de eventos se cita la disponibilidad de contenido digital a la carta, la conectividad y facilidad de acceso y las garantías de a salud y seguridad para los asistentes. A la hora de considerar viajes internacionales para asistir a un encuentro, más encuestados muestran su preocupación por el medioambiente y se cuestionan si verdaderamente el evento es necesario y merece la pena, si se puede hacer virtualmente o combinarlo con otra reunión.

### La visión de las sedes

Una tercera parte de las sedes de eventos afirma haber recuperado ya el 80% del nivel de actividad prepandemia. El 70% tiene previsto invertir en la mejora o expansión de sus espacios. Son datos del barómetro Meeting Room of the Future de IACC (Asociación Internacional de Centros de Convenciones, por sus siglas en inglés) que demuestran que el sector MICE continúa recuperándose pese a los nuevos retos económicos y geopolíticos.

El informe muestra que la recuperación es mayor en *venues* con alojamiento, sobre todo en Europa, donde cerca del 25% de los hoteles encuestados ha superado ya el volumen de eventos prepandemia. Destaca también la tendencia a incorporar elementos híbridos en las acciones presenciales a última hora, principalmente para conectar con ponentes de forma remota, o por problemas de desplazamiento de los asistentes, sobre todo en el continente americano.

La importancia dada a la sostenibilidad sigue creciendo, aunque más en Europa que en las Américas. Los *meeting planners* europeos son tres veces más propensos a elegir sedes por sus credenciales de responsabilidad social o políticas medioambientales. Asimismo, el 21% de los *venues* en este continente ha recibido ya peticiones de clientes que exigen medir la huella de carbono de sus eventos, comparado con solo el 6% en América.



# Avilés

## Organizada para ti

### atrayente



### cercana



### gastronómica



### cultural



Oficina de  
Congresos de Avilés  
[www.avilescongresos.es](http://www.avilescongresos.es)

Una ciudad  
en Asturias, España  
pensada para tu evento

## La tecnología se abre paso en el mundo MICE

**Emirates estrena este año el control de identidad mediante biometría mientras Vueling aceptará el pago de billetes con criptomonedas**

Emirates anunció un acuerdo con las autoridades de Dubái para introducir tecnología biométrica en la terminal 3 del aeropuerto emiratí con el fin de acelerar los procesos y mejorar la experiencia de los viajeros internacionales que lleguen o hagan tránsito allí.

Gracias a la tecnología de reconocimiento facial, quienes registren previamente sus datos biométricos con la aerolínea podrán verificar su identidad de forma instantánea en los mostradores de facturación, *lounges*, puntos de control de inmigración o puertas de embarque. El servicio, ya disponible para ciudadanos de Emiratos Árabes Unidos y de otros países del Consejo de Cooperación del Golfo, se ampliará este año a los viajeros internacionales.

### Problemas de seguridad

Con motivo del encuentro anual de la Mexico Business Travel Association (MBTA) que tuvo lugar en el hotel JW Marriott Santa Fe de Ciudad de México el año pasado, se analizó al "Nuevo viajero en la *matrix* del servicio y la tecnología", abordando la cuestión desde un punto de vista humano y tecnológico.

En el caso de la biometría, es sin duda una de las innovaciones que puede facilitar múltiples procesos y generar ahorros considerables de tiempo. Sin embargo, su desarrollo depende de datos muy sensibles y la legislación hoy en día no los protege lo suficiente. El temor a fugas de información y, por tanto, la seguridad en su uso, está condicionando su expansión. No obstante, se espera que haya mejoras a través de convenios para compartir bases de datos entre países y aeropuertos, incluso entre proveedores.

Otro concepto de relevancia que se mencionó en el panel educativo dirigido por Alex García y Pablo Alonso de CTS, fue el de Tech Savvy. Aborda la importancia que ahora tiene la tecnología para la generación Z (*centennials*), que ya no la ve como una herramienta, sino como parte de ellos mismos. Mientras otras generaciones hablan del reto de adoptar ciertos procesos, para los *centennials* esto ya no es un desafío, sino parte de sus vidas. Se debe tener en cuenta que esta generación ya representa un porcentaje importante en las plantillas de las empresas.

Igualmente se concluyó que todavía se necesita mucho desarrollo para que los *chatbots* sean realmente eficaces e inteligentes. No se deben confundir los *chatbots* con la inteligencia artificial. Se enfatizó sobre que el hecho de implementar tecnología no debe tener como único objetivo la modernización, sino que debe responder a una estrategia que potencie la sinergia entre el factor humano y las máquinas en los distintos procesos de la industria de los viajes y eventos.



Madrid está de moda... La ciudad más abierta del mundo, la ciudad que permite disfrutar de cada momento con intensidad, se ha convertido en un destino para eventos absolutamente líder. La increíble riqueza cultural creada a lo largo de siglos de historia en España se ve reflejada en una oferta museística de primer nivel, empezando con (pero no limitada a) el famoso "triángulo de oro" del Paseo del Arte (museos del Prado, Reina Sofía, Thyssen-Bornemisza). Esta zona es ahora Patrimonio de la UNESCO.

Es posible adentrarse en el departamento de restauración del Thyssen, del Prado o de la Real Fábrica de Tapices. Sus expertos en restauración explican la alta tecnología que se emplea en este departamento del museo, así como los complejos procesos de conservación que experimentan algunas de las obras más célebres del mundo.

### Musicales y espectáculos en el "Broadway latino"

La ciudad, y especialmente su famosa Gran Vía, se ha convertido en una capital de musicales, con ¡nada menos que 44 en cartelera! Madrid es el destino con más musicales en castellano del mundo.

### El mejor flamenco ¡subiendo al escenario!

Las opciones son muchas, como el Museo Flamenco, Las Tablas o El Corral de la Morería: el único tablao flamenco con estrella Michelin del mundo, donde te encuentras un flamenco auténtico con un restaurante gastronómico, en el que el *chef* crea una propuesta gastronómica muy personal. También Flamenco de Leones, a un paso del Retiro.

### La mejor gastronomía

Se encuentra de todo en Madrid, empezando con 22 restaurantes con estrellas Michelin y ¡el mejor *chef* del mundo! -Dabiz Muñoz-. Esta gastronomía se puede disfrutar fusionada con deporte, compras, cultura, música y espectáculo, ya sea en un espectáculo de flamenco con gastronomía o durante un partido de tenis en el Madrid Open con una de las mejores cocinas del mundo.

**MADRID  
CONVENTION  
BUREAU**

Madrid, donde las reuniones cobran vida

La cultura gastronómica de Madrid no es nueva, de hecho, Casa Botín, fundada en 1725, es el restaurante más antiguo del mundo según el Libro Guinness de los Records y uno de los referentes de la cocina tradicional.

El Food Hall de Galería Canalejas ofrece un viaje culinario hacia la gastronomía española e internacional, convirtiéndose en un *hotspot* gastronómico. Más de 4.000 m<sup>2</sup> y 13 restaurantes entre los que destacan estrellas Michelin como Monchis de Julián Mármol.

### Artesanía y tradición

Es una de las tendencias más fuertes del momento en incentivos: vivir tradiciones locales, una aspiración lógica en un mundo hiper globalizado. Madrid es un destino perfecto por sus vibrantes tradiciones, su artesanía, sus tiendas de otra época... Pasar a la trastienda de un artesano tradicional y verle trabajar y explicar su arte se ha convertido en una experiencia memorable, una forma de vivir la esencia de la ciudad y de su historia.

Esto es solo una selección de una guía de incentivos que ha editado el Madrid Convention Bureau y que te incluye actividades y muchas ideas novedosas para cualquier evento.

[www.esmadrid.com/mcb](http://www.esmadrid.com/mcb) - [info.mcb@esmadrid.com](mailto:info.mcb@esmadrid.com)



### Pago con criptomonedas

Los clientes de Vueling podrán comprar sus billetes de avión usando criptomonedas a partir de la segunda mitad de este año, gracias al nuevo acuerdo firmado por la aerolínea con la plataforma española Criptan para explorar la aplicación de la tecnología *blockchain* en nuevas iniciativas. La filial del grupo IAG se convierte así en la primera aerolínea *low cost* de Europa en aceptar esta forma alternativa de pago.

Para garantizar el servicio, Vueling cuenta con la herramienta UATP (plan universal del transporte aéreo, por sus siglas en inglés), la plataforma de pago de viajes corporativos utilizada por agencias y empresas en todo el mundo. También ofrece a sus clientes la garantía de que Criptan es una empresa de compra y venta de criptomonedas certificada por el Banco de España.

Por el momento no se ha confirmado qué criptomonedas serán aceptadas.

# LA VENTANA DE LAS ASOCIACIONES



## Juan Martínez

**Presidente de MPI**  
 (Meeting Professionals International)  
**Capítulo Ibérico**

“Si alguien trabaja en MICE y no le gusta el cambio... ha de cambiar”

La crisis ligada al Covid reforzó, y de qué manera, el convencimiento que previamente tenía de que, como profesionales, pero también como personas, tenemos enormes limitaciones. La pandemia fue la máxima expresión de una situación que desborda a la persona, al profesional, o a ambas. Este tipo de situaciones, imprevistas en cuanto a su concreción, pero paradójicamente previstas en cuanto a que el cambio es siempre una constante, se pueden trabajar en los equipos. La actitud frente al cambio, la resiliencia y la positividad de las personas con las que te rodeas son la clave. Si algo he aprendido es que, si alguien trabaja en turismo MICE y no le gusta el cambio, ha de cambiar.

Desde MPI Iberian Chapter podemos ayudar a que nadie se quede atrás, a mantenerse actualizado en un sector en constante evolución, y en ocasiones en revolución. Somos la mayor asociación de profesionales de eventos del mundo, pero por encima de eso destacamos porque ser una asociación fresca, atrevida e innovadora. Así que tanto como asociado como seguidor, esperamos a los profesionales que aún no formen parte o sigan a MPI.

Este año se presenta tremendamente interesante para el asociado de MPI Iberian Chapter: grandes organizaciones y destinos han apostado por nosotros, en especial Valencia (España), ciudad que quiere devolver parte de la confianza que muchos profesionales depositan cada año en la ciudad. En el intenso calendario de eventos con gran componente formativo, al estilo desenfadado y directo de MPI, destacamos la celebración del Foro Hispano en Madrid, el Europe Connect en Valencia y el Global Meetings Industry Day el 30 de marzo. A ello se suman el lanzamiento de la plataforma de formación MICECampus; el primer estudio de mercado MPI Iberian Chapter o unos renovados MPI Awards.

Muchas gracias por leer hasta el final, esperamos poder encontrarnos con el sector en uno de los muchos eventos de MPI Iberian Chapter.



## Julio César Bojórquez

**Presidente de**  
**AMPROFEC** (Asociación  
 Mexicana de Profesionales en Ferias y  
 Congresos)

“¿Estamos matando el futuro de la industria?”

Los jóvenes estudiantes son muy apreciados por los organizadores de eventos comerciales, sobre todo los relacionados con el manga, anime o cómics. Por el contrario, parecen una plaga para la gran mayoría de los comités organizadores de eventos B2B. Esto se debe principalmente a la presión ejercida por parte de los expositores y patrocinadores para captar al perfil con mayores posibilidades de generar negocio a corto plazo. Por eso las compañías organizadoras crean filtros para evitar a los estudiantes. Primero, dejando fuera de la segmentación de las campañas de promoción a este nicho de futuros profesionales. En segundo lugar, limitando o bloqueando su acceso los días del evento.

En contraste, semana a semana escuchamos a colegas quejarse de lo difícil que es atraer a las nuevas generaciones y más aún, venderle un stand o un patrocinio a los ejecutivos *millennials* y *centennials*, sobre todo cuando se trata precisamente de eventos B2B. Estas generaciones pasan el día en sus móviles; pero cuando los dejan para asistir a un evento B2B... los echamos fuera. Entonces vuelven a sus pantallas, donde nadie los limita y donde crecen: la empatía se va hacia los medios digitales y el presupuesto también... ¿Estamos matando el futuro de la industria?

Debemos reflexionar sobre el resentimiento que estamos creando en los estudiantes con estas acciones, pues muy probablemente, ese chico/a molesto en la puerta de acceso, será quien negociará dentro de diez años. Debemos desarrollar acciones para concienciar a las marcas sobre la conveniencia de sembrar una cultura de exhibición en estos futuros tomadores de decisión. Si no lo hacemos, estos nuevos ejecutivos seguirán refugiándose detrás de sus pantallas.

Entonces se perderá el cara a cara a cambio del anonimato ajeno a vínculos de los formularios de contacto o los *leads* de WhatsApp que nunca se cierran. Aún estamos a tiempo: si hoy dejamos fuera a los estudiantes de nuestros eventos, ellos mañana nos dejarán fuera de sus presupuestos.

# BIENESTAR BUSINESS

UNA EXPERIENCIA ÚNICA DE BLEISURE



# LOS CLIENTES SE ADAPTAN A LA SUBIDA DE PRECIOS

Por **Eva López Alvarez**

Nadie cuestiona que los precios no han dejado de aumentar, especialmente desde el segundo semestre de 2022, y que lo seguirán haciendo a lo largo de 2023. Las previsiones apuntan a que los costes de cualquier producto o servicio seguirán viéndose afectados por la situación económica y geopolítica a nivel planetario. Sin embargo, la calidad del servicio no se ha visto incrementada en los mismos niveles de las tarifas, por lo que sigue siendo un reto conseguir que las empresas vean justificada una inversión que cada vez es más alta.

Aunque hay presupuestos que se han ajustado con respecto a 2019, la necesidad de retener talento hace que muchas compañías estén utilizando los eventos y viajes de incentivo como herramientas de fidelización. Cuando el servicio recibido corresponde a las expectativas creadas, los costes se asumen, si bien se estudian al detalle.

La falta de disponibilidad en algunos productos y servicios, en una coyuntura en la que han dejado de existir las tempo-

radas bajas debido al auge del turismo vacacional, es otro de los obstáculos que se están encontrando las agencias. Algunos destinos comienzan el año con el cartel de Completo en muchas semanas.

**La calidad del servicio no se ha visto incrementada en los mismos niveles que las tarifas**

**Destinos beneficiados**  
Mientras tanto, clásicos del incentivo como Estados Unidos se están viendo muy afectados por la cotización euro-dólar y muchas operaciones están siendo desviadas hacia otros destinos. Latinoamérica, algunas regiones de España y nuevos destinos europeos como Albania forman parte de los beneficiados. NO obstante, la situación de un mercado emisor tan importante como el británico también está generando impacto.

La falta de disponibilidad derivada de una oferta que aún no se ha recuperado en todas partes, así como la ocupación generada por el auge del turismo vacacional, provoca que tanto clientes como organizadores miren hacia destinos menos demandados por los turistas.

**BEATRIZ GUILLÉN** 

Directora de Ventas Globales de Iberia



**“Las empresas están demandando digitalización y experiencias diferenciadas, además de flexibilidad en cancelaciones y cambios”**

**¿Cuál es la previsión en cuanto a precios para 2023?**

No es un secreto que los costes se han incrementado por factores como la factura de combustible por la crisis energética, los mayores costes de nuestros proveedores por la inflación y, por supuesto, también por temas de personal, pues el año pasado acordamos diversas subidas salariales en nuestros convenios colectivos. No obstante, este es uno de los sectores empresariales que presentan un mayor nivel de competencia, a lo que me gustaría sumar que estamos siempre pendientes de todas estas tendencias para lograr que nuestros billetes sigan siendo competitivos.

**¿Qué destinos se están viendo más afectados por el incremento de tarifas y cuáles están surgiendo como buenas oportunidades?**

Madrid sigue siendo un destino muy demandado y que está tomando cada vez una mayor relevancia en el segmento MICE por su atractivo de negocios, cultural, gastronómico y de actividades de ocio nocturno. A la capital se suman otros como Barcelona y las islas Canarias, al tiempo que observamos una gran demanda hacia Miami y Nueva York, en Estados Unidos, y otros destinos como San José, París, Marrakech (Marruecos) o algunas ciudades en Italia.

**¿Qué tendencias percibe en cuanto a las negociaciones para grupos MICE?**

Pese a que el dinamismo del segmento MICE ha estado por debajo del buen comportamiento que hemos registrado en el *leisure*, la recuperación está siendo mejor de lo que se preveía anteriormente y, en la actualidad, en Iberia registramos una recuperación que está en torno al 80% del nivel que teníamos en el 2019. Observamos que cada vez es más importante para las empresas que sus viajes de incentivo generen experiencias diferenciadas. La digitalización está siendo claramente otra demanda fundamental. A esto se suma la personalización, la sostenibilidad, las alianzas y acciones colaborativas y, también, la flexibilidad de cancelaciones y cambios, sumado a la seguridad, un tema muy relacionado con la experiencia poscoronavirus.

**¿Cuál es la previsión en cuanto a precios para 2023?**

La tarifa promedio en 2022 aumentó un 20% con respecto a 2019 y por tres motivos: el incremento del coste de combustible como consecuencia de la guerra en Ucrania; la fuerte demanda, principalmente a partir de mayo, que conllevó un déficit de oferta; por último, el perfil del cliente, sobre todo en el segundo semestre, con el regreso del viajero corporativo y un mayor interés por las rutas de larga distancia y los asientos de la parte delantera del avión. Para este año es difícil hacer previsiones, pero tenemos la impresión de que los precios se están estabilizando. La euforia que siguió a la pandemia parece estancarse y el cliente vuelve a ver que con antelación se consiguen mejores precios. Contribuirá a esta estabilización el aumento de la oferta, que en nuestro caso será especialmente tangible en el segundo cuatrimestre del año.

**¿Qué destinos se están viendo más afectados por el incremento de tarifas y cuáles están surgiendo como buenas oportunidades?**

Dentro del mercado latinoamericano, Colombia y Brasil son los países que mejor están funcionando y de hecho las operaciones aumentaron por encima del 20% con respecto a 2019. En relación a nuestras operaciones en Europa, ampliaremos capacidad desde Barcelona y tenemos mucha confianza en Brasil, un destino con muchas posibilidades para incentivos. Perú estaba funcionando muy bien, estamos expectantes ante la situación que se está viviendo en el país.

**¿Qué tendencias percibe en cuanto a las negociaciones para grupos MICE?**

El mayor obstáculo hasta ahora ha sido encontrar sitio en los aviones debido a la alta demanda de viajes individuales. La ocupación de los vuelos ha condicionado el precio, pero no es algo que haya desmotivado a las empresas. Confiamos en que este será un buen año, sobre todo cuando podamos aumentar oferta por el impacto que tendrá en liberar presión sobre las tarifas.

 **THIBAUD MORAND**

Gerente general Europa de LATAM Airlines



**“La tarifa promedio en 2022 aumentó un 20% pero parece que este año los precios se están estabilizando”**



**JOSÉ MIGUEL MORENO**

Corporate & MICE Sales Strategy Director y Sales Partner para LATAM y USA de Meliá Hotels



“Este año esperamos mantener el índice de incremento de 2022, año en que subimos un 11%”

**¿Cuál es la previsión en cuanto a precios para 2023?**

Desde la máxima prudencia, y si no hay grandes cambios que puedan afectar a la demanda, creemos que los precios van a seguir al alza en unos niveles similares a lo ocurrido en 2022. En el segundo semestre tuvimos un crecimiento del 11% con relación al 2019 y confiamos en mantener un incremento similar en 2023. Hay que tener en cuenta que una parte del negocio MICE de 2022 se negoció y contrató en una época en la que las previsiones eran muy malas. Sin embargo, en todo lo contratado en la segunda mitad el año se aplicaron tarifas actualizadas. Los clientes entienden el impacto de la inflación en los precios.

**¿Qué destinos se están viendo más afectados por la inflación y cuáles están surgiendo como buenas oportunidades para viajes de incentivo?**

Lamentablemente nos encontramos bajo una situación inflacionista muy generalizada, esto hace que no haya una percepción clara de destinos con tarifas más competitivas. No obstante, sí hay zonas con tarifas más atractivas, pero es un hecho motivado por la situación económica del país o por un cambio de moneda favorable: la conversión dólar-euro favorece al emisor norteamericano, lo que se traduce en un aumento de la demanda desde ese país hacia destinos europeos en general. En contraposición nos encontramos con la caída de valor de la libra, que hace que el mercado británico tenga menor poder adquisitivo. En cualquier caso, estas oportunidades en muchos casos quedan diluidas por el alto coste del transporte para llegar al destino. Aún así, vemos oportunidades en nuevos lugares como Albania o Malta.

**¿Qué tendencias percibe en cuanto a las negociaciones para grupos MICE?**

Las condiciones de cancelación y la flexibilidad son sin duda protagonistas en la negociación, no solo en cuanto a definir claramente los motivos de cancelación por fuerza mayor, con un foco más detallado en lo que se considera que es epidemia o pandemia, también en los supuestos de reducción de participantes o las fechas límites establecidas para posponer sin cargo.



**MELLISSA PITT-CHALMERS**

Vicepresidenta Global de Ventas de Marriott International en EMEA



“En mercados como Londres, Madrid, París o Barcelona ya hay falta de disponibilidad”

**¿Cuál es la previsión en cuanto a precios para 2023?**

Varían en cada mercado ya que, en la actualidad, la inflación y las fluctuaciones monetarias están cambiando rápidamente en todos los países en los que operamos.

**¿Qué destinos se están viendo más afectados por la inflación y cuáles están surgiendo como buenas oportunidades para viajes de incentivo?**

En el Caribe y Latinoamérica los destinos que se presentan como buenas oportunidades para incentivos son Gran Caimán, sobre todo en demandas a corto plazo; Ciudad de México; Colombia, Argentina y Chile. También estamos observando un aumento en la demanda hacia Europa desde Norteamérica debido a la fortaleza del dólar. Otros destinos que siguen percibiéndose como más baratos son Portugal; algunas zonas de España e Italia, Malta y Croacia.

**¿Qué tendencias percibe en cuanto a las negociaciones para grupos MICE?**

Los clientes están dedicando más tiempo a elegir los destinos, teniendo en cuenta todos los factores, no sólo la ubicación del hotel y los precios, sino también las conexiones de transporte alrededor de la ciudad, las opciones para combinar trabajo y placer y el nivel de flexibilidad en las cancelaciones. En general, los presupuestos se han recortado con respecto a 2019 y los clientes están centrados en maximizar cada dólar/euro de gasto. Los patrones prepandémicos han vuelto, aunque algunos de nuestros clientes sigan viajando a nivel regional, en lugar de internacional. En mercados como Londres, Madrid, París o Barcelona ya percibimos falta de disponibilidad para este año. Por lo tanto, la planificación anticipada sigue siendo clave, no solo para ahorrar costes, sino también a efectos de disponibilidad. Junto a las reservas a corto plazo, sigue siendo un reto encontrar lugar para los eventos. El periodo de contratación es ahora más largo que las negociaciones iniciales de costes, y las condiciones legales son mucho más importantes para todos. Es comprensible que nuestros clientes sean ahora reacios al riesgo.



**JAVIER LONGARTE**

Managing Director, Corporate Mobility and M&EA Divisions en W2M (España)



“Aunque los costes aumentan, percibimos que si el cliente recibe lo que necesita, acepta asumir ese aumento”

**¿Cuál es la previsión en cuanto a precios para 2023?**

Este año ha arrancado de manera excepcional y se ha generado mucha expectativa que tiene que concretarse. Los proveedores han incrementado sus tarifas, pero somos muy críticos sobre la relación entre calidad y aumento de precio, ya que muchos están volviendo a la actividad pero con un nivel de servicio aún resentido por la pandemia. En cuanto a nuestros propios servicios, detectamos que hay un problema de costes, pero también es cierto que cuando las empresas reciben lo que necesitan, aceptan asumir el aumento de los mismos. Por eso, dentro de nuestra apuesta por la innovación continua, nuestro modelo de precios también es mucho más dinámico. En cuanto a nuestras posibilidades de negociación, mientras que el producto hotelero es más variado, en el transporte hay menos proveedores y faltan aviones, pero se abren posibilidades muy interesantes con las nuevas opciones de tren.

**¿Qué destinos se están viendo más afectados por el incremento de tarifas y cuáles están surgiendo como buenas oportunidades?**

Estados Unidos se ha visto claramente perjudicado ya que con el coste del dólar ha perdido su atractivo, y ya no solo por el incremento de costes en destino, sino que actividades de los programas como las vinculadas a las compras ya no resultan interesantes. En cambio, el interés por Vietnam, Nepal... nos demuestra que Asia vuelve a interesar. Nos está funcionando muy bien el destino Albania y de nuevo se ha abierto Egipto, aunque no todos los proveedores ofrecen el nivel de calidad que exigen los incentivos. Caribe y Costa Rica también generan mucho interés.

**¿Qué tendencias percibe en cuanto a las negociaciones para grupos MICE?**

Cuando hace tiempo los eventos e incentivos se preparaban con mucho tiempo, ahora es la inmediatez la que impera. La tendencia clara apunta a que, ante la necesidad de las empresas de retener talento, se está invirtiendo en equipo, ofreciendo experiencias diferentes y enriquecedoras para motivar a sus empleados, aunque sea con presupuestos más ajustados.



**CLAUDIO ANFUSO**

CEO de MET Group (Argentina)



“Los presupuestos de los clientes no aumentan al ritmo al que se están incrementando los precios”

**¿Cuál es la previsión en cuanto a precios para 2023?**

Ya en el 2022 fue claro el aumento de precios en todos los servicios, tanto en Argentina como en general en Latinoamérica, del orden del 15 al 20% de media. La tendencia no parece cambiar, los presupuestos que estamos manejando para este año y 2024 se mantienen estables o en un aumento que no llega a los niveles de 2022. El presupuesto de nuestros clientes no aumenta a este ritmo, por lo que restringen servicios contratados o cantidad de personas. Hasta el momento no hemos podido trasladar esta subida a nuestros propios honorarios, pero este año insistiremos en que es necesario.

**¿Qué destinos se están viendo más afectados por la inflación y cuáles están surgiendo como buenas oportunidades para viajes de incentivo?**

Algunos destinos cuentan con centros de convenciones estatales o semiprivados y pueden recibir apoyo público para mejorar los precios o bonificar algunos salones y servicios. En Argentina, trabajamos clásicos como Patagonia, Ushuaia o Calafate, pero también destinos nuevos como el Valle de Uco en Mendoza, con una oferta excelente para incentivos aunque dentro de un nicho muy exclusivo. A nivel latinoamericano, en algunos destinos se ha retenido más el incremento de precios, pero no cuentan con el atractivo de los más buscados. Las empresas no solo buscan el precio, exigen que el destino sea interesante, por eso se siguen buscando más o menos los mismos destinos. Siguen funcionando bien Caribe, Costa Rica, el nordeste brasileño o Cartagena de Indias (Colombia). Los precios para hacer operaciones en Europa están disparados porque no hemos recuperado la conectividad prepandemia y hay menos oferta aérea.

**¿Qué tendencias percibe en cuanto a las negociaciones para grupos MICE?**

Las grandes empresas no aumentan cada año su presupuesto de manera sustancial, por lo que, si los precios aumentan, el ajuste apunta hacia menos cantidad de acciones, o la misma cantidad pero con menos asistentes o menos servicios. En torno a esto giran las negociaciones.



## MAXIMILIANO CHACÓN

Gerente de Mercadotecnia y Ventas en Centro de Convenciones de Costa Rica



**“Debemos mitigar la tendencia a cancelar en el último momento sin razones muy claras”**

### ¿Cuál es la previsión en cuanto a precios para 2023?

En 2022 empezamos un proceso de reposicionamiento de precios, tratando de buscar un balance entre nuestras necesidades y las de los clientes, y para este 2023 consideramos que debemos seguir en la misma línea de recuperación de las tarifas prepandemia, amparadas en una propuesta de valor adecuada a las expectativas y generando muy buena relación coste-beneficio. Estimamos que los precios pueden aumentar entre un 10% y un 15%.

### ¿Se está viendo la demanda afectada por estos aumentos?

El año anterior fue todo un reto en términos de ajustes logísticos de muchos proveedores, sobre todo por el comportamiento de los productores a nivel internacional. La guerra en Ucrania ha sido sin duda un elemento distorsionador que generó muchas más ondas de impacto de las esperadas. Sin embargo, en general el negocio no ha sufrido un impacto tan grave. Hemos intentado que por parte de nuestra oferta no se viesan afectados los niveles de servicio, aunque esto ha requerido dosis extra de creatividad para reaccionar ante algunos requerimientos y ofrecer opciones que no desmejoren el servicio final. No hay que olvidar que los presupuestos de las organizaciones y empresas están teniendo en estos momentos menor rendimiento que en años anteriores.

### ¿Qué tendencias percibe en cuanto a las negociaciones?

A finales de 2022 empezamos a detectar una inclinación de las empresas por realizar cancelaciones de último momento sin razones muy claras, lo que nos hace suponer que los presupuestos asignados a la reunión de personas han sido disminuidos o redirigidos hacia otras acciones para cumplir con otros objetivos. Lograr disminuir el índice de cancelaciones de último momento será una de las tareas que regirán nuestra actividad este año. Aunque parezca un aspecto fuera del control de los recintos, es responsabilidad nuestra diseñar los planes de acción que permitan al menos mitigar este fenómeno.

### ¿Cuál es la previsión en cuanto a precios para 2023?

Nuestro sector no escapa a la escalada de precios a nivel global, por lo que hemos tenido que actualizar algunas de nuestras tarifas, especialmente las relacionadas con servicios, productos de restauración debido al precio de los alimentos y contratación de personal, todas las áreas más afectadas por el aumento generalizado de precios.

### ¿Se está viendo la demanda afectada por estos aumentos?

Es inevitable que el aumento de precios provoque que algunos clientes se planteen ciertos aspectos de su evento. En el caso de operaciones de carácter internacional o europeo hemos detectado que algunas empresas cambian el formato orientándolo a una duración menor, con menos asistencia o dividen por nacionalidades en eventos más pequeños. También la sostenibilidad tiene ahora un peso importante, junto con el ahorro de costes, en la toma de decisiones. Sin embargo, a pesar del aumento generalizado de tarifas, nuestra previsión para 2023 y a futuro sigue siendo muy buena.

### ¿Qué tendencias percibe en cuanto a las negociaciones?

Después del periodo de pandemia, la situación actual es mucho más fluida. Las negociaciones con clientes, basadas en la confianza y la buena relación que mantenemos con ellos, están centradas básicamente en los costes que deberán asumir por la totalidad del evento, dejando atrás la dura negociación que se focalizaba en las cláusulas de cancelación por fuerza mayor. Actualmente ya no suponen un imperativo en los acuerdos que concluimos. Hemos extraído una conclusión de la pandemia: nos ha demostrado que la confianza es primordial para los negocios y, al final, toda negociación persigue un objetivo compartido, y este no es otro que cada evento sea un éxito.

## SOFÍA CASALS



Responsable de Ventas en Centro de Convenciones Internacionales de Barcelona - CCIB (España)



**“Algunas empresas cambian el formato orientándolo hacia una duración menor o con menos asistencia”**



# 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](mailto:events.madrid@riu.com) o llame al teléfono +34 91 388 79 59 o visite nuestra web [riu.com](http://riu.com)

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

As you like it

# RIU PLAZA

# MIAAMI



MIAMI



## SOL Y MICE

La ciudad menos anglosajona de Estados Unidos invita a disfrutar de la vida bajo sus cielos azules, sobre las playas de fina arena y en los animados bares de ambiente latino. Lejos de ser el destino homenaje a lo superficial que muchos conocen por las series de televisión, Miami cuenta con una oferta muy seria, así como un abanico cada vez más amplio de oportunidades para eventos, convenciones e incentivos.

Por **Cristina Cunchillos**

Miami (Estados Unidos) tiene cuerpo norteamericano y alma latina. A primera vista, sus modernos rascacielos y coqueta arquitectura, los cuerpos bronceados que practican deporte en sus playas o se pasean en vehículos descapotables, y sus abundantes *boutiques* y hoteles de lujo recuerdan a otras ciudades estadounidenses. Sin embargo, pronto resulta evidente que, si bien se trata de un destino americano, es muy marcada su personalidad latina: una animada conversación en español, los sones latinos que emanan de algún bar cercano... son ingredientes de una atmósfera propia y única.

Estilo, color y ritmo se combinan en este auténtico crisol de culturas que ofrece un clima tropical y sensación de ambiente relajado. Si a esto se le suma una extensa y moderna oferta de espacios para eventos, así como un abanico cada vez más amplio de hoteles e innovadoras atracciones, es fácil entender la popularidad que ha adquirido Miami como destino para grupos MICE.

Otro de sus grandes atractivos es la conectividad, con vuelos directos desde 150 ciudades en todo el mundo, incluyendo varios destinos latinoamericanos así como conexiones desde Madrid con Air Europa e Iberia. Es una conectividad que sigue creciendo: a finales de 2022, Avianca y Gol Airlines añadieron nuevas rutas desde más destinos de Colombia y Brasil.

### Miami Beach

Para apreciar el carácter tan ecléctico de Miami hay que explorar sus vecindarios, y no puede faltar entre ellos Miami Beach. Se trata, en realidad, de dos municipalidades distintas que se complementan a la perfección: el culto al hedonismo de Miami Beach frente al trajín de Downtown Miami.

Miami Beach es una alargada isla conectada al centro de la ciudad por varios puentes. Se creó artificialmente a partir de un simple banco de arena hace apenas cien años, cuando se excavaron las marismas para permitir la entrada de grandes

cruceros en la bahía Biscayne. Con la construcción de los primeros hoteles, pronto se convirtió en el destino vacacional favorito de ricos y famosos, atrayendo a las grandes estrellas del momento, como Elvis Presley o Frank Sinatra.

Las mansiones de la conocida como Millionaire's Row y la gran cantidad de vehículos de lujo que circulan por sus avenidas demuestran que aquí siguen teniendo residencia muchos adinerados. Pero atrae también a millones de turistas gracias a los kilómetros de playa de fina arena donde organizar actividades de *teambuilding*, desde *gymkhanas* a carreras en moto acuática, mientras que en las tranquilas aguas de los canales internos se practica kayak o SUP (*stand up paddle*).

de 621 espaciosa habitaciones y *suites*. El Spa Garden entre ambos hoteles se utiliza para clases de yoga o banquetes al aire libre con 200 invitados. En torno a las piscinas se pueden celebrar cócteles con hasta 1 000 asistentes.

La oferta del Eden Roc Miami para eventos incluye el clásico *ballroom* Mona Lisa, donde Nat King Cole estrenó uno de sus grandes éxitos. Tiene capacidad para 364 personas en teatro. En total, el hotel cuenta con más de 30 salas que pueden acoger desde pequeñas reuniones hasta una convención con 1 000 delegados. Se ofrecen bicicletas en alquiler para recorrer la isla en grupo y los domingos se organizan carreras por el paseo marítimo. En la terraza del Ocean Social Club



El paseo marítimo que se extiende a lo largo del litoral es un constante trasiego de lugareños luciendo sus cuerpos bronceados mientras pasean a su perro o hacen deporte entre mezclados con los turistas.

En Collins Avenue, paralela a la playa, se suceden los grandes hoteles y *resorts* de lujo como el icónico **Fontainebleau Miami Beach**, que contará con un nuevo centro para eventos a partir de 2025. A su lado está otro de los clásicos: el complejo que alberga los hoteles de cinco estrellas **Eden Roc Miami Beach** (abierto en los años 50 del siglo pasado) y **Nobu Miami Beach** (en 2016). Sus dos torres cuentan con un total

se puede disfrutar de un saludable desayuno o un cóctel al atardecer con vistas al mar.

Nobu Miami, por su parte, cuenta con el mayor restaurante y bar de la reconocida marca de cocina japonesa en el mundo. La planta superior del hotel alberga tres salas para eventos con hasta 140 personas en teatro, y en su terraza con vistas al mar se puede hacer un cóctel con cien invitados.

El hotel organiza noches de observación de estrellas y charlas de científicos sobre la fauna marina. También se ofrecen actividades personalizadas para grupos, desde talleres de

caligrafía japonesa y origami a una clásica ceremonia del té o cata de gúsquis japoneses.

El **1 Hotel South Beach** pretende destacarse por su apuesta por la sostenibilidad y la primera prueba es la fachada cubierta por un jardín vertical con 12.000 plantas. La naturaleza es omnipresente en este establecimiento de 425 habitaciones. El mural *Daylife swimmer* representa una gigantesca figura humana hecha de musgo y da la bienvenida a un amplio vestíbulo en el que abundan las jardineras y los muebles de materiales naturales y madera reciclada.

La piel de las mazorcas de maíz se utiliza como sustituto del plástico y viejos televisores albergan curiosos terrarios. La máxima de las "tres erres" – reducir, reusar, reciclar – parece aplicarse hasta en los más mínimos detalles, desde la decoración a los artículos de aseo.

También los espacios para MICE son sostenibles. Un jardín vertical filtra el aire del *ballroom* principal, una sala divisible en tres con capacidad para 500 personas en teatro. El atrio, utilizado para el registro de los delegados, recibe abundante luz natural a través de un techo especial que captura y desvía el aire caliente.

## En el 1 Hotel South Beach, la piel de las mazorcas de maíz reemplaza al plástico y una figura de musgo recibe al visitante

El hotel cuenta también con una máquina que convierte los desechos alimentarios en comida para peces. Para eventos al aire libre se utilizan la azotea, los jardines de la piscina y la playa privada, que puede acoger cócteles de hasta 600 invitados.

Se ofrece un programa de bienestar para grupos corporativos llamado Anatomy, que incluye desde clases de yoga, pilates o boxeo a "reuniones zen" con meditación y ejercicios de estiramiento. También se programan actividades de *teambuilding* en la playa, desde olimpiadas y concursos de castillos de arena, a la participación en la recogida de basura.

### Miami MICE

El atractivo de Miami como destino MICE se consolidó en 2018 con la reapertura del **Centro de Convenciones de Miami (MBCC)** en Miami Beach, tras una renovación total y con la ampliación del edificio *art déco* original de 1958.

Su nuevo diseño, moderno y sostenible, se inspira en el océano: una gigante estructura de cristal refleja el azul del cielo e inunda de luz natural el interior, coronada por innumerables "aletas" de acero blanco que recuerdan la cresta de las olas. El tejado sirve de aparcamiento y la comida que sobra de los

## Teambuilding en Miami



### Pura adrenalina

Las lanchas motoras de **Thriller Miami Speedboat** transportan a los grupos a más de 60 kilómetros por hora por las aguas de la bahía de Biscayne, al más puro estilo Miami Vice con el *skyline* de la ciudad de fondo.

### Sabores de Miami

**Savor our City**, en colaboración con V&E, ofrece un *tour* gastronómico por Miami Beach que combina experiencias, como un taller de mojitos y catas de platos típicos, y explicaciones sobre el *art déco* local.



### Cuidando tiburones

**CSI Florida** ofrece ayudar a los científicos de la Universidad de Miami en sus proyectos de conservación de los ecosistemas marinos, participando en la captura y etiquetado de tiburones en las aguas del Atlántico.

### Superando retos

**Deering Estate** propone el reto de escapar de una isla ficticia caminando por tabloncillos sin caer al "agua" (en realidad un campo que atravesar) incluyendo otras actividades como búsquedas de tesoro y paseos en kayak.



eventos (menús basados en productos de proximidad), se dona a centros locales. Recientemente recibió el certificado LEED Silver por sus iniciativas en favor de la sostenibilidad.

Además de cuatro amplios pabellones que ofrecen más de 45.600 m<sup>2</sup> de espacio para ferias y exposiciones, cuenta con cuatro salones para cenas de gala que completan el gran *ballroom* capaz de acoger banquetes con más de 4.000 comensales. También dispone de otras 84 salas reuniones de diferentes tamaños y configuraciones.

Casi diez hectáreas de zonas verdes rodean el centro y se utilizan como espacio adicional para la celebración de even-

El nuevo hotel **Grand Hyatt Miami Beach Convention Center**, con 800 habitaciones y 9.000 m<sup>2</sup> de espacio para eventos, estará directamente conectado con el centro de convenciones a través de un puente elevado. Su apertura está prevista para 2025 y ampliará la oferta de alojamiento ya existente en las proximidades.

#### Distrito Art Decó

A escasos metros del MBCC se encuentra el hotel **Loews Miami Beach**, de 790 habitaciones. Su torre St. Moritz data de 1933 y es uno de los edificios icónicos del llamado Distrito Art Déco que se extiende por tres calles paralelas: Collins, Washington y Ocean Drive, en el sur de Miami Beach.



Miami Convention Center

tos. Además de tomarse un respiro durante las sesiones, en Collins Canal Park y Pride Park los delegados pueden admirar singulares obras de arte como la curiosa piscina doblada que se levanta sobre el césped, o esculturas interactivas escondidas entre los árboles.

Dentro del MBCC Campus, **Carl Fischer Clubhouse** es un clásico edificio de 1916 que ha sido transformado en restaurante, coctelería y espacio para eventos: The Venu tiene capacidad para 70 personas en cóctel y su inauguración es inminente.

El hotel se renovó en 2017 añadiendo un espacioso lobby y el nuevo bar **Azúcar Ice Cream** donde probar sabores locales o helados de inspiración cubana. Ofrece más de 6.000 m<sup>2</sup> de espacio para eventos incluyendo el elegante **Americana Ballroom**, con capacidad para 2.500 personas en teatro y grandes ventanales con vistas a la playa.

En torno a las piscinas se extienden zonas de césped para cócteles de hasta 600 invitados, así como cabañas privadas que se utilizan para *break outs*. Los grupos pueden participar en clases de yoga y juegos en la playa.



Miami no sería como es sin la influencia de los miles de cubanos que se han establecido aquí desde los años 40 del siglo pasado. La proximidad de Cuba (se encuentra a menos de 400 kilómetros) y las políticas del gobierno estadounidense hicieron que muchos exiliados del régimen político cubano se afincaran en la zona conocida hoy como Little Havana. Aunque otras comunidades latinas han crecido también en el condado de Miami-Dade, la población cubana sigue siendo la más numerosa.

A la vez que adoptaron el modo de vivir norteamericano, los exiliados cubanos aportaron sus tradiciones y cultura, contribuyendo a crear ese ambiente tan latino que hoy distingue a Miami de otras ciudades de Estados Unidos. La salsa se escucha por toda la ciudad, entre los restaurantes más populares se encuentran varios de cocina cubana y los establecimientos en zonas de ocio como Ocean Drive compiten por ofrecer el mejor mojito.

Aunque su presencia no se limita a Little Havana, es aquí donde los grupos se pueden adentrar en su cultura y gastronomía. Es lo que ofrece **Miami Culinary Tours** a través de sus recorridos a pie por el barrio, que incluyen visitas a establecimientos emblemáticos como el mercado de frutas de Doña Guillermina, la tienda de guayaberas de Big Papa o un taller de puros habanos. Se combinan con paradas en bares y restaurantes para probar platos típicos como las empanadas o el sándwich cubano, degustar un "cafécito" o disfrutar de un mojito.

En los programas no puede faltar un paseo por este emblemático distrito para admirar sus maravillosos ejemplos de arquitectura *art déco*, legado tangible de la época dorada de Miami Beach, hacer compras en Collins Avenue o disfrutar de unas copas en Ocean Drive, centro del ocio tanto diurno como nocturno.

El **Grupo V&E** gestiona varios restaurantes que ofrecen espacios para eventos privados, como el **Café Americano** en el hotel Víctor, uno de los icónicos edificios *art déco* de Ocean Drive. En su azotea se puede organizar un cóctel para 200 invitados y el restaurante se reserva en su totalidad para

Versace, a pocos metros de su mansión –Casa Casuarina–, en cuyo portal fue asesinado. Objeto de fotos para los curiosos, ha sido transformada en un hotel *boutique* llamado **The Villa Casa Casuarina**, con diez lujosas *suites* y el restaurante Gianni's de alta cocina.

### Downtown Miami

Al otro lado de la bahía Biscayne se levantan los rascacielos de Downtown Miami, el centro financiero de la ciudad y también *hub* de cultura y ocio. La mejor vista del *skyline* se percibe desde el agua, ya sea durante un tranquilo paseo en yate o a toda velocidad en una lancha motora recordando



Arquitectura *art déco*

grupos de hasta 80 comensales, amenizando la velada con música en vivo.

Otra de sus opciones es **Havana 1957**, donde disfrutar de espectáculos de salsa cubana mientras se saborea un buen mojito. La mayor de las dos sucursales de este restaurante en Ocean Drive, a los pies del clásico hotel Breakwater, tiene capacidad para cien personas y en su terraza exterior se hacen banquetes con 80 comensales.

Este año se sumará a la cartera el **News Café**, establecimiento frecuentado por el famoso diseñador de moda Gianni

series televisivas como Miami Vice. Desde la marina, junto a los comercios y restaurantes de Bayside Marketplace, parten las distintas excursiones que recorren la bahía y bordean las diferentes islas en las que se atisban las mansiones de las celebridades. Además, en las aguas de la bahía se suelen avistar manatíes, sobre todo en las zonas costeras menos profundas, así como en los canales y el río Miami, por donde también navegan cruceros.

Cerca del litoral se está construyendo una singular torre de cubos superpuestos que albergará el nuevo **Waldorf Astoria Hotel & Residences Miami**. Combinará un hotel de cinco

estrellas con 205 habitaciones, 360 residencias privadas y zonas comerciales. Será el rascacielos más alto de Miami cuando se complete su construcción en 2026.

El área de Downtown ofrece una variada oferta cultural que abarca desde grandes conciertos en el FTX Arena a teatro o ballet en el Adrienne Arsht Center, diseñado por el arquitecto argentino Cesar Pelli.

En el Parque de los Museos, una gigantesca cabeza que mira hacia la bahía, obra de Jaume Plensa, marca la entrada al **Perez Art Museum Miami (PAMM)**. El moderno edificio, diseño de los arquitectos Herzog & De Meuron, alberga casi 1.800 obras de arte moderno de los siglos XX y XXI. Se puede reservar en su totalidad para grandes eventos de hasta 5.000 asistentes. En su auditorio, disponible para presentaciones con un público de hasta 220 personas, los artistas hacen demostraciones en vivo. Su gran pórtico con jardines colgantes y vistas a la bahía de Biscayne puede albergar una cena de gala con 350 invitados.

En el pórtico con jardines colgantes del PAMM se organizan cenas de gala con vistas a la bahía

A su lado, el **Phillip and Patricia Frost Museum of Science** dedica más de 23.000 m<sup>2</sup> a la ciencia y la naturaleza y se puede reservar en su totalidad para eventos privados. Incluye un enorme acuario de tres pisos en cuyo alrededor se puede hacer un cóctel con 200 invitados.

En la galería Baptist Health South Florida, los banquetes con 400 comensales se amenizan con música desde su escenario mientras que un suelo LED interactivo se convierte en una divertida pista de baile. En la azotea se hacen recepciones al aire libre disfrutando del *skyline* de Miami en veladas de hasta 260 participantes.

Se puede añadir una interesante visita al laboratorio de conservación marina, donde los científicos estudian los efectos del cambio climático en los arrecifes de coral de la bahía.

### Brickell

Al sur del río Miami, el área de Brickell es un popular destino de ocio y compras. **Brickell City Centre** es toda una ciudad comercial dentro del distrito con gran variedad de tiendas de alta gama y restaurantes, distribuidos en cuatro niveles, y amplios espacios para descansar o recargar el móvil entre exóticas palmeras.

Su vanguardista cubierta de cristal y cintas de acero ayuda a crear un microclima ideal en el interior, a la vez que permite recoger y reciclar el agua de lluvia. Además del *shopping*,

los grupos pueden disfrutar de un divertido *teambuilding* en el nuevo Puttshack Mini Golf o unirse a clases de cocina en una de las tiendas.

Una de las opciones de restauración en los niveles superiores es el restaurante cubano **Marabú**, nombre de un arbusto típico de Cuba cuyo carbón se utiliza para cocinar sus sabrosos platos. Se puede reservar para eventos privados con 50 invitados.

Los abundantes restaurantes y bares de copas del barrio atraen a los jóvenes profesionales y la *beautiful people*. También la oferta hotelera se adapta a las nuevas generaciones con opciones como **CitizenM Brickell**, un hotel de 252 habitaciones de carácter desenfadado. Su decoración, desde el colorido mural de su fachada a las esculturas de flamencos y otras curiosas piezas de arte moderno distribuidas por

## Información práctica



**Huso horario**  
GMT -5

### Moneda

Dólar estadounidense (USD)



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

**Aeropuertos de acceso:**  
Miami International Airport (MIA)



### Más información

GREATER MIAMI CONVENTION & VISITORS BUREAU   
Vianny Mancebo  
Directora de Cuentas Internacionales  
vmancebo@gmcbv.com  
Tel: +1 305.539.3000  
www.MiamiandMiamiBeach.com

su interior, es objeto de innumerables fotos para las redes sociales. Abundan también los guiños a la sostenibilidad, la diversidad y la inclusión.

En el primer piso, los mostradores de *check-in* automático dan paso a zonas de *co-working* y un informal bar-restaurante desde cuyo balcón, vigilado por un gorila dorado, se disfruta del ambiente de la zona. En la parte trasera, una terraza tropical se presenta como un pequeño oasis donde sentarse a leer y descansar.

En las minimalistas habitaciones se aprovecha al máximo cada rincón y una tableta sirve para controlar desde la tem-

Aquí el arte se vive en cualquier calle, donde sorprendentes murales asoman por las esquinas y es fácil observar a un creador aportando su granito de arena. No puede faltar la visita a la exposición de murales de Wynwood Walls, donde también se hacen clases de yoga. Un taller de grafiti es el *teambuilding* perfecto para completar la experiencia.

En noviembre abrió sus puertas **Arlo Wynwood**, el primer hotel del distrito, con 217 habitaciones y un diseño acorde al espíritu creativo de la zona.

En Little Havana, el *hub* de la comunidad cubana de Miami, el colorido que aporta su gente y los murales pintados en las pa-



Mural de Wynwood

peratura y las luces al manejo de las persianas. Un sensor apaga la iluminación si no detecta movimiento con el fin de ahorrar energía. El hotel cuenta con ocho pequeñas salas para reuniones de entre ocho y 16 personas, con pizarras adhesivas en las paredes.

### Barrios con color

Wynwood, el barrio más *hipster* de Miami, es famoso por sus coloridos murales de grafiti que se renuevan constantemente. En los programas de incentivo se suele incluir un recorrido por el distrito para admirar estas obras de arte urbano, hacer compras y disfrutar de su ambiente alternativo.

redes se completa con una agradable banda sonora. Ritmos de salsa y bachata se funden con el sonido de las fichas de dominó que los jugadores posan en las mesas y el canto de los gallos que se pasean libremente entre los coches.

Calle 8 es el corazón del ambiente latino, una larga avenida donde se alternan galerías de arte, restaurantes y bares con música en vivo, y tiendas de *souvenirs* y típicas guayaberas cubanas. En las aceras, las estrellas que recuerdan al Paseo de la Fama de Hollywood rinden homenaje a las grandes figuras de la canción hispana, desde Celia Cruz y Julio Iglesias a una de las residentes más famosas de Miami: Gloria Stefan.

El gallo, símbolo cubano, aparece por doquier en esculturas y decorados. Se pueden hacer eventos con hasta cien personas entre los coloridos murales del llamado Callejón del Gallo.

En Domino Park, los grupos pueden ser testigos de una de las mayores pasiones de los cubanos: jugar al dominó. Aquí los lugareños se reúnen cada día para debatir sobre la actualidad mientras posan con ahínco sus fichas sobre la mesa. Los visitantes no pueden participar en el juego, pero ser meros espectadores es igualmente divertido.

En el bar **Ball & Chain**, el más antiguo de Little Havana, se dan clases de salsa y bachata.

de Miracle Mile, se ha convertido en otro de los barrios de moda. La cadena Loews lo eligió para abrir su segundo hotel en Miami: **Loews Coral Gables**, inaugurado el pasado mes de noviembre. Forma parte del complejo Coral Gables Plaza, que incluirá espacios comerciales y oficinas y cuenta con 242 amplias habitaciones y más de 2.700 m<sup>2</sup> de espacio para eventos. El salón Alhambra es el mayor *ballroom* de Miami y puede acoger recepciones con 850 invitados y vistas panorámicas a través de sus grandes ventanales. También cuenta con una amplia terraza y jardín para eventos al aire libre con un máximo de 550 asistentes. Los huéspedes disfrutaron de una hora de alquiler de bicicleta gratuita y crédito para consumir en restaurantes locales.



Kayak en los Everglades

### Nuevos distritos de moda

Pese a ser uno de los más antiguos de Miami, con una arraigada comunidad latina, Allapattah era hasta hace poco uno de los barrios menos visitados. Esto cambió con la apertura en 2021 de **Superblue**, una atracción inmersiva con diferentes ambientes a partir de experiencias digitales diseñadas por los artistas más punteros: desde flotar en un espacio 100% monocromo o perderse en un bosque de cristal y espejos. En sus salas se organizan cócteles de hasta 300 invitados.

Coral Gables, con sus amplias avenidas y arquitectura de estilo mediterráneo, y las exclusivas tiendas y restaurantes

Es habitual en los programas de incentivo combinar la experiencia urbana con excursiones a los entornos naturales que rodean Miami. En el **Parque Nacional Biscayne** se puede hacer *snorkel* o pasear en barcas con suelo transparente admirando la belleza del arrecife de coral que delimita la costa de Florida. En el **Parque Nacional de los Everglades** se pasea en kayak por este singular ecosistema de manglares.

Esta naturaleza completa la magia de un destino donde escenas que parecen salidas de la pantalla se mezclan con otras típicamente latinas creando un singular cóctel que sorprende y embelesa.

## EL CAMINO HACIA UNA MOVILIDAD MÁS SOSTENIBLE

**El transporte es el mayor contribuyente a las emisiones de carbono procedentes de la industria MICE, pero gracias a los avances en el uso de biocombustibles para la aviación, vehículos menos contaminantes y cada vez más opciones de movilidad sostenible es posible reducir, al menos parcialmente, este impacto.**

Por **Cristina Cunchillos**

La industria MICE aspira a reducir a la mitad sus emisiones de carbono en 2030 y alcanzar el cero neto en 2050, en línea con los objetivos del Acuerdo de París. El éxito de la iniciativa Net Zero Carbon Events, que cuenta ya con más de 480 empresas del sector comprometidas a adoptar las medidas necesarias, demuestra que no solo hay una mayor concienciación sobre el impacto medioambiental de los eventos, sino una firme determinación de buscar soluciones.

Se están aplicando cada vez más medidas para hacer los eventos más sostenibles. Para los organizadores puede resultar relativamente sencillo evitar el uso de plásticos o reducir los desechos orgánicos, pero hay otros elementos que son más difíciles de controlar, como las emisiones generadas por los hoteles donde se alojan los asistentes o el impacto derivado del transporte.

Esto supone un gran reto, ya que el transporte es precisamente el mayor contribuyente a las emisiones de carbono asociadas a cualquier operación MICE. Según un informe de la Universidad de Friburgo en Alemania, la huella de carbono derivada de los viajes en un congreso puede superar las 2.000 toneladas de gases de efecto invernadero, o el equivalente a entre 500 y 1.500 kilos de CO<sup>2</sup> por delegado.

Se estima que las emisiones de carbono del transporte pueden suponer entre un 70% y un 90% de la huella de carbono de los eventos, teniendo en cuenta no solo los vuelos de participantes internacionales sino también otros desplazamientos considerados de menor impacto en tren, autobús o taxi.

Una solución que parece obvia para reducir esas emisiones sería trasladar los eventos a un formato virtual como se tuvo

que hacer durante la pandemia, evitando los desplazamientos. Sin embargo, la reactivación de los eventos presenciales ha dejado claro que esta no es una opción. Los profesionales estaban ansiosos por volverse a ver cara a cara y, aunque ahora se incorporen elementos virtuales, no se abandonará el formato presencial, y con él, la necesidad de desplazarse.

### Desplazamientos inteligentes

Se prevé que en este 2023 se viaje algo menos que antes de la pandemia por la combinación de la subida de precios y la mayor preocupación por el medioambiente. Según el último estudio de Cvent, el 41% de los organizadores cree que el nivel de asistentes presenciales será menor que el año pasado. También hay una mayor preferencia por viajar siempre y cuando sea a destinos cercanos.

Pero no se trata necesariamente de viajar menos, sino de hacerlo de manera más inteligente. Los organizadores, y los propios asistentes, han de buscar opciones de movilidad con un menor impacto medioambiental, eligiendo medios de transporte menos contaminantes o, por ejemplo, compartiendo el viaje reduciendo en consecuencia el impacto del mismo por pasajero. Los continuos avances en movilidad sostenible lo ponen cada vez más fácil.

### Avances para una aviación menos contaminante

Aunque la aviación sigue siendo el modo de desplazamiento más contaminante –se estima que el 2,4% del total de emisiones de carbono globales proceden del transporte aéreo– los avances para hacerla más sostenible son cada vez mayores.

Por un lado, las nuevas aeronaves son mucho más eficientes en el consumo de combustible. El Boeing 787 Dreamliner re-

La huella de carbono derivada de los viajes en un congreso puede superar las 2.000 toneladas de gases de efecto invernadero, o el equivalente a entre 500 y 1.500 kilos de CO<sup>2</sup> por delegado



duce las emisiones de carbono en un 20%, mientras que varios de los nuevos modelos de Airbus, como el A330, A320Neo o A350, son entre un 15% y un 25% más eficientes en el consumo de combustible que otros aviones de tamaño similar.

No obstante, la aviación no podrá ser 100% sostenible hasta que no se sustituya totalmente el queroseno de origen fósil por combustibles sostenibles (SAF, por sus siglas en inglés). En este aspecto existen también considerables avances científicos, así como inversión por parte de las aerolíneas.

En la Escuela Politécnica de Zúrich (Alemania), un equipo de investigadores está trabajando en el desarrollo de combustible para aviones a partir de energía solar y eólica. En Estados Unidos, la startup Alder Fuels está intentando transformar los llamados ácidos grasos volátiles, moléculas procedentes de desechos orgánicos en descomposición, en queroseno.

Airbus, por su parte, apuesta por el hidrógeno en sus nuevos prototipos de avión comercial ZeroE, de cero emisiones, que podrían estar listos para entrar en servicio en 2035.

El Grupo IAG, que engloba las aerolíneas Iberia, British Airways, Aer Lingus, Vueling y Level, aspira a operar el 10% de todos sus vuelos con combustible sostenible en el año 2030, y para ello está invirtiendo cientos de millones de dólares en el desarrollo de nuevos carburantes. En Reino Unido colabora con la empresa Velocys para la construcción de la primera planta europea de conversión de residuos domésticos en combustible para aviación.

En Estados Unidos está construyendo otra planta, en asociación con LanzaJet, para crear carburante a partir de etanol sostenible. Se espera que ambas estén operativas en 2025.

Air France-KLM, por su parte, se compromete a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero causadas por el uso de queroseno en un 30% (por tonelada transportada y kilómetro) para el año 2030, en comparación con el volumen generado en 2019. Para conseguirlo, su programa de desarrollo sostenible incluye la renovación de al menos un 64% de su flota con aviones de última generación antes de 2028, así como el uso de combustibles sostenibles. Además, los clientes corporativos pueden compensar las emisiones de carbono de sus viajes de negocios con una contribución anual a su programa de SAF.



En Latinoamérica, donde el mercado de SAF es todavía inmaduro y con poca oferta, el Grupo LATAM espera llegar a un 5% de uso de combustible sostenible en 2030.

La efectividad de los diferentes tipos de SAF ya se está poniendo a prueba. En enero de 2021, KLM se convirtió en la primera aerolínea del mundo en operar un vuelo comercial de pasajeros impulsado con queroseno sintético, producido por Shell a partir de CO<sub>2</sub>, agua y energía renovable. El vuelo conectó los aeropuertos internacionales de Ámsterdam y Madrid.

El pasado mes de noviembre, otro aeropuerto español, el de Sevilla, fue el elegido por la petrolera Cepsa para suministrar biocombustible producido a partir de huesos de aceituna y otros residuos vegetales del sector olivarero. Varias aerolíneas pudieron experimentarlos durante una semana. En una acción pionera en el sur de Europa, un total de 220 vuelos de las compañías Air Europa, Air Nostrum, Iberia Express, Ryanair, Vueling y Wizz Air partieron de Sevilla impulsados por el SAF de Cepsa, pudiendo operar unos 400.000 kilómetros.

### Una transición que parece acelerarse

Se trata de una transición que empieza a tomar velocidad. En 2021 la producción de SAF fue de cien millones de litros de combustible e IATA (Asociación Internacional del Transporte

Aéreo, por sus siglas en inglés) estimó que en 2022 alcanzaría los 300 millones de litros, lo que supone un aumento del 200%. Se cree que para el año 2030 la producción podría incrementarse hasta 70 veces.

El crecimiento actual no es suficiente para suplir la demanda, por lo que IATA apela a los gobiernos para que introduzcan incentivos a la producción de SAF. El uso de combustible sostenible será clave para alcanzar el objetivo de cero emisiones netas en 2050. Para ello será necesario alcanzar unos niveles



de producción de 450.000 millones de litros anuales, por lo que aún es necesario avanzar muchísimo.

### Más viajes en tren

El tren es una opción más sostenible que el avión. En Europa, gracias al desarrollo de más rutas de alta velocidad y la entrada en el mercado de operadores *low cost*, es también una opción cada vez más conveniente y asequible para desplazarse a los eventos.

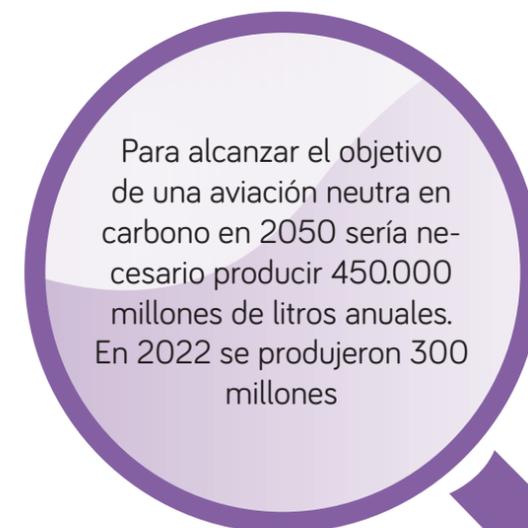
La Unión Europea acaba de introducir una nueva normativa que obliga a las aerolíneas a pagar por las emisiones de CO<sub>2</sub> en sus vuelos entre países miembros, así como conexiones a Suiza y Reino Unido. Esto contribuirá a la subida de las tarifas aéreas este año, lo que podría motivar un mayor uso de medios de transporte alternativos como el tren.

A esto se suma la introducción de nuevas rutas internacionales de alta velocidad desde España como la de TGV INOUI, que desde el pasado mes de diciembre conecta París con Barcelona en menos de siete horas. Las rutas son operadas por SNCF Voyageurs, la empresa del Grupo SNCF que gestiona el transporte ferroviario de pasajeros en Francia y otros países europeos. Dos frecuencias diarias en cada sentido, y tres en temporada alta, permitirán trasladar a más de 800.000 viajeros al año entre Francia y España.

Renfe empezará también a operar sus propias rutas entre ambos países este año, conectando Madrid con Marsella, así como Barcelona con Lyon, con trenes AVE de alta velocidad.

Inicialmente se programarán seis viajes semanales por trayecto, incrementando posteriormente a dos las circulaciones diarias en cada sentido.

España cuenta con la segunda red de alta velocidad más extensa del mundo y continúa creciendo. Actualmente existen varias líneas en construcción o en proyecto, incluyendo conexiones entre las capitales del País Vasco, el enlace en alta velocidad entre Madrid y Asturias o la extensión del Corredor Mediterráneo Litoral.





El pasado mes de noviembre entró en el mercado nacional español Iryo, un nuevo operador privado participado por los socios de Air Nostrum, Globalvia y Trenitalia. Conecta ya la capital española con las ciudades de Zaragoza, Barcelona, Cuenca y Valencia, con trenes eléctricos de última generación propulsados por energía 100% renovable. A partir de marzo se añadirán nuevas rutas desde Madrid a Sevilla, Málaga, Antequera y Córdoba, y en junio llegará a Alicante y Albacete. Cuenta con un programa de fidelización para empresas ya que es claro el objetivo de captar clientes entre los viajeros profesionales.

Iryo sigue el modelo *low cost* que introdujo el operador ferroviario francés SNCF con Ouigo en mayo de 2021, tras la liberalización del sector ferroviario español, y que posteriormente adoptó también Renfe con Avlo. La oferta de tarifas más bajas en líneas de alta velocidad ha impulsado notablemente el uso del tren para viajes de negocios en el territorio nacional.

Ouigo opera los trenes de mayor capacidad del mercado español, lo que contribuye a minimizar la huella de carbono por viajero transportado. A las líneas Madrid-Barcelona y Madrid-Valencia que ya opera, este año se sumarán las conexiones entre Madrid y Alicante, Sevilla y Málaga.

Avlo, la marca *low cost* de Renfe que empezó a operar en junio de 2021, estrenará también nuevas rutas desde Madrid hacia Alicante, Sevilla y Ourense, sumándose a las existentes conexiones desde Madrid a Barcelona-Girona-Figueras y a Valencia.

Mientras que la oferta continúa creciendo en España, el ferrocarril de alta velocidad sigue siendo la asignatura pendiente en Latinoamérica, donde los elevados costes de implementación hicieron ya fracasar varios proyectos en Brasil y Argentina tras ser considerados como no rentables.

No obstante, otros proyectos ferroviarios, como el Tren Maya en México, siguen adelante. La ruta, con más de 1.500 kilómetros de vía férrea, conectará 190 atractivos turísticos en los estados de Yucatán, Quintana Roo, Campeche, Tabasco y Chia-

Las conexiones ferroviarias de alta velocidad en España se están multiplicando, mientras que en Latinoamérica la expansión del tren sigue siendo asignatura pendiente. No obstante, México estrenará el Tren Maya a finales de 2023

pas, incluyendo escalas en algunos de los sitios arqueológicos mayas más reconocidos como Chichén Itzá o Tulum. Tendrá parada en 20 estaciones, incluyendo Playa del Carmen y el aeropuerto de Cancún, y se podrá incluir en los programas de viajes de incentivo a partir de diciembre de 2023, cuando está prevista su inauguración.

### Automoción más sostenible

Aunque el transporte aéreo de los delegados puede ser el mayor contribuyente a la huella de carbono de un evento, sobre todo si este tiene carácter internacional, no se ha de desestimar el impacto del transporte por carretera. No solo hay participantes que prefieren desplazarse en sus propios vehículos, sino que también se han de tener cuenta los numerosos tras-

Otra opción es incentivar el uso de bicicletas o patinetes eléctricos para desplazarse a la sede, ofreciendo un servicio de alquiler gratuito o a un precio reducido para los delegados, así como detalles de las rutas a seguir. Según el destino, el acceso puede ser igualmente fácil a pie, una opción saludable que permite además conocer mejor el destino donde se celebra el acto.

Cuando es inevitable el desplazamiento en automóvil, se puede optar por vehículos menos contaminantes. En las últimas décadas se ha avanzado considerablemente en la producción y uso de vehículos impulsados por hidrógeno, híbridos y eléctricos, aunque en el caso de estos últimos, su elevado precio y limitada infraestructura para su recarga impide una adopción



lados de corta distancia, ya sea el *transfer* desde el aeropuerto o la estación de tren, o desde el hotel a la sede del evento, así como el transporte de mercancías necesarias para la realización del mismo.

A menudo es posible reducir el número de trayectos cortos en automóvil. Corresponde al organizador del evento buscar sedes bien conectadas por transporte público y asegurarse de que todos los asistentes tienen la información necesaria para utilizarlo.

más generalizada. Se estima que en 2030 al menos 30 millones de vehículos de emisiones cero circularán por las carreteras europeas. A partir de 2035 los automóviles de gasolina y diésel desaparecerán de los concesionarios de venta, según normativa de la Unión Europea.

No se trata solo de optimizar el parque de vehículos privados y corporativos, ya que los modelos de emisiones cero se ofrecen cada vez más en los servicios de alquiler de automóvil, taxi y plataformas de movilidad como Uber o Cabify.

Según el Observatorio del Vehículo de Empresa publicado anualmente por la firma de movilidad Arval, el 84% de las compañías españolas cuenta ya con vehículos eléctricos o híbridos o prevé introducirlos en los próximos tres años. En concreto, la adopción de vehículos híbridos (58%) se sitúa en un 20% por encima de la media europea.

Aunque la preocupación por reducir las emisiones (49%), la reducción del gasto en combustible (44%) y la imagen pública de la empresa (41%) son los principales motivos que llevan a adoptar estas flotas, también preocupa cada vez más la problemática de viajar a zonas restringidas al tráfico (39%). Y es que cada vez más gobiernos, sobre todo en Europa, están introduciendo normativas para limitar la circulación de los vehí-

Los organizadores de eventos pueden por tanto elegir vehículos menos contaminantes, al menos para el transporte de los asistentes, ya que el transporte de mercancías se sigue haciendo en camiones de alto tonelaje que usan combustible fósil.

Hay empresas como la española Joinup que ofrecen servicios de movilidad sostenible para la organización de eventos corporativos. Su oferta incluye desde taxis y automóviles con conductor a autobuses y minibuses para el traslado de delegados, así como el apoyo de un gestor personal las 24 horas del día. El 75% de los automóviles de su flota lleva la etiqueta ECO otorgada a vehículos híbridos, que les permite circular por zonas de bajas emisiones. A través de una *app* se puede gestionar el kilometraje y el aparcamiento, así como la optimización del



culos más contaminantes en sus ciudades, creando zonas de bajas emisiones (ZBE). En España acaba de entrar en vigor la Ley de Cambio Climático y Transición Energética que obliga a los municipios de más de 50.000 habitantes a crear zonas de circulación restringida para los vehículos más contaminantes. Límites similares se imponen en otras capitales europeas.

También en Latinoamérica se está empezando a hablar de la creación de zonas de bajas emisiones, y hay proyectos avanzados en ciudades como Bogotá, así como en México.

uso de los vehículos corporativos. También ofrece herramientas para medir la huella de carbono de los desplazamientos.

#### Viajes compartidos

Además de elegir vehículos con bajas emisiones, se puede reducir el impacto medioambiental, así como los costes, con un uso más efectivo de los mismos. El modelo de economía compartida del siglo XXI se aplica también al transporte en prácticas como el llamado *carpooling*, una iniciativa que en realidad no es nueva.

Siempre ha habido conductores que ofrecen espacio en su automóvil a otras personas. La diferencia es que ahora es algo generalizado, mejor organizado y coordinado a través de aplicaciones móviles, además de lucrativo para los conductores.

Blablacar es una de las *apps* de *carpooling* más utilizadas tanto en España como en Latinoamérica, sobre todo para compartir vehículo en trayectos entre ciudades. La plataforma española Hoop ofrece *carpooling* a empresas, que pueden reducir su impacto medioambiental y optimizar sus espacios de *parking* instando a sus empleados a compartir.

La belga Carpool Organiser se dirige específicamente a organizadores de eventos, que pueden utilizar la plataforma para coordinar el transporte de los asistentes. Opera ya en varios países, incluyendo España, Brasil y Argentina.

Otra forma de compartir y reducir costes es el llamado *car sharing*, o alquiler por horas. En este caso, diferentes personas utilizan un mismo vehículo, aunque en distintos momentos. Los usuarios encuentran los automóviles disponibles más cercanos a través de una *app* y los alquilan por minutos u horas.

Las compañías de *car sharing* proliferan por todo el mundo, con plataformas como Share Now, Free2Move o Ubeeqo, que operan a nivel internacional; Zity o Wiblo en España; Carrot en México; Mykeego en Argentina o Awto, que opera en Chile, Brasil y Colombia.

La startup española Eccocar ofrece soluciones de *car sharing* corporativo. En lugar de que cada empleado disponga de un coche de empresa, se comparte una flota de vehículos eléctricos o de bajas emisiones que se gestiona de forma eficiente a través de una *app*. Se estima que las empresas pueden reducir así su flota en un 30%, y sus gastos de movilidad en un 60%. Amadeus anunció recientemente su asociación con Eccocar.

Las opciones de movilidad sostenible que se pueden adoptar en una operación MICE son diversas y cada vez más numerosas. Requieren planificación por parte de los organizadores, inversión por parte de las empresas, la colaboración de todos los agentes de la cadena de suministro y el compromiso de los viajeros. Entre todos es posible reducir el impacto del transporte a la huella de carbono y seguir avanzando hacia el objetivo del cero neto de emisiones.

ENTREVISTA



**Tom Weseloh** 

Director Nacional de ClimatePartner Spain

“Optar por un transporte más limpio requiere una inversión más elevada y el factor precio sigue siendo muy decisivo”

**¿Cree que la sostenibilidad es ahora un factor más decisivo que antes para las empresas a la hora de seleccionar sus opciones de transporte?**

Sí, porque además va íntimamente ligada a otras acciones que son claves para la competitividad, como la eficiencia, la reducción de costes, la colaboración con clientes o el cumplimiento normativo. Es verdad que el precio sigue siendo un factor muy decisivo, sobre todo en el transporte de mercancías, donde aún hay mucha inseguridad jurídica y menos opciones viables en cuanto a la tecnología. Optar por un tipo de transporte más limpio requiere una inversión mucho más elevada.

**Según su experiencia, ¿qué opciones de movilidad sostenible son más populares entre las empresas?**

En el transporte de corta distancia y personal se apuesta por los vehículos eléctricos y promover el uso de transporte público, el *car sharing*, o el *carpooling*. En el transporte de larga distancia se priorizan opciones como las que recurren al uso de hidrógeno verde como combustible, después de una apuesta fallida en los últimos años por el gas natural licuado (GNL). Por otro lado, para evitar o reducir el número de desplazamientos se sigue fomentando el teletrabajo y las videoconferencias. Además, algunas empresas ofrecen a sus empleados servicios básicos en sus instalaciones como restaurantes o guarderías.

**¿Qué recomendaría a los organizadores de eventos en cuanto a las opciones de transporte para sus eventos?**

Escoger un *venue* bien conectado en transporte público e incentivar a los participantes a usarlo. Se puede realizar una inversión en un autobús privado si el evento, por su envergadura, está situado fuera de las grandes urbes y es difícil acceder. A la hora de transportar materiales (mobiliario, *stands*, etc) recomendaría el uso del menor número de vehículos posible, maximizando la ocupación de forma que se hagan menos viajes. Lo deseable es que los vehículos que se utilicen sean híbridos.

# ASTURIAS



## SECRETOS DEL NORTE

Asturias es una región rodeada de montañas y mar que parece escondida en el norte de España. Entre los bellos paisajes y pequeñas ciudades que más parecen acogedores pueblos grandes, convive la cultura celta con una gastronomía desde siempre basada en el kilómetro cero. Este año, la mejora de las comunicaciones con Madrid, sumadas a una ampliada oferta de conexiones aéreas, permitirá acceder más fácilmente a este lugar, durante mucho tiempo recóndito, y con mucho que ofrecer para grupos MICE.

Por Eva López Álvarez

Ser una región escondida entre el mar y las montañas tiene sus ventajas: paisajes vírgenes, espacios medievales muy bien preservados, una gastronomía basada en los mejores pescados y carnes... y hasta un estilo arquitectónico propio —el prerrománico asturiano—. También genera desventajas: los organizadores de congresos, convenciones e incentivos interesados en Asturias, demasiadas veces se vieron obligados a desistir por la falta de conexiones aéreas y ferroviarias.

Tras la pandemia, las conexiones internacionales del único aeropuerto regional —ubicado en Avilés— han sido aumentadas, a la espera de que se recuperen todos los enlaces que comunicaban con Madrid y Barcelona. Londres, París, Bruselas, Roma y Ámsterdam figuran entre las capitales europeas que se suman a otras ciudades españolas ya conectadas con Asturias. La alta velocidad ferroviaria lleva décadas haciéndose esperar. Sin embargo, se espera que en 2023 Madrid esté a tres horas de tren de Oviedo, la capital.

### Triángulo urbano

Las tres ciudades más grandes de Asturias, Oviedo, Gijón y Avilés, componen un triángulo cuyos lados no superan los 20 kilómetros. Con personalidades muy diferentes, los tres destinos se ofrecen como sede hotelera para grandes eventos que puedan tener lugar en cualquiera de ellos. No falta infraestructura para operaciones multitudinarias. El **Palacio de Exposiciones y Congresos de Oviedo (PEC)** es un gigante diseñado por Santiago Calatrava que puede recibir sesiones de hasta 2.150 delegados en su sala plenaria.

Gijón cuenta con el edificio más grande de España: **Laboral Ciudad de la Cultura** puede recibir hasta 8.000 personas y ofrece gran diversidad de espacios que abarcan desde el teatro a las antiguas cocinas o la coqueta Torre del Reloj. En el centro de la ciudad, el palacio de congresos situado en el **Recinto Ferial Luis Adaro** ya ha sido sede de congresos de hasta 5.000 delegados.

Avilés ofrece por su parte el **Centro Niemeyer**, única obra del arquitecto brasileño en España. El teatro fue diseñado según un concepto descrito como "democrático" por el propio creador, de tal modo que la acústica y visibilidad son de la misma calidad en cualquiera de las 951 plazas.

Si bien cada ciudad goza de atractivos y personalidad propia, la situación céntrica de las tres con respecto a los grandes atractivos naturales de Asturias, así como las buenas conexiones por carretera entre ellas, invitan tanto a disfrutarlas como a no perderse las demás. Y es que el bonito casco antiguo medieval de Avilés combina a la perfección con las playas y lagares de sidra de Gijón y la historia y patrimonio de Oviedo.

### Naturaleza reina

Existen varias iniciativas en materia de responsabilidad social corporativa (RSC) que convierten en tangible el compromiso con la protección del medioambiente. Con más de un tercio del territorio protegido, en Asturias es posible contribuir a través de entidades como **Fundación Oso de Asturias**, **Fundación Oso Pardo** y **Fundación Quebrantahuesos**.

En actividades de tres horas de duración que se pueden adaptar a los diferentes programas, siempre en grupos reducidos para minimizar el impacto, técnicos y guías especializados proponen rutas exclusivas en las que se divulga y protege. Además de disfrutar de los paisajes, es posible divisar al oso pardo en libertad, aprender sobre su modo de

vida y alimentación o, de abril a octubre, seguir sus pasos con equipamientos ópticos de gran alcance.

### De abril a octubre, grupos de hasta 15 personas pueden seguir los pasos del oso pardo

montaña junto al mar, los grupos pueden observar el ave y su comportamiento, aprendiendo a localizar a los diferentes individuos mediante distintos procedimientos.

Son numerosas las actividades que pueden complementar cualquier salida en la naturaleza: desde las rutas en bicicleta de la Senda del Oso a una introducción a la espeleología en Cueva Huerta, pasando por una experiencia inolvidable en una mina real o un *teambuilding* en el interior de la única mina submarina de Europa, la de Arnao. Barranquismo, escalada, rutas en canoa por el emblemático río Sella, senderismo, esquí... forman parte del abanico de actividades de una región que sorprende por la belleza de sus paisajes, resumidos en una cordillera de hasta 2.650 metros de altura que cae al mar Cantábrico.

### Hoteles emblemáticos

Algunos de los establecimientos más emblemáticos ofrecen novedades orientadas al segmento MICE. El **Palacio de Luces**, en lo alto del bonito pueblo pesquero de Lastres, es un hotel de cinco estrellas y 44 habitaciones, todas con bañera y ducha. En el salón se organizan banquetes para 150 comensales. Grupos

de hasta 15 personas pueden disfrutar de la exclusividad de La Isla, un espacio privado con vistas y terraza. Perteneciente a la red Relais Chateaux desde 2010, el hotel fue reformado completamente en 2022 y cuenta con un amplio *spa*.

Una búsqueda de tesoro por el encantador pueblo de Lastres permite disfrutar de vistas que figuran entre las más bonitas del norte de España. La gastronomía local adquiere tintes especiales en forma de conservas. Se declinan hasta en los postres que se ofrecen en el restaurante **Casa Eutimio**.

Desde el mirador de El Fitu se aprecia perfectamente en días despejados la magnificencia de ese paisaje de montaña que cae al mar. En la aldea de Cofiño parece esconderse **Puebloastur Eco-Resort Wellness & Spa**, un exclusivo hotel de 30 habitaciones. Forma parte de la selección de hoteles de lujo de Condé Nast Johansens. Cerrado el primer trimestre del año, ofrece el resto de meses su salón con vistas para sesiones de trabajo de hasta 50 participantes. Cuenta con otros espacios singulares como la bodega para catas.

**Artiem Asturias**, a poca distancia del centro de Gijón, es un cinco estrellas pionero en la región en cuanto a su compromiso medioambiental y social, que comienza en la atención prestada al mismo *staff*. Va camino de conseguir su objetivo de reducir cada año un 10% de su impacto en cuanto a huella de carbono. Los tonos suaves de la madera y la luz impregnan la atmósfera de las

### El hotel Artiem Asturias va camino de conseguir reducir cada año un 10% de su impacto

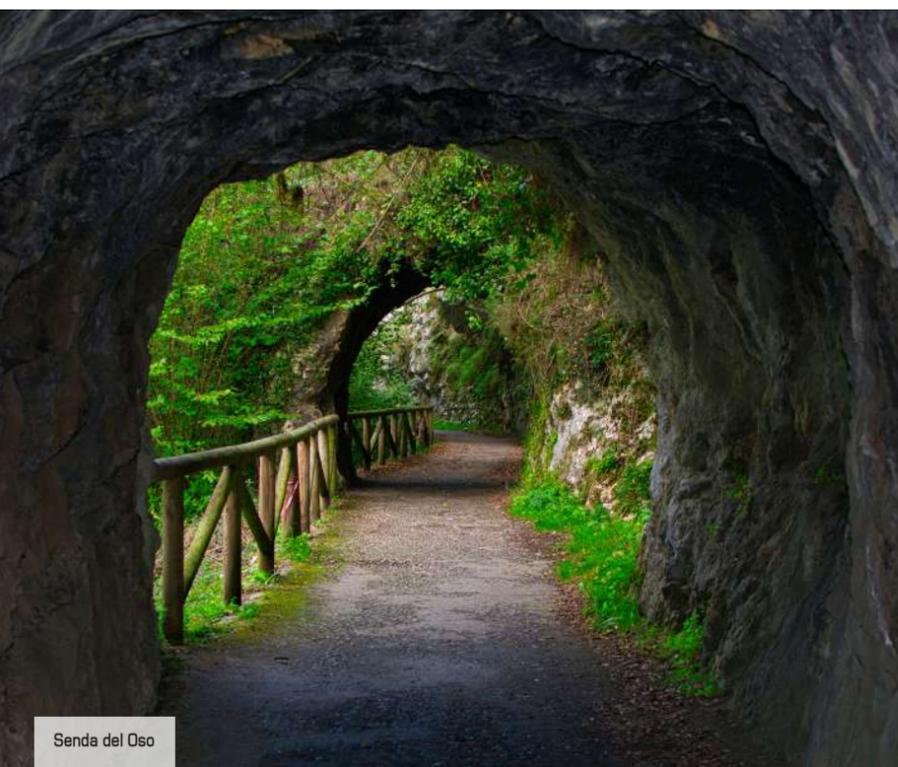
45 habitaciones, incluyendo la bautizada como Habitación Solidaria. El 100% del importe generado con su reserva está destinado a Cáritas. Para sesiones de trabajo cuenta con tres salas, la mayor de ellas para 135 personas. Además de la piscina, los grupos deportivos que residen regularmente tienen acceso al gran gimnasio, pistas de pádel y sala de yoga.

**URH Zen Balagares** se encuentra a menos de diez minutos por carretera del centro de Avilés y es el hotel más grande de la región. Tiene 147 habitaciones y *spa* de 2.500 m<sup>2</sup>. En total son trece las opciones de espacios para reuniones con luz natural, a las que suma un espacio privado en el restaurante para 20 comensales. La mayor de las salas puede recibir hasta 1.060 delegados. La discoteca para 320 personas suele albergar el cierre de numerosos eventos.

### Alojamientos históricos

El **Parador de Cangas de Onís** ocupa un antiguo monasterio del siglo VIII situado en un meandro del río Sella. Cuenta 64 habitaciones y puede recibir hasta 250 delegados en la mayor de sus salas.

La iglesia es una pequeña joya del románico que ya se ha utilizado para discursos y conciertos. El establecimiento cuenta además con el programa *Naturaleza para los sentidos* que se ofrece para los grupos de incentivo. Durante todo el año no solo se explora la naturaleza del entorno, sino que se implica a los proveedores locales, que se prestan a realizar



Senda del Oso



Puebloastur Eco-Resort Wellness &amp; Spa

exhibiciones con perros pastores o ser anfitriones en algún pueblo vecino.

Muy cerca, la **Escuela Asturiana de Piragüismo** (Rana Sella) recibe a los piragüistas que, en recorridos de 16 kilómetros, simulan desde Arriendas el descenso del río Sella, una prueba deportiva que aglutina a locales y turistas el primer fin de semana de agosto. Existen opciones más cortas para esta actividad que ya forma parte de los clásicos de Asturias. A finales de mayo y la segunda quincena de septiembre son los

Aquaxana es una versión más moderna y amplia, con más de 800 m<sup>2</sup> de circuito hidrotermal. El complejo también se ofrece como un centro de salud y bienestar con instalaciones deportivas de primer orden.

Las habitaciones se reparten en dos categorías, las 79 que ocupan el Gran Hotel histórico, de cinco estrellas, y las 77 del anexo Las Caldas 4\*. Para sesiones de trabajo, el complejo cuenta con once salas polivalentes que pueden albergar cupos de hasta 300 personas en un mismo espacio. El an-



Playa de Gijón

mejores momentos para evitar aglomeraciones y observar la fauna local. En primavera se organizan salidas de *rafting* hasta grado 4 en lanchas de hasta ocho pasajeros.

**Las Caldas Viila Termal by Blau Hotels** ocupa un edificio histórico del siglo XVIII rodeado de naturaleza y erigido sobre una fuente de aguas mineromedicinales. Hoy sigue alimentando las aguas del Centro Termal El Manantial, inspirado en el balneario original y las termas romanas. El Centro Ecotermal

tigo salón de baile, hoy Salón de los Espejos, se utiliza para para cenas de gala con 80 comensales.

#### En entornos urbanos

El **NH Gijón** ofrece magníficas vistas sobre la playa de San Lorenzo. Con 64 habitaciones, su azotea forma parte de los espacios más demandados para eventos en la ciudad. Cuenta con una parte cubierta para 50 invitados. Utilizando todo el espacio, hasta 300 personas pueden asistir a un cóctel.

En el interior, la mayor de las salas reúne a 400 delegados en teatro.

El **Barceló Oviedo Cervantes**, de cinco estrellas, ocupa una antigua casona en el centro de la capital. Cuenta 82 habitaciones y doce salas para eventos de hasta 300 participantes.

Desde 2021, el antiguo Palacio Ferrera de Avilés es **Palacio de Avilés Affiliated by Meliá**. Con 78 habitaciones en pleno casco histórico de la ciudad, cuenta entre sus espacios para eventos el antiguo archivo, hoy salón privado para 20 personas. El mayor de los salones puede recibir a 300 asistentes en teatro. Cuenta con jardín privado y un espacio acristalado para banquetes de hasta 180 comensales.

#### Venues singulares

Muy cerca de Oviedo, una de las celebridades contemporáneas de Asturias exhibe su colección en un museo que también se ofrece para programas corporativos. El **Museo Circuito Fernando Alonso** ha sido creado por el doble campeón del mundo de Fórmula 1. Aquí se encuentra buena parte de los vehículos que ha conducido desde su infancia hasta su encumbramiento.

### En el Museo-Circuito de Fernando Alonso, los grupos pueden experimentar la velocidad en *kart*

La visita de la colección completa los eventos que pueden tener lugar en el auditorio, de 190 plazas, el mirador sobre la pista de *kart* o la propia pista. 30 *karts* se ofrecen para grupos de empresa que quieran iniciarse en la velocidad, competir o superar retos que completen todo un itinerario de pruebas deportivas que integren a los vecinos campos de golf o rugby. El museo forma parte del gran recinto deportivo La Morgal, también dotado de piscinas, velódromo y aeródromo.

Junto al parque San Francisco, pulmón verde del centro de Oviedo, **Espacio Circus** es un original espacio en torno a una sala redonda con capacidad para 115 personas. El singular auditorio, con cabina de traducción, cuenta con 55 plazas. Varias pantallas conectan los dos espacios.

También en Oviedo, **Rúaquince** es un *venue* en el actual palacio de los Marqueses de Santa Cruz del Marcenado con fachada del siglo XII e interior del XV, justo enfrente de la catedral. En el jardín interior se organizan cenas de gala para 200 comensales. Distintos espacios para sesiones de trabajo y cócteles se reparten entre los dos pisos. La segunda planta alberga además tres apartamentos.

Desde el pasado mes de agosto es posible subir a la emblemática torre de la catedral de Oviedo. Las vistas panorámicas

## Teambuilding en Asturias



#### Descenso del Sella

Simular ser un piragüista en el Descenso Internacional del Sella permite descubrir el paisaje en torno a Arriendas, desembocando en la localidad costera de Ribadesella, y con paradas en la ribera durante las que reforzar lazos.

#### Expertos en queso

Oficialmente hay 42 variedades de queso artesanal en Asturias, pero sumando las variantes se superan las 200: con leche de vaca, oveja, de cabra; hasta con las tres leches juntas... el reto es aprender a diferenciarlos.



#### Clases de arte

El prerrománico asturiano es un estilo propio a la región y sus principales ejemplos se sitúan en torno a Oviedo, una ciudad salpicada de esculturas que localizar durante una búsqueda del tesoro.

#### Olimpiadas rurales

En el Museo del Pueblo de Asturias se pueden organizar divertidas olimpiadas inspiradas en las tradiciones rurales: entre ellas la rana; los bolos, el tiro de cuerda en grupo y otras actividades inspiradas en los juegos que entretenían a los mineros.



de la ciudad desde su cima es la recompensa a la subida de 184 escalones por la escalera del siglo XVI que conduce hasta un mirador, a 50 metros de altura.

Sin salir del bonito casco histórico de Oviedo, una ciudad que presume de tener peatonalizadas 90 de sus calles, **Trascorrales** es otro *venue* singular en el antiguo mercado de pescado, terminado de construir en 1866.

El **Teatro Palacio Valdés de Avilés**, inspirado en el Liceo de Barcelona, fue inaugurado en 1920 y sigue siendo la prueba tangible de la gran tradición de teatro que identifica a la ciudad. Todo sigue siendo original, hasta los 750 asientos. El *suele* elevable permite crear un espacio para cenas de gala de 180 invitados. El *foyer* se utiliza para cócteles de hasta 150 asistentes.

### Gastronomía aplicada a eventos

Si algo caracteriza a la región de Asturias es su afamada gastronomía, basada en los mejores productos del mar y la montaña, que comparten protagonismo con los quesos. Asturias es la región productora de quesos artesanales más prolífica de Europa, contando más de 200 variedades.

La degustación no puede faltar en ningún programa, como tampoco una estancia en Asturias sería completa sin intentar escanciar la sidra. Los camareeros sorprenden a los visitantes echando la bebida al borde de un vaso grande desde la altura que el brazo les permite. Este



escanciado remueve la sidra, que se sirve en pequeñas dosis —*culos* o *culines*— destinadas a ser tomadas sin dejar reposar. Las risas están aseguradas en las competiciones de escanciado que se organizan en muchos lagares.

## Si algo caracteriza a Asturias es su gastronomía, con más de 200 variedades de queso

**Casa Trabanco** es uno de los productores de sidra más famosos y cuenta con dos espacios para eventos. En el conocido como Trabanco Lavandera, en las afueras de Gijón, también se puede descubrir

el proceso de elaboración de la sidra. Trabanco Sariego, a media hora de la ciudad, es un lugar de embotellamiento cuyos espacios cuentan con una bonita estética industrial. Aquí se pueden organizar banquetes de hasta 160 invitados.

Muy cerca del centro de Gijón, **El roblón de Castiello** es el restaurante del club del campo de golf del mismo nombre. La cercanía de la ciudad sorprende mientras se aprecia la tranquilidad del lugar. Hasta 200 personas pueden disfrutar de un cóctel en la terraza, que cuenta con espacios cubiertos en caso de lluvia.

**Tierra Astur** es otra marca indisoluble de Asturias. Con varios restaurantes en la región, incluyendo en las principales ciudades. La última apertura en Oviedo cuenta con un salón para eventos con capacidad para 180 personas en teatro. 16.000 botellas de sidra decoran un original espacio muy demandado para degustaciones. Sirva como ejemplo que en su catálogo figuran 102 variedades de queso local. La tienda ejerce de puesto de *sou-*

*venirs* declinados hacia el placer del paladar. Muy cerca, el cocinero asturiano Nacho Manzano inauguró **Nastura**, con 200 cubiertos y terraza cubierta. **La Pondala** en Gijón, es un clásico, también con terraza, que desde 1891 deleita los paladares en numerosos eventos.

### Experiencias únicas

Uno de los grandes atractivos de Asturias es que resulta muy sencillo cambiar de paisaje, sumergirse en entornos rurales tras una sesión de trabajo en la ciudad o disfrutar de actividades mágicas por su simpleza. Es el caso de la visita de la **Lonja de Avilés**, donde cada día se sigue despachando el pescado que procede del mar Cantábrico. Los grupos pueden asistir a las subastas diarias. La más vistosa es la que se celebra por las tardes.

Puede ser el complemento a la visita de Avilés, que alberga uno de los cascos históricos mejor conservados del norte de España. Es además un interesante ejemplo de reconversión, pasando de ser un referente en cuanto a niveles de contaminación en los años 80 del siglo pasado, a una prueba de lo contrario cuarenta años más tarde.

## En la Lonja de Avilés los grupos pueden asistir a la subasta de pescado, especialmente vistosa por las tardes

El compromiso con la sostenibilidad y el medioambiente de muchas de las actividades propuestas encajan con las políticas regionales al respecto, lideradas por Gijón, ciudad certificada como Biosphere Destination. La ciudad es además uno de los cinco destinos españoles reconocido como Smart Tourism Destination.

La implicación de la ciudad se extiende a las empresas del sector, siendo creciente el número de proveedores reconocidos por sus buenas prácticas. Entre ellas figura **Bioparc Acuario de Gijón**, que también se ofrece como *venue*. El fondo del auditorio de 69 plazas es uno de los acuarios del complejo. También se pueden organizar cócteles y cenas de gala en los diferentes mundos marinos representados. Forma parte de las novedades de la ciudad el restaurante **Kraken** que ocupa el piso superior, ofreciendo vistas panorámicas del litoral. Los platos no solo se inspiran en el acuario, sino que utilizan ingredientes que proceden de él.

Ya se han organizado sesiones de yoga con el apacible movimiento de los peces de fondo. También búsquedas del tesoro a través de las que aprender sobre el universo marino.

El mercado de **El Fontán** en Oviedo es todos los días de la semana allí donde la población local se provee de los mejores productos de la región. Organizar una *gincana* a través de

la que entrar en contacto con los locales es especialmente fácil en Asturias, cuyos habitantes no solo tienen fama de disfrutar de la mesa sino de gozar de un marcado sentido de la hospitalidad.

El pasado minero de la región también da lugar a experiencias inolvidables. El **Museo de la Minería (MUMI)** propone un recorrido por una mina reproducida a escala real. En el **Pozo Sotón** los grupos descienden en un montacargas real a una mina auténtica, en una vivencia que no deja indiferente a nadie, más aún cuando se acompaña de las explicaciones de algunos de los mineros que trabajaron aquí.

El pasado más remoto remonta a la época en la que los dinosaurios habitaron, y dejaron sus huellas, en un litoral de postal. Existe un museo dedicado en Colunga, el **Museo del Jurásico de Asturias (MUJA)**.

## Información práctica



Huso horario  
GMT +1

Moneda  
Euro (EUR)



Tipo de enchufe  
Clavija tipo C/F  
Voltaje común 220V

Aeropuertos de acceso:  
Aeropuerto de Asturias  
(OVD)



Más información  
TURISMO DE ASTURIAS  
Departamento de Comercialización  
contacto@turismoycultura.asturias.es  
Tel. +34 985 185 858  
www.turismoasturias.es



### Marcada personalidad

Asturias es una región pequeña de inmensa riqueza cultural. Uno de los mejores lugares para apreciarlo es el **Museo del Pueblo de Asturias** en Gijón. No solo es posible conocer desde la relevancia de la cocina en las relaciones sociales a los diferentes instrumentos de música que tanto han aportado a una cultura musical coronada por la gaita. El museo es escenario de numerosos programas de *teambuilding* en los que se reproducen juegos tradicionales en forma de olimpiadas con las risas aseguradas.

gustación de quesos elaborados en el mismo lugar donde los participantes se sientan a degustar.

Los más afortunados podrán disfrutar de las panorámicas durante un paseo en globo, un producto turístico disponible todo el año siempre y cuando la climatología, no siempre favorable, lo permita.

No obstante, la climatología en forma de lluvia es una de las sorpresas que pueden incluir los planes en esta región, por



Vista aérea de Ribadesella

En relación a la historia más actual, la fascinante reintroducción del quebrantahuesos y la protección del oso no solo invita a colaborar con entidades comprometidas con la protección de la naturaleza. También a admirar increíbles paisajes de montaña como los que ofrecen los lagos de Covadonga, a 1.000 metros de altura, en el corazón de la cadena montañosa de los Picos de Europa. Además de observar a los animales y aprender a localizarlos, el programa se puede completar con la visita de una majada de pastores y la de-

eso siempre es necesario disponer de un plan alternativo al aire libre. Opciones no faltan en un lugar que le debe gran parte de su belleza, teñida de cientos de verdes y azules, a su clima, y no se amilana ante los grises que pueden acompañar muchas jornadas.

La riqueza que se puede descubrir tanto en exteriores como en interiores, sumada a la hospitalidad de los habitantes de Asturias, vuelven agradable cualquier día con mal tiempo.

# HABLANDO CON LA NATURALEZA

Muy cerca de Oviedo, en la localidad de San Cucao, no solo existe un gran espacio para eventos (hasta 350 personas en banquete) junto al castillo del mismo nombre. La familia que regenta las instalaciones es de lo más peculiar: uno de los hermanos enseña a los grupos a fabricar divertidos sombreros de fiesta. Otro es un maestro del piano que puede amenizar cualquier velada con divertidos *quizz* musicales en todos los estilos. Otro miembro de la familia se ha especializado en el *coaching* con caballos.

El bonito entorno incita a dejarse llevar en esta actividad, destinada a tanto a equipos como a responsables de los mismos, que necesiten conocerse mejor. Es un modo de obtener herramientas que les permitan aumentar la empatía, motivación, compromiso y rendimiento, tanto propio como del personal. Los caballos también pueden asistir en procesos de selección, ya que el candidato/a demuestra aptitudes y actitudes difíciles de observar en otras circunstancias.

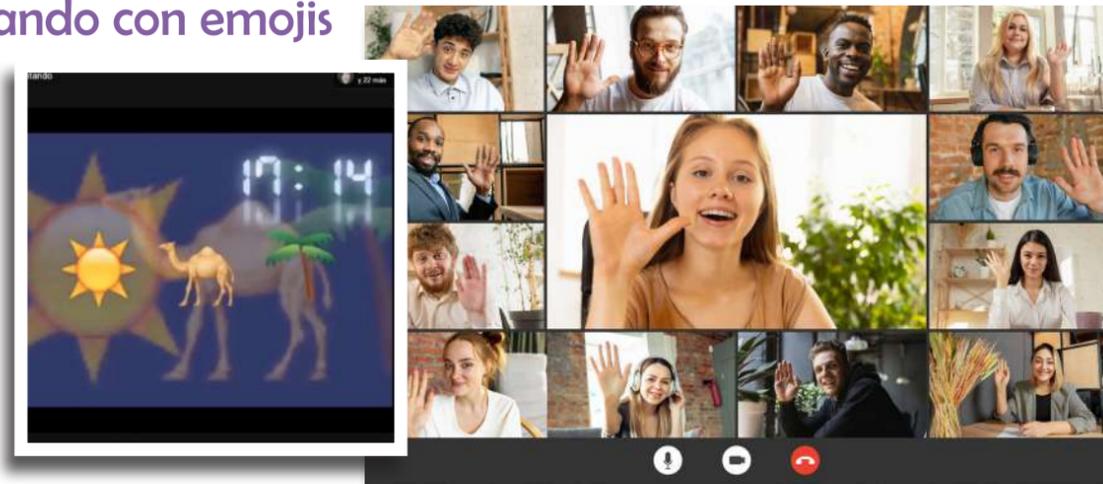
Los animales se pueden integrar en dinámicas de grupo de hasta quince personas, con el claro objetivo de conocerse mejor y dedicarse a uno mismo y a los demás de una manera muy original, que además puede abrir caminos hacia una mejor salud mental.

# TEAMBUILDING

Por **Cristina Cunchillos**

Mejorar la comunicación entre los miembros de un equipo y fomentar la creatividad son objetivos que se pueden lograr con programas de *teambuilding* que inviten a expresarse a través de emojis, esculpir palabras en un bello grabado o hacer un delicado bordado en un tejido de seda que entre todos hayan contribuido a crear.

## Comunicando con emojis



Añadir un emoji al final de un mensaje se ha convertido en algo habitual en la era digital como vía para reaccionar a algo o expresar una emoción. La empresa mexicana **Worknroll** recurre a estos símbolos como forma de comunicación en una divertida dinámica de *teambuilding* virtual. La actividad consiste en una sencilla competición entre los miembros del equipo que se conectan por videoconferencia desde diferentes ubicaciones. Un coordinador presenta mensajes creados solo con figuras de emojis, indicando por ejemplo si se refieren al título de una canción o película, o tal vez un mensaje o eslogan corporativo, que los participantes deben adivinar a la mayor brevedad para acumular puntos. El equipo que más puntos acumule se proclama ganador al final.

Esta actividad se puede adaptar para poner a prueba el ingenio de los participantes, invitando a que sean ellos, colaborando en equipos, quienes decidan qué emojis usar para representar una frase preestablecida. También existe la versión de competición entre dos equipos, en la que cada uno se esfuerza en diseñar la combinación más oculta o adivinar una frase con emojis elaborada por sus contrincantes.

## Extracción de seda



El DMC croata **Konture** ofrece a los grupos la oportunidad de conocer, de principio a fin, una de las tradiciones más arraigadas de la región de Konavle, en el interior del país: la producción de seda y el bordado a mano de los delicados tejidos con los que elaboran sus trajes típicos.

En la visita a la granja de gusanos de seda y taller AR Atelier en la localidad de Gruda, pueden aprender sobre la cría de gusanos de seda y, entre marzo y noviembre, observarlos en las diferentes fases de su metamorfosis de larva a mariposa. Si la visita se realiza en el momento clave en el que los capullos están listos para la extracción de la seda, participarán en este proceso siguiendo el método tradicional utilizado durante siglos. Además de ayudar a extraer los filamentos con los que posteriormente se harán los tejidos, pueden completar esta actividad con un taller de bordado sobre seda. Tras una demostración de cómo se consiguen los coloridos motivos tan típicos de los trajes tradicionales, pueden dar rienda suelta a su creatividad creando sus propios diseños.

## Escritura árabe



La escritura no es solo una herramienta de comunicación, también se utiliza como elemento decorativo en la arquitectura islámica. El receptivo **MTI** (Morocco Travel Incentive) Tours propone en Marruecos talleres de escritura árabe como una forma de desarrollar la creatividad a la vez que se alivia el estrés y se refuerza la cohesión del equipo.

Un experto en caligrafía realiza una demostración de este arte y enseña a los participantes a escribir sus propios nombres, o el nombre de la empresa, con caracteres árabes. Tras un poco de práctica, podrán llevarse como recuerdo una original postal con su nombre en árabe, escrito por ellos mismos. Pero es posible ir más lejos y transferir esa misma palabra, u otra diferente, a una placa de yeso. Con las herramientas adecuadas y siguiendo las instrucciones de expertos, procederán a tallar la palabra en el yeso. Con sumo cuidado y paciencia, conseguirán finalmente un delicado grabado similar a los ejemplos que hayan podido ver en mezquitas y otros monumentos del país.

PURO INCENTIVO

BARILOCHE (ARGENTINA)



# MAGIA SUREÑA

Explorar la Patagonia sigue sonando a sueño de aventurero. Más suave y con un clima más apacible del lado argentino que del chileno, estas tierras de lagos y montañas que tanto tardaron en ser exploradas esconden cerros y animales míticos, un interesante crisol de culturas y variadas opciones para grupos MICE.

Por Eva López Alvarez

La Patagonia es una región natural que ocupa todo el sur del continente americano. Compartida entre Chile y Argentina, Bariloche ejerce del lado argentino de puerta de entrada y capital turística de una amplísima extensión natural que, si bien alberga centros turísticos con infraestructuras de primer nivel, ofrece innumerables espacios donde sentirse alejado del mundanal ruido y revivir las experiencias de los primeros conocedores de una de las últimas regiones exploradas del planeta.

A dos horas de vuelo de Buenos Aires, San Carlos de Bariloche (únicamente "Bariloche" para los locales) se sitúa entre dos paisajes contrapuestos: el de una estepa semidesértica donde imperan los ocres y amarillos y el de un bosque patagónico de altura en el que los robles milenarios conviven con abetos y pinos introducidos por los colonos europeos que comenzaron a habitar el lugar a mediados del siglo XIX.

Coincidiendo con el otoño local las postales que recuerdan a los Alpes europeos se tiñen de marrón y los hoteles ofrecen sus mejores tarifas. Cada vez son menos los que cierran en esta época.



### San Carlos de Bariloche

A la oferta de Aerolíneas Argentinas se suma la de las compañías aéreas *low cost* JetSmart y Flybondi. El aeropuerto internacional del destino se encuentra a 14 kilómetros del llamado Centro Cívico, o plaza central de una población que cuenta 150.000 habitantes en su temporada más baja, el mes de mayo.

Fundada hace 120 años, aún conserva algunos ejemplos de la arquitectura de madera con la que construyeron los primeros colonos llegados al lugar. La calle Mitre, la principal de Bariloche, aglutina las tiendas para turistas y espacios donde degustar una de las tradiciones artesanales más arraigadas: la chocolatería.

**Mamuschka** es referencia desde hace 30 años de la fabricación artesanal que comienza con el grano, importado desde los países productores en el continente americano. Es la única chocolatería de Argentina reconocida con precios internacionales. Es posible asistir a la fabricación, participar en

juegos de mesa en los que se combina diversión y maridaje o agasajar a los invitados con piezas de chocolate personalizadas.

La catedral **Nuestra Señora de Nahuel Huapi**, erigida en 1946, ejerce de templo religioso y *venue* siempre y cuando el evento sea aprobado por las autoridades eclesiásticas. Generalmente se reducen a conciertos. Las vidrieras dan mucho juego para descubrir la historia de Argentina durante una visita guiada.

Junto a la costanera, el **BEC** (Bariloche Eventos y Convenciones) cuenta desde 2012 con tres salones diáfanos, todos con vistas al lago. El mayor tiene capacidad para 400 personas en cóctel en el mas grande. Ocupa el edificio de un antiguo casino y eso se percibe en la altura de las salas.

**Alma del Lago Suites & Spa** es el mejor hotel en el centro de Bariloche. Con cinco estrellas, cuenta desde 2011 con 95 habitaciones (16 de ellas sin vista y 25 con balcón). El *spa*

cuenta con piscina panorámica. En el restaurante, que parece sobrevolar el lago y se abre también sobre la recepción, se organizan cócteles para un máximo de 80 invitados.

### Nahuel Huapi

El Parque Nacional Huapi fue el primero creado en Argentina. Las tribus mapuches asentadas en el lugar denominaron el lago como "Isla del Tigre", refiriéndose seguramente a los pumas que aún se pueden ver, muy raramente, en sus riberas. Con más de 550 km<sup>2</sup> de superficie, es uno de los mayores lagos de la Patagonia.

Quienes hayan visitado el lugar antes de 2011 podrán comprobar que el color del lago es diferente, como consecuencia de las emisiones de ceniza procedentes de un volcán que erupcionó en Chile y cubrió de cenizas la ciudad de Bariloche y el Nahuel Huapi.

A las aguas del lago, rodeadas de cerros emblemáticos, se asoman los numerosos hoteles que salpican la avenida Bus-



## Mi Patagonia argentina

### Pablo Divita

Director de Surface Travel

### ¿Por qué ir a la Patagonia argentina?

Por ser un lugar especial en el mundo y de eso tratan los incentivos, de propuestas especiales

### Mi lugar favorito

El lago Nahuel Huapi: es un lugar fantástico que me trae mucha paz y disfruto todos los días

### Mi actividad favorita

*Snowboard* en el cerro *Catedral* porque ofrece muchos escenarios diferentes entre sus bosques, pistas y las experiencias fuera de pista

### Los grupos no se pueden ir de Patagonia sin:

- Realizar una actividad en la estepa, ya sea de relax o multiaventura
- Comer un asado argentino ¡no puede faltar el cordero!
- Navegar por el lago Nahuel Huapi a bordo de la embarcación *Modesta Victoria*, emblemática por tener más de 80 años



tillo, conocida por los habitantes como "los kilómetros". En realidad, es la carretera que rodea el Nahuel Huapi.

**La Cascada Casa Patagónica by Don** es establecimiento de cuatro estrellas que ofrece 30 habitaciones junto al lago. La playa propia se ofrece para actividades de *teambuilding*. El amanecer es uno de los mayores atractivos de este oasis de tranquilidad que tiene como único ruido de fondo la cascada que decora el recinto y las olas del lago en los numerosos días con viento.

**Águila Mora Suites & Spa**, también de cuatro estrellas, es el hotel más nuevo en el destino. Fue inaugurado en 2018 como complejo de apartamentos. Los 40 que engloba cuentan con cocina y salón separado de la habitación, la gran mayoría con vistas al Nahuel Huapi.

El salón para desayunos se utiliza también para eventos a partir de las 13h. Tiene acceso directo a un bonito espacio exterior para eventos junto al fuego y con las aguas del lago como fondo. Un pequeño *spa* cuenta con piscina climatizada operativa todo el año.

**Design Suites** es otro complejo de cuatro estrellas sin cierre en temporada baja. Cuenta con 78 habitaciones repartidas en cuatro edificios, lo que genera que menos de la mitad tengan vistas

al lago. Cuenta con un pequeño salón para eventos.

**Villa Huinid** es un recinto vecino que cuenta con dos hoteles, de cuatro y tres estrellas. El de cuatro ofrece 70 habitaciones y un restaurante *gourmet*. El establecimiento de tres estrellas está situado a 150 metros de altura y alberga tres salones, uno de ellos con vistas desde la terraza.

#### Cerro Otto

Desde Bariloche parte un funicular que asciende a la cima del cerro Otto, la montaña a cuyos pies se encuentra San Carlos de Bariloche. Con una altura de 1.405 metros, es el primer lugar donde se practicó esquí en Latinoamérica.

Con vistas al pico Tronador –emblema del *skyline* de esta parte de la Patagonia y conocido por sus condiciones para la práctica del esquí de fondo–, los grupos pueden realizar una caminata por el bosque patagónico de altura admirando las

*lengas* -o robles de Tierra del Fuego- y los curiosos líquenes en forma de "barba de viejo" que decoran el entorno.

La recompensa a la caminata se declina en forma de panorámicas de las que cortan la respiración en el **Refugio Arelauquen**. En los meses de más calor se ofrece el cordero patagónico, abierto y cocinado sobre el fuego durante varias

horas para grupos de hasta 40 personas. En los meses de frío, la carta se dedica a las *fondue* de queso y chocolate en grupos de 16 personas que pueden llegar al lugar en motoneve. Todas las opciones se acompañan de las inolvidables vistas a los lagos Nahuel Huapi y Moreno y el cerro Catedral.

Por el bosque se accede a **Arelauquen Golf & Country Club**, una urbanización privada que cuenta con un campo de golf de 18 hoyos y un aparthotel franquiciado de Marriott con 27 habitaciones. Tiene piscina climatizada y restaurante de cocina patagónica con terraza y vistas al campo de golf.

### El bosque patagónico de altura es hábitat de curiosos líquenes llamados "barba de viejo"

#### Circuito Chico

El llamado Circuito Chico Circuito es un recorrido de 40 kilómetros al borde del lago Nahuel Huapi y con la entrada en penínsulas como la de Llao Llao, que se rodea también de las aguas del lago Moreno, por lo general más tranquilas que las del Nahuel Huapi. A lo largo de este circuito se concentran emblemas hoteleros, rutas por el bosque de abetos y miradores desde los que admirar los magníficos paisajes rodeados de cumbres andinas.

**Llao Llao**, a una hora del aeropuerto, es el hotel más famoso y sede de los incentivos de mayor tamaño gracias a sus 205 habitaciones. El edificio principal data de 1940 y cuenta con una azarosa historia. Incluye una inauguración en 1939 y la reapertura tras una reconstrucción completa en 1940. El motivo fue el gran incendio que asoló el complejo en su primer año de vida.

En 2007 fue ampliado con un ala que alberga 43 habitaciones, todas con *jacuzzi* y vistas al lago Moreno. Cuenta con dos restaurantes, uno *gourmet* especializado en cocina local y otro en carnes a la brasa. Para eventos se ofrecen cinco espacios, el mayor con capacidad para 400 comensales. Las dos piscinas, exterior e interior, están climatizadas todo el año.

Un campo de golf de 18 hoyos rodea el hotel, desde el que se organizan numerosas actividades para grupos de incentivo como las clases de tiro al arco o las caminatas en el vecino bosque de arrayanes. Desde el muelle se organizan salidas al lago y programas de *teambuilding* en forma de olimpiadas que incluyen deportes en el agua del tipo de *kayak*, *paddle up* o competiciones en la arena.

#### Artesanías locales

La artesanía local no solo se declina en forma de chocolate, también de cerveza. Hay 30 cervecerías artesanales en

Bariloche. **Patagonia** no solo es un lugar de producción sino un *venue* singular desde 2016. Pertenece a un gran grupo industrial por lo que sus procesos no son artesanales, pero resulta interesante conocer las curiosas iniciativas que se generan en esta suerte de laboratorio cervecero. Hay variedades que solo se ofrecen aquí.

Los grupos pueden visitar el espacio de producción y conocer el proceso de elaboración como paso previo a una degustación con maridaje en cupos de hasta 18 invitados en la sala dedicada. Las vistas son la mejor decoración, tanto en el interior como en las distintas terrazas exteriores. Varios domos transparentes sirven para cupos de diez personas.

#### Isla Victoria

El vecino Puerto Pañuelo es el punto de partida para la excursión más demandada: la que conduce a la isla Victoria. Las

## Datos de interés



**Moneda**  
Peso argentino (ARG)

**Huso horario**  
GMT-3



**Tipo de enchufe**  
Clavijas tipo I  
Voltaje común 220 V

**Aeropuerto más cercano**

San Carlos de Bariloche - Teniente Luis Candelaria (BRC)



**Más información**  
BARILOCHE BUREAU  
Belén Marcaccini  
Coordinadora general  
+ 54 (294) 4683029  
info@barilochebureau.com.ar  
www.barilochebureau.com.ar



Bosque patagónico de altura

navigaciones privadas se realizan en yates con capacidad para diez pasajeros cada uno. También es posible privatizar el famoso navío Modesta Victoria, con capacidad para 300 pasajeros y pudiendo organizar una comida a bordo.

El receptivo **Frasson Travel Designer**, especializado en programas a medida, propone que tras 45 minutos de navegación los grupos, divididos en equipos, hagan caminatas, rutas en bicicleta, *kayak*, yoga, clases de cocina... hasta converger en una playa donde comparten las recetas ela-

modo de percibirlo es navegando por el río Limay, Con la empresa **Extremo Sur** se organizan salidas en *rafting* de nivel 1 o *floating*, en barcasas para diez personas. Las tranquilas aguas también permiten organizar salidas en *paddle-up* o *kayak*. Las formaciones basálticas combinan a la perfección con los ocres y amarillos que colorean este paisaje.

Para sesiones más activas y de hasta 150 personas en los meses de septiembre a abril, se puede programar *rafting* de alta categoría en las aguas del río Manso.



boradas a lo largo de la mañana. En los meses de calor las aguas, aunque frías, incitan a muchos al baño.

### Estepa patagónica

En el paisaje de estepa, aunque esté muy cerca de Bariloche, llueve mucho menos, por lo que las garantías de buen tiempo para actividades organizadas son mayores en esta zona. El contraste con el paisaje alpino es sorprendente. Un buen

El paseo por las aguas del Lemay puede terminar en **El Mangrullo**, a 28 km de Bariloche. Este bucólico lugar a la orilla del río es muy utilizado para programar asados de cordero patagónico que se puede degustar en banquetes de hasta 150 comensales.

También se ofrece para actividades de *teambuilding* y sesiones de pesca.

### Teambuilding en entornos únicos

La temporada más alta en Bariloche coincide con la apertura de las estaciones de esquí, desde principios del mes de junio a finales del mes de septiembre. Si bien no es la época más demandada por los organizadores de viajes de incentivo, esquiar en Bariloche y realizar actividades en la nieve sigue atrayendo a numerosas empresas argentinas y chilenas.

Las aguas de los distintos lagos pueden ser el marco de actividades de *teambuilding* aunque los vientos proceden-

Frasson Travel Design ha creado una propuesta permanente de *glamping* cada vez más demandada para grupos en incentivo. Situado a 90 kilómetros al sur de Bariloche, en un entorno de estepa, cuenta con doce carpas y se puede ampliar hasta 30, con capacidad máxima para tres personas por unidad de alojamiento.

También es posible crear un campamento entre los meses de noviembre y abril en el que, los participantes en un viaje de incentivo de hasta 90 personas, pueden incluso colabo-



tes de Chile hace que en algunos lugares pueda ser más complicado. Llao Llao es el hotel más apropiado para este tipo de programas si se pretende evitar transfers. Esos mismos vientos procedentes del Pacífico son los que permiten organizar competiciones de *kite surf* en el verano local. La leyenda del Nahuelito, adaptación local del monstruo del lago Ness escocés, da mucho juego para las actividades organizadas en el lago.

rar en la preparación del campamento montando carpas de 20 m<sup>2</sup>. Por la noche se observan las estrellas, por el día se asiste a clases de cocina en las que aprender a preparar las empanadas argentinas y, entretanto, se practica *rafting*, se programan caminatas o se realizan salidas a caballo.

Como parte de la propuesta Helipicnic, en helicóptero y en grupos de cuatro pasajeros se puede hacer el traslado en

vuelos escénicos de 40 minutos. Una vez en lo alto de la montaña, los grupos disfrutaron de una comida inolvidable en las alturas.

La observación del cielo es otro de los grandes atractivos de Patagonia. De la mano de **UTS**, hasta 40 personas pueden disfrutar de una clase magistral sobre el presente, el pasado y el futuro de la mano de un astrónomo mago que no dejará de sorprender a los visitantes.

**Esencia Patagonia** ofrece las propuestas más exclusivas, todas en base a un mensaje de compromiso y sostenibilidad cuya aplicación empieza por la propia empresa, certificada como empresa "triple impacto": en la economía, el medioambiente y la comunidad local.

Las tarifas incluyen la compensación de la huella de carbono, actualmente en proyectos destinados a la conservación de la naturaleza en la que pueden participar los propios viajeros. De este modo pueden contribuir en proyectos de conservación del cóndor o sembrar semillas en un vivero de plantas nativas en la isla Victoria.

**Fuegos de Patagonia**, gestionado por Esencia, es un *venue* con muelle junto al lago donde se programan actividades relacionadas con los deportes acuáticos y el disfrute de la naturaleza. A partir de la medianoche, en las instalaciones de la ribera del lago se organizan *silent parties*.

#### Destino deportivo

Son muy numerosas las citas deportivas que atraen a los organizadores de incentivos. El **Club Deportivo Pehuenes** organiza a finales de enero el Triatlón Escape de la isla Huemul, combinando natación (1500 metros), carrera en bicicleta (40 kilómetros) y a pie (10 kilómetros). Es solo una de

las citas que se ofrecen en un destino donde el esquí es rey, pero también hay espacio para otras disciplinas.

En todas ellas los marcos son incomparables y recomendables en cualquier época del año. La nieve decora de blanco bosques y lagos en el invierno local, dejando paso a los amarillos de la estepa en primavera y los rojos, naranjas y marrones que anuncian el otoño. Todas postales de película para incentivos en los que el aire libre es la mayor recompensa.

### Las tarifas de Esencia Patagonia incluyen la compensación de la huella de carbono

## Recetas únicas

Lucas Mallmann es sobrino de Francis Mallmann, el cocinero más famoso de Argentina e hijo adoptivo de Bariloche. Especializado en la cocina a la parrilla, sigue la estela de su tío ensalzando el fuego como recurso para la elaboración de sus platos. Realiza asados al aire libre que, basados en la simplicidad, generan resultados *gourmet* en entornos únicos.

La cocina sobre chapa es la más famosa y sobre ella se cocinan todo tipo de productos, desde el cordero patagónico a la trucha, pasando por vegetales y hasta postres. En torno al fuego, los grupos no solo descubren una nueva manera de tratar los alimentos, sino que sociabilizan mientras disfrutan de la naturaleza.

Un marco utilizado en incentivos es la estancia El desafío. En un entorno de estepa y tan solo 20 kilómetros del centro de Bariloche, los viajeros tienen muchas posibilidades de observar el mítico cóndor, ya que anida en el cercano cerro La Buitrera.



# One Place. One Week. One Reason. **Business.**

Take me to **IMEX**  
Register at [imex-frankfurt.com](https://imex-frankfurt.com)

**imex**  
**FRANKFURT**  
23-25 MAY 2023

# LA NUEVA OFICINA

En la reactivación pospandemia, la oficina ya no es un lugar impuesto y único. Los profesionales, sobre todo los más jóvenes, exigen elegir dónde, cuándo y cómo llevar a cabo sus tareas siendo ellos quienes definen en qué entorno son más efectivos y pueden cuidar de su salud mental.

Por **Cristina Cunchillos**

La vuelta al trabajo tras la pandemia no significó necesariamente un regreso a la oficina. Al menos, no al concepto anterior de oficina. Muchas cosas han cambiado en el ámbito laboral, tal vez para siempre. El espacio de trabajo concebido como un lugar impuesto al que regresar cada día en el mismo horario forma parte de esos cambios.

Atrás quedan las oficinas con un horario laboral fijo y establecido independientemente de las cargas de trabajo, en las que cada empleado tenía un escritorio propio donde colocar la foto de la familia. La oficina no solo era el lugar de trabajo, sino un punto de encuentro con los compañeros, en el que se aprovechaba el momento del café, o el encuentro casual junto a la fotocopidora, para preguntar por los planes para el fin de semana o intercambiar opiniones sobre temas de trabajo. También era el espacio donde se podían discutir de manera improvisada nuevas ideas o resolver problemas sobre la marcha.

## Cambios prepandemia

Ya antes de la pandemia se empezaron a introducir cambios. Algunas empresas adoptaron el *hot desking*, permitiendo a los

empleados utilizar diferentes escritorios según estos estuviesen libres en determinados días u horas, haciendo así un uso más efectivo del espacio.

La imposición del teletrabajo con la pandemia demostró en algunos casos que se puede ser igual de productivo (o más) trabajando desde casa. También quedó patente que la facilidad que esto suponía para conjugar la vida laboral y la familiar generaba un impacto muy positivo en los empleados. El 74% de los encuestados en un estudio de la plataforma Owl Labs afirmó que el teletrabajo mejoraba su salud mental.

Además, deslocalizar las oficinas físicas supuso ahorros, tanto para los trabajadores como para muchas empresas, y esto se reveló como una vertiente de la operativa más sostenible. Por eso no es de extrañar que muchos profesionales (y también algunas empresas) defiendan el mantenimiento de este modelo.

A esto se suma la irrupción en el mercado de la nueva generación de *centennials*, jóvenes que valoran la salud y el bienestar por encima de otras condiciones laborales, y están acostum-

brados a conectarse desde casa. Estos nuevos trabajadores exigen mayor flexibilidad en el ámbito laboral.

## La oficina dinámica

La "oficina dinámica" es una de las grandes tendencias de este año según el informe IBTM World Trends Report 2023 de Alistair Turner, director de la agencia Eight PR. Se trata de un modelo de trabajo híbrido en el que algunos (o todos) los empleados trabajan de forma remota en mayor o menor medida mientras que otros permanecen en la oficina.

Según una encuesta global de la empresa de *software* Citrix, el 57% de los trabajadores prefiere este formato de trabajo híbrido, ya que no todos quieren trabajar desde casa. Mientras que el 46% afirma que seguiría teletrabajando, muchos prefieren volver a la oficina, ya sea por unos días o a tiempo completo. Lo que se exige hoy en día es la flexibilidad para poder elegir.

Para el 17% de los trabajadores esto es incluso más importante que el salario, mientras que el 69% se plantearía dejar su puesto si no le ofrecen la posibilidad de elegir en qué entorno desarrollar su actividad. Un estudio de la empresa de telecomunicaciones AT&T estima que en 2024 el modelo de trabajo híbrido prevalecerá en un 81% de los negocios.

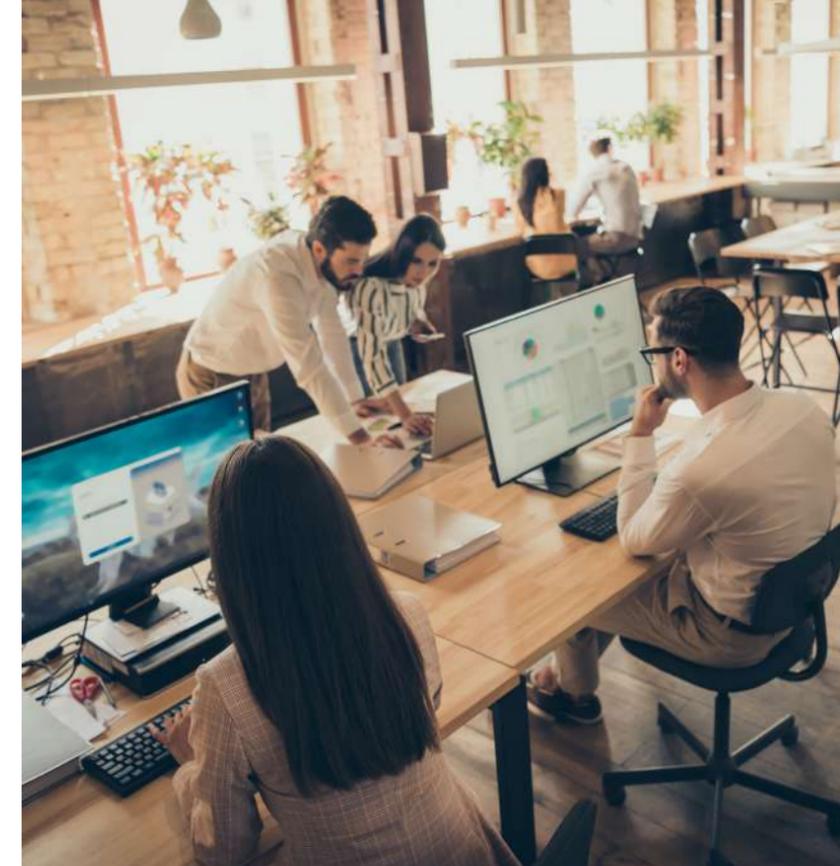
## Oficinas compartidas

El teletrabajo está transformando también las propias oficinas físicas. Empresas que antes contaban con grandes sedes en centros urbanos se han visto obligadas a trasladarse a otras más compactas para evitar pagar por un espacio que sus empleados ya no utilizan. También es clara la tendencia a compartir instalaciones con otros negocios.

Porque cada vez más entidades optan por oficinas flexibles en espacios compartidos como los que ofrece Wework en ciudades de todo el mundo. Las empresas deciden cuánto espacio necesitan, lo que abarca desde un despacho privado o escritorios individuales a pisos enteros, así como dónde y cuándo lo quieren utilizar. La española Lexington también ofrece espacios de trabajo flexibles y reporta un aumento de la demanda del 50% en el último año, no solo entre autónomos y pymes, también por parte de grandes corporaciones.

## Nuevos hábitos

En lugar de tener un escritorio fijo, los profesionales ya se han habituado a compartir espacios de *co-working* con otras personas, ya sea dentro de una oficina, en una cafetería o en un hotel. Por eso muchos hoteles urbanos han abierto sus puertas a no residentes que buscan un sitio donde trabajar unas



horas, ofreciéndoles espacios compartidos con otros profesionales. En 2022, Meliá Hotels lanzó su servicio Out of Office, un concepto de *co-working* que no solo incluye espacios de trabajo y salas modulables para reuniones en el hotel, sino también una agenda semanal de eventos y experiencias para quienes estén utilizando sus instalaciones.

Sin embargo, el impacto de los cambios en los hábitos de trabajo va mucho más allá de los propios trabajadores o la oficina física. Está transformando comunidades enteras. Servicios y negocios que dependían de un tráfico regular del personal de las oficinas circundantes han de adaptarse para sobrevivir.

Para el 17% de los trabajadores, poder elegir el modelo de oficina es más importante que el salario

En el otro lado de la moneda, ciudades pequeñas, e incluso zonas rurales, donde la calidad de vida se considera mayor, atraen actualmente a profesionales que prefieren teletrabajar desde allí y dejar atrás el estrés de la ciudad.

## La oficina itinerante

El teletrabajo permite llevar la oficina a cuevas allá donde uno desee. Los nómadas digitales anteponen viajar a disponer de un espacio de trabajo fijo, aprovechando la tecnología para operar desde cualquier rincón del mundo.

Si antes la tendencia del *bleisure* suponía añadir días de ocio a un viaje de negocios, ahora lo que se busca son *workations*, estancias prolongadas en las que se suman momentos de trabajo a aspectos relacionados con un viaje de placer.

Para ello se eligen destinos u hoteles que ofrezcan ante todo buena conectividad.

Los hoteles han encontrado en esta tendencia una oportunidad de incrementar sus ingresos. Cadenas como Hyatt o Accor, entre otras, ofrecen tarifas especiales para largas estancias en las que los clientes pueden teletrabajar a la vez que disfrutan de los servicios del establecimiento.

También los destinos se esfuerzan por atraer a los nómadas digitales ofreciéndoles un estilo de vida atractivo y buena conectividad. Recientemente, el gobierno español ha lanzado un visado específico para nómadas digitales, que permite a teletrabajadores extranjeros establecer su oficina en el país por periodos de hasta cinco años, ofreciéndoles condiciones fiscales favorables.

### El evento como punto de encuentro

Con todas estas opciones, las plantillas son cada vez más fragmentadas y dispersas geográficamente. Esto ha hecho que los viajes de incentivo adquieran una mayor importancia estratégica ya que son la herramienta para estimular la conexión

entre los miembros del equipo, según reconoce SITE en su último Incentive Travel Index.

También los eventos adquieren una nueva dimensión. En lugar de ser una ocasión para escapar de la rutina diaria en la oficina, se convierten en un punto de encuentro en el que ponerle cara a compañeros y clientes, además de un espacio para tratar temas que antes quedaban relegados al espacio físico de trabajo.

De hecho, cada vez existe más demanda por sedes que cuenten con espacios para teletrabajar o realizar pequeñas reuniones en el marco del evento, de tal modo que el lugar donde se celebra se convierte en una suerte de oficina temporal. Compartir opiniones, interesarse por aspectos menos vinculados al área profesional o lanzar ideas para observar reacciones ya no tienen como marco la esquina de la fotocopiadora o la máquina de café.

Sea como sea el entorno de trabajo, la oficina considerada como un lugar privado detrás de una puerta opaca y cerrada forma parte del pasado.

Ante plantillas fragmentadas y dispersas, el viaje de incentivo adquiere una importancia estratégica



## Jason Allan Scott

Conferenciante especializado en MICE (Reino Unido)

“En un modelo híbrido es un reto mantener la cohesión entre equipos que trabajan a distancia”

### ¿Cuáles son las principales tendencias que están definiendo el entorno laboral?

Tres grandes tendencias están transformando tanto el lugar y la naturaleza del trabajo como a los propios trabajadores. La primera es la adopción de nuevas tecnologías como inteligencia artificial, *machine learning* y robótica en la oficina. La segunda es la nueva distribución física de la plantilla con el aumento de un modelo de trabajo híbrido. La tercera es el horario flexible. En algunos países se está probando la semana laboral de cuatro días. En este 2023 probablemente veremos más empresas que permitan a sus trabajadores adoptar un horario flexible que les permita combinar mejor el trabajo con sus necesidades familiares.

laboral de cuatro días. En este 2023 probablemente veremos más empresas que permitan a sus trabajadores adoptar un horario flexible que les permita combinar mejor el trabajo con sus necesidades familiares.

### ¿Qué ventajas tiene y qué retos presenta el modelo de trabajo híbrido con respecto a una oficina tradicional?

En un modelo híbrido los trabajadores pueden elegir dónde y cuándo hacer mejor su trabajo. Esto incrementa la productividad y transforma el aspecto físico de la oficina. Por otro lado, este modelo puede llevar a la extenuación de empleados en remoto que trabajan en exceso para compensar una posible sensación de que no hacen gran cosa, porque creen que sus compañeros en la oficina se piensan que no hacen nada. Es importante contar con la tecnología adecuada, plataformas en la nube como Google Workspace o Microsoft 365 que permiten trabajar desde cualquier lugar con la misma productividad. Sin duda, el mayor reto es mantener la cohesión entre los equipos, por la dificultad de mantener una relación con los compañeros desde la distancia.

### ¿Qué deben ofrecer las empresas para atraer a las nuevas generaciones de profesionales?

Para los trabajadores de la Generación Z, que crecieron durante la recesión de 2008, la conciliación de la vida laboral y personal, la posibilidad de teletrabajar y los horarios flexibles son prioridades máximas a la hora de buscar un empleo. Más de la mitad de los trabajadores de esta generación dejarían un puesto de trabajo que no les permita disfrutar de su vida personal. Por tanto, las empresas podrán atraer a esta nueva generación de profesionales asegurándose de que ofrecen un entorno de trabajo que permita una continua formación y la flexibilidad que demandan.



GRUPO  
PUNTO MICE



PUNTO MICE

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

[www.puntomice.com](http://www.puntomice.com)

PUNTO DMC

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

[www.puntodmc.com](http://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



# CHARLANDO CON

# Ana María Arango

Por Eva López Álvarez

**ANA MARÍA ARANGO ES LA RESPONSABLE DE PATROCINIOS Y ACUERDOS, ADEMÁS DE DIRIGIR EL CAPÍTULO LATINOAMERICANO, DE LA GLOBAL ASSOCIATION OF THE EXHIBITION INDUSTRY (UFI). DEFIENDE QUE LA SONRISA ES LA LLAVE QUE MÁS PUERTAS ABRE EN UNA INDUSTRIA EN LA QUE ES NECESARIO ESTAR SIEMPRE ACTUALIZADO**

**Me ha traído a este sector...** una coincidencia de la vida. Trabajaba en el sector de la tecnología, en IBM, y mi cuñada supo que en Corferias –uno de los mayores *venues* de América Lati-na– buscaban a alguien que trabajase en el ámbito internacional. Yo siempre había querido trabajar en una empresa donde fuese posible manejar relaciones internacionales. Envié mi currículum y quince días más tarde ya estaba trabajando en Corferias y AFIDA (Asociación Internacional de Ferias en América).

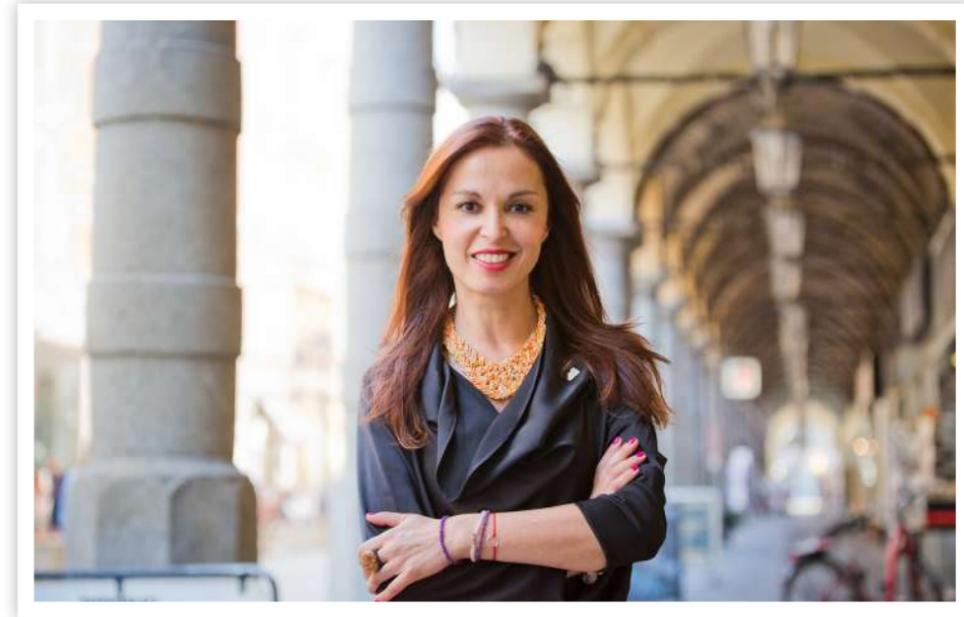
**Los mayores obstáculos con los que me he encontrado...** son los que uno se impone en su propia mente. Yo no he sentido obstáculos del tipo de ser mujer, límites jerárquicos, etc. Obviamente sí que existen, pero yo no los veo como obstáculos, sino como oportunidades para poder avanzar en mis propósitos. Soy consciente de que en la industria ferial europea hay una jerarquía fuerte desde el punto de vista masculino, pero no me fijo mucho en eso, sino que trato de seguir siendo quien soy. Asumo mi rol de Ana María, no uno basado en el si yo fuese hombre, el de Ana María mujer.... soy una profesional que persigue sus objetivos.

**La llave que me ha permitido abrir más puertas...** es **la sonrisa**. También la autenticidad: ser yo, ser yo misma.

**Admiro en este sector...** el gran dinamismo que hay. Esta industria es el espejo en el que se reflejan las tendencias de todas las demás industrias. Por eso es importante que seamos capaces de transformarnos para poder plasmar lo que pasa en las demás. Por ejemplo, si en la aeronáutica está habiendo cambios, las ferias y eventos vinculados a ese sector tienen que ser capaces de reflejar lo que está pasando.

**Pero muchos profesionales deberían entender que...** **tienen que disfrutar de su trabajo**, ya que es la manera de que parezca fácil, fluya y no se vea solo como algo que nos ocupa de tal a tal hora. No es el caso entre muchas personas que creen que no están donde deberían estar. En ese caso deben buscar un sitio que les haga vibrar.

**Entre los mejores recuerdos que tengo en la memoria...** están todos los eventos en los que he estado en diferentes partes del mundo. En los trece años que llevo en esta industria he tenido la oportunidad de viajar, no solo por América Latina sino por todo el mundo y no puedo quedarme con uno en particular. Puedo pensar en muchos, porque puedo conocer a gente de



otros países, descubrir cocinas diferentes... No obstante, me viene a la mente un momento vivido recientemente con colegas de UFI en la Exposición Universal de Dubái. Nos subieron a un mirador con un atardecer muy lindo que compartí con mis compañeros de trabajo y con otros profesionales de la industria.

**Si tuviese que darle un consejo a alguien que empieza en el mundo MICE...** le diría que siempre trate de estudiar mucho sobre lo que está pasando. **La reputación crece en la medida en la que uno esté seguro de lo que está tratando** y para eso tienes que saber sobre el tema. Para convertirse en un referente de la industria es necesario demostrar conocimiento, además de contar con el carisma suficiente para abrir puertas, ya que hay gente que sabe mucho pero no tiene la capacidad de abrirse a la gente. Me parece tan importante desarrollar las competencias técnicas como las que tienen que ver con darse a los demás.

**Para que un recinto pueda contribuir a que cualquier operación MICE sea un éxito tiene que tener...** dinamismo. Si es un recinto, debe saber adaptarse a la dinámica que requiera el evento, con espacios polifacéticos que se puedan vincular a la sostenibilidad, a la salud, a la diversión y con la capacidad de ser eficientes en términos de gastos para que con la menor inversión posible se puedan lograr los objetivos. La gente no debe sentirse encerrada en un lugar sino sentir que está en un espacio donde es posible sentirse bien. También es imperativo que el espacio pueda involucrarse en todos los procesos ligados a la sostenibilidad.

**Le deseo a esta industria...** que seamos capaces de incrementar los niveles actuales de profesionalización y fomentar mejores prácticas. Creo que la manera de conseguirlo pasa por las asociaciones, compartiendo información y experiencias con otros compañeros de la industria. También deseo que no seamos un sector cerrado donde nadie cuenta cuáles son sus mejores prácticas, sino que quienes componen el sector se abran a los demás para poder aprender de otros. Como asociación deseo que la gente realmente utilice los recursos que ofrecemos, independientemente de la asociación a la que pertenezcan, ya que contamos con contenidos y material de gran valor que muchos profesionales no conocen ni utilizan. Esta información es muy valiosa, ya que para ser mejores en cualquier operación es necesario generar un plan debidamente detallado e inspirado en lo mejor que ofrece la industria. Este es el mejor camino para conseguir cumplir los deseos de los clientes.

# El tablón de

# PUNTO MICE

Disfrutamos de Miami y su interesante oferta para convenciones e incentivos



Y recorrimos Asturias disfrutando de esta región del norte de España y los profesionales con los que coincidimos



Bailamos en Cali y nos deleitamos en el bucólico paisaje cafetero de Colombia



Descubrimos WAH, una fascinante experiencia en IFEMA (Madrid) que mezcla música en directo, performances, buena comida y diversión

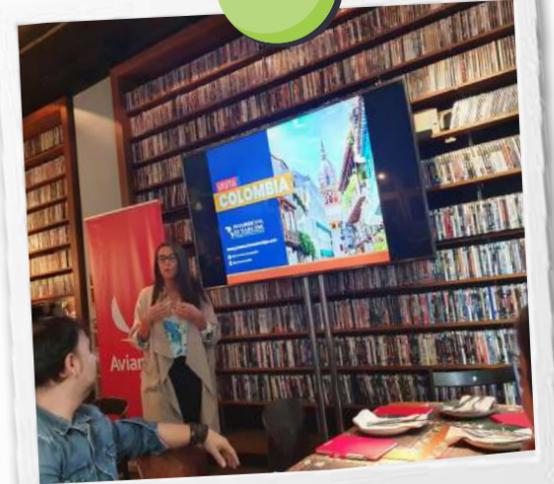


Los responsables de promoción de Huelva (España) se desplazaron a Madrid para hacernos descubrir sus delicatessen

Comprobamos en IBTM World que la industria remataba un buen 2022



Y en FITUR corroboramos que las perspectivas para este 2023 son excelentes



Estuvimos en la presentación de Colombia en Madrid, con Panamericana de Viajes y Avianca, organizada por Valinor Mundo Luso



Asistimos a la feria organizada por MICE Events en Tuluá (Colombia) y aprendimos muchísimo sobre la industria ferial



Nos reunimos en el balneario de Las Caldas (Asturias) y regresamos con nuevas ideas y estimulantes proyectos.



# AGENDA INTERNACIONAL



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 9 11 3427 5555

**Delegación México:**  
mexico@puntomice.com

[www.puntomice.com](http://www.puntomice.com)

**EDITORIA:** Eva López Álvarez  
eva.lopez@puntomice.com

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

**DELEGADA COMERCIAL LATINOAMÉRICA:** Andrea Durán  
andrea.duran@puntomice.com

**ESTRATEGIA DIGITAL Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES:**  
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

### SUSCRIPCIÓN

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

IMPRESO EN ESPAÑA Gráficas Andalusi

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



FEBRERO

28

### MEETINGS AFRICA

28 de febrero a 1 de marzo

La oferta MICE del continente africano se presenta en este evento que cuenta con un día previo dedicado a la formación a cargo de las asociaciones de referencia en el sector. Este año la provincia sudafricana de Gauteng tendrá un papel destacado.

**Sede: Sandton Convention Centre de Johannesburgo**

MARZO

16

### SITE INCENTIVE SUMMIT AMERICAS

16 a 19 de marzo

El ISA (Incentive Summit Americas) organizado por SITE Global cada año ofrece la oportunidad de formarse con expertos del sector y analizar las últimas tendencias en viajes de incentivo.

**Sede: Banff (Canadá)**

MARZO

21

### IT&CM CHINA / CTW CHINA

21 a 23 de marzo

Este año cohabitarán en Shangái los dos eventos más importantes de China relacionados con la industria MICE el *business travel*. Por el carácter híbrido que se le dará a esta edición, en abril la cita continuará en formato virtual.

**Sede: The Anandi Hotel and Spa Shanghai (China)**

MARZO

23

### GMF IBERIAN EDITION

23 a 25 de marzo

100 compradores españoles conocerán la oferta de cien proveedores de España y Portugal. Un programa formativo se centrará el rendimiento real de las inversiones en marketing y otros activos intangibles como los programas de sostenibilidad.

**Sede: Riojaforum - Logroño (España)**

ABRIL

16

### M&I EUROPA SPRING

16 a 19 de abril 2023

Estambul será la sede del primer M&I de 2023. 160 compradores europeos se reunirán con 150 proveedores, además de convivir durante tres días en torno a un programa dotado de actividades de inspiración turca.

**Sede: Hilton Bomonti Hotel & Conference Center en Estambul**

MAYO

23

### IMEX FRANKFURT

23 a 25 de mayo 2023

La gran cita del grupo IMEX en Europa reúne a compradores y proveedores de todo el mundo en Frankfurt. El salón incluye más de 150 eventos de formación y motivacionales.

**Sede: Messe Frankfurt (Alemania)**

JUNIO

13

### WEC23 de MPI

13 a 15 de junio

El World Education Congress (WEC) de MPI reúne a 2.500 profesionales de la industria MICE durante tres días en los que proveedores de referencia presentan su oferta, pero también se experimentan iniciativas de interés para los organizadores de eventos.

**Sede: Barcelo Maya Riviera Resort (México)**

JUNIO

22

### FIEXPO LATIN AMERICA

19 a 22 de junio

Destinos y proveedores de todo el mundo especializados MICE presentan su oferta ante responsables de asociaciones y empresas a nivel regional.

**Sede: Panama Convention Center**



## RIU Plaza Hotels

Los mejores destinos, la mejor ubicación y los mejores servicios para tus grupos y eventos.

### Norte América

NUEVA YORK · EEUU

Riu Plaza New York Times Square

Riu Plaza Manhattan Times Square

TORONTO · EEUU

Riu Plaza Toronto

CHICAGO · EEUU

Riu Plaza Chicago

SAN FRANCISCO · EEUU

Riu Plaza Fisherman's Wharf

MIAMI BEACH · EEUU

Riu Plaza Miami Beach

GUADALAJARA · MÉXICO

Riu Plaza Guadalajara

### Europa

LONDRES · REINO UNIDO

Riu Plaza London Victoria

DUBLÍN · IRLANDA

Riu Plaza The Gresham Dublin

BERLÍN · ALEMANIA

Riu Plaza Berlin

MADRID · ESPAÑA

Riu Plaza España

### América central

CIUDAD DE PANAMÁ · PANAMÁ

Riu Plaza Panama

Para más información y reservas visita [www.riuplaza.com](http://www.riuplaza.com) o escríbenos a [groups@riu.com](mailto:groups@riu.com)

As you like it

**RIU**  
PLAZA

# OBSERVATORIO PARANAL

Chile

[chileestuyo.cl](http://chileestuyo.cl)

# ANTOFAGASTA, UN UNIVERSO POR DESCUBRIR

Infórmate más en  
[Chileestuyo.cl/Antofagasta](http://Chileestuyo.cl/Antofagasta)



En Antofagasta  
**HAY CHILE**  
para todas y todos

**Antofagasta**  
REGIÓN

