

# PUNTO MICE

## La voz del sector

El papel de las compañías de seguros en la recuperación

## Destinos

Gran Canaria (España)  
Bilbao (España)

## Puro incentivo

Riviera Maya (México)

## Análisis

La evolución del hotel

## Día a día

Cómo garantizar la seguridad en el *catering*





CANCÚN

COZUMEL

LOS CABOS

PLAYA DEL CARMEN

PUERTO VALLARTA

PUNTA CANA

CITY COLLECTION

OPENING SOON

RIVIERA MAYA

PLANEA UN FUTURO  
MÁS BRILLANTE

hoy



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



PAULINA IBARRA, ESPECIALISTA DE VENTAS GRUPOS EUROPA

+34 650 546 017

PIBARRA@TYCPLUS.ES

FIESTAMERICANAGRAND.COM/MEETINGSMEXICO

Esta revista es una publicación de



GRUPO  
PUNTO MICE

EMPRESA EDITORA: GRUPO PUNTO MICE

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

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

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

www.puntomice.com  
redaccion@puntomice.com

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

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

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

DIRECCIÓN DE ARTE Y DISEÑO: Paula Braña

PRODUCCIÓN: José Carlos Suárez

CORRECCIÓN: Claudia Cabrero

ADMINISTRACIÓN: Eugenio Salazar  
administracion@puntomice.com

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

HA COLABORADO EN ESTE NÚMERO:  
Cristina Cunchillos

DESARROLLO WEB: Grupo PUNTO MICE

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

SUSCRIPCIÓN

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

IMPRESO EN ESPAÑA Gráficas Andalusi

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

DEPÓSITO LEGAL M-12379-2014

Somos medio asociado a



Y media partner de



Foto de portada: Gran Canaria



EDITORIAL



## Carta blanca para un nuevo MICE

La ansiada recuperación de los viajes y eventos presenciales se percibe. Nunca hubiese imaginado que íbamos a tardar tanto en llegar a esta conclusión. Pero por fin es un hecho: a nivel local se vuelven a organizar cosas. Al cierre de esta edición ya lo vivimos en primera persona en España, Chile y México, mientras se anuncian interesantes planes también en Colombia para las próximas semanas. Poco a poco el universo MICE está retomando uno de los factores que componen su esencia: la presencia.

Esto no solo es gracias a la vacunación, cuyo ritmo es paralelo al incremento de operaciones. También a la seguridad que transmiten los organizadores, ya sea o no avalados por las compañías de seguros que les respalden, tal y como nos cuentan en esta edición.

Los destinos cercanos para los viajeros se enfrentan a un gran e interesantísimo reto: hacerles ver que la experiencia en ellos puede ser igual o mejor que en un lugar remoto o desconocido. Hay carta blanca para la imaginación, la creatividad, la hospitalidad y la sostenibilidad ¿qué mejor manera de enfocar un proyecto MICE? Y más cuando a ello se añaden las ganas de reencontrarse con los colegas, de crear nuevos contactos, de comentar en persona tantas y tantas peripecias ligadas a lo digital... que no abandonaremos, al menos eso esperamos, ahora que ya hemos aprendido a dominarlo y sacarle partido.

La incertidumbre sigue entre nosotros, pero sin duda somos más fuertes que hace catorce meses. Nos atrevemos a afirmar que en estos últimos meses se ha gestado un nuevo MICE que está preparado para superar cualquier obstáculo. Empezamos la pandemia recordando que la esencia del MICE era comunicar, difundir, generar contactos, formar, compartir conocimiento, motivar... y en estos catorce meses hemos aprendido a no dejar de hacerlo aunque nos faltasen pilares que considerábamos esenciales para el equilibrio.

Por eso aquí seguimos y con pilares nuevos que nos dan una estabilidad más certera. Con ella podemos de nuevo atrevernos a sorprender y demostrar que con una industria MICE activa la recuperación también será más rápida.

Eva López Álvarez - Editora



## Plataforma para webinars personalizable

INICIO PRESENTACIÓN INSCRIPCIONES PROGRAMA PONENTES COMUNICACIONES AUDITORIO CONTACTO

NOMBRE DE TU EVENTO



TU WEBINAR

NOMBRE DE TU EVENTO



VOTACIONES PREGUNTAS DOCUMENTOS

- 100% personalizable
- Información de programa y ponentes
- Interacción
- Descarga de documentaciones
- Espacio para patrocinadores
- Gamificación

+34 961 299 626  
hola@onsitevents.com  
www.siteonsite.es

6 ACTUALIDAD  
Noticias del sector y entrevistas a proveedores de referencia

16 LA VOZ DEL SECTOR  
EL ROL DE LAS COMPAÑÍAS DE SEGUROS EN LA RECUPERACIÓN  
Proveedores y agentes de viajes explican cómo recuperar la confianza del cliente tras meses de miedo e incertidumbre

22 DESTINO: GRAN CANARIA (ESPAÑA)



El "reloj" de las Islas Canarias cuenta con atractivos en todas sus horas: playas y montañas conviven en una isla que más bien parece un pequeño continente

SUMARIO  
Nº 43

Edición Mayo / Junio 2021

14 LA VENTANA DE LAS ASOCIACIONES  
Las agrupaciones se asoman a "hablarle" al sector

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



40 DESTINO: BILBAO (ESPAÑA)

La ciudad vasca es un ejemplo de regeneración que ha pasado de ser una urbe industrial y gris a una ciudad muy atractiva para el MICE y llena de color



52 PURO INCENTIVO: RIVIERA MAYA (MÉXICO)

La proyección del paraíso en la tierra ofrece nuevas posibilidades para los grupos de incentivo que se añaden a sus grandes atractivos

34 ANÁLISIS



LA EVOLUCIÓN DEL HOTEL  
Nuevos conceptos hoteleros se desarrollan con las restricciones sanitarias mientras la tecnología reconvierte a los "clásicos"



62 DÍA A DÍA

Cómo garantizar la seguridad sanitaria a través del catering sin renunciar a las oportunidades de networking que genera

50 MOTIVACIÓN  
Propuestas de distintas agencias con un objetivo común

66 CON ESTILO

Con la evolución de las baterías externas no hay excusa para quedarse sin energía

68 EL TABLÓN DE PUNTO MICE

Lo que hemos hecho... y nos espera

70 AGENDA  
Próximos eventos del sector

## Emirates reanuda sus vuelos a México

Ofrecerá cuatro conexiones semanales a partir del 2 de julio vía Barcelona

Emirates anunció la reanudación de cuatro servicios semanales a Ciudad de México vía Barcelona a partir del 2 de julio de 2021. La ruta se operará con un Boeing 777-200LR de dos clases con 38 asientos en Business Class y 264 en Economy. El vuelo EK255 de Emirates saldrá de Dubái a las 03h25, llegará a Barcelona a las 08h35 antes de partir nuevamente a las 10h50 para aterrizar en Ciudad de México a las 16h05 del mismo día.



El vuelo de regreso EK256 despegará de México a las 19h40, llegando a Barcelona a las 13h45 del día siguiente.

Volverá a salir el mismo día a las 15h30 con destino a Dubái, donde aterrizará a las 00h15 del día siguiente.

La reanudación del servicio entre Dubái-Barcelona-México ofrecerá más opciones a los viajeros que se dirijan a Latinoamérica desde Europa, India, el Sudeste asiático y Oriente Medio vía Dubái o Barcelona. Emirates está retomando de forma gradual las operaciones en toda su red.

## Las aerolíneas de IAG apuestan por la sostenibilidad

Desde marzo se han reiniciado rutas entre Europa y Estados Unidos, incluyendo los vuelos diarios desde Barcelona a Miami y desde Madrid a Dallas

International Airlines Group (IAG) aprovechó el pasado Día de la Tierra para comprometerse a que sus compañías — Iberia, British Airways, Aer Lingus, Vueling y Level — operen el 10% de sus vuelos con combustibles sostenibles en el año 2030. Esto conlleva la adquisición de un millón de toneladas de carburantes ecológicos al año, con el objetivo de reducir las emisiones de carbono en dos millones de toneladas en los próximos nueve años. Según se afirma desde el grupo aéreo, "esto equivale a eliminar un millón de coches de las carreteras europeas cada año".



IAG se convertirá además en el primer grupo de compañías aéreas del mundo en extender su compromiso de evitar las emisiones CO2 a su cadena de proveedores. Con la vista puesta en 2050, colaborarán con sus socios comerciales en la consecución de este reto.

IAG está invirtiendo 400 millones de dólares americanos en el desarrollo de combustible de aviación sostenible en los próximos 20 años. Para ello está colaborando con desarrolladores de combustibles de aviación sostenibles, como LanzaJet y Velocys. Esto incluye la primera planta europea de reciclaje de residuos domésticos para su conversión en combustibles de aviación en Reino Unido, que comenzará a operar en 2025.

Iberia ha anunciado por su parte la reanudación del vuelo a Islas Maldivas. Además de añadir el nuevo destino en julio, la aerolínea avanza con la recuperación de su red hasta alcanzar un total de

112 destinos en Latinoamérica, Estados Unidos y Europa.

## American Airlines retoma las conexiones transatlánticas

Desde marzo se han reiniciado rutas entre Europa y Estados Unidos

American Airlines está reanudando sus vuelos directos desde España y otros países europeos a Estados Unidos, incluyendo el servicio diario desde Barcelona a Miami y desde Madrid al aeropuerto de Dallas Fort Worth. En total, son diez las rutas transatlánticas que ya se están operando.

La aerolínea lanzó además un nuevo servicio desde Londres Heathrow a Seattle tres veces por semana, que será incrementado a una frecuencia diaria en junio. También se están recuperando las rutas entre los hubs de la compañía en Estados Unidos y los aeropuertos europeos de Dublín, Fráncfurt, Londres Heathrow, Milán, París Charles de Gaulle y Roma.

La compañía está utilizando el pasaporte sanitario digital VeriFly. Los pasajeros pueden utilizar la app gratuita para verificar los resultados de pruebas de Covid-19 o declarar vacunas en viajes desde cualquier destino internacional Estados Unidos.



## Radisson amplía su presencia en España

Entre las nuevas aperturas previstas destacan las de los hoteles Mandarin Oriental Ritz Madrid y Six Senses Ibiza en España o el Bulgari de París



Radisson Hotel Group anunció sus planes de expansión en España, donde espera tener de 20 a 25 propiedades antes del fin de 2025. Esto supone una gran apuesta por el destino, teniendo en cuenta los seis hoteles con los que cuenta en la actualidad.

Tras la reciente reforma del Radisson Blu Madrid, la cadena tiene previsto introducir la marca Radisson Collection en la península con dos nuevas aperturas este año: el Radisson Collection Hotel Bilbao y el Radisson Collection Hotel Sevilla. En el 2022 está prevista la inauguración del Radisson RED Madrid.

### Pruebas rápidas para acceder a los eventos

El grupo hotelero también anunció recientemente el lanzamiento de un programa de pruebas rápidas de Covid-19 que se ofrecerán a los asistentes a eventos y reuniones en sus hoteles en la región de Europa, Oriente Medio y África (EMEA). De este modo, la cadena hotelera busca recuperar la confianza de los clientes y ofrecerles un espacio seguro para sus encuentros.

Inicialmente, el test de antígenos de flujo lateral se ofrecerá, en asociación con la empresa Hughes Healthcare, en propiedades seleccionadas en 23 países de la región, incluyendo Francia, Italia, Reino Unido y Alemania, aunque de momento no en España. Además, los huéspedes tendrán la opción de hacerse una prueba PCR en el hotel o un centro cercano a un precio negociado, gracias a un acuerdo con las empresas Synlab y Eurofins.

ENTREVISTA

## Louise Bang

Vicepresidenta Regional de Ventas y Distribución Caribe y Latinoamérica de Marriott International

"Notamos un incremento de los buy out"



### ¿Cómo se ha adaptado Marriott a la época post-pandemia?

Ante todo, con nuestro compromiso con la limpieza que se enfoca en protocolos reforzados en todos nuestros hoteles. Además, contamos con la tecnología para darle a los organizadores la posibilidad de elegir cómo interactuar con los asociados del hotel. Ofrecemos reuniones híbridas con opciones tecnológicas y audiovisuales que permiten personalizar las reuniones. También reinventamos los espacios para considerar el distanciamiento social según las directrices locales. Además, rediseñamos nuestra oferta de alimentos y bebidas añadiendo variedad e incluyendo un servicio empaquetado previamente. Finalmente, ajustamos nuestros procesos para ofrecer términos flexibles y contratos simplificados. También hemos renovado nuestras funciones e impulsado el uso de Mobile Check-In y Mobile Key.

### ¿Qué novedades ofrecen al segmento MICE más allá de las vinculadas al Covid-19?

Hemos reinventado los viajes de todo incluido con All-Inclusive by Marriott Bonvoy. Estamos llevando ocho de nuestras marcas icónicas junto con nuestro programa de viajes Marriott Bonvoy a esta línea de negocio, creando experiencias más cómodas y lujosas. Las propiedades All-Inclusive by Marriott combinan el evento soñado con los respectivos atractivos locales para crear experiencias personalizadas.

### ¿Cómo perciben la demanda relacionada con los grupos MICE?

Estamos confirmando más reservas de incentivo, en especial en nuestros hoteles en el Caribe y en México. Además, hemos visto un incremento en solicitudes para buy-outs para este año y 2022, reservas en las que el cliente solicita todo el hotel en exclusividad para su evento. También estamos registrando solicitudes de eventos híbridos en destinos del Caribe, México, Centroamérica y Suramérica.



## JW Marriott se estrenará en España

El primer hotel de la marca en el país abrirá sus puertas en Madrid en 2022

Marriott International anunció la firma de un acuerdo para introducir la marca JW Marriott en España con la inauguración de un nuevo hotel en Madrid, prevista en 2022. La cadena hotelera continúa asimismo su expansión en la región EMEA con la apertura de 15 nuevas propiedades a lo largo de este año.

El JW Marriott Madrid, situado en la céntrica Plaza de Canalejas, contará con 139 habitaciones, incluyendo dos plantas de suites con terrazas exteriores. El diseño estará inspirado en los principios del *mindfulness*, utilizando elementos naturales, diferentes texturas y espacios táctiles para ofrecer una sensación de equilibrio y calidez.



El hotel contará con varios espacios *wellness*, así como un restaurante y un bar en el lobby.

En el primer trimestre del año, Marriott inauguró dos hoteles en El Cairo, así como el Residence Inn Al Jaddaf en Dubái.

## NH se une a la Global Hotel Alliance

Con el acuerdo, se fusionarán los programas de fidelización NH Rewards y Discovery

NH Hotel Group anunció la firma de un acuerdo por el que se une a Global Hotel Alliance (GHA) y se fusionarán sus respectivos programas de fidelidad: NH Rewards y Discovery. La fusión, prevista para principios de 2022, hará de Discovery uno de los diez planes de fidelización más grandes del sector hotelero, con más de 900 establecimientos integrados.

Está previsto que una nueva versión de Discovery llegue al mercado en el último trimestre de este año. Entre otras novedades, incluirá una moneda de recompensas digitales, así como beneficios y ofertas únicas para los miembros locales, incluso cuando no se alojen en el hotel.



El grupo NH es parte de Minor Hotels, cuyas marcas Anantara, Avani, Elewana, Collection, Oaks y Tivoli, que ya participaban en el programa Discovery.

## El Mandarin Oriental Ritz Madrid abre sus puertas

Se le ha realizado la reforma más importante en sus 110 años de historia

El icónico hotel Ritz de la capital española vuelve a abrir sus puertas rebautizado como Mandarin Oriental Ritz Madrid, tras la reforma más importante en sus 110 años de historia. La renovación confiere un toque contemporáneo a este hotel de tinte clásico, preservando el carácter *belle époque* del edificio y el espíritu original concebido por César Ritz.



Cuenta 153 habitaciones, incluyendo 53 suites lujosamente decoradas. El cocinero Quique Dacosta, con tres estrellas Michelin, firma la oferta gastronómica, que incluye dos bares y tres restaurantes. Por primera vez en su historia, el hotel ofrece *spa* con piscina interior.

Está ubicado en el llamado Triángulo del Arte de Madrid, junto al Museo del Prado, el Thyssen-Bornemisza y el Museo de Arte Moderno Reina Sofía.

Está ubicado en el llamado Triángulo del Arte de Madrid, junto al Museo del Prado, el Thyssen-Bornemisza y el Museo de Arte Moderno Reina Sofía.

## Preferred Hotels amplía su programa de fidelidad

Con I Prefer Loves, los miembros pueden disfrutar de ofertas exclusivas de una marca destacada

Preferred Hotels & Resorts amplía el abanico de ventajas de su programa de fidelización I Prefer Hotel Rewards con el lanzamiento de I Prefer Loves, una serie de ofertas exclusivas de una marca destacada en el mundo de los viajes, la moda, la gastronomía, el hogar y el *wellness*, que será diferente cada mes.

Esta novedad se suma a I Prefer Auctions, que permite a los miembros pujar por experiencias de viaje únicas con los puntos acumulados durante un período de tiempo limitado.



Tras haber colaborado con una marca de ropa femenina y una red de *outlets*, futuras colaboraciones incluirán un minorista de artículos de cuero exclusivos, un proveedor de vino espumoso y una compañía aérea, entre otros.

Tras haber colaborado con una marca de ropa femenina y una red de *outlets*, futuras colaboraciones incluirán un minorista de artículos de cuero exclusivos, un proveedor de vino espumoso y una compañía aérea, entre otros.

## IBTM lanza un nuevo evento virtual

IBTM Wired tendrá lugar del 28 de junio al 1 de julio y espera más de 3.000 profesionales

IBTM añade un nuevo evento virtual a su cartera de salones internacionales para profesionales de la industria MICE. IBTM Wired tendrá lugar del 28 de junio al 1 de julio. Durante cuatro días, 600 expositores, 600 compradores y más de 3.000 visitantes profesionales podrán asistir a reuniones preconcertadas y un programa de sesiones educativas. Todo a través de la plataforma *online* facilitada por la empresa Sector Global.



El programa de ponencias se centrará en una región cada día, inaugurando las sesiones con Asia-Pacífico el 28 de junio; las Américas el 29 de junio; Oriente Medio y África el 30 de junio y Europa el 1 de julio. En cada jornada se analizará en detalle la situación en cada región y las perspectivas de recuperación del sector MICE.

## IMEX crea la plataforma digital Buzzhub

Estará activa de mayo a septiembre y el acceso al contenido es gratuito

IMEX presentó su nueva plataforma digital IMEX Buzzhub, que estará activa de mayo a septiembre de este año y ofrecerá a los profesionales del sector MICE oportunidades para aprender, intercambiar conocimientos y relacionarse. Se lanzará el 12 de mayo con el primero de sus Buzz Days, jornadas *online* mensuales de debates y ponencias sobre temas de interés para la industria MICE.



Los usuarios podrán acceder a diferentes actividades y presentaciones, todas ellas gratuitas, y elegir las opciones que mejor se ajusten a sus objetivos. Además de estas jornadas mensuales, IMEX Buzzhub ofrecerá sesiones de formación y oportunidades de *networking* para la comunidad profesional.

ENTREVISTA

## Juan José Hernández

Director Nacional Eventos de Globalia Meetings & Events

“El evento *online* es un recurso que se quedará, pero el presencial es irremplazable”



### ¿Qué diferencia Globalia Meetings & Events de sus competidores?

Destacaría el lado humano que nuestros clientes tanto aprecian. Durante la pandemia no hemos dejado de trabajar en aportarles nuevas soluciones que permitiesen sorprender y emocionar en formatos que sólo podían pasar por el *online*. Nuestra reinención fue continua, buscando socios tecnológicos, platós donde grabar... Nuestro equipo creativo añadió la pincelada de calidez y creatividad que caracteriza nuestras propuestas.

### ¿Cómo percibe el futuro a corto y medio plazo?

Nuestra integración en Ávoris Corporación Empresarial nos ilusiona sobremanera porque nos aportará solidez, solvencia, capacidad de expansión y un equipo humano sin igual en el mercado. Esto conllevará sin duda beneficios para nuestros clientes. En cuanto al segmento MICE, el evento *online* es un recurso que llegado para quedarse, pero el presencial es irremplazable. Percibimos que las empresas tienen muchas ganas de hacer cosas presenciales y buscarán los presupuestos para conseguirlo.

### Como experto del sector ¿qué aprendizaje cree que debemos extraer de esta pandemia, tanto desde el punto de vista del cliente como de la agencia?

Hemos aprendido el valor que tiene el aspecto humano y la necesidad de sentirnos conectados. La experiencia de la pandemia es vital para seguir trabajando en que las empresas puedan comunicar con creatividad y originalidad, teniendo siempre en cuenta que no hay que dar nada por hecho y que siempre hay que estar en modo alerta y preparados para lo que venga.



## AMEX GBT permite reservar espacios de trabajo

Las reservas se incluyen en el programa de viajes de la empresa

American Express Global Business Travel (AMEX GBT) lleva dos meses ofreciendo Workspaces, un nuevo servicio en su plataforma Meeting Express que permite reservar espacios donde los profesionales pueden trabajar durante sus desplazamientos. Los clientes pueden elegir entre áreas de *coworking*, pequeñas salas de reuniones o habitaciones de hotel que se ofrecen como oficinas para trabajar durante el día, solos o en equipo.

Las reservas se incluyen en el programa de viajes de la empresa, de tal modo que las compañías pueden controlar los gastos derivados de estas estancias, así como la actividad de sus representantes. Los clientes se pueden beneficiar asimismo de tarifas reducidas y otras ventajas en los hoteles integrados en la plataforma de AMEX GBT.



controlar los gastos derivados de estas estancias, así como la actividad de sus representantes. Los clientes se pueden beneficiar asimismo de tarifas reducidas y otras ventajas en los hoteles integrados en la plataforma de AMEX GBT.

## Los viajeros apoyan el uso de pasaportes sanitarios

Aunque preocupa la seguridad de los datos ofrecidos por el usuario, la gran mayoría apostaría por esta tecnología que facilitaría los tránsitos y minimizaría los contactos, según Amadeus

El 91% de los viajeros estaría dispuesto a utilizar un pasaporte sanitario digital en desplazamientos futuros, según un estudio de Amadeus y Censuswide, que muestra el apoyo generalizado por esta solución para la reactivación del tráfico aéreo, aunque existe preocupación por la protección de datos. La encuesta también confirma el deseo de volver a viajar, ya que cuatro de cada diez encuestados espera reservar vuelos internacionales en un plazo máximo de seis semanas una vez aprobada la relajación de las restricciones.



La encuesta realizada entre más de 9.000 viajeros de España, Francia, Alemania, Reino Unido, Estados Unidos, Rusia, Singapur, India y Emiratos Árabes muestra que el 93% tiene dudas sobre cómo se almacenarán y utilizarán los datos personales almacenados en el pasaporte digital. El 38% teme el pirateo informático y robo de sus datos, mientras que el 30% cree que no hay suficiente transparencia sobre cómo se comparte la información y quién lo controla.

No obstante, la gran mayoría apuesta por esta tecnología y aceptaría compartir sus datos siempre y cuando esto permita agilizar los procesos de tránsito en los aeropuertos, minimizar el contacto físico (una razón de peso para el 74% de los encuestados) o viajar a más destinos. El 41% afirma que el uso de una aplicación móvil que contenga toda la información relacionada con el desplazamiento y requisitos derivados de la situación sanitaria contribuiría a reducir el estrés en los viajes.

### Propuesta de la Unión Europea

La Comisión Europea presentó en marzo su "certificado digital verde", que facilitará la libre circulación dentro de los países de la Unión Europea. Esta acreditación confirmará si el viajero ha recibido la vacuna contra el Covid-19, se ha sometido a una prueba cuyo resultado es negativo o si ha superado ya la enfermedad, permitiéndole quedar exento de las restricciones establecidas en cada país. Según se confirmó desde Bruselas, se espera esté operativo en el mes de junio.

## Nautalia ofrece N@utrip para las autorreservas

Utilizando la tecnología de Amadeus, permite acceder a la oferta de más 580 compañías aéreas

N@utrip, de Nautalia Empresas, es una herramienta de autorreserva para viajes de negocios con la que busca ayudar a los *travel managers* a optimizar el tiempo de respuesta y conseguir los precios más competitivos, permitiendo así una gestión más efectiva de los gastos de la empresa.

Utilizando la tecnología de Amadeus, N@utrip permite acceder a más de 580 compañías aéreas, así como de 30 empresas de alquiler de vehículos, 250.000 hoteles y operadores de tren, todo ello con tarifas especiales. Según Nautalia, el 90% del tiempo que conlleva hacer una reserva *offline* se emplea en la comunicación entre el viajero, el gestor y la agencia de viajes. Esto se puede evitar con la nueva herramienta.



## Los congresos virtuales tienen más asistencia

Según IAPCO, el promedio de delegados en encuentros digitales en 2020 superó a los presenciales de 2019

El 77% de los organizadores de congresos registró un aumento en la participación en los eventos en 2020, cuando se celebraron en formato virtual por la pandemia. Y esto comparado con la asistencia a encuentros presenciales en 2019, según las cifras de IAPCO (International Association of Professional Congress Organizers). El número de participantes pasó de 317 de media en formato presencial en 2019, a 478 el año pasado.



El 63,2% de los encuestados reconoce que la tendencia dominante en el futuro será la celebración de eventos híbridos del tipo

"*hub & spoke*", en los que algunos delegados podrían asistir a un pequeño encuentro local o regional y conectar con el congreso principal de forma virtual. El 78% espera que el número de eventos híbridos habrá aumentado en el plazo de un año, mientras que el formato virtual se mantendrá en el mismo nivel. Por ello, el 42% de los encuestados opina que es esencial tener conocimientos sobre producción de contenido digital. El 26% considera que es importante saber de *marketing* digital.

## La aviación privada gana adeptos

A nivel global, las salidas de los jets privados solo disminuyeron un 24,4% en 2020

Aunque la aviación comercial registró una caída generalizada del 70% en el número de vuelos y de pasajeros en 2020, el impacto de la pandemia en la aviación privada fue mucho menor, registrándose solo un descenso del 24,4% a nivel global. Incluso se registraron aumentos en mercados como Sudamérica, según el *broker* aéreo Europair. La opción de viajar en *jet* privado ha ganado adeptos, que ven esta opción como una forma de reducir el riesgo de contagios, siempre y cuando el presupuesto y las restricciones lo permiten.



El número de salidas de vuelos privados con origen en Sudamérica aumentó un 15,2% en 2020, con el mayor crecimiento en Brasil (24%) y Colombia (23,7%). Oceanía registró también un aumento, aunque más moderado, del 6%. En Europa, que ocupa el segundo puesto en el *ranking* mundial del sector tras Norteamérica, la caída fue del 23,8%, resintiéndose más en Reino Unido (-34%), Italia (-31%) y Francia (-26,2%).

## Los viajeros de negocios volarán menos

Según la Fundación Europea del Clima, la preocupación por el medioambiente hará que el 45% de los profesionales tome menos vuelos por trabajo, o los evite tras la pandemia

Los nuevos hábitos adquiridos durante la pandemia, como las reuniones por videoconferencia y una mayor preocupación por el medioambiente, harán que los viajeros de negocios vuelen menos, incluso cuando se levanten las restricciones, según una encuesta de YouGov para la Climate Foundation (Fundación Europea del Clima). El 40% de los profesionales encuestados afirmó que tomará menos vuelos por trabajo tras la experiencia vivida en este último año, mientras que el 5% dijo que dejará de volar por negocios. Solo el 13% espera volar más a menudo cuando se reactive el tráfico aéreo.



Además de la mayor concienciación de los viajeros, existe también presión por parte de gobiernos y activistas para que el sector de la aviación reduzca su huella de carbono. En Francia, por ejemplo, se aprobó una ley que prohíbe los vuelos domésticos que puedan ser sustituidos por viajes en tren de menos de dos horas y media de duración. Las emisiones de las aerolíneas representan el 2,5% del total mundial y se espera que se tripliquen de aquí al año 2050.

### Recuperación en 2024

Según un estudio de Moody's, los viajes de negocios no volverán al nivel de antes de la pandemia al menos hasta el año 2024. La agencia estima que hasta un 30% de los desplazamientos por trabajo se sustituirán por soluciones virtuales en los próximos años. Sumado a recortes de presupuesto en las empresas y una mayor preocupación por el medioambiente, se retrasará la recuperación del sector y supondrá una presión añadida para las aerolíneas. Las reuniones internas, que representan

entre el 25% de los viajes de negocios, serán las más afectadas. La recuperación del MICE, que contribuye a un 20% de los desplazamientos profesionales, será lenta y empezará a ser palpable a partir del año que viene.



## Catar tendrá un hotel flotante y ecológico

Con una inauguración prevista en 2025, se sumará a otros 16 hoteles flotantes que el destino prevé ofrecer a los viajeros que acudan al Mundial de Fútbol 2022



Catar contará con un hotel de lujo flotante capaz de producir energía eléctrica para autoabastecerse girando automáticamente en el agua, reduciendo así su huella de carbono. Se espera que el nuevo proyecto, diseñado por la empresa turca Hayri Atak Architectural Design Studio (HAADS), esté finalizado en 2025.

La estructura contará con hélices y propulsores subacuáticos controlados por sistemas informáticos que la harán girar lentamente y convertirán la energía del agua en electricidad, como si fuera un generador hidráulico. Además, el hotel contará con 55 turbinas eólicas verticales capaces de generar 25kw de electricidad cada una, a la vez que ejercen de sombrillas para los huéspedes. Otras medidas para reducir el impacto medioambiental del establecimiento incluyen el diseño del techo en forma de vórtice para recoger el agua procedente de la lluvia, y un sistema que convierte los residuos de comida en abono para los jardines.

El hotel ofrecerá 152 *suites* con balcón privado en torno a un atrio de cristal en el centro, así como piscina infinita, *spa*, un bar en la parte superior, gimnasio y un campo de minigolf. Estará conectado a tierra por una plataforma también flotante. Se podrá acceder en automóvil, barco o helicóptero. Al tratarse de un hotel flotante, podría ser trasladado a distintas ubicaciones.

### Mundial de Fútbol 2022

El emirato árabe albergará el año que viene el campeonato mundial de fútbol. Coincidiendo con la esperada recuperación de los viajes a nivel mundial, el destino espera recibir más de un millón de visitantes. Por el momento, se necesita infraestructura hotelera para dar respuesta a esa cantidad de visitantes. Por eso éste no será el único hotel flotante, sino que se sumará a los 16 que está previsto crear en la bahía de Qetifan Island North de la mano de la constructora Admares. Serán todos iguales y albergarán cada uno 101 habitaciones, un restaurante y un bar-salón. Una vez terminado el torneo, que tendrá lugar entre el 21 de noviembre y el 18 de diciembre del año que viene, podrán ser trasladados a otros lugares del Golfo Pérsico, siempre y cuando cuenten con cuatro metros de profundidad.

Catar no solo ampliará su oferta hotelera con estos establecimientos en el agua. También está proponiendo para los grupos de incentivo el alojamiento en Desert Camp situados a media hora por carretera de Doha y los estadios sede, en pleno desierto.

## Berlín facilita los eventos con responsabilidad social

Con el nuevo concepto *Meet + Change*, las empresas pueden organizar eventos en diferentes instituciones culturales y sociales de la ciudad y ayudarles económicamente



La Oficina de Turismo y Convenciones de Berlín —Visit Berlin—, presenta *Meet + Change*, un nuevo formato para reuniones pequeñas más sostenibles, que permite a las empresas cumplir con sus objetivos de responsabilidad social corporativa. Los *meeting planners* pueden organizar sus reuniones y eventos en diferentes instituciones sociales y culturales de la ciudad, ayudándoles así en su recuperación económica tras la crisis causada por la pandemia.

El programa actualmente incluye nueve sedes en diferentes distritos de la capital alemana, con capacidades desde 20 hasta un máximo de 200 personas. Por ejemplo, se ofrece colaborar con el sector educativo organizando un *workshop* en una escuela, una sesión de formación en un orfanato, o una actividad de *teambuilding* en un centro cultural comunitario.

Además del beneficio económico, al acoger estos eventos las sedes adquieren mayor visibilidad y reconocimiento al trabajo que realizan. Los participantes, por otro lado, pueden disfrutar de un entorno que les ofrece una perspectiva diferente a la que están acostumbrados durante sus eventos y ayuda al desarrollo de nuevas ideas. La operación MICE no tiene por qué restringirse al evento: las empresas pueden crear sinergias con estas instituciones y continuar con su compromiso social.



## OVIEDO (ESPAÑA) EL ORIGEN DEL CAMINO

### La capital de Asturias se vuelca en la promoción de la que fue la primera ruta jacobea que nació hace doce siglos con el rey Alfonso II

El Camino de Santiago nació en Oviedo hace doce siglos cuando el rey Alfonso II (El Casto) se convirtió en el primer peregrino a la tumba del apóstol. En este Año Santo, que por la pandemia se prolonga hasta 2022, el Ayuntamiento de la capital de Asturias está volcado en promocionar ese primer camino, conocido como Camino Primitivo, que desde 2005 ha sido reconocido como Patrimonio de la Humanidad.

Entre Oviedo y Santiago de Compostela hay 314 kilómetros y 14 etapas, en un Camino que desde la época medieval recorren miles de peregrinos por motivos religiosos, culturales o deportivos, propiciando un singular intercambio social que también conlleva dinamización económica de los lugares que atraviesa.

En Oviedo, el Camino empieza justo en la Catedral, en el “kilómetro 0” grabado en la acera frente a la estatua del Rey Casto; en el interior del templo está la escultura de El Salvador ante la que se postran los peregrinos y por la que se recuerda la antigua canción francesa que dice “quien va a Santiago y no a El Salvador, visita al criado y deja al Señor”. Cada mes de agosto esta escultura se rodea de ramas de laurel, que una vez benditas peregrinos y ovetenses se llevan a casa.

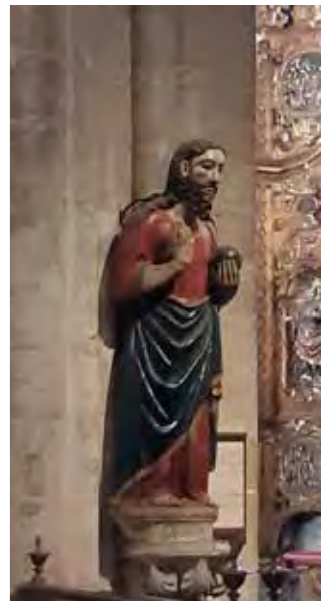
Vinculados al origen de la Catedral, el primer Camino y el Rey Casto, los monumentos prerrománicos son piezas únicas y de extraordinario interés. Por eso también ha sido reconocidas como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

### Un proyecto de ciudad

Ahora, el proyecto es que este reconocimiento se extienda a la propia ciudad, ampliando el Camino de tal modo que integre los palacios barrocos que hay en el casco viejo y sus alrededores. Será otra forma de “ensanchar” un Camino en el que los peregrinos también buscan descubrir la autenticidad del entorno, ya sea rural o urbano, en una ruta marcada por siglos de caminantes y esfuerzo.

Este proyecto de promoción de Oviedo incide en otros recursos además de los patrimoniales y culturales, empezando por la gastronomía que es, junto al paisaje, el elemento más destacado según las encuestas realizadas a peregrinos. Para ellos, la ciudad despliega toda la riqueza culinaria que da prestigio a la buena cocina ovetense.

Con el Camino Primitivo, Oviedo vuelve a escribir su historia para avanzar hacia el futuro.



### Más información en:

Concejalía de Hostelería, Turismo y Congresos  
turismo@oviedo.es  
www.visitoviedo.info





# LA VENTANA DE



**Mario Cajiao**

Presidente de AFIDA  
(Asociación Internacional de Ferias de América)

"El público asistente a las ferias será mucho más selectivo"

AFIDA es una organización con 52 años que integra la comunidad de recintos y organizaciones de la industria de ferias, congresos y convenciones y empresas afines en Iberoamérica, promoviendo el rol de las ferias y exhibiciones como uno de los mecanismos más eficientes para generar oportunidades de contactos y negocios, creando espacios para compartir información, conocimiento, tendencias de los mercados, siendo una plataforma activa de promoción, comunicación y comercialización, ofreciendo experiencias a sus participantes. Hoy contamos con 52 socios de 18 países y 9 asociaciones aliadas.

Ser miembros de esta gran comunidad nos impone grandes responsabilidades, de las cuales destaco la construcción y consolidación de confianza en el relacionamiento con los gobiernos para abrir y motivar lo presencial con contenidos y experiencias que aseguren oportunidades de negocios. Contar con las ferias como generadoras de mejores oportunidades. Seguramente la reactivación será un proceso más lento de lo que esperábamos y los asistentes serán más selectivos al elegir a dónde asistir, partiendo desde los públicos locales en los primeros meses hasta generar confianza nuevamente en los participantes extranjeros.

La tecnología como herramienta aceleradora y amplificadora: con la experiencia de nuestros socios y el estudio realizado a finales del 2020, la realidad de las experiencias 100% online validó que nuestros mercados confían y requieren los eventos presenciales.

Desde AFIDA promovemos el intercambio de acciones, iniciativas y alianzas para construir conocimiento, sinergias para fortalecer y aportar nuestra experiencia en la construcción de eventos presenciales, ofreciendo valores agregados que se ajustan a las nuevas exigencias. Muchas de ellas consisten en formatos híbridos, usando la tecnología como fortaleza a favor de nuestros clientes, lo cual contribuirá a reactivar nuestra Iberoamérica de Ferias y Eventos.



**Natasha Merino**

Miembro del Latin American Advisory Council de MPI (Meeting Professionals International)

"El reto es darle sentido a la asociación"

Las asociaciones, cualquiera que sea el sector económico al que pertenezcan, se enfrentan más que nunca a desafíos al tener que entregar beneficios tangibles, reales y valiosos en medio de la virtualidad.

La conexión digital no es un factor reciente si no que viene desarrollándose en paralelo al aumento de la globalización. El trabajo remoto con miembros que están en múltiples localidades tiene muchas ventajas en términos de costes y alcance geográfico para las organizaciones.

Sin embargo, los eventos virtuales implican serios retos. La industria de reuniones finalmente se enfoca en construir, a través de los eventos que genera, conocimiento y negocio, confianza entre personas, creación de relaciones o un sentido de pertenencia sin necesidad de presencialidad... la virtualidad puede afectar al sentido de voluntariado y colaboración, que es la base de una asociación. Las relaciones sociales que se constituyen a través de nuestras agrupaciones no son utilitarias sino también emocionales e identitarias. No somos solo la suma de individuos o profesionales sino una compleja red de relaciones a las que se dota de sentido social y físico, y no telefónico o telemático.

¿Cómo darle sentido a la asociación? ¿Cómo construir una comunidad colaborativa, voluntaria y comprometida? A base de comunicación humana y empática, actividades y plataformas de conexión compactas en bloques regionales y entrenamiento continuo a líderes. Por primera vez en 50 años de MPI, América Latina tuvo en el último CBS (Chapter Business Summit, celebrado los pasados 15 y 16 de abril) una sesión independiente colocando en alto la bandera de México, Colombia, Brasil, República Dominicana, Ecuador, Chile y Panamá: los mercados donde estamos trabajando para profesionalizar los actores del turismo y los eventos.

Seguimos creciendo, estamos siendo referente y haciendo historia.



# LAS ASOCIACIONES



**Sergio Escudero**

Vicepresidente de I+D de I'M+ (Asociación de Agencias de Incentivos)

"Hace 20 años que trabajamos la sostenibilidad"

La sostenibilidad dentro de los eventos es un concepto que cada vez está más a la orden del día. Sin embargo, dentro del sector de los incentivos llevamos trabajando sobre ello desde hace más de 20 años, ya que siempre hemos tenido conciencia de nuestro impacto en los destinos y un alto grado de responsabilidad en nuestras actuaciones. Y no solo reduciendo los impactos negativos, sino aportando beneficios con las visitas de nuestros grupos contribuyendo al desarrollo de los destinos a los que hemos viajado, la mayoría de ellos en entornos subdesarrollados.

Así, comenzamos a desarrollar acciones solidarias allá por el año 2000. Más tarde dimos un paso adelante con acciones de protección medioambiental en entornos naturales en peligro. Nos dimos cuenta que también podíamos dejar un buen legado ayudando en la recuperación o protección del patrimonio cultural en deterioro en lugares donde no tenían recursos para ello o ayudando a colectivos de artistas de diferentes partes del mundo para que consiguieran tener un sustento conservando sus tradiciones.

Este tipo de acciones también las hemos desarrollado en el ámbito nacional: además de cuidar el aspecto medioambiental, no dejamos de proyectar acciones como las incluidas en los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) 2030. En este sentido tenemos un compromiso muy especial con el desarrollo de una economía circular en poblaciones más rurales, trabajando con productos locales con denominación de origen, tanto de producción ecológica tradicional como de elaboración artesanal.

También nos sentimos comprometidos con el impulso de artistas locales y tradiciones que hagan vivir a nuestros clientes de incentivos una experiencia más inmersiva, auténtica y saludable, contribuyendo finalmente a la concienciación sobre la importancia de proteger, apreciar y contribuir al desarrollo de los lugares donde trabajemos, no solo no siendo perjudiciales sino dejando una trayectoria de mejora futura.



**Sandrine Castres**

EMEA Board Member de PCMA (Professional Convention Management Association)

"Tenemos un rol primordial en la recuperación"

Desde PCMA, a pesar de la situación actual, nos esforzamos también en mirar hacia adelante con optimismo e incidiendo en dos aspectos: las mejoras de las que nuestra industria podrá beneficiarse en el futuro, y el rol esencial que puede tener en la recuperación económica y social. Nuestro sector tiene una increíble capacidad de resiliencia. Tenemos todos claro que esta crisis no es comparable con ninguna otra por su carácter global, profundidad y duración, pero nuestra comunidad se recuperó de otras que pensamos en su momento insuperables. No hay duda de que lo hará de nuevo. Asimismo, ha demostrado una extraordinaria capacidad de adaptación e innovación: hay expertos que consideran que en un año hemos avanzado cinco en materia de digitalización de las empresas.

Si todos los actores del sector, corporativos, asociaciones, agencias, proveedores... pensamos en las campañas que hemos sido capaces activar en un año, solo podemos estar orgullosos. ¿Quién podía imaginar congresos online de varios miles de personas, convenciones con decenas de salas paralelas, *teambuildings*, e incluso incentivos sin moverse de casa? ¿Quién hubiera imaginado poder llegar a audiencias tan amplias invirtiendo menos recursos?

La gran paradoja es que hemos hecho todo esto al mismo tiempo que redescubríamos el valor de lo humano y se hacía más evidente aún la importancia de los eventos: su valor en términos de *marketing*, impacto económico, conocimiento, intercambio cultural y progreso social. El camino ha sido difícil y quedan meses complicados, pero el aprendizaje ha sido extraordinario y los activos adquiridos enriquecerán nuestra industria de manera exponencial en el futuro.

Mezclando la experiencia de siempre con el legado de 2020, tenemos un papel primordial en la recuperación económica y social. Existe una oportunidad real de transformarnos en una industria (aún) más sostenible, integradora, igualitaria, abierta y generosa. Para que nadie dude del valor de los eventos.





# EL PAPEL DE LAS ASEGURADORAS EN LA RECUPERACIÓN

Por **Eva López Alvarez**

Según una encuesta realizada por Aon a nivel internacional, con resultados presentados hace cuatro meses, el 82% de sus clientes no consideraba antes del Covid-19 que una pandemia era uno de los mayores riesgos a los que podía enfrentarse su compañía. De hecho, en 2019 la posibilidad de una pandemia se clasificó en el puesto 60 de los 69 riesgos identificados. Solo un 30% de las entidades consultadas en Europa y América contaba con un plan de contingencia en caso de problema de salud pública.

Esta realidad está detrás de las dificultades que se encontraron muchas empresas para hacer frente a una respuesta que exigía ser rápida, eficaz y, sobre todo, segura para el afectado. También de que actualmente la misma aseguradora confirme que el 80% haya trabajado sobre la gestión de incidentes durante los meses de menos actividad integrando a diferentes áreas como Riesgos, Recursos Humanos, IT (Information Technology) y Finanzas en la elaboración de planes de contingencia.

El viaje de incentivo parece estar más cubierto gracias a los seguros por enfermedad bajo cuyo paraguas muchas compañías han albergado las incidencias por Covid-19. Aunque quién asume el coste de las pruebas PCR o antígenos exigidas por los destinos para entrar o salir de ellos sigue siendo

motivo de controversia en muchas negociaciones que se están realizando actualmente.

Sin embargo, hay otra realidad que preocupa sobremanera a los organizadores de congresos, convenciones y eventos. ¿Quién asume los costes derivados de los gastos de cancelación aplicados por los proveedores cuando una operación se cancela?

Son muchas las compañías aseguradoras que siguen sin aceptar que estas contingencias sean asumidas por su entidad. Y muchos los organizadores que no animan a sus clientes a realizar programas en este momento de incertidumbre, principalmente a raíz de la falta de confianza ante esta eventualidad.

Cuando el organizador no se siente seguro, es muy difícil que el cliente final asuma en estos momentos riesgos que pueden en gran medida alterar el presupuesto inicialmente previsto.

## **Una unión imprescindible**

Es imperativo que aseguradoras y empresas organizadoras de congresos, convenciones y eventos encuentren un camino de entendimiento ya que, como bien se afirma desde el sector de seguros, es imprescindible sentirse bien cubierto

**En 2019, una posible pandemia se clasificó en el puesto 60 de los 69 riesgos para las empresas**

para poder retomar la actividad económica. Pero la amplitud de la cobertura debe ser muy amplia para que la confianza lo sea en la misma medida.

Por parte de las compañías aseguradoras no parece haber inconveniente en incrementar las coberturas, aunque a un coste mayor ya que el riesgo de incidencia se ha multiplicado de manera exponencial: ya no solo existe la posibilidad, más real que nunca, de que un vuelo se retrase o un delegado se contagie. También que los proveedores no puedan asumir ciertas prestaciones por no haber recibido determinados materiales o productos, que la asistencia del evento deba ser modificada por restricciones de última hora...

**La tranquilidad absoluta ya no pasa por contratar pólizas mucho más caras**

No hay que olvidar que el propio sector de los seguros es un sector que se declara en crisis por la recesión económica y las consecuencias que ésta tiene sobre la contratación. No obstante, tal y como se afirmó en un evento organizado en torno al tema por el Banco Sabadell y La Vanguardia, en el caso de España "en el 2020, y pese a la caída de la actividad, el sector de los seguros ha podido mantener sus niveles de rentabilidad y alta solvencia".

En esa misma sesión de Dialogos del Futuro, los representantes de las compañías coincidieron en afirmar que "el riesgo de pandemia está especialmente excluido de las pólizas

porque es imposible cuantificar, y por lo tanto, tarificar, los servicios necesarios".

Con todo, son tantas las posibilidades hoy en día de que una operación MICE se vea afectada por el Covid-19, que la tranquilidad absoluta ni siquiera pasa por contratar pólizas mucho más caras.

Son las compañías de seguros, tan necesarias en la reactivación de la economía y los viajes, quienes deben proponer coberturas que se adapten a la situación actual. Tal y como expresó Javier Rodríguez, responsable de Vida y miembro del comité de dirección de Zurich España, "el Consorcio de Compensación de Seguros no da respuesta a los riesgos de pandemia, por lo que es evidente que después de lo sucedido hay que dotarse de las herramientas necesarias para afrontar ese riesgo".

La comunicación entre aseguradoras y posibles afectados se revela más que nunca necesaria. Quienes están detrás de los congresos, convenciones, eventos y viajes de incentivo tienen una responsabilidad moral y económica sobre las personas implicadas en las operaciones y las empresas que las contratan que no pueden, bajo ningún concepto, arriesgarse a la falta de protección. Es el turno de las aseguradoras de ofrecer esas garantías que aporten tranquilidad al despegue.





**MANUEL LÓPEZ**

CEO de Grupo InterMundial



**“Con un único seguro el viajero puede cumplir los requisitos de entrada en el destino sin renunciar a las coberturas necesarias para su protección”**

**¿Cómo pueden las aseguradoras estimular la recuperación de la industria MICE?**

Trabajamos ya codo con codo con el sector para ofrecerle las garantías necesarias que permitan recuperar la confianza de los viajeros. A través de soluciones específicas para el Turismo de Congresos e Incentivos, nos ajustamos a sus necesidades particulares, tanto en cuanto a la atención médica en destino y sus consecuencias, como en la recuperación del dinero antes del viaje y el fácil acceso a los test con la obtención de un documento homologado por las autoridades de entrada al país.

**¿Qué protección ofrecen de manera estándar en caso de pandemia?**

Hemos adaptado nuestros productos para añadir las coberturas Covid-19 más completas a todos los seguros de InterMundial. Además, hemos lanzado Pasaporte Sanitario, el único seguro del mercado que cubre los gastos derivados de la realización de la prueba de diagnóstico del coronavirus antes del inicio del viaje. De esta forma, con un único seguro, el viajero puede cumplir los requisitos de entrada en el destino sin renunciar a las coberturas necesarias para su protección, como asistencia médica o prolongación de estancia en el hotel por cuarentena médica. En caso de dar positivo, si el viajero ha contratado el seguro con garantía de anulación, también podrá recuperar los gastos de cancelación. Y si el test es negativo, contará con un certificado que le permitirá hacer frente a los requisitos de entrada solicitados en el destino.

**¿Han creado algún seguro específico para los casos de anulaciones de eventos, contagio, cierre de fronteras... que más temor generan en las empresas?**

Contamos con un producto específico segmentado por tipología del evento, destino y necesidades de cobertura. Todos nuestros seguros cuentan con total flexibilidad en su contratación, por lo que ofrecemos una solución a medida incluyendo la asistencia médica más completa y de calidad, prolongación de estancia por contagio, garantía de equipajes y pérdida de servicios... hasta la posible anulación por positivo en Covid-19 o un seguro de Responsabilidad Civil.

**¿Cómo pueden las aseguradoras estimular la recuperación de la industria MICE?**

Las aseguradoras pueden contribuir a la recuperación de la industria otorgando una cobertura completa de cancelación de eventos que incluya todas las contingencias directas e indirectas provocadas por el Covid-19. Sin embargo las pérdidas acumuladas hasta este momento en este nicho de mercado no nos permiten, ni siquiera aconsejan, ofrecer grandes capacidades en este sentido.

**¿Qué protección ofrecen de manera estándar en caso de pandemia?**

De manera estándar solo suelen cubrirse los efectos derivados del contagio por Covid-19 en las pólizas y asistencia en Viajes en cuanto a los gastos de curación en el extranjero que pueda conllevar la situación sanitaria del asegurado. Esto en caso de que la enfermedad se contraiga durante el viaje.

**¿Han creado algún seguro específico para los casos de anulaciones de eventos, contagio, cierre de fronteras... que están en la base del temor de las empresas a la hora de retomar la organización de viajes?**

El producto es el que ya existía y que tenía una extensión opcional para tener una cobertura sanitaria en caso de enfermedades contagiosas. Forma parte de nuestro seguro "Cancelación por cualquier causa" en el que se incluyen la Extensión para casos de climatología adversa; Extensión ante incomparecencia de artistas o conferenciantes; Extensión ante riesgos políticos y Extensión para cobertura en casos de verse afectado por algún atentado terrorista. El riesgo sanitario forma parte de nuestro seguro destinado a agencias y promotores, artistas y managers y organizadores de eventos en general. Hoy por hoy, la que llamamos Extensión cobertura por enfermedades infecciosas solo se otorga estudiando caso por caso, y de manera bastante excepcional en el caso de los eventos.

**ELIE AZANCOT**

CEO de Riskmedia Group



**“Hoy por hoy, la cobertura por enfermedades infecciosas solo se otorga estudiando caso por caso, y de manera excepcional en el caso de los eventos”**

**OSCAR PINEDA**

Director Técnico de No Vida (MAPFRE México)



**“En el caso de la industria MICE, los seguros se volverán imprescindibles para recuperar los negocios”**

**¿Cómo pueden las aseguradoras estimular la recuperación de la industria MICE?**

El sector asegurador y la economía tienen un fuerte vínculo en el que el seguro juega un papel fundamental al permitir resarcir pérdidas con coberturas que le brinden protección ante sucesos inesperados. En el caso de la industria MICE, los seguros de daños, coberturas contra accidentes, responsabilidad civil y de protección a viajeros se volverán imprescindibles para dar continuidad a los negocios.

**¿Qué protección ofrecen de manera estándar en caso de pandemia?**

Al tratarse de un caso que nosotros consideramos como enfermedad, MAPFRE ofrece diferentes alternativas a través de nuestros diferentes productos de Gastos Médicos Mayores, cubriendo el gasto hospitalario y honorarios médicos en los que pueda incurrir el viajero. Es importante que en cada caso se acerquen a alguno de nuestros aliados para encontrar la mejor alternativa que se adapte a sus necesidades.

**¿Han creado algún seguro específico para los casos de anulaciones de eventos, contagio, cierre de fronteras... que están en la base del temor de las empresas a la hora de retomar la organización de viajes?**

Existen seguros enfocados a viajes y cancelaciones, los cuales brindan protección ante siniestros para cada destino y tipo de viaje, así como la cobertura necesaria ante la posible cancelación de un viaje o un evento, cubriendo los gastos no recuperables por parte del asegurado. En MAPFRE contamos con "Segurviaje", un producto diseñado para viajeros el cual otorga la protección necesaria al asegurado en caso de urgencia, contemplando el que se encuentre fuera de su país de origen o residencia por motivos de negocios o formación. Este seguro puede ser contratado por parte del organizador de forma individual o colectiva, teniendo con ello la tranquilidad de que los participantes que se están desplazando están protegidos.





**CRISTIÁN PÉREZ**

Gerente de operaciones de Econgess (Chile)



“Son necesarias coberturas sobre posibles pérdidas económicas en los eventos”

**¿Cómo pueden las aseguradoras estimular la recuperación de la Industria MICE?**

En tiempos de incertidumbre como los que estamos viviendo actualmente, se hace muy necesario contemplar coberturas adicionales a nivel de salud que puedan cubrir efectos o consecuencias de posible contagio durante el viaje. En relación a los eventos corporativos, asociativos y ferias, son necesarias coberturas sobre las posibles pérdidas económicas que puedan derivar de algún acontecimiento en la realización de estas actividades. En consecuencia los organizadores sentirían cierto nivel de garantía a la hora de confirmar la realización de su actividad y no pondrían o suspenderían como ocurrió con más del 75% de ellas al comienzo de la pandemia el año pasado.

**¿Qué aspectos le parecen más difíciles de aceptar por parte de sus empresas cliente?**

En realidad la recuperación depende más del entorno sanitario y la realidad que vivimos. En la actualidad las interacciones son virtuales y poco a poco se deberá ir migrando a un escenario híbrido, en la medida que las condiciones y los confinamientos de los participantes lo permitan. A nivel corporativo las empresas han llevado a cabo una rebaja importante en sus presupuestos para viajes y eventos, y muchas de ellas han manifestado que lo mantendrán tras la pandemia. En cuanto al sector asociativo, la extensión de las restricciones y cuarentenas han volcado dichos eventos a formatos 100% virtuales y, en muy pocos casos, a híbridos.

**¿Cómo percibe la recuperación del sector?**

Claramente se observa que el ritmo de recuperación estará vinculado a la velocidad de vacunación y lo efectivos que logren ser los destinos a la hora de garantizar la seguridad sanitaria y la protección de los viajeros que esperan recibir. Esperamos una reactivación de los principales destinos de Latinoamérica hacia mediados del segundo semestre de este año y más masivamente de cara a principios de 2022. El desarrollo de los viajes de incentivo se ajustará a esta percepción.

**¿Cómo pueden las aseguradoras estimular la recuperación de la Industria MICE?**

Ampliando sus pólizas e incluyendo preferentemente, en todas ellas la cobertura Covid-19 con hospitalización hasta la recuperación. Si no es el caso, que cubra al menos los 14 días de cuarentena que se aplican en muchos destinos. También contribuiría a la recuperación que la compañía de seguros asumiese el coste de la prueba de antígenos o PCR antes y después del viaje, y esto en todas las ocasiones en que sea necesaria su realización. Básicamente, se trata de que dispongamos de nuevas alternativas que se adecúen a las necesidades actuales de esta nueva era.

**¿Qué aspectos le parecen más difíciles de aceptar por parte de sus empresas cliente?**

El aceptar proveedores que no puedan aportar sellos de seguridad, ya que se está priorizando la seguridad ante otros factores como el precio, la ubicación del lugar, la categoría del establecimiento... Los contratantes de eventos corporativos velan ante todo por la seguridad de sus colaboradores. Cuesta aceptar las condiciones de contratación en muchas ocasiones, ya que deberían basarse en políticas mucho más flexibles y que eximan de penalidades en determinadas circunstancias y permitan modificaciones de última hora.

**¿Cómo percibe la recuperación del sector?**

Va a depender bastante del sector/actividad al que pertenezcan y tipo de evento; los congresos y ferias más masivas se han visto algo más afectadas que los incentivos, convenciones, presentaciones de productos, eventos deportivos... El avance en el sistema de vacunación agilizará notablemente la recuperación. Los grupos serán reducidos en cuanto a número de personas para poder adaptarse a la limitación de aforos en los establecimientos. Asistimos al desarrollo de nuevos eventos híbridos incluyendo *box lunch* a domicilio, incentivos para parejas programados a medida, paquetes de experiencias para uso individual... Se trata de que quien se desplaza disfrute del viaje o experiencia que la empresa le ofrece, pero de una manera más individual y más segura.

**SARA VICIOSO**

Directora de Viajes El Corte Inglés (Perú)



“Contribuiría a la recuperación que se asumiese el coste de las pruebas de antígenos o PCR”

**PAULA FUSTER**

MICE Manager de Atlanta events & corporate travel consultants (España)



“Preocupan los gastos en que se puede incurrir con los proveedores en caso de cancelación”

**¿Cómo pueden las aseguradoras estimular la recuperación de la Industria MICE?**

El viajero debe tener la seguridad y garantía de que está cubierto ante cualquier problema derivado del Covid-19, ya sea asistencial, sanitario, de repatriación... y el que supone un cambio en las condiciones para viajar al destino tras haber contratado el viaje.

**¿Qué aspectos le parecen más difíciles de aceptar por parte de sus empresas cliente?**

Veo tres: no tener la seguridad de que se preserve la salud de los participantes en sus eventos; les preocupan los gastos en que pueden incurrir con los proveedores en caso de cancelar el evento y, por último, la no obtención de reembolso de los pagos realizados por servicios que, por razones ajenas a la voluntad de los clientes como consecuencia de la pandemia, se tienen que anular.

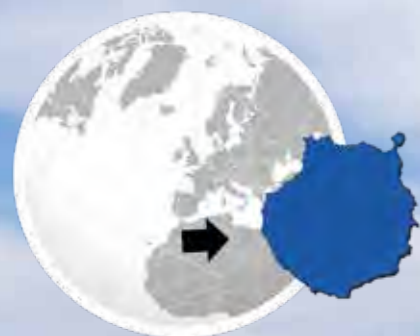
**¿Cómo percibe la recuperación del sector?**

A corto plazo, sin vacunación, pasaporte sanitario ni apoyo institucional, es muy difícil que se organicen eventos pues las responsabilidades moral y económica son muy altas. Si existe vacunación y se mantienen restricciones de movilidad, la opción multisede cobra más fuerza, pues cada una de ellas puede ofrecer garantías de seguridad según el país. A medio plazo, con vacunación y pasaporte sanitario como base, aumentará gradual y lentamente la participación presencial, teniendo en cuenta que se deberá contemplar un presupuesto hasta ahora no incluido destinado a medidas anti Covid-19. Los viajes de incentivo tendrán como destino aquellos lugares que se perciban como "seguros", por la implicación de sus autoridades y agentes sociales en preservar el turismo (vacunaciones, facilidades sanitarias, certificados, pasaportes sanitarios...). Creemos que se optará por destinos poco masificados y programas con actividades que eviten al máximo el posible contagio. La recuperación total llegará cuando todo el mundo esté vacunado. Ayudaría mucho el apoyo de promoción, económico y medidas sanitarias de las instituciones y la salvaguarda de lo invertido si las condiciones sanitarias cambian.





**DESTINO Gran Canaria (España)**



# REFLEJOS DEL MUNDO

Si fuese posible volar con alas propias hacia Gran Canaria, lo ideal sería tomar tierra en el Pico de las Nieves, el más alto de la isla. Y desde allí ir descendiendo hacia la costa por los diferentes paisajes canalizados por barrancos que componen un prisma de muchos lados, entre los que, el que seduce por su sol y sus playas, es solo uno de tantos.

Por **Eva López Alvarez**

Gran Canaria es la tercera isla en tamaño del archipiélago de las Islas Canarias, situado a tres horas de vuelo de Madrid y en paralelo al desierto del Sáhara. Se encuentra en el centro de un conjunto de ocho islas y recuerda por su forma a un reloj; para indicar los distintos lugares de costa se habla de la hora a las que se sitúan.

En los años 60 del siglo pasado, la una del mediodía, o lo que es lo mismo, Las Palmas de Gran Canaria —capital de la isla—, comenzó a sonar en el reloj turístico. Sin embargo, hoy en día, la hora que más suena son las seis de la tarde, coincidiendo con la ubicación de Maspalo-



mas. Se presenta como la capital europea del sol de invierno. Una estación que aquí se traduce en días de sol y temperaturas medias que oscilan entre los 21º y los 16º grados en las jornadas más frías. Los espectaculares atardeceres también decoran un destino que registra 259 días despejados al año.

El Aeropuerto de Gran Canaria se encuentra a medio camino entre la capital, al noreste, y Maspalomas, donde se concentra la oferta turística, en el sur. En total, la isla cuenta 1.500 km².

Gran Canaria alberga muchos más paisajes que el más árido que inunda su parte más meridional. Por la autopista que conecta el aeropuerto al sur ya se percibe en

como el paisaje se vuelve cada vez más desértico. Precisamente en el lugar conocido antiguamente como Puerta del desierto, se encuentra un *venue* donde se celebran eventos y se aprende sobre el desarrollo turístico de Gran Canaria.

**Finca Condal**, construida en 1691, era la residencia de la familia del Conde de la Vega Grande. En lo que era la casa hoy se encuentra un pequeño museo en el que se cuenta que el Conde recibió la parte sur de la isla como agradecimiento de la Corona de Castilla por su apoyo en la expansión castellana.

Hasta los años 60 del siglo pasado el turismo de concentraba en torno a la capital. Un heredero de la familia, tras constatar que había más días de sol que en Las Palmas de Gran Canaria, fomentó la construcción de los primeros hoteles. Y así nació Maspalomas, uno de los destinos turísticos para quienes buscan sol, playa y diversión, más conocidos de Europa.

En Finca Condal, 590 comensales pueden asistir a una cena de gala en interior con cóctel previo en la terraza anexa o el jardín de los Olivos.

### Maspalomas

El Faro de Maspalomas indica el punto más al sur de la isla de Gran Canaria. Coronando las playas de Maspalomas, del Inglés y Meloneras, ilumina todo el año a turistas deseosos de sol y temperaturas clementes.

### El hotel Seaside Palm Bach goza de una ubicación privilegiada junto al mar, La Charca y las dunas

Sin una temporada realmente baja en condiciones normales, mayo, junio, septiembre y octubre son los meses más frecuentados por los grupos profesionales.

Sin embargo, Maspalomas no solo es un destino de desconexión a la luz del sol o los neones de la noche. También es un enclave natural único gracias a La Charca, lugar de descanso de numerosas aves migratorias entre los dos polos, y las famosas dunas, que no son más que una extensión del Sáhara separada del gigante de arena por el océano Atlántico.

Son 40 hectáreas de dunas entre el faro y la Playa del Inglés que albergan especies de fauna africana como el lagarto gigante y un gran número de aves.

El hotel **Seaside Palm Beach** goza de una ubicación privilegiada dentro de un oasis junto a La Charca, las du-

nas y la primera línea de playa. Con 328 habitaciones, destaca también entre las opciones para grupos por la calidad de su gastronomía.

Además de dos espacios para reuniones de entre diez y 80 personas, el recinto cuenta con dos piscinas y jardines que se pueden reservar parcialmente para actividades de *teambuilding*. La piscina de agua de salada —solo para adultos— forma parte del *spa*. Sus doce cabinas para masaje están al aire libre y rinden homenaje a la isla.

junio. El Grupo Lopesan también es propietario del vecino centro de convenciones Expomeloneras. Ejerce de corazón de una suerte de "oasis MICE" que engloba los también vecinos hoteles Lopesan Baobab y Lopesan Villa del Conde.

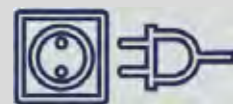
**Expomeloneras** tiene aforo para 3.000 delegados. Además de un auditorio de 800 plazas, ofrece un gran espacio divisible en nueve salas, completamente diáfano y con diez metros de altura. Como ventaja añadida, el organizador puede gestionar centro y hoteles con un solo interlocutor.

## Datos de interés



**Moneda**  
Euro (EUR)

**Huso horario**  
GMT -1



**Tipo de enchufe**  
Clavijas tipo C / E / L  
Voltaje común 230 V

**Aeropuerto internacional**  
Aeropuerto de Gran Canaria (LPA)



### Más información

GRAN CANARIA CONVENTION BUREAU  
Sergio Maccanti  
Técnico MICE  
Tel +34 928 261 570  
grancanaria@grancanariacb.com  
www.grancanariacb.com



Dunas de Maspalomas

La misma propiedad cuenta dentro del palmeral con el **Seaside Grand Hotel Residencia**, un cinco estrellas Gran Lujo de 94 habitaciones que figura en lo más alto de la lista de los mejores hoteles de Gran Canaria.

### Oasis MICE

Uno de los referentes de la isla para congresos y convenciones es el hotel **Lopesan Costa Meloneras**, actualmente inmerso en un vasto proyecto de reforma que culminará en

**Lopesan Villa del Conde** es un hotel de cinco estrellas y 576 habitaciones cuyo vestíbulo es una impresionante réplica de la iglesia de San Sebastián de Agüimes. Las 521 habitaciones y 40 *suites* se encuentran en casas comunicadas que reproducen las diferentes arquitecturas canarias. Todas las habitaciones cuentan con vestidor.

**Lopesan Baobab** rinde homenaje al África negra en su decoración. Tiene 617 habitaciones y 60 *suites*, además



de una sala con vistas en el piso superior para eventos de hasta 700 invitados.

El Grupo Lopesan cuenta con un hotel más junto al Faro de Maspalomas: el **Faro**, solo para adultos, alberga 174 habitaciones y once *suites*. Lopesan también cuenta con dos campos de golf de 18 hoyos en el sur de Gran Canaria.

tencia. Se puede dar vueltas por el circuito conduciendo, e integrando como prueba por equipos el cambio de neumáticos al más puro estilo Fórmula 1. Cada participante debe asumir su función con la máxima precisión para registrar el menor tiempo posible. Para mayor seguridad, el conductor siempre va acompañado por un instructor. En total se pueden utilizar ocho coches.

el lugar desde 1760. La degustación de recetas locales, con el perfecto punto de sal, son el remate ideal a una visita inolvidable en un enclave único.

No hay incentivo que se precie en Gran Canaria que no incluya una salida al Atlántico. Pasito Blanco es el puerto más cercano a Maspalomas, aunque existen otras opciones como el trayecto entre Puerto Rico y Mogán, disfru-

rante un rato de *parasailing*. De nuevo, el océano que rodea Gran Canaria se ofrece todo el año para disfrutar de sus aguas en las diferentes calas. También se ofrecen salidas más largas para incentivos: grupos de hasta diez personas pueden rodear la isla en velero durante dos días.

**Anfi del Mar** es un complejo dotado de una playa e isla artificial donde los grupos pueden desembarcar. Hasta 1.000



Salinas de Tenefé

### **Teambuilding al aire libre todo el año**

Olimpiadas en la playa, actividades náuticas con distintos niveles de adrenalina, escultura en la arena... las posibilidades de *teambuilding* para grupos de incentivo son numerosas. Y se pueden programar durante todo el año.

Entre Maspalomas y el aeropuerto, el **Circuito Maspalomas** se ofrece para momentos de diversión y velocidad con sus vehículos Fun Cup, diseñados para carreras de resis-

En la misma zona, las **Salinas de Tenefé** son un interesante ejemplo de cómo se combinan tradición y modernidad, rusticidad y diversión, sostenibilidad y calidad... en lo que resulta un *venue* muy singular. Durante un recorrido para un máximo de 25 personas, se cuenta la historia de la sal, la diferencia entre la sal artesanal e industrial, la flor y las escamas del que fue mucho tiempo considerado como el oro blanco... mientras se descubre el fascinante proceso de extracción que se mantiene en



Mogán

tando de parte de las vistas más bonitas del litoral gran-canario.

**Keep Sailing** cuenta con tres veleros, el mayor para doce personas, muy utilizados para incentivos que pueden incluir desde una sesión de *jazz* durante la puesta de sol a un circuito de actividades náuticas con base en el mismo barco: desde regatas o carreras en motos de agua a paseos en *paddel surf* o el disfrute de las panorámicas du-

personas ya han admirado al mismo tiempo el océano desde la isla ocupada por el restaurante **Maroá**. El conjunto es una suerte de parque de atracciones náutico con muchas opciones en cuanto a actividades lúdicas, y famoso en la isla por las sesiones de *chill out* y el *sashimi* de lubina que se sirve en el restaurante.

El catamarán **Five Star Boat** es una opción singular para fiestas a bordo gracias a sus 30 camas balinesas. Puede



recibir como máximo a 150 personas en fiestas que coinciden con el atardecer.

### Gran Canaria interior

Alberga sorpresas tan impactantes como el Camino de Santiago Insular: se trata del único tramo de esta peregrinación fuera del continente y recorre los 66 kilómetros que separan los dos templos jacobeos de Gran

viajeros solo ve el lado de Maspalomas en el gran prisma que es Gran Canaria.

Partiendo del paisaje desértico de las dunas en el sur, y con solo recorrer los 100 kilómetros que separan Maspalomas de Agaete por el interior, es posible atravesar diferentes climas, distintos universos en cuanto a vegetación y paisajes, y descubrir vestigios ancestrales.



Canaria: la iglesia de San Bartolomé en Tunte, y Santiago de los Caballeros en Gáldar. Recrea el trayecto que, según se cuenta en la zona, realizaron unos marineros procedentes de Galicia a comienzos del siglo XV como agradecimiento por haber sobrevivido a una tormenta.

Es solo uno de los muchos secretos que esconde el interior de Gran Canaria y que forma parte de los atractivos más desconocidos de España. La gran mayoría de

Y todo por una carretera panorámica que no cesa de serlo en ningún momento del recorrido: desde cráteres volcánicos a valles cubiertos de aloe vera, pasando por formaciones geológicas de gran interés a bosques de pinos y zonas húmedas donde crecen los eucaliptos.

Es muy fácil entender en esta ruta, salpicada de paradas de interés, porqué Gran Canaria se presenta como un resumen de los paisajes del archipiélago canario.

Entre las paradas más emblemáticas está el mirador de la Degollada de las Yeguas. También las necrópolis que remontan a los tiempos de los llamados "antiguos canarios", hermanos de los guanches que habitaban las islas en tiempos de su conquista y de los que se han encontrado más de 80 tumbas entre la piedra volcánica.

También las queserías, en las que conocer a pastores que aún hoy practican la trashumancia y degustar algunas de las más de 80 variedades de queso que se producen en la isla.

Existe un lugar dentro del magnífico valle de Agaete que aglutina buena parte de todos estos aspectos que el turista no espera encontrar en Gran Canaria. Se trata de **Finca La Laja Bodega Los Berrazales**. En un entorno único rodeado de montañas, cinco generaciones de la misma familia producen vino y café. De hecho, éste es el lugar más septentrional del mundo en el que se produce café e interesantes variantes como la mermelada de café.

Grupos de hasta 250 personas pueden descubrir el proceso de elaboración, recoger plátanos, aprender a diferenciar mangos y papayas, participar en talleres de mojo... en estas doce hectáreas de paraíso entre montañas que es un auténtico homenaje a la tendencia de consumo "kilómetro cero".

### Los altos acantilados de roca negra del norte de la isla marcan la diferencia con el sur

En Casa Romántica, de la misma propiedad, se pueden organizar eventos de hasta 300 personas que asistan a la elaboración del queso familiar.

#### Norte de roca negra

Los altos acantilados de roca negra que rodean cada playa marcan la diferencia con el sur. El **Hotel & Spa Cordial Roca Negra**, en Agaete, no solo tiene entre sus vistas los imponentes acantilados sino varias piscinas naturales, situadas a 200 metros del establecimiento.

Con 140 habitaciones, el 80% de ellas con vistas al mar, fue reformado hace dos años y todas cuentan con terraza. En la azotea se organizan durante todo el año eventos de hasta 450 personas en cóctel con magníficas vistas. Parte del *rooftop* también se utiliza para sesiones de yoga o pilates.

Pertenece a la cadena canaria Cordial, que está desarrollando interesantes proyectos en la capital. El *spa* no está incluido en la tarifa para huéspedes. Alberga piscina anterior con zona para masaje de pies, circuito de duchas,

## Teambuilding en Gran Canaria

### Reforestación

Con el receptivo **Hand Made Tours** se organizan salidas para reforestación en grupos de hasta 50 personas colaborando con Fundación Foresta, una entidad privada sin ánimo de lucro destinada a recuperar, mantener y conservar los bosques.



### Cuidado personal

**Ineventing** propone que los viajeros se cuiden a sí mismos con su concepto *body & mind* en el Convento de las Dominicas de Teror. En la cima de una montaña, se realiza un taller de *mindfulness* seguido de un almuerzo "kilómetro cero".

### Gran Canaria rural

**Insuite** invita a vivir la Gran Canaria más rural, descubriendo la trashumancia con los grupos que pueden elaborar queso, ordeñar vacas y trasquilar ovejas en grupos de hasta 60 personas antes de una degustación de algunas variedades locales.



### De mercado

En el mercado agrícola de Santa Lucía, **Gastronomic Projects** propone que los grupos, con un presupuesto limitado compren (en su justa medida) los ingredientes con los que cocinarán una receta canaria elaborada por ellos mismos.



profunda piscina de flotación y seis cabinas de masaje. Hasta 36 personas pueden relajarse en este espacio en caso de una privatización completa.

El hotel cuenta con un centro de eventos al otro lado de la calle con salas para grupos entre 20 y 180 delegados en formato teatro. La sala mayor, acristalada, cuenta con terraza. El restaurante anexo La quisquilla, también perteneciente al hotel, ofrece recetas a base de arroces y pescados.

En **Casa Quintanilla**, a diez minutos de Las Palmas de Gran Canaria, la tercera generación explota una casa de finales del XIX en lo que era y sigue siendo una finca plataneira. Es un lugar en el que rusticidad y elegancia se combinan como marco para cenas de gala de hasta 220 comensales. Distintos espacios interiores en la casa, decorada con sumo gusto y autenticidad, se ofrecen para reuniones de hasta 30 personas.

#### Las Palmas de Gran Canaria

El lugar donde empezó todo desde el punto de vista turístico es la capital de la isla y comparte capitalidad del archipiélago canario con Santa Cruz de Tenerife.

Los primeros turistas eran cruceristas que en el siglo XIX descendían de los navíos y visitaban fincas como **Bodega San Juan-Museo del Vino**. Se accede por un bonito camino de algarrobos centenarios que ya se ha utilizado

### El turismo en Gran Canaria empezó en el siglo XIX con los primeros cruceristas británicos

para banquetes. Las comidas campestres entre los viñedos es una de las propuestas más recientes. Además de los numerosos espacios exteriores, cuenta con una sala para eventos de hasta 100 personas.

para banquetes. Las comidas campestres entre los viñedos es una de las propuestas más recientes. Además de los numerosos espacios exteriores, cuenta con una sala para eventos de hasta 100 personas.

El restaurante **Casa Montesdeoca**, especializado en cocina canaria, puede recibir 55 comensales en una cena de gala, dentro de esta antigua residencia del siglo XVII.

Vegueta es el casco antiguo de Las Palmas de Gran Canaria y escenario ideal para una búsqueda del tesoro. El **Museo Casa de Colón** es un

El **Teatro Cuyás**, en el vecino barrio de Triana, ofrece las 940 butacas de su teatro y el patio interior para eventos profesionales en pleno centro comercial y gastronómico.

El **Gabinete Literario** es un club social que recibe eventos. La joya de sus espacios es el Salón Dorado, un ejemplo de refinado neoclasicismo que alberga banquetes de hasta 250 comensales.

Al principio de la playa de Las Canteras se encuentra un simulacro de fortaleza que en realidad es una de las obras más majestuosas del arquitecto Óscar Tusquets.

En el **Palacio de Congresos de Canarias Auditorio Alfredo Kraus**, el mar está



presente en todas partes, hasta en el fondo del escenario del auditorio principal, que cuenta con 1.600 butacas. En total, el palacio ofrece catorce espacios con diferentes capacidades, a los que se añaden singulares exteriores junto al mar para *coffee breaks* o cócteles durante los que divisar la playa y la ciudad.

**INFECAR** (Institución Ferial de Canarias) alberga el segundo centro de congresos de la capital: el **Palacio de Congresos Gran Canaria** puede recibir 750 personas en el auditorio, al que se añaden seis salas adyacentes y dos vestíbulos. Varios proyectos en curso dotarán al recinto de nuevos espacios.

En los tres kilómetros de la playa de Las Canteras se organizan clases de *surf*, *kitesurf* y *windsurf*. Los grupos tienen acceso directo a la playa en el hotel **BULL Reina Isabel & Spa**, un clásico del destino con 225 habitaciones y cinco salas para eventos, el mayor de 688 m<sup>2</sup>.

Para disfrutar de la cocina canaria con productos recién pescados y vistas al mar, el restaurante **La Marinera** es muy utilizado para grupos MICE. En la playa de Las Can-

teras, 200 comensales pueden saborear los pescados locales rodeados del océano.

El hotel **Santa Catalina A Royal Hideaway Resort** es una de las joyas hoteleras de la isla. Fue inaugurado en 1890 y aún conserva la atmósfera llena de glamur que lo caracterizó en su fundación. Tras una profunda remodelación, el grupo Barceló lo ha incluido entre sus hoteles más exclusivos. Tiene 206 habitaciones y tres salones para eventos. El más emblemático es el Martín Fernández de la Torre, para 180 comensales en cena de gala.

La azotea, reservada para adultos, cuenta con gimnasio panorámico para huéspedes de las categorías superiores. Ejerce de *lounge* hasta su apertura al público y se ofrece para cócteles con vistas al puerto para 80 invitados. Su restaurante 1890 La Bodeguita es uno de los locales de moda en la ciudad.

Un convention bureau garante de la fantástica hospitalidad grancanaria completa la amplia oferta de una isla que ofrece mucho más de lo que la hace famosa. Gran Canaria es un mundo de sorpresas al alcance de la mano.

## Ruta del vino de Gran Canaria

Existen muchas particularidades propias a las Islas Canarias que hacen que sus productos sean especiales: desde el café más septentrional del mundo a los quesos elaborados a partir de leche fresca, pasando por los vinos en cuya historia no figura la filoxera.

La plaga procedente de Estados Unidos que en 1870 asoló la viticultura europea no llegó a las Islas Canarias. Por eso es posible asistir a la plantación de parras directamente en la tierra, sin necesidad de injertos. La influencia de la tierra es si cabe más intensa en los vinos canarios. Una tierra que es volcánica e infiere una personalidad aún más fuerte a la bebida.

Las uvas listán negro y moscatel de Alejandría son las más cultivadas en Gran Canaria. De ellas proceden vinos tintos con un claro tinte mineral y blancos afrutados de dulzor muy agradable.

Fruto del creciente interés por los vinos grancanarios acaba de definirse una Ruta del Vino de Gran Canaria que engloba 57 experiencias. No se incluye la visita de bodegas, también se puede degustar el vino local en restaurantes, alojamientos, tiendas especializadas o a través de empresas de turismo activo que relacionan sus propuestas con la degustación de distintos vinos.





# LA VIDA MÁS FÁCIL

Cuando el usuario solo tiene que recordar una sola contraseña, puede refrescar la memoria sobre sus contactos, publicar en varias redes de mensajería a la vez o reunir todas sus tareas en un solo calendario... significa que una *app* está detrás. Incluso escribir y pronunciar perfectamente resulta sencillo ¡nada escapa al alcance de las aplicaciones!

**WordReference** permite llevar múltiples diccionarios en el teléfono



- ▶ Es un catálogo de diccionarios en distintos idiomas
- ▶ Incluye traducción y frase con ejemplo de uso, además de permitir escuchar la pronunciación en el idioma elegido
- ▶ Incluye variantes dentro de las lenguas más habladas. Por ejemplo, es posible traducir términos en inglés de Escocia o inglés americano
- ▶ Cuenta con un foro de dudas con más de cuatro millones de entradas en español
- ▶ El usuario selecciona los idiomas que más le interesan
- ▶ Teniendo en cuenta las preferencias, la *app* sugiere términos en el momento de la búsqueda
- ▶ La versión de pago incluye también los diccionarios Oxford Unabridged y Concise

**LastPass** reúne todas las contraseñas en una sola



- ▶ Es un administrador y generador de contraseñas que garantiza un entorno seguro para las mismas
- ▶ Todos los servicios de la *app* dependen de una contraseña maestra que el usuario debe recordar
- ▶ Una vez creado el perfil, reúne todas las cuentas en línea, rellenando automáticamente todas las contraseñas cuando el cliente accede a una web o aplicación en la que ya está registrado
- ▶ También guarda y protege datos bancarios con tecnología similar a la de los bancos
- ▶ Se sincroniza con cualquier dispositivo
- ▶ Incluye un segundo nivel de protección para una mayor seguridad
- ▶ Ofrece un servicio de asistencia técnica

**Cloze** para una mejor gestión de los contactos



- ▶ Organiza los contactos de clientes y proveedores integrando numerosos detalles sobre la relación establecida con ellos para una conexión más personalizada
- ▶ Extrae información sobre los contactos con los que se mantiene relación en las redes sociales
- ▶ Cuando se accede a la persona o entidad no solo se obtienen sus datos, también la fecha de la última conversación o cita, el estado de proyectos en curso que le involucran y reacciones a publicaciones o estados compartidos
- ▶ Permite refrescar la memoria sobre los contactos menos frecuentes
- ▶ La *app* indica por qué medio se suele entrar en contacto con la persona seleccionada y cuándo se produjeron las últimas interacciones
- ▶ Se pueden programar alertas relacionados con eventos que afectan al contacto o la apertura de un mensaje que se le haya enviado
- ▶ Al integrar el servicio de mensajería elegido, antes de volver a entrar en contacto se pueden consultar los últimos mensajes compartidos

**Franz** reúne todos los servicios de mensajería



- ▶ Es una aplicación de comunicación que aglutina hasta 70 *apps* diferentes, incluyendo las más utilizadas por los usuarios como WhatsApp, Messenger, Slack, Telegram, Skype, Gmail, Hangouts, Google Calendar, Discord, LinkedIn, Twitter, Trello, Outlook...
- ▶ Cada servicio se configura en una pestaña diferente para diferenciar claramente las conversaciones u acciones desarrolladas en cada servicio
- ▶ El usuario ve cada *app* como si estuviese en su versión web
- ▶ Se pueden publicar contenidos en varias ventanas a la vez
- ▶ Permite programar de manera individual las notificaciones de cada aplicación incluida
- ▶ Es posible desactivar todos los avisos a la vez en la interfaz principal
- ▶ Se pueden crear carpetas que aglutinen diferentes aplicaciones según el uso que se hace de ellas
- ▶ Incluye corrector de texto

**24me** aglutina todos los calendarios



- ▶ Administra y unifica calendarios, tareas, notas y cuentas personales
- ▶ Cada día genera la lista de compromisos y temas a tener en cuenta
- ▶ Permite compartir eventos, tareas, recordatorios y notas
- ▶ Se puede incluir información y alertas sobre el clima activando la ubicación
- ▶ Las alertas inteligentes avisan del momento idóneo para partir según las condiciones de la reunión y el tráfico
- ▶ Abre la aplicación de navegación predeterminada por el usuario en su dispositivo
- ▶ Cuenta con una opción para completar tareas en el momento elegido, como publicar saludos o enviar correos
- ▶ Se sincroniza con cualquier aplicación nativa que emita avisos



## LA EVOLUCIÓN DEL HOTEL: ESPACIO DE CONVIVENCIA Y OASIS DE SEGURIDAD

El hotel ya poco tiene que ver con aquel espacio donde se dormía por trabajo: ahora son lugares en los que sentirse mejor que en casa o la oficina, que ofrecen constantes posibilidades de *networking*, que se ofrecen como experiencias y, en los que se convive con otros huéspedes mientras todo camina hacia el *contactless*.

Por **Vincent Richeux**

Antes de la pandemia, privatizando para un grupo un hotel completo, o un ala de un establecimiento, no se buscaba crear una burbuja sanitaria. Por eso, si bien el alquiler total no es nada nuevo en el sector MICE, los motivos sí lo son. Muchas empresas están encontrando una alternativa satisfactoria a esta opción incluyendo en su demanda que el personal ofrezca todas las garantías de no ser portadores de Covid-19.

Se llega incluso a solicitar que los empleados no abandonen el recinto mientras los participantes en un congreso, convención o incentivo se encuentren en él. Y, en caso de desplazarse, que las personas dedicadas al transporte o la visita de espacios no tengan contactos fuera del grupo mientras dure la operación.

La pandemia llegó en un momento en el que los hoteles empezaban a ofrecer exactamente lo contrario: que sus estableci-

mientos fuesen espacios abiertos a los visitantes y la población local donde interactuar, vivir experiencias culinarias, disfrutar de panoramas desconocidos para los propios habitantes... por eso el varapalo fue, si cabe, más fuerte para marcas que estaban empezando a hacer de la convivencia su razón de ser.

### La evolución del hotel

Sin embargo, con las restricciones derivadas del Covid-19 se desarrollaron nuevos conceptos que, si bien no compensan en ningún caso la falta de visitantes, han servido para que muchos hoteles generasen ingresos vitales para su subsistencia, principalmente alquilando habitaciones como espacios de trabajo u ofreciéndolas como residencia a los nómadas digitales.

Y no solo para ellos, sino para todo aquel que buscase durante un tiempo cambiar de aires en tiempos de confinamiento tra-

bajando de manera remota. Solo en España el año 2020 terminó, según datos de Randstat en base a la información generada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), con 1,9 millones de trabajadores realizando sus tareas en remoto, lo que significa que cerca del 10% de la población activa del país estaba teletrabajando. La mayoría de ellos tiene entre 25 y 45 años.

Este es el argumento de venta de cadenas como Selina Hotels. Su concepto **Selina CoLive** ofrece la residencia en sus habitaciones y el uso ilimitado de sus áreas comunes como espacios de *co-working* con buena conexión a Internet.

El cliente adquiere una suerte de bono mensual que se puede consumir hasta en tres hoteles diferentes del grupo. La duración del bono, que incluye desde 30 noches a 180 noches, es en su versión más corta de cuatro meses y cada estancia debe incluir al menos tres noches.

Este bono incluye la limpieza semanal de la habitación, sesiones diarias de *wellness online* y descuentos en restaurantes y actividades en el destino elegido. El grupo, nacido en 2015 en Panamá en un destino para adeptos al *surf*, ofrece hoteles de diseño muy enfocados al público *millennial* en un total de 85 establecimientos en 20 países.

El 50% de sus habitaciones se destinan a estos programas "por suscripción". La cadena presume de su programa Selina Gives Back, un plan de voluntariado integral para personal, clientes y habitantes de la zona que incluye desde impartir clases a la comunidad o ayudar en la mejora de infraestructuras.

Las continuas posibilidades de hacer *networking* forman parte de los atractivos de estos hoteles en los que el resto de personas son más vistos como colegas que como huéspedes.

### Hotel-oficina

La pandemia no hizo sino acelerar y extender el concepto ideado por Selina. El año pasado Meliá fue uno de los grupos hoteleros que comenzó lanzando **Day Stay**, una propuesta de teletrabajo desde las habitaciones de sus hoteles urbanos, ofreciéndolas como oficinas durante el día.

El paquete, que de momento continúa activo, incluye durante el día (de 8 a 20h) *Wi-Fi* ilimitado de alta velocidad, *kit* de protección con mascarilla y gel hidroalcohólico, botella de agua de cortesía, café y té, *fitball*, servicio de impresión y un descuento del 10% en los restaurantes del hotel.

Además, el cliente tiene acceso de manera gratuita a la piscina y el gimnasio y, con cargo adicional, puede hacer uso del



Hotel Selina La Fortuna (Costa Rica)

servicio de habitaciones, lavandería, minibar, aparcamiento o *transfer*.

Del Day Stay se llegó al **Long Stay Workation**, que propone combinar trabajo y vacaciones en sus *resorts* alojándose en habitaciones con balcón y/o terraza. La estancia incluye los mismos servicios del Day Stay además de acceso a gimnasio, piscinas, *rooftops* y el calendario de actividades del hotel.

Si bien aún no se puede contabilizar cuánta gente habrá pasado del trabajo presencial al teletrabajo una vez se supere la

Ya en 2015 había surgido un nuevo concepto de hotel "por suscripción", según el cual el huésped adquiere un bono de noches que consume a su gusto en los establecimientos de su elección





pandemia, nadie discute que el porcentaje será mucho mayor que antes de la misma, cuando solo el 4,8% de los trabajadores no acudía a una oficina.

#### Digitalización acelerada

Ya en 2018 llegaron al mercado productos que demostraban la apuesta de los hoteles por una digitalización que va más allá de abrir la puerta de la habitación con el *smartphone*. **NH Hotel Group** lanzó **FASTPASS**, que incluía *check-in* y *check-*

*out online* y, como gran novedad, el servicio Choose your room a través de la web o una *app*.

De este modo el huésped ya podía personalizar su estancia seleccionando vistas a interior o exterior, el tamaño de la cama, bañera o ducha. Si eliges con antelación, garantizarás tener una habitación donde poder disfrutar de todas las comodidades que valoras en casa. También acceder al plano del hotel para elegir la ubicación de su habitación.

A raíz de la pandemia, el hecho de ofrecer servicios sin contacto se convirtió en la única manera de garantizar al máximo la seguridad sanitaria en aquellos hoteles que permanecieron abiertos. No solo en cuanto al pago: la extensión del registro y salida *online* es algo que los clientes profesionales ya dan por hecho.

Según un estudio de Deloitte, el 60% de los potenciales huéspedes prefiere alojarse en hoteles que ofrezcan el *check-in* sin contacto, un porcentaje que según la consultora aumenta cuando se trata de viajeros frecuentes.

En esta línea, el pasado mes de febrero **Accor** lanzó **Accor Key**: el viajero recibe la llave de su habitación virtualmente una vez descargada una aplicación de llave digital. De este modo pueden acceder a las habitaciones, las salas de reuniones y utilizar los ascensores utilizando el *smartphone*. Mediante la

ubicación del cliente, al salir del hotel la llave móvil se desactiva automáticamente.

El objetivo del grupo hotelero francés es haber instalado esta tecnología en el 50% de sus habitaciones en los próximos cinco años.

#### Más contacto humano y más *contactless*

Los hoteleros se esfuerzan por hacer de sus establecimientos lugares donde favorecer el contacto humano, ya sea entre los huéspedes, o entre éstos y la comunidad en la que se encuentre el hotel, sin renunciar a un abanico de servicios cada vez más amplio "con contacto cero".

El contacto cero no solo genera sensación de seguridad sanitaria. Según Deloitte el 16% de los viajeros profesionales considera que debería ser obligatorio en relación a aspectos como el registro o el *check-out*. La reducción de los tiempos de espera es el primer, y más valorado, efecto.

También supone una ventaja para los establecimientos, que pueden controlar mejor los accesos y servicios asociados a la estancia, así como registrar las preferencias de cada cliente de tal modo que se le pueda ofrecer una experiencia más personalizada en la próxima ocasión. La rapidez y comodidad en el momento de pagar la estancia es otra de las ventajas que conlleva la digitalización.

El servicio de habitaciones cada vez consiste menos en una llamada y una persona que entra en la habitación a depositar la comida

Los hoteleros se esfuerzan por hacer de sus establecimientos espacios "más humanos" sin renunciar a un abanico cada vez más amplio de servicios "con contacto cero"

seleccionada. A través de una *app*, el viajero elige sus platos y puede consultar el tiempo restante hasta que su petición se encuentre en la puerta de su habitación.

#### Hoteles "burbuja"

Antes de la pandemia este tipo de hoteles eran auténticas esferas transparentes que se ofrecían para incentivos. En ellas se puede desde dormir suspendido en una montaña, como en el Valle Sagrado de Perú, o disfrutar del cielo estrellado cerca de Madrid o en el corazón de la Patagonia.

Accor espera instalar la tecnología Accor Key, que permite abrir y acceder a habitaciones, salas y ascensores mediante el teléfono, en el 50% de sus habitaciones los próximos cinco años





La OMT alertó en 2020 del peligro que conlleva la proliferación de uso de plásticos como consecuencia de la pandemia y lanzó la Iniciativa Mundial de Turismo y Plástico

Ahora con esta apelación se denomina a los hoteles privatizados, completamente o por zonas según las características del establecimiento, para que los grupos no se crucen con personas ajenas en un intento de cuidar al máximo a los asistentes. La necesidad de ofrecer tranquilidad a los grupos ante el miedo a los contagios está dando alas a estos alquileres completos, incluyendo en ocasiones el personal dedicado en exclusiva durante todo el evento.

Esta es una opción que encarece el presupuesto, pero asegura la serenidad de organizadores y asistentes. Ya se han dado casos de programas de varios días en los que el personal de

transporte también convive únicamente con los participantes en la convención o incentivo.

De este modo el hotel se convierte en un pequeño mundo, completamente adaptable a la operación, que ejerce de universo propio para la empresa y sus invitados, acentuándose la sensación de convivencia sin renunciar a la tranquilidad.

Si bien esta oferta no tiene nada de novedoso, son muchos los complejos que ahora más que nunca ofrecen a sus clientes disponer completamente de una parte de sus instalaciones, incluso ofreciendo en exclusividad una parte de la playa para el disfrute de los asistentes o la organización de actividades de *teambuilding*.

### Sostenibilidad vs pandemia

La Organización Mundial del Turismo (OMT) alertó en 2020 del peligro que conllevaba el aumento del uso de guantes, mascarillas, botellas de gel desinfectante, mamparas de protección y porciones individuales empaquetadas en los bufés.

En consecuencia, nació la **Iniciativa Mundial de Turismo y Plásticos**, liderada por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP) y la OMT, en colaboración con la Fundación Ellen MacArthur. Contaba en diciembre de 2020 con 46 entidades signatarias e incluye una lista de recomendaciones. Entre ellas se propone crear procedimientos de limpieza y desinfección que estimulen la adopción de modelos de reutilización o evaluar el uso de envoltorios y artículos de plástico inevitables, analizando la posibilidad de recurrir a materiales reciclables.



La reducción de los *amenities*, de tal modo que solo se ofrezcan cuando el cliente lo requiera, implicando a los huéspedes en el compromiso, o una utilización más responsable de productos químicos para la limpieza, también forman parte de las sugerencias.

Son muchos los hoteles que han optado por envolver el mando a distancia en *film* transparente. Tal y como alerta la OMT, "no es una medida de desinfección, por lo que un doble envoltorio, además de ser un derroche de recursos, genera una falsa sensación de seguridad o protección a los consumidores".

No obstante, la pandemia está generando algunas consecuencias positivas en cuanto a los desperdicios generados por el departamento de Alimentos y Bebidas. El aumento de servicios de cocina ante el cliente gracias a los bufés híbridos ha contribuido, tal y como se confirmó en el I Congreso de F&B Hotelero, en una reducción de la cantidad de comida desperdiciada. El cliente se ajusta más fácilmente a disponer en su plato de aquello que está dispuesto a comer.

En cuanto a los platos, la cubertería y la cristalería, se recomienda que se limpien y desinfecten debidamente, alentando el uso de piezas reutilizables en lugar de las de un solo uso.

El grupo hotelero Accor es uno de los firmantes de la iniciativa y se ha comprometido a eliminar todos los ítems de plástico de un solo uso en habitaciones, áreas de reuniones, restaurantes y espacios comunes antes de que concluya 2022. La nueva marca Greet ya incorpora este compromiso.

La sostenibilidad también se está integrando en los proyectos de construcción y renovación. Por ejemplo, en las obras desarrolladas por Fairmont, sus hoteles incorporan llaves con filtro de agua en las habitaciones para eliminar el uso de botellas de plástico.

A pesar del varapalo que ha supuesto para los hoteles las restricciones de movilidad, los retos a los que se enfrentan darán lugar a un nuevo sector en el que convivan la ausencia de contacto con un mayor compromiso humano y medioambiental sin renunciar a la interacción. El futuro pasa por dejar de ser un oasis aislado dentro del destino para consolidarse como un reduto de tranquilidad.

El aumento de servicios de cocina ante el cliente con los bufés híbridos está generando una reducción de los desperdicios de comida ya que el cliente se ajusta más fácilmente a aquello que piensa comer



# DESTINO Bilbao (España)



# BILBAO LA NUEVA

La capital económica del País Vasco es un ejemplo a nivel mundial de cómo una urbe dedicada a la industria pesada puede convertirse en una ciudad de servicios. Era necesario un punto de partida y de eso ejerció el Museo Guggenheim. El pujante tejido empresarial local sumado al deseo de olvidar la contaminación y vivir en un destino limpio y atractivo hizo el resto.

Por **Eva López Alvarez**

El País Vasco español es hoy día una región muy diferente a la que era en el siglo pasado, sobre todo en Bilbao y sus alrededores. La industria pesada que tenía forma de astilleros, altos hornos, minas de extracción de hierro... habían generado un entorno metálico, gris y muy contaminado.

Cuando en los pasados años 90 una gran crisis social asolaba la ciudad como consecuencia del desmantelamiento de gran parte de esa industria, los poderes locales hicieron una arriesgada apuesta por la regeneración. El objetivo era hacer de este destino industrial y minero una urbe de servicios con gran parte del desarrollo ligado a la cultura. El pujante tejido empresarial local apoyó en gran medida esta iniciativa, que se concretó con la construcción



del Museo Guggenheim junto a la ría que antaño canalizaba la actividad económica y era de un color muy diferente al de hoy.

Actualmente esa ría, o estuario del río Nervión, ya no es marrón ni recibe los desechos procedentes de los kilómetros de fábricas y chimeneas que se instalaron en sus riberas. Hoy es la arteria que alimenta un corazón moderno y vanguardista que no renuncia a sus arraigadas tradiciones.

Y es que en Bilbao se cuida una cocina que no renuncia a los platos que desde hace siglos dan fama al lugar como destino gastronómico de primer nivel, pero también presume de aglutinar hasta seis premios Pritzker de arquitectura en torno a su buque insignia..

Con 350.000 habitantes, los habitantes se jactan de que todo está "a diez minutos", ya sea caminando o con el metro diseñado por Norman Foster y que fue inaugurado en 1995. Fue el primero de los pasos hacia la nueva Bilbao. Los conocidos como "Fosterritos" o entradas al metro de cristal curvado, ya forman parte del abanico de emblemas que identifican al destino.

Diez minutos en metro separan precisamente el **BEC** (Bilbao Exhibition Centre), del centro de la ciudad, donde se concentran los hoteles. El recinto ferial de la ciudad fue construido sobre los antiguos altos hornos e inaugurado hace 16 años.



Se caracteriza por un diseño basado en la simplicidad que facilita el tránsito de grandes flujos y se resume en un centro de convenciones a la entrada y un amplísimo atrio bañado de luz natural que comunica con los seis pabellones (cuatro de 15.000 m<sup>2</sup>) y dos de 21.000 m<sup>2</sup>). El atrio representa la mayor capacidad para cenas de gala en toda la región vasca, habiendo albergado ya banquetes para 2.000 comensales.

La mayor sala en el centro de convenciones es un auditorio

de suelo plano que puede recibir en circunstancias normales hasta 900 delegados en teatro. El recinto cuenta con una terraza de 300 m<sup>2</sup> a 54 metros de altura. Antes de que finalice el año contará con gimnasio y piscina.

### Bilbao La Vieja

El actual casco antiguo, conocido por los locales como Bilbao La Vieja, mantiene la estructura de la ciudad medieval que nació en torno a las siete calles ideadas por Don Diego López de Haro, Señor de Vizcaya, en el siglo XV. Buscaba un lugar donde dar salida comercial a la pesca y el hierro extraído en los alrededores.

Como reminiscencia de aquella época, el **Mercado de La Ribera**, durante mucho tiempo el más grande de Europa, sigue ofreciendo cada día productos locales y de temporada. En él se organizan programas de *teambuilding* que pueden incluir saludos o negociaciones en euskera y culminar con una clase de cocina en el piso superior.



Mercado de la Ribera

La ciudad se fue poco a poco extendiendo por el otro lado del río. La poderosa burguesía del siglo XIX respaldó la construcción de edificios como el Teatro Arriaga y el actual hotel **Carlton**. Fue inaugurado en 1926 como sede del Gobierno Vasco y terminó siendo el primer hotel de la ciudad, con cinco estrellas, 142 habitaciones y doce salones para eventos.

Bajo una bonita bóveda elíptica se organizan cócteles de hasta 280 invitados. El Salón Imperial, joya de las instalaciones, se utiliza para banquetes de 250 comensales. Un elegante salón dotado de mesa imperial para 18 asistentes cuenta con la terraza anexa que, desde la fachada, ofrece vistas de la plaza Moyúa.

El **Silken Indaituxu**, de cuatro estrellas y 184 habitaciones, ocupa lo que era una antigua maternidad. Integrando la finca adyacente se creó un hotel que cuenta con nueve salones y capacidad máxima para 350 delegados en teatro en el mayor. Entre ellos destaca el Salón Jardines, para 30 asistentes a una sesión profesional, con bonito vestíbulo y acceso al patio ajardinado que recrea una suerte de oasis en el centro urbano.

### El hotel Carlton ocupa el edificio que se concibió como sede del Gobierno Vasco

El **Teatro Campos Elíseos** es uno de los pocos ejemplos de arquitectura modernista que se pueden encontrar en Bilbao. Abrió sus puertas en 1902 y tiene un auditorio de 750 butacas retráctiles que permiten elevar la zona del graderío hasta el nivel del escenario. La conocida como "Bombonera de Bertendona" mantiene sus elegantes colores originales. Un restaurante en el piso superior puede recibir hasta 135 comensales. Además, una sala polivalente con foyer acristalado se ofrece para sesiones de 250 personas.

Muy cerca, **Yimbi Street** ofrece un concepto de espacio completamente diferente, de inspiración industrial. Con cinco salas, una de ellas con cocina para *showcookings*, destaca sobre todo por su singular patio que puede recibir 170 invitados a un cóctel.

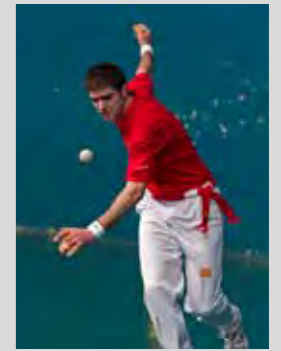
### El renacimiento

Con la inauguración del metro en 1995 la ciudad comenzó a avanzar hacia un futuro muy distinto al de aquel presente. Los poderes locales y regionales se unieron para respaldar la creación de un museo para la Fundación Guggenheim, que buscaba presentar parte de sus colecciones de arte contemporáneo en Europa. Cuentan que cuando Frank Gehry, el arquitecto responsable del proyecto, divisó la ciudad desde el mirador del monte Artxanda, decidió que

## Teambuilding en Bilbao

### Pelota vasca

De la mano de **Bilbao Pasa a Pasa**, los grupos son introducidos en una de las costumbres más arraigadas de la región vasca: el frontón. Pueden practicar con pala de madera o cesta punta, tras una demostración realizada por profesionales.



### Compras en euskera

En el País Vasco el euskera, o vasco, es lengua oficial y utilizada por buena parte de la población local. Muy difícil de aprender por no parecerse a ningún idioma conocido, es todo un reto saludar y negociar durante unas compras en el mercado.

### Artistas por un día

En la sala taller para 50 personas del Museo Guggenheim Bilbao se ofrecen sesiones de *think tank* sobre arquitectura en la que cada participante aporte su visión sobre cómo deben ser las infraestructuras del futuro y hacer un boceto que ilustre la idea.



### Cata de vinos

El *txacolí* es un vino blanco típico del País Vasco que hasta hace pocos años era considerado de escasa calidad. En los últimos años ha dejado de ser una bebida ácida y demasiado ligera para convertirse en una referencia de la producción local en vino blanco.



sería junto a la ría, exactamente en el lugar donde hoy se erige el gigante de titanio, donde llevaría a cabo su obra.

El **Museo Guggenheim Bilbao** abrió sus puertas en 1997. Algunos espacios se ofrecen para eventos a partir de la hora de cierre, así como los lunes al estar cerrado para las visitas.

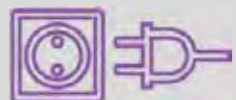
Un recorrido guiado suele preceder al cóctel en el vestíbulo. Hasta 400 personas puede admirar en este lugar el diseño de un edificio único. Tiene salida a la terraza al borde de la ría en la que se ubican las emblemáticas obras *Mamá de Louise Bourgeois* y *Tulipanes de Jeff Koons*. También es obra de este último artista el original perro *Puppy* que ejerce de anfitrión y cuyos colores cambian según la estación del año.

## Datos de interés



**Moneda**  
Euro (EUR)

**Huso horario**  
GMT +1



**Tipo de enchufe**  
Clavijas tipo F  
Voltaje común 230 V

**Aeropuerto internacional**  
Aeropuerto de Bilbao (BIO)



### Más información

BILBAO CONVENTION BUREAU  
Kepa Olabarrieta  
Director  
Tel. +34 944 79 57 70  
bicb@bilbaoturismo.bilbao.eus  
www.bilbaoturismo.eus

El auditorio de 300 plazas puede ser reservado a cualquier hora del día. Un espacio dedicado a talleres también se ofrece para cócteles de hasta 50 personas.

Se exige que las empresas organizadoras de eventos sean miembro corporativo del museo, ya que los ingresos derivados de los mismos son considerados como donaciones a la fundación que lo gestiona. Este requisito no se impone a las asociaciones.

### Referentes arquitectónicos

La apertura del Museo Guggenheim Bilbao supuso el pistoletazo de salida para la regeneración de la ría y sus riberas. Hoy el agua circula clara entre espacios verdes que concentran emblemas de la arquitectura contemporánea.

El Palacio de Congresos y de la Música Euskalduna Jaurregia, más conocido como **Palacio Euskalduna**, abrió sus puertas en 1999 sobre lo que habían sido los astilleros del mismo nombre.

Cuenta con 4.000 m<sup>2</sup> de *hall* de exposición con terrazas exteriores. En total son 26 las salas panelables que se ofrecen para sesiones profesionales, siendo la más grande la escalonada de 600 asientos. El auditorio tiene 2.164 butacas. Una sala VIP con capacidad para 22 personas cuenta con acceso directo al auditorio.

El recinto cuenta con un gimnasio y una terraza en el piso superior para cócteles con vistas de hasta 400 invitados. El edificio no solo es un ejemplo de diseño sino de sostenibilidad certificada.

## La apertura del Museo Guggenheim Bilbao supuso el pistoletazo de salida para la regeneración

El vecino **Meliá Bilbao** fue inaugurado en 2003, en un edificio inspirado en las esculturas de Eduardo Chillida que provoca interesantes juegos de luces y sombras en el imponente vestíbulo. Cuenta con 211 habitaciones, todas exteriores y con bañera y ducha, además de ofrecer la estándar más grande del destino, con 25 m<sup>2</sup>. La piscina climatizada semiexterior es de uso exclusivo para los huéspedes.

La sala plenaria es diáfana y tiene 330 m<sup>2</sup>. Sus dos restaurantes incluyen el **Aizian**, famoso por su cocina sofisticada y con 110 cubiertos. Tiene un espacio privado para 20 comensales.

El **Paraninfo de la Universidad del País Vasco** es un edificio diseñado por el arquitecto portugués Álvaro Siza y

también se ofrece para seminarios y congresos, además de ser la sede de la Cátedra de Cultura Científica.

### Pujanza empresarial

Aunque antes de la apertura del Guggenheim Bilbao no era un destino turístico, sí lleva muchas décadas siendo un destino MICE por la pujanza del tejido empresarial y las universidades basadas en la ciudad.

Ejemplo de que esto sigue siendo una realidad es la **Torre Iberdrola**, hoy el edificio más alto del País Vasco gracias a sus 41 pisos y sede de algunas de las compañías más punteras. En la planta 3 se ofrecen salas para reuniones de entre 45 y 120 participantes, siendo el piso 24 el que se utiliza para eventos con efecto *wow!* Es generado por las magníficas vistas en 360 grados. El espacio puede recibir hasta 300 personas panelando los 1.000 m<sup>2</sup> de manera que se puedan generar distintos ambientes.

En esta zona de Bilbao todo parece enfocado al desarrollo empresarial, a la evolución del conocimiento y al diseño. El **Miró Hotel**, de cuatro estrellas y 50 habitaciones, comparte propiedad con el vecino 5 Domine, de 145 habitaciones y justo enfrente de *Puppy*.

Una interesante colección de fotos decora el hotel Miró. Es un agradable hotel *boutique* que cuenta con dos pequeñas salas de reuniones llenas de luz. Unidas pueden acoger 35

## Los espacios para eventos de San Mamés rinden homenaje a la influencia británica

los ingleses que trabajan en la industria pesada quienes introdujeron el fútbol en la ciudad cuando, en los descansos laborales jugaban en la ribera de la ría.

personas en teatro. Completan las instalaciones una *wellness suite* y un reducido gimnasio.

Muchos de los grandes empresarios bilbaínos tienen los días de partido en el nuevo estadio **San Mamés**, que sustituye a la anterior "catedral" del fútbol local. El anillo central es una zona VIP de 3.000 m<sup>2</sup> que en días de partido oferta 3.000 plazas.

Se compone de diferentes ambientes que rinden homenaje a las influencias británicas que tiene Bilbao. De hecho, fueron

los ingleses que trabajan en la industria pesada quienes introdujeron el fútbol en la ciudad cuando, en los descansos laborales jugaban en la ribera de la ría.

Todos los espacios tienen vistas al césped. Los boxes VIP acogen pequeños grupos de entre ocho y doce personas, mientras que una original sala con butacas suspendidas tiene capacidad para 400 delegados en teatro.

Se ofrecen cursos de liderazgo para profesionales. Las actividades de incentivo y *teambuilding* también tienen cabida. Tras un taller de cocina se puede hacer un *tour* guiado del estadio.

Otro *venue* singular de sumo interés es el **Azkuna Centroat** - Centro de sociedad y cultura contemporánea. Bajo las órdenes de Philippe Starck se reconvirtió una antigua alhóndiga o almacén de vinos en el que se guardaba el vino de la vecina región de La Rioja para controlar



Vistas desde la Torre Iberdrola



su calidad, imponer impuestos y realizar la distribución.

Hoy es un recinto de 43.000 m<sup>2</sup> en cuyo atrio se han celebrado cenas de gala con 1.200 comensales. Es posible implicar a artistas locales en los eventos. Como espacios se ofrecen doce salas panelables, siete salas de cine, un auditorio de 400 plazas y una terraza de 3.000 m<sup>2</sup>.

### Nuevos proyectos

En 2020 la planta hotelera de Bilbao aumentará un 10%. Algunos proyectos ya han culminado, como el nuevo hotel **Catalonia Gran Vía Bilbao** que acaba de ser inaugurado en pleno centro. Tiene 106 habitaciones, piscina exterior en la azotea, zona *fitness*, *spa*, patio ajardinado, restaurante y varios espacios para eventos.

El grupo Radisson tiene previsto inaugurar en la misma calle un hotel de 137 habitaciones operado bajo su marca Radisson Collection.

La ría hizo de Bilbao un destino próspero gracias a ser navegable a lo largo de los 15 kilómetros que la separan del mar. No solo atrajo la atención de Frank Gehry cuando quiso colocar el Guggenheim en su ribera.

También atrae hoy en día a numerosos inversores que quieren convertir la isla Zorrotzaurre en un pequeño Manhattan bilbaíno. El plan maestro del proyecto de la

## Se puede navegar a lo largo de los 15 kilómetros que separan Bilbao del mar

que será la nueva gran operación de regeneración urbana puesta en marcha en Bilbao fue diseñado por Zaha Hadid.

### Un destino gastronómico

En San Sebastián se conocen como sociedades gastronómicas, en Bilbao como *chokos*. Son agrupaciones masculinas, algunas abiertas hoy a las mujeres, en las que los miembros cocinan y debaten, entre otras cosas, de fútbol.

Estos clubes sociales cuentan con un local que en algunos casos puede albergar eventos, aunque siempre de la mano de un socio. Cuando son aceptadas, las féminas no pueden acceder a la cocina y son servidas por los hombres, que también son quienes ponen la mesa. La Sociedad Bilbaína es una de las más antiguas y en ella se organizan eventos de tinte muy clásico.

Es uno de los caminos más auténticos para llegar a la afamada gastronomía vasca, mundialmente reconocida. Restaurantes como **El Viejo Zortzi** también son lugares idóneos para descubrirlo. Hasta 50 comensales pueden degustar productos frescos de gran calidad y de temporada, aderezados con los vinos de la amplia bodega en la que están representadas 17 nacionalidades. Es posible organizar catas.

Los caseríos vascos, suerte de haciendas rurales y ejemplos de arquitectura tradicional, también se prestan para la degustación de los platos más ancestrales. El de **Aspaldiko** es un joya crea-



©Azkuna Centroa

da hace más de 400 años en la que se organizan banquetes de hasta 300 invitados.

### La ría del Nervión

Navegar por los 15 kilómetros del estuario del río Nervión que separan Bilbao del mar Cantábrico conociendo la historia de la reconversión de la ciudad es una de las propuestas más demandadas para los grupos en incentivo.

El **Puente Bizkaia**, más conocido como Puente Colgante, es parada ineludible. Es un bello ejemplo de arquitectura industrial y el más antiguo de los ocho que existen en el mundo.

En realidad no es un puente colgante, sino un transbordador inaugurado en 1893, que une las dos márgenes de la ría a través de la llamada "barquilla". Gustave Eiffel firmó en su época el aval del buen diseño que permitía la puesta en marcha de este artefacto suspendido que traslada a pasajeros y vehículos sobre los 160 metros de agua que separan Portugaleta y Getxo.

Se puede subir en ascensor a lo alto del puente. Ya se han organizado cócteles para grupos de 50 personas y saltos desde sus 54 metros de altura. Fue reconocido como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 2006.

A sus pies se encuentra el **Puente Colgante**, un hotel *boutique* que ocupa la casa de un indiano erigida en 1893. Do-

## El Puente Colgante es un bello ejemplo de arquitectura industrial que alberga eventos

nado como hotel en 2003, fue reformado en 2020. Ofrece 74 habitaciones en tres plantas dentro de un establecimiento de marcada personalidad.

Cuatro salones permiten albergar sesiones con 200 delegados. La terraza se utiliza para cócteles de 150 personas. Desde el hotel se organizan numerosas actividades para grupos de incentivos, como talleres de coctelería, cenas con cata., *showcookings* en la pequeña sala de producción de cervezas o carreras de motos en la ría. Los grupos pueden ser trasladados desde el aeropuerto en trayectos por el agua de 45 minutos.

Al otro lado del puente se extiende el municipio de Getxo y su frecuentada en el verano local Playa de las Arenas. Recorriendo su paseo en *segway* se divisan las espléndidas mansiones y palacetes construidos por los grandes oligarcas vascos a finales del siglo XIX.

A este paseo se asoma el exclusivo **Real Club Marítimo del Abra**, al que los grupos pueden llegar en barco. En este club social inaugurado en 1902 se ofrecen varios espacios para reuniones y eventos, todos con vistas al mar. El mayor de los salones cuenta con 600 m<sup>2</sup>.

En la terraza del piso superior se organizan cócteles de hasta 500 invitados en circunstancias normales. También cuenta con una discoteca para fiestas de 200 personas. Junto a la piscina, el



Puente Bizkaia



Chuletón vasco



Real Club Marítimo del Abra



club cuenta con el espacio El Saltillo,, disponible de octubre a mayo para cócteles en interior con 180 asistentes. Un *choko* flotante se ofrece para eventos de entre 20 y 25 personas.

Regatas, salidas para la navegación... las actividades náuticas, preferentemente en grupos de hasta 100 personas, son la especialidad del lugar.

con el espacio exterior. El jardín ya ha sido utilizado para actividades de *teambuilding*.

### Plentzia

A 25 km de Bilbao, Plentzia es un apacible pueblo que esconde un curioso producto para incentivos: **Crusoe Treasure** es una aventura empresarial que empezó probando a conservar los vinos en el fondo del mar. Tras esa primera

rricas. Sirven de protección al vino y, además, de arrecife artificial. Hoy alojan 1.500 especies de plantas marinas y peces.

Los vinos, expuestos a las inclemencias del mar y con una temperatura que siempre oscila entre los 12 y los 18 grados, se puede degustar a bordo de un barco pesquero tras una salida que permita ver el *flysch*. Es un fenómeno geológico que fácilmente se puede observar en estas costas, basado en la formación de capas rocosas de origen sedimentario que hoy testimonian la historia biológica y geológica de la Tierra.

## Los vinos expuestos a las inclemencias del mar se pueden degustar en un barco pesquero

Es posible que la salida al mar incluya la extracción de una de las cajas de vino para una degustación del mismo recién salido de las profundidades.

La empresa dispone las instalaciones de un vecino auditorio para sesiones de trabajo de hasta 70 participantes, así como de un bar en el puerto donde organizar catas. En un viñedo cercano se organizan eventos al aire libre para 60 invitados.

### Tradición y modernidad

Un destino como Bilbao no puede sino ilustrar la imagen de que siempre es posible reconvertirse. Cuando en 1983 las inundaciones de la ría destruyeron gran parte del tejido industria se pensó que nada peor podría pasar. La crisis económica y social que vino después fue sin embargo mucho peor.

Recuerdo de esa ciudad gris y abatida es la pujante y efervescente Bilbao de hoy en día. Una urbe que no desprecia su pasado, sino que se ha servido de él para tener claro por qué quiere apostar: por las tecnologías

punteras, la sostenibilidad las industrias limpias y el desarrollo comprometido con la sociedad.

Y porque gane el Athletic Club de Bilbao; el *pelotari* que mejor juegue en el frontón; el cocinero que mejor sepa aprovechar los excelentes productos del norte de España y todo aquél que tenga algo positivo que aportar a una ciudad que presume de sí misma y de la hospitalidad que brinda al viajero. Una acogida aderezada de buen humor, sin renunciar al rigor y la seriedad.



© Bodega Crusoe Treasure

El hotel **El Embarcadero**, de cuatro estrellas, ocupa una casa centenaria en un caserón vasco-francés. Abrió como hotel en 2013 y tiene 27 habitaciones y bar-restaurant, en el que se ofrece cocina vasca basada en las mejores materias primas.

Dos salones acogen reuniones de hasta 35 personas. Es posible reunir los salones y la terraza para conseguir una capacidad de 150 invitados en cóctel en el interior, de 225

experiencia y ante los sorprendentes resultados obtenidos, se decidió sumergir en 500 m<sup>2</sup> de concesión marina hasta diez tipos de vino. Todos pasan por barrica y una vez listos para ser sumergidos se lacran para evitar el contacto con la vida marina a través del corcho.

En la conocida como bodega submarina de Plentzia se han instalado a 18 metros de profundidad 22 estructuras de hormigón y acero en las que se introducen botellas y ba-



## Escaparate de arquitectura

Para grupos de incentivo es posible impartir una *masterclass* de arquitectura "a tamaño real". Recorrer las calles de Bilbao significa viajar desde la época medieval y los ejemplos de viviendas de aquella época en las estrechas callejuelas en Bilbao La Vieja, a las vanguardias más contemporáneas en los alrededores del Museo Guggenheim Bilbao, obra de Frank Gehry, reconocido con el premio Pritzker en 1989.

Junto al museo, el arquitecto japonés Arata Isozaki, que recibió el llamado "Nobel de Arquitectura" en 2019, levantó dos torres gemelas de 82 metros. En la misma zona recuperada del antiguo pasado industrial, Álvaro Siza, premiado en 1992, firmó la obra del Paraninfo de la Universidad Pública del País Vasco, mientras que la vecina Biblioteca de Deusto es obra del español Rafael Moneo, también reconocido en 1996.

Norman Foster, artífice del metro de Bilbao y sus emblemáticos "fosteritos", recibió el premio en 1999; mientras que en 2007 fue el turno de Richard Rogers, creador de las viviendas Edificios de Garellano. Zaha Hadid dejó listo antes de fallecer el plan de desarrollo urbanístico de la isla de Zorrotzaurre, tras haber sido la primera mujer en recibir el preciado galardón en 2004.



# MOTIVACIÓN

Por **Cristina Cunchillos**

La colaboración, la coordinación y la confianza mutua entre los miembros de un equipo son capacidades esenciales que los programas de *teambuilding* buscan fomentar, ya sea mediante un íntimo tango, durante una serie de pruebas de orientación en medio de un bosque, o navegando por espacios virtuales.

## Juegos en un Seúl virtual

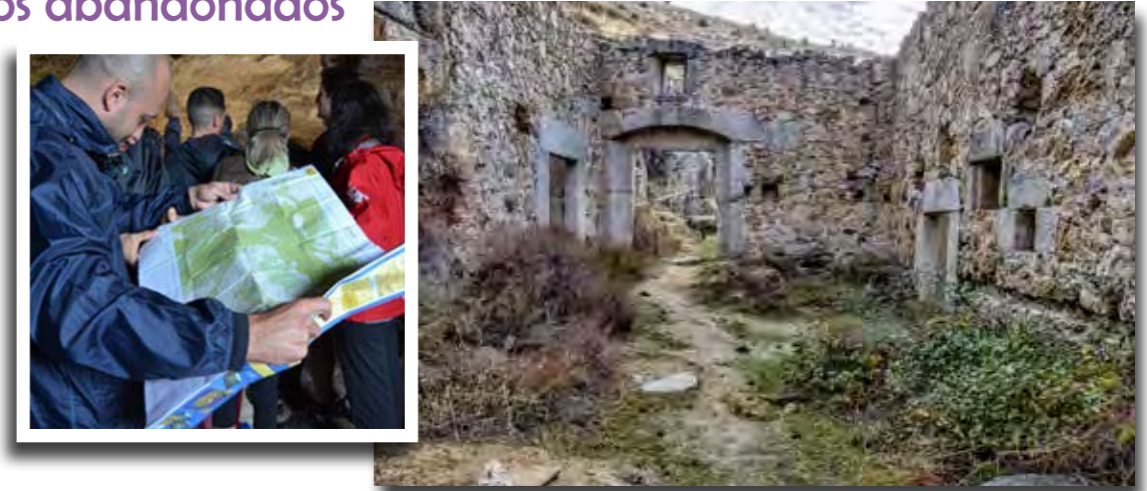


El **Convention Bureau de Seúl** invita a los grupos a viajar a la capital surcoreana y embarcarse en divertidos programas de *teambuilding* por la ciudad... todo ello virtualmente a través de su nueva plataforma Virtual Seoul.

Tras descargar el programa, los participantes crean su propio avatar para circular por las calles de Seúl y visitar sus principales atracciones, eligiendo entre diferentes juegos en los que deberán colaborar para conseguir los objetivos establecidos. Por ejemplo, en el entorno virtual del Palacio Changdeokgung, declarado Patrimonio de la Humanidad, pueden aprender a hacer *gimbap*, los típicos rollitos de arroz coreanos. La Plaza del Ayuntamiento es el espacio elegido para una partida virtual de *yunnori*, un tradicional juego de mesa en el que los participantes tiran cuatro palos para ir avanzando por el tablero. El recorrido también les conduce a la ribera del río Hangang, donde aprenden a decorar una linterna y escribir su deseo en ella, antes de dejarla flotar sobre las aguas.

De este modo, los grupos pueden ir aprendiendo más sobre el destino mientras compiten en los juegos, y participar en un *quiz* al final para demostrar el conocimiento adquirido.

## Pueblos abandonados



La agencia española **Team Building Empresas** propone una aventura al aire libre en la que los grupos han de poner a prueba sus habilidades de orientación para encontrar el camino entre dos pueblos abandonados, además de superar otros retos. Divididos en equipos, ante todo los participantes deben encontrar sus mochilas para la expedición, y decidir qué necesitan llevar descartando los dos artículos que consideren menos relevantes. Deben pensarlo bien y ponerse de acuerdo, sabiendo que después no podrán contar con esos objetos en las pruebas de supervivencia que tendrán que superar mientras atraviesan un bosque en busca del siguiente pueblo abandonado. Han de intentar llegar antes que los demás equipos.

Con cada prueba superada, los grupos van sumando puntos y, cuando finalmente llegan al destino, compiten en una batalla final para determinar el ganador: se trata de un duelo al estilo medieval en el que pueden pelear con espadas y escudos, o incluso hachas de guerra o lanzas... eso sí, de forma segura y, sobre todo, divertida.



## A ritmo de tango

**Signature DMC**, empresa con sede en Buenos Aires, ofrece mejorar el trabajo en equipo y la capacidad de escucharse unos a otros a través del tango. Bailarines expertos realizan una demostración, antes de invitar a los asistentes a dejar de lado su timidez y lanzarse a la pista de baile. Se trata de seguir al instructor, copiando sus pasos, y también de dejarse guiar y mostrar total confianza en el compañero para quien ejerce de pareja.

También se pone a prueba la coordinación y la comunicación entre los participantes, haciéndoles bailar en parejas sujetando un globo entre ellos sin que explote o se caiga. Al final todos participan en un baile y celebran lo aprendido con una típica parrillada argentina, a la que se puede añadir una cata de vinos locales o un taller de empanadas. También se puede optar por una clase de tango virtual en la que los participantes siguen las pautas mientras practican en casa.



PURO INCENTIVO

RIVIERA MAYA (MÉXICO)



# EL CORAZÓN DEL CARIBE

Sus playas paradisíacas, la amplia oferta de actividades, y una planta hotelera que no para de crecer y mejorar han hecho de Riviera Maya mexicana un destino muy bien posicionado para incentivos. Ahora apuesta por la protección de su exuberante naturaleza y rico patrimonio maya para atraer a las nuevas generaciones.

Por Cristina Cunchillos  
Fotos Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo

El Caribe mexicano es la proyección terrenal del paraíso. Playas de fina arena blanca conducen a un mar de variados azules turquesas, con aguas tan cristalinas que revelan sin esfuerzo la rica fauna marina y un espectacular arrecife coralino. Y esto si se mira hacia el mar. Hacia el interior el visitante se encuentra con frondosas selvas entre las que asoman los vestigios de una cultura milenaria.

Si a esto se le añade su oferta de parques temáticos e innumerables actividades en plena naturaleza, desde el golf al buceo o la más pura aventura, junto con una envidiable infraestructura hotelera, es evidente el atractivo para los viajes de incentivo.

No es por ello de extrañar que la denominada Riviera Maya, o la franja costera entre Cancún y Tulum, se haya convertido en un destino muy bien posicionado tanto para grupos de incentivo como turistas y los localmente conocidos como "lunamieleros".

Cancún ya se desmarcó como destino de sol y playa en las últimas décadas del siglo XX, creciendo a una velocidad imparable





mientras otras poblaciones costeras como Playa del Carmen todavía preservaban un ambiente de pequeña comunidad pesquera.

Poco queda ya de aquella imagen. Desde la creación de la marca Riviera Maya en 1999, los 130 kilómetros de costa caribeña que separan Puerto Morelos y Punta Allen se han convertido en una sucesión cada vez más ininterrumpida de grandes complejos, en su mayoría explotados bajo el régimen de todo incluido. Solo en la última década, las plazas hoteleras se han triplicado, llegando a más de 1.000 propiedades y una oferta total de más de 100.000 habitaciones.

El crecimiento no siempre ha sido bienvenido. En los últimos años se comenzó a hablar de una sobreoferta hotelera frente a una demanda que empezaba a reducirse, y que terminó cayendo en picado con la pandemia. Aumentó también la preocupación por el impacto medioambiental de las nuevas construcciones, llegando a bloquearse por ello algunos proyectos.

La llegada, cada vez más frecuente, de mareas de sargazo a las costas caribeñas, incrementa aún más la preocupación medioambiental. Se cree que el calentamiento de la temperatura de los océanos genera la reproducción descontrolada de estas algas marrones que terminan descomponiéndose en las playas de Riviera Maya.

Aunque esenciales para el ecosistema marino, su exceso impide el paso de la luz y reduce la concentración de oxígeno en el mar, lo que puede acabar con los preciosos



Cenote

arrecifes de coral. Se estima que en los últimos años se ha perdido el 40% del coral del Caribe mexicano.

#### Una recuperación sostenible

Con el impacto de la pandemia, estas preocupaciones se están teniendo en cuenta a la hora de fomentar la recuperación del turismo. Existe una mayor regulación en la construcción de complejos hoteleros y, aunque se siguen añadiendo algunos grandes *resorts*, se busca construirlos de modo que sean sostenibles a la vez que aumenta la oferta de hoteles *boutique* de lujo, más íntimos y en sintonía con la naturaleza.

Para contribuir a la recuperación, desde el pasado 1 de abril se cobra un impuesto de diez dólares a todos los viajeros extranjeros que llegan al estado de Quintana Roo, algo que se deberá tener en cuenta en la organización de viajes de incentivo a Riviera Maya.

El gobierno ha publicado un plan de turismo sostenible que apunta no solo a la protección del medioambiente, sino también del patrimonio histórico y comunidades maya de la zona, con proyectos como Maya Ka'an. Al fin y al cabo, los recursos naturales y la cultura maya son los dos principales atractivos del destino, y su preservación es esencial para conservar el turismo.

#### Puertas de entrada

Cancún continúa siendo el principal punto de acceso. Su aeropuerto tiene conexiones directas con numerosos destinos mexicanos y ciudades en Latinoamérica, Estados Unidos y Euro-

pa. Sigue siendo también el destino con la mayor planta hotelera y una buena opción para la celebración de convenciones y grandes eventos corporativos. A finales de 2020, AMResorts añadió el hotel **Dreams Natura Riviera Cancún**, a 15 kilómetros del aeropuerto. Es un hotel *all inclusive* con 554 habitaciones, donde los grupos pueden relajarse en el *spa*, disfrutar del parque acuático o deslizarse a toda velocidad por una tiroliña.

Otra puerta de entrada a la Riviera Maya es el aeropuerto de San Miguel de Cozumel, en la mayor isla del Caribe mexicano. La visita a **Cozumel Pearl Farm** forma parte del abanico de actividades que ofrece esta parte del Caribe. No hay que obviar sumergirse en el arrecife mesoamericano, la segunda barrera de coral más grande del mundo.

#### Destinos de la Riviera Maya

Puerto Morelos, 30 kilómetros al sur de Cancún, marca el límite de la Riviera Maya. Ha conseguido escapar al desarrollo más desenfadado y mantener un cierto ambiente de poblado de pescadores. Aquí se puede disfrutar de playas tranquilas y restaurantes de marisco, además de practicar *snorkel* en el cercano arrecife. Es también el punto de partida de la llamada **Ruta de los Cenotes**, donde los grupos pueden elegir entre diferentes pozos naturales de agua cristalina para un refrescante baño en plena selva.

En julio de 2020 se inauguró **The Fives Oceanfront Puerto Morelos**, un lujoso hotel *boutique* con 90 *suites* y un club de playa privado. La relativa tranquilidad de Puerto Morelos queda atrás al acercarse a Playa del Carmen. El corazón y capital de la Riviera Maya es una animada y cosmopolita ciudad con la mayor tasa de crecimiento de todo México. Su Quinta Avenida ofrece cinco kilómetros de restaurantes donde disfrutar de la rica gastronomía local, así como de las compras y la fiesta en las múltiples tiendas de recuerdos y locales de música.

### La oferta de Playa del Carmen se completará con el mayor centro comercial del mundo

La oferta como destino de *shopping* se completará con el vasto proyecto del **Grand Outlet Malltertainment Riviera Maya** de Gicsa, a media hora de la ciudad. Será el centro de entretenimiento y compras más grande del mundo con zonas comerciales, hoteles, atracciones y un auditorio con capacidad para 7.500 personas. Su apertura está prevista para este año, aunque la construcción se suspendió temporalmente por la pandemia.

A pocos minutos de Playa del Carmen, el Cirque du Soleil ofrece la cena-espectáculo **JOYÀ**. Acróbatas, contorsio-



## Mi Riviera Maya

### Juan Carlos Villanueva

Director de Ventas de  
Tropical Incentives DMC

#### ¿Por qué ir a Riviera Maya?

Porque es un lugar muy completo, que tiene de todo: playa, infraestructura, actividades, gastronomía... y sobre todo por la calidez en el servicio de la gente local

#### Mi lugar favorito

Es difícil elegir, hay muchos muy bonitos... La caleta Yáлку, por ejemplo, o el cenote Dos Ojos. Cobá es mi zona arqueológica favorita por el contacto con la naturaleza

#### Mi actividad favorita

Todo lo acuático: nadar, hacer *snorkel*, disfrutar de la playa...

#### Los grupos no se pueden ir de Riviera Maya sin:

- Hacer *snorkel* en el arrecife de coral
- Visitar alguna de las zonas arqueológicas mayas
- Probar alguno de los platos típicos de la región como el pescado *tikinxic*, y un cóctel hecho con el licor local *xtabentun*



Playa del Carmen



nistas, titiriteros y otros artistas circenses trasladan a los espectadores a una aventura en medio de una jungla misteriosa. El teatro, construido por el Grupo Vidanta, es de por sí impresionante, con un diseño que simula una gigantesca *palapa* cubierta con hojas de palma.

En 2019, el Grupo Vidanta inauguró también un parque acuático de lujo en la zona: en **Jungala Aqua Experience** se pueden realizar emocionantes descensos en toboganes, flotar en su río o relajarse en sus cabañas y *spa*.

Entre los complejos hoteleros próximos a Playa del Carmen destaca el **Fairmont Mayakoba**, una "ciudad en el agua" (o *mayakoba* en lengua maya) que cubre 50 hectáreas de terreno, con una red de canales que culminan en la playa, y un campo de golf de 18 hoyos. Cuenta con 401 habitaciones, la mayoría con vistas a la selva, un centro de convenciones y diez restaurantes.

Este año se emprendió una completa renovación que ha permitido estrenar un moderno *beach club* donde disfrutar de un cóctel y música en varias piscinas a orillas del mar. En una segunda fase se añadirán más opciones gastronómicas y experiencias para los grupos, que ahora pueden realizar recorridos por los canales en *kayak* o en divertidas bicicletas acuáticas.

La siguiente parada en la costa de la Riviera Maya es Puerto Aventuras, donde, a finales de 2019 fue inaugurado el **Barceló Maya Riviera**, el séptimo hotel del gigante espa-



Jungala Aqua Experience

ñol en el complejo Barceló Maya Grand Resort. Se trata de un establecimiento solo para adultos con 850 habitaciones, gran parte de ellas con piscina privada. Incluye además el Barceló Maya Arena, un centro de convenciones con más de 21.000 m<sup>2</sup> de espacio para exposiciones, congresos y eventos.

El formato todo incluido permite a los grupos disfrutar de las instalaciones compartidas con los otros hoteles del complejo, incluyendo un *spa* de 3.000 m<sup>2</sup>, 16 restaurantes, teatros, bolera, *sports bar* y centro comercial. También se pueden programar clases de buceo y un sinfín de actividades náuticas.

No todo son grandes complejos en Puerto Aventuras. **KASA Hotel Riviera Maya** es un pequeño hotel *boutique* que abrió sus puertas en mayo de 2020, miembro de Small Luxury Hotels of the World. Ofrece 42 exclusivos alojamientos en torno a una laguna junto al Caribe, con playa privada, marina y un campo de golf. Los grupos pueden disfrutar de cruceros al atardecer en un lujoso catamarán, o adentrarse en la jungla en vehículos todo terreno.

Es la segunda propiedad de KASA Hotel Collection en la zona, junto al **KASA Hotel Parota Tulum** que se inauguró en 2018, con el mismo concepto de hotel intimista lejos de las multitudes. El grupo espera añadir tres hoteles más en la zona de Tulum en los próximos años.

### Tulum

La imponente ciudadela amurallada de Tulum, la única construcción maya des-

cubierta a día de hoy en la costa, presenta la oportunidad para la foto perfecta, con la playa de arena blanca y el azul del Caribe de fondo... si se consiguen evitar las multitudes.

A pesar de haber crecido considerablemente en los últimos años, Tulum sigue siendo un destino *eco-chic* donde es posible disfrutar de paz y tranquilidad, con un ambiente bohemio que atrae a ricos y famosos. Esto se refleja en su oferta hotelera, con nuevas adiciones en el segmento de lujo.

**Tago Tulum** es el nuevo hotel *boutique* que G Hotels estrenó a finales de 2019. Combina lujo y naturaleza en 20 espaciosas *suites* con vistas al mar o a la selva. Para contribuir a la total relajación, cuenta con un *spa*, un *beach club* privado y los servicios de un Music Curator que selecciona vinilos a la carta para que cada huésped disfrute de una banda sonora personalizada según sus gustos durante su estancia.

En diciembre abrió sus puertas el hotel **Kimpton Aluna Tulum**, el primero de la famosa marca de lujo en el Caribe mexicano, en alianza con el Grupo Presidente. Situado a la entrada de Aldea Zamá, la zona residencial más exclusiva de Tulum, ofrece 78 habitaciones y *suites*. Los huéspedes pueden hacer yoga al aire libre en su Estudio.

En febrero, la cadena Marriott inauguró el **Aloft Tulum**, con 140 habitaciones de estilo *boho-chic* y múltiples espacios para socializar y disfrutar de música con vistas al Caribe, como el Ático Rooftop Lounge & Bar de su terraza, donde también se pueden celebrar eventos corporativos.

## A pesar de haber crecido considerablemente, Tulum sigue siendo un destino *eco chic*

Para grandes grupos, el **Bahía Príncipe Grand Tulum** es el primer hotel con el que el Grupo Piñero empezó a operar en México. Reabrió el pasado mes de noviembre tras una completa renovación, incorporando diseños y menús inspirados en la tradición maya y un nuevo *show*: Origen.

Forma parte del **Bahía Príncipe Riviera Maya Resort**, un complejo de hoteles de cinco estrellas que incluye también las instalaciones del Bahía Príncipe Grand Cobá, Bahía Príncipe Luxury Akumal y Bahía Príncipe Luxury Sian Kaan, este último sólo para adultos, con un total de más de 3.000 habitaciones entre ellos. La oferta se completa con dos campos de golf de 18 y 9 hoyos.

Grupo Posadas, el mayor operador hotelero de México, cuenta también con varias propiedades en Cancún y Rivie-

ra Maya, incluyendo pequeños hoteles *boutique* como el **Naay Tulum Curamoria Collection** en Aldea Zamá.

A finales de este año abrirán sus puertas dos nuevos hoteles en Chemuyil, al norte de Tulum: el **Fiesta Americana Tulkal**, un *resort* con 735 habitaciones y *suites*, y el **Live Acqua Beach Resort Tulkal**, con 349 habitaciones. Ambos tendrán acceso directo al nuevo **Tulkal Convention Center** donde organizar sesiones de hasta 3.000 delegados en su *ballroom*, así como cócteles espasa para un máximo de 1.000 invitados en la terraza con vistas al mar.

### Paraíso natural

La Riviera Maya no solo embelesa por sus playas, sino también por su exuberante naturaleza. En la provincia de Quintana Roo se encuentran 13 zonas Ramsar, nombre con

## Datos de interés



**Moneda**  
Peso mexicano (MEX)

**Huso horario**  
GMT -5



**Tipo de enchufe**  
Clavijas tipo Fa y B  
Voltaje común 127 V

### Aeropuertos más cercanos

Aeropuerto Internacional de Cancún (CUN)  
Aeropuerto Internacional de Cozumel (CZM)  
Aeropuerto Internacional de Chetumal (CTM)



**Más información**  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE QUINTANA ROO

Rocio Gonzalez Jonguitud  
Directora De Turismo De Reuniones,  
E-mail: rocio.gonzalez@cptq.mx  
Tel: +52 998 881 2745  
www.caribemexicano.travel



Aloft Tulum



el que se designa a los humedales de importancia internacional. Uno de los más importantes es la **Reserva de la Biosfera de Sian Ka'an** ("puerta del cielo", en la lengua maya), declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

A pocos minutos de Tulum, los grupos pueden encontrar un paraíso natural que alberga 800 especies de plantas, más de 300 tipos de aves y un centenar de especies de mamíferos, incluyendo pumas y ocelotes, así como una fauna marina que alberga manatíes y tortugas marinas.

Además de paseos en barca para el avistamiento de muchas de estas especies, se pueden visitar yacimientos arqueológicos ocultos entre la tupida selva, practicar *snorkel* en el arrecife o dejarse llevar por el agua en canales construidos por los mayas.

Son numerosas las oportunidades de incorporar el ecoturismo a los programas de incentivo. Las actividades de *teambuilding* pueden incluir la limpieza de playas y participación en programas de reforestación, así como la visita a comunidades mayas. Y, si para viajes en octubre, es posible colaborar en la liberación de tortugas marinas recién nacidas en playas como las de Akumal, Xcacel o incluso en el parque ecológico Xcaret.

El Grupo Xcaret fue pionero en la promoción del ecoturismo en la Riviera Maya. Desde la apertura de Xcaret en 1990, su oferta se ha ampliado con varios parques, atracciones, *tours* y hoteles.



El parque **Xcaret** es el más grande. Ofrece recorridos por la selva y ríos subterráneos, así como actividades culturales para el conocimiento de la naturaleza y costumbres locales. En **Xel-Há**, los grupos pueden hacer paseos en bicicleta o deslizarse en tirolinas, además de disfrutar de la fauna marina haciendo *snorkel*.

También parte del mismo grupo, el parque de aventuras **Xplor** ofrece experiencias bajo tierra. Se hacen circuitos en vehículos anfibios por cuevas y selva, o en balsa por ríos subterráneos, además de recorridos en tirolinas o hamacas colgantes.

Similares aventuras se pueden organizar por la noche en Xplor Fuego, combinando una cena de platos típicos con la adrenalina que genera explorar la selva bajo las estrellas.

**Xenses** ofrece diferentes experiencias sensoriales y, en el Parque Xavage, el de más reciente apertura, se hace *rafting* y paseos a toda velocidad en *jet acuático* por sus canales.

El **Hotel Xcaret Mexico** fue el primero del grupo e introdujo en la zona el concepto *all-fun inclusive*, que incluye el acceso a todos sus parques y *tours* con el alojamiento.

En julio de este año se sumará el **Hotel Xcaret Arte**, un complejo de 900 suites solo para adultos, con siete restaurantes que ofrecerán desde antigua cocina maya a modernos platos veganos, múltiples piscinas y espacios para eventos. Los grupos podrán elegir entre diferentes experiencias

culturales en sus cinco Casas, incluyendo talleres de cocina, alfarería, pintura, tejidos o clases de distintos bailes regionales.

En su *spa*, además de contar con distintos tratamientos de barro o hidroterapias, los participantes en un viaje de incentivo podrán crear sus propios aceites y lociones en el Estudio de Alquimistas.

guen habitando la zona a día de hoy. Es algo que siempre se ha incluido de algún modo en los programas de incentivos, pero ahora, más que nunca, atraerá a las nuevas generaciones que buscan autenticidad y experiencias locales.

No puede faltar la visita a zonas arqueológicas como Tulum, San Gervasio en Cozumel, o Cobá, a una hora por carretera hacia el interior en plena jungla. Al sur de Tulum, en



Otros planes de expansión del grupo se han visto afectados por la pandemia. La apertura de su primer hotel boutique, **La Casa de la Playa**, prevista para 2020, se espera a finales de 2022. Ofrecerá 63 suites frente al mar.

### Corazón maya

Haciendo honor a su nombre, Riviera Maya ofrece una oportunidad sin igual para adentrarse en esta cultura milenaria, y compartir experiencias con los indígenas que si-

lo que se ha denominado Grand Costa Maya, existen otras ruinas menos conocidas, pero no por ello menos impresionantes, como las de Oxtankah, Chacchoben, Kohunlich, Dzibanché y Kinichná.

Hasta ahora, el **Museo Maya** en Cancún era el lugar de referencia para aprender sobre la historia y cultura mayas. Ahora los grupos pueden optar por una experiencia multisensorial en el recién inaugurado **Mystika** en Tulum, una





innovadora atracción inspirada en la interpretación cinematográfica del realismo mágico mexicano que popularizaron artistas como el director de cine Guillermo del Toro.

Gracias a la fotografía del mexicano Pepe Soho y la combinación de luces y efectos tridimensionales, el visitante se traslada a la cosmología maya durante un "viaje" en el que visita los santuarios naturales más emblemáticos de México y aprende a apreciar el poder de los caballos.

**Maya Ka'an** se creó como nuevo destino turístico sostenible en 2014, para apoyar a la población maya local y ofrecerle oportunidades de inserción laboral compartiendo su cultura con los visitantes. Congrega ocho comunidades ubicadas en torno a Tulum, Felipe Carrillo Puerto y Jose María Morelos.

Los grupos pueden interactuar y adentrarse en la cultura y tradiciones mayas visitando poblados, además de disfrutar de la belleza natural en cuevas y cenotes. También se pueden organizar clases de cocina con un cocinero maya

para aprender a preparar platos típicos como el pescado *tikinxic* o la *cochinilla pibil*. DMCs como **Tropical Incentives** proponen también juegos y acertijos de temática maya, así como divertidos retos en los que los participantes han de recrear la pintura facial maya en la cara de un compañero.

Lo que más distingue la oferta de Riviera Maya para viajes de incentivo es la oportunidad de incorporar numerosas experiencias culturales únicas combinadas con el disfrute de una naturaleza que impresiona por su belleza, contribuyendo además a su preservación. Todo ello combinado con un

amplio abanico de hoteles y actividades de ocio y aventura que se adaptan a todos los gustos, edades y deseos de adrenalina.

Sin olvidar la fabulosa gastronomía mexicana que tantas posibilidades ofrece para actividades de *teambuilding* y los alegres mariachís que pueden amenizar cualquier incentivo. Y siempre con ese fascinante abanico de azules que ofrece el mar Caribe como fondo.

### Se pueden incorporar numerosas experiencias culturales al disfrute de la naturaleza

## Inframundo líquido

En la península de Yucatán no existen los ríos o, mejor dicho, están escondidos bajo tierra. Las características del subsuelo hacen que se haya generado una extensa red de corrientes subterráneas de agua cristalina, libre de algas por la ausencia de luz. En la cultura maya, estos ríos subterráneos son lugares sagrados que representan el acceso al inframundo, o *xibalbá*. Los grupos pueden presenciar una tradicional ceremonia maya de purificación en alguno de ellos.

El principal atractivo de este fenómeno natural son los cenotes, las pozas de agua que quedan al descubierto cuando se desploma, total o parcialmente, el techo calcáreo que cubre estos ríos. Se calcula que en Riviera Maya hay más de 6.000 cenotes.

Los hay abiertos, semiabiertos, de caverna o antiguos. Pueden ser de mayor o menor tamaño y profundidad. En ellos los grupos pueden nadar, bucear, hacer *snorkel*, flotar en sus aguas, deslizarse en *kayak* o lanzarse en tirolina sobre ellos. Se pueden visitar varios siguiendo la Ruta de los Cenotes partiendo desde Puerto Morelos, o nadar bajo estalactitas en el Río Secreto. Una experiencia de baño incomparable en un entorno natural sin igual.

# PUNTO MICE



Estimado lector que tiene ante sus ojos la revista PUNTO MICE: ¿sabe que tenemos una web actualizada cada día y con *newsletter* quincenal en la que resumimos lo más relevante del sector MICE internacional?

¿Quiere recibir en su correo cada quince días *Lo más relevante de la última quincena*?

¡Suscríbese a nuestra *newsletter*!



Síguenos también en redes sociales para estar al día de lo que sucede en el universo #MICE





## CÓMO OFRECER LA MAYOR SEGURIDAD EN EL CATERING

Los servicios de restauración se pueden reinventar para no renunciar a las oportunidades de *networking* que generan. Sin embargo, en un momento en el que las restricciones se imponen, es necesario, y posible, optar por nuevos formatos que además consolidan tendencias anteriores a la pandemia.

Por **Cristina Cunchillos**

En la progresiva reactivación del sector MICE tras el parón impuesto por la pandemia, los organizadores de reuniones, eventos, convenciones y ferias están incorporando cambios con el objetivo de garantizar la salud y seguridad de los participantes. Desde la exigencia de pruebas que confirmen la ausencia del virus para permitir el ingreso, a la reducción de aforos que permita mantener la distancia de seguridad: la nueva normalidad requiere nuevas formas de enfocar todo lo que tiene que ver con los encuentros físicos, sin olvidar el servicio de *catering*.

Las habituales mesas o estaciones de bebida y comida para *coffee breaks* o almuerzos durante los eventos pueden ser focos en los que se concentre mucha gente, y donde algunos objetos, como las pinzas o cucharas para servir, sean manipulados por diferentes personas, incrementando el riesgo de contagio en una pandemia. Sin embargo, estos espacios son esenciales a la hora de generar *networking*. ¿Quién no ha hecho nuevos contactos profesionales en la cola de un bufé?

Se trata, por lo tanto, de reinventar este servicio buscando el balance entre el cumplimiento de los nuevos protocolos sa-

nitarios y la necesidad de ofrecer una experiencia positiva a los asistentes. Al mismo tiempo, este hiato forzado representa una oportunidad para incorporar cambios acordes con las nuevas tendencias, con un mayor enfoque en la sostenibilidad, la personalización y la oferta de menús saludables con productos de temporada.

### Lecciones de la hostelería

En todos los destinos, la reactivación del sector de la hostelería ha ido por delante de la del MICE. Bares, restaurantes y hoteles ya han tenido que enfrentarse al reto de cómo adaptarse a las normativas para volver a recibir clientes en un entorno seguro.

En los restaurantes, además de extremar la higiene y desinfección de superficies y reducir los aforos, se han establecido protocolos para la separación de grupos de comensales, además de limitar el número de personas por mesa. Los menús se suelen ofrecer en copias de papel individuales desechables, o en formato digital a través de códigos QR para evitar el contacto.

El bufé ha sido el servicio más afectado por las restricciones. Muchos hoteles optan por un servicio de desayuno en la mesa, y en el caso de que haya un bufé, se ofrecen los alimentos en

paquetes monodosis individuales. Otros establecimientos han optado por que un solo camarero o camarera se encargue de colocar en el plato los diferentes elementos que el huésped desea. Con este servicio se pretende mejorar la opción de cajas individuales con el mismo contenido para cada comensal que se han revelado decepcionantes, sobre todo durante los servicios de desayuno.

También se ha multiplicado el uso de plásticos obligando al uso de guantes para acceder a las diferentes estaciones. En muchos casos, múltiples botes de gel hidroalcohólico comparten espacio con los diferentes recipientes de comida.

Las cajas individuales se han revelado decepcionantes sobre todo en los servicios de desayuno

Todas ellas son prácticas que los *venues* pueden exigir igualmente en los servicios de *catering* para eventos.

### Tecnología al servicio del catering

Las nuevas tecnologías han proporcionado la respuesta a muchos de los retos que ha generado la pandemia. También a la hora de planificar el servicio de *catering*: una opción para minimizar el contacto y agilizar los procesos es el uso de aplicaciones móviles o plataformas *online* a través de las que los delegados pueden encargar por adelantado lo que quieren comer y beber. De este modo, acercarse a recoger su pedido, ya preparado.

**ConciergeHub**, por ejemplo, es una plataforma en la nube a la que los delegados pueden acceder a través de códigos QR,



enlaces recibidos por e-mail o *posts* en redes sociales, sin necesidad de descargar ninguna aplicación. Una vez conectados, se presenta el menú disponible para que hagan su selección antes del próximo descanso.

Incluso las bebidas del *coffee break* se pueden encargar por adelantado. **TopBrewer** es un dispensador de café y bebidas calientes. El asistente puede encargar su pedido desde su teléfono móvil mientras se dirige a recogerlo, ya sea desde la *app* o con un comando de voz como Siri de Apple. Su café estará servido y listo cuando llegue.

Con las nuevas tecnologías, hasta las bebidas del *coffee break* se pueden encargar por adelantado

### Adaptarse a los nuevos tiempos

Además del uso de tecnología, existen otras formas de adaptar el servicio de restauración para evitar que los delegados se aglomeren en un único espacio, sin perjudicar su experiencia:

- Repartir un mayor número de puestos de servicio de comida y bebida, de menor tamaño o portátiles, por toda la sede. Conviene separar comida y bebida, o incluso programar estaciones dedicadas según los diferentes platos.
- Aprovechar más los espacios exteriores para la dispensación del **catering** siempre que la climatología y el *venue* lo permitan.
- Ofrecer el servicio dentro de la sala de reunión, ya sea con un servicio de camarero que deposite los platos que





los delegados han encargado, o instalando un puesto portátil de comida dentro de la sala, para evitar mezclarse con otros grupos.

- Contratar un servicio exclusivo y personalizado, con un cocinero que prepare cada plato individualmente delante de los delegados. Así se puede minimizar la interacción entre los diferentes miembros del personal y evitar la manipulación de objetos y alimentos. También permite añadir al mismo tiempo un efecto *wow!* al encuentro, sobre todo si se trata de *chefs* de prestigio.

- Ofrecer los mismos platos a todos los participantes a través de una mesa ya instalada o un *box lunch* que cada uno puede degustar en el lugar que desee.

Contratar un servicio exclusivo y personalizado permite añadir un efecto *wow!*

### Seguridad y sostenibilidad

Ofrecer un servicio de *catering* de calidad a prueba de Covid-19 forma parte de las prioridades de los organizadores de eventos presenciales. Sin embargo, algunas opciones para evitar contagios como los paquetes de comida individuales parecen contradecir la tendencia a hacer los eventos más sostenibles. El sector no se puede permitir perder los avances conseguidos en la lucha para reducir los desechos, y sobre todo el plástico de un solo uso, en los eventos.

Ambos objetivos no son totalmente incompatibles. Se pueden utilizar materiales biodegradables o reciclables para el empa-



quetado, por ejemplo recurriendo a contenedores de cartón, cubertería metálica, de madera o bambú en lugar de plástico.

Por otro lado, la introducción de un servicio de restauración más personalizado en el que los delegados encarguen por adelantado lo que desean comer, o preparándole su plato justo antes de su consumo, puede ayudar a reducir el desperdicio de comida que habitualmente termina en la basura, haciendo el evento más sostenible.

### El coste de proteger la salud

Paquetes individuales en recipientes sostenibles y biodegradables, cocineros privados, múltiples puestos de comida portátiles... todo ello añade seguridad pero también coste al servicio tradicional.

Proteger la salud también significa un coste adicional para los eventos

En tiempos en los que muchas organizaciones y empresas tienen que ajustar al máximo sus presupuestos, puede parecer una inversión excesiva que llegue a amenazar la realización de la operación.

Es, no obstante, un coste adicional previsiblemente temporal que se puede reducir celebrando eventos con menos asistencia. Esta es de todos modos una tendencia que no se revertirá mientras la pandemia no remita: la mayoría de espacios están siendo utilizados para reci-

bir en el mejor de los casos a un 30% del aforo establecido, siendo a nivel mundial muy minoritarios los eventos con más de 60 participantes.

Los incrementos en costes derivados del personal también son relevantes. La relevancia que cobra su presencia es proporcional a la necesidad de formación para que no se cometan imprudencias que amenacen el compromiso adquirido.

### Consolidación de tendencias

Antes de la pandemia la tendencia *healthy* ya se estaba imponiendo, por eso el contenido del *catering* continuará evolucionando hacia alimentos más sanos y naturales, a poder ser de kilómetro cero y evitando los procesados y bebidas gaseosas. La mayor personalización de los servicios de restauración también era una realidad en desarrollo ante las opciones cada vez más frecuentes destinadas a las personas con determinados regímenes alimenticios.

Esto también conlleva una inversión más elevada. Pero si se trata de cuidar la salud de la comunidad, la coherencia apunta a que se cuide también el bienestar de cada individuo.

Los proveedores de servicios de *catering* han visto nacer nuevas líneas de negocios a través de las cajas destinadas a los participantes en eventos virtuales. Sin embargo, la opinión generalizada es que esto no genera los mismos ingresos ni la misma satisfacción entre organizadores y asistentes, que ven en las comidas y *coffee breaks* un momento de distensión en el que se crea negocio, se comparte conocimiento y se consolidan relaciones.

Por eso las empresas de *catering* y los *venues* tienen ante sí el reto de convencer a los contratantes de congresos, convenciones, eventos y ferias de que la introducción de un servicio de restauración responsable y saludable es una inversión necesaria que puede generar beneficios a largo plazo.

Un buen evento es indisoluble de un buen servicio de *catering*, sea en el formato que sea. Apostar por una selección de productos de calidad, lo más personalizado posible y sostenible, demuestra que la entidad que está detrás del evento se preocupa por la salud de los participantes y de su entorno.

Tal vez éste sea, en estos tiempos de pandemia que tanto limitan las interacciones sociales, el mensaje más importante que se puede transmitir.

En los *coffee breaks* se comparte conocimiento, se genera negocio y se consolidan relaciones



## Marc Cooper

Consejero Delegado de IACC (Asociación Internacional de Centros de Congresos)

“Es muy probable que nos sintamos incómodos en largas colas sin distancia, incluso cuando ya esté permitido”

### ¿Qué impacto está teniendo la pandemia en el tradicional servicio de *catering*?

Estamos viendo cambios en el servicio de comida y bebida, no solo a corto plazo para cumplir las restricciones actuales, sino también a largo plazo, ya que es posible que algunos se mantengan conforme nos inclinamos más hacia ciertas condiciones. Por ejemplo, puede que veamos un mayor uso de espacios exteriores para recepciones, almuerzos o incluso los *coffee breaks* de los congresos. También podría consolidarse una mayor demanda de cenas privadas en *venues* para grupos pequeños. Y es muy probable que nos sintamos incómodos haciendo largas colas sin distancia de seguridad para el servicio de comida y en su lugar se prefiera controlar más cuidadosamente el flujo de personas en las áreas de *catering*, incluso cuando no sea algo que vuelva a estar permitido.

### ¿Cómo se puede ofrecer un servicio de *catering* más seguro en la era poscoronavirus?

En IACC hemos publicado dos guías con recomendaciones para el servicio de *catering* en eventos corporativos y congresos. Por ejemplo, en lugar de un único espacio para el *coffee break*, los *venues* pueden optar por múltiples puntos de servicio para diferentes artículos (uno para bebidas, otro para comida, otro para dulces...). Así se reparte la densidad de participantes en un área mayor, evitando la congestión. También se puede ofrecer un bufé, pero servido por camareros en vez de ser de autoservicio. Además, se puede programar que los grupos accedan a una estación de comida exclusiva para ellos, incluso dentro de la sala de reuniones, en lugar de un área compartida con otros grupos.

### En su opinión, ¿qué tendencias dominarán el servicio de *catering* en eventos cuando se reactive el sector?

Se utilizará más la tecnología para que los delegados encarguen por adelantado la comida. Esto reducirá las colas y también ayudará a que los asistentes piensen mejor lo que quieren, reduciéndose así los desechos o el exceso de comida. También se buscarán alimentos que contribuyan a la salud y el bienestar ya que, como individuos, todos hemos aprendido a gestionar mejor nuestro consumo de alimentos durante el confinamiento. Y, como mencioné antes, las peticiones de cenas privadas para grupos pequeños podrían ser más habituales que las de grandes espacios para grupos múltiples.





# Con estilo

## BATERÍAS EXTERNAS

Por Redacción

Las baterías externas son imprescindibles para asegurar la conexión constante y no han dejado de evolucionar en estos últimos años. A medida que reducen su peso y ofrecen más capacidad de carga, permiten recargar varios dispositivos a la vez. Su precio también es cada vez más accesible. No hay excusas para quedarse sin energía

### EASYACC MONSTER

**Descripción:**

Aunque no destaca por su ligereza, es una de las baterías externas más potentes del mercado. Integra una linterna y su gran capacidad permite recargar un *smartphone* hasta 10 veces

**Peso:** 451 gramos

**Dimensiones:** 16,7 x 8 x 2,2 cm

**Nº de puertos:** 4

**Capacidad de carga:** 26.000 mAh

**Velocidad de carga del dispositivo:** 2.4A

**Tiempo de carga completa del dispositivo:** 6 horas

**Qué nos gusta:** Dispone de dos puertos de carga con lo que se puede reducir a la mitad el tiempo de recarga de la misma recurriendo a dos cables



### ANKER POWERPORT SOLAR

**Descripción:**

Es un cargador solar plegable y puede detectar la capacidad más rápida de carga del dispositivo descargado

**Peso:** 355 gramos

**Dimensiones:** 46 x 28 x 0,4 cm

**Nº de puertos:** 2

**Capacidad de carga:** Hasta 21.000 mAh con luz solar directa

**Qué nos gusta:** Los paneles solares que integra para cargar el dispositivo sin necesidad de recurrir a la corriente eléctrica y los lazos elásticos para una sujeción fácil



### RAV POWER 3-PORT

**Descripción:**

Es una de las baterías más seguras gracias a la tecnología y materiales utilizados

**Peso:** 380 gramos

**Dimensiones:** 12 x 6,8 x 2,3 cm

**Nº de puertos:** 3

**Capacidad de carga:** 22,000 mAh

**Velocidad de carga del dispositivo:** 2.4A

**Tiempo de carga completa del dispositivo:** 5 horas (con USB tipo C)

**Qué nos gusta:** Cada producto de la marca es probado antes del empaquetado e incluye una garantía de por vida



### XIAOMI MI POWERBANK 2

**Descripción:**

Fabricado en aluminio y con diseño ergonómico, es un de los menos pesados que se pueden encontrar en relación a su capacidad de carga. Mejora un modelo anterior de la misma marca

**Peso:** 272 gramos

**Dimensiones:** 13,9 x 10,2 x 2,1 cm

**Nº de puertos:** 1

**Capacidad de carga:** 10.000 mAh

**Velocidad de carga del dispositivo:** 1,8A

**Tiempo de carga completa del dispositivo:** 5 horas

**Qué nos gusta:** Su ligereza



### BELKIN POCKET POWER 5K

**Descripción:**

Es una batería de muy pequeño tamaño y peso, lo que la hace muy práctica para llevarla siempre consigo

**Peso:** 131 gramos

**Dimensiones:** 12,3 x 6,3 x 1,3 cm

**Nº de puertos:** 1

**Capacidad de carga:** 5.000 mAh

**Velocidad de carga del dispositivo:** 2.4A

**Qué nos gusta:** Su tamaño y poco peso





# El tablón de

# PUNTO MICE

Estamos impacientes por asistir a Fitur en Madrid, sobre todo tras conocer las medidas de seguridad instauradas por IFEMA, que estrenará su nueva marca



Asistimos a la presentación de los nuevos hoteles de Marriott International en la región EMEA

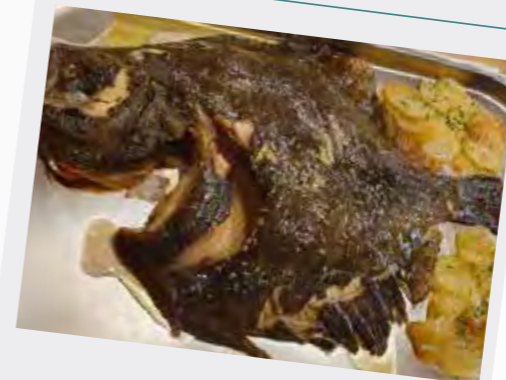


Pudimos viajar a Gran Canaria y Bilbao, dos destinos españoles en los que nos trataron de lujo y qué bien comimos!

Gran Canaria

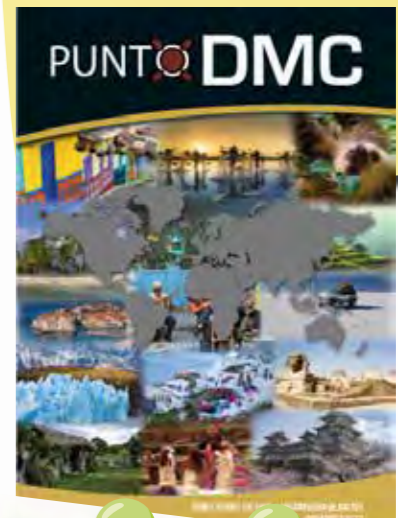


Bilbao



Hasta probamos el vino de una bodega submarina

Ya está a punto de salir "del horno" la versión en papel de nuestro directorio PUNTO DMC



Participamos en el salón virtual ReactivaMéxico



¡Empezamos mayo volando a Granada (España) para asistir al 33º Congreso de OPC Spain!





# AGENDA INTERNACIONAL



**MAYO**  
**6**  
**CONGRESO OPC SPAIN**  
*6 a 8 de mayo*  
La Asociación Española de Operadores de Congresos (OPC Spain), OPC Andalucía y el Granada Convention Bureau esperan reunir a 200 profesionales del sector en el evento que contará con una excursión opcional a Costa Tropical, como complemento a los atractivos de la ciudad de Granada.  
**Sede: Palacio de Congresos de Granada (España)**

**MAYO**  
**19**  
**FITUR MICE**  
*19 y 20 de mayo*  
La Feria Internacional de Turismo de Madrid se traslada al mes de mayo y tendrá formato presencial. Por primera vez, la división FITUR MICE se celebrará en los dos días previos al salón, incluyendo para los compradores asistentes la visita de la exposición general el 21 de mayo.  
**Sede: IFEMA (Madrid)**

**JUNIO**  
**8**  
**IBTM ASIA PACIFIC**  
*8 y 9 de junio*  
Serán dos días de citas pre-establecidas *one to one* entre compradores de todo el mundo y proveedores de la región Asia-Pacífico. Se incluirán sesiones de formación con traducción simultánea y eventos destinados al *networking*.  
**Sede: Marina Bay Sands (Singapur)**

**JUNIO**  
**28**  
**IBTM WIRED**  
*28 de junio a 1 de julio*  
Se trata de un nuevo evento virtual organizado por Reed Exhibitions con jornadas dedicadas a los diferentes mercados. El 29 de junio será la de América, mientras que el 1 de julio será el turno de Europa. Se esperan 600 expositores y 600 compradores.  
**Sede: Evento virtual**

**AGOSTO**  
**18**  
**IBTM AMERICAS**  
*18 y 19 de agosto*  
Reed Exhibitions espera retomar este 2021 el formato presencial en la que es la mayor feria de MICE de Latinoamérica. Un año más contará con un amplio programa de sesiones formativas. El Grupo PUNTO MICE es *media partner* de este evento.  
**Sede: Centro Citibanamex de Ciudad de México**

**AGOSTO**  
**31**  
**M&I PRIVATE EUROPE**  
*31 de agosto a 3 de septiembre*  
Los 110 compradores europeos invitados contarán con un programa de 40 citas preestablecidas ante 100 proveedores especializados en el segmento *boutique* y *taylor made*.  
**Sede: Budapest Marriott Hotel**

**SEPTIEMBRE**  
**26**  
**M&I EUROPE**  
*26 a 29 de septiembre*  
En esta ocasión serán 130 los compradores invitados ante 140 proveedores europeos.  
**Sede: Amadria Park Sibenik (Croacia)**

**SEPTIEMBRE**  
**30**  
**BUSINESS TRAVEL SHOW**  
*30 de septiembre a 1 de octubre*  
Especializada en los viajes de negocios, la edición de este año de la feria tendrá formato híbrido y se espera superar la edición de 2020, a la que asistieron más de 8.500 profesionales procedentes de 56 países, con 450 compradores. En las sesiones de formación se abordarán temas como la sostenibilidad o el impacto de los derechos humanos en el *business travel*.  
**Sede: ExCeL London**

PUNTO MICE

Revista bimestral destinada a los profesionales hispanohablantes

Web actualizada diariamente con noticias del sector:  
[www.puntomice.com](http://www.puntomice.com)

Newsletter quincenal

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

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

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

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



PUNTO MICE



¡También en Instagram!  
**miceinfluencer**

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

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

Precio de la suscripción anual:  
**6 números**

España: **36 €**  
Sudamérica y México: **50 \$**

[suscripciones@puntomice.com](mailto:suscripciones@puntomice.com)

**ibtm**<sup>®</sup>  
AMERICAS

**AUGUST 18 - 19 , 2021**

CENTRO CITIBANAMEX,  
MEXICO CITY

Humanizing  
the events

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

Follow us:



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

CDMX  
MEXICO CITY  
Host City

encore  
SELECT TRAVEL PARTNER  
Platinum Sponsor

POSADAS  
Official Hotel

ALLENAMENTI  
Societas Bureau

QUEVEDO  
TRADICIONAL  
CRISTALINO

Centro  
citibanamex

Strategic Partners



Media Partner

Organized by **Reed Exhibitions**

The ibtm<sup>®</sup> is a trade mark of Reed Exhibitions Limited, used under license.



¿La mejor

*Coca-Cola*® ?

#YES | #NO

**NUEVO  
SABOR**



**ZERO AZÚCAR**

¡Primero pruébala!

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