

PUNTO MICE



La voz del sector

La IA ¿aliado o enemigo para las agencias?

Destinos

Extremadura (España)
Paraguay

Puro incentivo

Isla Mauricio

Análisis

La importancia de la prevención de riesgos

Día a día

Cómo cuidar los recursos humanos





Parciera que acabamos de acabar este año que ya estamos a punto de despedir. Dicen que cuando el tiempo pasa muy rápido es porque uno hace demasiadas cosas. Si algo he podido escuchar estos últimos meses es que todos en esta industria trabajamos a ritmos frenéticos, sin tiempo para pararnos en el día a día, de analizar con calma lo creado para optimizar estrategias de cara al futuro, ya sean en favor del bienestar del personal, del cuidado del cliente, la sostenibilidad o la utilización de nuevas herramientas (léase IA), que simplifiquen tareas y procesos.

Lamentablemente, me incluyo dentro de esta categoría de “corredores” y mi firme propósito para este año, porque no quiero esperar al que viene, es pisar un poco el freno y fomentar que quienes forman parte del equipo que lidero también lo hagan. Porque no hay mejor trabajo que el que se hace con mimo, y no conviene dejarse llevar por las prisas, ya que lo que parece resuelto hoy puede volver a resurgir como un problema mañana. Y sí, ante todo está el negocio, todos tenemos que vivir de nuestro trabajo. Pero considero que es posible encontrar un camino en el que ambas realidades sean compatibles: trabajar sin prisa y poder vivir de un trabajo en el que la prisa esté ausente.

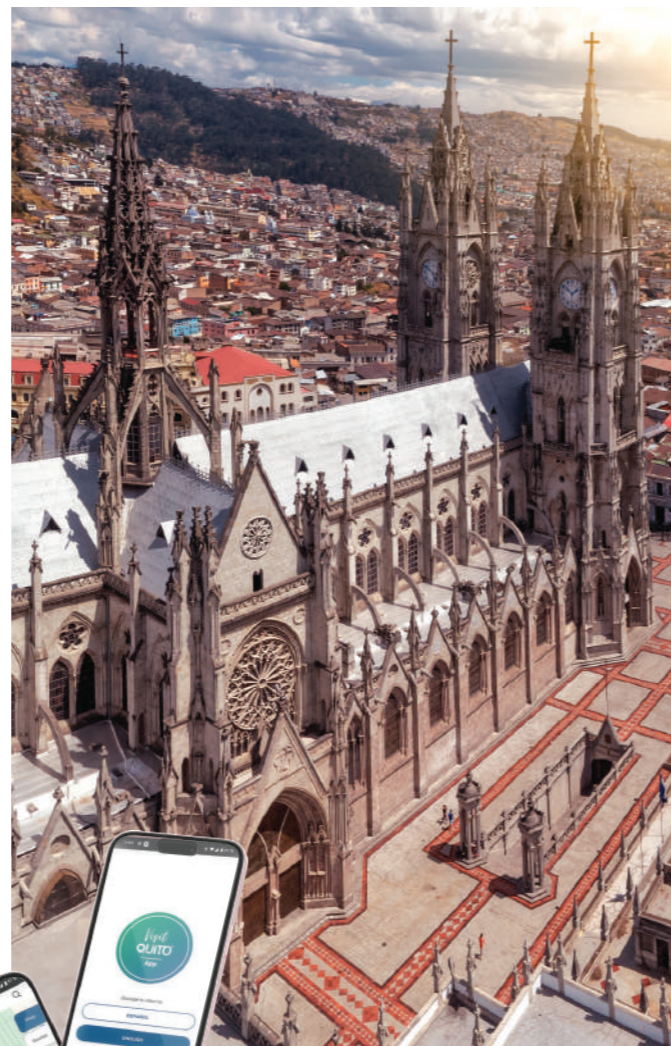
En esta edición hablamos de lo importante que es prevenir riesgos y del necesario bienestar laboral. Sin él nada puede funcionar y ninguna adversidad se puede superar. Ojalá las conversaciones vayan cambiando hacia un “puedo trabajar al ritmo que me conviene para obtener los mejores resultados”. Esto significará que todas las partes involucradas nos ayudamos para hacerlo posible. Porque si no nos implicamos todos, esta industria de personas para la que trabajamos se convertirá en una sucesión de citas y caras que pronto olvidaremos. Y habremos perdido nuestra esencia, que es generar huella.

Nos encontraremos en IBTM World, última gran cita de un año en el que hemos cumplido diez y terminamos con ganas de muchos más. Por eso nos aplicaremos en buscar esa velocidad de crucero que nos permita levantarnos del asiento para charlar tranquilamente con los demás pasajeros.

¡Feliz final de año!



Eva López Álvarez



Your story begins in Quito



WWW.VISITQUITO.EC WWW.MICEQUITO.EC





HOSBEC Business brings together the largest hotel catalogue specialized in the MICE segment located in the Region of Valencia.

Through its website, you can consult all of the available options and contact directly with the accommodations.



MEDITERRANEAN
ATTITUDE



— hosbecbusiness.com —

SUMARIO

Nº 58

Edición noviembre/
diciembre 2024 - enero 2025

6 TENDENCIAS
Información relevante
para la creación de
estrategias

**16 LA VOZ
DEL SECTOR**
**LA IA ¿ALIADA O
ENEMIGO?**
Las agencias ofrecen su
visión de una tecnolo-
gía para la que se re-
quiere formación como
arma para no solo no
temerla, sino sacarle el
máximo partido



**DESTINO:
EXTREMADURA
(ESPAÑA)**

22

Una naturaleza preservada y *venues* históricos protagonizan la oferta de una región que también ofrece autenticidad y poca masificación



**DESTINO:
PARAGUAY**

40

Este pequeño país en el corazón de Latinoamérica busca hacerse un hueco en el panorama MICE internacional



**PURO INCENTIVO:
ISLA MAURICIO**

52

Esta joya del océano Índico se ofrece para incentivos en entornos paradisíacos donde tomar conciencia de la necesidad de preservar la naturaleza



32 ANÁLISIS

**LA IMPORTANCIA DE
PREVENIR RIESGOS**
La mejor manera de salir
airoso de un problema es
conocer de antemano cómo
enfrentarse a él



62 DÍA A DÍA

**CÓMO CUIDAR LOS RECURSOS
HUMANOS**
Inspirarse en técnicas del *coaching*
permite lograr relaciones laborales
más sanas y fructíferas

50 TEAM BUILDING
Propuestas de distintas
agencias con un objeti-
vo común: cohesionar y
motivar a los equipos

66 CHARLANDO CON

Una profesional de referencia
nos comparte su experiencia y
visión de la industria

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

**70 AGENDA
INTERNA-
CIONAL**
Próximos
eventos
del sector

Se espera que el año que viene sigan aumentando los precios

Según CWT/GBTA, tras los incrementos de hasta el 10,7% en los hoteles registrados en Latinoamérica en 2023, se ralentiza el aumento de tarifas, incluyendo en los billetes de avión en Europa, Oriente Medio y África.

CWT (Carlson Wagonlit Travel) y GBTA (Global Business Travel Association) analizan en la nueva edición del Global Business Travel Forecast la situación actual y futura de la industria MICE a nivel mundial.

Según el informe, el aumento de la demanda en lo que se refiere a reuniones y eventos, la escasez de personal, la inflación salarial y el incremento de los precios de la comida y la bebida, han elevado los costes en general en el sector.

En 2023, el coste medio diario por asistente se redujo a 155 dólares, frente a los 160 dólares registrados en 2022 (-3,1%). Este descenso puede atribuirse a un cambio en el tipo de operaciones celebradas, apostando más por encuentros pequeños centrados en los negocios y sin tanta inversión destinada a propuestas de incentivo.

Para 2024, se prevé que el precio por delegado aumente un 4,5%, hasta los 162 dólares; y un 4,3% más para 2025, hasta 169 dólares. Según el informe, esta tendencia refleja la continua recuperación del sector y un interés creciente por acciones presenciales más grandes y complejas.

Factores que influyen en los costes

CWT y GBTA definen en su informe una serie de tendencias que pueden influir en los precios durante los próximos meses:

- Operaciones híbridas y virtuales: se espera que la asistencia no sea solo presencial y se tengan cada vez más en cuenta a los delegados virtuales. Este tipo de encuentros requieren importantes inversiones en tecnología digital, contenidos multi-plataforma y programas que aumentarán los costes.

- Sostenibilidad y DEI: los factores de sostenibilidad y DEI (diversidad, equidad e inclusión) son cada vez más importantes en los programas MICE. Algunas empresas están buscando destinos, sedes y proveedores que sean transparentes sobre las emisiones de carbono, el consumo de energía y el desperdicio de alimentos, así como que prioricen la diversidad, la equidad y la inclusión. Todo ello da lugar a actividades más accesibles, pero más costosas.

- Grandes expectativas: las operaciones MICE ahora son menos repetitivas y cada vez más experienciales, por lo que requieren más tiempo, esfuerzo y dinero en su organización para ofrecer contenidos y formatos adecuados.

El Global Business Travel Forecast también describe una serie de tácticas para reducir costes. Entre ellas, recomienda apostar por destinos secundarios con menos demanda, reservar con suficiente antelación, buscar nuevos modelos de gestión de presupuestos y contabilizar y justificar cada gasto desde una presupuestación basada en cero.

Un incremento moderado

La demanda de billetes de avión sigue manteniéndose al alza en todo el mundo y, según IATA, se espera alcanzar el récord de 5.000 millones de pasajeros a finales de este año, superando los 4.500 millones de 2019. Las limitaciones de la cadena de suministro, los problemas de producción de aviones y los retrasos en las entregas, así como un enfoque en la rentabilidad por parte de las compañías aéreas, provocarán que se mantengan los elevados precios que se están ofreciendo en este 2024.

Para el cierre de este año se espera que América del Norte registre la mayor subida a nivel mundial, (+3,5%), moderándose al +0,5% en 2025. En Latinoamérica también estuvieron aumentando los precios en torno al +2,6% este año, a lo que se sumará un incremento del 1,6% en 2025. Con respecto a EMEA (Europa-Medio Oriente-África), el coste de los billetes de avión está aumentando un 1,5% este 2024, sumando un 1,4% en 2025. En cuanto a APAC (Asia-Pacífico), se prevé terminar este año con un encarecimiento del 2,3%, al que se sumará el de un 1,6% en 2025.

Precios hoteleros

La recuperación de los niveles de ocupación previos a la pandemia y la falta de nueva oferta hotelera a nivel mundial seguirán fomentando el incremento de los precios en el sector hotelero, con

una previsión mundial de incremento del precio medio diario de las habitaciones del 2,5% en 2024 al que se añadirá un aumento del 1,9% en 2025.

Latinoamérica fue la región que mayor encarecimiento había registrado en 2023 (+10,7%) y se espera cerrar 2024 con un incremento añadido del 9,7%, al que se sumará el 7,8% de 2025. APAC no se quedó atrás (+7,4% en 2023), alcanzando +3,8% este año y +2,2% el que viene.

En Europa, los precios de los hoteles habían aumentado un 6,8% en 2023. Se espera que tanto 2024 como 2025 cierren con una subida del 1,9%, debido a las condiciones económicas y el coste de la vida en algunos mercados, que repercutirán en una reducción de la demanda vacacional.

Operaciones MICE

En lo que respecta a la industria MICE, en 2023 el coste medio diario por asistente a eventos y reuniones a nivel mundial se redujo a 155 dólares, frente a los 160 dólares registrados en 2022 (-3,1%).

Este descenso puede atribuirse a un cambio en el tipo de operaciones celebradas, apostando más por encuentros pequeños centrados en los negocios y sin tanta inversión en viajes de incentivo. De cara al cierre de 2024, se prevé que el



coste medio diario por asistente haya aumentado hasta un 4,5%, sumando un porcentaje equivalente en 2025 (+4,3%). Esta tendencia al alza confirmaría la recuperación del sector y el interés creciente por acciones presenciales más grandes y complejas.

El enfoque en un control de la inversión, incluyendo la selección de venues y destinos más económicos, han buscado compensar los costes hasta ahora crecientes destinados a alojamiento y F&B (food & beverage).



La brújula siempre
marca el Norte

Descubre cómo:



visita **gijón**
Convention
Bureau

Para 2025 se prevé un aumento de los presupuestos

Los participantes en la encuesta de AMEX GBT consideran la disponibilidad de venues, los altos costes y la presión presupuestaria los tres principales desafíos a los que se enfrentarán el año que viene.

AMEX GBT presentó en IMEX America, la feria especializada en la industria MICE que tuvo lugar en Las Vegas del 8 al 10 de octubre, varias conclusiones de su informe "Meetings & Events Forecast", dedicado a las previsiones de la industria MICE y los viajes de negocios para 2025. En su elaboración se recopiló respuestas de más de 500 profesionales de todo el mundo. Sus perfiles corresponden a empresas, asociaciones, organizadores y proveedores de los cinco continentes.

Uno de los resultados más destacados es que, según dos tercios de los encuestados, los presupuestos destinados a la organización de reuniones y eventos aumentarán el próximo año. Asimismo, el 74% de los participantes en el estudio ve con optimismo 2025, aunque las expectativas más altas se moderan ante el aumento de los costes generales asociados a los viajes y operaciones MICE.

Tipo de operaciones

Las reuniones internas serán el tipo de operación más frecuente, al igual que en 2024. Casi la mitad de ellas tendrán lugar en hoteles, mientras que el 34% se llevará a cabo en un destino alejado de las propias oficinas. El 35% incluirá actividades destinadas a fomentar el *networking*. El 59% de encuestados planificará únicamente eventos presenciales, frente a un 21% que apuesta por la virtualidad y un 20% que trabajará en formatos híbridos. En lo que respecta a Europa, el 82% asegura que organizará encuentros físicos y el 65% prevé un aumento en la inversión.

Retos para 2025

Los participantes en la encuesta también han opinado sobre los retos a los que se enfrentarán el año que viene, siendo la disponibilidad de venues, los altos costes y la presión presupuestaria los tres principales desafíos. De hecho, el 40% está dispuesto a cambiar de destino o de alojamiento si ello conlleva un ahorro en costes. Otro 40% reducirá inversión recurriendo a las actividades virtuales.

La sostenibilidad se mantiene como prioridad en la mente de los planificadores, ya que el 54% afirma que es "extremadamente o muy importante". El 48% ya ha implementado políticas sostenibles en sus operaciones MICE. Asimismo, el 86% ha puesto en marcha medidas de DEI.

El informe de Amex GBT también pone de manifiesto la transformación de la industria a través de la tecnología. El 42% cada vez recurre más a la inteligencia artificial para la búsqueda de asistentes, el 41% para la creación de contenidos, el 40% para el desarrollo de temas y el 39% para hacer seguimiento de la participación de los invitados. En el "Top Destinations Study" del próximo año se revelan algunos cambios con respecto al estudio anterior, derivados de factores como la accesibilidad, la asequibilidad y el desarrollo de los destinos sede.

Madrid, Barcelona y Cancún, en el top para 2025

En Norteamérica, el top 5 de destinos más demandados está formado por las ciudades estadounidenses de Nueva York, Chicago, Miami, Las Vegas y Dallas. En comparación con 2024, Nueva York recupera el primer puesto y Toronto (Canadá) sale de la lista, dejando paso a Dallas. En el *ranking* de Europa, Oriente Medio y África (EMEA), destaca la presencia de Madrid y Barcelona, que ocupan la segunda y la tercera posición, respectivamente, por detrás de Londres -que mantiene su primer puesto con respecto a 2024- y por delante de París y Berlín -que sustituye a Ámsterdam-.

En Latinoamérica, hay cambios significativos. Ciudad de México pasa al segundo puesto y Cancún (México) asciende del cuarto al primero. Sale de la lista Río de Janeiro (Brasil) y entra Costa Rica. El top 5 queda así: Cancún, Ciudad de México, Buenos Aires, Costa Rica y Sao Paulo (Brasil).

La clasificación de la región de APAC (Asia-Pacífico) no experimenta grandes variaciones, siendo Singapur, Tokio, Bangkok, Hong Kong (China) y Sídney (Australia) los destinos que más interés suscitan.

UN OTOÑO EN ASTURIAS

Avistar un oso en otoño, cuando los colores pardos del paisaje camuflan al animal, o descender un río en canoa sin escuchar más sonido que el del agua y el remo, o ascender a una montaña bajo un sol suave antes de adentrarse en una cueva donde se curan quesos en la más profunda oscuridad... esta estación del año genera en esta Tierra de Encuentros otra suerte de vacaciones.



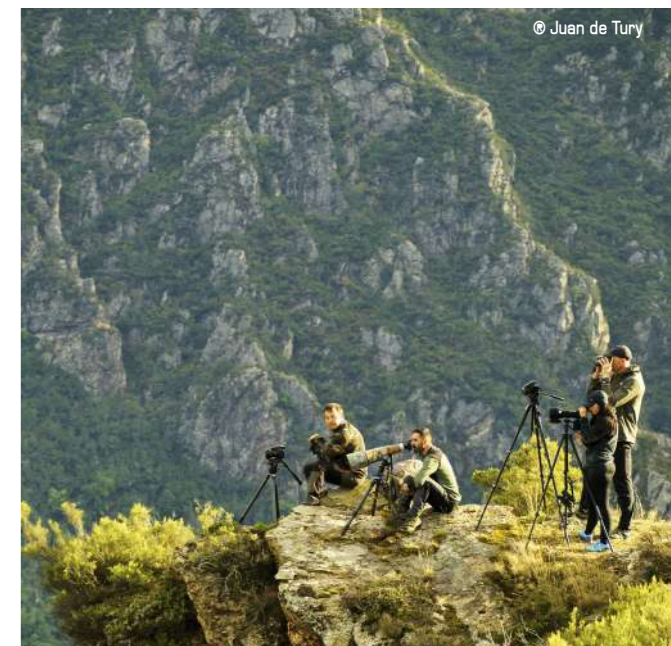
Un otoño esplendoroso de naturaleza y descanso a apenas tres horas de Madrid o dos desde Valladolid en AVE, o a un vuelo directo desde 17 aeropuertos de toda España. Asturias, más cerca que nunca gracias a sus conexiones, renace estos meses con una belleza propia que también le confiere a su turismo de convenciones e incentivos un carácter propio. El de sus gentes, paisajes y retiros en cualquier rincón.

El Principado supera toda publicación promocional. Sus recintos congresuales suman 200.000 m², y los alojamientos, 30.000 plazas hoteleras. Pero hay que ver los edificios y sus entornos naturales, como hay que ver los alojamientos a tiro de piedra del mar y la montaña para entender la forma de hospitalidad de esta tierra, que tras el verano ofrece otra manera de disfrutar tanto de una jornada profesional como del ocio "Made in Asturias".

Solo aquí el oso sigue siendo señor de su territorio, con más de 300 ejemplares en libertad. La misma libertad que experimentas haciendo senderismo por bosques bañados en mil tonos de color. Sólo aquí es posible bajar por la mañana a una mina real como el Pozo Sotón y extraer carbón con tus propias manos, y al atardecer participar en un curso de iniciación al surf en una playa.

Reunir en una sola tierra tantos paisajes multiplica las posibilidades para recuperar el aliento de los que a menudo nos priva la rutina. Y lo tienes al alcance de la mano porque Asturias está más cerca que nunca.

Más información en: www.turismoasturiasprofesional.es



La disgregación de servicios marca tendencia

Según CWT/GBTA, la necesidad de contar con presupuestos más transparentes, el incremento del *bleisure* o un aumento más moderado de los precios protagonizan las previsiones para los próximos años.

La nueva edición del Global Business Travel Forecast de CWT (Carlson Wagonlit Travel) y GBTA (Global Business Travel Association) también destaca las nuevas tendencias que están impactando en las industrias MICE y de *business travel* a nivel mundial.

- **Disgregación de servicios:** las nuevas tecnologías y los canales de distribución para la venta de servicios aéreos u hoteleros ofrecen cada vez mayor diferenciación de productos, modos de comercialización, acceso a contenidos y experiencias de compra basadas en la separación de prestaciones. Esto facilita el desglose del precio total de una reserva y puede favorecer una disminución de los costes.

- **Viajes diferenciales:** tras la pandemia, se reanudaron los viajes de negocios, pero de forma distinta. Ya no es posible generalizar sobre el perfil de este tipo de desplazamientos. Una empresa puede comprar más billetes de avión que antes, mientras que otra lo hace menos por motivos climáticos y reduce el número de citas profesionales, afectando así a los volúmenes de contratación y a las tarifas obtenidas.

- **Presupuestos con base cero:** con el aumento de los precios y el trabajo híbrido, algunas organizaciones desglosan al máximo los presupuestos de sus operaciones, empezando de cero y repasando cada gasto para determinar qué es esencial.

- **«Canibalización del ocio»:** debido al incremento de la demanda de viajes vacacionales, las empresas han empezado a apostar por los alquileres destinados a este segmento y de corta duración para los desplazamientos profesionales, por lo que la tendencia del *bleisure* sigue en aumento. Algunas políticas de viajes se están ajustando para ganar flexibilidad a este respecto.

- **Normalización de los precios:** de 2023 a 2024 se han moderado las subidas de precios, con aumentos porcentuales de un solo dígito. Los proveedores de viajes han intentado mitigar el aumento debido a problemas con la mano de obra, la inflación y el combustible.

- **Actualización de referencias:** las industrias MICE y de *business travel* continúan pensando en 2019 como el año de referencia, y es poco probable que los precios vuelvan a los niveles registrados aquel año. Por tanto, es recomendable que las compañías trabajen sobre tarifas más elevadas y realistas a día de hoy, en favor de representar mejor los costes reales.

- **Precios moderados:** durante los próximos dos años, se prevén subidas de precios más moderadas, debido a una probable disminución de la demanda de viajes vacacionales, al crecimiento económico general y a los costes de insumos como la mano de obra y el combustible.

- **Motores del cambio:** con un entorno de precios en proceso de normalización, existe un mayor potencial para que los factores externos influyan en los costes. Estos factores son la incertidumbre sobre las perspectivas económicas -en un contexto de persistente inflación-, el aumento de las tensiones geopolíticas, las restricciones en materia laboral, la alta demanda mundial de viajes de ocio y la sostenibilidad -el combustible de aviación sostenible, la compensación de la huella de carbono, los vehículos eléctricos...-.

- **Nuevo enfoque de la estrategia:** las empresas siguen poniendo el foco en los costes, pero incorporan nuevos proveedores y establecen relaciones comerciales más duraderas, con la negociación continua como factor fundamental. También reúnen a todos los responsables para comprender de qué trata cada operación, estableciendo el valor real de la inversión y construyendo presupuestos más reales. Asimismo, se está produciendo un cambio en los KPI (indicadores clave de rendimiento, por sus siglas en inglés), poniendo el bienestar del viajero en el centro y dando mayor relevancia a aspectos medioambientales y sociales.



La personalización es cada vez más estratégica

El control de gastos, el diseño de experiencias para satisfacer las necesidades de los asistentes y el uso de tecnología avanzada serán clave en 2025 según el informe anual de BCD M&E.

BCD Meetings & Events ha publicado la octava edición de su informe anual "What's Trending 2025". Según el estudio, las influencias geopolíticas, la personalización y la evolución tecnológica son las principales preocupaciones de las empresas de cara a la organización de operaciones MICE. En 2025, el sector seguirá estando marcado por la necesidad de una gestión ingeniosa, debido a las presiones económicas causadas por la situación geopolítica y los objetivos de sostenibilidad, entre otros factores.

La personalización, las experiencias inmersivas y el diseño de las actividades son cada vez más estratégicas y esenciales para captar la atención de los asistentes y generar el impacto deseado. En NORAM, el enfoque pasa por diseñar encuentros altamente adaptados, incluyendo elementos de elección para los asistentes, componentes virtuales y duraciones más cortas. LATAM está experimentando un incremento en los viajes de incentivo, con experiencias más significativas y profundas relacionadas con los intereses de los participantes, especialmente cuando se trata de generaciones más jóvenes. En cuanto a EMEA, se busca una mayor interacción en las actividades, con herramientas del tipo de *apps* que puedan mejorar la experiencia de los asistentes.

En este sentido, BCD M&E prevé para el año que viene un aumento en el uso de los datos con el objetivo de conseguir la personalización, la adopción de formatos flexibles -más cortos y adaptables- y la implementación de herramientas tecnológicas que permitan mejorar la eficiencia.

El informe también apunta a que la inteligencia artificial generativa está desempeñando un papel crucial en la forma en la que se planifican y ejecutan los eventos, llegando a ser utilizada para extraer datos que den lugar a una mayor personalización y creación de experiencias según el perfil del asistente. Su uso seguirá marcando tendencia en 2025, pero, según BCD M&E, será imperativo contar con un marco que aborde el cumplimiento de las leyes de protección de datos, la seguridad y el uso responsable de la IA.

**VISITARÁS
UNA GRAN CIUDAD
DONDE TODO ESTÁ A
15 MINUTOS**

Nace un protocolo para prevenir la violencia a la mujer

En colaboración con MUM, 4foreverything ha creado una guía de recomendaciones útiles para el personal y a tener en cuenta en el diseño de la acción.



4foreverything y MUM (Mujeres Unidas contra el Maltrato) lanzan una guía de intervención en caso de agresiones sexuales a mujeres en eventos. Según el Ministerio de Igualdad español, 2023 terminó con un total de 21.825 casos contra la libertad sexual siendo el 84% de ellos delitos contemplados dentro de las categorías de agresión y abuso sexual, agresión, acoso sexual y provocación sexual.

4foreverything, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 3, 5, 10 y 16, y como organizador de operaciones MICE y congresos, ha lanzado la Guía de intervención para agresiones sexuales a mujeres en eventos. Para ello ha contado con la colaboración de la Asociación MUM. No solo se trata de formar y sensibilizar al personal de 4foreverything en violencia de género, sino que se ha desarrollado un protocolo de actuación dentro de la compañía en casos de violencia de género y uso sexista del lenguaje. Un taller de autoestima se organizó el pasado mes de octubre.

La Guía de intervención de agresiones sexuales establece que si el personal empleado observa un comportamiento de naturaleza sexual sospechoso hacia una mujer/menor debe preguntarle si se encuentra bien o necesita ayuda, si se siente incómoda por la actitud acosadora y ofrecer instrucciones de atención y derivación por tipo de agresión. Si hay alguna mujer/menor sola se encuentra gravemente afectada por consumo de alcohol o drogas (vulnerabilidad química), el personal empleado estará alerta para prevenir una posible agresión sexual.

La creación de puntos violeta también forma parte de las recomendaciones, con personal capacitado, señalización en entradas y puntos clave. En ellos se pueden entregar tiras que permitan la detección de sustancias en las bebidas o distribuir folletos sobre cómo actuar en caso de agresión. También se recomienda prestar atención a la iluminación de áreas del tipo de caminos, baños, salidas, sin olvidar la evaluación que permita la introducción de mejoras después de cada evento.

AEVEA lanza un buscador de formación

El Directorio Académico creado por la asociación incluye información de más de 100 programas impartidos por 52 centros en toda España.

AEVEA (Agencias de Eventos Españolas Asociadas) ha lanzado un Directorio Académico de programas formativos en Organización de Eventos y Protocolo en España, que ofrece información sobre la oferta educativa existente a nivel nacional.

El buscador cuenta con más de 100 programas educativos, impartidos por 52 centros en toda España. Los usuarios pueden filtrar según sus intereses, diferenciando por comunidades autónomas, programa oficial o título propio, formación presencial o a distancia, entre otros. Ya está disponible en la página web de AEVEA y se actualizará de forma continua para incorporar nuevos programas.

Esta iniciativa surge para facilitar el acceso a la formación más adecuada para cada perfil, mediante la búsqueda en una base de datos que incorpora programas especializados en la industria MICE y otros temas relacionados con las competencias profesionales que requiere la organización de convenciones, viajes de incentivo y eventos.



Colombia
en colores^{DMC}

Donde los
encuentros
cobran vida

Conectando mentes, culturas
y corazones con Inteligencia

MEETING • INCENTIVE • CONVENTION • EVENTS



mice@colombiaencolores.com

El gasto en viajes de negocios batirá récord en 2024

Según WTTTC, en 2023 se mantuvo solo un 5,4% por debajo de 2019, mientras que para el cierre de este año se espera un aumento del 6,2%, alcanzando un nuevo récord de gasto de 1,5 billones de dólares.

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTTC, por sus siglas en inglés) ha publicado un nuevo informe sobre las tendencias de los viajes en cuanto a su impacto económico en 2024, que revela que los desplazamientos profesionales habrán superado este año los niveles previos a la pandemia.

En 2023, el gasto en este tipo de viajes se mantuvo un 5,4% por debajo de los niveles de 2019, mientras que para el cierre de este año se espera un aumento del 6,2%, alcanzando un nuevo récord de gasto calculado en 1,5 billones de dólares.

Por países, el informe "2024 Economic Impact Trends Report" prevé que Estados Unidos haya aumentado la inversión un 13,4%, por encima del registrado en el año anterior a la pandemia, situándose en los 472.000 millones de dólares.

China es el segundo mercado emisor en *business travel* y el gasto habrá crecido en 2024 un 13,1% con respecto a 2019, llegando a los 211.000 millones de dólares. En Europa, Alemania lidera la lista y alcanzará los 87.500 millones de dólares invertidos, seguido de Reino Unido con 84.100 millones de dólares, y Francia con un gasto estimado en viajes profesionales de 42.100 millones de dólares.



Y priorizar la sostenibilidad sigue siendo asignatura pendiente

Solo el 4% de los participantes en la última encuesta de BCD Travel tiene en cuenta las consideraciones medioambientales a la hora de reservar un vuelo, siendo la duración del trayecto, el precio de los billetes y la política de empresa los principales condicionantes en el momento de elegir.

Según una nueva encuesta de BCD Travel sobre los desplazamientos en avión realizada a 1.319 viajeros de negocios de Europa, Norteamérica y Asia-Pacífico, la sostenibilidad es uno de los factores que menos influyen en su toma de decisiones. Solo un 4% de los encuestados le da importancia a la sostenibilidad a la hora de reservar sus vuelos, seleccionando aquellos que emiten menos carbono o que utilizan combustible de aviación sostenible.

Asimismo, dos tercios de los participantes nunca o casi nunca tienen en cuenta las consideraciones medioambientales si estas se traducen en un mayor coste.

Los principales factores que condicionan la compra están relacionados con la hora de llegada y salida del vuelo o su duración. Así lo afirma el 71% de los participantes en la consulta. El precio es el principal determinante para el 51%, mientras que adquirir un billete que se ajuste a las políticas de la empresa es la primera consideración para el 49%.

Sin embargo, la mayoría de encuestados toma medidas que pueden contribuir a reducir las emisiones de carbono. El 66% intenta en la medida de lo posible contratar vuelos directos y el 47% trata de minimizar el peso del equipaje. Además, un tercio aprovecha su estancia en destino para incluir reuniones y visitas en un mismo viaje; un 29% rellena sus propias botellas de agua en el aeropuerto y una cuarta parte recurre al transporte público para ir y volver del aeropuerto.



MADRID, UNA CIUDAD COMPROMETIDA CON EL MEDIO AMBIENTE



Madrid es una ciudad comprometida con el medio ambiente. Un compromiso municipal que quedó reflejado con la aprobación, en 2019, de la estrategia Madrid 360 Cambio Climático y Sostenibilidad. Ésta incluye una serie de medidas para fomentar el uso de energías renovables y planes de eficiencia energética, administrar los recursos de agua, la reducción de emisiones y desechos y la promoción de transporte sostenible.

Un destino rico en espacios verdes

Recientemente, Madrid ha sido nuevamente reconocida como **Ciudad Arbórea del Mundo 2023** con más de 300.000 ejemplares, renovando de esta forma su compromiso en esta iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y Arbor Day Foundation (Fundación Día del Árbol) que fomenta las buenas prácticas y realiza actividades de concienciación sobre la importancia de los árboles y sus cuidados.

Un rico patrimonio natural

Con más de **200 parques, jardines y zonas naturales** que representan un total de **6.400 hectáreas de patrimonio verde**, las posibilidades de disfrutar de un entorno saludable son infinitas. Puede

ser en un gran tesoro histórico como el **Parque de El Retiro**, en pleno centro de la ciudad y declarado Patrimonio Mundial de la UNESCO, o por ejemplo **Madrid Río**, diez kilómetros a lo largo del río Manzanares para organizar actividades grupales.

Herramienta PLUS

Alineado con este compromiso de Madrid con el medio ambiente, **Madrid Convention Bureau** ofrece a los organizadores de reuniones una Guía MICE de Sostenibilidad y PLUS Legacy with US, una plataforma digital, pionera en España, que ayuda a realizar una gestión eficaz de la sostenibilidad y el legado de sus eventos, en línea con los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** de la Agenda 2030 de la ONU.



Impacto positivo

Alineado con este compromiso de Madrid con Entre los objetivos de Madrid Convention Bureau está también apoyar a las asociaciones -y entidades privadas- que quieran que su congreso o evento contribuya a generar un **cambio en la ciudad**. Por ello, en la plataforma PLUS Legacy with US, los organizadores disponen de un **catálogo de entidades sociales madrileñas** donde conocer y seleccionar opciones de acciones de impacto positivo que incorporar en los programas de la reunión.

Son muchas las posibilidades que ofrece Madrid para acoger cualquier tipo de evento de una forma sostenible, sabiendo que todos juntos construimos un futuro más verde. Para Madrid, para el planeta.

esmadrid.com/mcb

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL ¿UN ALIADO EN EL DÍA A DÍA DE LAS AGENCIAS?

Por **Rocío Agenjo Casas**

Hay quienes perciben la inteligencia artificial (IA) como un aliado y quienes la consideran un enemigo, ya sea por desconocimiento o por miedo a verse reemplazados. Pero no cabe duda de que esta tecnología, que lleva conviviendo con nosotros desde 1950, está transformando la industria MICE.

Aplicación en MICE

La IA, especialmente la generativa –aquella que crea de cero nuevas ideas, contenidos, historias, imágenes, vídeos y música– ofrece herramientas tanto para la operativa, como para la mejora de la experiencia del asistente, el análisis de datos y la seguridad. Son varias las tareas concretas en las que se convierte en una aliada por el ahorro de tiempo que genera.

Puede predecir la asistencia y automatizar el registro de asistentes; gestionar recursos para organizar actividades más sostenibles, mantener una vigilancia avanzada en eventos, responder consultas de los asistentes mediante *chatbots* en tiempo real... También ofrece la recopilación de datos relacionados con acciones pasadas, que pueden ayudar en la

toma de decisiones futuras. Para mejorar la experiencia de los participantes, analiza datos y ofrece posibilidades de personalización –a través de sesiones formativas, actividades, contactos para los momentos de *networking*...–; segmenta audiencias y campañas para lanzar mensajes adecuados a los *targets* seleccionados y estudia las redes sociales de los asistentes con el objetivo descubrir sus sensaciones antes, durante y después de la operación, teniendo la oportunidad de mejorar contenidos.

Ante quienes temen a la IA, nada mejor que aprender a usarla para descubrir su potencial

Necesidad de formación

Sin embargo, como toda herramienta, antes de garantizar un buen uso es necesario conocer su funcionamiento. Por eso se impone invertir tiempo en formar a los equipos para que puedan sacar el máximo partido de las

diferentes propuestas que existen hoy por hoy en el mercado.

Ante quienes temen a la IA, nada mejor que aprender a usarla para convencerse de que puede ser un aliado que les libere de tareas repetitivas y les ayude a optimizar esfuerzos... en favor de más tiempo para cuidar al cliente.

La voz de la agencia

JOAN CARLES DOMÈNECH 

Cofundador - director corporativo de MSMR Agency (España)



"El 90% de nuestros clientes ya utiliza la IA con un alto nivel de familiarización"

¿Apuestan en su agencia por la inteligencia artificial? Si es así, ¿cómo la aplican en el día a día y en las operaciones que organizan para sus clientes?

Nuestra apuesta ha sido siempre por una planificación estratégica que integra tecnologías y herramientas avanzadas como Brandwatch. También trabajamos con herramientas propias y certificadas, como Fourflags, para la escucha activa interna; y con plataformas como Sprinkl para la escucha activa externa y la detección de *insights*. Aplicamos la IA en procesos de transformación organizacional, en comunicación, en el diseño de experiencias y eventos y en el desarrollo de programas de formación.

Pocos organizadores recurren a la IA, ¿cuál cree que es el motivo?

Aunque los diseñadores y organizadores de eventos no utilicen la IA de manera frecuente, cada vez son más las soluciones tecnológicas que se están implementando. La mayoría de las conversaciones informales en la industria tratan sobre la velocidad a la que está evolucionando el sector. Los proyectos se desarrollan en un periodo promedio de uno a tres meses y la IA hoy en día exige un tiempo considerable de entrenamiento, ya que es necesario plantear múltiples escenarios e hipótesis antes de obtener los resultados esperados. Por tanto, estamos en un proceso de aprendizaje constante.

¿Qué tendencias detecta para los próximos años en relación a sus clientes? ¿Están familiarizados con ella?

La IA está en el centro de atención de nuestros clientes y el 90% de ellos no solo apuesta por ella, sino que ya la utiliza con un alto nivel de familiarización. Estamos observando una tendencia creciente a valorar un trabajo más sólido tanto en lo estratégico como en lo creativo. Se está poniendo en primer plano la importancia de que el mensaje que queremos transmitir realmente llegue al público objetivo.

MARÍA TERESA UGALDE

Gerente de operaciones de Grupos y Eventos en YES (México)



"Uno de los aportes de la IA es la personalización y el análisis de datos para sugerir mejores *matches* en los momentos de *networking*"

¿Apuestan en su agencia por la inteligencia artificial? Si es así, ¿cómo la aplican en el día a día y en las operaciones que organizan para sus clientes?

Estamos convencidos de que la IA aporta múltiples beneficios en nuestra operativa, lo que nos permite trasladar a nuestros clientes una experiencia optimizada para cada asistente a sus eventos, aumentando su satisfacción y compromiso. Uno de esos aportes es la personalización. Nos permite hacer un análisis de gran cantidad de datos con respecto a preferencias y comportamientos para sugerir opciones de *match* con cada perfil, por ejemplo en sesiones de *networking* y haciendo recomendaciones adaptadas a cada caso. También podemos generar y gestionar contenidos a través de IA. En YES sabemos que la IA llegó para quedarse y evoluciona a pasos agigantados. Es mucho lo que podemos aprovechar de ella hoy en día: personalización de la experiencia de los asistentes, generación y gestión de contenido, asistencia instantánea con *chatbots*, traducción automática... Si bien el uso de la IA es un gran aliado, nuestra prioridad siempre será cuidar de la seguridad y la privacidad de nuestros clientes y sus asistentes.

Pocos organizadores recurren a la IA, ¿cuál cree que es el motivo?

Sin quitarle valor al contacto y factor humano que no se debe dejar de lado, la adopción de la IA requiere mucha resiliencia y apertura por nuestra parte, pero hay que atreverse a experimentar con ella.

¿Qué tendencias detecta para los próximos años en relación a sus clientes? ¿Están familiarizados con ella?

Conforme el tiempo pase y la IA evolucione, la adopción de estas tecnologías irá aumentando. A través de propuestas innovadoras, nuestros clientes se han podido percatar de cómo la IA juega a favor del objetivo principal de sus actividades, consiguiendo que los asistentes disfruten de una experiencia satisfactoria y enriquecedora. Actualmente tenemos muchos clientes satisfechos que valoran su uso.

La voz de la agencia

¿Apuestan en su agencia por la inteligencia artificial? Si es así, ¿cómo la aplican en el día a día y en las operaciones que organizan para sus clientes?

Consideramos que no hay que tener miedo a la IA, todo lo contrario, ya que nos ayuda a optimizar tiempos y recursos. En nuestro caso, la utilizamos para optimizar la redacción de nuestras propuestas, investigar y obtener ideas para actividades y programas de incentivo en otros países; crear contenido para nuestras redes sociales y traducir propuestas del inglés al español.

Pocos organizadores recurren a la IA, ¿cuál cree que es el motivo?

Probablemente desconfían de la información proporcionada y desconocen el potencial que puede llegar a tener. Quizá están muy acostumbrados a la forma en la que actualmente realizan sus actividades y no se han tomado el tiempo de explorar esta nueva herramienta. Por nuestra parte, honestamente, no creo que le hayamos sacado todo el provecho. Quisiera realizar plantillas para agilizar procesos internos, solicitar el diseño de las presentaciones para optimizar tiempos o diseñar el programa de algún congreso con IA.

¿Qué tendencias detecta para los próximos años en relación a sus clientes? ¿Están familiarizados con ella?

La IA nos abrirá nuevos horizontes que cambiarán, sobre todo, la planificación y operación de los eventos. Los clientes aún no ven el beneficio o perjuicio que puede tener, no han medido ni visualizado su alcance, ya que buscan que su acción salga lo mejor posible, sin importar los métodos utilizados. Los organizadores, sin embargo, aún están explorando cómo les darán un mayor uso y beneficio a sus funciones. Algo que no se puede discutir es el hecho de que, en el diseño y generación de experiencias, la IA podrá hacer sugerencias y aportar ideas, pero al final de cuentas, el diseño y el desarrollo de una actividad depende de la sensibilidad de un humano, que es lo que finalmente generará emociones que conectan. La IA no sustituye el corazón y la pasión con la que se hacen las cosas.

 **LUPITA VILLASEÑOR**
Co-propietaria de
Procesa Incentives
(México)



"Aunque la IA nos ayuda a optimizar tiempo y recursos, el diseño y el desarrollo de una actividad depende de la sensibilidad de un humano"

¿Apuestan en su agencia por la inteligencia artificial? Si es así, ¿cómo la aplican en el día a día y en las operaciones que organizan para sus clientes?

Sí, consideramos la inteligencia artificial como una herramienta valiosa, aunque no dependemos excesivamente de ella. La aplicamos de manera selectiva, por ejemplo, en la gestión de datos para entender mejor las preferencias de nuestros clientes. Utilizamos algunas soluciones automatizadas, como *chatbots*, para responder consultas básicas, lo que nos ayuda a optimizar la comunicación. Sin embargo, la mayor parte de la planificación y la creatividad sigue en manos de nuestro equipo humano, ya que creemos que el toque personal y la intuición son insustituibles.

Pocos organizadores recurren a la IA, ¿cuál cree que es el motivo?

Creo que se debe a una combinación de factores. Muchos organizadores pueden sentirse abrumados por la tecnología o no tener claro cómo implementarla en su trabajo diario. En Kubalu Events, reconocemos que la IA puede ser útil, pero también creemos que es importante no perder el enfoque en lo que realmente importa: la conexión humana y la creatividad. Si bien consideramos que la IA es accesible, no estamos en una carrera por utilizarla en exceso. Nos gustaría, en el futuro, incorporar más herramientas que nos ayuden a facilitar ciertos procesos, pero siempre manteniendo el elemento humano en el centro de nuestras operaciones.

¿Qué tendencias detecta para los próximos años en relación a sus clientes? ¿Están familiarizados con ella?


En los próximos años, observamos una tendencia creciente hacia la personalización de las experiencias. Los clientes buscan acciones que realmente reflejen sus valores y personalidad. También hay un enfoque creciente en la sostenibilidad, valorando cada vez más las prácticas responsables. La mayoría de nuestros clientes están familiarizados con estas tendencias y aprecian el uso moderado de la tecnología, aunque algunos pueden sentirse inseguros al dejar ciertos procesos en manos de la IA.

 **MARTA ODÉRIZ**
CEO de Kubalu
Events (España)



"Algunos clientes pueden sentirse inseguros al dejar ciertos procesos en manos de la IA"

La voz de la agencia

 **PABLO FERNÁNDEZ**
Co-fundador y socio de Xplora Events
(España)



"Es una tecnología accesible, pero no es fácil de entender"

¿Apuestan en su agencia por la inteligencia artificial? Si es así, ¿cómo la aplican en el día a día y en las operaciones que organizan para sus clientes?

Sí, es una tecnología que ofrece multitud de posibilidades. Nuestro equipo está centrado en el estudio y aplicación práctica de diferentes herramientas e implementamos aquellas que realmente nos sirven para mejorar procesos internos y servicios para nuestros clientes. Usamos asistentes virtuales con IA, entretenimientos como *photocalls*, asistencia de *chatbots* para dudas o preguntas, traducción simultánea en diferentes idiomas, redacción de *scripts* en tiempo real, etc.

Pocos organizadores recurren a la IA, ¿cuál cree que es el motivo?

Creemos que todavía muchos profesionales del sector no la utilizan de momento por falta de conocimiento, pero esto es algo que ya es imparable y al final todo el mundo utilizará la IA con el fin de mejorar y agilizar diferentes procesos. Es una tecnología accesible, pero no es fácil de entender. No todo el mundo ha nacido con un ordenador debajo del brazo o manejando una *tablet* desde la infancia, pero poco a poco nos iremos familiarizando con ella y la iremos incorporando en nuestro día a día. En IA ahora mismo no parece que haya límites estrictos. Siempre podremos ir un pasito más allá y aprovecharla de una forma más eficiente.

¿Qué tendencias detecta para los próximos años en relación a sus clientes? ¿Están familiarizados con ella?

Trabajamos con empresas de diversos sectores, por lo que tenemos clientes de todo tipo. Algunos sí están más familiarizados con la IA y conviven con ella en su día a día y otros todavía no han empezado este proceso de transición y cambio. Como norma general, no les asusta, entre otros motivos, porque todos esos procesos están controlados y supervisados en todo momento por varias personas de nuestro equipo. La tecnología de la IA es una herramienta a nuestra disposición, por lo que pensamos que es indispensable supervisar todo por un equipo humano.

¿Apuestan en su agencia por la inteligencia artificial? Si es así, ¿cómo la aplican en el día a día y en las operaciones que organizan para sus clientes?

Nosotros vemos la IA como una oportunidad para agilizar muchos procesos, pero no la tenemos implementada como política dentro de la compañía. Hemos visto que muchos empleados sí la usan, pero no se aplica directamente en la agencia. En mi caso, la suelo usar para diseñar paquetes, obtener información sobre destinos y sus novedades o redactar de forma atractiva alguna propuesta.

Pocos organizadores recurren a la IA, ¿cuál cree que es el motivo?

Primero, por desconocimiento, y después, por el temor a que muchos de los procesos que hoy en día hace el ser humano sean reemplazados por la IA y nos veamos en la obligación de prescindir de algunas personas dentro del equipo. Por otro lado, la IA no es difícil de entender, pero depende de lo que tú te acerques a ella. La experiencia en MICE es algo que se valora muchísimo y estas tecnologías nuevas quizás no sean fáciles de comprender por personas de edad más avanzada, así que este interés surge más en los perfiles jóvenes. Creo que, en la medida que vayamos conociéndola, será más amigable para nosotros. En la agencia, nos gustaría recurrir más a la IA para optimizar recursos económicos y ahorrar tiempo y poco a poco lo vamos haciendo.

¿Qué tendencias detecta para los próximos años en relación a sus clientes? ¿Están familiarizados con ella?

Según el *target*, nuestros clientes están más o menos familiarizados con la IA, pero no he percibido que les asuste que dejemos algunos procesos de sus acciones en manos de esta tecnología. Sin embargo, todavía queda mucho trabajo para que entendamos que no es un enemigo, sino un aliado que nos va permitir minimizar muchos esfuerzos para los resultados que buscamos.

 **ROCÍO BARRAGÁN**
Coordinadora de
MICE de Gema
Tours (Colombia)



"Queda mucho trabajo para que entendamos que la IA no es un enemigo, sino un aliado para minimizar esfuerzos"

DIEGO 
BERCOVICH

Propietario y director creativo de Axsion (Argentina)



"En muchos casos, se requiere la contratación de personal calificado para utilizar las herramientas de IA de manera profesional"

¿Apuestan en su agencia por la inteligencia artificial? Si es así, ¿cómo la aplican en el día a día y en las operaciones que organizan para sus clientes?

Hacemos mucho uso de ella en el departamento de diseño. Exploramos diferentes herramientas en el día a día y hemos desarrollado con ella funciones que hoy son fundamentales para la búsqueda relacionada con la estética de algunos proyectos y para generar contenidos más complejos en menos tiempo. Por ejemplo, para utilizar imágenes en cualquier proceso creativo, recurrimos a la herramienta Runway.

Pocos organizadores recurren a la IA, ¿cuál cree que es el motivo?

Todavía no se ha incorporado como uso y costumbre para muchos organizadores. En muchos casos, se requiere la contratación de personal calificado para utilizar las herramientas de IA de manera profesional. Esto retrasa la aceptación y utilización orgánica en las diferentes agencias organizadoras de eventos. Sin embargo, con el tiempo, la IA traerá muchos beneficios a todas las áreas, especialmente en los procesos más repetitivos, que suelen ser un elemento de retraso (en tiempo) cuando sabemos que nuestro trabajo es muy a menudo a contrarreloj.

¿Qué tendencias detecta para los próximos años en relación a sus clientes? ¿Están familiarizados con ella?

Nuestros clientes ven con optimismo la incorporación de tecnología en los procesos. Muchos de ellos, como los bancos y los laboratorios médicos, ya están familiarizados con la IA. Sin embargo, los procesos automatizados aún requieren supervisión. Las tendencias que puedo detectar con la incorporación de la IA están relacionadas con el análisis de los procesos dentro de una acción, por ejemplo, en relación a la cantidad de personas, a las actividades que realizan durante las jornadas y a su contenido. Con estos resultados, podremos ofrecer un servicio más optimizado y adaptado a las necesidades de cada cliente.

¿Apuestan en su agencia por la inteligencia artificial? Si es así, ¿cómo la aplican en el día a día y en las operaciones que organizan para sus clientes?

En un inicio, cuando la IA empezó a estar de moda, yo era reticente a utilizarla por miedo a lo desconocido, al reemplazo... Pero como al final debemos adaptarnos a las circunstancias que nos vienen, empecé a explorar. Primero probamos ChatGPT para procesos creativos y vimos que podía ser útil, especialmente para tener diferentes perspectivas en la concepción de un evento. Hoy trabajamos con varias herramientas para crear diseños, optimizar guiones e incluso generar experiencias en eventos físicos. Pero aún nos queda mucho por descubrir y podremos sacarle más partido.

Pocos organizadores recurren a la IA, ¿cuál cree que es el motivo?

Creo que es por dos motivos: muchas agencias no la aplican porque no tienen tiempo para formar a sus equipos y por la falta de adaptación. En nuestro caso, hemos formado a todo el equipo mediante un curso, tanto en diseño y creación como en producción. Creo que en una primera fase de aproximación a la IA, sí que es accesible y se pueden generar grandes expectativas y contenidos. Pero creo que hay que explorar y pasar a la siguiente fase de la mano de profesionales y de formación, ya que hay un momento en el que se complica.

¿Qué tendencias detecta para los próximos años en relación a sus clientes? ¿Están familiarizados con ella?

Más que tendencias, lo que tenemos por delante es el importante reto de no sobrecargar el mercado de experiencias. Hay que ir más allá y entender bien al ser humano para poder llegar a todos los sentidos y las emociones de los asistentes. Por otro lado, nuestros clientes van mucho más atrás que nosotros en cuanto a la IA y les parece súper exótico que la utilicemos, por ejemplo, en nuestros renders de diseño de eventos. No están familiarizados con ella, pero no hay reticencias por su parte en que la utilicemos.

 **BÁRBARA FRAGUAS**

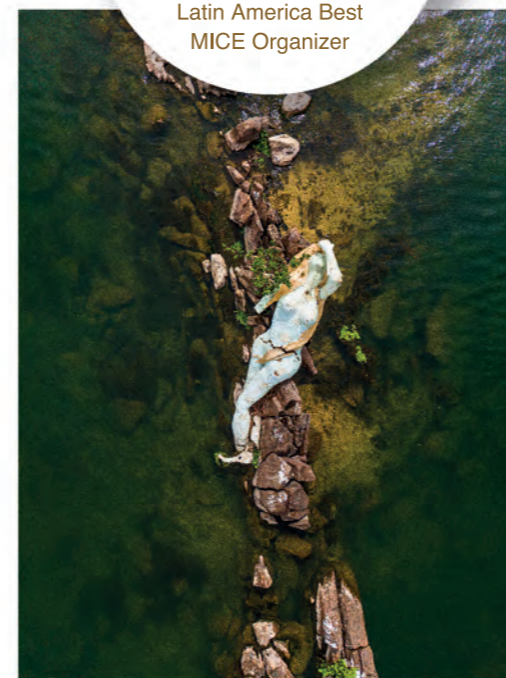
Fundadora, CEO y CCO de El Baúl De Las Piqué (España)



"Hay que explorar la IA e ir avanzando de la mano de profesionales y de formación"



BRAZIL SENSATIONS



ASOMBRO ANTE LA NATURALEZA

Descubre la incomparable belleza de Brasil, donde la naturaleza y la diversidad se encuentran. Desde playas paradisíacas hasta selvas exuberantes, cada destino promete una experiencia única. Brazil Sensations, su experto en viajes MICE, ha ganado el prestigioso World MICE Award como "Mejor Organizador MICE de América Latina". Confíenlos sus eventos para una inmersión inolvidable en este país extraordinario.



ARQUITECTOS DE TU MEJOR AVENTURA
www.brazilsensations.com





A LA CONQUISTA DEL MICE

La región española de Extremadura atrae a cada vez más grupos de incentivo y programas de *team building* por su oferta de espacios naturales y ciudades históricas. Cuenta además con una creciente gama de espacios para reuniones, convenciones y eventos alejados de los estándares más clásicos.

Por **Cristina Cunchillos**

En los campanarios extremeños hay *overbooking*. Cada año, a partir de febrero, miles de cigüeñas compiten por un espacio en torres, postes telegráficos y cualquier bastión elevado donde anidar. En esta región del suroeste español, compuesta por las provincias de Cáceres y Badajoz, parece que la única masificación se vive en el reino animal.

No solo cigüeñas, sino también grullas y otras especies de aves, muy numerosas, frecuentan sus parques, convirtiéndolo en un destino ideal para el turismo ornitológico. En el característico paisaje extremeño de la dehesa, piaras de cerdos de raza ibérica corretean libremente y los ganaderos dejan pacer sus reses de toros bravos.

Visitar Extremadura es como un soplo de aire fresco, no solo por sus inmensos parajes naturales, sino también porque

incluso los destinos más turísticos como Mérida o el centro histórico de Cáceres conservan intacto su encanto, sin estar repletos de tiendas de *souvenirs* de dudosa calidad. Es una región que rebosa esa autenticidad que muchos destinos ahora quieren recuperar.

El aeropuerto de Badajoz ofrece conexiones directas con Madrid y Barcelona y, desde la capital española, se puede llegar por carretera a Badajoz, Cáceres y Mérida en trayectos que duran entre tres horas y cuatro horas. En tren el tiempo se asemeja, aunque la alta velocidad sigue siendo una asignatura pendiente.

La tierra que fue cuna de los llamados "conquistadores de América", por ser lugar de nacimiento de personajes como Francisco de Orellana o Francisco Pizarro, se lanza ahora de

lleno a otra conquista: la del mercado MICE. Y no le faltan recursos para ello.

Mérida: capital romana

Aunque las capitales provinciales, Cáceres y Badajoz, son los principales núcleos de población, Mérida es la capital regional y centro administrativo de Extremadura. Su posición estratégica a orillas del río Guadiana hizo de ella un punto clave ya en tiempos de los romanos, que establecieron aquí su colonia Emérita Augusta en el año 25 a.C., a imagen de Roma.

No solo fue la capital de la provincia romana Lusitania, también posteriormente de la Diócesis Hispaniarum y de la fron-

terizar para presentaciones de hasta 3.000 participantes. En el anfiteatro, con capacidad para 15.000 personas, se celebran festivales en torno a las luchas de gladiadores. El espacio del circo se utiliza para programas de *team building* del tipo de carreras y gincanas.

Tras empaparse de historia paseando entre los restos arqueológicos, la visita al **Museo Nacional de Arte Romano**, donde se exhiben desde grandiosos mosaicos a los más delicados artículos rescatados en las excavaciones, es el complemento ideal. En su elevadísima nave central de ladrillo se permite celebrar eventos de carácter educativo o cultural, fuera del horario de apertura al público.



Teatro Romano de Mérida ©Turismo de Extremadura

tera inferior de Al Andalus. Hoy día pervive en sus calles el legado de las culturas romana, islámica y visigoda.

Su conjunto arqueológico romano cuenta con el reconocimiento de la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad. Y continúa creciendo: cualquier excavación revela nuevos vestigios. Numerosos edificios de la era augusta se han rescatado y restaurado: el Teatro, el Anfiteatro, el Circo, el Templo de Diana, el Puente Romano... y son el principal atractivo para las visitas turísticas. Algunos son también espacios de prestigio para acciones MICE. El impresionante **Teatro Romano**, sede habitual de conciertos y festivales de teatro, se puede

El museo está siendo ampliado y a partir de 2025 contará con un nuevo salón de actos de más de 200 plazas.

El hotel **Ilunion Mérida Palace** ofrece una posición estratégica en plena Plaza de España, el centro neurálgico de la ciudad, visible desde su terraza. El edificio actual es fruto de la unión de dos antiguos palacios: el Palacio Mendoza del siglo XVI, convertido previamente en el Hotel Emperatriz, y el Palacio Pacheco del siglo XIX, que fue operado como hotel por Meliá.

Con un total de 76 habitaciones, es el único hotel de cinco estrellas de la ciudad y el primero que abrió en Extremadura.

El colorido patio central, donde se puede organizar un cóctel con 200 invitados, conserva el suelo de terracota y los azulejos originales de cerámica de Talavera. En la decoración del establecimiento predominan los motivos romanos, mientras que el vestíbulo que da paso a los espacios para grupos MICE ostenta una espectacular decoración de estilo nazarí. Hay siete salones en total con capacidades entre doce y 48 delegados en formato escuela. La antigua bodega, con su bóveda original de ladrillo, puede acoger banquetes con 50 comensales.

A orillas del río Guadiana se levanta el **Palacio de Congresos de Mérida**, el primero que abrió sus puertas en la región. En las fachadas exteriores del edificio de hormigón, abiertas a la luz mediante áreas acristaladas, se aprecia tallado el mapa de la antigua Mérida romana. Se trata en realidad de dos edificios cúbicos, unidos por una terraza en la segunda planta.

Cuenta con cuatro auditorios, el mayor de ellos con 976 asientos. La Sala de Cristal, con luz natural y vistas al río, tiene capacidad para 80 personas en teatro. La planta baja consiste en un espacio diáfano en torno a un patio y se utiliza como espacio expositivo. También alberga cócteles con 600 invitados.

El Ilunion Mérida Palace es el único hotel cinco estrellas de la ciudad y cuenta con 76 habitaciones

Cáceres: ciudad monumental

La Ciudad Monumental de Cáceres, nombre oficial del centro histórico de la capital de la provincia homónima, ostenta también el sello de Patrimonio de la Humanidad. En un paseo por las callejuelas del recinto amurallado se pueden admirar numerosos palacios medievales y otros edificios civiles y religiosos de los siglos XIII al XVI, así como vestigios de las culturas romana, judía y almohade. Un recorrido por la historia de la ciudad que no puede faltar en ningún programa de incentivo.

Muchos de esos palacios se han convertido en hoteles y espacios para operaciones MICE. La **Casa Palacio Pereros**, del siglo XV, es ahora un Colegio Mayor que ofrece sus 50 habitaciones como alojamiento hotelero entre los meses de junio y septiembre. Cuenta además con tres salas polivalentes y un salón de actos en la antigua capilla con capacidad para 60 personas en teatro. Su patio renacentista es un espacio con encanto para un cóctel con 80 invitados, mientras que en el patio exterior se programan cenas con 100 comensales junto a los restos de la muralla almohade.

Desde principios de 2023, es posible alojarse en las once lujosas *suites* de la **Casa Palacio Paredes Saavedra**, del siglo XVI. Se trata de la nueva extensión del hotel *boutique* Atrio,

Team building en Extremadura



De la dehesa a la mesa

En el **Safari del Jamón** se aprende sobre el proceso de cría del cerdo ibérico, empezando por la visita a un criadero en la dehesa, seguido de un secadero de jamones. Se termina con una clase de corte de jamón y su degustación.

Aventura acuática

El lago Alqueva es uno de los mayores embalses de Europa y en él se puede practicar la pesca y multitud de actividades náuticas, como kayak, *paddle surf* o *windsurf*. También paseos en barco, velero y en motos de agua.



Tesoros arqueológicos

La Fundación Dolores Bas ofrece la oportunidad de participar en excavaciones arqueológicas y recorridos por el Parque Arqueológico y Natural El Rebellao, descubriendo desde dólmenes neolíticos a villas romanas.

Trabajando el corcho

Entre mayo y julio los grupos pueden participar en el descorche del alcornoque en zonas como el Parque Natural del Tajo Internacional o San Pedro. Se complementa con talleres de elaboración de artículos de corcho y la visita a una fábrica.



reconocido como uno de los más exclusivos de la ciudad y meca gastronómica por su restaurante de tres estrellas Michelin privatizable para grupos de hasta 80 personas.

Cuenta también con una impresionante bodega que aglutina 45.000 botellas de los mejores vinos del mundo. En una pequeña salita adjunta se realizan catas para grupos de hasta diez personas.

El moderno diseño interior, tanto del hotel original de 14 habitaciones que ocupa una casona del siglo XIII, como de las nuevas *suites* del palacio, es obra del afamado estudio de arquitectos Tuñón y Albornoz. En las habitaciones se en-

palaciega del siglo XIX rehabilitada como *venue* en 2023. En su exótico invernadero se realizan banquetes con 270 invitados entre gigantescas bananeras, mientras que en el salón dedicado a conciertos se hacen presentaciones para 200 personas. Cuenta además con 15.000 m² de jardines para acciones al aire libre. En un futuro próximo se sumará un restaurante.

Se ofrece como complemento de dos sedes vecinas: el **Palacio de Congresos de Cáceres**, con capacidad para 1.270 personas en teatro, y el **Complejo San Francisco**, un convento del siglo XV reconvertido en centro cultural y espacio para eventos con hasta 600 invitados.



encuentran obras de arte originales de artistas de la talla de Warhol, Tapiès o Picasso.

El hotel de cuatro estrellas **NH Collection Cáceres Palacio de Oquendo** también ocupa un palacio del siglo XVI. Ofrece 86 habitaciones y tres salones en el sótano, junto a los restos del antiguo pozo de la casa solariega. El menor puede albergar 40 asistentes en teatro, mientras que el mayor tiene capacidad para 120 personas en banquete.

En la parte moderna de la ciudad se encuentran nuevos espacios para eventos como **La Huerta del Conde**, una casa

Situado a unos diez minutos por carretera del centro urbano, el hotel **Hospes Palacio de Arenales & Spa** ocupa desde 2002 la antigua casa de campo de la familia Golfín, una de las principales familias nobles vinculadas a la corte de los Reyes Católicos. En el centro histórico se puede visitar el Palacio de los Golfines de Abajo, en el que se hospedaron los monarcas.

El hotel ofrece la ventaja de poder acoger operaciones MICE en un idílico entorno natural. Sus 19 hectáreas de extensión incluyen jardines, olivares, un bosque de encinas y hasta un humedal, en el que el sonido de las ranas compite con el de

las numerosas cigüeñas que anidan en los postes de la luz. Un huerto ecológico abastece al restaurante y los servicios de *catering* basados en productos de temporada.

Con 46 habitaciones, se ofrece para pequeños grupos corporativos en programas que combinen sesiones de trabajo con un *team building* en la naturaleza. Además de paseos al aire libre, los huéspedes pueden participar en catas de vinos, quesos o aceites, y disfrutar de la observación de las estrellas desde sus jardines.

Cuenta con dos salones para operaciones MICE, que pueden acoger desde una presentación para 30 personas a un

como una ciudad moderna y dinámica, con la mayor planta hotelera de Extremadura. No obstante, aquí también se puede disfrutar de la naturaleza y el patrimonio histórico. Su alcazaba, que data del siglo XIII, cuenta con la muralla más larga de Europa. En la ribera del río Guadiana, que atraviesa la ciudad, se encuentra una de las Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPA) de la región.

A orillas del Guadiana se halla el moderno **Edificio Badajoz Siglo XXI**. Con 15 plantas, ocupadas en su mayoría por oficinas, es el inmueble más alto de Extremadura. En su planta baja tiene un auditorio con 476 butacas y varios espacios para reuniones de hasta 100 personas.



banquete con 290 invitados. Se suele aprovechar el patio de entrada para ofrecer una copa de bienvenida amenizada por el borboteo de las aguas de la fuente central.

En la carpa permanente del jardín se celebran cenas de gala con 135 comensales. El porche junto a la piscina es el lugar favorito para fotografiar las siluetas de los nidos de cigüeñas en la puesta de sol.

Badajoz

La capital de la provincia del mismo nombre, situada a solo tres kilómetros de la frontera con Portugal, se presenta

En el extenso vestíbulo ya se han celebrado conciertos con 500 asistentes.

A los pies de la torre, el restaurante **Moma Experience** ofrece cuatro espacios diferentes con una decoración ecléctica donde disfrutar de menús de degustación y exclusivos cócteles. Puede acoger grupos de hasta 100 personas.

Al otro lado del río se encuentra el **NH Gran Hotel Casino Extremadura**, un establecimiento de cinco estrellas con 58 habitaciones. Ondulantes luces de neón en el techo, y a lo largo de las oscuras paredes del vestíbulo, aportan un toque

sofisticado y dirigen a los visitantes hacia el casino. El hotel cuenta además con diez salas, con capacidad hasta 500 personas en teatro. El restaurante Mirador se privatiza para almuerzos con 100 comensales.

Badajoz cuenta también con un **Palacio de Congresos**, construido sobre la antigua plaza de toros en el interior de una fortificación del siglo XVII. Ofrece más de 17.000 m² de espacio para acciones MICE, incluyendo un auditorio con 855 plazas.

Una de las últimas novedades en la ciudad es la apertura, en abril de 2023, del hotel *boutique* y restaurante **Las 3**

habitaciones en tres plantas, cada una con una decoración diferente y abundante luz natural. Desde la terraza se disfruta de excelentes vistas, con el marco del campanario que le da nombre, en cócteles de hasta cien invitados.

Espacios naturales

No se puede concebir un programa en Extremadura sin incluir alguna visita o actividades en sus abundantes espacios naturales. La Reserva de la Biosfera de Monfragüe, el Gran Lago Alqueva y la Comarca de Las Hurdes han sido declarados destinos Starlight, ideales para la observación de las estrellas por sus condiciones atmosféricas y baja polución



Dehesa de Extremadura

Campanas. El edificio es una antigua juguetería que evoca recuerdos de la infancia a lugareños y visitantes, gracias a la decoración de muñecos, caballitos y soldados de juguete. El restaurante, que se privatiza para banquetes con 70 invitados, mantiene el rico interior de madera labrada original, incluyendo los antiguos ascensores de madera, reconvertidos en entrañables rincones donde hacerse selfis entre juguetes. Cuenta también con espacios en la planta superior donde celebrar banquetes con 120 comensales.

El hotel *boutique* adjunto, conectado directamente con el restaurante, contrasta por su estilo moderno y luminoso, gracias a la presencia de brillantes mármoles blancos. Tiene 15

luminica. Los grupos pueden hacer catas de quesos, jamón, vinos, aceites y otros productos extremeños al aire libre mientras esperan a que anochezca.

Si se trata de observar aves, hay un sinfín de rincones a elegir. De hecho, casi tres cuartas partes del territorio extremeño están integradas en el inventario de Áreas Importantes para las Aves de España, incluyendo más de 70 zonas designadas como ZEPA. Monfragüe, el Parque Natural del Tajo Internacional o la Sierra de San Pedro en la provincia de Cáceres, son algunos de los destinos más populares para atisbar buitres, águilas, alimoches o cernicalos, entre muchos otros. Tampoco pueden faltar recorridos a pie, en bici, a caballo o

BOSQUE MEDITERRÁNEO

Extremadura ofrece un entorno natural verdaderamente único: la dehesa. Este bosque de tipo mediterráneo, compuesto de encinas y alcornoques, se concentra en el suroeste de la península ibérica, incluyendo más de un millón de hectáreas en la región extremeña.

Destinada principalmente a la ganadería, por la dehesa corretean libremente los cerdos de raza ibérica en busca de bellotas. En la llamada "milla de oro taurina", los grandes ganaderos españoles crían sus reses bravas para el toreo.

Los troncos de los alcornoques alimentan la industria del corcho y, en los espacios abiertos entre bosques, se cultivan tomates y cereales.

La dehesa no solo es una valiosa despensa, también un entorno ideal para disfrutar de la naturaleza en su estado más puro. La agencia local **Traventure** ofrece actividades en este escenario. En su Safari del Toro los grupos hacen un recorrido en vehículos todo terreno y sienten la emoción de acercarse, desde la debida distancia de seguridad, a los toros bravos que pacen a sus anchas en las 400 hectáreas de la Finca Los Espartaes. Esta experiencia se puede combinar con un evento en el ruedo de su plaza de toros, con capacidad para 400 invitados en cóctel.

en vehículos todo terreno por los bosques de encinas y alcornoques de la dehesa extremeña.

El **Hotel Monasterio de Rocamador** ofrece varios espacios de estilo rústico para acciones MICE en plena dehesa pacense (de Badajoz). En el edificio se conservan elementos originales del antiguo monasterio del siglo XVI, como la sillería del coro, y la decoración religiosa abunda en sus 24 habitaciones, que ocupan las antiguas celdas de los monjes. En el claustro se hacen catas de vino en torno al antiguo pozo, que sirve de bodega, y la capilla es ahora el restaurante, privatizable para 85 comensales. Cuenta además con cuatro salones con capacidad hasta 120 personas en teatro.

El Hotel Monasterio de Rocamador ofrece espacios de estilo rústico en plena dehesa

La **Finca Los Fresnos** es otra opción singular para eventos en plena dehesa, utilizando el ruedo de su plaza de toros para un cóctel con 400 invitados. El salón semicircular que lo rodea se utiliza para banquetes con 200 comensales.

Destino gastronómico

La gastronomía extremeña es la receta de muchas actividades de *team building*. Los grupos pueden visitar queserías, e incluso aprender a hacer quesos típicos como la Torta del Casar; participar de la recogida de cerezas durante la temporada –normalmente entre mayo y junio– en el Valle de Jerte, o varear para hacer caer la aceituna de los olivos en fincas como La Cocosa, en Badajoz.

Las catas de vino y actividades ligadas a la enología son igualmente muy demandadas. En la provincia de Badajoz se extienden los viñedos de la Tierra de Barros, donde se producen los vinos de denominación de origen Ribera del Guadiana. Se pueden visitar bodegas como **Martínez Paiva**, que ofrece también un restaurante y salones para eventos con capacidad para 700 personas en cóctel.

En la provincia de Cáceres, **Bodegas Habla**, en las afueras de Trujillo, no solo ofrece visitas guiadas y catas de vinos para grupos de hasta 30 personas, sino que cuenta con diferentes espacios para operaciones MICE. En la sala Mira se organizan cócteles con 50 invitados y vistas a las 200 hectáreas de viñedos. El espacio que más impresiona es la bodega subterránea, apodada La Catedral, para banquetes con 120 invitados rodeados por 300 barricas de roble.

El moderno edificio de la bodega se complementa con un tradicional cortijo, la **Finca Dehesa La Torreçilla**, dentro del mismo complejo. Aquí los grupos visitan las yeguas de pura raza española y disfrutan de espectáculos ecuestres. En el

antiguo picadero se celebran banquetes con 400 participantes rodeados por una espléndida colección de carruajes.

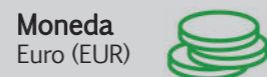
Trujillo es una de las visitas que se suelen incluir en los programas de incentivo por su rico patrimonio histórico. Dominando el paisaje desde lo alto de un cerro, en la cuna de Francisco Pizarro parece no pasar el tiempo, con sus callejuelas empedradas, casonas medievales y torres coronadas por nidos de cigüeñas. Seguidores de las series *Juego de Tronos* o *La Casa del Dragón* reconocerán alguno de los enclaves.

En la provincia de Badajoz se puede hacer un recorrido por pintorescos “pueblos blancos” de casas encaladas, como Zafra, Jerez de los Caballeros o la ciudad fronteriza de Olivenza. Historia y naturaleza se combinan en Extremadura y complementan una oferta cada vez más extensa de espacios singulares, hoteles y centros de convenciones para la celebración de operaciones MICE fuera de lo común.

Información práctica



Huso horario
GMT +1



Moneda
Euro (EUR)



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



Aeropuerto de acceso
Aeropuerto de Badajoz (BJZ)



Más información

DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO
JUNTA DE EXTREMADURA
Macarena Esteban Corchero
Técnico de promoción turística
+34 629 538 555
mesteban@gpex.es
www.turismoextremadura.com



Meetings & Events
EUROSTARS HOTEL COMPANY

LOS MEJORES ESCENARIOS — para tus EVENTOS

ESPACIOS SINGULARES

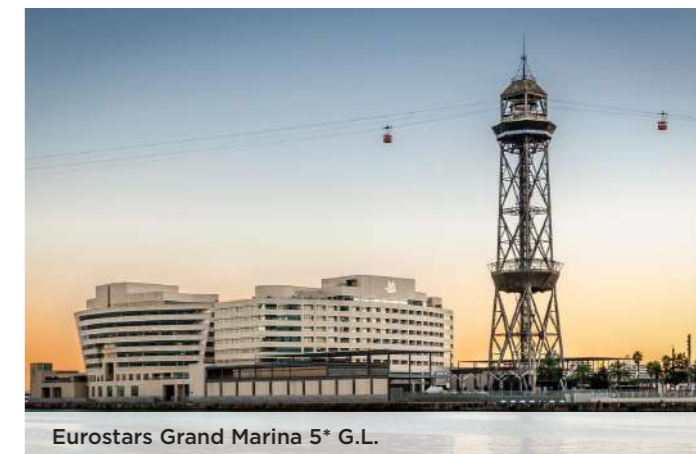


Eurostars Gran Hotel La Toja 5*



Eurostars Hotel Real 5* G.L.

ESPACIOS GRANDES EVENTOS



Eurostars Grand Marina 5* G.L.



Eurostars Sitges 5*

Nuestros hoteles especializados en el sector MICE están perfectamente preparados para cumplir los estándares de cualquier reunión, incentivo, conferencia, exposición o evento profesional.

Para más información:

mice@eurostarshotelcompany.com · (Tel) +34 91 334 27 43 · eurostarshotels.com

EUROSTARS
HOTEL COMPANY

EUROSTARS
HOTELS

AUREA
HOTELS

exe
HOTELS

IKONIK
HOTELS

CRISOL
HOTELS

Tandem
SUITES



CONTRA TODO RIESGO

En un mundo cada vez más inestable, los riesgos que amenazan la celebración de operaciones MICE y los desplazamientos de los asistentes son también más numerosos. Una buena gestión de los mismos es esencial para alcanzar los objetivos deseados y evitar daños irreparables.

Por **Cristina Cunchillos**

Los organizadores de operaciones MICE no solo han de planificar y gestionar todos los detalles relacionados con el viaje de incentivo, el evento, la feria, la convención o la reunión... también deben intentar predecir lo que podría impedir la correcta realización en un intento de que nunca se materialice.

Las cosas pueden ir mal e incluso los mejores planes pueden irse al traste por un error humano, una acción deliberada o infinidad de acontecimientos que escapan al control del organizador. Es esencial tomar las medidas necesarias para prevenir riesgos y contar con un plan alternativo que permita actuar de forma rápida y eficaz cuando surja un imprevisto.

Ante todo, el objetivo será siempre intentar seguir adelante con la operación. Como dice la canción, "el espectáculo debe continuar".

Una lista interminable de riesgos

No hay duda de que vivimos en un mundo cada vez más inestable. Esto hace que la lista de complicaciones que pueden afectar tanto a la organización y gestión de cualquier acción, como al acceso a la misma de los asistentes, ponentes o patrocinadores, sea cada vez más larga.

• **Crisis sanitarias:** El recuerdo de la pandemia hace que se tenga más en cuenta cualquier alerta ante nuevos brotes de enfermedades infecciosas. Es esencial asegurarse de que los viajeros cuentan con las vacunas que requiere su destino y contar con una buena cobertura sanitaria.

• **Tensiones geopolíticas y conflicto armado:** Las guerras continúan en escenarios como Ucrania y Oriente Próximo y las tensiones se extienden a cada vez más territorios. En un mundo

cada vez más polarizado, cambios de gobierno o crisis diplomáticas pueden conducir a nuevas situaciones de peligro en las que es aconsejable, o imperativo, evitar los desplazamientos y acciones en ciertos destinos.

• **Protestas y huelgas:** Las tensiones geopolíticas a menudo dan lugar a protestas en países no involucrados. También las dificultades económicas, la preocupación por el cambio climático o fenómenos localizados como la saturación turística dan pie a manifestaciones que pueden dificultar el acceso a hoteles y/o *venues* o huelgas que afecten a la movilidad. A veces incluso se utilizan las ferias, congresos o eventos, sobre todo los más mediáticos, para difundir protestas.

• **Terrorismo y ataques violentos:** La amenaza de actos terroristas, sobre todo en Europa y en Estados Unidos, no desaparece. Hay que estar alerta y seguir las recomendaciones de cada gobierno. Los ataques violentos pueden ser personales, contra uno de los ponentes o invitados especiales, como los intentos de asesinato de Salman Rushdie o de Donald Trump. Aunque no consigan su fin, los daños colaterales pueden ser trágicos.

• **Ciberataques y fallos tecnológicos:** En un mundo cada vez más dependiente de la tecnología, cualquier interrupción de las conexiones o disrupción de los sistemas, sea deliberada o accidental, puede conducir al caos. Este año, la actualización del *software* CrowdStrike conllevó el fallo de numerosos sistemas en todo el mundo, afectando desde bancos a aeropuertos. El riesgo de virus maliciosos y jaqueos es cada vez mayor y pone en peligro no solo las propias operaciones MICE sino los datos personales, o incluso financieros, de los delegados.

• **Fenómenos climáticos:** Celebrar un evento al aire libre siempre ha conllevado el riesgo de las inclemencias climáticas, pero ahora los fenómenos extremos parecen ser, por desgracia, cada vez más frecuentes. Las lluvias torrenciales pueden afectar incluso a un festival como el Burning Man (EE.UU.), en pleno desierto; los incendios forestales llegan a acercarse peligrosamente a zonas urbanas, como ya ha ocurrido en torno a Atenas; y cada año diferentes partes del planeta sufren el feroz impacto de huracanes y tifones.

La organización International SOS ofrece en su web mapas interactivos que muestran el nivel de riesgo de tipo sanitario, so-

A veces se utilizan las ferias, congresos o eventos, sobre todo los más masivos, para difundir protestas en países no involucrados directamente en algunos conflictos

ciopolítico o climático en diferentes países y zonas del planeta. También publican un informe anual sobre la evolución de los riesgos globales y predicciones generales.

Su informe Risk Outlook 2024, basado en entrevistas a 675 profesionales de la gestión de riesgos en 82 países de todo el mundo, destaca la creciente volatilidad global y sus consecuencias, no solo en la obligación de cambiar planes (el 74% piensa que las tensiones geopolíticas afectarán a sus operaciones en los próximos doce meses), sino también en la salud mental de los profesionales.

Según el informe, la exposición continua a situaciones de riesgo conduce a un aumento del estrés y la ansiedad. El 65% de

a una evacuación. Fallos en el sistema audiovisual o cualquier dispositivo electrónico que los hace inservibles... Los riesgos a los que se enfrenta el organizador de viajes y eventos son mucho más numerosos.

Proteger al viajero

El *duty of care*, o deber que tienen las empresas de salvaguardar la salud y el bienestar de sus empleados y representantes, se extiende más allá del ámbito de la oficina, tanto al teletrabajo como a los desplazamientos profesionales.

En 2021, con la recuperación de los viajes corporativos, se introdujo un nuevo estándar para regularizar la gestión de riesgos en estos desplazamientos. La norma ISO 31030 ofrece un mar-



los encuestados piensa que el mundo es más peligroso que hace un año y tres cuartas partes cree que, debido a ello, los problemas de salud mental de su plantilla tendrán un impacto considerable en su negocio.

Pero no se trata solo de grandes amenazas. Puede haber simples retrasos en el transporte o atascos de tráfico inesperados. Un ponente que se tropieza en la moqueta al entrar en el recinto y acaba hospitalizado. Una intoxicación por alimentos indebidamente tratados. Un fuego por un cortocircuito que obliga

co de referencia a las empresas que ayuda a evaluar los riesgos en su política de viajes, crear una estrategia para mitigarlos y aplicar una gestión eficaz de las medidas.

La política de viajes de las compañías suele incluir un seguro que cubre los desplazamientos de sus representantes. Si una empresa no lo ofrece, se expone a posibles litigios en caso de accidente. Por otro lado, si el viajero decide hacer la reserva por su cuenta, y no a través de los canales que le facilita la empresa, sea por comodidad, por tener más flexibilidad o para acumular



puntos en su programa de fidelización, se hace más vulnerable a sí mismo, ya que no estará cubierto por ese seguro.

Las grandes compañías de seguros como Intermundial, Europ Assistance, Chubb, Mapfre... ofrecen pólizas especiales que tienen en cuenta las necesidades corporativas. Además de cubrir gastos frecuentes relacionados con cancelaciones, retrasos, pérdida o robo de equipaje, suelen incluir mayores prestaciones en gastos sanitarios y responsabilidad civil privada. A veces consideran casos extremos como el secuestro.

También se tienen cuenta otras necesidades específicas de los viajeros corporativos. Mapfre, por ejemplo, cuenta con pólizas especiales para directivos e incluye garantías como el acceso a salas VIP y cobertura de artículos personales como el teléfono móvil o el ordenador en caso de robo.

Gestión de riesgos en viajes

Contar con un seguro de viajes no es suficiente. Es necesario que el gestor de viajes lo supervise y esté disponible para ofrecer la asistencia necesaria en caso de cualquier incidencia, las 24 horas del día, todos los días. Por eso a menudo los viajes se contratan a través de agencias especializadas que ofrecen un servicio más completo de gestión de riesgos en los viajes de negocios, incluyendo esta asistencia en situaciones de crisis.

Las grandes agencias especializadas como American Express Global Business Travel, SAP Concur, BCD Travel o Egencia ofrecen a sus clientes sus propias plataformas de gestión de riesgos en viajes.

Pueden incluir un análisis de las amenazas de cada destino con el fin de ofrecer las opciones más seguras antes de hacer la reserva, así como un seguimiento en tiempo real durante el viaje para identificar problemas y ofrecer apoyo. Los viajeros cuentan con herramientas del tipo de aplicaciones específicas en las que tienen acceso a toda la información que puedan necesitar en destino y, lo más importante, una vía de comunicación para pedir asistencia inmediata, en cualquier momento y desde cualquier lugar.

Protección de las operaciones MICE

Del mismo modo que existen seguros de viaje específicos para clientes corporativos, muchas aseguradoras ofrecen también

El 74% de los encuestados en el Risk Outlook 2024 de International SOS cree que las tensiones geopolíticas afectarán a sus planes y a la salud mental de los profesionales



diferentes tipos de cobertura para los viajes, congresos, convenciones y/o eventos que las empresas organizan. Intermundial, por ejemplo, reporta un crecimiento notable en la demanda de seguros específicos para la organización de operaciones MICE. Los elementos más importantes en estas pólizas son el seguro de responsabilidad civil y el seguro de cancelación.

El seguro de responsabilidad civil protege al organizador ante cualquier eventualidad que pueda generar daños a terceros, antes, durante o después de la acción. Se ha convertido en una demanda clave en el sector y algo que cada vez más proveedores y entidades públicas exigen como requisito para garantizar la seguridad de los asistentes y el cumplimiento de las diferentes normativas.

El seguro por cancelación garantiza la protección del organizador cuando se suspende o se pospone la operación por causas ajenas a su control, como pueden ser fenómenos climáticos o la incomparecencia de actores clave. Según Mapfre, la cobertura por cancelación solía ser algo más común en el mercado anglosajón, pero ahora está ganando peso también en los mercados hispanohablantes.

También se contratan seguros que cubren posibles daños ocasionados a los recintos o el transporte de materiales. Y se busca igualmente prevenir costes legales o indemnizaciones, tanto en caso de cancelación como por problemas causados por algún error humano.

Le corresponde a la empresa, asociación u organización decidir qué póliza de seguros cubre las necesidades de su convención, congreso, presentación o feria. Para ello cuenta con el asesoramiento de la persona, departamento o agencia responsable de su organización, que deberá asimismo gestionar todo lo referente a los riesgos asociados a la operación, desde la planificación a la respuesta inmediata en caso de incidencias.

La gestión de riesgos en el entorno MICE adquirió mayor trascendencia tras la pandemia y, en 2021, el informe anual de tendencias Global Meetings and Events Forecast de Ameri-

Los elementos más importantes en los seguros específicos para operaciones MICE son los relacionados con la responsabilidad civil y la cancelación

can Express Global Business Travel destacaba que el 67% de organizadores contaba con un plan de gestión de riesgos. En su edición más reciente, confirma que la seguridad y protección de los asistentes sigue siendo uno de los elementos más destacados en las políticas de gestión de operaciones MICE, aunque no se hable tanto de ello y el debate esté actualmente más enfocado en la adopción de medidas de sostenibilidad o diversidad e inclusión.

Una buena gestión de riesgos relacionados con la actividad en la industria MICE debe incluir varios elementos:

- **Planificación:** La existencia de un plan permitirá responder de forma rápida y eficaz si sucede algo. Ha de comenzar con

vez registrados todos los posibles riesgos, es crear una matriz en la que se asignen valores según su probabilidad y gravedad, estableciendo de este modo cuáles son prioritarios y requieren una mayor atención... y presupuesto.

En la planificación se deben crear diferentes posibles escenarios de crisis en torno a los riesgos identificados y establecer en cada caso cuál será el protocolo a seguir, así como el rol y responsabilidades de los diferentes actores implicados.

- **Mitigación:** Una vez identificados cuáles son los principales riesgos, también se puede desarrollar una estrategia de mitigación de los mismos. Desde una revisión del diseño del espacio y mejor señalización para evitar caídas, a sesiones de formación



un listado, lo más largo posible, de todos los posibles riesgos. Conviene involucrar a diferentes equipos y departamentos que pueden percibir riesgos potenciales que no sean obvios para todos los implicados y analizar experiencias previas. También conviene repasar junto con el departamento legal todos los contratos con proveedores e identificar lagunas que pudieran resultar en litigios o penalizaciones en caso de incidencia.

No todos los riesgos tienen la misma probabilidad de ocurrir ni el mismo impacto en la operación. Una buena práctica, una

sobre ciberseguridad para todos los empleados. Conocer de antemano los puntos más débiles permitirá implementar medidas para reducir o incluso eliminar riesgos.

- **Comunicación:** Una buena estrategia de comunicación es clave, tanto en la preparación como en la respuesta ante un incidente o imprevisto. Un plan de gestión de riesgos no sirve de nada si nadie sabe que existe ni su contenido. Se debe comunicar a todo el equipo involucrado en la operación, e incluso a proveedores y otros actores clave implicados, para que sepan

cómo actuar o al menos a quién contactar y por qué canales si ocurre algo inesperado.

Igualmente esencial es que haya comunicación inmediata con los afectados cuando se produce un incidente: esto permite ganar tiempo mientras se estudia cómo responder. Si la organización no se manifiesta, los propios asistentes pueden difundir rumores inexactos, por qué no en redes sociales. Si el gran público y los medios de comunicación se hacen eco, la situación de crisis puede verse ampliada rápidamente y dañar la reputación de la empresa.

• **Formación:** No basta con prevenir diferentes escenarios que podrían darse, sino que se deberían poner a prueba en simulaciones y sesiones de formación de gestión de crisis. También conviene tener un portavoz designado y entrenado para hacerse cargo de la comunicación con los asistentes, o incluso con los medios.

Mantener un programa regular de formación sobre temas de seguridad y ciberseguridad para la plantilla de la empresa ayudará asimismo a que sean más conscientes de los riesgos y cómo actuar ante ellos.

• **Evaluación:** De la experiencia se aprende y siempre puede haber algo que mejorar. Por eso es importante hacer una evaluación de la operación, incluso aunque no haya surgido ningún problema. Se pueden identificar riesgos potenciales que no se habían tenido en cuenta, además de analizar qué se hizo bien, qué fue más eficaz y qué se hizo mal, para no cometer los mismos errores en el futuro.

La inteligencia artificial: ¿aliado o enemigo?

El futuro de la gestión de riesgos pasa inevitablemente por la adopción de nuevas tecnologías para hacerla más efectiva, incluyendo el uso de la inteligencia artificial (IA). Según Deloitte, la IA cognitiva, basada en el aprendizaje automático y el procesamiento del lenguaje natural, puede transformar completamente la gestión de riesgos, ya que es capaz de analizar y extraer conclusiones de datos “no estructurados”.

Estima que el 90% de los datos que se generan hoy día entran en esta categoría de datos que no están predefinidos según modelos, lo que hace que su búsqueda y análisis sea más difícil. Por ejemplo, analizando datos no estructurados de diferentes fuentes, la IA puede reconocer tendencias e identificar riesgos emergentes que podrían pasar desapercibidos. Asimismo,

puede predecir amenazas futuras, lo que permite adoptar medidas preventivas. La automatización de tareas rutinarias ahorra tiempo a los organizadores y les permite concentrarse en los aspectos más estratégicos de la gestión de riesgos.

Pero, si bien los beneficios potenciales son evidentes, el uso de IA también puede generar retos, e incluso nuevos riesgos. Por un lado, plantea cuestiones éticas y temores ante la protección de datos. Es esencial que su uso se adhiera a códigos éticos, así como la legislación existente, para garantizar la privacidad de las personas. Además, si el análisis que hace se basa en información incorrecta o falsa, conducirá a errores aún mayores. Y, del mismo modo que las empresas recurren a la IA para ser más eficaces, también los *hackers* la utilizan para idear ciberataques cada vez más sofisticados.

Recientemente se hizo notable el caso de un ejecutivo de Ferrari, víctima de un intento de jaeo que podría haberle costado millones a la empresa. El empleado recibió convincentes mensajes de su CEO, e incluso una llamada telefónica en la que se falsificó su voz con IA, incitándole a abrir documentos con-

fidenciales. Su instinto le llevó a hacer una pregunta personal que solo el verdadero CEO podría responder, frustrando así el ataque.

No solo las grandes empresas son víctimas de ciberataques. Todo el mundo tiene algo que otros querrían arrebatarle, ya sean sus datos bancarios o el acceso a una base de datos o documentos confidenciales. Cualquiera puede convertirse en ese punto débil que facilite el ataque por una falta de cuidado en el uso de redes sociales o correo electrónico.

Con el creciente riesgo de ciberataques, lo importante es estar alerta y hacer todas las preguntas que parezcan necesarias. Los *hackers* se aprovechan de lo que la gente no sabe. Cuanto más conocimiento se tiene, más segura será cualquier operación.

Siempre habrá situaciones que no se pueden predecir o evitar, pero sí se puede estar lo mejor preparado posible para afrontarlas. Una buena gestión de riesgos minimiza el impacto. También demuestra diligencia por parte de la empresa organizadora y protegerá su reputación. Más vale prevenir...



ENTREVISTA



Lorena Iglesias 

Gestora de Eventos y Viajes Corporativos Globales en Sacyr (España)

“Muchos representantes no son conscientes de las consecuencias que puede tener gestionar un desplazamiento de manera independiente”

¿Qué riesgos preocupan ahora más a los viajeros? ¿Cómo han evolucionado en los últimos años y cuáles prevé serán los prevalentes en el futuro?

Tras la pandemia, ahora se valoran más los riesgos sanitarios. Unido a ello los viajeros nos trasladan su preocupación por las condiciones políticas de cada gobierno y la situación geopolítica. Por desgracia, las tensiones políticas van en aumento.

¿Se corresponden estos miedos a los suyos como organizador de viajes y eventos?

Lo que más nos preocupa, más a los gestores que a los viajeros, son los cambios en las regulaciones y restricciones de viaje en cada país y cómo afectan a otros destinos. Creo que será una preocupación creciente por la inestabilidad política global. Hay algunos miedos que los viajeros no validan tanto como hacemos en la compañía, como la ciberseguridad, algo en lo que estamos trabajando mucho. Y también la gestión que hacemos del *business travel* y las operaciones MICE con respecto a la aplicación de los seguros. Muchos representantes no son conscientes de las consecuencias que puede tener en los seguros gestionar el desplazamiento de forma independiente a la hora de asistir a alguna de nuestras acciones. Por eso ponemos mucho énfasis en centralizar la gestión del *business travel* y el MICE, con un seguro transversal que se aplica a todos por igual, independientemente del canal de emisión de los billetes.

¿Qué medidas han introducido para incrementar la seguridad? ¿La IA puede aportar algo al respecto?

Realizamos un informe de riesgos previo de forma inmediata y automática en cuanto llega una petición, antes de emitir ningún billete, lo que evita riesgos al representante y costes a la empresa. Todos nuestros empleados tienen preinstalada la *app* Sacycare en su móvil. Además de un informe completo sobre el destino al que viajan, cuentan con un “botón del pánico” para solicitar asistencia inmediata en caso de emergencia. Trabajamos en acciones preventivas, pero lo más importante para que estas funcionen es formar e informar a los viajeros. Respecto a la IA, puede ayudar a automatizar la gestión, pero hay que tener cuidado por la ciberseguridad y la protección de los datos, así como la falta de legislación.



EN EL CORAZÓN DEL SUR

Por Eva López Álvarez

Paraguay es un pequeño país rodeado de gigantes que busca hacerse un hueco en el panorama MICE. Su capital, que también lo es del fútbol regional, cuenta con infraestructura hotelera de primer nivel. Los atractivos naturales y culturales, si bien no de fácil acceso, completan una oferta que incluye un acentuado sentido de la hospitalidad como extra.

Asunción se presenta al visitante como una apacible ciudad con muchos árboles. No tiene nada que ver con las impresionantes megalópolis sudamericanas más posicionadas en el mapa de destinos para operaciones MICE y congresos. Más bien ofrece todo lo contrario: un ritmo tranquilo sin enormes atascos, una hospitalidad que no conoce la prisa y esa ingenuidad e inocencia de quien empieza.

Paraguay se conecta con el cielo a través de Asunción y Ciudad del Este, si bien los vuelos internacionales solo llegan a la capital. Buenos Aires y Córdoba en Argentina, Lima, Montevideo, Panamá, Santiago de Chile y Sao Paulo (Brasil) cuentan con conexiones directas. Madrid es la única ciudad europea con vuelo directo hacia la capital paraguaya.

Desde la llegada es posible percibir que buena parte de la población, aunque en número decreciente, habla guaraní. Es la lengua oficial del país junto con el español. La dura historia de

Paraguay remite a la casi desaparición de sus habitantes tras la guerra de la Triple Alianza. Supuso el enfrentamiento con la coalición de Argentina, Brasil y Uruguay y tuvo como consecuencia que solo 200.000 paraguayos, entre ellos apenas hombres adultos, sobreviviesen. Son múltiples los homenajes a las mujeres paraguayas en su intento por levantar el país que salpican la geografía nacional.

El Aeropuerto Internacional Silvio Pettirossi de Asunción está situado a doce kilómetros del centro urbano. Muy cerca, el complejo de la **Conmebol** es, además, el principal *venue* para eventos internacionales. La sede de la federación de fútbol sudamericana cuenta con el centro de convenciones más grande del país, con 3.500 m² de superficie y nueve salones. La capacidad global alcanza los 4.500 delegados.

También forman parte del complejo el **Museo del Fútbol Sudamericano**, en cuyo vestíbulo se pueden organizar cóctes.

les previos a la visita de las instalaciones, y el **Hotel Bourbon**, con 168 habitaciones y el gimnasio más completo de Paraguay. En el amplísimo vestíbulo dotado de "islotas" rodeados de agua se organizan recepciones para grupos pequeños. Dentro del hotel, siete salas se utilizan para reuniones de hasta 120 delegados en la mayor.

En Sol Rojo Rooftop, con 1.000 m², está la piscina de borde infinito con las mejores vistas de la puesta de sol. Es uno de los lugares donde comprobar la gran cantidad de árboles que caracterizan el paisaje urbano de Asunción. Como muestra del compromiso con la sostenibilidad, cuenta con una huerta hidropónica, planta de tratamiento de aguas residuales, sistema de reciclado y compostaje.

Avenida Aviadores

A media hora por carretera se encuentra el distrito financiero de la capital, sobre la Avenida Aviadores. Aquí se concentran los hoteles más corporativos del destino y los centros comerciales. **Holiday Inn Express Asunción Aviadores** ofrece 116 habitaciones, un salón para 75 delegados en teatro y una sala con mesa imperial cuyo uso está incluido en el precio de la habitación. Por eso es tan demandado entre los viajeros corporativos. A eso se añade un entresuelo exclusivo para grupos profesionales donde organizar presentaciones con 80 asistentes.

El **Sheraton Asunción** tiene cinco estrellas y opera desde 2004. Las 118 habitaciones han sido recientemente renovadas y cuenta con una sala de 1.000 m² sin columnas y dotada de *foyer* en el primer piso. Nueve salones más completan la oferta para operaciones MICE y congresos. Un patio abierto sobre el mayor de estos salones se utiliza para eventos al aire libre, aunque las mejores vistas se divisan desde la azotea del piso 10, donde se organizan cócteles de hasta 120 invitados.

Asunción tiene un corazón histórico que rememora su fundación a orillas del río Paraguay

Dazzler by Wyndham Asunción, inaugurado en 2017, cuenta con 300 habitaciones en 15 pisos y una azotea para recepciones de hasta 200 asistentes. Un salón de 236 m² con vistas a la avenida se utiliza para convenciones de hasta 110 participantes. El hotel más grande del país está situado frente al célebre Shopping del Sol.

Esplendor by Wyndham Asunción es otro gran hotel, también abierto en 2017. Cuenta con 250 habitaciones, un patio interior para cócteles de hasta 150 personas y un piso dedicado a sesiones profesionales con tres salones y luz natural. 180 delegados entran en formato teatro en el mayor.

Aloft Asunción ofrece 120 habitaciones –todas iguales– y las mejores vistas de la capital desde su azotea, muy demandada para cócteles de hasta 80 invitados. También cuenta con un salón para 50 personas en teatro.

Antigua Asunción

La capital de Paraguay no cuenta con un casco histórico propiamente dicho, si bien tiene un corazón histórico que rememora su fundación, a orillas del río Paraguay. La ciudad fue fundada en 1537 en la actual bahía de Asunción. Fue la primera capital del Virreinato del Río de la Plata y algunos edificios rinden homenaje al pasado más glorioso.

Entre ellos, **Palmaroga Hotel Asunción by Hilton** ocupa una antigua mansión urbana de 1901, reacondicionada como hotel en 2019. Forma parte de su historia haber sido el ayuntamiento de la ciudad. Englobado dentro de la marca Tapestry Collection, cuenta con 107 habitaciones. Las diez *suites* son testimonio de la antigüedad de la casona.

Para operaciones MICE ofrece cuatro salones, un patio interior para cócteles de hasta 50 invitados conectado al más grande y una azotea con piscina en el piso diez donde se organizan cócteles con 40 invitados.

El hotel **Granados Park** es un clásico famoso por la amplitud de sus 70 habitaciones. Desde hace 25 años se utiliza para reuniones de hasta 350 personas en teatro.

Crowne Plaza Asunción, que opera desde 2005, puede albergar 500 personas en teatro en el mayor de sus salones. Dos pequeñas salas para presentaciones de hasta diez asis-



Lleva tu evento a lo más alto

HOTEL RIU PLAZA ESPAÑA
MADRID · ESPAÑA



Para más información contacte con events.madrid@riu.com o llame al teléfono +34 91 831 45 15 o visite nuestra web riu.com

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

As you like it

RIU
PLAZA

tentes con luz natural se ofrecen a los huéspedes como complemento a la estancia en alguna de las 74 habitaciones.

Hasta 100 personas pueden disfrutar de un cóctel en la terraza con vistas al río que cuenta con parte interior en caso de lluvia.

El hotel incluye una villa señorial que se ofrece como *venue* con acceso propio: **Casa Salomón** se utiliza para conferencias y presentaciones con 50 personas en auditorio.

Entre las visitas culturales en Asunción, la del **Palacio de López**, actual palacio presidencial, es la más solicitada. Junto a él, en el **Centro Cultural Manzana de la Ribera**, el café-restaurant **Casa Clari** cuenta con una terraza para cócteles de hasta 100 invitados. En este espacio se concentran las construcciones más antiguas de una ciudad que fue devastada.

Junto al río

El puerto de Asunción está considerado patrimonio histórico y cuenta con un antiguo depósito recuperado con varios salones, uno de ellos con capacidad para 900 personas con ventanales al río. Entre los llamados Salones del Puerto también se encuentran los hangares que hoy albergan eventos multimedios y ejercen de terminal en temporada de cruceros.

Resort Yacht & Golf Club Paraguayo está siendo reformado para ondear la bandera de Marriott bajo la marca a Tribute Portfolio Hotel. Parte de sus 133 habitaciones ofrecen excelentes vistas del río Paraguayo.

Las áreas de piscina y barbacoa se utilizan para eventos al aire libre con las mismas panorámicas. En caso de lluvia, el mayor de los tres salones alberga banquetes de hasta 800 comensales. El recinto cuenta con campo de golf de nueve hoyos al borde del río y 14 canchas de tenis. Desde el hotel se programan paseos por el río y sesiones de observación de aves.

San Bernardino

Las mejores familias de Asunción tienen casa en "Sanber", aunque como consecuencia de la contaminación del lago, en el que no está permitido el baño, ha perdido gran parte de su atractivo. Existe un proyecto de recuperación de las aguas que se espera vuelva a dar vida a esta ciudad de vacaciones en la cordillera, situada a una hora por carretera de la capital.



TAVA Cerro

Villa María es la propuesta de alojamiento más exclusiva dentro de la ciudad. En realidad son dos casonas, una de ellas –Casa La Lilia– es una antigua casa señorial de estilo tradicional paraguayo que hoy se ofrece como espacio para cócteles dotado de cafetería para grupos de hasta 80 participantes. La casa cuenta con cuatro habitaciones.

Casa del Val es la segunda propiedad, inspirada en la vida campestre de los franceses que se instalaron en la zona, y se presenta como un refinado oasis con cuatro habitaciones, piscina y dos restaurantes.

A diez minutos por carretera ascendiendo la montaña, **TAVA Cerro** también figura entre las propuestas de lujo del país. Se trata de un *glamping* en plena naturaleza donde organizar retiros dotados de magníficas vistas. Desde hace cuatro años ofrece 13 habitaciones, pudiendo albergar un total de 48 huéspedes.

Ciudad del Este

La conocida como "ciudad de las compras", no solo en Paraguay sino en toda Sudamérica, solo tiene conexión aérea con Asunción. Los viajeros internacionales aterrizan en el vecino aeropuerto de Foz de Iguazú. El trayecto por carretera desde Asunción supera las cinco horas, si bien se espera una mejora de la vía que conecta las dos principales ciudades del país.

El destino cuenta con varios hoteles de marcado carácter corporativo, entre los que destaca **Dazzler by Wyndham Ciudad del Este**, que abrió sus puertas en 2021 con 95 habitaciones. A ocho kilómetros del centro, cuenta con un salón para reuniones con capacidad para 40 personas.

Ciudad del Este es conocida como la ciudad de las compras por sus 3.500 tiendas de réplicas



MELBOURNE

10 - 12 FEBRUARY

AIME 2025

+19000 MEETINGS

+600 HOSTED BUYERS

+4500 VISITORS

REGISTER NOW | AIME.COM.AU

MISIONES JESUÍTICAS

Con la llegada de los primeros exploradores de América procedentes de España, los monjes franciscanos que formaban parte de las expediciones buscaron a partir de 1538 integrarse con la población con el objetivo de convertirlos al cristianismo. Aprendieron el idioma guaraní y, según las crónicas, mantuvieron relaciones cordiales con los indígenas. Sin embargo, los jesuitas que también tenían como misión evangelizar optaron por otro procedimiento: construyeron ciudades basadas en ideales de autarquía pobladas por locales a los que se les ofrecía protección contra los "bandeirantes" portugueses y brasileños. Estas ciudades también ejercieron de fuertes desde los que proteger las fronteras de la corona española.

Paraguay albergó ocho de las 80 misiones jesuíticas que llegó a haber en Sudamérica. Algunas llegaron a superar los 6.000 habitantes. Actualmente los vestigios de esta historia se ofrecen como *venues* donde organizar cenas de gala o conciertos, si bien hay que tener en cuenta que se encuentran en zonas muy poco pobladas a las que habría que transportar todo lo necesario para la realización de la operación.

Hotel Casino Acaray 5* es el gran clásico para grandes grupos profesionales en Ciudad del Este, ofreciendo sus espacios desde 1965. Situado cerca de los espacios comerciales más famosos -Shopping Paris a la cabeza-, cuenta con 103 habitaciones y tres salones, el mayor para 250 delegados si se utiliza el área interior de las columnas. En el gran jardín se organizan cócteles con vistas a la frontera.

La fuerza del agua

Ciudad del Este cuenta con 350.000 puntos de venta y 3.500 tiendas de réplicas. Pero no solo esto hace su fama, también los Saltos del Monday. Con 45 metros de altura y 120 metros de anchura, esta bonita cascada puede ser el decorado de un evento organizado en el **Parque Aventura Monday**, donde organizar programas activos que incluyan *paintball*, tiro al blanco, tirolina con vistas a las cataratas, *rappel* en barranco y cañón o *rafting*.

Los espacios al borde del agua están gestionados por **Acqua Saltos del Monday**, que también ofrece actividades como tirolina o un recorrido por puentes colgantes entre árboles.

Desde Foz de Iguazú es posible tomar un catamarán que durante dos horas recorre el río y se posiciona en el punto donde convergen las fronteras de Brasil, Argentina y Paraguay.

Presa Itaipú Binacional

No solo los grupos vinculados a los sectores de la ingeniería y la construcción visitan la Presa Itaipú Binacional, la tercera más grande del mundo y gestionada por Brasil y Paraguay a partes iguales.

Es un interesante atractivo turístico, especialmente impresionante cuando se abren las compuertas que permiten la salida de 62 millones de litros de agua por segundo con el fin de regular el nivel del embalse. En función de las lluvias se decide el espectáculo de los llamados vertederos, que se suelen abrir de media cinco veces al año durante plazos de entre una semana y un mes.

Previo solicitud, y una antelación mínima de una semana, es posible organizar un recorrido privado por las entrañas de este gigante de hormigón de 196 metros de altura (65 pisos). La visita técnica que incluye la sala de máquinas se realiza en grupos de hasta 25 personas. En las noches de los viernes y sábados hay un espectáculo de luces y sonido.

La visita convencional incluye el documental que muestra la historia desde la creación de la presa hace 48 años y su impacto en el entorno, así como la vista panorámica de las instalaciones desde la parte más alta.



Un recorrido por la historia

Las Misiones Jesuíticas Guaraníes son el mayor atractivo cultural de Paraguay, aunque por carretera el trayecto se alarga hasta tres horas y media desde Ciudad del Este. Los organizadores de incentivos para grupos procedentes de Asunción suelen recurrir a vuelos chárter con destino a Encarnación.

El **Hotel Restaurante Papillón** es el único que se ofrece para grupos de este perfil. Desde 1982 recibe eventos en sus 10.000 m² de jardines. Cuenta con 40 habitaciones y salón con capacidad para 250 personas.

A 30 minutos del hotel se encuentran los vestigios más visitados. La **Misión de la Santísima Trinidad** es Patrimonio de la Humanidad desde 1993. Fundada en 1706 con 608 familias, llegó a tener casi 4.500 habitantes. El proyecto de ciudad llegó a completarse tras 61 años de funcionamiento. Actualmente, miembros de la comunidad guaraní participan en la visita explicando la historia del lugar o de cultivos ancestrales como el de la hierba mate, que llegó a ser conocido en la época de las misiones como el "oro verde". Es una planta considerada medicinal por los guaraníes que se consume desde hace siglos. De miércoles a domingo tiene lugar un espectáculo nocturno de luz y sonido.

A 12 kilómetros se encuentra la Misión de Jesús de Tavarangüe, también Patrimonio de la Humanidad y sobre la que se proyecta un recorrido por la historia en *videomapping* durante las noches de miércoles a domingo.

Información práctica



Moneda
Guaraní (PYG)



Huso horario
GMT-3



Tipo de enchufe
Clavija tipo C
Voltaje común 220 V



Aeropuerto internacional
Aeropuerto Silvio Pettirossi de Asunción (ASU)



Más información
SECRETARÍA NACIONAL DE TURISMO DE PARAGUAY (SENATUR)
Víctor Chamorro
Director de Turismo de Reuniones
jchamorro@senatur.gov.py
Tel: +595 21 441530 Int. 145
www.senatur.gov.py

El área de las misiones es claro reflejo de la diversidad étnica de un país que ofrece mejores temperaturas de mayo a julio. Receptivos como **Connect World** apuestan por ofrecer el mejor de los recibimientos a quien busque sumergirse en este pequeño país con grandes aspiraciones.



Misión Jesuítica Santísima Trinidad

Volar en Modo Canario

es disfrutar de un excelente servicio con la mayor comodidad.

VUELOS DIRECTOS A
✈️ **CANARIAS**

desde 15 aeropuertos de La Península y Baleares



Activa el #ModoCanario



APERITIVO GOURMET INCLUIDO



MAYOR ESPACIO ENTRE ASIENTOS



BOLSO Y EQUIPAJE DE MANO



CONEXIÓN A CUALQUIER ISLA SIN COSTE

La Palma · La Gomera · Tenerife · El Hierro · Gran Canaria · Fuerteventura · Lanzarote · La Graciosa

TEAM BUILDING

Por **Cristina Cunchillos**

Cada vez más, los programas de motivación intentan dejar un legado positivo en la comunidad y fomentar valores de sostenibilidad entre los participantes, al mismo tiempo que buscan formas innovadoras de sorprender y estimular a los equipos.

Factor sorpresa



La agencia española **Believe by RM** propone Team Maxx, una experiencia que busca estimular a los equipos sin que se den cuenta de que se trata de un *team building*. Con la ayuda de un *coach* empresarial, diseñan un guión personalizado para el programa de formación, reuniones, eventos o actividades previsto, según los objetivos del cliente. Se incorporan elementos sorpresa que serán grabados por cámaras profesionales.

El *coach* se infiltra en el grupo para supervisar el desarrollo del programa y observar la reacción e interacción de los participantes cuando, de repente, se ven expuestos a una situación inesperada. Tal vez, al llegar al hotel donde celebran su reunión, descubren que no es el sitio correcto, en su cena los camareros se pelean o actúan de forma indebida o un vagabundo se introduce en su reunión. El uso de actores profesionales, e incluso de efectos especiales, confiere el realismo necesario para una total inmersión en contextos más o menos extremos. Cuando finalmente se revela la trama, el entrenador extrae conclusiones sobre lo vivido para que todos reflexionen y se beneficien de la experiencia.

Gincana de ODS



La agencia española **Gaia Más Eventos** propone una gincana que beneficia a los grupos por partida doble: ayudándoles a desarrollar habilidades de orientación y supervivencia, al mismo tiempo que se les concientiza sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Para empezar, los participantes reciben formación sobre el uso de mapas y brújula para orientarse en medio de un entorno natural. En equipos y supervisados por especialistas de la montaña, aplican lo aprendido para completar la gincana, localizando los diferentes puntos clave del recorrido.

En cada uno de ellos tienen que superar un reto relacionado con los ODS, como montar un filtro de agua con los materiales que se les proporciona, construir una torre de madera lo más alta posible o diseñar un pequeño plan para mitigar el impacto medioambiental de su empresa.

Surf solidario



Las soleadas playas californianas son la meca de los amantes del surf. Para conseguir que cualquiera pueda disfrutar de esta actividad, incluyendo las comunidades más necesitadas, el DMC estadounidense **Insider Experience** busca la colaboración de las empresas con su programa Surfboard Art. Los equipos se encargarán de decorar las tablas siguiendo el diseño creado por un artista que puede acompañarles e instruirles en la técnica del decorado. También pueden decidir y crear entre todos su propio diseño y colaborar para conseguir el acabado perfecto.

Una vez listas, las tablas de surf se donan a programas de deporte solidario que ofrecen el surf como terapia, por ejemplo para ayudar a mujeres que han sufrido algún trauma o niños que han sido víctimas de abusos. También se proponen para la recuperación física y mental de miembros de las fuerzas armadas y otros servicios públicos que han resultado heridos en sus funciones, o como una forma de educar y fomentar valores positivos entre la gente joven.



EL PARAÍSO EN LA TIERRA

Situada en el corazón del océano Índico, la isla de Mauricio es una joya tropical conocida por sus playas de arena blanca, sus aguas color turquesa, su clima cálido durante todo el año, su mezcla de culturas y la calidez de sus gentes. Todo ello, junto con la variedad de actividades que se pueden practicar, lo convierten en el destino perfecto para viajes de incentivo.

Por Rocío Agenjo Casas

Hay destinos en los que motivar y recompensar a los equipos resulta sencillo. La isla africana de Mauricio es uno de ellos. El considerado por muchos como una muestra del paraíso en la tierra cuenta con 67 kilómetros de largo y 45 de ancho y se encuentra a 2.000 kilómetros al este de la costa sudafricana, formando parte del archipiélago de las Mascareñas –junto con las islas de Reunión, Rodrigues, Agalega y el banco de Cargados Carajos–. Su localización estratégica en el océano Índico ha hecho de este territorio un punto de encuentro tanto de culturas y como de intereses comerciales a lo largo de la historia.

Isla Mauricio fue descubierta por navegantes portugueses en el siglo XVI, aunque no fue colonizada hasta el siglo XVII, cuando los holandeses la reclamaron como colonia suya. Sin embargo, fueron los franceses quienes iniciaron el desarrollo del territorio, estableciendo plantaciones de caña de azúcar con mano de obra esclava procedente de la India. También fue el comienzo de la deforestación. Durante las Guerras Napoleónicas de 1810, los británicos tomaron el control y la isla estuvo bajo su dominio hasta su independencia en el año 1968.



El país se presenta desde entonces como una nación multicultural en la que conviven varias etnias. Dan lugar a una cotidianeidad en la que se perciben fácilmente las influencias africanas, indias, chinas y europeas, reflejadas de manera tangible en su patrimonio, tradiciones, gastronomía y festivales.

Destino turístico de primer nivel

Desde hace décadas, Isla Mauricio se ha consolidado como un destino turístico de primer nivel. El Aeropuerto Internacional Sir Seewoosagur Ramgoolam, que homenajea al líder de la independencia, se sitúa en Plaine Magnien, a 48 kilómetros al sureste de la capital del país, Port Louis. Desde España y Latinoamérica es imperativo realizar escala, siendo los de Oriente Medio los *hubs* mejor posicionados en cuanto a conexiones con el destino.

La infraestructura se concentra en dos áreas: la zona suroeste de la isla, con la imponente montaña Le Morne como telón de fondo; y el norte, en la Grand Baie.

Le Morne

El principal icono de todo el país es Le Morne, montaña declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2008. Alcanza los 556 metros de altura sobre la península del mismo nombre. Es un símbolo de la resistencia de los esclavos, que se refugiaron en sus laderas durante el siglo XIX.

Para los amantes del senderismo, la subida –en torno a cuatro horas– es una experiencia durante la que observar la flora y fauna autóctonas rodeados de impresionantes vistas del océano Índico y la costa.

A sus pies se encuentra **Dinarobin Beachcomber Golf Resort & Spa**, perteneciente a la cadena hotelera local Beachcomber Resorts & Hotels, que cuenta con otros siete establecimientos en el destino. Este hotel de cinco estrellas gran lujo cuenta con 172 habitaciones y tres villas. Comparte instalaciones con el complejo vecino **Paradis Beachcomber Golf Resort & Spa**, de cinco estrellas lujo y con 282 habitaciones y 13 villas.

Los huéspedes pueden degustar diferentes cocinas en los cuatro restaurantes de cada complejo, así como practicar el *swing* en el campo de golf de 18 hoyos o jugar al tenis en las seis pistas. En la sala de conferencias de Paradis, de uso compartido, se organizan banquetes de hasta 64 invitados. El Dinarobin ofrece otra sala para banquetes de hasta 40.

Las propuestas para grupos de incentivo se completan con actividades relacionadas con el mar y la navegación, talleres de cocina y tratamientos en el *spa*.

En la otra parte de la península, la cadena española RIU Hotels & Resorts abrió a mediados de 2024 dos nuevos complejos en la isla, recuperando su presencia en la misma.

El hotel **Riu Turquoise**, de cuatro estrellas, tiene 390 habitaciones, tres piscinas con solárium y un *swim up bar*, solo para adultos. Su restaurante principal, La Galette, incluye estaciones de cocina en vivo, mientras que en el restaurante



Mi Isla Mauricio

Ana Reino 

Directora comercial para España y Portugal de Mauritours

¿Por qué ir a Isla Mauricio?

Porque es un país que sorprende en todos los sentidos y cuenta con múltiples atractivos: diversidad cultural, gastronomía, patrimonio, naturaleza...

Mi lugar favorito

Es muy difícil elegir solo uno, aunque la Tierra de los Siete Colores de Chamarel es un espacio natural increíble, que surge de una exclusiva formación geológica.

Mi actividad favorita

Hay una actividad que es única en la isla: la ruta del té, un recorrido por las plantaciones de este arbusto oriental.

Los grupos no se pueden ir de Isla Mauricio sin

- Hacer una actividad de *team building* que consista en una búsqueda del tesoro, entrando en contacto con los locales y descubriendo lugares diferentes.
- Dar un paseo en catamarán hasta la Isla de los Ciervos, donde pueden almorzar y practicar *snorkel*.
- Visitar Port Louis y su mercado, la mezquita Al-Aqsa y el Jardín Botánico de Pamplemousse.

indio Bangalore pueden degustarse bocados exóticos a la carta.

Por su parte, el **Riu Palace Mauritius**, solo para adultos y de categoría cuatro estrellas superior, cuenta con 310 habitaciones, tres piscinas, el restaurante de comida fusión Krystall y Pepe's Food, de estilo *grill*, entre otros. Los huéspedes pueden hacer uso del Renova Spa que se encuentra en el Riu Turquoise. Ambos comparten el bar salón "Sega" –como la música tradicional mauriciana– con terraza y escenario.

salvajes de hasta 3,50 metros de largo y 300 kilos de peso en su entorno natural. La agencia **Dolswim** organiza esta actividad todos los días.

Además, la salida –de media jornada– también lleva a recorrer la costa y admirar desde el océano lugares como Crystal Rock, emblema mineral y lugar más "instagramable" de la isla. Se puede completar la salida practicando *snorkel* a su alrededor. Es el punto perfecto para captar imágenes con Le Morne de fondo.



Isla Benitiers

La compañía los describe como sus dos establecimientos más eficientes a nivel energético, ya que cuentan con 2.500 placas fotovoltaicas en los tejados. Esto los acerca a la autosuficiencia en cuanto a producción de energía.

Las actividades acuáticas forman parte de los programas ofrecidos. Una de las más recomendables es la salida en barco desde la costa de Río Negro para nadar con delfines

Los participantes en un programa de incentivo también pueden llegar hasta aquí pilotando un *seakart*, una especie de moto de agua con cuatro asientos que alcanza los 80 kilómetros por hora.

En la isla deshabitada de Benitiers, a solo 500 metros de la costa del pueblo de La Gaulette, es posible disfrutar de un baño tranquilo y degustar la auténtica gastronomía criolla.

Se puede llegar a ella en varios tipos de embarcación. En el caso de los catamaranes, tienen una capacidad para 18 personas.

Quienes cuenten con presupuestos más elevados, el paseo en helicóptero sobre la península de Le Morne y sus alrededores permite divisar la famosa "cascada submarina". En realidad se trata de una confluencia de corrientes que únicamente se percibe desde las alturas y que genera la impresión de que el agua marina lucha por llegar al centro de la tierra. Esta experiencia se puede programar para grupos de cuatro personas por helicóptero.

Chamarel

En el área suroeste de Mauricio, entre montañas, se encuentran Chamarel y el espacio protegido más grande del país: el **Parque Nacional de Black River Gorges**. Alberga más de 300 especies de plantas y ocho aves endémicas. El Pinton de la Petite Rivière Noire es la montaña más alta de la isla, con 828 metros de altura. Subir a la cima es otra de las propuestas de senderismo en Isla Mauricio.

En la Reserva del Bosque de Ébano de Chamarel es posible aprender sobre geología y la historia y vida del árbol

El parque también alberga dos de los lugares más visitados de todo el destino: las Cascadas Alexandra –dos grandes saltos de agua de 100 metros–; y la Tierra de los Siete Colores de Chamarel –paisaje formado por dunas de arena de diferentes colores–.

Una actividad muy recomendable para grupos en el Parque Nacional de Black River Gorges es la visita a la **Reserva del Bosque de Ébano de Chamarel**, que trata de sensibilizar al ser humano sobre su impacto en la naturaleza y traslada al paisaje original de la isla. En él es posible aprender sobre geología, historia y el crecimiento del ébano, así como pasear por pasarelas ubicadas sobre las copas de los árboles con increíbles vistas.

En la misma zona, otro de los lugares más visitados es **Grand Bassin**, el mayor santuario hindú de la isla, que recibe a sus visitantes con dos estatuas gigantes (33 metros de altura) de Shiva y Durga. Se trata de un lago sagrado en el cráter de un antiguo volcán, cuya existencia remite al sueño de un líder espiritual que le llevó a crear en 1887 un lugar de culto con agua del río Ganges. Durante febrero o marzo –dependiendo del calendario hindú– tienen lugar las peregrinaciones que atraen a más de 300.000 devotos en la Semana de Shiva.

En Chamarel también se encuentra la **Rhumerie Chamarel**, una de las fábricas de ron más famosas de Mauricio y entre

las únicas en todo el mundo en transformar exclusivamente su propia caña de azúcar. En ella, grupos de hasta 100 personas pueden degustar sus licores y algunas especialidades locales.

Río Tamarin

En el suroeste de Mauricio, el río Tamarin fluye desde el lago Mare aux Vacoas –el más grande del país–, cambiando de nivel en las cascadas de Tamarin hasta desembocar en el océano Índico, muy cerca de la ciudad del mismo nombre.

A lo largo de sus doce kilómetros se realizan actividades como *kayak* río arriba. Remar por las tranquilas aguas de algunos tramos permite observar la flora y fauna locales –patos, pájaros de pico largo, monos...–. El recorrido tiene una duración máxima de dos horas y se ofrece para grupos de

Datos de interés



Moneda
Rupia mauriciana (MUR)

Huso horario
GMT +4



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

Aeropuerto más cercano
Aeropuerto Internacional Sir Seewoosagur Ramgoolam (MRU)



Más información
MAURITIUS TOURISM
PROMOTION AUTHORITY (MTPA)
Mar Sánchez Villalta 
Rep. para España y Portugal
+34 639 211 763
mar@sbctourism.com
www.mymauritius.travel

hasta diez participantes, en embarcaciones para dos personas, con acompañamiento de un monitor.

Hacia el sur

Hacia el sur de la isla, en el pueblo costero de Bel Ombre, el grupo mauriciano Rogers Hospitality cuenta con dos establecimientos de cinco estrellas. **Heritage Le Telfair Golf & Wellness Resort** hace honor al aclamado botánico norirlandés Charles Telfair, que vivió en la zona a principios del siglo XIX. Cuenta con 158 habitaciones y *suites* de diferentes ca-

piscina climatizada, de uso exclusivo para estos huéspedes. Asimismo, cuenta con la sala de conferencias Chantoiseau, donde caben entre 25 y 70 personas según la configuración. Para programas de recompensa, el hotel propone múltiples actividades deportivas en tierra y mar, incluyendo rutas de senderismo y paseos en vehículos 4x4 por los espacios naturales del complejo turístico de Bel Ombre.

Muy cerca se encuentra el **Heritage Awali Golf & Spa Resort**, con 161 habitaciones y *suites* en régimen todo incluido,



Heritage Le Telfair Golf & Wellness Resort y Heritage Awali Golf & Spa Resort

tegorías, ocho espacios gastronómicos, un *spa* y el Heritage Golf Club, elegido en ocho ocasiones como mejor campo de golf del océano Índico, con 45 hoyos. Es sede de torneos nacionales e internacionales.

Desde el 1 de noviembre de 2024 cuenta con un ala solo para adultos compuesta por 39 *suites* –con vistas al mar o al paseo marítimo– dispuestas en forma de U alrededor de una

en un ambiente donde prima la decoración con influencias africanas. Nueve puntos de restauración proponen a los comensales un viaje culinario por el planeta, degustando especialidades locales, tendencias internacionales y sabores procedentes de Oriente.

Comparte el campo de golf de 45 hoyos con el **Heritage Le Telfair Golf & Wellness Resort** y desde el propio hotel se

MADRID, DONDE LAS REUNIONES COBRAN VIDA



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

RECUERDOS IMBORRABLES

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

EMOCIONES A CADA PASO

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

ofrece la oportunidad de practicar deportes de todo tipo, especialmente acuáticos –kayak, *paddle surf*, *snorkel*...–; safaris a pie para descubrir la flora y fauna autóctonas de la zona; relajarse en el *spa* y degustar el coco de múltiples formas en la caseta Coco Shack, que se encuentra situada a pie de playa.

También dispone de una sala de conferencias de 96 m² con porche donde se organizan frecuentemente cócteles con hasta 80 invitados.

con la montaña Rempart como protagonista del escenario natural que ejerce de fondo.

Port Louis

Continuando hacia el oeste se llega a Port Louis, la capital del país, conocida por la arquitectura colonial francesa que recuerda a su fundación en 1735. La ciudadela **Fort Adelaide** es un antiguo fuerte originario del año 1830 que se ofrece como *venue* para cenas de gala al aire libre con vistas 360° de la ciudad.



Port Louis

Hacia el norte

De camino al norte de la isla, una parada frecuente en los programas de incentivo es el zoo **Casela World of Adventures**, donde organizar paseos en *quad*, *segway* y sobre dromedarios para grupos de hasta 15 personas. Los participantes pueden manejar sus propios vehículos. Durante los recorridos, que simulan un safari, es posible tocar y dar de comer a jirafas, tortugas, camellos, avestruces o cebras,

En el centro, el teatro **Caudan Arts Centre** puede acoger cócteles de hasta 400 invitados, así como sesiones de música o espectáculos con 430 asistentes en su teatro principal.

Una visita que no deja indiferente a nadie es la del mercado local, perfecta para interactuar con la población, comprar artesanías, degustar frutas tropicales o aprender a diferenciar múltiples especias.

Muy cerca se encuentra **Le Caudan Waterfront**, una animada zona de restaurantes y tiendas donde adquirir recuerdos tradicionales y otros artículos típicos. Aquí se localiza el **Blue Penny Museum**, que invita a descubrir la historia y el patrimonio artístico de Mauricio.

También en el área de Port Louis, el **Domaine de Labourdonnais** es una bonita mansión colonial del siglo XIX situada en un lugar de producción de ron. Se pueden organizar visitas del edificio principal decorado con mobiliario original. También de la fábrica de ron, donde se organizan talleres y degustaciones de esta bebida. Cuenta con espacios interiores y exteriores para cenas de gala de hasta 600 comensales.

Domaine de Labourdonnais es una mansión colonial donde organizar visitas y degustaciones de ron

Grand Baie

En el norte se encuentra Grand Baie, que presume de tener el clima más agradable a lo largo de todo el año. En el extremo occidental de la localidad hay un punto muy atractivo para los visitantes: el **Templo de Tamil Surya Oudaya Sangam**, dedicado a Shiva. Una propuesta de alojamiento en la zona es el emblemático **Trou aux Biches Beachcomber Golf Resort & Spa**, de cinco estrellas lujo, con 306 habitaciones

y 27 villas, algunas de ellas con piscina privada a orillas del océano. Su playa se considera una de las mejores del país para bañarse y practicar *paddle board*, buceo, *snorkel* o esquí acuático. Es posible privatizar el restaurante indio Mahiya para una cena de gala de 70 personas que vistan el traje típico hindú.

Comparte con el **Canonnière Beachcomber Golf Resort & Spa**, de cuatro estrellas y 283 habitaciones, un campo de golf de 18 hoyos.

En Grand Baie también se encuentra el **Royal Palm Beachcomber Luxury**, de cinco estrellas gran lujo. Sus 69 *suites* brindan magníficas vistas

al océano. Cuenta con *spa*, gran club de *fitness* y pista de *squash*. Para grupos de hasta doce personas, el yate Royal Princess se ofrece para salidas con cóctel al atardecer.

Isla Mauricio se ofrece como un ejemplo terrenal del paraíso divino y una meca para incentivos en entornos paradisíacos. Altas y frondosas cimas conviven con aguas cristalinas y playas de arena blanca en un ambiente multicultural que apuesta por la hospitalidad declinada en una hotelería de calidad.

Una segunda vida

Tras su independencia en 1968, Isla Mauricio vivió en sus tierras un cambio trascendental: pasó de basar su economía en el monocultivo, principalmente de la caña de azúcar, a una economía industrial. Aunque esto aceleró el crecimiento económico, también impactó negativamente en la naturaleza, el medioambiente y la biodiversidad.

Para detener el deterioro y recuperar ese pasado glorioso, se han implementado múltiples medidas a lo largo de los años. Una de ellas, que sirve de ejemplo a nivel mundial, consiste en la diversificación de los derivados de la industria azucarera, dando una segunda vida a la caña de azúcar.

Ahora, basándose en la filosofía “cero basura”, se utiliza la caña en su totalidad. El residuo fibroso generado por la prensa durante el proceso de fabricación del azúcar –llamado bagazo– se quema para producir electricidad, sirviendo así como fuente de energía renovable. El país es pionero en el mundo en lo que respecta al desarrollo de esta práctica.

Además, el CO₂ generado durante su combustión también se aprovecha para producir gas carbónico, utilizado por las empresas de bebidas gaseosas.

CÓMO CUIDAR LOS RECURSOS HUMANOS

El recurso más valioso en cualquier empresa u organización es su personal. Un ambiente laboral basado en relaciones de trabajo positivas y en el que se fomenta de forma activa el desarrollo profesional de los trabajadores contribuirá a su felicidad y eficiencia y, a la larga, al éxito de la compañía.

Por **Cristina Cunchillos**

La industria MICE se basa en las relaciones humanas, en ese deseo inherente de encontrarse con otras personas, compartir ideas, escuchar otras opiniones y generar colaboraciones. Resulta por ello curioso que el mismo esfuerzo que se pone en facilitar esas conversaciones y encuentros con actores externos no siempre tenga un equivalente dentro de la propia empresa.

El éxito de cualquier compañía y el bienestar de su plantilla depende, en buena medida, de la calidad de las relaciones laborales entre sus miembros.

Muchas empresas invierten en programas de *team building* precisamente porque saben que un equipo bien avenido es más productivo. Pero en el día a día surgen inevitablemente diferencias y frustraciones con otros compañeros de trabajo, así como con superiores o subalternos, que pueden dificultar la colaboración.

Al igual que las relaciones personales, las profesionales son también complejas y pueden tener un impacto profundo en las personas. Una relación frustrante en el trabajo puede hacer que un empleado se sienta infravalorado, inútil y falto de toda

confianza en sí mismo, un estado mental que difícilmente le llevará a desarrollar sus capacidades. Por el contrario, una relación positiva puede hacer brillar a las personas, sacar lo mejor de ellas y contribuir a que la empresa prospere.

Mejorar las relaciones

De acuerdo con el Instituto Gottman, el 70% de los problemas y dificultades que afectan a cualquier relación, personal o profesional, nunca va a cambiar y es una pérdida de tiempo intentar solventarlo. Pero esto arroja un 30% que se puede mejorar.

Una buena relación profesional se ha de basar en el respeto y la confianza mutuos, así como la capacidad de escuchar a la otra parte y la voluntad de encontrar la manera de superar cualquier obstáculo.

Recordar la máxima "hablando se entiende la gente" es importante. Mantener una conversación abierta y honesta, o incluso hacerlo de forma regular, es la mejor forma de llegar a un mejor entendimiento. Por el contrario, si en lugar de hablar directamente con la persona se recurre a reflexiones a sus espaldas,

será muy difícil, por no decir imposible, que esa relación profesional mejore. Y probablemente empeore.

Aunque no siempre es fácil, sobre todo cuando se trata de la relación con un superior, si un profesional se siente frustrado debe perder el miedo a expresarlo, atreverse a dar el primer paso e iniciar esa conversación. Hay varias cuestiones clave que deberían formar parte de esa conversación:

- Definir lo mejor de sí mismo: no se trata de analizar las fortalezas, sino de que la persona que se siente frustrada comparta sus reflexiones sobre lo que verdaderamente necesita para sacar lo mejor de sí y brillar (qué tareas, qué condiciones de trabajo, qué ambiente...).

- Pensar en las relaciones laborales más positivas que se han tenido en el pasado, y las más frustrantes, y qué se puede aprender de ellas.

- Qué más queda por decir: es el momento de airear cualquier rencor que no se haya expresado previamente. Y también el de pedir perdón por los errores cometidos.

- Cómo se puede reparar la relación: intentar llegar a un compromiso por ambas partes.

Una mala relación no se transforma radicalmente de la noche a la mañana pero, compartiendo estas reflexiones, y siempre que haya voluntad por ambos lados, se pueden ir dando pasos hacia su mejora.

El valor del coaching

Una buena relación laboral es esencial para el desarrollo profesional de los trabajadores. A menudo se recurre a la se-



lección de un mentor o un *coach* para que asesore al nuevo representante que se acaba de incorporar a la empresa y le ayude a prosperar, creándose un vínculo más estrecho entre ambos. Sin embargo, es necesario distinguir entre las funciones de un mentor y un *coach*. El mentor tiene como función enseñar, compartir sus experiencias y aconsejar al trabajador sobre cómo hacer, o no hacer, las cosas. Es una forma más personalizada de complementar el programa de formación que ofrezca la empresa.

Un buen *coach*, por el contrario, ayuda al trabajador a encontrar respuestas y tomar decisiones por sí mismo, sin decirle lo que tiene que hacer o darle consejos. Aporta un valor diferente al dejar que sea cada persona quien resuelva sus propios retos, ejerciendo de guía en el camino.

Por eso lo más importante en el *coaching* es hacer muchas preguntas y, sobre todo, escuchar, sin hacer interrupciones. Un buen *coach* ha de demostrar una curiosidad genuina. Incitará al trabajador a que exprese qué es lo que le preocupa y seguirá estimulándole para que profundice en sus frustraciones. El objetivo es que llegue por sí mismo a identificar cuál es el verdadero problema que está afectando a su desarrollo profesional. Puede ser que no sea el mismo pensado en el inicio.

No se trata de contratar a un especialista en *coaching*, aunque también sea una opción que buscan algunas empresas. Cualquier compañero, gerente o directivo a cargo de esa persona puede (y tal vez debería) ejercer esas funciones para ayudar al desarrollo profesional del trabajador y contribuir a su bienestar.

Feedback: el momento de la verdad

En cualquier relación laboral siempre habrá conversaciones difíciles, sobre todo cuando se analizan los resultados de un



trabajo o la evolución del trabajador. El *feedback* o retroalimentación es algo necesario, pero no siempre agradable. Comentarios que son constantemente negativos y desalentadores (incluso cuando contengan algo de verdad) pueden crear resentimiento y dañar la relación laboral. Para la persona responsable de dar el *feedback*, también puede resultar estresante.

El *feedback* debe ser constructivo con el objetivo de ayudar al desarrollo del empleado. Para ello se recomienda elegir un momento y lugar relajado y sin distracciones, ser específico y claro sobre los objetivos, escuchar las respuestas y ofrecer soluciones. Adoptar técnicas del *coaching* para que el trabajador extraiga sus propias conclusiones contribuye a lograr mejores resultados. La persona que recibe el *feedback*, por su parte, no ha de tomarlo como algo personal y debe asimismo escuchar y hacer preguntas para entender mejor lo que se hizo bien y lo que se puede mejorar.

Michael Bungay Stanier, autor de libros sobre desarrollo profesional como "El hábito del *coaching*" y "Cómo trabajar con (casi) todo el mundo" recomienda prepararse bien antes de dar un *feedback*. Sugiere hacer de antemano un listado de los cuatro

elementos de la llamada "comunicación no-violenta": los hechos, los propios sentimientos, la opinión o juicio de valor (sobre el trabajador o la situación en sí), y las necesidades (qué es lo que quiere del trabajador). Esto evita por ejemplo mezclar su opinión con los hechos y el *feedback* será más objetivo.

Según un estudio de la consultora Gallup, el 80% de los trabajadores que reciben regularmente un *feedback* afirma sentirse más comprometido con su empresa. Y están también 3,6 veces más motivados para hacer un buen trabajo que aquellos que no lo reciben o lo reciben muy esporádicamente.

En la actualidad, uno de los grandes retos a los que se enfrenta la industria MICE es la búsqueda y retención de talento. La oferta de incentivos financieros o condiciones flexibles de trabajo claramente ayuda, pero no se debe subestimar la importancia de satisfacer las necesidades más humanas.

Se trata de trabajar en un ambiente en el que prevalezcan la confianza y respeto mutuos, en el que se puedan mantener conversaciones abiertas sin temor a las consecuencias y en el que la plantilla se sienta valorada y apoyada. Un trabajador feliz será siempre más leal, y más productivo.

El 80% de los trabajadores afirma sentirse más comprometido si recibe *feedback* de manera regular



Michael Bungay Stanier

Escritor y fundador de Box of Crayons (Canadá)

"Las interacciones remotas son menos humanas, hay que buscar deliberadamente formas de mantener una buena relación"

¿Cree que el teletrabajo dificulta las relaciones laborales con otros miembros del equipo y, de ser así, cómo se puede evitar o qué se puede hacer para mejorarlas?

Por un lado, las facilita y por otro las hace más difíciles. La ventaja del teletrabajo es que las interacciones tienen un propósito claro. Se hace una videollamada para hablar de trabajo. Al haber más interacciones programadas deliberadamente, en teoría hay más momentos en los que se puede desarrollar la relación. Esto es algo bueno, pero por otro lado se ve superado por la pérdida de esas conversaciones informales que se dan en la oficina, donde se puede conectar a un nivel más humano. Las interacciones remotas son menos humanas. Hay que ser más conscientes y buscar deliberadamente formas de mantener una buena relación.

¿Qué puede hacer cualquier trabajador para mejorar las relaciones con sus compañeros?

Lo primero, pensar cuáles son las relaciones que tienen un mayor impacto en su éxito profesional y su bienestar, y decidir de forma consciente centrarse en ellas para mejorarlas. Mi segundo consejo es simplemente recordar que la otra persona es también un ser humano y buscar esa conexión humana en cualquier interacción. Por último, recomendaría tener una conversación sobre cómo trabajar juntos incluso antes de empezar a hacerlo o hacer una pausa para esta reflexión: cómo pueden aprovechar sus fortalezas y evitar sus debilidades, y cómo saldrán adelante cuando las cosas vayan mal, algo inevitable en cualquier relación.

¿Cree que se le da la suficiente importancia al coaching en las empresas? ¿Qué errores se suelen cometer?

El mayor error es tratar el *coaching* como un añadido al trabajo de directivos o gerentes, lo que hace que lo vean como una carga. En lugar de pensar en sesiones formales de *coaching*, han de pensar en cómo pueden ejercer ellos mismos de *coach* en cada interacción con los empleados. Es decir, aprender a mostrarse curiosos durante más tiempo y no apresurarse a actuar y dar consejos. Muchas personas son "maniacos de los consejos" y buscan cualquier oportunidad para ofrecer sus ideas. Sugiero que se calmen, que no asuman que sus consejos van a añadir valor y, en su lugar, piensen en más preguntas que puedan hacer.

ESPACIOS SINGULARES DONDE OCIO, ARTE Y GASTRONOMÍA SE ENCUENTRAN

Derby Hotels Collection, un grupo hotelero destacado por su excelencia, arte y gastronomía, ofrece espacios únicos para eventos en Barcelona, Madrid, Londres y París.

En Barcelona, el **Clarís Hotel & Spa 5* GL**, un antiguo palacio del siglo XIX, cuenta con seis salones decorados con luz natural. Destacan el Garden, climatizado todo el año, y la sala Museo, con una colección de arte maya precolombino. El hotel **Granados 83 4* Superior** ofrece espacios versátiles, tanto cerrados como al aire libre, ideales para cualquier evento. Su salón Granados 83, de 70m², tiene capacidad para 50 personas, mientras que el Restaurante 3 se adapta grupos de hasta 80, con un patio anexo y terraza con piscina privatizable. En la Ciudad Condal, Derby Hotels Collection también cuenta con el hotel **Balmes 4***, un oasis en l'Eixample, con una colección de arte africano. La sala Dogon, de 50m², acoge hasta 50 personas, y la Sala Garden, de 37m², se organizan reuniones para 40, con luz natural y vistas al jardín.

En Madrid, en el hotel **Urban 5* GL**, la Terraza ofrece vistas panorámicas 360° y está decorada con arte de Papúa Nueva Guinea. El Cielo del Urban, en la última planta, es ideal para eventos en otoño e invierno, mientras que la Cava Oculta es un espacio misterioso para reuniones menos convencionales. El restaurante CEBO, con estrella Michelin, ofrece un ambiente minimalista y acogedor. El Urban tiene seis salones modulables con capacidad hasta 300 personas, todos equipados con la mejor tecnología.

El hotel **Villa Real 5***, de estilo clásico, cuenta con terraza con piscina y vistas al parque de El Retiro. Tiene cinco salones panelables, de 25 a 228 m², con capacidad para 220 asistentes, decorados con mosaicos romanos y vasos apulios de la Magna Grecia.

Con una ubicación estratégica para organizar cualquier presentación o evento en zonas emblemáticas de Barcelona, Madrid, Londres y París, el grupo Derby Hotels Collection ofrece espacios que no dejan de sorprender a todos aquellos que lo visitan con el objetivo de aportar carácter a cualquier celebración, dotándole de un toque vanguardista y diferente, a la vez que consigue la personalización de cada encuentro.



Más información: groups@derbyhotels.com



CHARLANDO CON

JAÍME BENNETT

Por **Cristina Cunchillos**

A LA DIRECTORA GENERAL PARA EUROPA, ORIENTE MEDIO Y ÁFRICA DE PCMA, LE APASIONÓ DESDE NIÑA LA IDEA DE GENERAR CONEXIONES ENTRE LAS PERSONAS. EN SU OPINIÓN, LA CONFIANZA ES LA BASE DE CUALQUIER RELACIÓN Y DE LA PROPIA INDUSTRIA MICE.

Empecé en este sector... de forma accidental. En realidad, yo quería ser abogada y especializarme en Derecho de Familia, pero enseguida me di cuenta de que la universidad no era para mí. Afortunadamente, desde muy joven había visto trabajar a mi tío, que era director en un grupo hotelero en el que se organizaban muchas convenciones, y me pareció algo muy interesante. Por eso, cuando decidí que no iba a estudiar Derecho, conseguí un puesto en una organización dedicada a los eventos. Quería conectar a la gente y me enganchó. Después trabajé para una agencia de eventos, una OPC y un grupo editorial que organiza ferias de bodas. Finalmente volví a la universidad, pero esta vez para conseguir el título de Gestión de Eventos.

El mayor obstáculo o reto en mi carrera he sido yo misma. Soy muy ambiciosa y nunca estoy satisfecha. Cuando empecé en el sector quería saberlo todo: sobre alojamiento, logística, asociaciones... Por eso empecé a adentrarme en diferentes áreas dentro de la industria para tener una experiencia completa. Quería servir a mis clientes y socios de la mejor forma posible y la única forma de hacerlo era tener una visión y entendimiento 360°.

La clave del éxito es, en primer lugar, la confianza, tanto en ti mismo como en los demás. Creo que es extremadamente importante. También la reputación profesional, ya sea a nivel personal o de tu organización. **Es algo que lleva mucho tiempo conseguir y que se puede perder muy fácilmente.** Y, por último, la gente, las interacciones personales. No debemos olvidar que nuestro negocio se basa en las personas, hay que intentar entender a los demás para poder conectar con ellos a otro nivel, y para ello **la autenticidad es muy importante.**

El evento ideal es aquel que genera un ambiente en el que los participantes se sientan seguros y cómodos, y que incite la colaboración.

Uno de mis mejores recuerdos es la celebración de Convening EMEA en Lausana en octubre de 2021. Fue el primer encuentro profesional tras la pandemia, o al menos en un breve intermedio antes de que nos volviésemos a confinar (en el Reino Unido). También fue la primera edición en la que introdujimos este nuevo nombre, que sustituyó al anterior (European Influencers Summit). Cuando Sharrif (Karamat), nuestro CEO, habló en el cierre del congreso para darnos las gracias al equipo, recibimos una gran ovación con todo el mundo de pie. Fue



un momento mágico, el volver a estar todos juntos, reestableciendo conexiones en un entorno idílico.

Mi consejo para alguien que empieza en el sector es hacer todas las preguntas que pueda y **explorar por sí mismo. En esta industria no existe un manual que enseñe qué hacer,** se aprende sobre todo a través de la experiencia, saliendo y conectando con gente de diferentes culturas y áreas. También es importante ser valiente y atrevido, e intentar pensar desde la perspectiva de otros. Por ejemplo, si eres un comprador, ponerse en el lugar del proveedor, o viceversa.

Y mi recomendación para los proveedores es que se esfuercen por conocer a otros delegados, averiguar cuál es su papel dentro del sector, compartir sus conocimientos, intercambiar intereses y, en definitiva, desarrollar nuevas relaciones. Nuestra industria se basa en la confianza, y si construyes relaciones de confianza con los clientes primero, esto te ayudará a posicionar mejor la oferta de tu entidad de cara a ellos, conociendo sus necesidades.

A los compradores les aconsejaría **que sean abiertos sobre su modo de operar y que exploren diferentes destinos y proveedores.** También que compartan sus retos y sus quejas con los proveedores, ya que estos quieren evolucionar y entender mejor sus necesidades no solo para ofrecerles valor sino para poder adaptar su oferta y servirles mejor en el futuro.

Lo que más admiro en esta industria es la confianza, porque creo que es la base de todo. Es la mejor industria del mundo: nos lleva por todo el planeta a conocer a nuevas personas de todo tipo, con diferentes formas de pensar y de actuar, y verdaderamente creo que es capaz de transformar destinos y extender la economía del conocimiento más allá de las fronteras.

Creo que el futuro es muy positivo. El mundo nunca ha sido tan complejo como es ahora, pero creo que, si seguimos abordando el negocio MICE de forma humana, conectando cara a cara (después de todo, el mundo no existiría si no hay conexiones humanas), tendremos un futuro muy brillante basado en la tecnología, las personas y la forma de pensar de las nuevas generaciones. Solo **espero que conservemos ese aspecto humano tanto como sea posible** y utilicemos la tecnología para generar espacios más creativos para las conexiones interpersonales.

El tablón de

PUNTO MICE

Asistimos en el espacio SOLO de Madrid a la presentación de Experiencia, la nueva marca de MKTG Spain



Descubrimos las instalaciones de Puy du Fou tras una sesión de MICE & Forum



Celebramos con el Madrid Convention Bureau su 40 cumpleaños en una velada de homenaje a sus inicios

Participamos en Barcelona en el Convening EMEA de PCMA



Celebramos en Madrid el 35º aniversario de la caída del Muro de Berlín y descubrimos los atractivos para la industria MICE de la capital alemana con visitBerlin - Berlin Convention Office

Asistimos a la segunda edición de Global MICE Forum en Latinoamérica y disfrutamos de la Riviera Maya en el Fairmont Mayakoba



Viajamos al norte de España para visitar Santander y asistir al GWF Corporativo

En IBTM Americas compartimos buenos momentos con el sector y aprendimos sobre nuevas tendencias



Comprobamos la efervescencia que se vive en el sector en la concurrida edición de este año de IMEX America



Participamos en el Ibiza MICE Summit



Y PRESENTAMOS CONGRESOS EN LOS PREMIOS A LA INNOVACIÓN DE OPC MADRID



AGENDA INTERNACIONAL



NOVIEMBRE
17 **m&i VIP Costa Mujeres**
17 a 20 de noviembre
m&i Forums celebra una nueva edición que reúne a 70 proveedores de la industria MICE a nivel mundial con 80 compradores del continente americano.
Grand Palladium Costa Mujeres Resort & Spa, Cancún (México)

NOVIEMBRE
19 **IBTM World 2024**
19 a 21 de noviembre
Como novedad, se introduce el programa "Experiencias Excepcionales". El 18 de noviembre tendrá lugar el Foro de Promoción de IBTM, con el objetivo de fomentar el diálogo entre los profesionales de la industria y las instituciones públicas. El día 19 se celebrará el Foro de Líderes de Asociaciones. **Grupo PUNTO MICE es media partner de este evento.**

Fira de Barcelona (España)

NOVIEMBRE
20 **UFI Global Congress**
20 a 23 de noviembre
UFI, The Global Association of the Exhibition Industry, celebra la 91ª edición de su congreso anual en Alemania solo para miembros. El programa educativo contará con sesiones interactivas para que los asistentes puedan descubrir las mejores prácticas, tecnologías innovadoras y nuevas estrategias empresariales.

Koelnmesse, Colonia (Alemania)

NOVIEMBRE
20 **Event Tech Live**
20 y 21 de noviembre
Esta feria en la que participan profesionales de todo el mundo incluye una exposición con novedades en tecnología, software e innovaciones. **Grupo PUNTO MICE es media partner de este evento.**

ExCeL London, Londres

NOVIEMBRE
20 **Event Sustainability Live**
20 y 21 de noviembre
Durante dos días, se darán cita en esta exposición y conferencia profesionales del sector MICE, líderes de opinión y expertos en sostenibilidad a nivel mundial. Los asistentes conocerán las últimas tendencias, innovaciones y productos de empresas y locales que ofrecen soluciones ecológicas para crear eventos sostenibles. **Grupo PUNTO MICE es media partner de este evento.**

ExCeL London, Londres

NOVIEMBRE
21 **Operational Excellence Summit de AIPC**
21 y 22 de noviembre

Este foro de debate se centra en los problemas y oportunidades a los que se enfrentan los centros de convenciones en tiempos de cambio de requisitos, digitalización y sostenibilidad. Solo para miembros.

CCIB - Centro de Convenciones Internacional de Barcelona (España)

NOVIEMBRE
28 **Incentive Travel & MICE Summit**
28 de noviembre
ideMICE, la Asociación de Agencias de Viajes de Incentivo, organiza una jornada para hablar del futuro de los viajes de incentivo y la industria MICE en España.
Sede diario La Razón (Madrid)

DICIEMBRE
3 **MICE & Forum Nacional**
3 y 4 de diciembre
En este *workshop* se reúnen compradores, empresas y agencias españolas con proveedores de la industria MICE nacional. Se complementa con un programa de *networking* en la ciudad de Valladolid. **Grupo PUNTO MICE es media partner de este evento.**

Valladolid (España)

DICIEMBRE
13 **Cannes Break the Ice Forum**
13 a 15 de diciembre
Este foro en Cannes tiene como objetivo que los profesionales del sector MICE asistentes puedan establecer relaciones más estrechas de forma divertida e informal.
Canopy By Hilton Cannes (Francia)

ENERO
12 **PCMA Convening Leaders**
12 a 15 de enero
PCMA (Professional Convention Management Association) organiza de nuevo este encuentro de educación, investigación y *networking* solo para miembros, con el objetivo de mostrar cómo los eventos corporativos pueden generar legados económicos y sociales para las empresas y las comunidades locales.

Houston, Texas (EE.UU.)

ENERO
22 **FITUR**
22 a 26 de enero 2025
La Feria Internacional de Turismo de Madrid celebra su 45ª edición, contando con Brasil como país destacado. Se esperan 8.500 empresas expositoras.

IFEMA Madrid

ENERO
27 **micebook EXPO**
27 y 28 de enero 2025
micebook, *hub* digital de contenidos MICE, organiza su evento anual, diseñado para organizadores de eventos, con el objetivo de ofrecer inspiración y formación.

Convене Sanacroft, St. Pauls, Londres

ENERO
29 **Congreso Internacional de UNICEO 2025**
29 a 31 de enero

Bajo el lema "Elevate yourself – your teams – your events", UNICEO (United Networks of International Corporate Events Organizers) reúne a profesionales de *marketing*, comunicación y eventos para discutir sobre las últimas tendencias, estrategias y desafíos en estas áreas de actividad.

Abu Dabi

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

Delegación México:
mexico@puntomice.com

www.puntomice.com

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

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

DELEGADA COMERCIAL LATINOAMÉRICA: Lilia Cifuentes
lilia.cifuentes@grupopuntomice.com

ESTRATEGIA DIGITAL Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES:
Daony Tarazona

PRODUCCIÓN: José Carlos Suárez

CORRECCIÓN: Claudia Cabrero

ADMINISTRACIÓN: S&G Consultores
administracion@puntomice.com

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

HAN COLABORADO EN ESTE NÚMERO:
Cristina Cunchillos, Rocío Agenjo

SUSCRIPCIÓN
Trimestral: 8,50 euros / 9 dólares USD (IVA incluido)
Suscripción anual (4 números): 36 euros / 38 dólares
suscripciones@puntomice.com

IMPRESO EN ESPAÑA Gráficas Andalusi

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

DEPÓSITO LEGAL M-12379-2014

Somos media partner de



Ferias internacionales:



Zagreb

THE CAPITAL OF CROATIA

A SMART PLACE TO MEET



T +385 1 4898 555 / info@meetinzagreb.hr | www.infozagreb.hr | #MeetInZagreb

https://www.facebook.com/MeetInZagreb/ | https://www.linkedin.com/company/zagreb-convention-bureau/





**TODO GRAN CONGRESO TIENE UN
COMIENZO. PERO CUANDO SE RECUERDA
PARA SIEMPRE NUNCA ACABA.**

TODO. El Centro de Convenciones con sus 24 salas multifuncionales. Un total de 3.053 habitaciones, repartidas en seis hoteles dentro del resort y tres Ponient Hotels by PortAventura World. Las actividades de *team building*. Las aperturas en exclusiva de PortAventura Park o Ferrari Land. Las sorprendentes experiencias digitales o el enfoque sostenible. **TODO** está a tu disposición para que los congresos que decidas celebrar con PortAventura Business & Events **se conviertan en grandes recuerdos que nunca acaban...**

