

PUNTO MICE

La voz del sector

Estado de los incentivos y programas de *teambuilding*

Destinos

Norte de Tanzania
Granada (España)

Puro incentivo

Medellín (Colombia)

Análisis

La evolución de los aviones

Día a día

La relevancia del *duty of care* en la recuperación





INFRAESTRUCTURA
DE PRIMER NIVEL



ECONOMÍA
ESTABLE



CALIDAD
DE VIDA



AVANZADA
CONECTIVIDAD



PAISAJES
SORPRENDENTES



MODERNA
RED DE SALUD



COVID19
LÍDER EN VACUNACIÓN

EL DESTINO NATURAL PARA REUNIONES

DESCUBRE LOS CONVENTION BUREAUS QUE TIENE NUESTRO PAÍS EN 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



MEETINGS CHILE



ChileTravelMICE



Esta revista es una publicación de



GRUPO
PUNTO MICE

EMPRESA EDITORA: GRUPO PUNTO MICE

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

Delegación Argentina:
argentina@puntomice.com
+54 11 5168 5793

Delegación México:
mexico@puntomice.com
+52 55 4169 8267

www.puntomice.com
redaccion@puntomice.com

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

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

EJECUTIVA DE CUENTAS: Pilar Lafuente
pilar.lafuente@grupopuntomice.com

DIRECCIÓN DE ARTE Y DISEÑO: Paula Braña

PRODUCCIÓN: José Carlos Suárez

CORRECCIÓN: Claudia Cabrero

ADMINISTRACIÓN: Eugenio Salazar
administracion@puntomice.com

REDACTOR JEFE: Vincent Richeux
vincent.richeux@puntomice.com

HA COLABORADO EN ESTE NÚMERO:
Cristina Cunchillos

DESARROLLO WEB: Grupo PUNTO MICE

GESTIÓN DE REDES SOCIALES: Grupo PUNTO MICE
social@puntomice.com

SUSCRIPCIÓN

Bimestral: 6.50 euros / 9 dólares (IVA incluido)
Suscripción anual (6 números): 36 euros / 50 dólares
suscripciones@puntomice.com

IMPRESO EN ESPAÑA Gráficas 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



Y media partner de



Foto de portada: Tanzania



EDITORIAL



Por favor, cuidemos a una industria que renace

Si hay una conclusión que podemos extraer de esta edición es que la recuperación del MICE es directamente proporcional a la velocidad de la vacunación y la efectividad de los antidotos que están circulando por el mundo para atajar al Covid-19. Por eso las situaciones son tan diferentes en España o México, donde los viajes de incentivo retoman, con cautela pero paso firme, las convenciones empiezan a formar parte de los planes de las empresas y se organizan eventos en los que hemos tenido la suerte de participar.

Y, sin embargo, en Chile se anunció recientemente un nuevo confinamiento, en Argentina la situación no mejora, en Perú parece ir a peor, mientras que en Colombia la incertidumbre es total. Mientras que sus vecinos estadounidenses ya están asistiendo a convenciones de hasta 500 delegados ¡y fuera de sus fronteras!

La desigualdad de la recuperación del MICE en el mundo hispanohablante es flagrante en estos momentos, igual que lo es el temor a descubrir en septiembre que allí donde las cosas parecían mejorar hemos estado viendo un castillo de naipes que podía derrumbarse... Por eso solo nos queda desear que mientras que la mejoría se afianza en algunos de los países desde los que nos están leyendo, la recuperación empiece a vislumbrarse por fin en los que aún siguen esperando.

Y, entre tanto, lamento tener que denunciar que ciertos proveedores parecen haberse olvidado de que llevamos meses y meses deseando volver a ver a viajeros en los aeropuertos, a pasajeros a bordo de los aviones, a huéspedes en los hoteles... no encuentro otra explicación al hecho de que no les cuiden más que nunca y que, al contrario, el servicio esté dejando mucho que desear.

Afortunadamente es una minoría ruidosa que no ensombrece las ganas de volver a viajar, de abrazar a colegas que apreciamos, de debatir sobre el sector con una copa de vino en la mano, de formarse en un congreso presencial, de negociar estrategias y ventas cara a cara, de conocer en un evento a profesionales que amplían nuestros horizontes... Por favor, si logramos, tras tanto tiempo esperándolo, que la industria renazca, es porque hemos sabido cuidarla. Con la recuperación debemos mimar al cliente más que nunca. No olvidemos cuánto hemos deseado tenerle presente.

Eva López Álvarez - Editora

VIVE LA EXPERIENCIA BARÇA Y HAZ DE TU EVENTO LA MEJOR JUGADA



Ponemos a tu disposición todo
lo que necesitas para organizar tu evento



EVENTOS HÍBRIDOS Y PRESENCIALES

Contacta con nosotros: events@fcbarcelona.cat



FC BARCELONA

6 ACTUALIDAD
Noticias del sector
y entrevistas a
proveedores de
referencia

**14 LA VOZ
DEL SECTOR**
**LA EVOLUCIÓN DE
LOS INCENTIVOS Y EL
TEAMBUILDING**
Las agencias cuentan
cómo se están recupe-
rando y qué quedará
como resultado del
teletrabajo

**DESTINO:
NORTE DE TANZANIA**

20



Es un clásico para incentivos que no deja de ser una
joya, aún más en momentos en que la naturaleza
ejerce de guía hacia la recuperación

SUMARIO
Nº 44
Edición julio/agosto 2021

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



40
**DESTINO:
GRANADA
(ESPAÑA)**

La capital de la Alhambra, el flamenco y la provincia an-
daluzas del mismo nombre, alberga otros tesoros desconoci-
dos para incluir en programas MICE llenos de autenticidad



52
**PURO
INCENTIVO:
MEDELLÍN
(COLOMBIA)**

La “ciudad de la eterna primavera” es un ejem-
plo de transformación y regeneración tras haber
dejado atrás su pasado violento

34 ANÁLISIS



**LA EVOLUCIÓN DE LOS
AVIONES**
Las aeronaves son espacios más
cómodos y sostenibles y todo
apunta a significativos cambios
en el corto plazo



62 DÍA A DÍA

A través del *duty of care*, recuperar
la confianza de los viajeros debe ser
ahora más que nunca el eje de la
gestión de riesgos

66 CON ESTILO

Las novedades en libretas
digitales combinan a la
perfección la comodidad y
el disfrute del papel

**68 EL TABLÓN DE
PUNTO MICE**

Lo que hemos
hecho... y nos espera

50 MOTIVACIÓN
Propuestas de
distintas agencias
con un objetivo
común

70 AGENDA
Próximos
eventos
del sector

Iberia y Air Europa vuelven a América

Mientras que Iberia ofrecerá 90 conexiones entre España y 18 destinos latinoamericanos, Air Europa recupera el 87% de sus rutas

Air Europa operará el 87% de sus rutas de largo radio en julio tras reactivar los vuelos a 20 de sus 23 destinos en Latinoamérica. Además, la aerolínea refuerza la oferta de conexiones en su *hub* de Madrid con once destinos europeos y veintidós españoles, añadiendo más frecuencias.

El pasado 12 de junio se reanudaron los vuelos de Madrid a Miami, en Estados Unidos, y el 25 de junio se sumaron las operaciones a Nueva York. A partir del 20 de julio, la compañía volverá a volar a la Ciudad de Panamá y Salvador de Bahía, en Brasil. Estas rutas se suman a las conexiones ya reiniciadas con Cancún (México); La Habana; Santo Domingo y Punta Cana (República Dominicana); Bogotá y Medellín (Colombia); Quito y Guayaquil (Ecuador); Lima; Caracas; San Pedro Sula (Honduras); Sao Paulo (Brasil); Santa Cruz (Bolivia), Asunción y Buenos Aires.

A principios de junio Iberia retomó los vuelos directos desde Madrid a Chicago, y en julio reinicia las conexiones a Boston y Los Ángeles en Estados Unidos, con tres frecuencias semanales, sumándose a los vuelos hacia Miami y Nueva York ya en operación. La compañía avanza así en la recuperación de los viajes y operará un total de 112 destinos en el tercer trimestre del año. En Latinoamérica, retomó las operaciones directas con Guayaquil (Ecuador) en mayo, y reiniciará los vuelos a Cali (Colombia) y San Juan de Puerto Rico en julio. También amplía su oferta en otras rutas y espera reanudar próximamente los vuelos a Caracas, para llegar a ofrecer más de 90 conexiones semanales con un total de 18 destinos en la región.



ENTREVISTA

Thibaud Morand

Director Ejecutivo Europa en LATAM Airlines

“Intentamos reactivar el segmento MICE manteniendo nuestro producto con tarifas y condiciones flexibles”



¿Cómo se ha preparado LATAM Airlines para la post pandemia?

Tras pasar como todos por una fase muy compleja durante la que tuvimos que reorganizarnos y reducir drásticamente la oferta. Desde entonces estamos redimensionando la compañía, reajustar costes, fomentar la flexibilidad... para adaptarnos a una demanda que aunque creciendo no va demostrar un incremento lineal.

¿Qué rutas están recuperando?

Desde nuestros hubs en Sao Paulo y Lima estamos recuperando nuestra red regional. Nuestras conexiones con Colombia están ya al 100%, incluso estamos entrando en destinos como Armenia, y estamos incrementado vuelos y frecuencias entre Perú y Estados Unidos. En Europa todo está yendo más lento por las restricciones y cierre de fronteras, pero a partir de julio confiamos en recuperar la ruta a Perú, París-Sao Paulo y Londres-Sao Paulo. Ya no tenemos operación doméstica en Argentina y estamos centralizando nuestras operaciones desde Brasil y Perú, con nuevas rutas como la que comunica Sao Paulo con Cancún (México)

¿Cómo están intentando reactivar el segmento MICE?

No vemos un incremento claro de actividad en el segmento MICE, si bien estamos recuperando grupos que habían cancelado sus operaciones antes de la pandemia. De momento es el segmento vacacional el que está más activo y confiamos en que a partir del último cuatrimestre de este año los profesionales ya vuelvan a viajar. Para ellos estamos creando ofertas para grupos como la que permite reservar y bloquear espacios hasta 30 días antes de la salida. En el programa de fidelización hemos mantenido el estatus a todos los viajeros y mantenido nuestro compromiso de mejora de producto: renovación de las cabinas, implementación de la *premium economy* en todos los vuelos domésticos y regionales dentro de Sudamérica, *catering* gratuito en todos los vuelos y cabinas, *Wi-Fi* a bordo... de la mano de la flexibilización de tarifas y condiciones de viaje.

Hilton ofrece eventos neutros en carbono

En asociación con South Pole, la cadena lanza una nueva iniciativa para compensar la huella medioambiental de los encuentros, que se aplicará en unos 60 hoteles en EMEA



La cadena hotelera Hilton se alía con la consultoría medioambiental South Pole para compensar la huella de carbono de las reuniones y eventos llevados a cabo en aproximadamente 60 de sus hoteles en la región de Europa, Oriente Medio y África (EMEA). La nueva iniciativa, que no implica ningún coste adicional para el cliente, se lanzó en Holanda y se extenderá a más propiedades en los próximos meses.

Utilizando Lightstay, su sistema de gestión de acciones de responsabilidad corporativa, Hilton estimará el consumo de energía y agua, las emisiones de carbono y volumen de desechos de los encuentros de diez o más participantes, y compensará su impacto medioambiental adquiriendo créditos de carbono de South Pole. Los créditos se asignarán a diferentes proyectos como la reparación y mantenimiento de perforaciones para extraer agua limpia en Ruanda, la construcción de una planta geotérmica en Turquía para generar energía ecológica o el mantenimiento de granjas

eólicas en India y Estados Unidos. Así lo demostró en el evento presencial RE-Connection organizado en el Hilton Diagonal Mar de Barcelona (España) el pasado 17 de junio, cuando los más de cien participantes votaron el proyecto de Ruanda como destinatario de las compensaciones.

Esta iniciativa complementa otros esfuerzos de la cadena para reducir el consumo de energía y desechos e incrementar el uso de productos locales en eventos, de acuerdo con los objetivos de su programa Travel with Purpose 2030 que aspira a reducir a la mitad su huella medioambiental y doblar su impacto social para el año 2030.

Hyatt presenta un nuevo programa para eventos

Together by Hyatt simplifica la organización de encuentros híbridos y prioriza la seguridad y bienestar

Hyatt Hotels Corporation presentó Together by Hyatt, un programa para eventos que simplifica su planificación y ejecución y prioriza la seguridad y el bienestar de los asistentes.

El programa se basa en cuatro pilares esenciales para los eventos. El primero, denominado Cuidado + Seguridad, abarca la implementación de estrictos protocolos sanitarios y el rediseño de los espacios para proteger a los participantes, así como la provisión de pruebas de Covid-19. Cuidado + Tecnología incluye una plataforma para eventos híbridos diseñada en asociación con Swapcard, que utiliza la inteligencia artificial para mejorar la experiencia. Cuidado + Comunidad de Expertos ofrece asesoría de expertos en eventos híbridos un equipo de apoyo para cualquier consulta tecnológica.



Por último, en Cuidado + Bienestar se incluyen diferentes experiencias guiadas por expertos en *wellness*, así como menús personalizados que los asistentes pueden pedir por adelantado.

Vincci Hoteles apuesta por los eventos al aire libre

Ofrece las azoteas, patios o terrazas de sus 37 hoteles en España, Portugal y Túnez

Vincci Hoteles lanzó Open Air Events, un nuevo concepto de evento específicamente pensado para quienes prefieran reunirse en espacios exteriores, algo más buscado ahora a causa del Covid-19. A través de su división de negocios, Vincci Expert Meetings & Events, la cadena hotelera ofrece diferentes opciones para la organización de encuentros en las terrazas, patios o azoteas, especialmente acondicionados para ello, de sus 37 establecimientos en España, Portugal y Túnez.

El programa incluye todo el equipamiento necesario para cualquier tipo de evento, así como el apoyo de un equipo profesional y condiciones especiales en el alojamiento. También se apuesta por soluciones sostenibles y responsables, incluyendo una oferta gastronómica basada en productos frescos locales y de temporada, con abundantes ingredientes ecológicos.

La gestión integral del evento se puede realizar desde el *smartphone* o tableta mediante la *app* Vive Vincci.



NH amplía su cartera de hoteles

El grupo sumará 15 nuevas propiedades a lo largo de este año, reforzando su oferta de lujo con varios hoteles de las marcas NH Collection y Anantara.

La bandera de NH Hotel Group ondeará en 15 nuevas propiedades en 2021, incluyendo sus primeros hoteles en Oriente Medio, Estados Unidos y Dinamarca. Los establecimientos pertenecen a las marcas NH Collection, Anantara Hotels Resorts & Spas, nhow y NH Hotels.

La marca NH Collection se estrenó en junio en Estados Unidos con la apertura del NH Collection New York Madison Avenue, con 288 habitaciones –algunas de ellas con vistas al Empire State–. En la segunda mitad del año, debuta en los países nórdicos con el hotel NH Collection Copenhagen, con 394 cuartos. A los dos hoteles abiertos recientemente en Verona y Venecia se acaban de sumar el NH Collection Venezia Murano; el NH Collection Firenze Palazzo Gaddi, en el corazón de Florencia, y el NH Collection Prague Carlo IV en la capital checa, con 152 estancias. En Bruselas acaba de abrir el nhow Brussels Bloom, un hotel de diseño con 305 habitaciones.

El grupo dará sus primeros pasos en Oriente Medio con la apertura del hotel The Vyra Suites NH Collection Doha en la capital de Catar, con 228 apartamentos. También tiene previsto entrar en Dubái con la marca NH Hotels a finales de año. El NH Dubai The Palm contará con 227 habitaciones y 306 apartamentos en un edificio de 14 plantas. Se sumará a la cartera de hoteles que Minor International, principal accionista del grupo, opera en la ciudad con las marcas Anantara, Avani y Oaks.

Seguro médico gratuito para clientes

Los clientes de NH Hotel Group podrán gozar de atención sanitaria gratuita durante su estancia en cualquiera de las propiedades del grupo en España, gracias a un acuerdo con Quirónsalud. Incluye atención sanitaria urgente, de forma telemática o presencial en el hotel, durante las 24 horas del día todo el año; traslado en ambulancia y un servicio de asistencia hospitalaria *premium* con acompañamiento. No es necesario que la patología del huésped está relacionada con el Covid-19.

AGENCIAS

InterMundial publica un mapa de restricciones

A través de la plataforma Safer, las agencias podrán conocer los requisitos de entrada en el destino elegido

La compañía de seguros InterMundial, especialista en seguros de viaje, lanza una nueva herramienta digital destinada a agentes que permite filtrar y visualizar en cada destino las restricciones de viaje relacionadas con el Covid-19.

Gracias a los contenidos dinámicos de un mapa interactivo basado en la tecnología *big data*, los profesionales pueden informarse sobre las últimas indicaciones de viaje, actualizadas en tiempo real, y ofrecer respuesta a las inquietudes de los viajeros. Para ello, necesitan estar registrados en Safer, la plataforma de gestión integral de seguros de InterMundial.

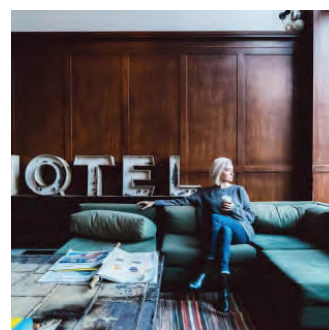


El acceso a la plataforma es gratuito para la red de agencias colaboradoras.

Roomit by CWT incorpora un buscador inteligente

Intelligent Display recurre al machine learning para recomendar hoteles ajustados a la política de viajes

CWT incorpora un buscador inteligente a la plataforma de Roomit, su división de distribución hotelera, con el fin de equilibrar las necesidades de viajeros, *travel managers* y asesores. También pretende evitar las reservas fuera del canal y maximizar la seguridad, rentabilidad y *compliance* de los programas. Intelligent Display utiliza el *machine learning* para seleccionar los hoteles que más se ajustan a la política de viajes del cliente.



Las empresas pueden acceder a informes y evaluación en profundidad de datos que permitan identificar oportunidades de ahorro y mejorar la satisfacción del viajero.



El *business travel* será más sostenible tras la pandemia

Según Braintrust, el sector de los viajes de negocios crecerá a un ritmo de más del 50% en los próximos dos años, pero no alcanzará el nivel preCovid hasta el año 2025



El *business travel* crecerá a un ritmo superior al 50% en los próximos dos años, a la vez que evoluciona hacia un modelo más consciente y responsable, según un estudio de la consultora Braintrust sobre la reactivación de los viajes de negocios tras la pandemia. Pese al rápido crecimiento inicial, el mercado en España no recuperará los niveles preCovid hasta el año 2025, y seguirá creciendo a un ritmo más moderado hasta 2030.

La Agenda 2030 y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU instará a las empresas a reforzar sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa, no solo compensando el impacto medioambiental de los desplazamientos sino evitando los viajes innecesarios o que pueden ser sustituidos por reuniones digitales. El impacto se notará sobre todo en los viajes de corto radio, que caerán entre un 20% y un 30% en los próximos diez años, según el estudio. Por otro lado, la consultora augura un crecimiento sostenido en los viajes de larga distancia, a los que se dará más relevancia por la oportunidad que ofrecen de ampliar la cartera de clientes en un mundo global.

El progreso de la vacunación en los principales países occidentales emisores de *business travel*, así como la puesta en marcha del certificado digital Covid en la Unión Europea, favorecerán la recuperación de los viajes. Entre las tendencias, el estudio predice un aumento del *bleisure* entre las nuevas generaciones, así como una mayor frecuencia de reuniones y eventos estratégicos para convocar, en grupos reducidos, a los trabajadores remotos. Asimismo, apunta a factores que podrían reducir los viajes, como el uso de herramientas digitales para reuniones internas, la aparición de nuevas variantes del coronavirus o la volatilidad e inseguridad sanitaria en destinos aún sin inmunidad de grupo, que afectará sobre todo a los viajes de largo radio.

El informe presagia también un auge de las agencias de viajes especializadas en *business travel*, en un entorno incierto donde la seguridad de los viajeros, la eficiencia en el gasto y el cuidado del planeta serán las nuevas prioridades.

Aumentarán los pagos virtuales

Según un estudio de Amadeus, el 91% de las agencias de viajes espera adoptar este método en los próximos tres años

El 91% de las agencias de viajes tiene previsto adoptar los pagos a través de tarjetas virtuales en los próximos tres años. Más de la mitad de las que ya utilizan este método prevé incrementarlo, según un estudio de Coleman Parks para Amadeus. Los pagos virtuales permiten reducir los procesos manuales, evitar el fraude y mejorar los tiempos de liquidación, entre otros beneficios que destaca el informe.

Según un sondeo en el que participaron hoteles, aerolíneas y agencias de viajes, el uso de tarjetas de pago virtuales será vital tras la pandemia: el 68% de las agencias y el 71% de las aerolíneas coinciden en que sería muy beneficioso aplicar este modo de transacción. Amadeus añade que este método permite pagar en múltiples países y monedas, facilita una mayor fidelidad y aceptación con aerolíneas y hoteles, así como permite seleccionar el pago más óptimo en tiempo real en función del proveedor. El uso de tarjetas virtuales facilita también los reembolsos en caso de cancelación del servicio, algo que ha aumentado considerablemente por la pandemia, y evita tener que contratar personal adicional para ocuparse de estos trámites. Solo el 20% de las agencias que ya utilizan este método tuvo que aumentar su personal para tratar la administración de reembolsos, comparado con el 80% de aquellas que dependen de los métodos de pago tradicionales.

Por último, el estudio sugiere que la necesidad de mejorar el flujo de caja ayudará a superar las barreras en la adopción del pago virtual. El 74% de las aerolíneas encuestadas citó la mejora obtenida gracias a la reducción de los ciclos de liquidación como una de las principales ventajas de este método.



Los patrocinadores apuestan por los eventos presenciales

Según una encuesta de AIM Group, el 43% del presupuesto para MICE de las empresas farmacéuticas se destinará este año a encuentros en formato presencial o híbrido

Los patrocinadores desean regresar a los eventos presenciales, según una encuesta realizada por AIM Group International entre grandes compañías farmacéuticas de diferentes áreas terapéuticas. La mitad de los encuestados están preparados para invertir en encuentros en este formato antes de fin de año, y solo el 16% descarta esta opción.

Según la encuesta, el presupuesto para eventos en 2021 se destinará a eventos presenciales o híbridos en el 43% de los casos, mientras que el 35% de las empresas mantendrá los eventos digitales. Aún en el caso de eventos híbridos, se prefiere la participación en persona, según confirma el 52% de los encuestados.

En cuanto a los eventos virtuales, el 76% prefiere que sean de duración breve, entre seis y doce horas. En este formato, las empresas prefieren patrocinar sesiones científicas (82%) u oportunidades que den visibilidad a su marca (82%). La encuesta apunta también a las diferentes actividades que los patrocinadores buscan para que los eventos virtuales resulten más efectivos para ellos, como la publicación de vídeos de formación online (60%); sesiones científicas en formato de programa de televisión (50%); sesiones de preguntas y respuestas con líderes de opinión (48%) o fórmulas de juego (38%).



ENTREVISTA

Maria del Sol Velásquez

Directora de Turismo de PROMPERÚ

“Hemos aprovechado la pandemia para formar al sector y estamos listos para recibir”



¿En qué punto llega Perú a recibir al viajero profesional?

Aún estamos inmersos en la gestión de la pandemia porque es una realidad que parte del país está afectado y debemos apostar por la campaña de vacunación, que está siendo muy rápida, pero esto no impide que durante lo más duro de la pandemia y ahora sigamos avanzando en la profesionalización del sector. Hemos estado formando al sector hotelero, a los responsables de destinos dándoles a conocer todos los protocolos necesarios... continuamente hemos tenido *webinars* formativos para llegar a este momento en el que lanzamos nuestra campaña Despierta en Perú. Resume el mensaje que queremos transmitir a todos los países, y es que Perú está listo para recibir, contamos con todos los protocolos y les esperamos. Además, contamos con los sellos Safe Travel generados por WTTC (World Travel & Tourism Council, por sus siglas en inglés) en muchos de nuestros destinos y servicios ofrecidos en el país.

¿Cómo están las conexiones aéreas?

Iberia y American Airlines han mantenido sus vuelos hacia España y Estados Unidos respectivamente, mientras que LATAM Airlines mantuvo la conectividad regional en gran medida, además de retomar en julio su vuelo entre Madrid y Lima esperando alcanzar las siete frecuencias semanales que ofrecía la compañía antes de la pandemia. El panorama es esperanzador y creemos que en el segundo semestre ya podemos hablar claramente de reactivación. Notamos que el sector se siente más apoyado en esta recuperación.

¿Qué novedades ofrece el país ahora que reabre sus puertas?

Hemos tenido que paralizar muchos proyectos que ahora se están retomando. Recibir los congresos presenciales es uno de los retos ya que ya tenemos todos los protocolos necesarios para celebrarlos con total seguridad, como parte de nuestra estrategia de hacer de Perú un país referente en el mundo para convenciones e incentivos. Si bien todo el país seguirá atrayendo inversiones, Cuzco y el norte de Perú están despertando especial interés.

IFEMA crea un espacio conectado

Creado en asociación con Mediabrands Content Studio y PRG, La Pasarela es un plató digital con aforo para 600 personas que ofrece nuevas soluciones tecnológicas a las empresas

IFEMA Madrid presentó La Pasarela, el primer espacio hiperconectado de España para la celebración de eventos híbridos o virtuales. Con este nuevo escenario digital, creado en asociación con Mediabrands Content Studio y PRG, busca ayudar a las empresas a generar mayor actividad, extenderse a nuevos mercados y ampliar su capacidad de facturación, a través de nuevos modelos de negocio que combinan lo virtual y lo presencial. Los clientes pueden conectar con los platós de PRG en otros centros de convenciones de todo el mundo.



El nombre del nuevo espacio hace alusión a la pasarela de moda MBFWMadrid que se celebra cada seis meses en el mismo pabellón. Se trata de un plató digital que cuenta con un aforo máximo de 600 personas y que ofrece cuatro modelos de soluciones tecnológicas según las necesidades y el presupuesto del cliente.

La opción más básica es la denominada Escenario Panorámico, diseñado para grabar sesiones de formación, conferencias, talleres y reuniones de trabajo. Propuestas más avanzadas incluyen la producción de eventos, programas de televisión, congresos o ferias, integrando elementos como la realidad aumentada. Escenario XR es la oferta más avanzada: se puede personalizar e incluir el efecto *camera tracking* para integrar al presentador en espacios 3D.

ENTREVISTA

Charles Gombert

CEO & Cofundador de Ezus

“Ezus es una plataforma que permite automatizar la personalización de los viajes a medida”



¿En qué consiste Ezus?

Es una plataforma que permite a las agencias, ya sean receptoras o emisoras, centralizar toda su información relacionada con los viajes a medida que hayan creado directamente en el programa. Los proyectos se pueden duplicar, modificar... construyendo un presupuesto a medida mediante la selección, o modificación, del número de participantes, servicios incluidos... todo se hace manera automática y a la hora de generar el presupuesto o documento de viaje, es posible personalizarlos según el cliente o marca. En un momento en que las agencias de viajes toman conciencia de la importancia creciente del “a medida” y del “personalizado”, Ezus permite personalizar hasta crear incluso una web con todos lo que el cliente quiera integrar. Es una automatización de la personalización de los viajes a medida en la línea de cómo ha evolucionado la industria en estos últimos meses.

¿Es como un Excel mejorado?

Exactamente, no solo se pueden crear en la plataforma los nuevos programas, o recopilar todo lo que tiene que ver con un cliente y seleccionar aquello que interesa para la nueva propuesta. Se puede adaptar mientras el sistema recalcula automáticamente, con la posibilidad de añadir nuevos servicios que ya pueden estar catalogados dentro de la plataforma. Y generando, una vez cerrada la propuesta, un documento completamente personalizado.

¿Cómo ha evolucionado la herramienta?

Empezamos como una plataforma para la generación de documentos de viaje hasta llegar a la automatización de la creación de viajes con documentos derivados que no tienen nada que ver con la estandarización que ya no tiene cabida en el mercado actual. Finalmente es una herramienta para las agencias especializadas en proyectos a medida que les permite actualizar su trabajo, generar estadísticas, recopilar información... incluso hasta la gestión de proveedores y clientes tras la venta emitiendo facturas y haciendo seguimiento de las mismas desde un solo lugar.

LA VENTANA DE LAS ASOCIACIONES



Víctor Cañizares
Presidente de SITE
(Society for Incentive Travel
Excellence) Spain

“Las administraciones deben entender el peso del MICE”

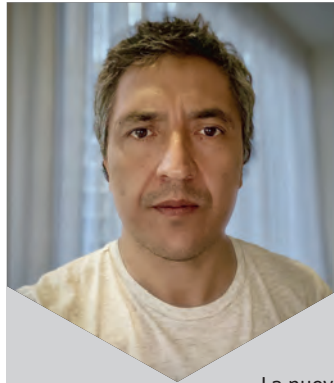
Cuando comencé esta andadura hace un par de meses como nuevo presidente del Capítulo Español de SITE mencioné que *Courage* (coraje, en francés) fue la temática elegida para la SITE Conference en 2021 que se celebró en formato híbrido a principios de año, y que reunió a los miembros de la única asociación relacionada con los viajes de incentivo. SITE tiene presencia global con más de 2.500 asociados repartidos en más de 90 países.

Coraje es lo que ha tenido la industria relacionada con el mundo de los viajes de incentivo en nuestro país para seguir en pie después de más de un año totalmente paralizada por las restricciones de movilidad necesarias para paliar las consecuencias de la pandemia que aún hoy estamos viviendo.

En España, el coraje y las ganas de todo un sector luchando por mantenerse a flote, continuar innovando, apostando por la sostenibilidad (incluso mucho antes de que nuestros políticos supieran lo que significaba la palabra sostenibilidad) y ser referente mundial, y lo repito en mayúsculas REFERENTE MUNDIAL, no son suficientes sin la colaboración de las administraciones que están orquestadas por nuestros gobernantes.

Las administraciones deben ante todo entender que el sector MICE es una industria importante y, como tal, necesita apoyo. Sin embargo, lo que hemos visto en nuestro país es una reticencia por reconocer que hay que apoyar al turismo. Seguimos asistiendo a manifestaciones de representantes públicos que afirman que no es un sector valioso para el país. Sin embargo como diría mi Director Financiero, los números nunca mienten, están ahí, y el impacto de esta industria es incontestable.

¿Por qué las ayudas al sector procedentes de la Unión Europea y que han sido aprobadas por el Gobierno Central, pero deben ser ejecutadas por las Comunidades Autónomas, están tardando tanto? ¡Algunas están aún por publicar! Señores, solo pedimos seriedad. Hagan su trabajo.



Hernán Godoy
VP Mercadeo y
Comunicaciones
MPI (Meeting Professionals
International) Chile

“Continuaremos la consolidación creando nexos”

La nueva realidad de la industria de reuniones en Latinoamérica ha puesto en relieve la importancia de las asociaciones, quienes actuando como organismos vivos, trabajan en la función de representar y solventar las necesidades de los diferentes sectores productivos. MPI Chile Club nace para dar respuesta a las exigencias actuales del país, abriendo un espacio de crecimiento para los profesionales de la industria, brindando oportunidades para la educación, el *networking* y la creación de negocios. MPI es la asociación de la industria de reuniones y eventos más grande del mundo, con más de 60 capítulos a nivel mundial y más de 13.000 asociados. Su misión es conectar la comunidad global para aprender, innovar, colaborar y respaldar a los profesionales de la industria de reuniones.

Chile se ha posicionado como un destino de gran relevancia para el turismo de negocios, elevando a Santiago en el 2019 como la tercera ciudad con mas eventos asociados al turismo de reuniones. Complementando este proceso, MPI Chile Club, encabezado por un comité representativo de la industria y su actual presidente Javier Contreras, estamos trabajando arduamente en la consolidación de la asociación en nuestro país, enfocados en la recuperación y crecimiento de la industria en Latinoamérica siguiendo los pasos de nuestro hermano país Colombia y de la mano de México. Continuaremos la consolidación creando nuevos nexos entre expertos y profesionales, impulsando la generación de ideas y soluciones, formación y conocimiento, con información actualizada entre actores de la cadena de valor de la industria de eventos y turismo de reuniones.

MPI Chile invita a todos los *meeting planners*; *travel managers*; productoras; OPC's; empresas hoteleras; de *catering*; escenografías; transporte aéreo o terrestre; DMC's; agencias de viajes y todos los interesados en la industria de reuniones, a unirse a la asociación más grande del mundo para seguir aportando como profesionales al crecimiento y recuperación de la industria. Porque eventos, significa negocios.



Publirreportaje

Q HOTELS

LA NUEVA OFERTA MICE EN CÁDIZ (ESPAÑA)

Q Hotels cuenta con tres hoteles ideales para congresos, convenciones, eventos e incentivos en una región única para completar la estancia con una gastronomía de calidad basada en productos “Kilómetro 0”

Hoy en día ya no se coleccionan objetos, sino que se buscan experiencias, y existe un pequeño paraíso que representa el paradigma del turismo de sol y playa, y en el que confluyen reminiscencias multiculturales combinado con el turismo MICE; perfecto por su sostenibilidad y el perfil del visitante, en un lugar donde lujo y *comfort* se dan la mano.

Este enclave tiene nombre propio, Q Hotels. Una cadena hotelera de raíces andaluzas que inspira nuevos aires en el segmento MICE.

Q Hotels comienza una nueva temporada manteniendo sus estándares de calidad y siendo un referente entre los hoteles de Cádiz. El hotel 5* Zahara Beach (Playa de Zahara de los Atunes) cuenta con 136 habitaciones y más de 800 m² para eventos, distribuidos entre el salón Dos Mares –270 m², 6 metros de altura y luz natural–; diversas salas de subcomisión y espacios exteriores: una apuesta muy convincente para un evento de alto nivel.

El hotel 4* El Cortijo de Zahara (Playa de Zahara de los Atunes), con sus 78 habitaciones, es la opción ideal para el incentivo que requiere cierta intimidad. Es posible disponer de todos sus espacios para adaptarlo a la imagen o proyección de la marca.

Las mejores instalaciones para eventos corporativos

El hotel 4* Tarifa Lances (Tarifa), con 100 habitaciones, es una apuesta segura ya que sus instalaciones permanecen abiertas durante todo el año. Su capacidad alojativa se corresponde con una oferta de espacios interiores y exteriores de más de 400 m². Desde la Sala Mistral de –161 m²–, permite atisbar desde sus ventanales los perfiles del continente africano.

Complementan la oferta alojativa de Q Hotels la colección de 50 apartamentos y villas de Zahara Sol. En Sevilla disponemos de Sevilla Este Apartamentos Turísticos, con 32 unidades ubicadas muy cerca del Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla (FIBES).

En todos los hoteles, la gastronomía y la comida son clave. La región ofrece productos de primera calidad, lo que contribuye a que Q Hotels aplique políticas de “Kilómetros 0”, potenciando el respeto y cuidado medioambiental en el que estamos inmersos como empresa responsable.



Más información:

Juan Manuel Sánchez Velarde – Dirección Comercial
jmsanchez@qhotels.es



El Cortijo de Zahara



Zahara Beach



Tarifa Lances

MOTIVACIÓN PRESENCIAL: UNA RECUPERACIÓN A DIFERENTES VELOCIDADES

Por **Eva López Álvarez**

El coronavirus no solo aterrizó al mundo entero, sino que frenó durante muchos meses, y aún está frenando en algunos destinos, las opciones de motivación y estímulo que las empresas tenían programadas con respecto a sus representantes y clientes.

Las recompensas en forma de viajes continuaron paralizadas a medida que se confirmaba la expansión del virus. El miedo al contagio, las limitaciones en cuanto a movimientos impuestas por los diferentes países, el cierre de otros y la cancelación de servicios de transporte y alojamiento, obligó a buscar otro tipo de incentivo. En un primer momento se optó por el bono de compras, algo que rápidamente se reveló muy poco estimulante para quien lo recibía. Sobre todo si se compara con la experiencia que supone un viaje.

La duración, mucho más de lo esperado, de la pandemia y sus consecuencias, obligó a reformular la motivación de los equipos a través del *teambuilding*. No solo no era posible hacerles salir de su lugar de trabajo y compartir el resultado de unos objetivos alcanzados, ni siquiera se podían reunir con otras personas aún procediendo de la misma ciudad. No era factible que conviviesen y experimentasen juntos momentos de desconexión. O de conexión.

Por eso, mientras se han estado produciendo, y se producen, los confinamientos, no solo se ha cuidado la motivación y el bienestar de la gente en su vertiente profesional, también en lo personal. Esto ha pasado por facilitar una buena conexión a Internet, contribuir a la mejora del espacio de trabajo en casa, y/u or-

ganizar actividades que también sirven para mejorar la salud mental, no solo de la persona vinculada a la entidad sino del resto de miembros del domicilio.

Rápida adaptación

La opción de estimular por otras vías se impuso, más rápidamente entre aquellos profesionales que tenían alguna experiencia al respecto. Todos recurrieron a la motivación *online* ya fuese en forma de formación, apoyo psicológico, juegos... o simplemente compartiendo impresiones en programas acompañados o no de elementos que el participante recibía en su domicilio. En todos los casos se intentó captar la atención del convocado, aportarle contenido interesante, divertirlo y hacerle olvidar por un rato las limitaciones de la situación.

Las actividades de *teambuilding* que debían realizarse de manera presencial se convirtieron en retos, risas y guiños... pantalla de por medio. Esto provocó un alcance que nunca se había planteado en muchas propuestas de cohesión de equipos, pudiendo integrar a delegaciones lejanas o crear grupos virtuales que no hubiesen podido darse en persona.

El sector coincide en afirmar que el *teambuilding online* no se mantendrá

Sin embargo, si bien el mayor alcance es uno de los beneficios que conlleva la integración de un formato digital en el segmento MICE, el sector coincide en afirmar que para todo lo referido a la motivación, el *online* no se mantendrá. Para los viajes de incentivo no hay alternativa digital. Para la construcción de equipos, nada como la auténtica convivencia. La cohesión se vive realmente en persona, la dimensión virtual solo ha sido un reemplazo temporal que se abandonará en cuanto sea posible.



No obstante, numerosos proveedores ligados a la motivación demostraron una capacidad de reacción admirable, así como la creatividad necesaria para conseguir sorprender. El hecho de amenizar reuniones *online* con aspectos más lúdicos podría mantenerse. El reto seguirá consistiendo en ofrecer algo diferente que atraiga la atención del espectador y fomente el sentimiento de pertenencia a una empresa o el vínculo emocional con una marca.

En cuanto se puede... se viaja

Los viajes de incentivo, si bien muy alejados de sus formatos habituales, fueron los primeros en volver a celebrarse. Muchas empresas optaron por dividir a sus grupos, aportando con ello una mayor personalización a cada programa, o reemplazar la recompensa en grupo por una escapada familiar. Son numerosas las compañías basadas en

países más avanzados sanitariamente en el control de la pandemia que ya están confirmando de nuevo programas de incentivo. Esto no impide que la incertidumbre siga imperando en un sector que espera hasta septiembre para conformar si la recuperación es un hecho consolidado.

Algo que resulta evidente, atendiendo a la situación de los diferentes países hispanohablantes, es que cuando se pueden organizar viajes, se organizan. Primero en corto radio, demostrando además con ello un compromiso económico hacia el país en el que se sitúa la empresa. Tras ello, las marcas se abren a los destinos que les ofrecen las mayores garantías sanitarias.

Por eso son el ritmo de vacunación y la eficacia de las vacunas quienes están marcando la recuperación de la I del MICE. Allí donde la mayoría de la

población está vacunada y no está habiendo repuntes en las hospitalizaciones, la actividad se está recuperando y con mucho ímpetu. Incluso con presupuestos ampliados que recuperan lo no que se invirtió el año pasado.

Tras meses de virtualidad la conclusión es clara: se seguirán creando propuestas virtuales para congresos, convenciones, reuniones y eventos, pero todo lo que tiene que ver con la motivación, ya sea en forma de programa de *teambuilding* o viaje de incentivo, debe ser presencial para que sea realmente eficaz. Para lograr una implicación que genere una intención de compra y mejore las capacidades de cada participante, es necesario crear experiencias sociales. La pantalla amplía muchos horizontes, pero limita demasiado los de la motivación.

Son el ritmo y eficacia de las vacunas los que define la recuperación de la I del MICE



JOSÉ LUIS VÁZQUEZ

Director Comercial de BST Events (España)



“Los viajes de incentivo de 2022 se harán en gran mayoría por España por el compromiso de ayudar al país”

¿Cómo han cuidado las empresas la motivación de sus equipos durante la pandemia?
Ha habido de todo, hay quienes se han preocupado más por sus clientes y no han atendido bien a sus empleados, algo que nos parece grave porque su personal es su mayor tesoro, mientras que otras empresas sí han tenido en cuenta la necesidad de motivarles. En general tenemos la impresión de que las pymes han prestado más atención a la motivación de sus equipos que las multinacionales.

¿Cómo han evolucionado los programas de *teambuilding* y qué aspectos nacidos con el teletrabajo cree que se mantendrán?
Muy pronto nuestros clientes empezaron a organizar sesiones virtuales de *teambuilding*, pero creo que tras la pandemia no quedará nada de motivación ligado a estar delante de una pantalla. La gente está desmotivada, incluso trabajando en empresas saneadas, y demasiado cansada del entorno virtual. En cuanto a las reuniones, las empresas se han dado cuenta de que reunir a equipos de 10-15 comerciales durante cuatro días en un hotel puede ser reemplazable por una buena sesión virtual que dure tres horas y deje el resto del tiempo que se invertiría en presencial para vender. Creo que, si bien este tipo de formatos se van a mantener en virtual, aumentará el número de operaciones presenciales y con más asistentes.

En estos momentos en los que se amplían las posibilidades de organizar viajes de incentivo ¿se están haciendo, esperan hacerlos a corto plazo?
Las empresas españolas no dejaron completamente de hacer incentivos, si bien fueron muy pocos durante el último año, y ahora notamos que de nuevo hay interés por hacerlos y estamos de hecho inmersos en varias operaciones. A la hora de elegir destino, considero que para este año y 2022 se priorizará el destino España, no solo por una cuestión de tranquilidad para no arriesgarse al cierre de fronteras, sino por un compromiso de “ayuda al país”. Los participantes lo entenderán y lo agradecerán, ya que “incertidumbre” e “incentivo” son incompatibles.

¿Cómo han cuidado las empresas la motivación de sus equipos durante la pandemia?
En Chile aún estamos inmersos en un confinamiento*, por lo que las empresas siguen trabajando en la flexibilidad que permita a sus empleados estar más relajados en sus casas y contribuir a su salud mental. Principalmente se trata de entretenerles, de que se diviertan, y no solo ellos, también se están haciendo actividades virtuales destinadas a los jóvenes de la casa.

¿Cómo han evolucionado los programas de *teambuilding* y qué aspectos nacidos con el teletrabajo cree que se mantendrán?
En ferias, congresos, ruedas de negocios... los eventos híbridos se mantendrán porque ha quedado demostrado que pueden funcionar muy bien para alcanzar a más público. En lo que respecta al *teambuilding*, en cuanto podamos alejarnos de las pantallas, lo haremos. La gente necesita salir, disfrutar de estar al aire libre, en la naturaleza, compartir temas con los compañeros... salir del ámbito familiar en el que estamos, gestionando tareas profesionales y personales en un mismo entorno, desde hace ya mucho tiempo.

En estos momentos en los que se amplían las posibilidades de organizar viajes de incentivo ¿se están haciendo, esperan hacerlos a corto plazo?
En Latinoamérica aún no se está pudiendo recurrir a los viajes como recompensa. Espero que en nuestro verano, a partir del mes de noviembre, ya podamos empezar a mover grupos, primero a nivel local y a destinos cercanos considerados seguros. Los profesionales ya han integrado los tests y protocolos necesarios para desplazarse. Aunque hay que tener en cuenta el riesgo, no solo sanitario sino legal, que limita a muchas empresas y que también preocupa a muchos posibles participantes.

*Entrevista realizada el 15 de junio de 2021

PAULA MONGE

Directora Comercial Área Corporativa y MICE de Viajes El Corte Inglés México



“En Estados Unidos ya se organizan convenciones grandes por lo fácil que es vacunarse de forma masiva”

¿Cómo han cuidado las empresas la motivación de sus equipos durante la pandemia?
Han intentado realizar acciones que no se quedasen en algo aislado para que no se desvaneciese el efecto, han apostado por estar presentes, fomentando la implicación de cada empleado en la empresa, mostrándoles apoyo y dejando claro que, aunque no pudiesen establecerse contactos físicos, la empresa seguía estando ahí y el sentido del compañerismo se podía mantener. Nosotros hemos tenido la suerte de haber empezado a hacer sesiones de *teambuilding* virtuales antes de la pandemia, por lo que nos resultó fácil proponerles muy rápido a nuestros clientes alternativas digitales para motivar a sus equipos cuyos efectos positivos pronto pudieron comprobar.

¿Cómo han evolucionado los programas de *teambuilding* y qué aspectos nacidos con el teletrabajo cree que se mantendrán?
En un principio las empresas estaban muy perdidas. Por eso les fuimos proponiendo cronogramas que incluían distintos tipos de acciones, desde juegos a sesiones de formación divertidas que iban más allá del estar sentado y escuchar. Empezaron a elegir “píldoras de motivación” y, una vez que veían el resultado, ya empezaron a ver las posibilidades y variedad de propuestas que podían desarrollar con nosotros. En consecuencia, estamos convencidos de que lo virtual ha llegado para quedarse, pero será como complemento a lo presencial.

En estos momentos en los que se amplían las posibilidades de organizar viajes de incentivo ¿se están haciendo, esperan hacerlos a corto plazo?
Las empresas mexicanas están empezando a hacer cosas, de hecho nosotros ya hemos organizado operaciones de hasta 300 personas. Es posible garantizar toda la seguridad y tranquilidad. Tenemos muchos clientes cuyas matrices están en Estados Unidos y esto nos hace ver que la recuperación depende mucho de la situación de cada país. Como en Estados Unidos es muy accesible la vacuna de forma masiva, no tienen ningún problema en reunirse y viajar juntos, por lo que ya se están organizando convenciones grandes.

¿Cómo han cuidado las empresas la motivación de sus equipos durante la pandemia?
Buscando la manera de atraer su atención con propuestas cada vez más creativas y originales, aunque hemos llegado a un punto en el que ya no es suficiente y ya están haciendo lo posible por reunir a sus representantes y clientes y hacerles viajar.

¿Cómo han evolucionado los programas de *teambuilding* y qué aspectos nacidos con el teletrabajo cree que se mantendrán?
En un principio se centraron más en formaciones *online* y pronto se dieron cuenta de que había que añadir elementos motivacionales para captar la atención. Por eso empezamos a desarrollar juegos, comidas y cenas en casa, actividades para las que cada participante recibía en su domicilio los elementos necesarios... nuestro departamento de Experiencias ha debido demostrar más que nunca su capacidad creativa. En relación a los incentivos, en cuanto se pudieron ofrecer recompensas a nivel individual, se hizo, sin esperar a poder hacerlas en grupo. Considero que la virtualidad para temas motivacionales no se mantendrá, la gente está cansada y quiere relacionarse. En cuanto a las formaciones, se seguirán haciendo eventos híbridos.

En estos momentos en los que se amplían las posibilidades de organizar viajes de incentivo ¿se están haciendo, esperan hacerlos a corto plazo?
Las empresas españolas ya se están atreviendo a organizar viajes de incentivo y las perspectivas para el segundo semestre son muy buenas. Ya hemos organizado programas a nivel nacional y la demanda es muy fuerte para las Islas Baleares y Canarias. También hacia el extranjero, a destinos considerados seguros como Dubái. Además de las garantías que ofrece el hecho de que toda su población esté vacunada, está el atractivo de la Expo.

VERÓNICA TABARES

Directora de Incentivos de Nuba Empresas (España)



“Lo virtual para temas motivacionales no continuará”

FERNANDO LALAGUNA

CEO de Premium Incentives (España)



“Hay empresas que disponen del presupuesto no utilizado en 2020 por lo que pueden hacer doble acción de incentivo”

¿Cómo han cuidado las empresas la motivación de sus equipos durante la pandemia?

Ante las limitaciones de desplazamiento no solo se ha optado por mantener a la gente conectada virtualmente a través de eventos, *webinars*, reuniones, cursos... *online*, también mejorando el entorno de la persona para trabajar en casa, aportándole desde mobiliario adecuado a una buena conexión a Internet. Algún evento también se ha podido hacer, la prueba es que nosotros en enero reunimos a 120 personas en Madrid, con 200 en virtual, en un momento en el que las cosas seguían siendo complicadas.

¿Cómo han evolucionado los programas de *teambuilding* y qué aspectos nacidos con el teletrabajo cree que se mantendrán?

Los *webinars* se fueron enriqueciendo con actividades del tipo de catas de vino, de cerveza... que el asistente recibía en su casa. Incluso hemos contratado a un mago para que desde nuestras oficinas sorprendiese a los asistentes en una operación que tuvo mucho éxito. No creo que vaya a desaparecer del todo el factor virtual, sobre todo en los eventos, si bien creo que quedará como algo complementario a lo presencial.

En estos momentos en los que se amplían las posibilidades de organizar viajes de incentivo ¿se están haciendo, esperan hacerlos a corto plazo?

Sí, las empresas no solo están recuperando operaciones canceladas en 2020 sino que algunas disponen del presupuesto que no se utilizó y pueden este año plantear doble acción de incentivo. Se está apostando por el corto radio, también en un intento de apoyar económicamente a España, aunque también se están ya estudiando opciones a dos o tres horas de avión dentro de Europa. Los destinos lejanos en América, Asia y África no se recuperarán tan pronto ya que preocupa la gestión de cualquier eventualidad ligada a la pandemia. No hay que olvidar que, si bien hay muchas ganas de viajar, no es lo mismo una decisión que afecta únicamente de manera personal: las empresas no quieren correr riesgos.

¿Cómo han cuidado las empresas la motivación de sus equipos durante la pandemia?

Muchas empresas se vieron obligadas a implementar el teletrabajo de forma inesperada, por lo que trabajar desde nuestros hogares fue un gran desafío tanto para las empresas como para los líderes y colaboradores de cada compañía. Para lidiar con la falta de contacto personal, desmotivación y pérdida de identidad con la empresa, los departamentos de Recursos Humanos han tenido que trabajar muy duro para devolver el espíritu de equipo y pertenencia a niveles prepandemia, implementando acciones y medidas que se apoyaron en pilares tales como recrear en casa del colaborador un espacio confortable y armonioso en el que trabajar de manera cómoda y segura. También fue muy importante mantener una comunicación diaria, fluida y transversal; premiar la creatividad animando a los equipos a proponer iniciativas, evidenciando la importancia de su función en la compañía, así como respetar el descanso y la vida personal.

¿Cómo han evolucionado los programas de *teambuilding* y qué aspectos nacidos con el teletrabajo cree que se mantendrán?

La presencialidad y el contacto interpersonal son mucho mas fuertes que la virtualidad y creo que finalizada la pandemia a nivel global, muchos de los hábitos que hemos incorporado serán eclipsados por los que teníamos hasta marzo de 2020.

En estos momentos en los que se amplían las posibilidades de organizar viajes de incentivo ¿se están haciendo, esperan hacerlos a corto plazo?

El panorama que se vislumbra es muy alentador. La vacuna esta logrando que muchos países ya hayan abierto sus fronteras y que el turismo vuelva a niveles prepandémicos. La gran mayoría de los indicadores muestran una reactivación a partir del 2022, alcanzando un pico en 2023.

WALTER IVITZ

Director y fundador de PWI Events (Argentina)



“Fue muy importante respetar el descanso y la vida personal de los equipos”

safe city break in Brussels



¿Visitar Bruselas de forma totalmente segura? ¡Esto es posible gracias a Brussels Health Safety Label!

¿Los rayos del sol le dan ganas de hacer una escapada urbana? ¡Visite Bruselas lo antes posible! La capital no ha escatimado esfuerzos para hacer que su estancia sea tranquila.

Muchos lugares turísticos de la capital poseen Brussels Health Safety Label*, una etiqueta de seguridad sanitaria. Esta etiqueta certifica que los establecimientos y su personal cumplen con las medidas gubernamentales vigentes. De este modo, los visitantes tienen la seguridad de (re)descubrir Bruselas y sus tesoros con toda serenidad en la capital belga.

Entonces, ¿qué está esperando? Descubra ahora nuestra escapada de 48 horas para descubrir Bruselas y algunos de los lugares turísticos etiquetados*.



DÍA 1

Conozca en detalles la historia de Bruselas

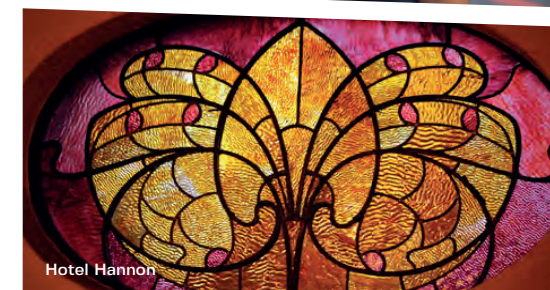
¿Le apasiona la historia o simplemente tiene curiosidad? Bruselas le revela sus secretos en el Museo de la Ciudad de Bruselas (Maison du Roi) ubicado en la Grand-Place en un magnífico edificio neogótico. Allí se exponen las mil facetas de la capital a lo largo de los siglos. Otro destino imprescindible es el Palacio de Coudenberg donde puede visitar los vestigios del palacio de Carlos V. Una perla arqueológica que da testimonio del prestigioso pasado de la capital. Sin olvidar el increíble Museo de Arte e Historia que, por sí solo, le permite explorar todos los continentes desde la prehistoria hasta el siglo XX.

Camine por los verdes callejones de los parques de Bruselas

Uno de los aspectos más destacados de la capital es sin duda la cantidad de espacios verdes. Obviamente, hay el Bois de la Cambre, el verdadero pulmón verde de Bruselas, y el Parque de Bruselas ubicado frente al Palacio Real. Sin embargo, Bruselas también tiene muchos parques más secretos como el Jardín Jean-Felix Hap en Etterbeek, el Parque Tenbosch en Ixelles e incluso el Parque de Egmont en Bruselas. Muchos otros parques y jardines abundan en la región, ofreciendo verdaderas burbujitas de paz en el corazón de la capital europea.

Hospédese en uno de los muchos hoteles etiquetados*

En el momento de redactar este informe, más de 40 hoteles de Bruselas han sido certificados con la etiqueta*. ¿Qué significa eso? Eso significa que cumplen con las medidas de higiene vigentes y han adaptado su servicio a fin de asegurar su seguridad. Incluso se han desarrollado ofertas inauditas: comidas de alto nivel en el servicio de habitaciones, acceso privado al gimnasio, desayuno en la habitación, etc. La calidad de la recepción está, como siempre, al más alto nivel.



DÍA 2

Liénesse de cultura contemporánea

La cultura nunca ha dejado de bullir en Bruselas. Las colecciones permanentes aún no han terminado de desvelar sus secretos y las exposiciones temporales de primavera también merecen una visita. Visite, por ejemplo, la CENTRALE for contemporary art y su exposición de artistas contemporáneos de Bruselas. BOZAR le ofrece incluso una magnífica retrospectiva de Roger Raveel, uno de los pintores belgas más importantes de la segunda mitad del siglo XX. Y, por último, un salto rápido al Musée Art & Marges le permitirá descubrir la nueva exposición temporal «¡Canción de amor!».

Pasee por las perlas del Art Nouveau

Con cerca de 500 edificios al estilo Art Nouveau, Bruselas ofrece muchas posibilidades para descubrir este estilo arquitectónico y artístico. Varias excursiones le permiten explorar, con o sin la presencia de un guía, varios barrios en búsqueda de las innumerables fachadas Art Nouveau reconocibles. Se pueden visitar algunas mansiones, por lo que no dude en averiguar y reservar.

*Encuentre la lista completa de establecimientos etiquetados en el sitio web de la oficina de turismo:

visit.brussels
www.visit.brussels



DESTINO Norte de Tanzania



HAMBRE DE MICE

Contacto con la naturaleza, retorno a los orígenes, autenticidad, exotismo, disfrute del aire libre... no son opciones sino sinónimos de Tanzania, un país que si bien se encuentra luchando contra la pandemia, ofrece todas las garantías necesarias para que una convención o incentivo se convierta en mucho más que un regreso a la normalidad.

Por Eva López Álvarez
Fotos Manuel López Díaz

Si bien la tendencia apunta a que en el corto plazo los organizadores de convenciones e incentivos hispanohablantes priorizarán sus propios destinos, hay lugares para grupos MICE como Tanzania que ni siquiera una pandemia mundial puede hacer desaparecer del mapa. El motivo: la sensación de autenticidad y pureza, de contacto sano con la naturaleza y de regreso a los orígenes, en pocos sitios del planeta se pueden apreciar con la intensidad que ofrece este país africano.

La calidad de la oferta hotelera es otro punto a favor de Tanzania, donde la población, reconocida por su carácter

hospitalario, contribuye a generar que una experiencia en Tanzania sea mucho más que un viaje.

El norte, con sus parques naturales, concentra la afluencia turística en un destino que, si bien tiene mucho más que mostrar, reúne en esta zona todos los alicientes para generar una vivencia única. Desde los orígenes de la Humanidad en la Garganta de Olduvái a la gran concentración de animales en el cráter de Ngorongoro, pasando por el siempre fascinante Serengeti.

Arusha

Esta ciudad del norte del país, la tercera en tamaño de Tanzania, es la puerta de entra-



Información práctica



Huso horario
GMT +3

Moneda
Chelín tanzano (TZS)



Tipo de enchufe
Clavija tipo D / G
Voltaje común 230 V

Código telefónico
+255



Aeropuerto más cercano
Aeropuerto Internacional del Kilimanjaro (JRO)



da para quienes visitan los parques naturales más emblemáticos. El Aeropuerto Internacional de Kilimanjaro, a una hora del centro, sorprende por su tamaño ya que pareciera un aeródromo provincial.

Nadie diría que no solo es el acceso a la capital turística del país, también a una urbe de gran importancia económica. Y es que por este aeropuerto no solo llegan los turistas ávidos de ver animales. También los profesionales ligados a la explotación y comercialización de piedras preciosas entre las que destaca la Tanzanita.

Arusha es la puerta de entrada a los parques nacionales del norte del país, los más famosos

Arusha es además una ciudad de gran importancia geopolítica debido a su cercanía con las fronteras de Burundi, Kenia, Ruanda y Uganda. De hecho, fue en el céntrico **Arusha International Conference Center (AICC)** donde se firmó la paz entre las tribus tutsis y hutus de Ruanda en el año 1993. Es el lugar de congresos en el bullicioso centro, aunque se suele utilizar el de las afueras para evitar el tráfico.

Está muy cerca de la Plaza del Reloj. Marca el punto central de África mientras indica la equidistancia entre Egipto y Sudáfrica. Es punto de referencia en una ciudad en la que es fácil percibir la gran diversidad habitacional. Cristianos y musulmanes conviven en una nación que cuenta 120 tribus, cada una con su propio idioma, y el suajili como lengua común a todas.

Uno de los mejores lugares para sumergirse en el bullicio y admirar la pulcritud con la que cada día se colocan los miles de productos que proceden de los alrededores, es el **Mercado de Arusha**. Cada día por la mañana, el tráfico de gente

es incesante en esta gran estructura en la que se ofrecen alimentos de todo tipo. La compra minorista se realiza en la parte exterior dedicada a las mujeres.

Coincidiendo con el mercado, las calles de los alrededores sirven de escaparate no solo para lo que se vende sino también para quienes trabajan: los sastres cosen en plena calle, los zapateros limpian sus zapatos, los carniceros preparan la carne... el paseo por Arusha se convierte muy pronto en un viaje sensorial.

El paseo por el mercado de Arusha y sus alrededores pronto se convierte en un viaje sensorial

Un país de naturaleza

Actualmente Tanzania cuenta con 18 parques nacionales que se gestionan desde Arusha. Aunque la mayor cantidad de animales se divisa en el norte, se están protegiendo nuevos espacios en el sur y el país está apostando por la promoción de cada parque en función de la fauna: quien tenga especial interés en los hipopótamos, visitará Lago Manyara; los elefantes se ven especialmente numerosos en Tarangire; gran variedad de monos viven en Gombe... Sin embargo, los reyes de la sabana africana, y seguramente del universo

de los safaris, son los parques creados en torno al cráter de Ngorongoro y la llanura sin fin de Serengeti.

El mejor hotel de la capital de los safaris es el **Gran Meliá Arusha**, inaugurado en agosto de 2019 con 171 habitaciones. Las vistas del Monte Meru adornan las mejores estancias. Para sesiones profesionales cuenta con cuatro salas de reunión y un *ballroom* panelable con capacidad para 600 delegados en teatro.

Cuenta con tres restaurantes, uno de ellos en la azotea, piscina exterior y *spa*. 150 personas en cóctel pueden disfrutar de las panorámicas desde el piso superior.

A las afueras de la ciudad, el **Arusha Coffee Lodge** ocupa lo que sigue siendo una gran finca cafetalera –fue la primera y más grande de Tanzania– con magníficos jardines. Árboles centenarios rodean los banquetes de hasta 200 comensales que se organizan al aire libre. Cuenta además con 30 habitaciones en forma de exclusivos bungalós y tres restaurantes.

Para incentivos, la visita del cafetal y la explicación del proceso de elaboración del café con su degustación es ineludible. Además, este recinto cuenta con un espacio sumamente interesante que también se ofrece para actividades de *teambuilding*.



Shanga Foundation es una iniciativa creada en 2008 para la integración laboral de personas con discapacidad. Fruto del reciclaje de la gran cantidad de botellas de vidrio que aquí se recuperan, se crean auténticas obras de arte y otros elementos únicos. También se elaboran tejidos de algodón.

Los grupos no solo descubren el día a día de los trabajadores sino que pueden, en grupo reducidos, participar en el ensamblaje de abalorios, creando su propio *souvenir*, o pintar sobre madera.

La fundación abrirá una nueva sede en el Parque Nacional Serengeti, de la mano del hotel Meliá situado en el interior del área reservada.

Parque Nacional de Tarangire

Tanto este parque como el Serengeti se pueden visitar en globo. Sin duda es una manera inolvidable de abarcar el inmenso paisaje de la sabana africana. En Tarangire es más escarpada, en torno al río del mismo nombre, por lo que resulta más difícil admirar los rebaños de animales en la lejanía. Sin embargo, está garantizado que los grupos en vehículo se vean en algún momento sorprendidos ante una gran agrupación de elefantes.

Shanga Foundation abrirá una delegación en Serengeti de la mano del hotel Meliá

Situado a 180 kilómetros de Arusha, este parque aglutina la mayor concentración de elefantes, estimados en 2.500,



de Tanzania. También es famoso por la gran cantidad de baobabs. Estos inconfundibles árboles tan asociados a esta parte del mundo pueden alcanzar hasta los 10 metros de circunferencia. Es muy fácil atisbar las marcas que los elefantes dejan en sus troncos tras frotarse contra ellos.

Este árbol es característico de la parte oeste del Rift, el valle de 6.000 kilómetros de largo por 17 de ancho donde se encontraron los primeros vestigios de vida humana.

Tarangire Safari Lodge es un complejo de *glamping* con 35 tiendas y cinco bungalós. La vista que ofrecen es impresionante y traslada a los años en que los grandes herbívoros convivieron con los primeros homínidos.

En la terraza sobre la sabana y el río Tarangire se organizan banquetes para 100 personas. Cuenta además con una sala cubierta para 90 invitados. Gacelas, antílopes, elefantes, jirafas... componen la fauna que se pasea apaciblemente por debajo del hotel.

Es pregunta recurrente cuándo es el mejor momento para visitar Tanzania. Si bien hay mayor afluencia de 4x4 en las pistas de tierra y en torno a los animales, en los meses de junio a agosto se puede asistir a escenas realmente memorables: los primeros pasos de una cría de león junto a su madre, la concentración de ñus preparándose para la migración... la gran proliferación de animales en el mes de junio es fruto de la gran cantidad de hierba para pastar una vez finalizada la estación de lluvias. Las temperaturas más agradables se registran de agosto a octubre.



MÁS DE 25 AÑOS DE EXPERIENCIA
ORGANIZANDO INCENTIVOS EN AFRICA



Con el mismo fuego y pasión que impulsaron la creación de nuestra empresa en 1994 aún ardiendo con fuerza, en Kobo Safaris nos esforzamos continuamente por redescubrir y compartir contigo la increíble magia y belleza del continente africano.

Nuestras operaciones abarcan la diversidad y las atracciones no solo de los destinos de safari originales en el este de África, sino también del sur de África. La atención personalizada y el servicio a cada huésped siempre ha sido nuestro mantra a través del cual nos esforzamos por presentar y mostrar nuestro maravilloso mundo.

En Kobo, nuestro equipo está unido e impulsado por una pasión por África: proteger y salvaguardar el medio ambiente natural y las culturas locales para la posteridad y para la elevación de su gente. Respetuosos con el medio ambiente, avanzamos con ligereza y cuidado para asegurarnos de que nuestras expediciones no causen ningún impacto negativo.

Trabajamos constantemente, discretamente entre bastidores, para asegurarnos de que cada cliente, viaje de incentivo, congreso, convención o conferencia se desarrolle sin problemas. Buscamos deliberadamente entornos silvestres y experiencias inusualmente aventureras para presentar y desvelar el siguiente elemento de la agenda, como hemos aprendido durante mucho tiempo, los momentos aparentemente no planificados son a menudo los más memorables y gratificantes.

Apreciamos y nunca olvidaremos la solemne promesa que nos hicimos a nosotros mismos y que ahora les hacemos a ustedes. Mantendremos nuestros ideales, políticas y entusiasmo. Si nos concede la oportunidad, lo guiaremos a usted y / o a sus invitados en la aventura de su vida, descubriendo los misterios de África y compartiendo un magnífico sueño. ¡Tenemos el espíritu, la experiencia, la flexibilidad y el compromiso para hacerlo realidad!



Baobab de Tarangire



www.kobo-safaris.com



Kobo Safaris Ltd



@KoboSafaris

Muy cerca de Tarangire, el corazón del Parque Nacional Lago Manyara es el propio lago, cuyas riberas cambian de lugar según la estación. Uno de los mejores lugares para apreciarlo es el **Maramboi Tented Lodge**, con 45 tiendas que pueden estar alejadas muchos metros de sus aguas, o casi rozándolas, como ocurre en el mes de junio.

Los huéspedes no solo se cruzan con otros huéspedes. Facóqueros, cebras, gacelas, mangostas... también forman parte del hotel, en cuyos jardines se organizan sesiones de

ta su parte baja permite disfrutar de un cambio de paisaje que hace olvidar la sabana, ya que se atraviesa una zona de bosque húmedo en la que solo faltan los gorilas.

Las paredes que delimitan la caldera, que culminan a 2.300 metros de altura y rodean el fondo a 600 metros de profundidad, ejerce de barrera natural para los miles de animales que habitan en el interior de lo que parece una llanura. La vegetación es escasa una vez en su interior y es muy fácil ver a los animales, incluso en los meses en los que la hierba



Ngorongoro Serena Safari Lodge

teambuilding. El parque y, en consecuencia, los alrededores del hotel, son muy apreciados por los observadores de aves, rinocerontes y flamencos.

Cráter de Ngorongoro

Presumen los locales de contar en su país con una de las maravillas del mundo. En realidad, no se trata de un cráter sino de una caldera volcánica de 263 km². El recorrido has-

está más alta. Solamente algunos ñus salen de este bellísimo paraje natural. La pequeña parte de bosque alberga algunos ejemplares del rinoceronte negro,

El hotel **Ngorongoro Serena Safari Lodge**, es una imponente construcción de piedra volcánica que parece vigilar a la fauna de Ngorongoro desde las alturas. Ofrece 75 habitaciones y magníficas vistas del cráter también desde su res-

taurante. Una tienda permanente se ofrece para sesiones profesionales de hasta 200 personas en teatro.

El cráter se sitúa a medio camino entre Tarangire y Serengeti. En coche de Tarangire a Serengeti el recorrido se alarga siete horas que se pueden amenizar con paradas de inmersión en la cultura local, como la que se programa en **Mosquito Village**, junto a la entrada del Parque Nacional Lago Manyara. Durante el camino se percibe el extremo oriental del valle del Rift y se ven numerosos animales, sobre todo en los tramos de pista de tierra.

En avioneta es posible partir de Arusha y aterrizar cerca del cráter de Ngorongoro tras un vuelo de 30 minutos, mientras que el recorrido por aire desde la capital de los safaris hasta Serengeti es de una hora.

Durante el trayecto en carretera también es fácil apreciar que ésta es tierra de masáis, de hecho ellos fueron quienes bautizaron a los dos parques nacionales más famosos de Tanzania. Ngorongoro significa ‘campana’ y es su manera de describir el cencerro que cuelga del cuello de las vacas que pastorean, mientras que Serengeti significa ‘llanura sin fin’.

La región de Ngorongoro, que significa ‘campana’ en masái, es residencia de esta tribu

En realidad la tribu masái, muy fácilmente reconocible por su altura y las coloridas mantas con las que se abrigan, proceden del norte de Kenia. Llegaron a Tanzania en el siglo XVIII y se instalaron en la gran llanura rocosa de Serengeti, que antes englobaba lo que hoy es el Parque Nacional de Ngorongoro.

En 1951, cuando se creó oficialmente el Parque Nacional Serengeti y se delimitaron los 13.000 km² que lo componen, los masáis se trasladaron al sur y fueron levantando sus poblados en el entorno del cráter del Ngorongoro.

Impresiona la cantidad de rebaños de vacas que conducen por esta zona, a través de un paisaje salpicado de chozas. Las viviendas de los masáis se estructuran en círculos en torno a un espacio interior abierto en el que se guarda el ganado. En el pueblo masái que se puede visitar cerca del cráter, esta suerte de patio comunitario alberga un mercado donde los miembros de la tribu presentan las creaciones de las mujeres a partir de coloridos abalorios.

La visita se completa con una demostración de saltos acompañada de cantos, la entrada en una de las chozas para descubrir la sorprendente amplitud de su espacio interior y los tanzanos masáis preparan fuego a la manera tradicional,

Teambuilding en Tanzania

Encaje de abalorios

Imitando a las mujeres masáis es posible realizar distintos objetos a base de los coloridos abalorios que utilizan para sus joyas. Desde posavasos a pendientes, pasando por manteles o pulseras, combinando los colores inspirándose en los motivos más comunes en la cultura local.



De compras

Acompañados de un local, el mercado de Arusha se presta para que los participantes en un *teambuilding* no solo compren los ingredientes del plato que cocinen, sino que intenten adivinar los nombres de la multitud de productos que se ofrecen cada día.

Pintura africana

La representación de animales sobre tela es una de las facetas artísticas más desarrolladas en el país. Divididos por equipos, los participantes pueden realizar un cuadro entre distintas personas aportando cada uno su toque personal y comparando al final los distintos resultados.



Escultura tribal

Intentar reproducir las bellas esculturas nacidas en los troncos de los árboles es muy difícil, pero divertirse intentando extraer una obra de arte de una raíz es una posibilidad para realizar en equipo compitiendo por desarrollar la mayor creatividad posible.

con excremento de animal, madera y paja generando calor sobre uno de sus cuchillos. Muy celosos de su intimidad, se prestan a hablar de sus costumbres, de tradiciones como la poligamia o sus ritos relacionados con la muerte, pero siempre y cuando se programe –y se pague– una visita previa.

Parque Nacional Serengeti

Es el lugar más deseado de Tanzania y no defraudará a quien quiera sentirse dentro de un buen documental dedicado a la fauna de la sabana africana. Elefantes, jirafas, hipopótamos,

Otros grandes animales como el rinoceronte y el leopardo son más difíciles, pero no imposibles, de ver. A diferencia de otros países, no se permiten los safaris nocturnos por lo que las salidas siempre se hacen una vez haya amanecido y antes de que se ponga el sol.

No obstante, es posible organizar cenas en la sabana. Forma parte de las propuestas del **Meliá Serengeti Lodge**, una de las joyas que atesora el grupo hotelero español en el mundo.

la sostenibilidad, todo lo que se encuentra en el establecimiento es local, incluidos los elementos de la decoración.

Meliá cuenta con otro hotel en Zanzíbar, la isla perteneciente a Tanzania que se encuentra a una hora y media de vuelo de Arusha. Son muchos los incentivos que incluyen unos días en las playas paradisíacas del Índico tras unos días de safari por la sabana. El estado de las carreteras hace que los safaris sean agitados, por eso el complemento de la estancia en la playa es especialmente apreciado.

Para presupuestos menos elevados, el **Serengeti Serena Safari Lodge** se inspira en las chozas de los masáis. Cuenta con espacios donde organizar actividades de *teambuilding* y cenas inspiradas en la cultura local sin salir del hotel y con vistas a la sabana, especialmente bonitas al atardecer.

Una tienda permanente se ofrece para sesiones de trabajo de hasta cien asistentes. Además, los grupos profesionales pueden disponer del espacio de barbacoa y del área dentro del parque donde organizar cenas en plena naturaleza.



monos, gran variedad de aves, leones, cebras, ñus... estos últimos empiezan a agruparse en el mes de junio creando impresionantes concentraciones que no paran de crecer hasta que en agosto cerca de dos millones de ejemplares cruzan el río Mara en busca de pasto.

Les acompañan cientos de cebras que parecen formar parte del cuadro para aportar las tonalidades blanca y negra.

La amplitud de la propiedad, con magníficas vistas de la sabana desde las áreas comunes y las habitaciones, permite organizar safaris a pie. Cuenta con 50 habitaciones, incluyendo las 21 en las que se acompaña la elegante decoración con las amplias vistas de la sabana.

Una sala para reuniones con luz natural puede albergar hasta 50 delegados. El hotel se caracteriza por su apuesta por

Otra opción de alta gama dentro del parque es el **Four Seasons Safari Lodge Serengeti**, con cuatro restaurantes y 77 habitaciones. Cinco son villas con piscina privada. Todas incluyen bañera panorámica sobre la inmensa llanura.

Inaugurado en 2012, es un establecimiento con marcada personalidad africana perfectamente integrado en el paisaje. Se pueden organizar reuniones de hasta 20 personas.

Regreso a los orígenes

La **Garganta de Olduvái** es otro de los lugares que fascinan en Tanzania. Desde un anfiteatro que puede albergar a 200 personas, se puede leer esta suerte de libro de geología abierto en el que se han encontrado restos de los ancestros del Homo Sapiens y de nuestra propia especie. Las investigaciones paleontológicas y antropológicas que inició Mary Leakey continúan en un espacio tan lleno de historia

que sorprende. Se puede completar la visita con las Huellas de Laetoli, aunque es necesario destinar media jornada debido a la distancia y el tipo de carretera que conduce a ellas.

En 1978 Leakey y su equipo excavaron en Laetoli depósitos de cenizas volcánicas y hallaron los restos de las que se consideran las primeras huellas de pisadas humanas, con una antigüedad comprendida entre 3,4 y 3,8 millones de años.

Es otro más de los lugares que se pueden incluir en un programa de incentivo, en un destino que, si bien ya muy consolidado, no deja de interesar a este segmento. La prueba es que varias cadenas están interesadas en ampliar su cartera de hoteles en el país, mientras que otras esperan que la situación derivada de la pandemia se estabilice para retomar los numerosos proyectos que hay en curso. Nuevas áreas están siendo protegidas, por lo que el número de parques aumentará.

Y es que la posibilidad de disfrutar de la belleza de un lugar tan preservado y en las condiciones de seguridad que Tanzania ofrece, además de la profesionalidad de los receptivos locales, combinan a la perfección con la autenticidad de las

propuestas, el exotismo de sus gentes y tradiciones y la riqueza de una fauna que se pasea impasible ante el boquiabierto visitante.

Aunque nunca cerró sus fronteras, y consciente de las exigencias de muchos países hacia los viajeros procedentes de África, en Tanzania se ha desarrollado una infraestructura destinada a realizar los tests necesarios ante la pandemia de Covid-19. Aunque es eficaz, es lenta, debido a la distancia que separa el norte del Tanzania del único laboratorio certificado para emitir resultados, ubicado en Dar es-Salam.

Por eso es necesario organizar la realización de las pruebas en los lugares acondicionados para ello dentro de los parques nacionales, de tal modo que haya tiempo suficiente para que las muestras sean enviadas por carretera a la capital y el viajero pueda recibir su resultado.

Tanzania es un país que sabe atraer a los grupos MICE y, consciente de sus atractivos, los protege. La sabana africana es mucho más que el escenario de un documental. Es la prueba de que en el mundo es posible vivir momentos únicos con solo mirar por la ventanilla.

En 1978 se encontraron las primeras huellas humanas, antiguas de entre 3,4 y 3,8 millones de años

Una relación estrecha

El vínculo de KLM y el continente africano es más que comercial. La compañía más antigua del mundo empezó a volar a Sudáfrica en 1938. En 1969 se abrió el destino Tanzania, con un vuelo semanal que conectaba Ámsterdam y Dar es-Salam. Era operado con un avión McDonnell Douglas DC8 y el vuelo incluía varias paradas (en Múnich, El Cairo, Entebbe y Nairobi). En 1978, la compañía desplegó aún más sus alas en el país añadiendo Kilimanjaro a su red de destinos.

52 años más tarde, el viaje continúa y ambos destinos se mantienen, siendo Tanzania el único país en el este de África en el que KLM opera en dos ciudades. La *joint venture* firmada en 1995 con Kenya Airways demostró el interés de la aerolínea por esta parte de África, ampliando las opciones de volar a Tanzania con la conexión de la compañía keniana en Nairobi, con destino a Zanzíbar.

Hoy KLM utiliza uno de los mejores aviones de su flota para viajar a Arusha, la capital de los safaris: el Boeing Dreamliner B787-900 cuenta con 30 asientos en World Business Class con asiento-cama de 207 cm, pantalla de 81 pulgadas y un diseño de cada plaza que garantiza la privacidad.

MELIÁ ZANZIBAR



MELIÁ SERENGETI LODGE



Una auténtica aventura en Tanzania

LA PERFECTA SIMBIOSIS ENTRE NATURALEZA Y LUJO

Descubre Arusha situado a los pies de Monte Meru para iniciar la inolvidable aventura africana en Tanzania. Vive la experiencia de un inolvidable safari en la mayor reserva de vida salvaje del continente. Despierta en el corazón de Parque Nacional del Serengeti, en un recinto seguro, sostenible, perfectamente integrado en el paisaje con los servicios y comodidades de un hotel de lujo. Camina descalzo por la arena blanca de la isla de Zanzibar y explora los lugares declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en la isla de las especias. Es fácil sentirse bien cuando el viaje de tu vida te lleva a Tanzania, pero sabes que lo mejor está por venir. Lo que realmente te hace sentir cómodo son nuestro servicio y atención al detalle en cada uno de nuestros hoteles. Vive una auténtica aventura en Tanzania con Meliá Hotels International.

Para más información, visita melia.com



GRAN MELIÁ ARUSHA



LA VIDA MÁS FÁCIL

Las aplicaciones de productividad no solo facilitan la vida sino que ayudan a una mejor gestión de las tareas. Si resulta estresante llevarlas a cabo, una *app* puede ayudar a relajarse y aprender a meditar, mientras que otra puede avisar del clima exactamente allí donde el usuario se encuentre: pocas cosas escapan a las *apps*.

Tiempo y radar
para conocer la previsión
con todo detalle



- Ofrece el pronóstico del tiempo a nivel mundial
- Incluye radar meteorológico con mapa satelital interactivo a escala planetaria
- Los radares interactivos de lluvia, temperatura y viento hacen muy precisa la información
- Se pueden programar alertas por tiempo extremo a nivel europeo
- Genera noticias de última hora sobre el clima y la actualidad meteorológica nacional e internacional
- Informa sobre la temperatura del mar, viento y oleaje en localidades costeras, así como el índice UV, horas totales de sol al día y horario de salida y puesta del sol
- Habilitando la geolocalización, indica el pronóstico del tiempo en la ubicación del usuario

Calm
para relajarse y dormir
sin estrés



- Es una aplicación para dormir y meditar
- Incluye desde historias para dormir a programas de respiración, pasando por clases magistrales de meditación y música relajante
- Tiene programas adaptados para usuarios intermedios y avanzados
- Las sesiones de meditación guiada pueden ser de 3, 5, 10, 15, 20 o 25 minutos
- Una sesión nueva de Daily Calm de 10 minutos se publica cada día
- Se pueden programar sesiones de varios días, tanto para usuarios principiantes como avanzados
- Se puede crear ambiente con los treinta sonidos y escenas naturales relajantes que incluye

OneNote
guarda y organiza las
ideas



- Es un bloc de notas que permite integrar notas manuscritas o páginas mediante digitalización y habilitar en ellas la búsqueda de texto
- Ofrece secciones y páginas para separar las ideas por temas
- Incluye etiquetas para clasificar las listas de tareas pendientes, hacer seguimiento, marcar lo más importante o crear alertas personalizadas
- Sincroniza las notas en todos los dispositivos por lo que varias personas pueden trabajar a la vez en el contenido
- Permite guardar imágenes, recortar las imágenes de forma automática e insertarlas en las notas
- También se puede utilizar para dibujar gracias a una amplia gama de colores y opciones de configuración de lápiz
- Para los usuarios de Windows 10, se sincroniza con las aplicaciones OneNote y Notas rápidas de Windows

Solid Explorer
administra y protege los
archivos



- Es una aplicación de administración de archivos
- Permite navegar por los archivos almacenados en el dispositivo y los organiza automáticamente en colecciones
- También protege los archivos mediante un cifrado sólido
- Los coloca en una carpeta segura cuyo contenido es ilegible para otras aplicaciones
- El usuario debe registrar una contraseña o huella digital para poder acceder
- Incluso si desinstala Solid Explorer, los archivos permanecen en el dispositivo y continúan protegidos
- Cuenta con una búsqueda indexada con filtros para encontrar rápidamente lo que se busca
- Se pueden realizar copias de seguridad de aplicaciones y archivos en cualquier destino

Stack
escanea y organiza
documentos



- Es una aplicación de Google que escanea documentos para guardarlos en PDF
- Genera PDFs de alta calidad que se pueden editar
- También identifica el tipo de documento que es para clasificarlo correctamente
- El usuario decide las categorías y la app se encarga de ordenar los documentos creados
- Permite importar otros PDFs mediante cámara, accediendo a la galería o explorando archivos, y los relee para su clasificación
- El buscador integrado permite encontrar fácilmente el documento deseado
- De momento solo está disponible en Estados Unidos por lo que para un uso fuera del país es necesario descargar su APK

LA EVOLUCIÓN DEL AVIÓN

El hecho de volar ha cambiado muchísimo en las últimas décadas, pasando de ser algo muy exclusivo y limitado a las élites, a una opción de transporte muy masificada que abrió cientos de fronteras. Las aeronaves han ido evolucionando en paralelo a sus pasajeros. Parece que aún quedan grandes cambios por venir.

Por Redacción

Viajar en avión era hace un siglo una actividad exclusiva para las élites. En 2014 se celebró el centenario del primer vuelo comercial con pasajeros. Al no existir infraestructura, se operó en un hidroavión que realizó a 120 km/h el trayecto entre la ciudad de St. Petersburg en Florida (Estados Unidos), hasta Tampa, dentro del mismo estado. El único pasajero fue un excalcalde de la ciudad, que pagó una fortuna por ser el primer pasajero.

100 años después, la mitad de la población que viajaba lo hacía en avión. Antes de la pandemia, con el tráfico aéreo en los mayores niveles de su historia, se dice que un avión despega cada segundo en nuestro planeta.

Los aviones parecen no haber evolucionado mucho atendiendo a su espacio exterior, sin embargo los avances de la ingeniería aeronáutica hacen que volar en la actualidad no tenga nada que ver con lo que era hace décadas.

Este desarrollo se percibe principalmente en la velocidad, que llegó a alcanzar los 190 km/h en la Primera Guerra Mundial y roza los 1.200 km/h en la versión más optimizada del A380 fabricado por Airbus. En 2019, favorecido por los vientos de cola, un Boeing 787 Dreamliner que volaba de Los Ángeles a Londres-Heathrow consiguió alcanzar los 1.289 kilómetros por hora, superando la velocidad del sonido.

La capacidad también forma parte de los cambios más significativos. Cuando en 1933 se presentó el Boeing 247, considerado el primer avión moderno diseñado para pasajeros, podía transportar a diez personas. Cuando en 2005 despegó el primer Airbus 380, transportaba 800 pasajeros.

La capacidad también forma parte de los cambios más significativos. Cuando en 1933 se presentó el Boeing 247, considerado el primer avión moderno diseñado para pasajeros, podía transportar a diez personas. Cuando en 2005 despegó el primer Airbus 380, transportaba 800 pasajeros.

Comodidad a bordo

KLM es la compañía más antigua del mundo al ser la primera en operar regularmente vuelos de pasajeros. La Koninklijke Luchtvaart Maatschappij voor Nederland en Koloniën (Compañía Aérea Real para Países Bajos y Colonias) comenzó su actividad en el año 1919 y en 1920, tras realizar su primer vuelo comercial de Ámsterdam a Londres, registró un balance anual de 345 clientes. Es decir, el mismo pasaje que puede abarcar hoy un solo vuelo.

La comodidad estaba a años luz de la actual, las cabinas ni siquiera estaban cerradas. En consecuencia, los aviones no podían volar a gran altura y, si lo hacían, era con pilotos provistos de máscaras de oxígeno. Como consecuencia de la Segunda Guerra Mundial se desarrollaron los sistemas de presurización de cabina que permitían el bombeo activo de aire comprimido en la cabina, garantizando con ello la seguridad y comodidad de los ocupantes.

El primer vuelo comercial de un avión presurizado tuvo lugar en Estados Unidos en 1940. El Boeing 307 Stratoliner de la aerolínea TWA recorrió la distancia entre Burbank (California) y el aeropuerto de La Guardia, en Nueva York, en 12 horas y 22 minutos con 33 pasajeros a bordo.

Si bien la proyección de contenidos en las cabinas parece que sea casi centenaria, oficialmente los programas de entretenimiento a bordo comenzaron a ser ofrecidos a los pasajeros en 1961, de la mano de la compañía estadounidense TWA. Hoy sería impensable para un viajero desplazarse sin algún tipo de contenido. Incluso en los aviones que quedan en el mercado sin pantalla integrada las aerolíneas ofrecen sistemas de entretenimiento a través de una aplicación.

La variedad de contenidos ha llegado, en el caso de Emirates, a los 3.500 canales, 850 películas y cien canales para niños en varios idiomas. En el caso de Turkish Airlines, su programa cuenta con 750.000 canciones que incluyen desde pop, rock del mundo a folclore tradicional turco.

Configuración de la cabina

La configuración de las cabinas en espacios diferenciados con diferente servicio y tarifa nació en 1952 cuando IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo, por sus siglas en inglés), aprobó la venta de billetes para un mismo vuelo a precios diferenciados. A partir de ese momento los interiores se dividieron en primera clase y clase turista.

Fue la australiana Qantas quien en 1979 decidió crear una clase intermedia entre la primera y la más barata: así nació la *business* o clase ejecutiva. Su éxito fue tal que muchas compañías, incluso Qantas, terminaron por abandonar la primera



Primer avión

y ofrecer solo dos gamas a bordo: *business* y *economy*. En los últimos años varias marcas han recuperado la primera clase y han dividido en dos la clase económica con la introducción de la *premium economy*.

Allí donde no existe primera clase, la *business* se parece cada vez más a una primera, con asientos que se hacen cama 100% horizontales, pantalla grande, complemento de primera categoría como los auriculares antirruido y servicio durante todo el tiempo de vuelo. La evolución de este tipo de asiento conduce hacia una privacidad cada vez mayor, con cierres y orientación

El primer vuelo comercial con presurización de la cabina tuvo lugar en Estados Unidos en 1940: un Boeing 307 de la compañía TWA atravesó el país en 12 horas y 22 minutos con 33 pasajeros a bordo



nes del asiento que generan espacios independientes para cada pasajero.

La popularización de la aviación

Con la aerolínea estadounidense Southwest, que extendió el modelo de negocio *low cost* en el sector aéreo a finales de los años 70 del siglo pasado, no cambiaron los aviones sino el modelo de aviación. El transporte que, si bien cada vez más extendido, seguía correspondiendo a una élite, se popularizó

El crecimiento del tráfico aéreo parecía imparable antes de la pandemia: en 2018, 4.378 millones de personas tomaron el avión. En 2019 llegaron a registrarse 230.000 vuelos en el mundo en solo día.

con precios incluso por debajo de cualquier otra alternativa terrestre. Con ello se produjo un auténtico *boom* que generó la masificación del tráfico aéreo, la proliferación de rutas y aviones, de nuevos aeropuertos y terminales que ampliaban los ya existentes.

En 2019 llegaron a registrarse en un solo día 230.000 vuelos a nivel mundial. El crecimiento del tráfico parecía imparable antes de la pandemia: en 2004, 1994 millones de personas habían volado al menos una vez en el año; en 2010 ya eran 2.695 millones. En 2018 4.378 millones de personas tomaron el avión.

Los aviones no se transformaron con el cambio de milenio, pero sí cambió en gran medida la experiencia a bordo. Del todo incluido en el precio, el pasajero pasó a un amplio desglose de servicios que ha llevado a que ni siquiera el asiento elegido forme parte de la tarifa inicialmente propuesta.

En la actualidad

Según las autoridades mundiales de Aviación Civil, el tráfico aéreo genera alrededor de un 2% de las emisiones de efecto invernadero a nivel mundial.

Los aviones Airbus A350 XWB y Boeing 787 Dreamliner rivalizan en estos momentos por ser el aparato más moderno del mercado. Los creadores del primero presumen de haber cons-

truido una aeronave que consume un 25% menos de combustible que cualquier avión de su misma capacidad, hasta 550 pasajeros. Boeing ya había reducido hasta en un 20% el consumo de sus aviones más eficientes con su 787 Dreamliner.

Ambos constructores trabajan en modelos de avión de fuselaje ancho, que permite en densidades de cabina muy altas instalar filas de hasta 10 asientos. La altura de los aviones y, con ella, la sensación de espacio por parte del pasajero ha cambiado considerablemente en los últimos años.

En busca de la eficiencia

Los aviones han ganado un 70% en eficiencia energética y generan un 70% menos de ruido. Los porcenajes se verán

sajero/km en relación con los niveles de 2005, así como se redujo en un 50% los niveles de 2011 de producción de residuos no reciclables. Otro objetivo cumplido es la emisión cero en las operaciones en tierra.

Las aerolíneas están retirando del mercado los aviones considerados más contaminantes –si bien algunos están operando más tiempo de lo previsto como consecuencia de la pandemia–, optimizando rutas y reduciendo frecuencias. Se espera retomar pronto el proyecto de desarrollo del nuevo modelo de avión Flying-V, en cooperación con la Universidad Tecnológica de Delft. La aeronave tiene forma de V. Tanto las cabinas de pasajeros, como la bodega para carga y los tanques de combustible, están integrados en las alas del avión.



sin duda superados, sobre todo desde que en 2011 empezó la competición entre compañías por reducir al máximo su impacto medioambiental. Ese año Lufthansa operó el primer vuelo con biocarburante, conectando Hamburgo y Fráncfurt.

El compromiso de las compañías con la sostenibilidad ha llevado a la adquisición de compromisos como el de Air France-KLM, reconocido como el grupo aéreo más comprometido del mundo por el Índice de Sustentabilidad Dow Jones. En 2020 consiguió reducir en un 50% las emisiones de CO₂ por pa-

La experiencia a bordo está cambiando en tanto en cuanto están desapareciendo los plásticos de un solo uso, la presencia de publicaciones en papel, ya no se viaja con documentos en la mano y la labor de muchos profesionales en el aeropuerto está siendo automatizada, con lo que el contacto humano queda reducido al que se pueda tener con los demás pasajeros.

Aviones supersónicos

La carrera por conseguir el avión supersónico más veloz llegó a simular la de la llegada a la luna. En 1976 comenzó a operar el

Concorde, una aeronave fruto de la creación de un consorcio entre British Airways y Air France. Su velocidad de crucero superaba los 2.000 km/h, aunque nunca fue posible rentabilizar sus costes operativos.

El coste se trasladaba en gran medida al pasajero: el precio del billete rondaba en el momento de su desaparición los 12.000 dólares por viaje de ida y vuelta entre París y Nueva York. A partir de un accidente acaecido en 2003, dejó de volar.

Solo Rusia llegó a fabricar una aeronave que podía competir con el Concorde. El Túpolev Tu-144, con capacidad para 144 viajeros frente a los 120 del Concorde, fue el primer avión supersónico de pasajeros del mundo y dejó de operar en 1984.



Cuentan quienes viajaron en él que el ruido en el interior de la cabina era tan fuerte que los pasajeros se comunicaban mediante notas. Y el consumo de combustible tan importante que quedó relegado a una única ruta entre Moscú y Kazajistán.

Sin embargo, el proyecto de superar la barrera del sonido no solo no ha sido abandonado, sino que es el que está condicionando el futuro de la aviación. Ya no solo se trata de superar la velocidad del sonido, sino de superarla en varios niveles – *mach*–.

El pasado mes de febrero, Boom Supersonic presentó un modelo que volaría tres veces más rápido que las aeronaves que existen actualmente en el mercado. Ello permitiría alcanzar cualquier lugar del mundo en un máximo de cuatro horas. Se espera que el avión XB1 de Boom Supersonic esté operativo en 2026 y tendrá capacidad para 88 pasajeros. Cabe recordar que cuando, en 1935, se pudo volar por primera vez de San Francisco a Manila atravesando el Pacífico, el tiempo de vuelo fue de seis días.

El de Boom Supersonic no es el único proyecto. También en 2026, la compañía Aerion espera operar su avión AS3, con capacidad para 50 pasajeros, autonomía para 13.000 kilómetros y una velocidad de hasta 6.000 km/h. Con esto se podría viajar

en tres horas a las antípodas desde cualquier punto del planeta.

Virgin Galactic, junto a Rolls Royce, están desarrollando una aeronave que supere los 3.700 km/h y pueda volar al doble de altura que los aviones actuales. Spike Aerospace ha patentado por su parte el Spike S-512 Quiet Supersonic Jet, un modelo de *jet* privado supersónico con ruido reducido en el interior de la cabina que situaría a Londres a tres horas de vuelo de Nueva York.



El consumo del XB1 supersónico sería 100% responsable. En palabras del fundador y director general de la compañía fabricante, Blake Scholl, “el objetivo es construir un avión neutro en carbono desde cero, que utilice combustibles alternativos que reciclen la misma cantidad de carbono que se emite durante el vuelo”. Para ello “la aeronave absorbe el carbono de la atmósfera, se licua en el combustible del avión y lo hace funcionar”.

Un futuro silencioso

Si las aerolíneas son capaces de contaminar menos y compensar las emisiones inevitables, el siguiente reto es conseguir que los vuelos supersónicos no sean sinónimo de ruidosos.

La NASA ha desarrollado ideas para que la experiencia de vuelo no incluya el *sonic boom*, o lo que es lo mismo, el estallido que se produce cuando un objeto en movimiento supera la barrera del sonido en un medio fluido.

El prototipo X-59 que se espera probar este año no está diseñado para pasajeros, aunque se espera marque el inicio de una serie de proyectos destinados a transportar personas. La diferencia con un avión convencional radica principalmente en su forma cónica y en la ubicación del motor, situado en la parte superior del aparato.

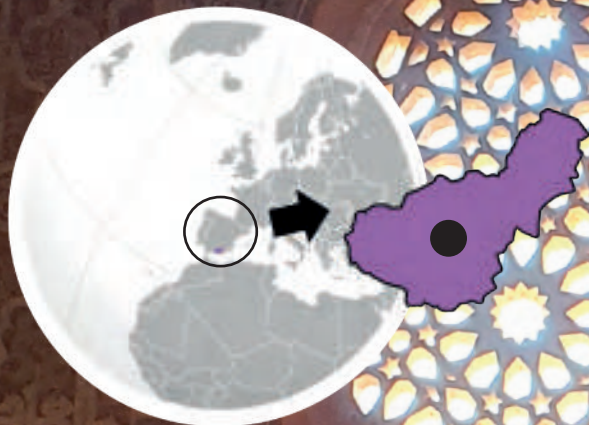
Se espera que los precios de los vuelos aumenten y que la industria evolucione hacia los modelos supersónicos silenciosos, que sin duda conllevarán un coste mucho más elevado. El sector debate sobre la masificación del hecho de volar y los precios asequibles y su compatibilidad con la sostenibilidad. Y

sobre la apuesta por tecnologías que transporten mucho más rápidamente, mediante tarifas muy superiores, y los actuales modelos de mercado.

Ante la duda de cómo evolucionarán los aviones y con ello la experiencia a bordo, solo es seguro que en este momento las compañías aéreas están centradas en la recuperación de rutas tras la gran crisis acaecida con la pandemia, así como en la inversión en modelos y combustibles responsables con el medio ambiente. El medio plazo es una incógnita.

Si las aerolíneas son capaces de contaminar menos y compensar las emisiones inevitables, el siguiente reto es conseguir que los vuelos supersónicos no sean sinónimo de ruidosos

DESTINO Granada (España)



PURO ARTE

Granada es joya y joyero. La Alhambra es sin duda su piedra más preciosa, pero dista de ser la única. El ambiente que generan los tacones y las palmas, la riqueza arquitectónica y una costa cuyos fondos marinos albergan tesoros escondidos, hacen de esta ciudad andaluza y su provincia un destino de sobra conocido que consigue sorprender.

Por Eva López Álvarez
Fotos E.L.A. / Granada Convention Bureau

Granada es gracias a su Alhambra una de las ciudades más conocidas del mundo. Ser la cuna del flamenco también le ha dado fama internacional. Sin embargo, tanto la ciudad como la provincia de Granada atesoran otros atractivos únicos y a muy poca distancia del antiguo recinto palaciego musulmán.

El aeropuerto más cercano es el Federico García Lorca Granada-Jaén, a media hora en coche del centro de la ciudad. Sin embargo, muchos viajeros llegan al destino a través del aeropuerto de Málaga, situado a una hora y media por carretera y con muchas más conexiones.

La capital de la provincia andaluza –del mismo nombre– es un destino con clima mediterráneo continentalizado que adolece de calor en los meses de julio y agosto. Registra bajas temperaturas en diciembre, enero y febrero. En estos meses, gracias a la cercanía de las pistas de esquí de la vecina Sierra Nevada, son muchos los grupos que complementan un programa de disfrute de la nieve con la visita de la ciudad.

Un destino de costa

Resulta llamativo el contraste con la costa de la provincia, denominada Costa Tropical, con buen clima todo el año y a tan solo 80 kilómetros de la capital. Es una ventana al mar Mediterráneo enmarcada por la Costa



Información práctica



Huso horario
GMT +1

Moneda
Euro



Tipo de enchufe
Clavija tipo C
Voltaje común 230 V

Código telefónico
+34



Más información

GRANADA CONVENTION BUREAU
Eva Garde
Directora
Tel. +34 958 535 761
granadacb@granada.org
www.granadaconventionbureau.org

de Almería y la malagueña Costa del Sol, compuesta por 73 kilómetros de litoral con amplia oferta para grupos MICE, principalmente en los municipios de Motril, Salobreña y Almuñécar.

Árabe y gitana

Granada es una ciudad de deliciosos contrastes que incluyen desde el sonido del agua que traslada al antiguo reino árabe, al traqueteo de los tacones y las palmas que ilustra el ambiente gitano. Con ellos conviven la elegancia renacentista y la profusión barroca, en un destino que se recorre fácilmente a pie.

Granada es una ciudad de deliciosos contrastes que se recorre fácilmente a pie

La mayor parte de *venues* singulares se encuentran en el Albaicín o casco antiguo árabe. Es una sucesión de callejuelas que remontan hasta el Mirador de San Nicolás, donde poder admirar la vista más famosa de la Alhambra.

La calle Carrera del Darro delimita el Albaicín en su parte más baja y ejerce al mismo tiempo de magnífica transición entre los ejemplos de arquitectura renacentista y barroca y el universo árabe que asciende por las empinadas calles.

Un palacio del siglo XVI se ha convertido en un *venue* inspirado en los aromas de Granada: en el **Patio de los Perfumes** se organizan sesiones de elaboración de aromas o infusiones en grupos de hasta 24 personas, cada participante dispone de una hora y media para diseñar su fragancia.

Entre los espacios para eventos dentro del Albaicín que ofrecen vistas inolvidables de la Alhambra se encuentra la

Fundación Carlos Ballesta López, fruto de la recuperación de una casa morisca. Cuando la ciudad de Granada fue conquistada por los Reyes Católicos en 1492, se firmaron unas capitulaciones que permitían a los musulmanes (mudéjares) ejercer libremente su religión. Sin embargo, a partir de 1601 se les impuso el catolicismo, pasando a ser conocidos como "moriscos".

Este centro cultural con restaurante, inaugurado en octubre de 2020, ejerce a la perfección de joya y joyero. Alberga una rica colección cuyo fin es dar al conocer la cultura morisca. En este lugar se aprecia perfectamente cómo en público los habitantes se veían obligados a renegar de unas creencias y costumbres que fomentaban en la privacidad de la casa familiar.

Esta fundación es un típico "carmen" granadino: lo que parece un nombre de mujer es en este destino una palabra de origen árabe que significó viñedo, aunque hoy en día se refiere a una casa con jardín dentro de la ciudad. En el

Un "carmen" es una palabra de origen árabe que designa hoy una casa con jardín dentro de la ciudad

restaurante panorámico **Aben Humeya**, con 70 cubiertos y patio para cócteles con vistas, la cocina se basa en productos de proximidad e influencias mozárabes.

Sacromonte

Este barrio colindante al Albaicín pertenecía al área extramuros de Granada cuando en el siglo XIV comenzó a recibir a la población gitana. Es el destino ideal para la inmersión en un universo único, el del flamenco, que ha sido reconocido como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO. De la mano de DMCs que reivindican la autenticidad, es posible en grupos reducidos degustar un arroz cocinado a la lumbre en una de las casas-cueva que tanta personalidad le aportan a esta colina.

Los espectáculos flamencos y los recitales de poesía del insigne granadino Federico García Lorca, son ineludibles. Existen para ello espacios emblemáticos como la **Cueva del Curro**, con capacidad para 60 personas. Otra posibilidad de inmersión para incentivos consiste en organizar rutas de

compras que incluyan talleres artesanales en los que se mantienen tradiciones de la época en la que Granada era la capital del reino nazarí del mismo nombre.

En la **Abadía del Sacromonte**, ocupando la que fue la primera universidad privada de España, los monjes conviven con una interesante colección que rememora el ilustrísimo pasado de Granada. Incluye incunables como uno de los cuatro tratados de Averroes sobre medicina.

En el patio se organizan cenas de gala y próximamente un centro de eventos ofrecerá una perspectiva diferente, y no menos espectacular, de la Alhambra.

La Alhambra
Tanto el Albaicín como el Sacromonte ofrecen magníficas vistas de este majestuoso recinto palaciego compuesto en realidad por una sucesión de residencias reales construidas por diferentes sultanes que rivalizaron en la búsqueda de la más bella proeza arquitectónica y decorativa.

Las visitas han sido limitadas a 2,7 millones de personas al año mediante un nuevo sistema de reservas que evita la falta de agilidad y la reventa que regían en este lugar.

Actualmente los accesos se pueden adquirir con un año de antelación y son nominativos, con un acceso automatizado que permite una gestión más rápida de los flujos.



Alhambra de Granada

Grupos de hasta 150 personas pueden gozar de la visita privada fuera de los horarios destinados al público, seguida de un cóctel en un patio o el Palacio Carlos V. En el interior del recinto de la Alhambra se encuentra el hotel **Parador de Granada**, con 37 habitaciones.

Grupos de hasta 150 personas pueden hacer la visita privada de la Alhambra seguida de un cóctel

La visita completa incluye la alcazaba o fortaleza, los palacios nazaríes y los jardines del Generalife. Bajo ellos se encuentra el exclusivo **Carmen de los Chapiteles**, gestionado por el Grupo Abades. Es una majestuosa casa aristocrática declarada Bien de Interés Cultural frente al Albaicín y el Sacromonte. Los jardines nazaríes figuran entre los más solicitados para cenas de gala y en la terraza se organizan ágapes de hasta 500 comensales.

En el centro
Colindante con el Albaicín, en el centro de Granada convive la modernidad con numerosos edificios monumentales. Uno de ellos es el hotel **Hospes Palacio de los Patos**, de cinco estrellas y 42 habitaciones. 20 de ellas se encuentran en lo que fue una residencia de abolengo en el siglo XIX, mientras que 22 se encuentran en el vecino edificio moderno.

En el centro

Colindante con el Albaicín, en el centro de Granada convive la modernidad con numerosos edificios monumentales. Uno de ellos es el hotel **Hospes Palacio de los Patos**, de cinco estrellas y 42 habitaciones. 20 de ellas se encuentran en lo que fue una residencia de abolengo en el siglo XIX, mientras que 22 se encuentran en el vecino edificio moderno.

Para reuniones cuenta con una sala para 60 personas en teatro dotada de luz natural, justo debajo de las fuentes del jardín. Además, una biblioteca se ofrece para reuniones de hasta 40 participantes. El patio ajardinado también se utiliza para cócteles de 40 invitados. La cocina combina recetas tradicionales mediterráneas con toques modernos.



Hotel Hospes Palacio de los Patos

El **Palacio de Congresos de Granada** puede recibir hasta 2.000 delegados en su mayor sala, además de disponer de un anfiteatro de 1.400 plazas y una terraza para cócteles con 2.000 asistentes.

Uno de los hoteles oficiales para los mayores eventos que tienen lugar en Granada es el **Barceló Carmen**, a diez minutos a pie del Palacio de Congresos y frente al centro comercial El Corte Inglés. Con 222 habitaciones, cuenta nueve salas para reuniones de hasta 200 delegados.

En la azotea Bheaven se organizan cócteles para 220 invitados junto a la piscina exterior y con vistas a la ciudad. Es uno de los lugares donde se aplica el concepto "meetings en el cielo" de Barceló, con opción *healthy* que incluye sesión de bienestar a base de estiramientos o yoga, programa de trabajo y almuerzo saludable.

Barceló cuenta con otro hotel en las afueras, entre el centro y el aeropuerto: el **Barceló Granada Congress** es el mayor cinco estrellas del destino, con 253 habitacio-

nes. Cuenta con una nueva azotea para eventos, además de diez salas para reuniones, dos de ellas acristaladas hacia un bonito patio interior. La mayor capacidad es de 1.200 personas en teatro.

Cerca del Palacio de Congresos, **María de la O**, también gestionado por el Grupo Abades, es un restaurante y espacio para operaciones MICE: dos salones en el palacete del siglo XIX pueden albergar pequeñas reuniones de hasta 35 delegados en teatro, mientras que el mayor espacio del edificio acristalado anexo se ofrece para sesiones de hasta 240 participantes.

El mismo grupo regenta el mayor espacio de la ciudad: una antigua fábrica azucarera, hoy rebautizada como **Lazukkerera**, se ha rehabilitado con un gran espacio diáfano en el que se organizan banquetes para 1.500 comensales.

Alrededores de Granada
A la salida de la ciudad, de camino a las cumbres de Sierra Nevada, **Tandal Urban Resort** es un complejo que aglutina

En la azotea Bheaven del hotel Barceló Carmen se organizan cócteles para 220 invitados



Carmen de los Chapiteles

tres restaurantes, casino y el hotel **Granada Palace**. Cuenta 116 habitaciones, todas muy amplias y con bañera de hidromasaje, y doce salas para eventos, la mayor para 2.640 personas en banquete. Completan las instalaciones un campo de fútbol y una plaza de toros para exhibiciones de caballos o corridas con vaquillas.

Aventura Amazonia, a 16 kilómetros del centro y en pleno parque natural de la Sierra de Huétar, es un parque de aventuras con juegos que consisten en desplazarse de árbol en árbol con distintas dificultades y alturas. 150 personas pueden competir al mismo tiempo en circuitos de tres horas con un total de 79 pruebas. También es posible deslizarse en tirolina a la luz de la luna en las noches de verano.

Costa Tropical

La Costa Tropical se sitúa a una hora por carretera de las pistas de esquí de Sierra Nevada y abarca todo el litoral de la provincia de Granada. Se compone de 20 municipios, delimitados por una cadena montañosa que separa esta zona de la provincia del clima más árido de la capital.

Motril es la segunda ciudad en tamaño de la provincia de Granada y puerta de entrada a África en *ferry*, al situarse a cuatro horas de trayecto de Melilla y Nador (Marruecos). En el **Puerto de Motril** se organizan regatas en veleros de doce participantes, así como eventos en



el Salón Real, con capacidad para 200 personas sentadas. También en la zona del puerto, el **Centro de desarrollo turístico** es un edificio multiusos con auditorio de 485 plazas en dos niveles, además de una azotea panorámica semicubierta para cócteles.

Muy cerca, en la **Finca El Edén**, se producen frutas tropicales ecológicas. Se organizan visitas y talleres de recogida del producto, coctelería... con degustación en la terraza panorámica.

En la misma finca, entre los árboles, y hasta dentro del invernadero, se proponen menús de productos específicos de la temporada.

La única fábrica de ron de caña de Europa se encuentra en Motril: **Ron Montero** es hoy un *venue* que recibe visitas gratuitas de una hora, con degustación incluida. Se organizan eventos para 50 personas tanto en la bodega como en los espacios exteriores.

Uno de los mejores hoteles del sur de España es el **Impressive Resort Playa Granada Golf**, de inspiración caribeña. Cuenta 330 habitaciones y dos restaurantes, *spa* con piscina y seis cabinas de masaje y un completo gimnasio. Dispone de múltiples espacios exteriores, al aire libre y cubiertos, para la realización de actividades de *teambuilding*.

Está rodeado por un campo de golf de 18 hoyos. Para sesiones profesionales cuenta con un auditorio de 390 plazas y una sala anexa de 300 m², como parte de un total de cinco espacios. Y no solo

el régimen todo incluido recuerda a los *resorts* del Caribe: la discoteca se puede privatizar para grupos y se organizan junto al mar cócteles durante la puesta de sol. Oferta un amplio abanico de actividades acuáticas, además de tener seis pistas de tenis, dos de *volley* y una de fútbol.

Almuñécar

Es uno de los destinos más famosos de España para turismo de sol y playa, pero también cuenta con infraestructura para atraer a grupos profesionales. Por ejemplo, la **Casa de la Cultura** cuenta con un teatro para 425 personas. La ciudad también alberga vestigios que datan de su fundación, fruto de la instalación de los fenicios hace más de 3.000 años. Las pilas de salazón que se encuentran en el parque de Majuelo pueden servir de fondo a eventos celebrados al aire libre en este espacio municipal.

En los meses de enero, cuando el clima es clemente y la temporada turística vacacional más baja, se celebra el Certamen Internacional de Guitarra Clásica “Andrés Segovia”.

En Almuñécar aún quedan vestigios de la ciudad fundada por los fenicios hace más de 3.000 años

El **Hotel Suites Albaycin del Mar**, de cuatro estrellas, 73 estancias e inspiración árabe, está siendo sometido a una profunda renovación. La Isla del Ocio ejerce de plaza central y puede ser el escenario de una búsqueda del tesoro. En la caseta flamenca se organizan sesiones musicales.

Secretos andaluces

La fértil agricultura de esta parte de España se hace evidente durante todo el trayecto entre Motril y Almuñécar, siendo ineludible la parada en **Salobreña**. Es un bonito pueblo blanco típicamente andaluz con magníficas vistas sobre la vega agrícola. Coronado por una alcazaba musulmana, a sus pies se extiende el Albaicín, o entramado de calles medievales de origen árabe.

En la pequeña plaza que albergó el primer ayuntamiento se pueden organizar eventos al aire libre. Junto al Ayuntamiento actual, en la parte baja del pueblo, el auditorio **Villa de Salobreña** ofrece 350 asientos. La plaza exterior también se utiliza para presentaciones o cenas al aire libre.

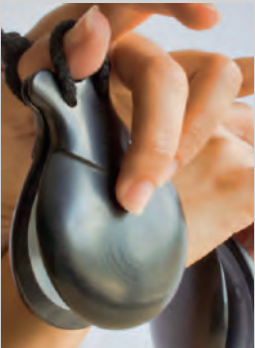
Desde el mirador Enrique Morente se puede contemplar la playa de La Guardia. Junto a la roca que la delimita, en el restaurante **El Peñón** los grupos de incentivo pueden preparar los famosos espetos, o sardinas ensartadas en una varilla metálica para ser asadas en barbacoa.

También en el interior, **Casa de Los Bates** es un hotel *boutique* construido en lo que era una casa familiar de inspi-

Teambuilding en Granada

Granada sensorial

ABAQ DMC propone viajes sensoriales que incluyen paradas en las que cada viajero debe adivinar a qué corresponden los aromas que se le ofrecen, siempre relacionados con el lugar donde se encuentra. Personajes míticos, ya sean actores o reales, pueden favorecer la inmersión.



Clase de castañuelas Clavel y Flamenco Performances organiza breves y divertidas sesiones de castañuelas. Hasta 400 delegados en un congreso ya han interactuado con una canción sobre Granada de Agustín Lara, llevándose además este típico instrumento como regalo.

Granadas de Granada

Las Granadas de María son joyas de plata y cristal de Swarovski que se pueden crear en grupo en un taller artesanal ubicado en las cercanías del Palacio de Congresos, en sesiones de una hora para grupos de hasta doce personas. Se puede personalizar el diseño.



Clases de conducción

La carretera que asciende a Sierra Nevada es un conocido *spot* para la prueba de vehículos. **Sports Adventure** organiza *masterclass* de conducción y recorridos en 4x4 de hasta 200 personas en Geoparque, una zona desértica al norte de la provincia.



Impressive Resort Playa Granada Golf

ración colonial, erigida en 1898. Catalogada como Monumento Histórico Artístico, tiene seis habitaciones, bonitos espacios ajardinados para cócteles y carpa para banquetes de hasta 120 comensales.

Los fondos marinos de la costa de Granada forman parte de los secretos escondidos de Andalucía. **Buceonatura** es una empresa de ecoturismo que ofrece salidas para buceo en el paraje natural de los acantilados de Cerro Gordo. La confluencia de las faunas mediterránea y atlántica en este mar de Alborán permite atisbar especies únicas como los nudibranchios –babosas marinas de colores–, los llamados corales candelabro y peces luna.

Posibilidades de RSC

Se puede bucear y hacer *snorkel* todo el año en grupos de doce personas. El programa se puede completar con otras actividades náuticas o un paseo interpretativo de dos horas con explicaciones sobre la fauna y flora, la geología o la historia del lugar (aquí se produjo uno de los mayores desastres navales de la historia de España). También es posible contribuir a la recuperación del entorno repoblando corales.

El litoral e interior de la provincia de Granada esconden secretos que complementan los innumerables misterios que

aloja la Alhambra, auténtica ciudad dentro de la capital en la que también se pueden programar actividades de responsabilidad social corporativa. Por ejemplo, se pueden cuidar los caminos haciendo senderismo por los alrededores del recinto palaciego, o durante los recorridos por la acequia real que sigue existiendo dentro de la dehesa del Generalife.

Las encinas que caracterizan el paisaje de dehesa, árbol autóctono prácticamente desaparecido, protagonizan los programas de reforestación que pueden comenzar recibiendo las semillas en la oficina.

Uno de los grandes atractivos de Granada y su provincia es que, si bien son destinos turísticamente muy conocidos, y masificados en determinadas épocas del año, es posible dotar a una operación MICE de autenticidad y sorpresas.

Y sin renunciar a los elementos más emblemáticos que todo viajero espera encontrar en esta parte de Andalucía, como el ambiente gitano y el flamenco, los pueblos blancos, el mejor aceite de oliva... o el delicioso jamón que se encuentra en secaderos que permiten descubrir parajes de gran interés como Las Alpujarras. Granada es un tesoro lleno de joyas que no pierden su brillo.

La reforestación de las encinas puede comenzar recibiendo las semillas en la oficina

Flamenca, gitana y turística

La asociación entre el mundo del flamenco y la etnia gitana no siempre es justificada, aunque en el caso de Granada es indisoluble. Se afirma que incluso antes de que los Reyes Católicos recuperasen la ciudad en el siglo XV, culminando con ello la Reconquista de España tras la ocupación árabe, los gitanos originarios de la India ya se habían instalado fuera de las murallas del Albaicín. Las casas-cueva que fueron creando no solo se convirtieron en viviendas sino en escenarios de una cultura musical única.

La Alhambra y el flamenco situaron a Granada entre los lugares más visitados del mundo. Y fue un gitano el primer guía turístico de la ciudad: Mariano Fernández Santiago, más conocido como Chorrojumo, fue un herrero que en el siglo XIX comenzó a ofrecer sus servicios a los turistas interesados en conocer los misterios de la Alhambra y fotografiarse junto a él. Se autodenominó “Rey de los gitanos” y “Señor de los bosques de la Alhambra” y llegó a crear postales de sí mismo que vendía como *souvenir*.

ibtm[®]

AMERICAS

AUGUST 18 - 19 , 2021

CENTRO CITIBANAMEX,
MEXICO CITY

Humanizing the events

The **bridge** to connect the **meetings**
and **events industry** across the **Americas**

Follow us:



www.ibtmamericas.com

CDMX
MEXICO CITY
Host City

encore
EXPERIENCE & EVENT TRANSFORMATION
Platinum Sponsor

POSADAS
Official Hotel

ALLENAMENTI
Speakers Bureau

TRADICIONAL
CRISTALINO

Centro
citibanamex

Strategic Partners

PUNTO MICE
Media Partner

Organized by

Reed Exhibitions[®]

The ibtm[®] is a trade mark of Reed Exhibitions Limited, used under license.

MOTIVACIÓN

Por **Cristina Cunchillos**

La inspiración para los programas de *teambuilding* procede más que nunca de lo que los organizadores tienen más cerca, ya sean tradiciones locales, entornos naturales, o incluso la crisis actual. De todo se pueden extraer oportunidades para motivar a los equipos.

Escapar de la pandemia



La agencia mexicana **Be Team Building** propone una aventura virtual que puede parecer real. Sitúa a los grupos en un escenario del año 2050, en el que el planeta Tierra se ha visto forzado a desarrollar un nuevo estilo de vida donde el aislamiento social es obligatorio para sobrevivir a una mortal pandemia. En el planeta Kepler 438-b, una avanzada e inteligente especie alienígena ofrece rescatar un grupo de humanos, con la condición de que representen lo mejor de su especie.

Para resultar elegidos y poder escapar, los participantes deben demostrar que son las personas más inteligentes, honestas, hábiles, bellas y carismáticas, a través de una serie de retos y acertijos virtuales. Todo a contrarreloj en un máximo de dos horas. Además de enfrentarse a pruebas en solitario desde sus ordenadores o dispositivos móviles, deben demostrar empatía y capacidad para trabajar en equipo, ya que en el nuevo planeta se considera que las relaciones sociales son lo más importante para ser felices. Y, aunque al final los participantes se queden en tierra, habrán podido escapar de la pandemia actual al menos por unas horas.

Deportes rurales vascos



Troka es una empresa española con sede en el País Vasco, que recurre a la cultura y tradiciones regionales en el diseño de sus programas de *teambuilding*. En la propuesta Herri Kirolak se invita a los grupos a probar algunos de los deportes rurales vascos más tradicionales y peculiares, fomentando la coordinación, la cooperación, la toma de responsabilidades y la confianza entre los miembros del equipo, además de la diversión.

Divididos en dos equipos, compiten en un tira y afloja para demostrar su fuerza y arrastrar al contrincante en el *soka-tira* o juego de la soga; o en la *zintzada*, empujando postes de madera. También se hacen carreras individuales de *txingas* en las que recorrer la mayor distancia posible con pesas en cada mano. La alzada de fardos, el arrastre de “piedras” (o de uno de los compañeros), la recogida de mazorcas de maíz o el lanzamiento de *txapelas* —boina vasca—, completan una jornada en la que también se refuerzan los lazos entre el equipo.

Aventura entre árboles



Uno de los principales atractivos de Costa Rica es su biodiversidad y la oportunidad que el país ofrece de disfrutar de aventuras en plena naturaleza. Eso es exactamente lo que propone **Best of Costa Rica**, con sugerencias como el circuito de tirolinas Sky Limit, en pleno bosque lluvioso, en las proximidades del volcán Arenal.

Los miembros del equipo no sólo han de perder sus miedos y demostrar diferentes habilidades para completar el circuito de puentes colgantes, tirolinas y otros retos entre las copas de los árboles, sino que también se fomenta la competitividad. Se pueden hacer carreras en tirolinas paralelas, ver quién es el primero en descender en rápel por una cascada o en cruzar los puentes más difíciles. Para liberar adrenalina, nada como un concurso de gritos de Tarzán mientras se lanzan agarrados a una cuerda. Al final se ofrecen premios a los ganadores y se comparten risas viendo las fotos del día. Y, además de pasar una jornada divertida, todos se benefician del contacto directo con la naturaleza más pura.

PURO INCENTIVO

MEDELLÍN (COLOMBIA)



FLOR DE COLOMBIA

El departamento colombiano de Antioquia siempre ha sido famoso por sus cultivos de flores. Ahora es su capital, Medellín, la que más resplandece, dejando atrás un pasado violento para convertirse en un modelo de regeneración y transformación.

Por Cristina Cunchillos
Fotos Bureau de Medellín

Medellín está habituada a los altibajos. Es lo que mejor describe la orografía de la capital del departamento colombiano de Antioquia, y también su historia. El centro de la ciudad se extiende a lo largo del río del mismo nombre, por el fondo del valle de Aburrá, mientras que sobre las escarpadas laderas de las colinas circundantes se levantan infinidad de torres y las densamente pobladas comunas que albergan a los más desfavorecidos.

Pese a su enclave idílico entre las sierras de los Andes, y un clima privilegiado con temperaturas suaves todo el año que le confiere el apodo de "ciudad de la eterna primavera", Medellín no siempre ha sido un destino recomendable. Durante los años 80 y 90 del siglo pasado era considerada la ciudad más peligrosa del mundo, mancillada por la violencia asociada al narcotráfico.

Hoy los Narcos quedan relegados a Netflix y la serie inspirada en la historia de Pablo Escobar. Artistas de la talla de Madonna y Maluma celebran el nombre de la ciudad a ritmo de reguetón. Los titulares negativos han dado paso en la última década a reconocimientos internacionales: la ciudad más innovadora del



mundo, una de las mejores para vivir, una de las más *cool*... Porque Medellín se ha transformado en un destino que re-bosa dinamismo, cultura y creatividad, atrayendo cada vez a más visitantes, también del segmento MICE.

La segunda ciudad en tamaño de Colombia no solo acoge grandes eventos, congresos y exposiciones, en sedes como el **Centro de Convenciones Plaza Mayor**. La oferta relacionada con su historia, naturaleza, arte y tradiciones, combinada con la hospitalidad natural de los *paisas* (gentilicio de sus habitantes), es más que suficiente para llenar un programa de incentivo, y querer regresar.

Ciudad accesible

Pocas ciudades de América destacan por su sistema de transporte público, pero en Medellín ésta es precisamente una de las claves de su transformación. Aún hoy, es la única ciudad de Colombia que cuenta con metro, con dos líneas que atraviesan el valle de norte a sur y de este a oeste.

Para alcanzar las comunas situadas en las laderas de las montañas se creó una innovadora red de teleféricos –el *metrocable*–, que cuenta ya con cinco líneas y una más en construcción. Es también el medio de transporte público más ecológico.

Este sistema integrado de transporte no solo facilita la movilidad, sino también la inclusión social. Incluso el propio viaje en los teleféricos es en sí un incentivo, ofreciendo las mejores vistas panorámicas.

DMCs locales como **Travel Solutions** o **Colombia Sensations** organizan recorridos por la ciudad para adentrarse en su historia, que a menudo se dinamizan con búsquedas de tesoro y juegos, o incorporan elementos de responsabilidad social corporativa.

Aprender del pasado

La **Comuna 13** es un barrio antaño inaccesible por sus altos niveles de criminalidad que ahora es visita obligada y

el ejemplo más que claro de la transformación social de la ciudad. Su parque-biblioteca fue el primero de los nueve que ahora se encuentran en Medellín, donde los habitantes pueden tomar prestados libros y se desarrollan programas de fomento a la lectura. Escaleras mecánicas, las primeras de carácter público instaladas en la ciudad, dan acceso al **Mirador de Las Independencias**, desde donde se disfruta de impresionantes vistas.

Pero lo que más atrae de la Comuna 13 son sus coloridos murales, en su mayoría realizados por artistas locales, que ofrecen un testimonio de resiliencia a través del grafiti y convierten el barrio en una galería de arte urbano.

El **Graffitiour** es un recorrido de tres horas en el que los grupos se adentran en la historia de la comuna y sus expresiones artísticas, acompañados de grafiteros locales. Sesiones de *disc-jockeys* amenizan la degustación de platos típicos al ritmo de *hip hop* o rap, convertidos en himnos a la paz, homenaje a los héroes locales y la esperanza.



Mi
Medellín

Alfonso Jaramillo

Gerente General de
Colombia Sensations

¿Por qué ir a Medellín?

Porque es un ejemplo de innovación y transformación social a nivel mundial. Es una ciudad que lo tiene todo, gente acogedora y un paisaje espectacular

Mi lugar favorito

Guatapé, un lugar campestre con una linda historia y una naturaleza única

Mi actividad favorita

Comer y beber algo rico y socializar con los locales, para conocer a la gente y sus historias

Los grupos no se pueden ir de Medellín sin:

- Visitar la Comuna 13
- Hacer una excursión a Guatapé
- Vivir una experiencia con campesinos, los *paisas* de la zona rural

Como remate final, los asistentes, aerosol en mano, crean su propia obra.

El **Museo Casa de la Memoria** es otro espacio para el recuerdo y el aprendizaje que complementa la visita a la Comuna 13. Aquí son las propias víctimas quienes explican a los visitantes cómo se vivió en la zona la época de mayor violencia. Se ubica en el cerro de Moravia, donde antes se depositaban las basuras de la ciudad. Hoy es una extensión de 30.000 m² de jardines y parcelas, la mayor área verde en la ciudad.

En el adjunto **Museo de Antioquia**, los grupos se adentran aún más en el talento del artista colombiano más universal, haciendo un recorrido por 188 de sus mejores obras pictóricas y escultóricas. Se puede incluso programar un divertido *teambuilding*, en el que los participantes deben recrear alguno de sus cuadros.

Novedades hoteleras

El alojamiento turístico se concentra en los distritos más acomodados, como Laureles, Jardines o El Poblado, en la mitad sur. Aquí se acumula también la oferta gastronómi-

interno, abierto a huéspedes y locales. El hotel, el segundo del grupo en Colombia, cuenta con 123 habitaciones.

La oferta de hoteles *boutique* y de lujo ha seguido creciendo en el último año con nuevas propiedades como **Celestino Boutique Hotel**, con 22 habitaciones entre frondosos jardines, o **The Somos**, un hotel de diseño cuya fachada incluye las escaleras exteriores que conectan los amplios balcones de sus 18 habitaciones.

En septiembre de 2020, la cadena Bluedoors abrió **York Luxury Suites**, un espacio innovador de 23 pisos con 111

El alojamiento turístico se concentra en los distritos más acomodados: Laureles, Jardines o El Poblado

suites con domótica para que los huéspedes controlen la comodidad de su estancia a través de comandos de voz.

En marzo de este año abrió sus puertas **Elcielo Hotel**, un nuevo proyecto del cocinero colombiano Juan Manuel Barrientos. Se trata de un hotel *boutique* de cinco pisos con 28 lujosas *suites*, azotea, piscina y un bar al estilo *speakeasy*.

En mayo abrió sus puertas **Hotel 23**, con 28 habitaciones inteligentes que se controlan desde el móvil. Cuenta también con un exclusivo bar en su azotea.

En Medellín también están presentes grandes cadenas como Marriott, Movich o Hilton. El grupo colombiano Hoteles Estelar cuenta con cinco propiedades en la ciudad, tras la incorporación, en 2019, del **Estelar La Torre Suites**, un hotel con 45 *suites* próximo al Centro Comercial El Tesoro, y el **Estelar Square**, con 146 habitaciones.

Accor, por su parte, espera estrenar **Jo & Joe**, su marca para *millennials*, en 2022, con un establecimiento de 198 habitaciones que rendirá homenaje a los grafiteros locales.

Medellín verde

En el llamado Distrito de Innovación, en el norte de la ciudad, emprendedores, *start ups* e instituciones especializadas en ciencia, tecnología o investigación promueven la educación y la preparación del talento del futuro.

En este distrito se han recuperado espacios verdes para uso y disfrute de la población, como el **Jardín Botánico**. Su Orquideorama es uno de los lugares más emblemáticos de la ciudad, con un diseño en forma de pétalos y panales, entre pilares que albergan orquídeas y otras plantas.

Se puede organizar una cena de gala con 1.200 comensales entre la exótica vegetación.

Junto al Jardín Botánico, el **Parque Explora** ofrece diferentes experiencias y talleres relacionados con la ciencia y la tecnología, además de espacios para eventos. Cuenta con un planetario y uno de los acuarios de agua dulce más grandes de Sudamérica, donde se puede ver, entre otras muchas especies, el gigantesco *pirarucú*, el segundo pez de agua dulce más grande del mundo.

En lo más alto de la sierra, el **Parque Arví** es una reserva de 16.000 hectáreas de bosque protegido que sirve de pulmón a la ciudad y ofrece un sinfín de oportunidades para la aventura: desde circuitos de lianas, puentes colgantes y túneles en rutas a pie, en bicicleta o a caballo. Se puede organizar un *picnic* con degustación de productos locales, y complementarlo con actividades de *teambuilding* en plena naturaleza o participando en programas de reforestación.



La ciudad de Botero

La Plaza Botero es parada imprescindible en cualquier programa. Se trata de un auténtico museo al aire libre, donde se rinde homenaje al hijo más insigne de la ciudad: el artista Fernando Botero. Su inconfundible estilo se aprecia en las 23 voluminosas esculturas de bronce que pueblan este espacio. La plaza se puede privatizar en circunstancias normales para eventos al aire libre con 500 invitados en formato cóctel.

ca y de ocio, con animados bares y restaurantes en los que mezclarse con la población local y probar platos típicos como la bandeja *paisa*. Los barrios de Provenza o Manila en El Poblado, o la llamada Calle de la Buena Mesa en Jardines son los más frecuentados.

Junto a las tiendas de diseño, en El Poblado y a finales de 2019, abrió el **Click Clack Hotel**, fácilmente reconocible por su moderna fachada de acero y el jardín vertical de su patio

Datos de interés



Moneda
Peso colombiano (COP)

Huso horario
GMT -5



Tipo de enchufe
Clavija tipo A y B
Voltaje común 110V

Aeropuertos más cercanos

Aeropuerto Internacional José María Córdova (MDE)
Aeropuerto Olaya Herrera (EOH)



Más información

Clemencia Botero
Directora de Promoción de Destino
cbotero@bureaumedellin.com
Tel: (+57) 311 2750 479
www.bureaumedellin.com/greater/

Para disfrutar del entorno natural, **Cannúa Ecolodge**, inaugurado en 2019, ofrece 18 lujosas habitaciones y cabañas en el corazón de las montañas antioqueñas, entre nueve hectáreas de bosque protegido. Se ofrecen experiencias como degustaciones de café y caminatas en la montaña para disfrutar del paisaje y el avistamiento de aves.

Tierra de tradiciones

Con un clima primaveral todo el año, no es de extrañar que Antioquia sea el mayor productor de flores de Colombia. En la localidad de Santa Elena, a 18 kilómetros de Mede-

campesinos. También pueden aprender más sobre los cultivos orgánicos tradicionales de Santa Elena en la nueva experiencia Siembra Viva. Según la temporada, participan en la siembra o recolectan los ingredientes que luego disfrutarán en una cena.

Otra excursión popular es **Guatapé**, un pueblecito mágico, lleno de color y encanto, a apenas dos horas de Medellín. Es conocido como el “pueblo de los zócalos” por los coloridos decorados que adornan las fachadas de sus casas, representando momentos de la historia indígena, flores,

sierra y el enorme embalse de más de 2.000 hectáreas que lo rodea, donde se realizan paseos en barca entre islotes y diferentes actividades náuticas. Una actividad de *team-building* popular es la construcción de balsas de náufrago, culminando con una carrera en el lago.

La región de Antioquia es rica en tradiciones, y no hay nada como un recorrido por pueblos como **Jericó** o **Jardín** para adentrarse en la cultura *paisa*. En Jericó se puede participar en la elaboración de un auténtico *carriel*, el típico bolso de cuero con infinidad de bolsillos (muchos de ellos

las que deslizarse en tirolinas, senderos ecológicos para caminatas y cascadas donde practicar deportes extremos como el *rafting*.

Otra tradición de la región es la llamada trova *paisa*, una creación poética acompañada de música, totalmente improvisada, con la que, utilizando el ingenio y altas dosis de humor, los locales se comunican o comentan los temas más variados. El DMC Colombia Sensations ofrece a los grupos el reto de expresarse en rima creando su propia trova. Una oportunidad más de poner a prueba su creativi-



lín, los campesinos se dedican al cultivo de flores nativas en grandes fincas entre montañas y bosques de niebla.

Con ellas diseñan las famosas *silletas*, auténticas obras de arte que los *silleteros* cargan sobre su espalda –pueden pesar hasta 95 kilos– en un espectacular desfile que tiene lugar en julio o agosto, según el año. Los grupos pueden convertirse en *silleteros* por un día y elaborar su propia *silleta* con hasta 80 variedades de flores, asistidos por

animales, profesiones o tradiciones locales. Aquí también los grupos pueden participar en la elaboración de sus propios zócalos, creando diseños que les representen a sí mismos o a la empresa.

Entornos para teambuilding

En las afueras de Guatapé, un imponente monolito conocido como la **Piedra del Peñol** domina el paisaje. Subiendo sus 740 escalones se disfruta de vistas panorámicas de la

secretos), en el que los arrieros que recorrían las montañas guardaban sus objetos de valor. Los visitantes pueden incluso convertirse en arrieros por un día, transportando alimentos entre comunidades a lomos de una mula, en una actividad de *teambuilding* responsable que apoya a los productores locales.

En Jardín, como el propio nombre indica, la naturaleza es el principal atractivo, con vastas áreas de vegetación sobre

dad generando momentos de mucha originalidad y, sobre todo, muchas risas..

País de café

La experiencia del café no puede faltar y los grupos pueden llegar a caballo a alguno de los cafetales. En los alrededores de Jardín existen varios que se pueden visitar. A 45 minutos de Medellín, en San Sebastián de Palmitas, los grupos pueden vestirse de arrieros y recopilar los granos

de café. A continuación, una degustación les permitirá diferenciar los diferentes aromas de un café que Colombia reivindica como el mejor café suave del mundo.

Esto no solo se debería a los procesos de producción y las condiciones naturales para la plantación del café, relacionadas con la altitud, latitud y temperatura. También por las variedades de Arábica plantadas, que generan múltiples sabores para muy diferentes gustos.

Colombia reivindica su café como el mejor café suave del mundo

Medellín es mucho más que un destino urbano porque es la capital de una región natural digna de visitar, con paisajes que sorprenderán al visitante. Sin duda merece la pena completar un programa en Medellín con la visita de los parques que hacen respirar a la ciudad y las coloridas joyas de los alrededores.

Los colores de los grafitis urbanos, además de sus temáticas, recuerdan un pasado que sigue vivo en forma de

inspiración para el mantenimiento de una paz que puede ser frágil, y que sin embargo es defendida por los locales con uñas y dientes. Por algo Medellín ha seguido acaparando proyectos turísticos incluso durante la pandemia. La apuesta por el posicionamiento de la región en el panorama MICE latinoamericano es evidente, con importantes inversiones económicas por parte de las autoridades locales.

Y es que este destino desprende una energía contagiosa, y su resiliencia es capaz de inspirar a cualquier grupo. Porque la ciudad es un ejemplo de superación y de reconversión de un duro pasado en un efervescente presente.

Con una oferta cultural desbordante, una ubicación privilegiada, y renovadas opciones de alojamiento, su atractivo es innegable. Y la cálida bienvenida *paisa* está garantizada en cualquier programa.

Ritmos para el cambio

Medellín vibra al ritmo de diferentes estilos musicales que, aunque no propios, la ciudad ha adoptado y desarrollado como si lo fueran, utilizándolos como instrumento para la transformación.

La muerte de Carlos Gardel, que falleció en 1935 en un accidente aéreo en el aeropuerto Olaya Herrera, despertó la pasión por el tango. La salsa se imponía en el área caribeña o Cali, mientras en los pasados años 80 Medellín se convertía en centro de la producción discográfica ligada a este estilo, atrayendo a grandes artistas y generando la proliferación de clubes y academias de salsa.

Hoy las clases de tango y salsa se suelen incluir en los programas de incentivos. La academia **Unión Latina** recurre al baile para transformar las vidas de los jóvenes de barrios desfavorecidos, alejándoles del consumo de drogas y la violencia. Su tour Medellín Inesperada inspira a los grupos con la historia de estos bailarines, que muestran sus espectaculares coreografías.

También la música urbana se incluye en los programas, con demostraciones de *break dance* de jóvenes de las comunas. Y en los últimos años, Medellín se ha convertido en la capital mundial del reguetón. Aunque originario de Puerto Rico, son artistas *paisas* como Maluma, Juanes o J. Balvin los que lo han catapultado a la fama.



PUNTO MICE

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

www.puntomice.com

PUNTO DMC

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

www.puntodmc.com



INFORMES

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



WEBINARS MICE

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



Somos *media partner* de



CON EL DEBIDO CUIDADO

Si bien el llamado *duty of care*, o deber que las empresas tienen de velar por la salud y seguridad de su plantilla, siempre ha sido importante, la pandemia le confiere nuevo protagonismo. Su cumplimiento es clave para la reactivación de los viajes de negocios y el MICE.

Por **Cristina Cunchillos**

Las empresas tienen una obligación, moral y legal, de cuidar de su plantilla y no exponerles a riesgos indebidamente. El *duty of care* implica hacer un análisis de las amenazas y tomar medidas para evitarlas o mitigar su impacto. Aplica especialmente a los desplazamientos por trabajo y es parte esencial de las políticas de viaje corporativas.

Con la pandemia llegan nuevas amenazas, no solo para la salud, tanto física como mental, sino también para la seguridad, que han hecho que el *duty of care* se convierta en la prioridad más absoluta en la reactivación de los viajes corporativos y el MICE.

Según una encuesta reciente de BCD Travel, el 99% de los gestores de viajes considera el *duty of care* muy, o incluso extremadamente, importante a la hora de preparar sus programas. La seguridad y bienestar de los viajeros se valora incluso por encima del ahorro y control de gastos.

Otro estudio de American Express Global Business Travel apunta a que las empresas han de adaptar sus políticas de viajes para hacer frente a las nuevas necesidades de los viajeros.

Según BCD Travel, la seguridad y bienestar de los viajeros se valora por encima del ahorro

El *duty of care* es una responsabilidad cada vez mayor para los *travel managers* y organizadores de operaciones MICE, que deben ofrecer todo el apoyo posible a los representantes que se desplazan. Conviene que las compañías revisen y mejoren sus diferentes canales de comunicación para mantener a sus empleados informados sobre los posibles cambios en la política de viajes en tiempos de reactivación del sector.

Cvent, por su parte, destaca que la pandemia ha hecho que los gestores de viajes y organizadores de eventos sean más exigentes con los hoteles y *venues* que reservan para sus clientes, demandando estrictos protocolos sanitarios, así como salas más grandes y espacios exteriores para reuniones, buscando mayor seguridad.

Duty of care y teletrabajo

El deber de cuidar de los empleados se extiende también al lugar de trabajo. Las empresas cuentan con programas de salud y seguridad para garantizar que la oficina es un espacio seguro y libre de riesgos.

Pero, ¿qué ocurre cuando los representantes trabajan desde casa, algo que se ha convertido en norma durante la

pandemia, y puede ser una tendencia que continúe en la era post-Covid?

Hacer una inspección de cada domicilio para comprobar que cumplen las debidas medidas de seguridad no es factible, pero sí conviene hacer un sencillo análisis de riesgos y ofrecer al trabajador el apoyo que necesite. Puede tratarse de un apoyo puramente logístico, asegurándose de que dispone del equipo necesario y ofreciendo asistencia técnica o consejos para crear un espacio de trabajo saludable.

Pero, sobre todo, importa el apoyo psicológico, para que no se sienta solo. Es importante mantener un contacto regular que permita intercambiar ideas, consultar dudas, o charlar un rato como se haría en la oficina, siempre y cuando no resulte intrusivo y el empleado se sienta “controlado”. También se puede ofrecer supervisión: un mentor puede ser de gran ayuda, sobre todo para nuevos empleados o en puestos *junior*.

Nuevos riesgos en los viajes

Con la llegada del Covid-19 el sector tomó conciencia de nuevas amenazas para la salud, la seguridad y el bienestar de los profesionales, que se han de tener en cuenta a la hora de planificar sus desplazamientos. La velocidad vertiginosa a la que evoluciona la pandemia y las medidas de los diferentes países para controlarla complica aún más las cosas.

1. Enfermedad: El riesgo que más ha preocupado y preocupa en estos últimos meses es la posibilidad de que el viajero desarrolle síntomas de Covid-19 durante su desplazamiento,

forzando su aislamiento o, en el peor de los casos, su ingreso hospitalario. Por otro lado, el riesgo de sufrir un accidente o contraer otra enfermedad se puede complicar en destinos en los que el sistema sanitario está desbordado en estos momentos por el coronavirus.

2. Alteración del viaje: El cambio de vuelos u otros componentes del itinerario pueden estar ligados a la situación sanitaria del viajero o a repentinos cambios en la política del destino o del lugar de origen, como cierres de fronteras o restricciones en los desplazamientos. La pandemia también ha afectado gravemente a las compañías aéreas, generando la reducción de servicios y la posibilidad de cancelaciones de última hora.

Con la llegada del Covid-19 el sector tomó conciencia de nuevas amenazas

3. Restricciones en destino: En cada destino se han establecido diferentes protocolos y medidas que el viajero ha de conocer, y que igualmente pueden ser rápidamente modificadas. Esto puede impactar en sus planes de reuniones u otras actividades o, en el peor de los casos, exponerle a multas por infracción.

4. Conflictos sociales: El devastador impacto de la pandemia en la economía y la vida cotidiana está



conllevando protestas contra las medidas adoptadas por gobiernos, así como el malestar de una población que se siente en muchas ocasiones indefensa o injustamente afectada. International SOS alerta del aumento de conflictos sociales que pueden explotar conforme se relajan las restricciones, poniendo con ello en riesgo la seguridad de los visitantes. A menudo se trata de conflictos latentes, exacerbados por la pandemia.

5. Crimen: La pérdida de empleo o ingresos por la pandemia acentúan el malestar de la población y elevan el riesgo de robos u otros crímenes oportunistas. Riskline alerta también del aumento de nuevos tipos de delincuencia como la falsificación de certificados de pruebas negativas o vacunación, que pueden provocar largas colas en el control de documentación en aeropuertos, o, mucho peor aún, poner en riesgo la salud de todos. El pirateo o robo de datos personales en certificados digitales es también una preocupación creciente.

Impacto en la salud mental

Todos estos riesgos no solo son un quebradero de cabeza para las empresas que han de adaptar sus políticas de viajes, los organizadores de operaciones MICE y los *travel managers* que deben saber esquivarlos en sus programas, sino que suponen una preocupación mayor para los viajeros y pueden afectar a su salud mental.

No hay que olvidar que, desde antes de la pandemia, los profesionales de la industria MICE habían reconocido que viajar puede ser estresante. Según un estudio del Grupo Collinson, antes de la expansión del coronavirus, el 35% de los viajeros

de negocios consideraba que los desplazamientos tenían un impacto negativo en su salud mental. El 23% afirmaba que incrementan su nivel de estrés. Esto se ha intensificado, y el 73% prioriza ahora el cuidado de su salud mental cuando tenga que viajar.

Muchos viajeros han perdido confianza y se sienten ansiosos ante el reinicio de los desplazamientos, o prefieren posponerlos hasta estar vacunados y sentir suficientes garantías sobre su seguridad. También esperan un mayor apoyo y asistencia por parte de sus empresas antes de considerar volver a viajar.

Gestión de los riesgos

Una buena comunicación entre el viajero y su agencia o *travel manager* es esencial para recuperar esta confianza y, ahora más que nunca, ha de ser el eje de la gestión de riesgos en los viajes.

Recuperar la confianza ha de ser el eje de la gestión de riesgos en los viajes

Según un estudio de Amadeus, lo más importante para los profesionales es disponer de información actualizada sobre la situación sanitaria y las restricciones en el destino al que van, sobre todo dada la velocidad con que estos cambian. También exigen conocer las medidas de higiene en el hotel o *venue* al que se dirigen.



La tecnología ayuda a acceder a esta información vital. IATA y la Organización Mundial del Turismo han creado un rastreador de destinos que ofrece información actualizada sobre los requisitos relativos en relación a la pandemia y las medidas vigentes en cada destino.

También hay aplicaciones móviles como Tripset de Airbus, que ofrece a los viajeros información independiente y en tiempo real sobre las condiciones de su vuelo y aeropuerto de salida, así como de las restricciones sanitarias en cada destino.

Conviene que esta información se transmita en el idioma del viajero. Riskline ofrece sus alertas de riesgos a los viajeros de negocios también en castellano y en francés, además de en inglés. Y se ha aliado con Bizaway para lanzar una nueva plataforma de gestión de riesgos que ofrece la información necesaria, constantemente actualizada. Cuenta con un mapa dinámico que permite el seguimiento de los viajeros en tiempo real para poder atenderles y responder a sus necesidades en cualquier situación.

También se pueden incluir otras medidas que contribuyan a mitigar los riesgos. Los pagos con medios *contactless* y la cobertura con seguros médicos completos, por ejemplo, son

otros de los principales factores que tranquilizan a los viajeros, según el estudio de Amadeus. Consultia Travel apuesta por los traslados privados para mayor seguridad, con un nuevo servicio de *transfers* en más de 160 países del mundo.

Antes del último año y medio y el impacto que supuso la pandemia para el mundo entero en general, y la industria MICE en particular, la necesidad de cuidar de los representantes era ya una realidad que afectaba a todas las empresas.

Los viajeros aprecian los pagos *contactless* y las coberturas completas en los viajes

Sin embargo, de la mano del Covid-19 el *duty of care* se ha vuelto más importante que nunca. Solo cuidando de la salud y la seguridad de los viajeros se podrán reactivar plenamente los desplazamientos de negocios y los eventos, tan esenciales para generar nuevos contratos y prosperar.

Pero, sobre todo, la crisis ha puesto de manifiesto la importancia de cuidar lo más valioso que tienen las empresas, y lo que más necesitan para la recuperación: su personal.



Emanuele Scansani
Director Comercial de Riskline

“Las expectativas de los viajeros son mayores, esperan que la empresa vele por su seguridad”

¿Cómo ha transformado la pandemia la apreciación del duty of care?

Hay una mayor concienciación en las empresas con respecto a sus obligaciones. Antes era algo que tal vez ignoraban o no era prioritario, sobre todo entre las pymes, pero ahora no solo es lo más importante para reactivar los viajes profesionales, también cuando no hay viajes y se trabaja remotamente. Las expectativas de los viajeros corporativos son mayores, esperan que la empresa vele por su seguridad y, si bien antes podían ignorar la información, ahora comprenden la necesidad de cumplir con la política de viajes de la empresa. También hay más presión en los departamentos de Recursos Humanos y sobre los gestores de viajes, que han de ser proactivos, algo que no es fácil con los constantes cambios en requisitos o regulaciones de cada país, o incluso diferentes regiones.

¿Qué riesgos han de tener en cuenta los organizadores de viajes y eventos?

Siguen existiendo los riesgos tradicionales, que pueden cambiar algo en el contexto actual, y otros nuevos relacionados con el Covid-19, incluyendo el surgimiento de nuevas variantes del virus. También existe el riesgo de que no se alcance la inmunidad en algunas sociedades, o que la implementación de la vacuna sea menos efectiva. Y no sabemos cuánto durará esa inmunidad, hay todavía muchas incógnitas. Otros riesgos que pueden amenazar a viajes y eventos son consecuencia del impacto socioeconómico de las restricciones para contener el virus.

¿Cómo se puede mejorar el cuidado de los participantes en viajes profesionales y eventos?

Los gestores han de proporcionar información exacta, consistente, verificada y actualizada constantemente, y asegurarse de que son conscientes de los riesgos existentes en cualquier operación. Las empresas han de invertir más en el *duty of care*, no solo durante los viajes sino desde el inicio del proceso de preparación, actualizando las políticas de viajes considerando los nuevos riesgos.



Con estilo

LIBRETAS ELECTRÓNICAS

Por Redacción

Estos últimos años están llegando al mercado tabletas y soportes que podrían hacer olvidar el papel. Al menos permiten disfrutar del gusto por la escritura y el dibujo de tal modo que éstos pueden trasladarse cómodamente a un entorno virtual, ya sea para archivar el contenido, modificarlo o enviarlo por *e-mail*

REMARKABLE 2

Descripción: Es un panel de 10,3 pulgadas de tinta electrónica, con marcos que simulan los márgenes de una página y facilitan su manejo. Es necesario crear una cuenta en la web de la marca ya que dispone de una plataforma propia para archivar los documentos y generar PDFs, no pudiendo sincronizar con otros dispositivos. Permite importar *ebooks* y cuenta con un amplio abanico de opciones en cuanto a plantillas o grosor del trazo. Los punteros no requieren carga y están dotados de imán para ser guardados junto a la tableta

Tamaño: 18,7 x 24,6 x 0,4 cm

Peso: 403,5 g

Almacenamiento: 8 GB

Qué nos gusta: La estructura de aluminio y la finura que hace de ella la *tablet* más delgada del mercado



WACOM BAMBOO SLATE

Descripción: Disponible en dos tamaños (A4 y A5), es un soporte compatible con cualquier papel y todos los dispositivos iOS, Android y Windows. Una vez colocado el papel, se puede digitalizar inmediatamente todo lo que se escribe o dibuja sobre él

Tamaño: 33 x 25.4 x 0,7 cm

Peso: 472 gramos

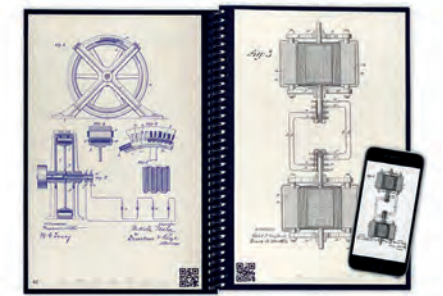
Qué nos gusta: Aunque incluye su propio bolígrafo, gracias a la tecnología de seguimiento de golpes de lápiz integrada en el portapapeles, se puede utilizar cualquier puntero

ROCKETBOOK EVERLAST

Descripción: Parece un bloc de notas estándar, pero es un cuaderno digital reutilizable con 42 páginas ya que se puede borrar todo lo que se sincroniza. Cada página tiene un código QR para, una vez instalada la *app* del dispositivo, subir el contenido a la nube deseada. Contiene un paño de microfibra para borrar el contenido, que también se puede eliminar con un paño húmedo

Tamaño: Existe en diferentes versiones que incluyen desde cuadernos de bolsillo a soporte A5

Qué nos gusta: Se ofrece en cinco colores



MOLESKINE SMART NOTEBOOK

Descripción: Se ofrece en versión de bolsillo y grande. Tras utilizar cualquiera de las páginas del cuaderno, la aplicación Moleskine Creative Cloud Connected captura el contenido para archivarlo en versión digital, optimizando la imagen como archivo JPG antes de convertirla a SVG. Cada trazo del lápiz en la página aparece inmediatamente en la Moleskine Notes App

Tamaño: La libreta de 13 x 21 cm cuenta con 600 páginas

Qué nos gusta: El cierre elástico con tapa dura sirve para proteger el dispositivo e incluye un marcapáginas



ELFINBOOK EVERLAST

Descripción: Es un cuaderno electrónico reutilizable hasta 500 veces que incluye bolígrafo. El contenido se puede eliminar con un paño húmedo. La tecnología que integra permite transcribir la escritura a correos electrónicos y sincronizar los documentos en Evernote, Onedrive, Dropbox y Google Drive

Tamaño: La libreta de 14,8 x 21 cm incluye 100 páginas

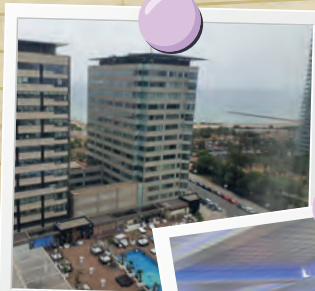
Qué nos gusta: Cuenta con versiones de cuero en las cubiertas y es resistente al agua

El tablón de

PUNTO MICE

17 de junio.

Disfrutamos del evento presencial
Hilton RE-Connection, organi-
zado por el grupo hotelero en el
Diagonal Mar de Barcelona



Salones a los que viaja esta
edición julio/agosto:
ITM Americas
18 y 19 de agosto en
Ciudad de México
En mayo asistimos al Digital
Summit



¿Quién es **EL MEJ VENDEDOR** de tu **EVENTO**?

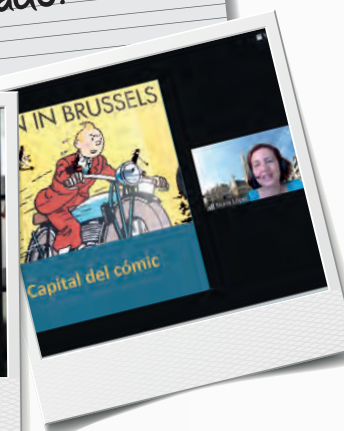
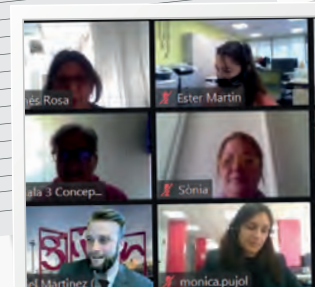
¿de TU EMPRESA?
¿de la empresa de tu cliente...?

THE ADD VALUE MOMENTUM

¡QUE ALEGRÍA FUE VOLVER A UNA FERIA
PRESENCIAL EN FITUR!



Estamos muy contentos con
los webinars gamificados
que hemos comenzado a
organizar con Gijón CB y
Bruselas ¡qué bien nos lo
hemos pasado!



¡Cómo hemos disfrutado el
reportaje en Tanzania!



EN MAYO YA COINCIDIMOS CON PARTE
DEL SECTOR MICE DE ESPAÑA EN EL
33 CONGRESO DE OPC SPAIN



¡Ya tenemos billete para la Exposición
Universal de Dubái!

¡POR FIN HEMOS PODIDO
PUBLICAR LA VERSIÓN EN
PAPEL DE PUNTO DMC!



AGENDA INTERNACIONAL



AGOSTO
18

IBTM AMERICAS

18 y 19 de agosto

Reed Exhibitions espera re-tomar este 2021 el formato presencial en la que es la mayor feria de MICE de Latinoamérica. Un año más contará con un amplio programa de sesiones formativas. Grupo PUNTO MICE es *media partner* de este evento.

Sede: Centro Citibanamex de Ciudad de México

AGOSTO
31

M&I PRIVATE EUROPE

31 de agosto a 3 de septiembre

Los 110 compradores europeos invitados contarán con un programa de 40 citas preestablecidas ante 100 proveedores especializados en el segmento *boutique* y *taylor made*.

Sede: Budapest Marriott Hotel

SEPTIEMBRE
23

TRAVEL & MICE BUSINESS FORUM

23 y 24 de septiembre

El principal evento ligado a la industria de viajes de negocios y operaciones MICE en Colombia celebrará su tercera edición en un formato híbrido. Grupo PUNTO MICE es *media partner* de este evento.

Sede: Bogotá

SEPTIEMBRE
26

M&I EUROPE

26 a 29 de septiembre

En esta ocasión serán 130 los compradores invitados ante 140 proveedores europeos.

Sede: Amadria Park Sibenik (Croacia)

SEPTIEMBRE
30

BUSINESS TRAVEL SHOW

30 de septiembre a 1 de octubre

Especializada en los viajes de negocios, de este año la feria tendrá formato híbrido y se espera superar las cifras de la edición de 2020, a la que asistieron más de 8.500 profesionales procedentes de 56 países, con 450 compradores. En la sesiones de formación se abordarán temas como la sostenibilidad o el impacto de los derechos humanos en el *business travel*. También tendrá una versión virtual.

Sede: ExCeL London

SEPTIEMBRE
30

THE MEETINGS SHOW

30 de septiembre a 1 de octubre

Como evento parte de Northstar Meeting Group y el mismo lugar y fechas que Business Travel Show, reunirá a compradores procedentes del Reino Unido en su mayoría esperando repetir las cifras de la edición 2019, cuando se encontraron 5.000 profesionales. También tendrá una versión virtual.

Sede: ExCeL London

SEPTIEMBRE
6

MEETINGPLANNERS RUSSIA & CIS

6 y 7 de septiembre

Organizado por Europe Congress, aglutina a compradores especializados en MICE de Rusia y la Comunidad de Estados Independientes, de los que el 70% son agencias. Una agenda de citas preestablecidas incluye 40 citas por participante.

Sede: Moscú

OCTUBRE
5

M&I HEALTHCARE

5 a 7 de octubre

Reunirá a 70 compradores especializados en el segmento de salud procedentes de toda Europa ante 60 proveedores.

Sede: Madrid

PUNTO MICE

Revista bimestral destinada a los profesionales hispanohablantes

Web actualizada diariamente con noticias del sector: www.puntomice.com

Newsletter quincenal

Un punto de encuentro también a través de las redes sociales:

En **Twitter** le contamos todas las novedades de los proveedores

En **Facebook** le presentamos con fotos y vídeos qué hacemos y qué hacen

En **LinkedIn** le ponemos en contacto con los profesionales que le interesan y compartimos contenidos de interés



PUNTO MICE



¡También en Instagram! [miceinfluencer](https://www.instagram.com/miceinfluencer)

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

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

Precio de la suscripción anual: 6 números

España: 36 €
Sudamérica y México: 50 \$

suscripciones@puntomice.com

CANCÚN

COZUMEL

LOS CABOS

PLAYA DEL CARMEN

PUERTO VALLARTA

PUNTA CANA

CITY COLLECTION

OPENING SOON

RIVIERA MAYA

PLANEA UN FUTURO
MÁS BRILLANTE

hoy



Reúnete bajo el sol en México & beyond. Experimenta todo lo nuevo, fresco y emocionante en nuestros hoteles y resorts. Incluyendo las nuevas propiedades en Punta Cana, República Dominicana y, próximamente, en Tulúm, Riviera Maya.



PAULINA IBARRA, ESPECIALISTA DE VENTAS GRUPOS EUROPA

+34 650 546 017

PIBARRA@TYCPLUS.ES

FIESTAMERICANAGRAND.COM/MEETINGSMEXICO

¿ERES CAPAZ
DE DESCUBRIR
EL SABOR
MISTERIOSO?



FANTA

IN THE NAME
OF PLAY



ENCUESTA PARA INVESTIGAR

EL ENIGMÁTICO NUEVO
SABOR DE FANTA PROVOCA
EL CAOS EN TODO EL PAÍS

Un cultivador
de calabazas,
interrogado

Un investigador privado
resuelve el caso

Fanta es una marca registrada de The Coca-Cola Company.