

Bel Oliver: 'El MICE es uno de los motores más importantes de nuestro desarrollo económico'

Las primeras declaraciones de la nueva secretaria de Estado de Turismo



Francisco Quereda, de Málaga.

Quereda: '2017 fue un año de consolidación'

El director del Málaga Convention Bureau analiza el Sector en su ciudad. *Entrevista / Pág. 8*

Palacio de Valencia, 2.700 actos en 20 años

El recinto valenciano genera 1.100 millones de euros en este periodo. *Panorama / Pág. 13*

Otro evento de gran impacto en Barcelona

La ciudad logra el Integrated Systems Europe desde el año 2021. *Panorama / Pág. 15*

El Grupo NEXO se alía a Marriott Auditorium

Firman un acuerdo que generarán beneficios para ambas partes. *Panorama / Pág. 19*

SUMARIO

Editorial / Opinión	2/3
Panorama / Actualidad.....	5/43
Calendario	45/50
Concurso.....	51
Directorio.....	53
Tecnología	54/55
Ranking	57
Evalu@net	60/61
Agenda	62/63

"El Turismo es uno de los motores más importantes de nuestro desarrollo económico", destacó la nueva secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, en la cena de gala CONEXO 20 Años. Oliver subrayó, además, "el gran potencial de crecimiento" que tiene el Turismo de Negocios y MICE en España.

Oliver estrenaba su cargo presidiendo en el Madrid Marriott Auditorium la cena de gala CONEXO 20 Años. "La repercusión económica y social del Turismo en nuestro país pone de manifiesto la necesidad de que los medios de comunicación

afroten la actualidad turística desde la especialización y la profesionalidad", destacó. La secretaria de Estado puso en valor la necesidad de desarrollar un Turismo respetuoso con el entorno social y medioambiental, con segmentos como el Turismo de Negocios, que aporta un turista de alta rentabilidad "con altos estándares de calidad en la demanda de servicios, lo que contribuye a la profesionalización del Sector y la digitalización, además de potenciar el desarrollo de otras áreas de la economía", concluyó.

Especial / Páginas centrales



El evento acogió un centenar de profesionales en el Marriott Auditorium.



La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, en su intervención.

CONEXO celebra sus 20 años con el Sector de Reuniones

El pasado 27 de junio Grupo NEXO reunía a un centenar de invitados, entre empresarios, directivos y personalidades clave del Sector MICE para celebrar el vigésimo aniversario del Periódico CONEXO en una cena de gala que tuvo lugar en el hotel Madrid

Marriott Auditorium. Además de homenajear a los principales protagonistas del Sector, se aprovechó para presentar la Edición Especial de CONEXO que resume las últimas dos décadas del Turismo de Reuniones en España.

Especial / Páginas centrales

El impacto del MICE crece en España más de un 3%

El Turismo de Reuniones en España muestra una línea ascendente en los últimos años, tal y como destaca el estudio del Spain Convention Bureau (SCB) presentado en su encuentro anual y asamblea celebrada en Las Palmas de Gran Canaria, que refleja un incremento del impacto económico del 3,38% durante el último ejercicio, el de 2017, con un total de 6.130 millones de euros.

La actividad MICE dejó 24.960 reuniones y 3.995.300 delegados, lo que supone un ligero descenso del 0,61% en eventos (aumen-

to del 27% en los últimos cinco años), pero un crecimiento del 3,6% en participantes. El informe del SCB destaca las ciudades de Madrid y Barcelona como los grandes destinos españoles, ya que acogieron el 43,5% de las reuniones. Además, los palacios de congresos (32,5%) y las salas de los hoteles (27,4%) fueron las sedes más utilizadas.

Promoción internacional

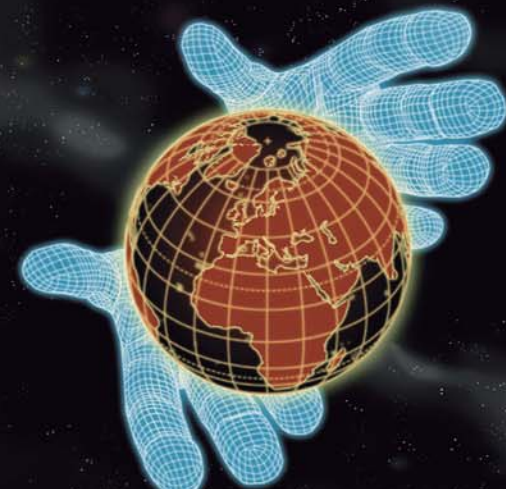
El Spain Convention Bureau, en su reunión de Las Palmas, aprobó el plan de actuación de la



En 2017 ha habido un ligero descenso del número de reuniones.

entidad para este año y el próximo, en el que incrementará sus acciones promocionales en el exterior. El presidente del SCB, Augusto Hidalgo, destacó la importancia del Sector MICE para

los destinos españoles y reclamó una mayor colaboración e implicación de todas las Administraciones públicas, en especial de la Secretaría de Estado de Turismo. *Panorama / Pág. 5*



Date de alta en Conexo.net

Diario online de Congresos, Reuniones e Incentivos

... y recíbelo cada mañana en tu email

CONEXO.net

CONGRESOS, REUNIONES E INCENTIVOS

El MICE, producto clave en Comunidad Valenciana

Colaboran **CEOE** **(Fitur)** **IFEMA**

Carmona crece en el sector turístico, en parte, gracias al Sector MICE

La política turística de Málaga da resultado en 2016

Oviedo Congresos incorpora a nuevas empresas asociadas

APCE aconseja una planificación estratégica antes de ejecutar nuevas sedes

El proyecto 'Carmona de Congresos' ayuda a que durante 2018 la localidad sevillana haya logrado un récord histórico en la llegada de visitantes a su Oficina municipal de Recepción Turística.

CONEXO

Periódico para la Organización de Congresos, Convenciones e Incentivos

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero-Delegado: Carlos Ortiz

DIRECTOR
Eugenio de Quesada

DIRECTOR ADJUNTO: Carlos Ortiz

DIRECTOR DEL CONSEJO ASESOR: Claudio Meffert

COORDINADOR GENERAL EDITORIAL: Eduardo Santamaría

REDACTORES Y COLABORADORES: Daniel Gallego Alías, Marga González, Miguel Praga Líbano, César Vidal, Josep Marqués, Guillermo Mieres, Germán Ruiz, Paula Vacas, Esteban Pina, Cristina Sanabria, Ignacio Samper Montes y Enric Arenós 'Quique'

CONSEJO ASESOR

DIRECTOR: Claudio Meffert | **MIEMBROS:** Eugenio de Quesada, Enrique Hernández, Carlos Ortiz Rodrigo, Jesús Martínez Millán y Claudio Meffert

NEXO
editores s.a.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

✉ Lope de Vega, 13. 28014 Madrid
☎ Teléf. 91 369 41 00 (20 líneas)
✉ Mail: redaccion@conexo.net

DIRECTOR FINANCIERO: Javier Pascual Coruña | **DIRECTOR JURÍDICO:** Santiago Moratalla
DIRECTOR DE INFORMÁTICA: José M. Dávila | **DIRECTOR ADMINISTRATIVO:** Javier Contreras
DEPARTAMENTOS | ATENCIÓN AL CLIENTE: María José González | **PROVEEDORES:** Jorge de Jorge
DEPARTAMENTO CENTRAL DE PUBLICIDAD: Madrid Mercedes León | Barcelona Pepita Hernández

SERVICIOS EDITORIALES: Aconfisa (Asesoría-Auditoría) | Nexopublic (Consultoría) | Nexo Creativo (Autoedición), Nexotel (Información Electrónica) | Herrero y Asociados (Marcas y Propiedad Intelectual) | Nexodata (Bases de Datos) | Gráficas de Prensa Diaria (Rotativa) | Correos (Distribución)

CONEXO, el Periódico para la Organización de Congresos, Convenciones e Incentivos, es una Publicación Independiente de los Intereses del Sector | © CONEXO es una Marca Registrada de Nexo Editores SA
© Copyright NEXO EDITORES SA y Grupo NEXO | Depósito Legal M-8045-2012 | Impreso en España

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

EDITORIAL

El Sector, con los 20 Años de CONEXO

OPINIÓN EDITORIAL DE NEXOTUR Y CEHAT. "El 27 de junio tomaba posesión Isabel Oliver como secretaria de Estado de Turismo del Gobierno de España presidido por Pedro Sánchez. Pocas horas después comparecía, por vez primera, en la Cena de Gala CONEXO 20 Años.

Durante más de dos horas, la nueva titular de Turismo, acompañada los presidentes de CEOE, CEHAT e ICTE, fue saludando al centenar de Protagonistas del Sector, presentados por el director de CONEXO.

En su debut, Oliver demostró dos de las cualidades más valoradas en un dirigente político: saber escuchar y no eludir responsabilidades. Actitud y disposición que reiteró a lo largo de una cena, en la que no eludió ningún tema, por delicado que fuese, y mostró gran curiosidad e interés por cuanto afecta al Turismo.

Con una importante presencia del Sector, el evento repitió un innovador formato que el Grupo NEXO creó el pasado año para celebrar el Especial NEXOTUR nº 1.000: cena de gala precedida de largo cóctel previo, en el que los invitados se entregaron al *networking* en un evento en el cual el centro no era el medio (informativo), sino el fin (el Sector). Se ponía así el foco sobre los empresarios y profesionales (con especial atención al Asociacionismo como representante sectorial), convertidos en los verdaderos Protagonistas del Sector.

Rendir homenaje a un centenar de nuestros *primeros espadas*, incluyendo su mención pública, proyección de su imagen, salida al escenario, entrega de reconocimiento personalizado y pose para los fotógrafos... en apenas 15 minutos, es un buen ejemplo de esmero organizativo de este evento sectorial, que es de justicia destacar. Es notable la presencia de la Hostelería en este Especial CONEXO 20 Años, edición que recoge la Historia del MICE español en las últimas dos décadas, a lo largo de un centenar y medio de páginas.

Edición a la que se une la recopilación tanto del análisis de actualidad como de la información sectorial, a través de las opiniones editoriales y las portadas del periódico, en un volumen de casi medio millar de páginas, que cada invitado recibió personalizado a su nombre. Al igual que el Reconocimiento a personalidades sectoriales, con el característico retrato de cada homenajeado (que se publica en el periódico) con el que se distinguió a los Protagonistas del Sector MICE. Todo un acierto. Enhorabuena y a por los próximos 20 años".

Y hasta aquí la opinión del periódico de la Hostelería. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

TRIBUNA

20 años de información sectorial

Vicente Serrano

Presidente de OPC Córdoba y ex presidente de OPC España

EL DESARROLLO Y difusión de nuevas tecnologías, entre las que se encuentran también todas aquellas relacionadas con las de información y comunicación, son herramientas claves y elementos fundamentales para el sector turístico en general, y para el Turismo MICE en particular, ya que con ellas se facilita la comercialización, la distribución y las funciones de las entidades turísticas, así como la comunicación de todas sus actividades al gran público y a los profesionales.

Al mismo tiempo, gracias a estas herramientas tecnológicas, los propios consumidores pueden rentabilizar, por un lado, el gasto, y por otro, el tiempo cuando hacen turismo y viajan. En los momentos actuales, el sector turístico y las nuevas tecnologías se encuentran en un proceso de cambio, ya que fundamentalmente, y debido a la eclosión de Internet, estos avances tecnológicos de la comunicación suponen una fuente importante de información, conocimientos, recursos, etc. Si combinamos la actividad turística con las nuevas tecnologías, entendemos que se ha propiciado una nueva fórmula para comercializar, promocionar e informar sobre nuestros productos y servicios.

Estamos en condiciones de afirmar que las nuevas tecnologías han contribuido a la globalización del sector turístico. Con el desarrollo de todas estas nuevas tecnologías, tanto las empresas como instituciones y colectivos se ven obligados a incorporarlas y utilizarlas para mantener su competitividad. La no utilización de estas herramientas, que entendemos de las más indispensables que existen en la actualidad, podría ocasionar daños imprevisibles y pérdidas económicas cuantiosas. Mediante Internet, y haciendo uso de los canales de comunicación y las publicaciones de comunicación adecuadas, los destinos implementan la tecnología para difundir la localidad como destino turístico a través del marketing. Asimismo, las empresas usan estos mismos medios para informar sobre sus productos y servicios, sus novedades y tener un contacto más directo con sus clientes actuales y potenciales. Del



mismo modo, las herramientas tecnológicas permiten la comercialización de los productos y servicios y su posterior gestión. Un proceso de 360 grados que se puede hacer totalmente tecnológico y digital.

Desde hace 20 años, una publicación como el Periódico CONEXO ha acompañado al Sector MICE en su desarrollo reflejando y apoyando todo lo acontecido en este amplio periodo de tiempo. Juntos han hecho al Turismo de Reuniones más fuerte, destacando su capacidad como generador de riqueza económica para los destinos y sus empresas, y por otro lado, su carácter desestacionalizador, generando actividad fuera de la temporada alta de los destinos españoles.

CONEXO ha hecho realidad todas las premisas a las que he aludido anteriormente, evolucionando e incorporándose a las nuevas tecnologías conforme estas iban desarrollándose. Esto ha contribuido para que este Periódico haya sido más que un referente dentro del sector del Turismo MICE, en el que he participado y participo de forma activa y muy directamente como profesionales de la organización de congresos de modo particular, y como representante de las empresas OPC tanto a nivel local como también a nivel autonómico y nacional.

CONEXO ha ido evolucionando a través de los tiempos, incorporando nuevas tecnologías a su entorno profesional y ha conseguido mantener una línea de trabajo, objetivos y difusión dignos de elogio. A través de las relaciones con el Sector, informando puntualmente de los eventos nacionales e internacionales que se iban a celebrar, y organizando foros informativos y de debate, ha propiciado una forma única y singular de trabajar, consiguiendo unos logros importantes, así como posibilitando unas relaciones idóneas entre todos los que componemos la familia del Turismo MICE.

Por todo ello, transmito mi más cordial enhorabuena a todo el equipo que compone el Periódico CONEXO, por su contribución al desarrollo del Turismo MICE en estos últimos años, con la seguridad de que esta contribución se mantendrá en el futuro.

CONEXO ha ido evolucionando a través de los tiempos, informando puntualmente de los eventos, organizando foros informativos y de debate, y contribuyendo al desarrollo del Turismo MICE

DESENCUENTROS

Quique



OPINION

PROTAGONISTAS



Antonio Perea
Presidente
de AEGVE

ANTONIO PEREA (CEPSA) ha vuelto a ser elegido presidente de la Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE). En esta nueva etapa, reforzará los proyectos de formación y comunicación, además de crear un Consejo Asesor de la entidad. **Pág. 4**



Isabel Oliver
Secretaria de Estado de
Turismo de España

LA NUEVA SECRETARIA de Estado de Turismo, Isabel Oliver, tras tomar posesión de su cargo el pasado mes de junio, destaca las líneas en las que trabajará el Gobierno de España por potenciar el Turismo, un área que depende de la ministra Reyes Maroto. **Pág. 6**



Francisco Quereda
Director del Málaga
Convention Bureau

FRANCISCO QUEREDA, director del Málaga Convention Bureau, analiza la situación actual de la ciudad como destino de reuniones, que no para de crecer, y comenta la evolución que sigue teniendo en cuanto a oferta cultural, alojamiento y *venues*. **Pág. 8**



Andoni Aldekoa
Director del Palacio
Euskalduna de Bilbao

EL DIRECTOR DEL Palacio de Congresos Euskalduna de Bilbao, Andoni Aldekoa, presenta los resultados de actividad del recinto y destaca el proceso de renovación e innovación en el que está inmerso, que busca seguir siendo competitivo en el Sector. **Pág. 10**



Rafael Sueiro
Director general
de CWT España

RAFAEL SUEIRO, DIRECTOR general de CWT España desde principios de este año, resalta las principales características de su estrategia 3.0, en la que la tecnología y la innovación son protagonistas y que busca la mejora de la experiencia de los viajeros. **Pág. 12**

CARA A CARA

Tratamiento del Turismo por el nuevo Gobierno



Isabel Oliver
Secretaria de Estado de Turismo

Volver a situar al Sector en la agenda política

LA NUEVA SECRETARIA de Estado de Turismo, Isabel Oliver, tomó posesión de su cargo en la mañana del miércoles 27 de junio y esa misma noche comparecía por vez primera ante el Sector Turístico en la Gala CONEXO 20 Años, que se celebró en el Marriott Auditorium, y en el que el Grupo NEXO rindió homenaje a un centenar de Protagonistas del Sector MICE. Una buena manera de presentarse en sociedad de la nueva titular de Turismo del Gobierno, quien aseguró que su "compromiso y el de la ministra Reyes Maroto es volver a situar al Sector en la agenda política, en el lugar que le corresponde como generador de riqueza, empleo y bienestar social". Oliver destacó al turismo como "uno de los motores más importantes de nuestro desarrollo económico" y "el gran potencial de crecimiento" que tiene el turismo de negocios en España. "El Turismo MICE cuenta con un turista de alta rentabilidad y con altos estándares de calidad en la demanda de servicios, lo que contribuye a la profesionalización del Sector y la digitalización, además de potenciar el desarrollo de otras áreas de la economía", señaló Oliver. Asimismo, pidió la colaboración de todos los profesionales de esta industria y ofreció su apoyo y ayuda para potenciar esta importante actividad para el país.



Joan Gaspart
Presidente del Consejo de Turismo de la CEOE

El Turismo tiene que ser un tema de Estado

EL PRESIDENTE DEL Consejo de Turismo de la CEOE, Joan Gaspart, aprovechando la presencia de la nueva secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, en la cena de gala CONEXO 20 Años, le ofreció ayuda de los empresarios y profesionales del Sector para el desarrollo del Turismo en España, y le expuso un antiguo anhelo de las Organizaciones empresariales: "En España, el Turismo tiene que ser un tema de Estado. Espero que algún día lo consigamos. Y creo que ella lo ha visto así", dijo, tras la conversación que minutos antes habían mantenido la titular de Turismo del Gobierno y el líder del empresariado turístico, en la presidencia del evento. "El Turismo es una actividad económica muy importante para este país", afirmó Gaspart, para justificar que sea objeto de un Pacto de Estado entre todas las fuerzas políticas. Días antes, tras el nombramiento de Reyes Maroto como ministra de Industria, Comercio y Turismo, Joan Gaspart se mostró convencido de que "va a llevar el departamento correctamente", si bien le trasladó varias peticiones. En primer lugar, "rodearse de un equipo de perfil técnico y con conocimientos profundos de la actividad turística" y, por otro lado, que "procure ser al máximo ministra de Turismo, no dejando de lado a un Sector que requiere dedicación".

CHECK-IN / CEOE EN 20 AÑOS DE CONEXO

Pacto de Estado



EL PRESIDENTE DEL CONSEJO DE TURISMO de CEOE, Joan Gaspart, aprovechando la presencia de la nueva secretaria de Estado de Turismo Isabel Oliver en la cena de gala CONEXO 20 Años, ofreció ayuda de los empresarios del Sector para el desarrollo del Turismo en España, y expuso un antiguo anhelo de las Organizaciones empresariales.

"En España, el Turismo tiene que ser un tema de Estado. Espero que algún día lo consigamos. Y creo que ella lo ha visto así", dijo, tras la conversación que minutos antes habían mantenido la titular de Turismo del Gobierno y el líder del empresariado turístico, en la presidencia del evento, en la cual Oliver estuvo flanqueada por Gaspart y el director de CONEXO. "El Turismo es una actividad económica muy importante para este país", afirmó Gaspart, para justificar que sea objeto de un Pacto de Estado entre todas las fuerzas políticas. Una de las *palancas* para activar el Pacto de Estado podría ser el Encuentro de Parlamentarios y Empresarios de Turismo, que impulsa el Consejo de Turismo de CEOE (en colaboración con Grupo NEXO). Esta iniciativa pretende reunir a las Comisiones de Turismo de del Congreso y el Senado, con las Organizaciones sectoriales.

CHECK-OUT / LOS AGENTES DICEN 'BASTA' A IATA

Todos contra el BSP



LA DECANA UNIÓN NACIONAL DE AGENCIAS de Viajes (UNAV) echa un pulso a IATA. La Asociación busca apoyos entre sus agencias miembros y otras Organizaciones empresariales para que el *lobby* aéreo deje de utilizar automáticamente la vía penal para los impagos de agencias y trasladará su propuesta a la propia IATA, así como al Gobierno español.

"Ha llegado el momento de decir *basta* y de pedir a IATA que reconsidere su actitud". Con esta contundencia se expresó el presidente de UNAV, Carlos Garrido, en un acto en su sede, donde anunció la puesta en marcha de una serie de acciones con el objetivo de que el *lobby* aéreo renuncie a utilizar la vía penal cuando se produzca el impago de una agencia a una aerolínea.

La Asociación decana del Sector se muestra especialmente crítica con que "ante cualquier incumplimiento de obligaciones de pago", las aerolíneas de IATA "procedan a ejercitar acciones penales directamente, sin valorar la existencia o no de dolo (voluntad deliberada de cometer un delito) imprescindible para que haya ilícito penal". En este sentido, UNAV aboga por la despenalización de la acción de apropiación indebida, cuando se derive de una relación contractual no dolosa. El sector está de acuerdo.



PERSONAJE DEL MES

Antonio Perea

La Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE) ha reelegido a Antonio Perea como presidente de la entidad durante la asamblea general ordinaria y extraordinaria celebrada el pasado 19 de junio. La nueva Junta Directiva, entre otros objetivos, reforzará sus proyectos de formación y comunicación, y creará un Consejo Asesor. La Junta Directiva de AEGVE, liderada por Antonio Perea (Cepa), queda compuesta para los próximos dos años, por Víctor Rawinad (Acciona) como vicepresidente, Andrés Ibañez (Maxam) como secretario, Cristina Corral (PWC) como tesorera, Juanma Fernández (Mediapro) como responsable de Comunicación y RRSS, Mar Rodríguez (FEB) como vocal de Comuni-

caciones, Eva Morales (Sun Chemical) como vocal Delegación Catalunya y Sandra Félix (Robert Bosch) como vocal Delegación Portugal. Entre los numerosos proyectos presentados

Antonio Perea (Cepa) ha vuelto a ser elegido presidente de la Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE). Perea, en esta nueva etapa, reforzará los proyectos de formación y comunicación, además de crear un Consejo Asesor de la entidad.

a la asamblea, destaca la creación del Consejo Asesor de AEGVE, que estará formado por un número determinado de empresas de socios directos y que tendrán dependencia directa de la Junta Directiva. Por otro lado, la nueva Junta creará el Comité de Formación, que trabajará para dar continuidad y consolidación al Curso Profesional de la UNED y creará el Máster Universitario; también creará el Comité de Comunicación y RRSS, que impulsará las relaciones con los medios; y creará un Comité de Responsabilidad Corporativa - RSC.

CRONICA DE PRENSA

‘Madridiario’ / Madrid

El Palacio de Congresos y Feria de Madrid

El procedimiento de concesión demanial de la gestión del Palacio Municipal de Congresos a Feria de Madrid, Ifema, ya se ha iniciado, ha informado la secretaria general técnica María Teresa Jiménez en la comisión de Cultura y Deportes. "La última propuesta aprobada por el comité ejecutivo es del 25 de junio, y es la que ha dado pie al inicio del procedimien-

to de concesión", ha expresado Jiménez tras ser requerida sobre este asunto por la edil popular Isabel Martínez-Cubells, quien ha pedido "claridad y transparencia". "Parece que la gestión realizada por Ifema daría cabida a mayor número de congresos y eventos en la ciudad, pero nunca es buena la incertidumbre en la gestión", ha lamentado.

‘La Nueva España’ / Oviedo

Palacio de Congresos de Oviedo, a rebosar

La asamblea regional de los Testigos de Jehová llenó el Palacio de Congresos de Buenavista, el Calatrava, con tres mil fieles de esa confesión religiosa, de todas las edades y llegados de Asturias, León y Zamora. Este año el lema principal de la reunión era ‘¡Sea valiente!’, porque, según el portavoz de la asamblea, Emilio

Bueno, "vivimos en un mundo muy conflictivo y siempre está bien recordar que ante todo debemos ser valientes". La convención duró durante el fin de semana entre conferencia, con proyecciones de breves vídeos, sobre vivencias como el acoso escolar, la presión del grupo y los problemas matrimoniales.

‘Diario Sur’ / Marbella

El centro congresual cambia de cara

Desde hace un par de días, un señor vestido de corto y con gorra anda con una escalera y un bote de pintura de un lado para otro pintando la fachada principal del Palacio de Congresos Adolfo Suárez de Marbella. Y no, no se trata de un grafitero o un vándalo. Él es Curro Leyton, un artista contemporáneo malagueño que está realizando un mural por encargo. El ‘Gran Mural Marbella’, concretamente. ¿Su mecenas? El Ayuntamiento de Marbella. El proyecto, que tiene un presupuesto de 7.600 euros, pretende decorar con triángulos geométricos no similares entre ellos toda la fachada del Palacio de Congresos. Leyton asegura que su objetivo es que, a través de los colores y de los triángulos, se pueda reconocer Marbella de un simple vistazo. Unos colores que representan "el buen tiempo, el sol, los azules del mar y el color de la costa", asegura.

LA IMAGEN

Evaluar las actuaciones de emergencia



Fibes es el escenario de un simulacro de incendio

El Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla, Fibes, ha sido escenario de un simulacro de explosión con incendio y evacuación de público y operarios heridos. Organizado por el Ayuntamiento de Sevilla a través de la Delegación de Seguridad y Movilidad y la Delegación de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo, el ejercicio, realizado el pasado mes de julio, ha tenido como objetivo la verificación y puesta a punto de la coordinación de las actuaciones previstas ante hipotéticas situaciones de emergencia.

Expertos en Consultoría de Congresos y Convenciones

De Profesional a Profesional



Solicite Información, pre-Estudio y datos sobre Ayudas y Subvenciones, directamente a Nexopublic ☎ 91 369 41 00

- Evaluaciones de Calidad.
- Estudios de Mercado.
- Estudios Estratégicos.
- Autodiagnósticos de Empresa.
- Análisis Sectoriales.
- Telemática y Comunicaciones.
- Fusiones y Adquisiciones.
- Búsqueda de socios financieros.

Nexopublic

CONSULTING

Lope de Vega, 13. 28013 Madrid. ☎ 91 369 41 00 Fax 91 369 18 39

PANORAMA

✓ COLUMNA

La seguridad es cosa de todos

EN UN MOMENTO en que los temas e incidentes relacionados con la seguridad están ocupando los titulares de manera regular, los centros han vuelto a revisar sus propios protocolos de preparación ante emergencias. Un estudio reciente a los miembros de la AIPC señala un aumento de la preocupación por la seguridad entre más de la mitad de los gerentes, con niveles aún más altos de preocupación identificados por parte de los clientes. En vista de esto, más del 80% de los centros han revisado los procedimientos existentes y los equipos de respuesta, y más de la mitad han tomado otras medidas específicas, incluida la formación de nuevos empleados, la mejora de la tecnología relacionada con la seguridad, el nuevo compromiso con agencias gubernamentales y la implementación de nuevos procedimientos y protocolos.

Pero hay más que esto. Aunque prácticamente todos los centros mantienen procedimientos de emergencia detallados, necesitan de la respuesta de los distintos agentes de emergencia locales. La coordinación entre todos es fundamental, por lo que hay que analizar y mejorar las relaciones existentes. Los clientes del centro también juegan un papel clave. Dependiente del evento habrá que evaluar los riesgos que existen en función de la audiencia. Hay eventos, por ejemplo, que pueden generar protestas, y es obligación del organizador comunicarlo con tiempo a las autoridades locales para diseñar el plan de seguridad adecuado.

También hay muchas variaciones en cuanto a la tolerancia de las organizaciones y sus delegados sobre la visibilidad de las medidas de seguridad. Algunos piensan que mucha visibilidad puede arruinar la experiencia de los asistentes y no lograr los objetivos del evento.

Existe también un factor de reputación. Hay destinos potencialmente con más riesgo que deben afrontar con mucha comunicación y cooperación, no solo con clientes potenciales, sino con otras agencias con intereses en el destino.

En definitiva, la seguridad hay que abordarla con un enfoque cooperativo y comunicativo para garantizar un resultado exitoso.



Aloysius Arlando
Presidente de la AIPC

El Turismo de Reuniones aumenta su impacto económico en España en 2017

Existe un ligero estancamiento en el número de eventos, aunque aumentan los participantes

El Turismo de Reuniones en España refleja un continuo crecimiento en los últimos años. Así lo refleja el último informe

elaborado por el Spain Convention Bureau (SCB) —hecho público en su última reunión anual—, que destaca un incre-

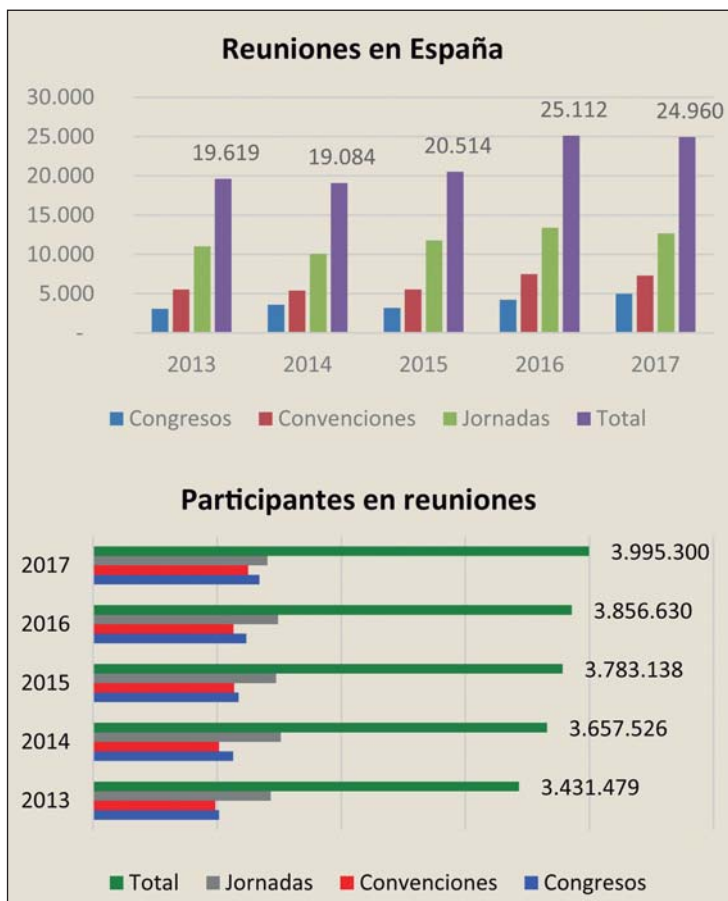
mento del impacto económico del Sector en 2017 hasta los 6.130 millones de euros, un 3,38% más que el año anterior.

Los principales datos del estudio del SCB destacan un estancamiento del número de reuniones (congresos, convenciones y jornadas) con 24.960 eventos, un 0,61% menos que en 2016, aunque en el periodo de los últimos cinco años ha crecido un 27%. En cuanto a participantes, el número ha sido positivo. Los casi cuatro millones de delegados han supuesto un ligero aumento del 3,6%, siendo la evolución de los últimos cinco años del 16,43%.

Por tipología de eventos, los congresos han reunido a 1,3 millones de delegados en sus 4.986 encuentros (4.228 en 2016); en las convenciones (7.312 en 2017; 7.497 de 2016) han participado 1,5 millones de personas; y 1,4 millones de delegados han asistido a las jornadas (12.662 en 2017 y 13.387 en 2016).

Destinos de las reuniones

Madrid y Barcelona han sido las ciudades que mayor número de reuniones han acogido (el 43,5% del total). Posteriormente, las ciudades de entre 200.000 y 500.000 han concentrado el 28,34%. Por otro lado, de los casi cuatro millones de participantes en los eventos celebrados en territorio nacional, el 73,1% han sido nacionales y el resto extranjeros, produciéndose un



El Turismo de Reuniones en España sigue una clara línea ascendente en los últimos años, con un pequeño descenso en eventos en 2017.

incremento de participantes internacionales respecto a 2016. Asimismo, los principales mercados emisores nacionales han sido la Comunidad de Madrid (25,3%), Cataluña (18,1%) y Galicia (11,6%). Del exterior, han sido Gran Bretaña (14%), Portugal (12,4%), Francia (7,9%), Italia (6,7%) y Alemania (5,9%).

Otros datos de interés

Los sectores de actividad que más eventos han generado en España durante el año pasado han sido, por este orden, el médico-sanitario, el económico-comercial y la universidad, siguiendo la línea de otros años. Asimismo, los meses de mayor demanda han sido marzo, abril, mayo, junio, septiembre, octubre y noviembre, congregando estos meses casi el 84% de toda la actividad congresual.

Otros datos destacados han sido las sedes de las reuniones y el alojamiento de los delegados. En el primero de los casos, una de cada tres reuniones celebradas en 2017 ha tenido lugar en palacios de congresos (32,5%), seguidos de los salones de los hoteles (27,4%) y los recintos universitarios (15,4%). En cuanto al alojamiento, los hoteles de cuatro estrellas han sido los más utilizados por los delegados (70%).

El Spain Convention Bureau quiere mejorar la promoción internacional del Sector MICE español

Existe un ligero estancamiento en el número de eventos, aunque aumentan los participantes

El Spain Convention Bureau (SCB), en su asamblea anual celebrada en julio en Las Palmas de Gran Canaria, ha apro-

bado las actuaciones para este año y el próximo y ha puesto de manifiesto su intención de intensificar la promoción

internacional de los destinos españoles y ser el referente para promocionar la imagen de este Sector en el exterior.

El presidente del SCB, Augusto Hidalgo, ha destacado la importancia que tiene el Turismo de Reuniones para las entidades locales y ha expresado la voluntad de seguir trabajando para que este Sector tenga un papel relevante en la política turística del Estado, en colaboración con todos los actores públicos y privados. En este sentido, Hidalgo ha pedido la colaboración e implicación de todas las Administraciones, en especial de la Secretaría de Estado de Turismo, con la que mantiene un convenio de colaboración desde 2014, que tiene como objetivo la promoción internacional de España como destino de reuniones.

Para el presidente del SCB, es importante seguir impulsando acciones para promover aún más esta actividad tan destacada en cualquier destino, ya que influye positivamente en las economías locales y en el mantenimiento del empleo y, como consecuencia, en

la economía española y, de manera transversal, en numerosos sectores enlazados. Además, Augusto Hidalgo ha destacado el continuo crecimiento del Turismo de Reuniones en España y ha animado a todos los destinos a apostar por él y a que se adapten a los nuevos retos del mercado, que pasan por la evolución tecnológica y los cambios de comportamiento de los visitantes. También se ha referido a la posición de liderazgo de España como destino MICE haciendo referencia al Ranking ICCA de 2017, que sitúa a nuestro país en la cuarta posición, solo por detrás de Estados Unidos, Alemania y Gran Bretaña.

Por su parte, el presidente de la Comisión de Turismo de la FEMP, José Hila, ha señalado que el Sector MICE "va bien" en España, pero el reto es que "vaya mejor", para lo cual es necesario el trabajo conjunto de todos los destinos agrupados en el SCB.

Benidorm, sede de la reunión y asamblea del SCB en 2019

El Spain Convention Bureau (SCB), en su asamblea anual, ha elegido a Benidorm (Alicante) como sede del Encuentro sobre Turismo de Reuniones y Asamblea General del SCB en 2019, tomando así el relevo a Las Palmas de Gran Canaria. La localidad alicantina ha resultado vencedora de la votación en la que competía con La Coruña.

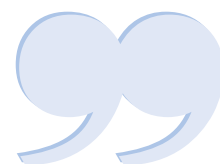
El alcalde de Benidorm, Antonio Pérez, ha sido el encargado de defender la candidatura de la ciudad, señalado que, aunque "el producto de congresos y reuniones no es el de mayor porcentaje de actividad de nuestro destino", Benidorm se ha hecho "un hueco importante en el mercado del Turismo MICE"

gracias a diferentes factores como la ruptura de la estacionalidad, el progresivo aumento de la oferta y a la "notoriedad adquirida por la celebración de eventos importantes de gran envergadura", el último de ellos la V Asamblea General de la Federación Mundial de Personas Sordociegas y la XI Conferencia Mundial Helen Keller, que contaron con la presencia de Su Majestad la Reina Doña Letizia.

Pérez ha recordado que la participación de Benidorm en el Spain Convention Bureau se remonta a 1984 y que ésta es la primera ocasión en la que la ciudad se plantea "el reto de recibir en nuestro destino la celebración del encuentro".



El Turismo estaba olvidado, nosotros queremos que tenga un papel protagonista / La estabilidad ha vuelto a destinos del Mediterráneo / España tiene una capacidad de absorción turística enorme / Son muchos los sectores con precariedad, pero Turismo y hostelería son los que más perjuicios han sufrido



ISABEL OLIVER / SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

'España apuesta por la calidad y no por la cantidad'

EL PASADO 27 de junio tomaba posesión Isabel Oliver como secretaria de Estado de Turismo del nuevo Gobierno de España presidido por Pedro Sánchez. La diputada del Partido Socialista de las Islas Baleares (PSIB), que pocas horas después de su nombramiento comparecía por primera vez ante el Sector en la cena de gala de CONEXO 20 Años, tiene ante sí el reto de liderar la política turística de la mano de la ministra de Industria, Turismo y Comercio, Reyes Maroto.

■ **El empresariado turístico se ha mostrado muy crítico con el papel desempeñado por Álvaro Nadal y Matilde Asián, como ministro de Energía, Turismo y Agenda Digital y secretaria de Estado de Turismo, respectivamente, en los menos de dos años que ha durado el mandato de Mariano Rajoy. ¿Cuáles son sus retos prioritarios para lo que resta de legislatura?**

● Mi compromiso y el de la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, es volver a situar al Sector en la agenda política, en el lugar que le corresponde como generador de riqueza, empleo y bienestar social. Vamos a trabajar para fomentar una mayor diversificación de la oferta que nos permita atraer a un visitante de mayor poder adquisitivo y desestacionalizador con el que lograr un modelo turístico sólido y perdurable.

■ **¿Apostará por el diálogo con las principales Organizaciones empresariales del Sector Turístico?**

● Por supuesto. La colaboración público-privada es esencial para consolidar el Sector Turístico y para afrontar los retos de futuro. Buena muestra de esa voluntad de diálogo fue la convocatoria de la Conferencia Sectorial de Turismo que no se reunía desde hacía tres años.

■ **¿Qué opinión le merece el trato dado al Turismo por el Gobierno de Mariano Rajoy?**

● El ministro Nadal era poco turístico, se encargó más de otras áreas que de ésta. Con el anterior Gobierno el Turismo estaba olvidado, nosotros queremos que tenga un papel protagonista en nuestro proyecto de país por ser una pieza clave para el desarrollo económico, social y medioambiental de España.

■ **Parece que el proyecto de Destinos Turísticos Inteligentes seguirá siendo una prioridad para el nuevo Ejecutivo. ¿Por qué?**

● El Turismo vive un proceso de transformación con un turista cada vez más informado y exigente, que busca experiencias más personalizadas y al mismo tiempo reclama que sean sostenibles y respetuosas con el entorno. La reconversión de un destino turístico en un destino turístico inteli-



gente permite un aumento de la competitividad, un mejor aprovechamiento de los recursos turísticos, una gestión más eficiente y sostenible y por tanto, una mejora en la percepción del destino.

■ **¿Considera fundamental la transformación del destino España?**

● España es el país más competitivo del mundo, según los informes del Foro Económico Mundial, pero debemos fomentar la transformación del modelo turístico en base a la tecnología, la sostenibilidad, la accesibilidad, la innovación y la gobernanza para dar respuesta a las nuevas tendencias de la demanda.

■ **¿Qué cifra de turistas y de gasto prevén para este 2018?**

● En los cinco primeros meses del año nos visitaron 28,6 millones de turistas extranjeros, un 2% más, y

gastaron 29.550 millones de euros, lo que supone un aumento del 4,1%. Las previsiones para la temporada alta son positivas con incrementos no solo en el número de llegadas, con una previsión de 30,4 millones de turistas, sino del gasto, que podría superar los 34.000 millones. Por tanto, todo apunta a que 2018 será de nuevo un buen año turístico para España si bien es pronto para aventurar una cifra.

■ **¿Se ha empezado a notar la recuperación de destinos competidores como Turquía, Egipto y Túnez?**

● La estabilidad ha vuelto a estos destinos del Mediterráneo que a base de precio intentan recuperar cuota de mercado, si bien la apuesta de España es por la calidad y no por la cantidad. Trabajamos para atraer turistas de mayor poder adquisitivo

«Vamos a trabajar para fomentar una mayor diversificación de la oferta que nos permita atraer a un visitante de mayor poder adquisitivo y desestacionalizador»

«Este Gobierno va a trabajar para mejorar las condiciones de todos los trabajadores. Se va a llevar a cabo un plan liderado por el Ministerio de Trabajo»

laboración continúe para poder seguir haciéndolo.

■ **La saturación en determinados destinos ha desembocado en cierta animadversión a la actividad turística por parte de residentes en zonas de gran afluencia de visitantes. ¿Entiende su malestar?**

● Es cierto que en momentos puntuales y en lugares concretos se concentra un gran número de turistas, pero desde luego no es una situación generalizada en toda España. Hay que apostar por la convivencia entre vecino y turista.

■ **¿Cómo cree que se puede combatir esta situación?**

● Debemos trabajar para impulsar un modelo turístico que permita la integración de los visitantes en el entorno respetando la calidad de vida de los residentes. En este sentido nuestro país está creando y promoviendo un Turismo ligado a experiencias que pueden disfrutarse durante todo el año y en todo el territorio nacional.

■ **Además de ser el sector que más contribuye al Producto Interior Bruto (PIB) español, el Turismo da empleo a más de dos millones de residentes en el país. ¿Existe demasiado empleo precario en el Sector Turístico?**

● Son muchos los sectores con precariedad, pero Turismo y hostelería son quizá los que más perjuicios han sufrido desde el punto de vista de las condiciones laborales. Este Gobierno va a trabajar para mejorar las condiciones de todos los trabajadores.

■ **¿Cómo lo harán?**

● Una de las prioridades del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo es luchar contra la explotación laboral y mejorar la calidad del empleo. Para ello se va a llevar a cabo un plan liderado por el Ministerio de Trabajo para tratar las mejoras salariales, el reconocimiento de las enfermedades profesionales y la modificación del artículo 42.1 del Estatuto de los Trabajadores, que ya se está tramitando en el Congreso de los Diputados.

■ **La Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (Segittur) convirtió ya hace años Spain.info en un canal de distribución de experiencias turísticas. ¿Está de acuerdo con el proyecto? ¿Ha tenido éxito?**

● En el año 2017, se alcanzaron 17.424.218 de visitas tanto en la versión *desktop* como en versión móvil y se publicaron 2.106 experiencias turísticas, una cifra que a finales de mayo rozaba las 2.500.

■ **¿Seguirán invirtiendo en esta plataforma de comercialización?**

● Spain.info se encuentra en proceso de renovación para adaptarse a los cambios tecnológicos que se han ido produciendo en los últimos años y a las nuevas necesidades del usuario y las redes sociales.

EN DIRECTO

'Todo apunta a que 2018 será un buen año turístico'

EN LOS CINCO primeros meses del año nos visitaron 28,6 millones de turistas extranjeros, un 2% más, y gastaron 29.550 millones de euros, lo que supone un aumento del 4,1%. Las previsiones para la temporada alta son positivas con incremento no solo en el número de llegadas con una previsión de 30,4 millones de turistas sino del gasto, que podría superar los 34.000 millones. Por tanto, todo apunta a que 2018 será de nuevo un buen año turístico para España. En



Isabel Oliver
Secretaria de Estado de Turismo

2012, España recibía 52 millones de turistas y en 2017 nos han visitado casi 82 millones. Nuestro Sector Turístico ha sabido dar respuesta con una oferta y servicios de calidad, lo que ha demostrado que España tiene una capacidad de absorción turística enorme. A lo largo de estos años, tanto el sector público como el privado ha hecho las inversiones necesarias para gestionar y absorber ese crecimiento y es fundamental que esa colaboración continúe para poder seguir haciéndolo.

BUSCAMOS SOLUCIONES PARA SU VIAJE DE NEGOCIO A TRAVÉS DE UNA INMEJORABLE CALIDAD DE SERVICIO



LÍDERES EN EL SECTOR DE VIAJES

Por experiencia, garantía y
calidad.



COBERTURA 365 DÍAS DEL AÑO

Siempre dispuestos
a ayudarle. Nuestro
departamento de atención
al cliente ofrece cobertura
los 365 días al año.



ATENCIÓN PERSONALIZADA

Desde nuestro
departamento de
asesoramiento y
consultoría le ayudamos
a planificar sus viajes.



SOLUCIONES TECNOLÓGICAS, SOLUCIONES RENTABLES

Soluciones globales
para entornos globales.



Empresas • Congresos • Eventos

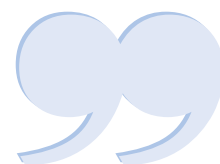
direccionempresas_eventos@viajeseci.es

VIAJES *El Corte Inglés*

EMPRESAS



Estamos captando cada vez más congresos internacionales / Queremos incrementar la calidad del turista / Las previsiones para los próximos años son buenas / El hotel Torre del Puerto es totalmente imprescindible para la ciudad / En el Convention Bureau están integradas unas 185 empresas



FRANCISCO QUEREDA / DIRECTOR DEL MÁLAGA CONVENTION BUREAU

'Vamos de la mano de los profesionales locales'

FRANCISCO QUEREDA, director del Málaga Convention Bureau, analiza la situación actual de la ciudad como destino de reuniones y comenta la evolución que sigue teniendo en cuanto a oferta cultural, alojamiento y venues.

■ ¿Cómo ha sido la actividad congresual de la ciudad en 2017?

● Cada año hemos ido incrementando los resultados del ejercicio anterior. Es verdad que partíamos de cifras pequeñas. Hay que tener en cuenta que el Palacio de Congresos solo tiene 15 años y el Convention Bureau los mismos. No era difícil ir incrementando las cifras, pero lo que sí es verdad es que el año pasado dimos un estirón importante con casi 100.000 congresistas y más de 230 congresos. El año pasado, por tanto, fue un año récord y de consolidación de Málaga como destino de congresos, tanto en el ámbito nacional como internacional. Hay que destacar que estamos captando cada vez más eventos y congresos internacionales.

■ ¿Qué impacto económico ha tenido la actividad MICE en la ciudad durante el pasado año?

● Habrá estado en torno a los 100 millones de euros, solo con los datos que nosotros manejamos desde el Convention Bureau. Evidentemente, hay muchos más eventos que se celebran en la ciudad durante todo el año, pero que no los tenemos contabilizados porque las propias sedes no nos lo facilitan.

Pero lo importante no son solo los números. Nosotros nos fijamos, ya no solo a nivel de MICE sino en general, donde los números en cuanto a turistas y pernoctaciones están siendo buenos, es en consolidar estas cifras durante todo el año y mantener e incrementar la calidad del turista; no crecer por crecer.

■ Los primeros meses de 2018 han pasado con muy buenos datos para el Sector MICE malagueño. ¿Qué previsiones tiene para el cierre de este año?

● Esperamos, por lo menos, mantener las cifras de 2017, pero posiblemente crezcamos un poco. Estamos contando con eventos y congresos grandes, tanto nacionales como también alguno internacional, que nos muestran que la actividad congresual en la ciudad va bien. Así nos lo hacen llegar cuando hablamos con las sedes, hoteles o el Palacio. Están muy contentos. Y sobre también que las previsiones para los próximos años también son buenas. Además, la parte corporativa también está evolucionando muy bien, con peticiones muy concretas a dos o tres meses. Contamos con una nueva base a nivel congresual a la que se suma la actividad corporativa a medio y corto plazo.



■ ¿Cuántas candidaturas tiene presentadas el Convention Bureau actualmente pendiente de decisión?

● Tenemos alrededor de 200 candidaturas presentadas. Contamos una base de candidaturas 'vivas', que si las perdemos en alguna ocasión las volvemos a presentar, a no ser que sea un evento muy concreto. Cada vez intentamos llevar las candidaturas lo mejor preparadas posible, junto con un contacto local, y lo que hemos notado, después de muchos años de trabajo, es que es más fácil vender Málaga porque ya nos conocen y en muchas ocasiones ya nos tienen en cuenta antes de presentar la candidatura.

■ Para la presentación de candidaturas es importante el trabajo de los prescriptores. ¿Cómo trabaja este aspecto?

● Vamos muy de la mano de los profesionales locales. Además, llevamos trabajándolo muchos años con el Convention Bureau de la Costa del Sol a través el proyecto 'Málaga Con: Congresos Contigo'. Empezamos con el sector médico-sanitario, que cuenta con una gran actividad a nivel de eventos y a los que les hacemos un homenaje anual para darles las gracias por ofrecer Málaga como destino para sus reuniones, y también trabajamos con la universidad y otros sectores, cuyos eventos no tienen la espectacularidad de los congresos médicos, pero que igualmente vienen muy bien para la ciudad.

■ La oferta cultural de la ciudad de Málaga no ha parado de crecer en los últimos años, lo que ha supuesto un atractivo más como

«El año pasado fue un año récord y de consolidación de Málaga como destino de congresos, tanto en el ámbito nacional como internacional»

«Málaga se ha transformado profundamente en los últimos años y eso ha sido fundamental para el desarrollo turístico de la ciudad y como destino MICE»

destino MICE. ¿Cómo ha respondido el Sector ante este aspecto?

● Málaga se ha transformado profundamente en los últimos años y eso ha sido fundamental para el desarrollo turístico de la ciudad, en general, y como destino MICE, en particular. Además, la constante evolución de la ciudad permite que cuando vamos a presentar el destino en ferias, encuentros, workshops... siempre podamos contar algo nuevo. Este crecimiento de la oferta cultural, como cuando se abrió el Museo Picasso, ha permitido que grandes medios de comunicación internacionales se hayan hecho eco de Málaga y esta información llega también al profesional de congresos. Un congreso no llega a la ciudad por su oferta cultural, pero ayuda. A lo mejor en el

área corporativa sí sea decisiva al solicitar un evento en el Museo Picasso o una reunión en el Pompidou. Se trata, por tanto, de una oferta más de ciudad y, en este sentido, en el corporativo, sí que es decisivo.

■ Paralelamente, también ha ido creciendo la oferta hotelera y de espacios congresuales. ¿Cómo valora el proyecto del hotel Torre del Puerto? ¿En qué situación administrativa se encuentra?

● El hotel Torre del Puerto es totalmente imprescindible para la ciudad porque nos falta ese hotel con 350-400 habitaciones, un auditorio de 1.000 personas y numerosas salas de reuniones; y esta es la pata que nos falta en la ciudad. Ya tenemos el Gran Hotel Miramar para el mercado del lujo y que está funcionando muy bien para eventos también. Pero el hotel Torre del Puerto es fundamental para el desarrollo turístico de la ciudad, no solo MICE, sino a nivel de turista individual. Esperamos, por tanto, que el hotel salga adelante.

■ ¿De qué plazos se hablan para este hotel?

● Se habla que a finales del año 2020 pueda empezar su construcción después de todos los trámites administrativos que se han de cumplir.

■ Un proyecto más tangible es la reforma de la plaza de toros de La Malagueta, que ya está en obras y que incluirá espacios para eventos. ¿Qué supondrá este nuevo venue para el Sector MICE de la ciudad?

● La plaza de toros se ha ido utilizando puntualmente para la celebración de algún evento. Lo que ahora se logra tras esta reforma son espacios específicos para reuniones profesionales y, además, una oficina concreta donde dirigirse para su solicitud. A nivel de capacidad no será un espacio muy relevante, pero sí será un incentivo más de la ciudad como destino congresual.

■ ¿Cuántas empresas componen actualmente el Convention Bureau?

● En el Convention Bureau de Málaga, que cuenta con un presupuesto 100% municipal, están integradas unas 185 empresas de todos los sectores que componen la actividad turística y congresual.

■ ¿Qué acciones formativas realizan para sus socios?

● Normalmente hacemos alguna sesión formativa para nuestros socios. Las últimas han sido sobre la nueva ley de protección de datos y sobre la autenticidad en eventos. También hacemos alguna jornada de convivencia entre los socios y, finalmente, a finales o principios de año reunimos a los socios para hacer balance del ejercicio y presentar el plan de actuación del siguiente.

EN DIRECTO

'El máximo respaldo del sector'

EL FORO DE TURISMO hace ahora 11 años y en él están el Ayuntamiento de Málaga (a través de las áreas de Turismo, Cultura y Deportes), el Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, el Puerto, la Federación de Comercio de Málaga, Turismo y Planificación Costa del Sol; la Asociación Profesional de Informadores Turísticos, la Confederación de Empresarios de Málaga; la Cámara de Comercio, Industria y Navegación; la Universidad de Málaga; la Asociación de Empresarios Hotele-



Francisco Quereda
Director del Málaga Convention Bureau

ros de la Costa del Sol; la Asociación de Escuelas de Español; la Asociación del Centro Histórico; la Asociación de Empresarios Hosteleros de Málaga; la Asociación Empresarial de Agentes de Viajes; la Asociación de Empresas de Alquiler de Vehículos; el Palacio de Ferias y Congresos y Málaga Convention Bureau. Todas están integradas en este organismo para que las decisiones que se tomen en materia turística desde el Ayuntamiento de Málaga cuenten con el máximo respaldo del sector.

La tercera edición de AEVEA&CO destaca la importancia de la experiencia en eventos

Algunos Gobiernos municipales exponen su política respecto a la organización de eventos en sus ciudades

La asociación Agencias de Eventos Españolas Asociadas (AEVEA) ha celebrado en Madrid la tercera edición de su encuentro anual

AEVEA&CO, donde cerca de 350 profesionales han podido conocer las últimas tendencias en la organización de eventos, entre ellas,

la importancia que cobra cada vez con más fuerza la personalización y mejora de la experiencia de los asistentes.

El presidente de AEVEA, Francisco Cantero, en la inauguración del encuentro, ha explicado el lema bajo el que se ha desarrollado, 'Somos eventos'. "Somos eventos, porque nuestra vida no se entiende sin los momentos únicos que la hacen memorable. El ser humano necesita comunicar, y la experiencia *online* es incompleta e insuficiente sin el contacto físico, directo, presencial. Y por eso los eventos juegan un rol cada vez más importante como parte de la estrategia de comunicación de las empresas", ha destacado Cantero. En este sentido también se ha referido la primera ponente del día, la directora de orquesta Inma Shara. "La música y los eventos comparten el privilegio de crear magia e ilusión; y esto es lo que se recuerda. Lo sensorial es fundamental", ha afirmado Shara.

Posteriormente, el consejero de Economía, Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Zaragoza, Fernando Rivarés, ha presentado los principales atractivos de la capital aragonesa como destino MICE. Rivarés ha participado a continuación en la mesa de debate con representantes de Gobiernos municipales junto a Óscar Puente, alcalde de Valladolid; Sergio Matos, alcalde de Santa Cruz de La Palma; Luis Cueto, coordinador general del Ayuntamiento de Madrid; Jesús Pacheco, concejal de Promoción Económica, Cultura y Programas Europeos y responsable del Área de Turismo de Murcia; Jesús Martínez, concejal de Turismo, Deportes, Festejos y Juventud de Gijón; José Bayón, concejal de Desarrollo Económico, Empleo e Innovación del Ayuntamiento de Segovia; Javier Sánchez, asesor externo de AEVEA; y Francisco Sánchez, CEO de Grupo Absolute y miembro de la Junta Directiva de AEVEA.

Todos han coincidido en la necesidad de simplificar y coordinar los múltiples permisos y normativas de diferentes ámbitos (seguridad, tráfico, convivencia...) que hay que tramitar para hacer realidad un evento en cualquier ciudad. Madrid ha anunciado la creación de una nueva categoría de 'Eventos de Interés para la Ciudad', con una ventanilla única para integrar los trámites de diferentes distritos. Por su parte, Óscar Puente ha señalado que gracias, entre otros factores, a su decidida política pro-eventos, Valladolid ha visto crecer en los últimos años su afluencia turística en un 10%, con un 22% de crecimiento internacional, colocándose como la segunda ciudad de Castilla y León. Murcia, Segovia, Gijón y Santa Cruz de La Palma han reivindicado la posición de las ciudades medianas como espacios acogedores de eventos de tamaño adecua-

do a sus estructuras, y con valores añadidos de cercanía y facilidad de movimientos. Finalmente, los representantes de AEVEA han incidido en la conveniencia de catalogar los espacios aptos para eventos en cada ciudad, sin olvidar que la actitud creativa siempre puede estar descubriendo nuevos espacios y escenarios idóneos para experiencias únicas.

Big Data y 'millennials'

A continuación se ha celebrado una mesa centrada en el Big Data. Carlos Isabel Martín, Digital Business Development de Orange, ha explicado las ventajas de in-

formación proveniente de Big Data para las ciudades, las agencias de eventos y sus patrocinadores. Por su parte, Gonzalo Cebrían, fundador y CEO de Le Guide Noir, ha explicado el módulo de evaluación del impacto de los eventos en tiempo real de su plataforma LGN.

Durante el encuentro también se ha desarrollado una mesa dedicada a la generación *millennial*. Idoia de Paz, directora de Consultoría, Transformación digital, Experiencia de Empleado, Talento y Cultura de Deloitte, ha ofrecido algunas claves para dirigirse a este segmento de población, los

nacidos entre el 1983 y 1994, a través de eventos experienciales. Después, Cristina Saura, Brand Manager Royal Bliss y Nordic Mist (The Coca-Cola Company), ha presentado el rol estratégico de la comunicación a través de eventos experienciales en el lanzamiento de la nueva marca Royal Bliss; y Enrique Moreno, director de Recursos Humanos de Kiabi, ha demostrado hasta qué punto la creatividad y la innovación pueden transformar un proceso de selección de personal en una experiencia motivadora, creadora de fuertes vínculos y alineación con la empresa.

El último bloque del día ha estado dedicado al emprendimiento. Olga San Jacinto, directora de Google América y miembro independiente del consejo de administración de EVO Bank, ha recordado que, debido a la inteligencia artificial y la robotización, el 50% de las tareas profesionales actuales dejarán de existir en los próximos 15 años. "Las que quedarán son precisamente las que requieren necesariamente una intervención humana y sensorial, como la comunicación y el contacto directo", ha señalado. En este bloque se ha presentado también el trabajo de The Creative Dots, empresa ganadora del Concurso Emprendedores organizado por AEVEA, con el objetivo de estimular y reconocer la iniciativa innovadora en la industria de eventos. Su CEO, Ángeles Moreno, ha definido el emprendimiento como "una idea nueva convertida en innovación empresarial exitosa".

El presidente de AEVEA, Francisco Cantero, en la clausura del encuentro, ha destacado que la industria de los eventos mueve actualmente entre 6.000 y 7.000 millones de euros al año en España, según diferentes fuentes, y que muestra una curva ascendente en volumen de negocio desde 1997. Además, ha añadido que los eventos son ya "una herramienta estratégica plenamente integrada en la comunicación y el marketing de las empresas".



AEVEA&CO se ha celebrado en el espacio Florida Retiro de Madrid.

La tecnología y la generación de experiencias son claves en el Turismo MICE, según WorldHotels

La gastronomía, los espacios no convencionales y el 'bleisure' también destacan en el mercado

La tecnología, la generación de emociones, la gastronomía, los espacios no convencionales y el 'bleisure' son algunas de las tendencias más importantes que están marcando este año 2018 en la industria MICE a nivel mundial, según destacan desde WorldHotels Collection, que además apunta a un crecimiento generalizado del Sector en los próximos años.

En primer lugar, WorldHotels señala las amplias posibilidades que ofrece la tecnología para la organización de reuniones y eventos. En este sentido, resaltan desde los asistentes virtuales a la realidad virtual, pasando el *web casting*, el *streaming* en vivo y la inteligencia artificial, unos desarrollos que "se están convirtiendo en elementos fundamentales de los eventos MICE, tanto como elemento de diferenciación como para garantizar la calidad de los servicios en un entorno en el que la tecnología cada vez juega un

papel más importante", según comenta explica la directora de Ventas para Europa Central de la compañía, Anke Ebinger.

Por su parte, el vicepresidente regional de Ventas para Asia-Pacífico de WorldHotels, Ganessan Suppiah, subraya "el papel de las *apps* móviles para crear un itinerario claro, sencillo y eficiente, desde la convocatoria, registro, hasta la personalización de las experiencias o la comunicación formal con los participantes, en un esfuerzo por poner en valor el factor humano de los eventos".

La conexión emocional

Otro de los factores que más está destacando en el Sector MICE es la personalización de la experiencia de los delegados. En este sentido, Suppiah destaca, en primer lugar, que "los espacios flexibles, que responden a la filosofía del evento y que se adaptan a sus necesidades, están a la cabeza de

la demanda de los organizadores de un evento". Además, en cuanto a la conexión emocional con los asistentes, esta se encuentra, en general, en los detalles, un factor que las generaciones más jóvenes aprecian y que deja una huella que perdura más allá de la celebración de un evento. "Actividades interactivas y colaborativas, ponentes no tradicionales y sesiones con un espíritu de compromiso más que instructivo, son formatos en auge para este año", subraya Suppiah.

La diferenciación de los eventos también se encuentra en la gastronomía. Anke Ebinger comenta que "las generaciones Y y Z aprecian que las propuestas culinarias de los eventos incluyan alternativas saludables, comida fresca, frutas y alimentos que proporcionen energía", en vez de calorías innecesarias.

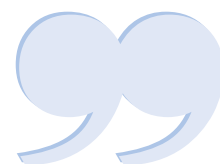
Por otro lado, WorldHotels afirma que los entornos bucólicos,

de turismo rural o poco conocidos, con un fuerte componente *eco-friendly* y de interacción con las comunidades locales, son tendencia en 2018. "Los participantes en un evento buscan experiencias auténticas, con expertos locales, relacionadas con las preferencias de quienes residen en estos destinos, disfrutando de actividades fuera de los circuitos turísticos tradicionales e involucrándose activamente con los habitantes del lugar", apunta Suppiah.

En este sentido, Ebinger señala que los salones y espacios convencionales pierden importancia frente a espacios poco corrientes que son más rentables porque los visitantes "pueden disfrutar de una oferta combinada de ocio (como spas, cursos de coctelería, *showcookings*) y *team building*, que combine trabajo y diversión de forma entretenida, relevante, significativa y especial".



Euskalduna es una de las grandes instituciones económicas y culturales de la ciudad / Jon Ortuzar ha sido un elemento fundamental del éxito de Euskalduna / Queremos mejorar toda la accesibilidad interna del edificio / Otro de los grandes retos es la digitalización / Somos Meetings & Events y somos Cultura



ANDONI ALDEKOA / DIRECTOR DEL PALACIO EUSKALDUNA DE BILBAO

‘Vamos a invertir cinco millones en la renovación’

ANDONI ALDEKOA TIENE el reto de continuar con los buenos resultados que ha dejado el Palacio de Congresos Euskalduna durante los casi 20 años de gestión de su antecesor, Jon Ortuzar. Por el momento, sus primeras cifras han sido las de 2017, año en el que se puso al frente de este recinto, y han sido positivas. Para seguir obteniendo buenos datos económicos, de actividad y de contribución a la ciudad, a la provincia y a toda la Comunidad —en definitiva, ser competitivo—, Aldekoa ha iniciado un proceso de renovación de las instalaciones del palacio, destacando por dotarlo de una accesibilidad completa y renovarlo tecnológicamente, entre otras mejoras. Andoni Aldekoa, director del Palacio de Congresos, expone este y otros asuntos del Euskalduna en las siguientes líneas.

■ **Lleva ya más de un año al frente del Palacio Euskalduna. ¿Qué balance hace de este periodo?**

● Es un reto muy interesante. Sin duda el Palacio Euskalduna es una de las grandes instituciones económicas y culturales de la ciudad por lo que es un reto profesional. Creo que este año ha servido para enfocar los proyectos que tenemos por delante durante los próximos años.

■ **¿Ha sido difícil reemplazar la figura de Jon Ortuzar?**

● Siempre es más sencillo hacerse cargo de una empresa que funciona y que cuenta con grandes profesionales. Ese es el caso de Euskalduna. Lo difícil hubiese sido tener que reposicionar una empresa en crisis, y este no es el caso, ni mucho menos.

■ **¿Qué destacaría de la gestión de Ortuzar, que cogió el recinto desde cero y lo ha llevado a altas cotas del Sector MICE español?**

● Sin duda ha sido un elemento fundamental del éxito de Euskalduna, y el modelo de gestión que implantó es un éxito. Solo cabe felicitarle y agradecerle su dedicación a este proyecto.

■ **¿Cuáles han sido los principales objetivos que se marcó al inicio de su etapa como director del Euskalduna? ¿Se van cumpliendo?**

● Los objetivos que nos marcanos atienden a la renovación para garantizar la viabilidad de cara al futuro, tanto en lo que se refiere los espacios físicos del Palacio como en otras cuestiones: digitalización, internacionalización y ampliar el negocio corporativo.

■ **El Palacio Euskalduna ha vuelto a cerrar un año con buenos datos económicos y de actividad.**



■ **¿Cuáles han sido las principales cifras de 2017?**

● El beneficio de actividad ha superado los 300.000 euros; sin embargo, lo más importante son las cifras de actividad, que han sido muy buenas, con 823 eventos y 528.000 asistentes a las actividades que acogemos. Pero nuestro objetivo principal es generar valor cultural y económico a la ciudad y a Vizcaya y por eso quiero poner en valor que el impacto económico haya sido de 88,5 millones de euros.

■ **¿Qué previsiones tiene para 2018?**

● Esperamos que los resultados de actividad sean nuevamente buenos, especialmente en la actividad Meetings & Events. En lo económico, es un año de transi-

ción por algunas cuestiones sobrevenidas que hemos tenido, como es el caso del cambio de operador de restauración, y algún cambio que hemos introducido en la operación de determinadas actividades culturales.

■ **¿Qué porcentaje representa la actividad MICE en el Palacio?**

● Aproximadamente el 40% en términos económicos.

■ **¿Qué acciones realizan para potenciarla?**

● Estamos en un proyecto de renovación de nuestras instalaciones para adaptarnos al mercado. Durante los dos próximos años vamos a invertir unos cinco millones de euros con fondos propios, lo que hemos de hacer manteniendo la actividad. Además, estamos renovando

«El beneficio de actividad de Euskalduna ha superado los 300.000 euros en 2017; sin embargo, lo más importante son las cifras de actividad, que han sido muy buenas»

«La actividad cultural es muy importante para Euskalduna; es parte indispensable de su ser. Tenemos uno de los auditorios más maravillosos de Europa»

nuestras cadenas de comercialización.

■ **Euskalduna lleva desde el año pasado inmerso en un proyecto de modernización de sus instalaciones. ¿En qué consiste y cómo se encuentra?**

● Tenemos algunos espacios que necesitan adaptarse a las necesidades del mercado y, por otra parte, queremos mejorar toda la accesibilidad interna del edificio, ya sea desde el punto de vista físico como en lo que se refiere a la señalización interna. Otro de los grandes retos es la digitalización, tanto de nuestras herramientas de gestión como del edificio.

■ **Un aspecto importante hoy en día para el Sector congresual es la conectividad dentro de las instalaciones de un recinto congre-**

sual por la multitud de dispositivos que pueden conectarse a Internet a la vez durante un evento. ¿Qué ofrece Euskalduna en este sentido?

● Ya contamos con la máxima capacidad de Internet en todos los espacios. El pasado año hicimos una inversión importante en el Auditorio. Ahora trabajamos en nuevos sistemas de comunicaciones para generar más valor a nuestros clientes.

■ **La sostenibilidad siempre es un factor a tener en cuenta en cualquier evento. ¿Cuál es la política medioambiental del recinto y qué ofrece a los organizadores?**

● Aquí hay dos ámbitos de trabajo: por una parte, la propia sostenibilidad del edificio que la garantizamos a través de la certificación Leed; por otra, y a la vez, tenemos una mayor petición de nuestros clientes para ayudarles a celebrar ‘eventos sostenibles’. Esta tendencia aumenta, y les estamos asesorando y dando servicios en este ámbito.

■ **Hace poco más de un año, Euskalduna llegó a un acuerdo con otros espacios de la ciudad (Guggenheim, Bellas Artes y BEC) para potenciar conjuntamente la actividad cultural y artística de la ciudad. ¿Qué pasos han dado en este sentido y qué resultados están dando?**

● Es importante la colaboración para fortalecer el destino y, en esa línea, trabajamos conjuntamente de la mano de la Diputación de Vizcaya. Estamos desarrollando iniciativas conjuntas de posicionamiento y cada vez vamos más por la colaboración que por la competencia interna.

■ **¿Qué importancia tiene la actividad cultural para Euskalduna?**

● Es muy importante; es parte indispensable de su ser. Tenemos uno de los auditorios más maravillosos de Europa con unas instalaciones impresionantes. Somos la sede de la temporada de ópera de la ABAO, de dos orquestas sinfónicas —la de Bilbao y la de Euskadi—, de los conciertos de la Banda Municipal de Bilbao y tenemos una oferta muy muy amplia. Somos Meetings & Events y somos Cultura.

■ **El cocinero vizcaíno Eneko Atxa se hizo con el nuevo restaurante del Palacio, EnekoBilbao. ¿Qué supone para Euskalduna tener un restaurante de alta cocina y qué importancia tiene la gastronomía en los eventos?**

● Además, el diseño del espacio lo ha hecho la diseñadora internacional Patricia Urquiola que también nos ha diseñado los nuevos espacios Business. Es una apuesta por ofrecer modernidad y autenticidad a través de la cocina vasca. Aumentar la experiencia de nuestros clientes.

EN DIRECTO

‘Queremos mejorar toda la accesibilidad interna’

ESTAMOS EN UN proyecto de renovación de nuestras instalaciones para adaptarnos al mercado. Durante los dos próximos años vamos a invertir unos cinco millones de euros con fondos propios, lo que hemos de hacer manteniendo la actividad. Tenemos algunos espacios que necesitan adaptarse a las necesidades del mercado y, por otra parte, queremos mejorar toda la accesibilidad interna del edificio, ya sea desde el punto de vista



Andoni Aldekoa
Director del Palacio Euskalduna

físico como en lo que se refiere a la señalización interna. Otro de los grandes retos es la digitalización, tanto de nuestras herramientas de gestión como del edificio. En cuanto a conectividad, en el Palacio Euskalduna ya contamos con la máxima capacidad de Internet en todos los espacios. El pasado año hicimos una inversión importante en el Auditorio. Ahora trabajamos en nuevos sistemas de comunicaciones para generar más valor a nuestros clientes.



HAGAMOS JUNTOS UN EVENTO MEMORABLE

DISFRUTE DE UNA EXPERIENCIA ÚNICA Y SALUDABLE

En Madrid Marriott Auditorium sabemos que las reuniones son mucho más que mesas y sillas. Por ello, además de comprender el propósito de su evento, queremos ayudarle a cuidar el bienestar físico, nutricional y emocional de los asistentes a su evento a través de propuestas saludables.

Proponga una jornada con diferentes actividades físicas favoreciendo el sentimiento de equipo. Disfrute de un desayuno, coffee break o una comida saludable. Sorprenda con una micropausa activa para mantener la capacidad de atención y concentración de su reunión y disfrute de un buen masaje como recompensa al esfuerzo del equipo o para aliviar las molestias de un largo viaje.

Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center
Avenida de Aragón nº 400 Madrid, 28022
+34914004400



MADRID MARRIOTT AUDITORIUM



@HOTELAUDITORIUM

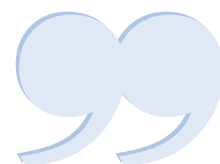
www.madridmarriottauditorium.com - Email: info.madad@marriott.com



MARRIOTT
MADRID AUDITORIUM



La gestión del equipo y transmitir nuestra nueva forma de trabajar y nuestros valores diferenciales serán nuestro mayores desafíos / En España hemos constatado una evolución positiva respecto al año anterior / Meetings & Events, que ha de ser una de las principales áreas de crecimiento en el futuro



RAFAEL SUEIRO / DIRECTOR GENERAL DE CWT ESPAÑA

‘Trabajamos en mejorar la experiencia del viajero’

RAFEL SUEIRO, DIRECTOR general de CWT España desde principios de este año, resalta las principales características de su estrategia 3.0, en la que la tecnología y la innovación son protagonistas y que busca la mejora de la experiencia de los viajeros.

■ Aunque ya cuenta con algún año de experiencia en la compañía, lleva unos meses como director general en España. ¿Qué balance hace de este periodo?

● El balance es muy positivo, sobre todo por la implementación de nuestra estrategia 3.0, centrada en la personalización de la experiencia de nuestros usuarios y sustentada en la tecnología. Este es un proyecto muy ambicioso que supone grandes cambios, pero creo que es el único camino posible hacia la diferenciación, muy necesaria en este negocio.

■ ¿Cuál ha sido su mayor reto hasta el momento?

● El cambio en el que estamos inmersos, tanto en el sector como en la sociedad. Aunque hablamos mucho de tecnología, las personas son las que hacen que esta funcione. La gestión del equipo y transmitir nuestra nueva forma de trabajar y nuestros valores diferenciales serán nuestro mayores desafíos.

■ El balance global de CWT para 2017 ha sido positivo. ¿Cómo ha resultado para CWT España?

● En 2017 registramos un incremento global del 1,9 % en los ingresos y del 3,6 %, en las transacciones. Las nuevas captaciones sumaron un total de 1.700 millones de dólares. Estas cifras validan nuestra apuesta por la estrategia 3.0. En España también hemos podido constatar una evolución positiva respecto al año anterior.

■ ¿Cuál ha sido la división que mejor resultado ha presentado?

● Ambas unidades de negocio han crecido, pero estamos especialmente satisfechos de CWT Meetings & Events, que ha de ser una de las principales áreas de crecimiento en el futuro.

■ ¿Qué previsiones tiene para 2018?

● Este año debe ser un punto de inflexión para nosotros por la puesta en marcha de los avances tecnológicos en los que trabajamos desde 2016, y que nos permiten contar con nuevas herramientas que mejorarán la experiencia del viajero y de los gestores de viaje.

■ CWT está apostando por la inversión en tecnología, su estrategia CWT 3.0. ¿Qué acciones y desarrollos concretos están realizando a través de esta estrategia?

● Hemos apostado por el desarrollo de nuestros productos más avanzados, como la aplicación CWT To Go, que permite reservar hoteles y pronto también vuelos. Más ade-



lante, posibilitará la interconexión entre usuarios para compartir los datos sobre un viaje o saber qué contactos están en tu destino.

RoomIt by CWT, nuestra división hotelera, se enmarca también en este contexto. Con ella pretendemos liderar la venta de alojamiento para el sector corporativo gracias a la suma del contenido de agregadores como Booking.com y Expedia a la oferta ya existente. Y está disponible a través de todos los canales: offline, online y móvil.

Asimismo, estamos introduciendo nuevas herramientas, como CWT Price Tracking, que busca tarifas más baratas en los vuelos y hoteles ya reservados y, si las encuentra, reserva de nuevo al mejor precio.

Travel Consolidator, por su parte, utiliza un sofisticado algoritmo

para consolidar los gastos relacionados con los viajes y ayudar a las empresas a mejorar su negociación con proveedores, el cumplimiento de la política y los ahorros.

También estamos estudiando las aplicaciones prácticas de la inteligencia artificial, el análisis predictivo, blockchain, los chatbots y el uso de la voz para interactuar con el viajero.

■ Han trasladado su sede en España para dar continuidad a esta estrategia. ¿Por qué?

● Este nuevo espacio busca tener un impacto positivo en nuestra productividad y creatividad. Cuenta con muchas zonas comunes y elimina los despachos cerrados, lo que incentiva el trabajo en equipo y la comunicación para compartir el conocimiento y dar mejor servicio al cliente. Además, hemos apostado

«Durante el último ejercicio hemos notado un mayor peso de los viajes nacionales, lo que confirma la mejora de la economía española. La evolución es constante»

«El desafío tecnológico está muy presente y será clave en el futuro, y cada vez son más importantes temas como la seguridad, la sostenibilidad o el 'bleisure'»

por tecnologías punteras que posibilitan el teletrabajo, lo que facilita la conciliación laboral.

■ Meetings & Events y RoomIt son dos áreas destacadas en la empresa y están apostando mucho por ellas. ¿Cómo están evolucionando y qué ofrecen con cada una de ellas?

● Apostamos por ambas porque tienen mucho potencial de crecimiento y nos permiten diferenciarnos de nuestros competidores.

CWT Meetings & Events es una agencia de eventos puntera en comunicación presencial y en logística. El contenido y la experiencia son sus factores diferenciales. Nuestro carácter multinacional nos da capacidad negociadora con proveedores globales y una infraestructura tecnológica y logística increíble. Y nues-

tras oficinas nacionales nos acercan al cliente final. Esto nos permite transmitir los mensajes con creatividad y emoción, usando las últimas tecnologías y aprovechando sinergias con otras divisiones de la empresa.

En cuanto a RoomIt by CWT, nace con la vocación de simplificar el proceso de reservas hoteleras y aglutinar la mayor disponibilidad de alojamientos globales a los precios más competitivos. Dispone de un potente motor de búsqueda y ofrece herramientas propias de gestión de viajes, de rastreo, informes y pago. Además, cuenta con un programa que recompensa a los viajeros que reservan según la política de viajes de su empresa.

■ En cuanto a los viajes de negocios, ¿cómo han evolucionado en España el último año? ¿Han cambiado las necesidades de las empresas?

● España es un mercado cada vez más dinámico, que ya ocupa el decimotercer puesto en la clasificación mundial de gasto y el quinto en Europa, según GBTA. Durante el último ejercicio hemos notado un mayor peso de los viajes nacionales, lo que confirma la mejora de la economía española.

La evolución es constante. A las tradicionales necesidades relativas a la satisfacción del viajero o a la reducción de costes, se han sumado demandas como el cálculo del retorno de la inversión de los viajes o la mejora del cumplimiento de las políticas de viajes. El desafío tecnológico está muy presente y será clave en el futuro, y cada vez son más importantes temas relacionados con la seguridad, la sostenibilidad o el 'bleisure'.

■ ¿Cuáles son las prioridades de las empresas en la gestión de los viajes de negocios? ¿Son las mismas que los viajeros?

● Sencillez, comodidad y seguridad. Y en caso de imprevistos, asistencia inmediata y capacidad de reacción. Las empresas quieren mantener sus costes dentro de los presupuestos y que sus viajeros se desplacen respetando las políticas de viaje. Ahí marcan la diferencia herramientas como Price Tracking, el programa de fidelización de RoomIt o CWT AnalytIQs, que proporciona informes en tiempo real.

El viajero quiere perder poco tiempo en la gestión de su desplazamiento. Por eso, apostamos por analizar los datos y personalizar nuestra oferta.

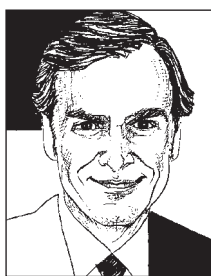
■ Este año han lanzado Insights. ¿En qué consiste la herramienta?

● Insights permite a los consultores de viajes introducir comentarios sobre sus interacciones con el cliente para que sus compañeros puedan beneficiarse de esa información y el cliente no deba repetir temas ya abordados, lo que hace que su experiencia sea más cómoda y satisfactoria.

EN DIRECTO

‘Personalización, autogestión, sencillez y efectividad’

CWT OFRECE PERSONALIZACIÓN y autogestión, con una gran dosis de sencillez y efectividad, todo estructurado a través de un personal muy competente y tecnologías muy avanzadas. Si un viajero se aloja siempre en hoteles cercanos a su oficina y que están dentro de la política de viajes de su empresa, ¿qué sentido tiene ofrecerle cientos de resultados que no son válidos para él? No se trata de ofrecer todas las opciones disponibles, sino las pertinentes. Ade-



Rafael Sueiro
Director general de CWT España

más, calcular el ROI de los viajes corporativos es esencial. Un parámetro clave es el equilibrio entre el bienestar del viajero y el presupuesto. Además del precio, hay que tener en cuenta factores como el tiempo perdido en conexiones, los madrugones... ¿Cuán productivo será un viajero que haya invertido varias horas en un viaje de corto radio por ahorrar unos euros? También estamos apostando por la movilidad y por ofrecer la experiencia a través de todos nuestros canales.

El Palacio de Congresos de Valencia celebra sus 20 años con 1.100 millones de impacto

El recinto acoge durante este periodo 2.700 eventos en los que han participado dos millones de asistentes

El Palacio de Congresos de Valencia celebró en julio su vigésimo aniversario. Diseñado por Norman Foster, fue concebido como uno de los prin-

cipales ejes estratégicos de la ciudad en materia de reuniones. Tras 20 años de actividad, ha acogido 2.700 eventos en los que han participa-

do dos millones de asistentes, generando dos millones de pernoctaciones y 1.100 millones de euros de impacto económico.

La concejala de Turismo y presidenta de la entidad, Sandra Gómez, ha destacado la "importancia" del edificio para el desarrollo de la ciudad, ya que "ha generado un impacto económico de 1.100 millones de euros en Valencia" y se ha constituido en "motor de desarrollo urbanístico" para barrios como Beniferri o Nou Benicalap.

Gómez, en su balance del recinto, ha explicado que "no solo se trata del impacto directo que genera en sectores como el turismo o la gastronomía, sino que también ha generado un impacto indirecto con los propios asistentes a congresos, que son los verdaderos prescriptores de Valencia en su lugar de origen". La concejala ha añadido que la repercusión de este espacio "es muy positiva", puesto que "por cada euro que invertimos en él, genera ocho de beneficio en Valencia".

A lo largo de estos últimos 20 años Valencia ha experimentado una profunda transformación pasando

a ser un destino atrayente, dinámico y cosmopolita con una gran oferta cultural y de ocio. La mejora de la accesibilidad y la creación de nuevas infraestructuras, como el Palacio de Congresos de Valencia, han posibilitado que la ciudad sea hoy en día una marca turística de prestigio, incrementando sus reuniones internacionales en un 270% y situándose según las estadísticas de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), en el puesto 35 del ranking europeo. El papel del Palacio en este posicionamiento ha sido esencial, ya que es la sede que más delegados congresuales internacionales acoge en Valencia.

Un recinto versátil

La actividad del Palacio de Congresos proviene principalmente del ámbito congresual, el cual representa un 60% del negocio total, sin embargo, uno de los aspectos por los que el recinto se distingue es por su capacidad de



El recinto es un motor económico para la ciudad de Valencia.

albergar cualquier tipología de evento. Su elevada versatilidad y funcionalidad, le ha permitido acoger grandes reuniones de la talla de la Asamblea del Banco Africano para el Desarrollo o la Asamblea Parlamentaria de la OTAN, convertirse en una pasarela de

moda con L'Oréal o Goldwell, transformar su interior hasta crear un verdadero hipermercado con lineales para compañías del sector alimentario como Mercadona, Consum o Carrefour, construir verdaderos platós de televisión en programas como Tú si que vales,

OT, la Gala de la Liga o Moto GP, ser el escenario de numerosos spots publicitarios como el anuncio de la lotería de Navidad, convertir el escenario de su auditorio principal en una espectacular pista de hielo donde realizar patinaje artístico, o que compañías líderes como Mercedes Benz, BMW o Audi, puedan acercar a pocos metros de las butacas del público, los últimos modelos de automóviles en sus presentaciones.

La directora del recinto, Sylvia Andrés, ha destacado que "el Palacio cumple y ha cumplido su objetivo de mejorar el destino Valencia como sede de grandes reuniones, y esa debe de seguir siendo nuestra meta. Nuestros embajadores, prestigiosos expertos que contribuyen a la captación de congresos, los profesionales que integran el equipo humano del recinto y los proveedores estratégicos, son los pilares fundamentales y sin ellos no sería posible el éxito de este proyecto".



COSTA DEL SOL MÁLAGA
CONVENTION BUREAU

visita
costa
del
sol
.com

**Siempre
Cálida**

Calidad, experiencia y autenticidad... harán exclusivo tu evento en la Costa del Sol. Entornos de excepción y una oferta complementaria de primera convierten nuestro destino en tu mejor elección.

#ViveCostadelSol

La personalización y el diseño de experiencias son las prioridades del viajero 'premium'

La gestión de calidad, captar y retener talento y la innovación, también son claves a la hora de escoger un viaje

La personalización de los servicios sigue siendo el aspecto más demandado dentro de la industria de viajes *premium*, según los datos de

la última edición del IE-Mastercard Premium Travel Barometer 2018, elaborado por el Observatorio del Mercado Premium y Productos

de Prestigio de IE Business School y Mastercard. La gestión de la calidad y la innovación también son claves en este segmento.

En segunda posición, estrechamente vinculado a la personalización, se sitúa el diseño de la experiencia. "La necesidad de crear experiencias memorables y personalizadas se mantienen como prioridad. Un año más, coinciden las conclusiones del IE Premium Travel Barometer 2018 y el realizado para el sector lujo. En el caso del viaje, el Barómetro apunta a que son las conexiones personales una de las dimensiones que aportan este significado y hacen la experiencia memorable", afirma la directora del Observatorio de Mercado Premium y de Prestigio en IE Business School, María Eugenia Girón.

Esta edición del IE-Mastercard Premium Travel Barometer 2018 revela diferencias con respecto a la del año pasado. Por un lado, escalan posiciones la gestión de la calidad y el reclutamiento y formación hasta ocupar la tercera y cuarta posición respectivamente. De acuerdo con los expertos consultados durante la realización del estudio, es clave encontrar, contratar y capacitar al personal adecuado, de tal manera que sean capaces de entender la tecnología que va a mejo-

rar la personalización, y puedan, así, generar una mejor experiencia del cliente. La necesidad de contar con los mejores trabajadores es especialmente relevante en un mercado como el de los viajes *premium*, que se ha duplicado en los últimos 10 años.

Por otro lado, en esta edición se han hecho menos hincapié en

la evolución digital y, en cambio, gestión empresarial ha obtenido una puntuación significativamente más alta que en 2017. En este sentido, uno de los aspectos que ha irrumpido con fuerza en 2018 es la conexión e interacción humana. En palabras de Jörn Gieschen, responsable del barómetro, "el cambio más significa-

tivo, en comparación al año anterior, es el deseo creciente por la conexión e interacción humana durante los viajes. Toma especial importancia todo lo relacionado con la gestión del tiempo y el crear experiencias trascendentes vividas con familia o buenos amigos y con personas del lugar del destino y otros via-

jeros. Por ello, es clave que los proveedores de viajes *premium* sean gerentes y diseñadores de experiencias para el tiempo escaso que tiene el cliente y es de alto valor para el mismo. De esta manera se puede generar un verdadero valor añadido".

Experiencias compartidas

El otro factor de conexión clave es la creación de experiencias de vida compartidas, historias que vinculan a los participantes de maneras muy especiales. En opinión de Eva Ruiz, directora de Marketing y Comunicación de Mastercard Iberia, "para generar un impacto significativo en el viajero, especialmente en el *premium*, ya no es suficiente con garantizar la mejor calidad, sino que hay que ir un paso más allá y generar experiencias que, en Mastercard, llamamos Priceless: momentos irrepetibles que perduren en su memoria".

La gastronomía, por su parte, se mantiene como uno de los cinco aspectos más importantes para los viajeros *premium*, que valoran la innovación culinaria, la fusión de cocinas o el ambiente y las experiencias complementarias.



Los viajeros *premium* requieren de viajes personalizados y vivir experiencias.

Muchos viajeros de negocios españoles sacrificaría su seguridad por incentivos

Uno de cada cinco viajeros considera los hoteles lugares vulnerables

Uno de cada cuatro viajeros de negocios españoles estaría dispuesto a sacrificar su seguridad personal en los hoteles por conseguir puntos o incentivos en los programas de fidelización hoteleros de los que es miembro, según los datos aportados por un informe encargado por Carlson Wagonlit Travel (CWT). Esta estadística (26%) es algo inferior a las medias europea (34%), americana (39%) y de la zona de Asia-Pacífico (28%).

"Claramente los viajeros están muy interesados en recibir puntos en los programas de fidelización en los que están registrados, y son capaces de llegar muy lejos para conseguir los beneficios asociados", ha afirmado David Falter, presidente de RoomIt by CWT, la división hotelera de CWT. "Una forma de afrontar este reto —sin necesidad de ser más estrictos en materia de cumplimiento— es permitiendo que los viajeros obtengan puntos por reservar dentro de los parámetros recogidos en la política de viajes", ha añadido.

El estudio de CWT refleja que un 21% de los encuestados españoles percibe los hoteles como lugares muy vulnerables en cuestiones de seguridad, frente a los viajeros del Reino Unido (31%),

italianos (28%) y alemanes (23%), que se muestran incluso más intranquilos al respecto. Preguntados sobre qué les preocupa exactamente de su estancia en un hotel, más de la mitad de los viajeros de negocios españoles (55%) se confiesa inquieto ante la posible irrupción de intrusos en su habitación. Este porcentaje se sitúa por encima de la media europea (46%), y más en línea con los resultados de la encuesta entre los viajeros americanos (48%) y de Asia-Pacífico (55%).

Otras preocupaciones mencionadas por los encuestados

españoles han sido la posibilidad de que empleados del hotel den por error la llave de sus habitaciones a extraños (45%) o las molestias creadas por otros huéspedes (45%). Estas cifras destacan por situarse bastante por encima de las medias europeas, de 29% y 34% respectivamente. La posibilidad de sufrir un ataque terrorista (36%) o un incendio (27%) también les preocupa a los viajeros de negocios españoles encuestados, aunque en menor medida y más acorde con los datos europeos (35% y 30%, para cada caso).



Algunos viajeros consideran los hoteles vulnerables en seguridad.

Mejorar la productividad en los viajes de negocios

Un estudio de la Asociación Alemana de Viajes (DRV) — Top Business Travel 2018— destaca la importancia de la gestión de los viajes de negocios para mejorar la productividad de los trabajadores durante sus desplazamientos por motivos de trabajo. Así, resalta la necesidad de tener en cuenta la elección de los medios de transporte y las condiciones de trabajo durante el viaje, así como los dispositivos electrónicos disponibles.

DRV explica que los empleados son un 5% más productivos cuando viajan que cuando están en la oficina, según se desprende del estudio, incluso uno de cada cinco señala que son un 21% más productivos. La productividad de los viajeros de negocios es particularmente alta entre los jóvenes de 18 a 34 años: casi la mitad son más productivos en hoteles, ferrocarriles y aviones que en el trabajo; incluso el 42% de los que hacen más de tres viajes de negocios al mes se sienten más eficientes cuando viajan que en la oficina.

Eficiencia y flexibilidad

En este sentido, Steffen Klotz, del Grupo Lufthansa, confirma estos datos y agrega que "para los viajeros de negocios, la eficiencia y la flexibilidad son el

todo y el fin, ya que esta es la única forma de garantizar un alto nivel de productividad".

Además de las buenas condiciones de trabajo, como el acceso estable a Internet durante el viaje (89%) y el equipo técnico (86%), la elección del medio de transporte es crucial para la productividad. El 90% de los encuestados dice que el medio de transporte tiene un impacto fuerte o más bien fuerte en el rendimiento laboral y, por lo tanto, no debería seleccionarse sobre una base puramente relacionada con los costes. Al reservar un viaje de negocios, deberían tenerse en cuenta los tiempos de espera o las condiciones de Internet, entre otros aspectos.



Un viajero de negocios.

Barcelona quiere potenciar el Turismo de Reuniones a través de Fira y el CCIB

El Ayuntamiento oficializa la concesión de gestión del recinto congresual a la institución ferial desde el año 2021

La Comisión de Economía y Hacienda del Ayuntamiento de Barcelona ha aprobado inicialmente la concesión de gestión del Centro de Con-

venciones Internacional de Barcelona (CCIB), que gestionará a partir del 1 de noviembre de 2021 Fira de Barcelona. El objetivo es poten-

ciar el liderazgo de la ciudad como sede de congresos y eventos y reforzar el posicionamiento de Fira de Barcelona a nivel internacional.

Tras la aprobación inicial de esta propuesta de acuerdo, con los votos favorables de Barcelona En Comú, Grupo Demócrata, ERC, PSC y el concejal no adscrito J.J. Puigcorbè, la abstención de CUP, PP y el concejal no adscrito G.Ardanuy, y la votación en contra de Ciudadanos, el documento estará 30 días en exposición pública y se dará por adjudicado definitivamente una vez resueltas las alegaciones, si se reciben.

Por tanto, Fira de Barcelona se hará cargo de la gestión del CCIB a partir de 2021, cuando vence el contrato con el operador actual, y por un periodo de 25 años, según acordaron el Ayuntamiento de Barcelona, propietario del equipamiento, y la institución ferial, que refuerza así su posicionamiento en el marco español y europeo. Con esta incorporación, Fira de Barcelona aumentará su superficie para congresos y eventos y podrá diseñar una estrategia de especialización de sus recintos con una gestión integral que contribuirá al crecimiento de

la institución, la hará más competitiva y dará un nuevo impulso al carácter de Barcelona como gran plataforma ferial y congresual.

De hecho, la ciudad condal ostenta por primera vez en su historia reciente el primer lugar del ranking mundial de las mejores ciudades de congresos que elabora la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA). Por otro lado, según los datos del Barcelona Convention Bureau, la

ciudad acogió en 2017 un total de 2.134 reuniones, que generaron una repercusión económica récord de 1.851 millones de euros.

Desde el Ayuntamiento han destacado que, con la gestión del CCIB por parte de Fira, ampliarán las oportunidades de celebrar nuevos eventos feriales y congresuales que respondan a las demandas sociales y empresariales y las diferentes tipologías de los certámenes, complementando las

disponibilidades de los recintos de Gran Vía y de Montjuïc. Así, el recinto de Gran Vía, con 240.000 metros cuadrados brutos de área expositiva, se dedicará a grandes ferias, congresos, convenciones y eventos profesionales; mientras que el de Montjuïc, con 134.000 metros cuadrados brutos, continuará acogiendo ferias de tamaño medio, eventos de público y pequeños congresos. El CCIB, por su parte, acogerá congresos,

convenciones y eventos de tamaño medio y de público.

Edificio versátil y funcional

El Centro de Convenciones Internacional de Barcelona, obra del arquitecto Josep Lluís Mateo, tiene una superficie de 75.000 metros cuadrados repartida en 38 salas polivalentes y permite acoger, junto con el auditorio, hasta 15.000 asistentes, contando con un área de exposición sin columnas de 11.340 metros cuadrados. Se trata de un edificio versátil y funcional diseñado para todo tipo de eventos que da importancia a la luz natural y la apertura hacia el mar, y que fue construido con una especial preocupación por el ahorro energético.

Por su parte, el auditorio Forum, diseñado por los arquitectos Herzog y De Meuron, que se comunica con el centro de convenciones a través de una rambla subterránea, tiene 25.000 metros cuadrados y una capacidad para 3.100 plazas. Ambos edificios están dotados de instalaciones tecnológicas de última generación.



El Centro de Convenciones Internacional de Barcelona y el auditorio Forum.

Barcelona logra un gran evento que dejará unos 400 millones de euros anuales

Integrated Systems Europe se celebra en Ámsterdam con cerca de 1.300 expositores y más de 80.000 asistentes

Barcelona ha sido elegida por los organizadores de la feria Integrated Systems Europe (ISE) como sede permanente de este gran evento de

la industria audiovisual a partir del año 2021. Así se ha anunciado durante la presentación oficial en la que, el director general de la empresa

organizadora, Mike Blackman, ha destacado que este encuentro dejará un impacto económico en la ciudad de unos 400 millones de euros anuales.

Integrated Systems Europe, salón creado en 2004, está organizado por Integrated Systems Events, empresa propiedad de las asociaciones del sector Avixa y CEDIA. Tras el gran crecimiento experimentado en los últimos años —en la edición de 2018 ha reunido 1.296 expositores y 80.923 asistentes— y con un mercado audiovisual con crecimientos previstos del 5% hasta 2021, los organizadores han concluido que ISE sobrepasaría la capacidad de RAI Ámsterdam, su actual ubicación. Tras un estudio de 18 meses y visitas a varios recintos europeos, los organizadores han escogido el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona como sede permanente de este gran salón mundial.

"Fira de Barcelona es una de las principales instituciones feriales de Europa, y Gran Vía, el recinto que utilizaremos para ISE, es uno de los recintos más grandes y modernos del continente. Combina una arquitectura y funcionalidades excepcionales en ocho pabellones y 200.000 metros cuadrados. De hecho, nuestra investigación reveló que Barcelona era

el destino preferido por la gastronomía, el entretenimiento, y los hoteles y el alojamiento. Así que creo que estamos en buenas manos y con este anuncio de hoy nuestros expositores y asistentes pueden planificar con confianza", ha comentado Blackman.

El director general de Fira de Barcelona, Constantí Serrallonga, ha destacado que "la celebración del ISE contribuye a consolidar aún más a la institución ferial como uno de los principales centros internacionales de eventos tecnológicos. El ISE encaja a la perfección en la estrategia de Fira de apostar por sectores económicos con gran potencial de crecimiento y de proyección internacional". Serrallonga ha añadido que "disponer de un activo como el recinto de Gran Vía, añadido a la experiencia y profesionalidad de Fira, convierte la institución y la ciudad en una plataforma internacional de negocios de primer nivel que interesa a los operadores que apuestan por el desarrollo de sus eventos".

David Labuskes, CEO de AVIXA, ha afirmado que "nues-

tra idea al tomar esta decisión ha venido impulsada por el deseo de servir y ofrecer el mayor valor posible a nuestros socios, asistentes y expositores en ISE. Por su parte, Tabatha O'Connor, CEO y presidenta global CEDIA, ha añadido que "el nuevo recinto no es solo un hogar de última generación para nuestro evento, sino que la ciudad de Barcelona es una de las más vibrantes y emocionantes de Europa. Es la elección perfecta para un salón y una industria en crecimiento que genera creatividad y negocio".

Talento e innovación

La alcaldesa de Barcelona, Ada Colau, se ha mostrado convencida de que "Barcelona y el ISE se reforzarán mutuamente". Colau ha celebrado que Barcelona sea la sede de ISE a partir del año 2021 y ha afirmado que "estamos convencidos de que el hecho de que uno de los principales acontecimientos en soluciones audiovisuales como ISE escoja Barcelona para crecer es un indicador claro de nuestra posición estratégica como una ciudad comprome-

ta con el talento y la innovación. Trabajamos para ampliar un ecosistema económico y empresarial rico y profesional y ahora podremos contar con un nuevo socio para hacerlo mejor e ir más allá".

En este mismo sentido, la Generalitat de Catalunya, a través de la consellera de Empresa y Conocimiento, Angels Chacón, ha recordado "el liderazgo tecnológico de Cataluña que se caracteriza por un ecosistema formado por más de 1.250 startups, 8.642 empresas extranjeras, universidades

que lideran los rankings internacionales y donde más de la mitad de las empresas catalanas innovan. Un ecosistema local que aprovechará el escaparate del ISE para presentar sus proyectos al mundo, acceder a nuevas formas de innovación y generar oportunidades entre empresas y profesionales del sector audiovisual".

La primera edición en Barcelona del ISE se celebrará del 2 al 5 de febrero de 2021 en el recinto de Gran Vía, tal y como han anunciado sus responsables.



Mike Blackman durante el anuncio de Barcelona como sede del ISE.

XVI Salón Profesional del Viaje de Empresa y Convenciones, Congresos e Incentivos

Martes, 16 de octubre 2018



NexoBusiness es una Feria del **Grupo NEXO**

NexoBusiness



—Pre Inscribáse ahora Visitante Profesional
(exclusivamente compradores potenciales) en
www.nexobusiness.com

Reserve su Espacio como Expositor (solo Proveedores de
Business Travel y Reuniones) en el teléfono 91 369 41 00

Hotel Eurostars Madrid Tower



AEGVE analiza la situación actual y futura del Business Travel español en Madrid y Barcelona

Organiza dos jornadas en las que detalla los pormenores del sector hotelero, aéreo y movilidad terrestre, entre otros

La Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE) ha celebrado su **Termómetro de Verano** en Madrid y Barcelona,

dos jornadas donde ha repasado la actualidad del sector del Business Travel en lo que va de año, así como las tendencias que se obser-

van para el segundo semestre en diversas aéreas, como en **hotelería, sector aéreo, movilidad terrestre y seguridad.**

El hotel Novotel Madrid Center y el Hilton Diagonal Mar de Barcelona fueron las sedes escogidas por la asociación para el desarrollo de las jornadas que comenzaron con una sesión formativa sobre habilidades directivas, a la que siguió un almuerzo —en el que hubo tiempo para realizar *networking*— y una segunda parte con el desarrollo de las ponencias sobre los diferentes sectores que afectan a este mercado y una mesa de expertos final en la que se trató el tema del NDC desde todos los puntos de vista.

La jornada de Madrid comenzó con una ponencia del director del Periódico CONEXO y presidente del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada, quien reflejó la buena situación actual que vive el Business Travel y MICE en España, después de unos años en los que el ahorro en presupuestos de viajes corporativos y reuniones era una máxima a seguir. La situación ahora es completamente distinta, según destacó De Quesada, reflejando además la capacidad de España como destino MICE, entre los primeros destinos internacionales, así como sus principales ciudades (Barcelona y Madrid, primera y séptima, respectivamente, en el Ranking ICCA). En el caso de Barcelona, Juan Manuel Fernández, responsable de Comunicación y miembro de la junta directiva de AEGVE, expuso la buena situación del mercado y la importancia de la gestión realizada por el *travel manager* dentro de la empresa actual.

A continuación, Pedro Giménez, director de Planificación de la North Atlantic Joint Business de American Airlines, explicó el momento actual que viven las aerolíneas en su objetivo de conseguir alcanzar la mayor red de destinos en el mundo. Giménez señaló la práctica tradicional de la inversión



La mesa redonda sobre la situación del sistema NDC en las jornadas de la AEGVE.

en flota y en rutas, las fusiones y adquisiciones, las alianzas tradicionales (Star Alliance, SkyTeam o Oneworld) y los Joint Business (acuerdos entre compañías en los que se reparten costes y beneficios utilizando indistintamente sus aviones, rutas y servicios y el cliente recibe la misma calidad) como los métodos principales para ampliar cobertura, siendo los Joint Business los más recientes, como el existente entre American Airlines, IAG, Finnair y Air Lingus para la zona noratlántica.

Seguidamente, el director comercial y de Marketing del Novotel Madrid Center, Gustavo Salto, analizó el momento actual que vive la hotelería en Madrid, "un buen momento", según destacó, haciendo referencia al aumento de turistas, pernoctaciones, precio medio y rentabilidad del último año. Además, resaltó el atractivo de Madrid como destino de inversión hotelera en los últimos años, ya que grandes

compañías han invertido —y lo siguen haciendo— en el reposicionamiento de sus marcas y en la reforma y construcción de activos, además, "para el sector del lujo", lo que permitirá atraer "un turismo de mayor calidad". Asimismo, desde el público se añadió, y también lo confirmó Salto, que en Madrid se hace necesario una mayor inversión en hoteles con gran capacidad de reuniones, que escasean en la capital, y que de haber un mayor número que el actual, confirmaría a Madrid como un gran destino de reuniones a nivel internacional. En Barcelona el director de Ventas del Hilton Diagonal Mar, Antonio Morales, analizó la actualidad de la hotelería en esta ciudad, destacando su "un buen momento" y haciendo referencia al aumento de turistas, pernoctaciones, precio medio y rentabilidad.

Por su parte, Tobias Zisik, director comercial de Europcar España, mostró las distintas opcio-

nes de movilidad en carretera disponibles para el viajero de negocios. Zisik explicó que "el desarrollo tecnológico, el *boom* de las aplicaciones móviles, el decrecimiento del número de coches en propiedad y la contaminación de las ciudades, que han provocado restricciones de tráfico, han motivado la aparición de nuevas opciones de movilidad". Así, se refirió en primer lugar al taxi y los VTC, pero sobre todo al *carsharing*, que ofrece "una gran flexibilidad al viajero de negocios". En Barcelona fue Ignacio Castillo en Europcar, quien expuso la actualidad de la movilidad terrestre.

Últimas intervenciones

La última ponencia de la jornada en Madrid corrió a cargo de Alberto Malpartida, *travel manager* del Banco Santander, quien se refirió a la gestión de riesgos en los viajes de negocios, un factor que "influye al departamento de seguri-

dad de las empresas, al de prevención de riesgos laborales y recursos humanos, y sobre todo al *travel manager*". En este sentido, Malpartida dio cinco consejos para los gestores de viajes corporativos: formación sobre seguridad en los viajes; informar al viajero; saber en todo momento lo que está pasando; conocer dónde están los viajeros (herramientas tecnológicas); y comunicar, informar sin alarmar y asistir al viajero. Por último, destacó la obligación para todo viaje de contar con seguro. "Siempre hay que viajar asegurados", aseveró. En Barcelona, la última ponencia fue realizada por Juan Manuel Fernández, también *mobility manager* de Mediapro, quien se refirió a la importancia de la gestión del *travel manager* y la importancia de su función y cómo influye en la buena gestión general de la empresa.

Las jornadas de la AEGVE concluyeron con una mesa redonda sobre la situación actual del NDC. Con la moderación de la *travel manager* de Siemens, Beatriz Sánchez, participaron en esta sesión el director de Ventas Corporate de Turkish Airlines, Daniel Carrillo; el director general de GEBTA España, Marcel Fornis; y el responsable de gestión de contenido de Amadeus, Luis Aparicio García. Todos destacaron que el sistema NDC todavía está en fase de desarrollo, tanto por las aerolíneas como por sus clientes —sean intermediarios o clientes finales—, por lo que convivirá unos años con los tradicionales GDS. En cualquier caso, es un sistema que ha llegado para quedarse, según se reflejó en la mesa, y mediante el cual las aerolíneas, además del propio billete aéreo, podrá vender otros contenidos adicionales. Para la AEGVE, "la labor de los *travel managers* respecto a NDC será todavía más importante".

El 80% de los viajeros está a favor de los 'chatbots', siendo muy valorados por los 'business travellers'

Una amplia mayoría de los viajeros (80%) está a favor de los *chatbots*, según una encuesta realizada por Booking.com, que analiza la integración de estos sistemas de mensajería instantánea basados en Inteligencia Artificial (IA) y creados con el objetivo de dar respuesta a una amplia variedad de consultas planteadas por usuarios o consumidores, independientemente del sector del que se trate.

Booking.com ha señalado que Gartner, una empresa consultora y de investigación, ya anticipó en 2011 que un 85% de las interac-

ciones con clientes tendrían lugar a través de *chatbots* en 2020, y que el 50% de las empresas gastarían más en *bots* que en aplicaciones móviles en 2021. Estos datos, según la plataforma de reservas, obligan a la industria de viajes a adaptarse con rapidez a esta tecnología para satisfacer la creciente demanda.

Booking.com, según los resultados de una encuesta reciente, ha revelado que la amplia mayoría de los viajeros (80%) prefieren acceder a la información que necesitan ellos mismos, y que a la mitad (50%) le da igual interac-

tuar con un humano o con un ordenador, siempre y cuando responda a sus preguntas.

En este sentido, en los viajes organizados con Booking.com, Booking Assistant, un programa basado en Inteligencia Artificial, es el encargado de resolver las dudas de los viajeros relacionadas con la fase posterior a la reserva, desde el pago hasta el transporte, horas de llegada y salida, cambios de fechas y disponibilidad de Wi-Fi. Booking Assistant es capaz de gestionar casi la mitad de estas dudas de manera automática, lo

que se traduce en mayor comodidad, fiabilidad y rapidez para los viajeros de negocios.

Booking.com ha destacado que al organizar un viaje de negocios, los viajeros quieren reducir los imprevistos al mínimo, por lo que el hecho de saber que cualquiera de sus dudas se puede resolver fácilmente los tranquiliza y elimina este estrés adicional. Asimismo, ha señalado que, además de rapidez y sencillez, los *chatbots* ofrecen la oportunidad de mejorar la experiencia del cliente continuamente por su capacidad de gestionar cantidades ingentes de infor-

mación que un humano tardaría mucho más tiempo en procesar.

Sin embargo, la interacción humana todavía tiene un papel que desempeñar: si el Booking Assistant identifica una pregunta que no puede responder por sí mismo, solicita la ayuda de su equipo de atención al cliente o del alojamiento, dependiendo de cuál sea la opción más adecuada. "No se trata de sustituir la interacción humana con Inteligencia Artificial, sino de hacer que la experiencia del cliente sea más personalizada, gratificante y fácil", han afirmado desde la plataforma de reservas.

La industria ferial española crece en actividad, expositores y visitantes

Las ferias profesionales son las más numerosas y mayoritariamente anuales

La Asociación de Ferias Españolas (AFE), con motivo de la celebración del Día Internacional de las Ferias (Global Exhibitions Day), ha presentado el

balance de los recintos asociados durante 2017, reflejando un importante aumento de actividad, expositores y visitantes respecto al año anterior.

Según la asociación los datos de 2017 han superado las expectativas y han confirmado los buenos resultados que venían mostrando la mayor parte de las ferias en el transcurso del año. Así se han auditado un total de 398 ferias en España, un 26% más que en 2016, con 28.300 expositores directos (con stand propio), frente a los 25.850 del año anterior (un 9,5% más). En el caso de los expositores extranjeros, la cifra ascendió a 4.658, frente a los 3.946 de 2016, suponiendo ello un 18% más. Estos expositores ocuparon una superficie neta de 1,95 millones de metros cuadrados.

Respecto al número de visitantes, la auditoría ha contabilizado 3,36 millones de visitantes identificados, un 14,3% más que en 2016. De estos, 182.000 fueron visitantes internacionales, siendo en este caso el aumento del 38%. El número de visitantes totales, incluyendo los pases e invitaciones, se elevó a 6,67 millones, frente a los 5,4 millones de 2016 (23,5% más).

El presidente de la AFE, Xabier Basañez, ha señalado que "la actividad ferial está directamente relacionada con la situación coyuntural de los distintos sectores económicos que hacen uso de las ferias. Las ferias comerciales continúan manifestándose como la mejor herramienta de marketing, al reunir, en un corto espacio de tiempo y lugar determinado, las



El sector ferial en España tiene síntomas muy positivos.

ventajas del contacto personal cara a cara. Frente a otras herramientas *online*, en las ferias, las personas pueden ver, tocar, probar, oler los productos expuestos y asistir a demostraciones y presentaciones en vivo".

Características de las ferias

Del total de sectores presentes en las ferias, el más destacado fue el del ocio y hobby, que abarca diferentes subsectores, ferias deportivas, de celebraciones, de arte, artesanía y antigüedades, que representa el 23,2% del total. Las ferias de automoción repre-

sentaron el 10,2% y las de textil, moda y calzado el 7,3%. Las ferias profesionales fueron las más numerosas (44,3%), frente a las de público y las mixtas, siendo su oferta principalmente de bienes de consumo (45,9%).

Asimismo, las ferias celebradas en 2017 fueron mayoritariamente de periodicidad anual (68,7%), un dato muy parecido al de 2016, seguidas de las ferias bienales (17,9%) y de las ferias bianuales o semestrales (10,2%). Además, existe un porcentaje de ferias de nueva incorporación, que representa el 1,6%.

Las ferias generan 98.000 millones de euros

Anualmente se celebran en el mundo unas 31.000 ferias, el gasto de expositores y visitantes es de 98.000 millones de euros y la actividad genera 2,48 millones de empleos directos e indirectos. Estas son las principales cifras con las que la UFI (Global Association of the Exhibition Industry) quiere mostrar la importancia de esta industria y por ese motivo ha celebrado la tercera edición del Día Internacional de las Ferias (Global Exhibitions Day; 6 de junio), con apoyo de, entre otras muchas, la Asociación de Ferias Españolas (AFE).

La UFI estima que se celebran unas 31.000 ferias al año en todo el mundo, en las que participan unos 4,4 millones de expositores y 260 millones de visitantes. En España el número de ferias comerciales es superior a las 600 anuales. Se calcula que existen más de 1.200 recintos feriales con superficies superiores a los 5.000 metros cuadrados. España, con 45 recintos feriales y 1,5 millones de metros cuadrados, representa un 5% de la superficie cubierta disponible total.

Los expositores y visitantes invierten unos 98.000 millones de euros en las ferias anualmente. Ello genera unos 680.000 empleos en el sector ferial a nivel mundial (organizadores, recintos, proveedo-

res y asociaciones) y alrededor de 1,8 millones de empleos por el impacto turístico (alojamiento, viajes, restauración, regalos, etc.), así como importantes ingresos fiscales para la Administración.

Por tercer año consecutivo, el Día Internacional de las Ferias se ha celebrado con numerosas actividades y mediante una amplia repercusión mediática y en redes sociales en diferentes países. Este año la campaña se ha centrado en cuatro ideas básicas: las ferias son una gran industria global; las ferias son una manera efectiva y sostenible de hacer negocios; la industria ferial ofrece una amplia variedad de oportunidades laborales; y las ferias pueden contribuir a un mundo sostenible.

La iniciativa partió en 2016 de la principal asociación del sector, la UFI, a la que actualmente pertenecen 771 miembros de 87 países y unas 50 asociaciones nacionales y regionales, entre las que se encuentra la Asociación de Ferias Españolas, y algunos de sus miembros individualmente.

Desde la UFI han señalado que "el Global Exhibitions Day es una oportunidad de celebración para la industria ferial y para destacar su impacto positivo en el empleo, en los negocios, la innovación y la inversión local.

Los recintos feriales abordan en Bilbao su digitalización

La Asociación de Ferias Españolas (AFE) ha celebrado una jornada formativa en el País Vasco —en las instalaciones del Bilbao Exhibition Centre— sobre 'La Digitalización en la actividad ferial' y que se enmarca dentro de las actividades que organiza periódicamente esta entidad con la intención de generar valor añadido a las corporaciones socias de la entidad.

En esta jornada, a la que asistieron 40 profesionales procedentes de la mayor parte de las ferias y de las empresas asociadas, se diseccionó la situación general de la digitalización como herramienta estratégica para los diferentes proyectos en los que se trabaja en las ferias, tal y como explicaron Ander Ibañez, director de Tecnologías de la Información del Bilbao Exhibition Centre; Alberto Pérez, jefe de Sistemas de Ifema; Juan Zumalde, director de Comunicación y Marketing de Feria Valencia; Manuel Aguirre, director del área de Instalaciones y Nuevas Tecnologías del Palacio de Ferias y Congresos de Málaga;

ga; e Ismael Ligeró, IT Delivery Director de Fira de Barcelona.

Todos ellos desgranaron los retos de la digitalización, realizando una mención expresa a temas como la movilidad, la transformación, la ciberseguridad, el cumplimiento de las normativas, el análisis de los datos y la posible monetización de este valor.

En el transcurso de la jornada, el secretario general de AFE, Juan Puchalt, ofreció, asimismo, datos sobre la situación del sector y los resultados de la última auditoría realizada correspondiente a los datos de 2017. Puchalt destacó aspectos como que en el ámbito internacional se celebran 31.000 ferias al año, creando un impacto positivo económico y social de 98.000 millones de euros. Subrayó, además, que en todo el mundo hay 1.212 recintos feriales con más de 5.000 metros cuadrados, de los que Europa cuenta con 41% de los recintos y con el 45% de la capacidad expositiva mundial. España ocupa el sexto lugar del mundo con 1,5 millones de metros cuadrados.

Las ferias suponen un extraordinario instrumento de internacionalización

La AFE afirma que son también una herramienta de marketing 'fundamental'

La Asociación de Ferias Españolas, con motivo del Día Internacional de las Ferias (Global Exhibitions Day), ha destacado que estos encuentros apoyan el desarrollo del comercio y son un extraordinario instrumento de internacionalización, entre otras ventajas que ha destacado.

Según la asociación española, las ferias generan innovación y competencia. Las ferias son una plataforma de discusión y aprendizaje. Facilitan el intercambio de conocimientos y la cooperación, lo que conduce a la creación de ideas y proyectos, que pueden cambiar completamente la situación o las tendencias en un sector específico. Son plataformas de discusión sobre el desarrollo económico y social, así como sobre la investigación y el intercambio de ideas que abarcan fronteras nacionales y culturales.

Otro aspecto que ha resaltado es que los visitantes asisten a ellas como fuentes de conocimiento, para reforzar sus estrategias y mantenerse al día respecto al desarrollo tecnológico y del merca-



Las ferias aportan varios beneficios comerciales.

do. Además de realizar operaciones comerciales, buscan ideas e inspiración. Asimismo, los expositores comparten sus conocimientos y experiencia, comparan sus productos y servicios y usan esa información para promover su propio negocio.

El contacto físico

Por otro lado, las ferias son un instrumento de marketing cara a cara. Al reunir a un sector, a clientes actuales, clientes potenciales y prescriptores, en un lugar determinado y en un momento específico, las ferias generan un alto número de oportunidades comerciales y

contratos. Un comprador potencial tiende a comprar más a las empresas con las que se ha reunido personalmente, cara a cara con sus interlocutores, como ocurre en las ferias. "El contacto físico de las ferias es un componente fundamental que no lo consigue la tecnología", ha afirmado el presidente de la AFE, Xabier Basañez.

Finalmente, desde la asociación han señalado que las ferias comerciales continúan siendo una incuestionable herramienta de marketing y su desarrollo tiene una importante repercusión económica y social, tanto local como globalmente.

El dinamismo de la economía mundial hará que los precios de hoteles y transporte aéreo suban en 2019

Los porcentajes de incremento de las tarifas para España son más elevados que la media mundial

Los precios de los hoteles y el transporte aéreo aumentarán en 2019 debido al crecimiento de la economía mundial y a la subida de los precios

del petróleo, concretamente un 3,7% y un 2,6% respectivamente. Estos son los principales datos del quinto informe anual de Previsión Global

para el Sector de los Viajes de la Asociación Mundial de Viajes de Negocios (GBTA, por sus siglas en inglés) y Carlson Wagonlit Travel (CWT).

"Aunque los principales mercados parecen avanzar en la dirección correcta, persisten los riesgos a la baja para la economía mundial, debidos al auge de políticas proteccionistas, a los riesgos derivados de avivar las guerras comerciales y a la incertidumbre provocada por el Brexit", ha afirmado Michael W. McCormick, director ejecutivo y de operaciones de la GBTA.

Por su parte, Kurt Ekert, presidente y director general de CWT, ha señalado que "se espera un aumento de precios en distintos mercados de todo el mundo, incluso si la inflación sigue siendo moderada". "El informe explora las causas de estas subidas y proporciona una descripción general de lo que esperamos ver en mercados clave de todo el mundo", ha añadido.

Previsiones aéreas y hotel

El sector de la aviación se verá afectado por la introducción de los vuelos de ultra larga distancia y por la creciente competencia de las compañías de 'bajo coste', que no solo se multiplican sino que también pelean por las rutas de larga distancia, así como por el interés de las aerolíneas por aprovechar la nueva capacidad de distribución (NDC).

La probable subida de las tarifas aéreas vendrá motivada por



Los precios de los viajes serán, en general, más elevados en 2019 en todo el mundo.

el encarecimiento del precio del petróleo, la presión competitiva derivada de la escasez de pilotos, las potenciales guerras comerciales y el aumento de la segmentación de tarifas para mejorar el rendimiento.

En España está previsto que el incremento del precio del aéreo sea de un 6,7%, un porcentaje bastante superior al global (2,6%) y un par de puntos por encima del esperado para el conjunto de los países de Europa Occidental (4,8%). Los mayores incrementos se producirán en la clase Turista o económica

de los vuelos intercontinentales (7,9%) y en la clase Business de los vuelos domésticos (6,9%).

Las perspectivas hoteleras para 2019 están impulsadas por el aumento general del transporte aéreo, que alimentará la demanda de alojamiento. La tecnología también desempeñará un papel importante. Los hoteles están introduciendo avances destinados a personalizar la experiencia del huésped. Por otro lado, el uso generalizado de los móviles está obligando a los gestores de viaje a ofrecer a sus viajeros aplicaciones que permitan una mayor au-

tonomía en la política de reservas.

Las fusiones y la creciente competencia entre alojamientos de lujo y de gama media, debido al mayor interés de los viajeros más jóvenes por los hoteles *boutique*, también estarán muy presentes en la agenda del sector.

En España, país que sustituye a Estados Unidos como segundo destino más popular del mundo según la Organización Mundial de Turismo de Naciones Unidas, está previsto que el precio de los hoteles aumente un 8,5%. Un porcentaje muy superior al global

(3,7%) y al de Europa Occidental (5,6%). Esta subida será algo mayor en los hoteles de rango medio (8,6%) que en los de gama alta (8,4%).

El transporte terrestre

El próximo año, solo se espera un aumento de los precios del transporte terrestre en Norteamérica, con un modesto 0,6%, mientras en el resto de las regiones se prevé que permanezcan estables. Sin embargo, para el cuarto trimestre de 2019, se ve un esfuerzo concertado por parte de las compañías de alquiler para subir los precios.

En 2019 también se espera una creciente preferencia de los viajeros por las aplicaciones de servicios de transporte de empresas de economía colaborativa, y una merma del interés por los trenes de alta velocidad, debido a los altos costos de la red y a la escasa tecnología de los sistemas de distribución.

La movilidad móvil seguirá aumentando. Los coches a la carta, compartidos, eléctricos y conectados serán cada vez más populares. De hecho, la tecnología de los vehículos conectados tiene el potencial de cambiar la industria automovilística.

En España está previsto que el precio del transporte terrestre suba un 4,8%, frente a un aumento nulo tanto para el sector global como para el de Europa Occidental.



Pablo Vila y Eugenio de Quesada, tras firmar el acuerdo.

Marriott Auditorium y Grupo NEXO firman una alianza

Grupo Auditorium, cadena hotelera especializada en MICE (propietaria de los hoteles Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center y Meliá Avenida de América), y el Grupo NEXO, compañía editorial líder en información profesional del MICE en España (propietario de los Periódicos y Digitales CONEXO y NEXO-TUR), han suscrito una alianza que consolida las excelentes relaciones que ambos grupos mantienen desde hace casi una década, con el objetivo de generar sinergias que beneficien a ambas partes.

En el ámbito de esta consolidada relación, los directores generales de ambos Grupos, Pablo Vila y Eugenio de Quesada, han firmado en Madrid un acuerdo institucional, encaminado a estrechar lazos

y generar nuevas sinergias entre ambos grupos, en especial en torno al Periódico mensual CONEXO y al Digital Conexo.net, que generen rentabilidad mutua y aporten nuevos servicios a los Clientes del Grupo Auditorium.

Grupo Auditorium formaliza así la Suscripción anual conjunta de su cartera de clientes y prescriptores MICE y Business Travel al Periódico CONEXO y la Suscripción diaria al Digital Conexo.net.

En el marco de este acuerdo, se edita el nuevo Periódico Mensual 'Marriott Auditorium News' (11 ediciones al año), que se publica y distribuye conjunta e inseparablemente con el Periódico CONEXO, y que incluye la publicación de noticias procedentes del Digital Conexo.net.

Madrid es elegida en Atenas mejor destino de Turismo MICE de Europa

Los World Travel Awards nombran a los mejores proveedores MICE y Business

La ciudad de Madrid ha sido reconocida como el mejor destino europeo de Turismo de Reuniones. La capital ha logrado el premio en la categoría 'Europe's Leading Meetings & Conference Destination' de los World Travel Awards (WTA), unos galardones que este 2018 han cumplido su 25 aniversario.

Se trata de un nuevo reconocimiento que llega de la mano de los votos de profesionales vinculados al sector turístico internacional y del público general interesado en viajes, que han apostado por la oferta de Turismo MICE del destino Madrid frente a la de otras capitales de Europa como París, Viena, Londres o Berlín. Junto con Madrid, estas capitales europeas fueron seleccionadas finalistas en esta categoría por un comité de expertos en el mes de marzo.

Por otro lado, entre mejores proveedores para el Sector MICE y Business Travel del continente, destacaron los hoteles Hilton Diagonal Mar Barcelona e InterContinental Madrid como Mejor Hotel de Negocios y Mejor Hotel MICE de España, respectivamente.

Dentro de la categoría de aerolíneas, Aeroflot - Russian Airlines ha sido premiada como Mejor Clase



David Pérez Noack, director del Madrid Convention Bureau, con el premio.

Business; y Lufthansa First Class Lounges del aeropuerto de Frankfurt (Alemania) como Mejor Lounge de Aeropuerto. Asimismo, el Hilton London Heathrow Airport (Reino Unido) ha sido seleccionado como Mejor Hotel de Aeropuerto.

En la categoría de alojamiento, además del anterior, han sido reconocidos InterContinental Hotels & Resorts como Mejor Cadena Hotelera de Negocios; el Hilton London Bankside (Reino Unido) como Mejor Hotel de Negocios; el Hilton Molino Stucky Venice (Italia) como Mejor Hotel de Conferencias; el Ria Park Hotel (Portugal) como Mejor Hotel de Reuniones y Conferencias; el Hilton London Bankside

(Reino Unido) como Mejor Hotel MICE; el Mriya Resort & Spa (Rusia) como Mejor Resort MICE; el Swissôtel Krasnye Holmy Moscow (Rusia) como Mejor Hotel de Lujo de Negocios.

Además, The Convention Centre Dublin (Irlanda) ha sido premiado como Mejor Centro de Reuniones y Conferencias; Atenas Convention Bureau como Mejor Oficina de Turismo de Ciudad; Sixt como Mejor Rent a Car de Negocios; Mideast Travel Worldwide como Mejor DMC; Eurotours International como Mejor Agencia de Incentivos; y FCM Travel Solutions como Mejor Compañía de Gestión de Viajes.



XI Foro para la **Sostenibilidad Medioambiental** del Turismo en España

Martes 13 de Noviembre de 2018 | *Hotel Eurostars Madrid Tower. Madrid*



En colaboración con



Foro Profesional del



Valencia reconoce a sus 'Embajadores de Congresos'

La primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de Valencia y presidenta de la Fundación Turismo Valencia, Sandra Gómez, junto al presidente del Valencia Convention Bureau, Ximo Solà, han presentado el 'Valencia Ambassadors Club'. Se trata de una iniciativa que pretende reconocer a los líderes valencianos en materia de medicina, ciencia, tecnología, negocios, investigadores, así como del entorno universitario que, de un modo voluntario, promueven Valencia como destino de congresos.

Sandra Gómez ha afirmado que "queremos agradecer la implicación personal y la positiva imagen que influyen en la marca Valencia, a nivel nacional e internacional. Sus valores personales, su profesionalidad y liderazgo en sus respectivas áreas de trabajo suponen un aval para la ciudad, un valor que debemos reconocer". Asimismo, ha añadido que "su buen hacer repercute auténticamente en la reputación de la ciudad, y en el desarrollo económico y social a través de un segmento clave para la actividad turística".

Por su parte, Ximo Solà ha destacado que "estamos seguros que la puesta en marcha de este selecto Club de Embajadores de Congresos, va a contribuir sin duda en el desarrollo de eventos en nuestra ciudad". En su intervención ha reiterado que "la celebración de eventos y reuniones en Valencia es la clave

para tener un turismo de mayor calidad y la mejor ayuda para luchar contra la estacionalidad".

El Club de Embajadores

Más de 60 profesionales, importantes personalidades de reconocido prestigio nacional e internacional, han sido nombrados 'Embajadores de Congresos de la ciudad de Valencia'. A través del Club de Embajadores de Congresos de Valencia, se reconoce su labor de prescripción y capacidad de influencia en sus respectivas materias, vinculados siempre a la positiva imagen de la ciudad de Valencia que, a su vez, proyectan.

El Club de Embajadores, impulsado por Turismo Valencia, establece un nexo de unión entre los contactos locales que forman parte de las entidades organizadoras de congresos, las sedes, el sector empresarial y las instituciones públicas, ofreciendo así una visión de Valencia como destino bien cohesionado, maximizando las oportunidades reales de capacitación de congresos para la ciudad de Valencia.

Como instalación referente de la ciudad y enclave estratégico para posicionar Valencia como destino MICE, desde el Club de Embajadores de Congresos de Valencia se ha hecho una mención especial al Palacio de Congresos de Valencia, que este año celebra su vigésimo aniversario.

Murcia celebra 1.220 eventos en 2017 que dejan casi 50 millones en la ciudad

Es el segundo mejor dato de impacto económico con el Convention Bureau

La ciudad de Murcia ha acogido en 2017 un total de 1.220 reuniones, concentrando a un total de 202.279 personas, un 28% más que en 2016. La estimación del impacto económico del Mercado de Reuniones en Murcia para el año 2017 ha sido de 48,8 millones de euros, un 28% más que en 2016.

El concejal de Promoción Económica, Cultura y Programas Europeos, Jesús Pacheco, junto al presidente de la Oficina de Congresos, Ricardo Zamora, y al gerente de la entidad, Ramón Palazón, ha presentado el balance del pasado año de la Oficina de Congresos en la semana que cumplía su vigésimo aniversario.

Pacheco ha destacado que "2017 fue el segundo mejor año histórico, tras 2007, en cuanto a impacto económico registrado desde que se creó la Oficina de Congresos en 1998.

En 2017 se celebraron un total de 1.220 reuniones, con una asistencia de 202.279 personas, de las que 81 fueron congresos, 60 convenciones de empresas y 1.079 jornadas, simposios y seminarios. El gasto medio por participante y día para los que asistieron a los congresos se sitúa en 233 euros para los que se alojaron en hoteles de cuatro estrellas y 213 euros para los que se alojaron en hoteles de tres estrellas. Este gasto incluye la cuota de inscripción, el alojamiento, la manutención y otros gastos extras como el transporte interno y las



La presentación del balance de Murcia como ciudad de congresos.

compras. La estimación del impacto económico directo en la ciudad para el año 2017 ha sido de 48,8 millones de euros, mejorando un 28% con respecto a 2016.

En lo que respecta a la localización de las entidades organizadoras de las reuniones, este año la iniciativa municipal, con un 57% del total, se sitúa por encima de la supramunicipal (el restante 43%). En cuanto al carácter generador, el sector público (55%) quedó sensiblemente por encima del privado (45%). En lo referente a la actividad y temática de las reuniones, los sectores que mayor número de reuniones generaron fueron, en primer lugar, el cultural con

un 23,4%, seguido de los sectores económico-comercial (19,6%) y social (15,1%), en segunda y tercera posición respectivamente, dejando al médico-sanitario en cuarta posición.

Origen nacional

Según el origen de los participantes, y analizando el ámbito territorial de los asistentes a los congresos, la mayoría de ellos fueron de procedencia nacional con un 57% (33% de los cuales de origen regional) y un 43% de origen extranjero. Los nacionales de fuera de la Región de Murcia proceden, fundamentalmente, de Madrid, Andalucía y de la Comunidad Valenciana.

MPI Iberian Chapter ofrece a sus socios nuevas tecnologías y un desarrollo profesional

La asociación comienza una nueva etapa con Alessia Comis, de Pidelaluna Events, nueva presidenta del capítulo

Tras dos años dirigiendo MPI Iberian Chapter, Ángeles Moreno ha cedido el testigo de la Presidencia del Capítulo Ibérico a Alessia Comis, CEO

de la agencia Pidelaluna Events, durante la celebración de la asamblea de la entidad celebrada a principios del mes de julio. Comis asume el reto

de liderar la asociación tras seis años de pertenencia a la Junta Directiva de MPI y su experiencia consolidada en la industria de los eventos.

Comis, italiana, licenciada en filología inglesa y máster en marketing y comunicación, ha valorado "infinitamente el legado de Ángeles, disfruté muchísimo de ser VP de comunicación durante su presidencia y estoy orgullosa de los resultados conseguidos. Confío en que la nueva Junta directiva, capitaneada por Teresa Broccoli (Socios), Óscar García (Formación), Rocío Gómez (Comunicación) y Raúl de Gregorio (Patrocinios), sea capaz de seguir los pasos dados estos dos años y evolucionar hacia una comunidad integrada, un marketplace altamente efectivo, aprovechando eventos experienciales y herramientas de última generación para mimar a patrocinadores y socios".

Con la nueva Junta Directiva y la llegada de su nueva presidenta, Alessia Comis, la asociación quiere liderar el cambio en la industria de los eventos en España y Portugal mediante la evolución, la innovación y digitalización en todos sus procesos y áreas de trabajo.

Entre las prioridades fijadas por la junta para los próximos dos años, destacan la potenciación de las oportunidades de generación de negocio entre miembros, la involucración de los mismos y la puesta en valor del potencial de la comunidad, aprovechando herramientas digitales de última generación y eventos experienciales, además de la creación de sellos y premios para incentivar la participación de todos los miembros de la asociación en los diferentes proyectos en marcha por toda la península ibérica, entre ellos el GMID (Global Meeting Industry Day) o las más de 25 sesiones de formación, seminarios de excelencia y eventos presenciales previstos para 2018 y 2019.

El Capítulo Ibérico de MPI ha comenzado la puesta en marcha de su nuevo plan estratégico con el deseo de aportar a sus miembros valor a través de nuevas herramientas tecnológicas y mayores oportunidades de desarrollo profesio-

nal. Para ello, ha llevado a cabo dos nuevos acuerdos de colaboración.

El primero de ellos ha sido con EventsCase, una plataforma de gestión de eventos en español, que sincroniza todas las tecnologías necesarias para ayudar al desarrollo y promoción de los eventos. Nacida en Reino Unido, EventsCase acaba de abrir oficina en España y se ha unido a MPI Iberian como part-

ner estratégico, proporcionando así al capítulo ibérico de soluciones para una mejor comunicación con todos sus miembros. Esto será posible a través de apps nativas de Android e iOS específicas para sus eventos, registro online de asistencia a eventos y pagos, además de herramientas de networking como el 1-2-1 para organizar reuniones y gestionar las agendas.



La nueva junta liderada por Alessia Comis junto a la anterior presidenta.

MPI Iberian Chapter también ha apostado por su unión con la empresa JMT, especializada en mobiliario de alquiler y revestimientos para el suelo en el mercado de eventos y exposiciones a nivel europeo. JMT lleva más de tres décadas en el Sector y son miembros de MPI desde 2014. Han colaborado con el capítulo en anteriores sesiones de formación como proveedores del mobiliario y también co-organizando junto a MPI Iberian Chapter eventos experienciales, como el celebrado el pasado 15 de junio con motivo del 'Gran Premi Monster Energy de Catalunya' donde los asistentes pudieron aprender y ver cómo se organizan este tipo de eventos de la mano de Dorna Sports desde el backstage.

En este sentido, desde MPI Iberian Chapter se desea seguir desarrollando actividades de primer nivel junto a JMT, donde compartir experiencias de inspiración y evolución dentro de la asociación.

Los precios hoteleros en España descienden un 2%, según HRS

Barcelona, Madrid y Bilbao, las ciudades más caras en el segundo trimestre

El precio medio de la habitación de hotel en España ha descendido un 2% durante el segundo trimestre del año, en comparación con el mismo periodo

de 2017, según el Hotel Price Radar de HRS. Así, el precio medio ha pasado de 102 euros en el mismo periodo de 2017 a 100 euros en 2018.

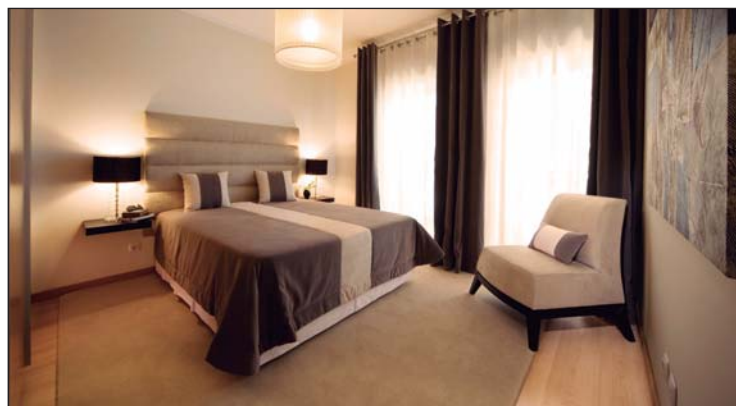
Las ciudades más caras han sido Barcelona (129 euros), Madrid (113) y Bilbao (106), mientras que las más asequibles han sido S'Arenal (Mallorca) y Alicante, ambas con un precio de 72 euros, y en tercer lugar Pamplona (78).

Curiosamente, a pesar de ser una de las ciudades más baratas, S'Arenal ha sido el destino que ha experimentado una mayor subida (22%), pasando de los 59 euros por habitación en 2017 a los 72 euros de este año. Asimismo, las ciudades de Granada, con el 11,7%; Bilbao, con casi un 2%; y Valencia, con un 1%, han aumentado sus precios hoteleros respecto al segundo trimestre del año pasado.

En cuanto a los descensos, en la ciudad de Málaga ha sido donde los precios se han reducido un significativo 17%. Esta misma tendencia se ha producido en otras ciudades españolas, como en Barcelona, casi un 4,5%; Madrid, un 5%; Sevilla, un 6,5%; y Pamplona, un 1,3%.

Los precios en Europa

En la mayoría de las ciudades europeas, los precios en el segundo trimestre se han mantenido estables en comparación con el año anterior. Entre las ciudades con los precios hoteleros más altos se han encontrado Copenhague (179 euros), Londres (179), Ámsterdam (178) y Zúrich (176). Asimismo, se ha producido un enorme aumento



Los precios de los hoteles se han reducido ligeramente en España.

de precios (38%) en el segundo trimestre en Moscú; el coste de la noche en el segundo trimestre ha sido de 131 euros de promedio, debido al Mundial de Fútbol.

En la ciudad de Oslo se ha producido una caída de precios del 32% respecto al año pasado. En este caso, el motivo del descenso ha sido que el año pasado en mayo la ciudad acogió la exposición marítima líder a nivel internacional 'Nor Shipping', que se celebra en la ciudad cada dos años. En cuanto a las ciudades más asequibles a la hora de viajar, la clasificación ha estado encabezada por Praga con 92 euros, Varsovia con 87 y Estambul con 73.

A nivel mundial

Los precios hoteleros de los destinos globales más importantes se han reducido en comparación con

el año anterior. En la parte superior de la clasificación global se ha situado Nueva York, donde el precio medio de sus hoteles ha sido de 251 euros, un 7,7% menos que en 2017. En el segundo lugar ha aparecido Washington (221 euros), con un descenso del 13%; y en la tercera posición se ha situado Toronto, donde han subido los precios un 23,5% hasta los 200 euros. La ciudad canadiense ha sido la que ha experimentado un mayor aumento a nivel mundial, seguida de Miami, con un 15,5%, y Kuala Lumpur, con un 12%.

Un gran número de ciudades han visto cómo sus precios han descendido durante el segundo trimestre del año. Ciudades como Río de Janeiro, con más del 28,5%; México DF, con más del 21%, o Ciudad del Cabo, con un 18%, han visto reducirse sus precios.

NH Hotel Group relanza su programa para empresas

NH Hotel Group ha anunciado el relanzamiento de su programa específico para empresas y autónomos, NH Hotel Group Empresas, con el que pretende facilitar a todo tipo de empresas la organización y gestión de sus viajes y eventos. Para ello, entre otras cosas, ha creado una plataforma online exclusiva para tramitar y gestionar las reservas.

El programa NH Hotel Group Empresas ha sido creado para ofrecer a los clientes corporativos una propuesta de valor acorde a sus necesidades. Este programa incluye a todos los hoteles y marcas de la compañía (NH Collection, NH Hotels, Hesperia Resorts y nhow) en cualquier parte del mundo.

Uno de los sectores más importantes para el grupo es el de Reuniones y Eventos y los viajes de negocios, un campo donde está innovando constantemente para mejorar

la experiencia de empresarios y autónomos, mediante nuevos servicios y programas como NH Hotel Group Empresas; una iniciativa que ofrece ventajas y nuevas posibilidades, como una herramienta online para gestionar personalmente las reservas efectuadas a cualquier hora del día.

Ventajas del programa

Con el programa NH Hotel Group Empresas, los usuarios podrán disfrutar de hasta un 20% de descuento —con un 10% mínimo garantizado— en cualquier tipo de reservas a nivel mundial. Además, los empresarios registrados tendrán un 10% de descuento en restaurantes y cafeterías, sin necesidad de estar alojado en el hotel. Asimismo, el programa ofrece un servicio de atención personalizada para empresas y Wi-Fi gratuito en todos los hoteles de la compañía.



NH sigue con su apuesta por los viajes de negocios y eventos.

Patterson Travel, una nueva marca de viajes y eventos

Tras unos meses de acción y reflexión, dos asociados de Travel Advisors, quienes formalizaron la integración de Travel Partners de Barcelona en Galben Travel & Business de Palma de Mallorca, han tomado la decisión de utilizar una nueva y única marca como modelo de comercialización y comunicación: Patterson Travel, "el copiloto de viajes de tu marca".

Patterson Travel nace desde la ilusión y la certeza de poder desarrollar un ambicioso plan de negocio tanto en volumen de

negocio como implantación en otros mercados. El CEO de la nueva marca, Pere X. Galmés, ha afirmado que "el cambio de denominación comercial unido a la energía y el ímpetu de un equipo joven, ambicioso y con clara voluntad de crecimiento, hace que todos los componentes del equipo estemos muy ilusionados para afrontar los nuevos retos de futuro que se nos presentan". Además de la nueva marca, también estrenan unas modernas y funcionales oficinas en Barcelona.



Material con la imagen de la nueva marca de viajes.

El MICE, los viajes de empresas y los asociados, las prioridades de Halcón

El corporativo representa actualmente más del 30% de su volumen de negocio

Globalia desvela los objetivos de su red minorista para este 2018. Según recoge su memoria anual, la división "continuará con la consolidación dentro de los sectores de viajes de empresas y MICE", línea de negocio que representa actualmente más del 30% de su volumen de negocio.

Entre sus prioridades también está "potenciar el crecimiento del negocio online" y "el aumento del número de oficinas asociadas". En relación a esta última cuestión, el grupo destaca que "en 2017 la marca Geomoon, que aglutina a las agencias de viaje bajo el modelo de oficinas en gestión, a la fecha de cierre, superaba los 140 puntos de venta".

Para su presidente, Juan José Hidalgo, esta cifra "evidencia la buena evolución de la marca y la confianza que genera en tan poco tiempo". Además, resalta que "uno de sus logros y principales activos ha sido la activación de la herramienta Geoclick que confiere valor añadido a nuestra división".

Profundizando en los resultados del tándem Halcón-Ecuador,



Las ferias aportan varios beneficios comerciales.

llama la atención que su volumen de negocio ha subido un 3,8%, ascendiendo a 1.097,1 millones de euros, a pesar del fuerte descenso del número de oficinas. La división concluyó el año con 811 puntos de venta, frente a los 903 del año anterior, lo que supone una caída interanual del 10,2%. Detrás de esta tendencia, la más negativa desde 2013, está la venta a Ávoris de las 62 agencias de Halcón Viagens (Portugal).

Se trata del descenso más pronunciado desde la reestructuración acometida en 2013. Con el objetivo de mantenerse y adaptarse a las nuevas circunstancias del

mercado, la división cerró en el citado año un total de 160 puntos de venta, lo que supuso la salida de 450 trabajadores. "Gracias a estas duras y difíciles medidas el resultado de la división volvió a números positivos en 2014", resaltan desde Globalia.

Llama la atención que en los últimos cinco años el número de oficinas que conforman su red ha experimentado un descenso ininterrumpido. Así, desde las casi 1.300 sucursales que disponía al cierre de 2012, ha pasado a las 811 citadas a la conclusión de 2017, lo que representa una caída del 36,3% en el último lustro.

Las empresas necesitan revisar su política de viajes en materia de transporte por carretera

La seguridad es uno de los factores a tener en cuenta para mejorar la gestión de vehículos para los desplazamientos

Las empresas tienen una gran oportunidad de mejora en la gestión de la movilidad por carretera en los viajes de negocios, un área que

mueve alrededor de 1.900 millones de euros, según se desprende del estudio 'Movilidad en carretera por viajes de negocios en España', realizado por el consorcio de agencias especializadas GEBTA, con la colaboración de Europcar España y Volkswagen España.

La seguridad es uno de los factores a tener en cuenta para mejorar la gestión de vehículos para los desplazamientos

A raíz de los resultados del estudio, tanto por las características de los viajes como de los hábitos de uso del vehículo en los viajes de empresa, se hace necesaria una revisión de las políticas de viajes en transporte por carretera, "desde un punto de vista más amplio e integral", según ha afirmado el director general de GEBTA España, Marcel Forns, durante la presentación del informe en Madrid, teniendo en cuenta todas las opciones de movilidad.

Dentro de los resultados del estudio destaca que el 53% de los encuestados utiliza el vehículo privado diariamente para desplazarse a eventos o reuniones de negocio, mientras que un 15% lo hace dos o tres veces por semana, lo que implica un uso intensivo del vehículo privado en este sector. Además, el viajero lo hace mayoritariamente en su vehículo propio (28%), en coche de alquiler (18,5%), en coche de empresa (17%) o en taxi/VTC (15,5%). Otras opciones quedan actualmente más lejos como el *carsharing* (5%). El transporte público lo utiliza el 12% de los encuestados.

"El automóvil es el principal medio de transporte de los viajeros de negocio, a la vez que es un instrumento fundamental para las empresas, que debe pasar de ser una mera *commodity* a una herramienta eficiente y segura de trabajo para las compañías", ha destacado Marcel Forns. Además, ha señalado que la revisión de las políticas de viajes se ha de realizar "desde la triple perspectiva de la seguridad, la eficiencia-productividad, así como de coste para la empresa".



Tobias Zisik y Marcelo Forns durante la presentación del estudio de movilidad en Madrid.

En cuanto a las características y el parque móvil utilizado, el informe identifica que, en una parte significativa de los casos —relacionados con el uso del coche propio—, los vehículos no presentan las condiciones recomendables en términos de seguridad (falta de revisiones, por ejemplo). Además, detalla que en un 20% de los vehículos no tiene manos libres, un 18% carece de ABS, un 42% no dispone de GPS y casi el 80% circula sin un sistema de alerta de embotellamiento o accidentes.

En consonancia con el uso intensivo del vehículo en viajes de

negocio, el riesgo de sufrir accidentes de sitúa en primera posición de las preocupaciones de los viajeros (24%), por delante de los efectos colaterales inmediatos con las largas horas de conducción, como la acumulación del trabajo y la imposibilidad de atender adecuadamente las obligaciones profesionales.

El perfil del viajero de negocios por carretera es un hombre (75%), trabajador por cuenta ajena (65%), sin acompañante y habitualmente conectado al móvil para poder trabajar. Realiza un promedio diario superior a los 105 kilómetros (2.350 kilómetros mensuales).

El director comercial de Europcar en España, Tobias Zisik, ha explicado que dados los altos porcentajes de utilización de coches particulares y de empresa, muestran que las políticas de viaje de las empresas no se están aprovechando aún todas las posibilidades que ofrecen las nuevas opciones de movilidad, que se encaminan más al uso compartido que a la propiedad. "un ejemplo es el *carsharing*, que se utiliza cada vez más en los desplazamientos interurbanos de ocio, pero solo es utilizado en apenas el 5% de las ocasiones cuando se viaja por negocios".

Las empresas españolas reducen coste por kilometraje

Las empresas españolas han reducido un 30% el coste del kilometraje de los desplazamientos de los trabajadores el año pasado, pasando de una media de 0,33 euros en 2016 a 0,23 euros en 2017, según destaca un estudio de la plataforma de gestión de gastos Captio, que refleja además el coste según el tipo de actividad de la empresa y su tamaño, entre otros factores.

Los primeros datos destacados, además de la media general, son los precios mínimos y máximos del kilometraje pagado por las empresas el año pasado, que van desde los 0,05 euros a los 0,84 euros, que marcan una diferencia mayor a la de otros años (0,79 euros en 2017 frente a los 0,46 de 2016 y 2015 y los 0,54 de 2014).

Por sectores, los que mejor han pagado han sido el industrial, seguido de la alimentación y del farmacéutico. Estos tres sectores, junto a los seguros, han sido los que más han pagado en los últimos años. Respecto al tamaño de las empresas, las de menor tamaño han sido las que más han pagado el kilometraje, a 0,31 euros de media, mientras que las grandes lo han hecho a 0,22 euros y las medianas a 0,20.

ACTE y HRS detectan un cambio de negociación en los 'travel managers'

El 51% de los *travel managers* ha hecho algún cambio en su estrategia de negociación en los últimos tres años, consiguiendo en la mayoría de los casos ahorros gracias a esta modificación. Esta es una de las conclusiones de la encuesta realizada por ACTE Global (Asociación de Ejecutivos de Viajes Corporativos), en colaboración con HRS, entre sus miembros de todo el mundo.

El estudio 'A New Horizon in Hotel Sourcing' (Un nuevo horizonte en el Sourcing de Hoteles) señala que la mayoría de los gestores de viajes manejan el *sourcing* internamente, aunque una parte importante utiliza consultores. Solo cerca de un tercio dice que está muy satisfecho con su actual enfoque de negociación, mientras que la mayoría asegura sentirse solo moderadamente satisfecho. En general, existe frustración con la fragmentación, el aumento de los precios, la falta de transparencia de los datos y la cantidad de tiempo y mano de

obra involucrados en el proceso de *sourcing*.

La investigación analiza un cambio de tendencia en los métodos de *sourcing*, destacando el enfoque de Continuous Sourcing que ha puesto en marcha un pequeño grupo de *travel managers* (11%), pero que es cada vez mayor, y que consiste en auditar las tarifas y las necesidades del programa hotelero durante todo el año. El resultado de esta estrategia, según resalta el estudio, es altamente positivo ya que ha proporcionado ahorros financieros, un aumento en la flexibilidad del programa, una mejora de la satisfacción del viajero y, en algunos casos, también ha reducido la carga de trabajo.

Greeley Koch, director ejecutivo de ACTE, ha comentado que "vivimos en una era de sobrecarga informativa y de constante disrupción, y no moverse rápidamente al ritmo del desarrollo del mercado puede ser costoso para los ejecutivos de viajes, tanto en términos financieros como de satis-

facción del viajero. Más de la mitad de los primeros en adoptar el *sourcing* continuo ha reportado ahorros, lo cual nos muestra cómo los gestores de viajes pueden aprovechar prácticas de vanguardia para posicionarse a la cabeza del cambiante panorama de los negocios como líderes en sus organizaciones".

Las mejoras del proceso

La falta de conocimiento parece ser la barrera más importante para la adopción. Los gestores de viajes citan una reducción de costos esperada (65%), la mejora en la satisfacción del viajero (57%) y el aumento en la flexibilidad de programa (43%) como su principal motivación para considerar el Continuous Sourcing. Entre los que se han cambiado al Continuous Sourcing, seis de cada diez gestores (64%) aseguran que mejoró la satisfacción del viajero, y la mitad ha visto los ahorros financieros mejorar (52%) y la flexibilidad para abordar las peticio-

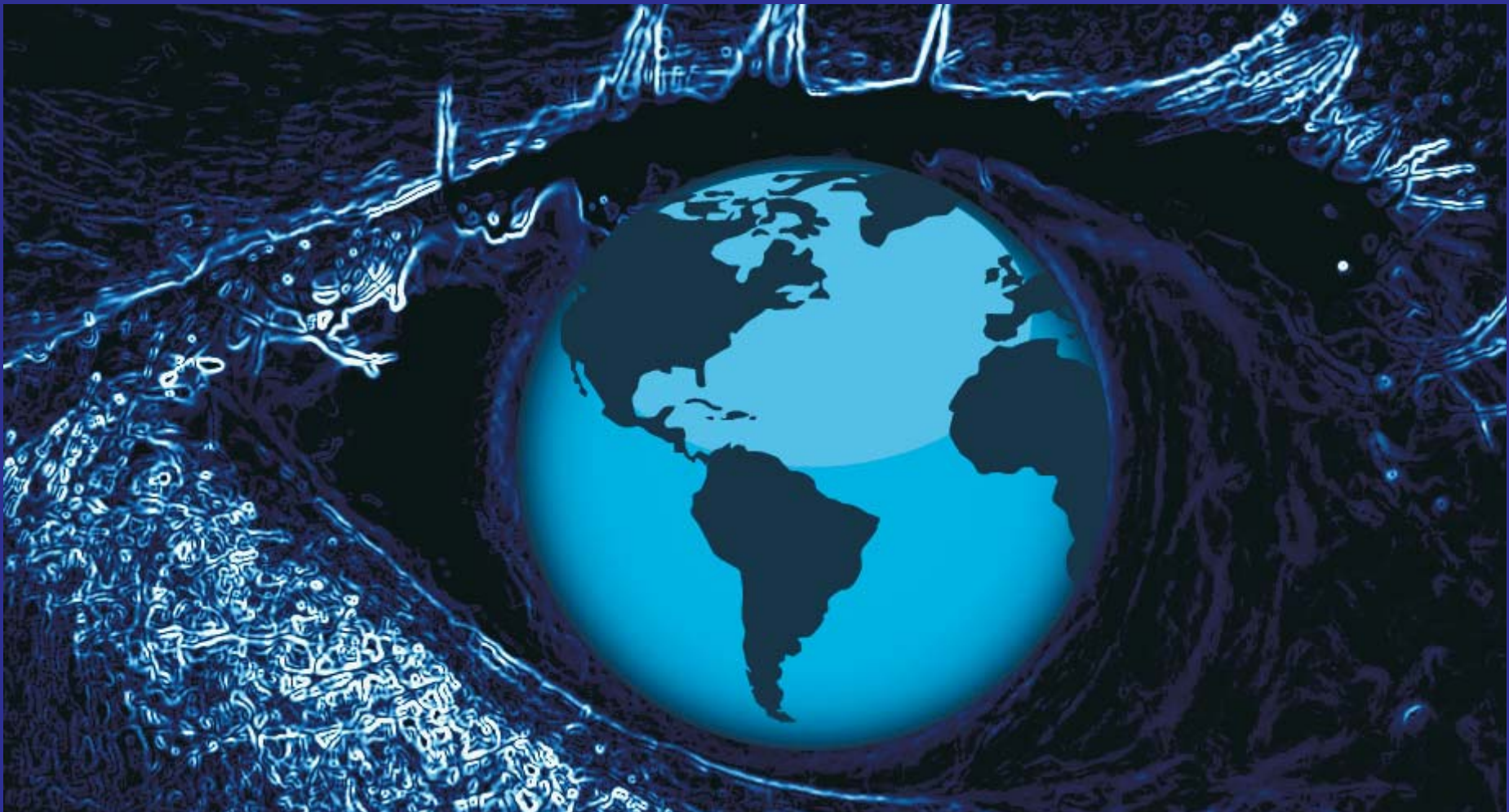


El Continuous Sourcing genera muchos beneficios, según el estudio.

nes del viajero (52%). Además, cuatro de cada diez gestores que utilizan Continuous Sourcing (44%) vieron incrementar el *compliance* del viajero. Una cuarta parte de los usuarios de Continuous Sourcing experimentó consultoría estratégica (24%) y mayor transparencia (24%). Y una quinta parte (20%) experimentó una menor carga de trabajo.

"El *sourcing* de hoteles ofrece a los programas de viajes las me-

jores oportunidades para el cambio financiero y estratégico", ha asegurado Marco D'Ilario, vicepresidente de Sourcing de HRS. "Esta encuesta global muestra una industria en la cual los programas están claramente buscando nuevas oportunidades y aprovechando datos irrefutables para lograr no sólo ahorro, sino rendimiento superior del programa. Es nada menos que una redefinición del proceso de RFP", ha añadido.



Una Visión Global del Turismo entre Iberoamérica y España



XXII Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo

Martes, 22 de enero de 2019

~ Centro de Convenciones Norte ~ Feria de Madrid ~



CIMET es una Conferencia organizada por Grupo NEXO, en colaboración con CEOE y Fitur



NEXOTUR.com



CONSEJO DE TURISMO



CONEXO



Protagonistas del MICE en España

CONEXO cumple 20 años reconociendo a los Protagonistas del MICE en España

Isabel Oliver se estrena en el cargo reuniéndose con el Sector MICE, en el evento CONEXO 20 Años del Marriott Auditorium

El Periódico CONEXO cumple este año su vigésimo aniversario y lo hace publicando una edición especial que resume las últimas dos décadas del Turismo de Reunio-

nes en España. CONEXO 20 Años se presentó la noche del 27 de junio, durante la celebración de una cena de gala en el Madrid Marriott Auditorium, en presencia de

un centenar de empresarios, CEO y directivos del Sector MICE español. La nueva secretaria de Estado de Turismo se ha estrenado en el cargo en la cena de gala.

"La Edición Especial CONEXO 20 Años ofrece una memoria de la historia del MICE en España. Seleccionando y jerarquizando las noticias más relevantes del panorama informativo", afirma el director de CONEXO y presidente del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada, "contado en primera persona por la Redacción de CONEXO, que durante dos décadas ha sido notario fiel de lo que sucedía en el Sector. Primero, desde hace dos décadas y mes a mes desde las páginas del periódico y, desde hace más de un lustro a diario en el digital".

El Grupo NEXO nació en 1988, casi al mismo tiempo que la Federación Española de OPC, la Asociación de Gestores de Viajes de Empresa o las Asociaciones que reúnen a los Conventions Bureau o los Palacios de Congresos. Los Periódicos del Grupo NEXO, entre ellos CONEXO, han crecido junto a estas Organizaciones y, por tanto, con el Sector, compartiendo su devenir y también sus anhelos y su problemática.



Un centenar de profesionales del Sector MICE participaron en la cena de gala del Especial CONEXO 20 Años.

La presentación oficial del Especial CONEXO 20 Años se celebró bajo la presidencia de la secretaria de Estado de Turismo del Gobierno de España, Isabel Oliver, y del presidente del Consejo de Turismo de la CEOE, Joan Gaspart, reuniendo a un cen-

tenar de invitados, entre empresarios, directivos y personalidades clave del Sector. La cena de gala se dedicó al Reconocimiento de los Protagonistas del Sector, a los que se entregó su retrato original —obra del pintor español Ignacio Samper— que viene pu-

blicando este periódico, personalizado y enmarcado, a modo de público homenaje sectorial.

El evento se abrió con las intervenciones del director de CONEXO, Eugenio de Quesada, y el consejero delegado del Grupo NEXO, Carlos Ortiz, así como del

presidente del Consejo de Turismo de CEOE, Joan Gaspart, y del director general del Marriott Auditorium, Pablo Vila, cerrando el acto la nueva secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, quien eligió el aniversario de CONEXO para celebrar su primer acto público.

Esta *conjunción astral* del MICE en España estuvo precedida de un cóctel con *photocall*. Un *networking* de lujo entre primeros espadas del MICE. No en vano, CONEXO ha sido y es nexo de unión informativo del Sector, al cual ha contribuido a vertebrar estos 20 años.

El Grupo NEXO también presentó una edición excepcional: el libro *Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España, 1998-2018*. Volumen, de casi medio millar de páginas, que recopila las opiniones editoriales escritas durante 20 años por el director de CONEXO, y que se entregó a los Protagonistas, en edición personalizada, con su nombre impreso en la portadilla.

Oliver: 'El Turismo de Negocios tiene un gran potencial de crecimiento en España'

Destaca la calidad este turista y su contribución a la profesionalización del Sector

La nueva secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, se ha estrenado en su cargo participando en la inauguración de la cena de gala CONEXO 20 Años. Su intervención la comenzó destacando la importante labor informativa de los medios de comunicación especializados sobre el Sector Turístico. "La repercusión económica y social del Turismo en nuestro país pone de manifiesto la necesidad de que los medios de comunicación afronten la actualidad turística desde la especialización y la profesionalidad", subraya la secretaria de Estado.

En relación al Sector Turístico, ha asegurado que "el Turismo es uno de los motores más importantes de nuestro desarrollo económico", comentando, además, el crecimiento, tanto de turistas como de gasto, de los últimos años. Asimismo, Oliver

ha puesto en valor la necesidad de desarrollar un Turismo respetuoso con el entorno social y medioambiental, con productos como el Turismo de negocios. En este sentido, Oliver señaló que "el Turismo de Negocios tiene un gran potencial de crecimiento en España, especialmente si tenemos en cuenta que gozamos de grandes infraestructuras y comunicaciones para este tipo de viajes", apuntó.

Oliver ha resaltado también durante su intervención en la inauguración de la cena de gala CONEXO 20 Años que el MICE aporta un turista de alta rentabilidad y "con altos estándares de calidad en la demanda de servicios, lo que contribuye a la profesionalización del Sector y la digitalización, además de potenciar el desarrollo de otras áreas de la economía".



La nueva secretaria de Estado de Turismo de España, Isabel Oliver.

Gaspart: 'El Turismo tiene que ser un tema de Estado'

El presidente del Consejo de Turismo de CEOE, Joan Gaspart, fue el encargado de dar las gracias en nombre de los premiados. "Creo que es justo que todos los que estáis hoy aquí hayáis recibido esta distinción que yo agradezco en nombre vuestro", señaló. "Al mismo tiempo, quiero decir que en la vida, los que tenemos la suerte de vivir y trabajar en esta apasionada actividad turística, solo tenemos que dar las gracias a quienes nos distinguen esta noche. Muchas gracias porque trabajar en esta actividad es un placer", añadió.

Por otro lado, aprovechando la presencia de la nueva secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, Gaspart, tras felicitarla por su nombramiento, le ofreció la ayuda de todos los profesionales del sector para el desarrollo del turismo en España. "En España, el turismo tiene que ser un tema de Estado. Yo espero que



El presidente del Consejo de Turismo de la CEOE, Joan Gaspart.

algún día lo consigamos. Creo que ella lo ha visto así, ya que es una actividad muy importante para este país", afirmó.

EUGENIO DE QUESADA | PRESIDENTE DEL GRUPO NEXO Y DIRECTOR DE CONEXO

De Quesada: 'Hemos contribuido a vertebrar y consolidar el Sector del MICE en España'

Rechazamos el tráfico insano basado en el sensacionalismo y comentarios injuriosos

El director de CONEXO abrió su celebrada intervención "reconociendo a los presentes como exponentes de los diferentes subsectores y segmentos que forman el Sector MICE en España". Sobre todo, brindó "un recuerdo emocionado a los que nos faltan, como el padre de los OPC en España, nuestro amigo Julio C. Abreu, y al padre de la enseñanza turística en España, Javier Carreño".

"En CONEXO tenemos un compromiso informativo que pasa por la veracidad y la separación de información y publicidad, con equipos distintos que trabajan en información y publicidad, y jamás hemos condicionado una cosa a la otra".

"Jugamos limpio", dijo: "solo publicamos informaciones contrastadas y no hacemos ajustes de cuentas. Llevamos publicados 230 ediciones, 11.000 páginas de gran formato, con más de millón y medio de ejemplares distribuidos".

"Hemos hecho una modesta contribución a la vertebración y consolidación del MICE en España, compartiendo la crisis con vosotros y sufriendo el *tijeretazo* del gasto", al que había hecho alusión su socio.

"Apostamos —lo hicimos en el pasado y lo haremos siempre— por el Asociacionismo y por un Sector unido y fuerte, haciendo un ejercicio de *lobby* blanco, al servicio del Sector y de sus Asociaciones".

"Hoy celebramos el 20 aniversario de CONEXO y lo hacemos como siempre: trabajando y esforzándonos aún más". Por ello, "presentamos un Especial 20 Años, que ha supuesto más de un año de trabajo de un equipo de periodistas para hacer esta recopilación de lo que ha pasado en este Sector durante las dos últimas décadas. Haciendo historia, de 20 años, periodísticamente, dedicando una página a cada trimestre, jerarquizando la información y separando lo fundamental y lo relevante de lo superfluo. Rendimos así un homenaje a los protagonistas del Sector, a los hombres y mujeres del MICE, que sois los auténticos artífices del segmento



Eugenio de Quesada es el director del Periódico y Digital CONEXO.

estrella del Turismo en España".

"Nos apoyamos en la experiencia, es cierto, pero estamos orientados hacia el futuro. Trabajamos actualmente en la renovación del diseño y ampliación de contenidos de CONEXO. Estamos dando un gran impulso a la distribución del periódico y anunciamos hoy el acuerdo suscrito con el Grupo Auditorium, con Pablo Vila que nos acompaña hoy aquí, que supone 1.800 nuevos suscriptores de pago (prescriptores selectos y clientes finales de primer orden); que se suman a los 700 nuevos suscriptores de Grupo GEA (el mayor grupo de agencias de viajes independientes de España), a 300 de AVASA (líder absoluto en Cataluña) y 700 del Grupo DIT (líder del País Vasco), hasta totalizar 3.500 suscriptores de pago que se añaden a la de las grandes redes de distribución, como Viajes El Corte Inglés, suscrita desde hace 15 años. Todos ellos presentes hoy. Además de nuestros suscriptores".

Desde 2000, "apostamos por una gran Plataforma digital de Información Turística, que es ya la decana. Y lo hacemos con una concepción del periodismo basado en la seriedad y el rigor (sin comentarios anónimos en los digitales)", porque "nosotros solo publicamos informaciones contrastadas y no damos alas —por mucho que esto genere más tráfico— a comentarios anónimos que

pretenden hacer daño, a veces a cargo de mercenarios al servicio de la reputación *online* de quien les paga, cuyo trabajo es difamar a sus competidores".

"Los resultados están a la vista: un cuarto de millón de páginas vistas al mes y, lo más importante, dos años en los cuales el tiempo medio de lectura de nuestra plataforma digital (sin trampa ni cartón, de lunes a domingo, de enero a diciembre, con fiestas, vacaciones, etc.) es de más de 16 minutos, según Google Analytics. Los que conocéis bien el tiempo medio que se dedica a lectura, sabéis que es ocho veces más que la competencia, que tiene un tiempo medio de dos minutos".

"Este es el periodismo de calidad por el que nosotros apostamos. Esto es lo que justifica el esfuerzo de todo el Equipo, que hace realidad nuestra empresa y que hoy nos acompaña aquí", porque "mi socio y yo nos limitamos a dirigir un Equipo realmente excepcional".

"Desde ese compromiso con el rigor, la credibilidad y los lectores (vosotros), mi socio Carlos Ortiz, todo el Equipo y yo os damos las gracias por la confianza depositada en CONEXO, y os pedimos que continuéis apostando por el futuro del MICE, que después de esta travesía por el desierto, nos va a deparar muchas alegrías y satisfacciones. Muchísimas gracias y enhorabuena a los homenajeados".

CARLOS ORTIZ | CONSEJERO DELEGADO DE GRUPO NEXO

Carlos Ortiz: 'CONEXO fue muy bien acogido por el Sector'

"Buenas noches a todos y bienvenidos. Agradecemos vuestra presencia en éste que para, el Grupo NEXO, es un emotivo acto: el 20 cumpleaños del Periódico del Sector, de todos vosotros."

"Hace 20 años, un año después de la aparición de NEXOTUR, mi socio y yo nos planteamos editar una publicación específica dedicada al mundo de los congresos, convenciones, incentivos y del viaje de negocios en general. Hoy el Sector MICE".

"La verdad es que fue una publicación muy bien acogida y valorada por el Sector. Rigurosa, como todos los productos del Grupo y con prestigio notable".

"Los 10 primeros años fueron de éxito, incluso nos salieron competidores. Es normal. El Sector crecía y era muy atractivo. De repente, en 2008, la quiebra de Lehman Brothers destruye la economía, la desmorona, las sombras avanzan. En 2009 llega la gran oscuridad. Los congresos, las convenciones, los incentivos y los viajes de negocios quedan reducidos a la mínima expresión. Las campañas de publicidad desaparecen, la falta de ingresos es demolidora... las otras publicaciones desaparecen. Ya no había Sector. Se había hundido".

"Pero CONEXO sigue apareciendo como siempre mensual-



Carlos Ortiz, consejero delegado.

mente cada primero de mes, tan riguroso como siempre, informando siempre a favor del Sector y sin que decaiga el ánimo".

"A finales de 2016 el Sector empieza a despertar. En 2017 adquiere una buena aceleración, que sigue en aumento durante estos primeros meses de 2018".

"Y CONEXO, siempre junto al Sector, inasequible al desaliento, como siempre sin fallar un solo número. Y así seguiremos esperando que muchos años... y más ahora que es cuando vuelve la luz".

"Así que otra vez bienvenidos. Pero no solo a este magnífico hotel, sino sobre todo bienvenidos a la luz, que espero y deseo vuelva a alumbrarnos a todos muchos años. Buenas noches a todos. Gracias por estar aquí con nosotros en el 20 cumpleaños del Periódico CONEXO".

PABLO VILA | DIRECTOR GENERAL DEL MARRIOTT AUDITORIUM

Pablo Vila: 'Debemos de cuidar y mimar el MICE'

Buenas noches. En nombre de la familia Palomo, daros la bienvenida al hotel Madrid Marriott Auditorium y, sobre todo, dar las gracias a Eugenio de Quesada y a Carlos Ortiz por la confianza que nos habéis demostrado y dejarnos colaborar en el vigésimo aniversario del Periódico CONEXO.

La verdad es que si creo que alguien ha creído en lo que es el Sector MICE ha sido la familia Palomo. Como bien recordaréis, hace casi 25 años empezaron las andaduras del Hotel Meliá Avenida de América con 320 habi-

taciones y más de 30 salones. No conforme con esto, se les ocurrió hacer este hotel donde hoy estamos con 869 habitaciones y 10.000 metros cuadrados de salones. Yo creo que esto sí es creer en el MICE.

El Turismo es muy importante para este país. Todos los clientes son bienvenidos, pero yo os pediría que cada vez más debamos enfocarnos al cliente MICE, debemos cuidarle y mimarle, porque como bien decía nuestro querido Julio Abreu, es "el solomillo del Turismo". Gracias.



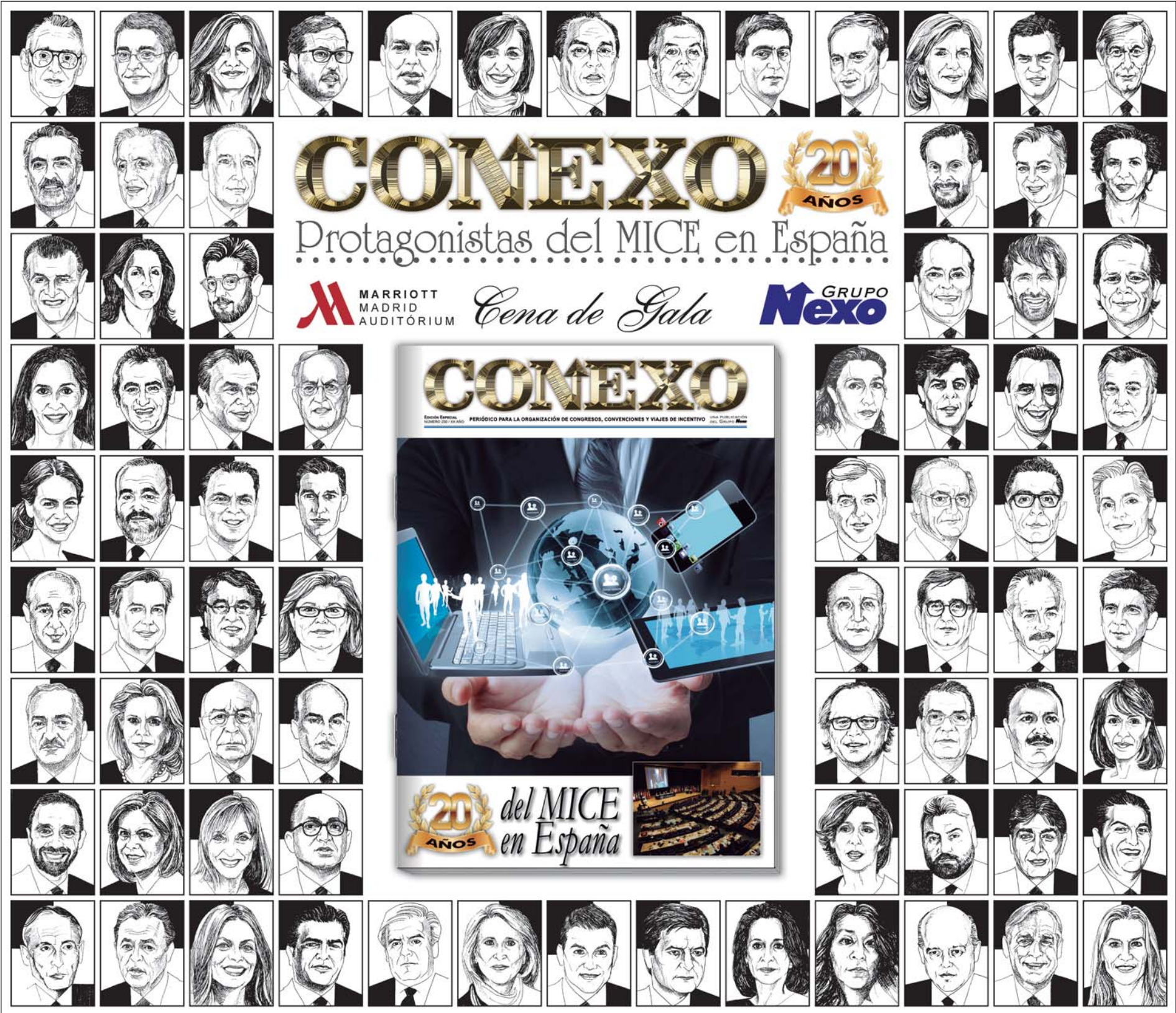
Pablo Vila es director general del Grupo Auditorium y Madrid Marriott.

CLAUDIO MEFFERT Y FRANCISCO VÁZQUEZ | DIRECTORES DEL CONSEJO ASESOR DEL GRUPO NEXO



Claudio Meffert dirige el Consejo Asesor de CONEXO y Francisco Vázquez dirige el Consejo Asesor de NEXOTUR.









COMEXO

GRUPO
Nexo

COMEXO

Edición Especial:
NÚMERO 230 / XX AÑO

PERIÓDICO PARA LA ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS, CONVENCIONES Y VIAJES DE INCENTIVO

UNA PUBLICACIÓN
DEL GRUPO **Nexo**

*20 años de actualidad
del MICE en España,
que es la Historia
de los Congresos,
Convenciones e
Incentivos, con-
tada trimestre a
trimestre y en
lenguaje pe-
riodístico.*

**1.150 noticias
330 opiniones
600 imágenes
más de 20 años
en 140 páginas**



del MICE
en España



PVP: 15€
(+ gastos de envío)

Formalice su pedido al email:
Suscripciones@Nexotur.com
o al teléfono: 91 369 41 00

MARRIOTT AUDITORIUM NEWS



ENTREVISTA. CAROLINA BELTRÁN, DIRECTOR OF GUEST RELATIONS & AIRLINES

Así se gestiona la cancelación de un vuelo dentro de Madrid Marriott Auditorium Hotel

Carolina Beltrán es la directora de Guest Relations y líneas aéreas del Madrid Marriott Auditorium. Comenzó en el hotel **hace 9 años** llevando solamente la relación con las líneas aéreas. Desde la incorporación a Marriott se ha querido dar mucha importancia al cliente individual y al servicio al mismo, es decir, una relación más cercana. Por ello se ha creado un nuevo departamento que es **Guest Relations**.

¿En qué consiste tu trabajo?

En que el cliente salga satisfecho del hotel, cumplir sus expectativas. Hablamos de clientes individuales, de clientes de eventos, de vuelos cancelados, etc. Nos dedicamos también, dentro del departamento, a ver los **resultados de satisfacción** de las encuestas propias de Marriott.

¿Cuál es el trabajo exactamente con las líneas aéreas?

Por un lado la **captación de líneas aéreas** en cuanto a tripulaciones que pernoctan en Madrid y por otra parte las **incidencias que puedan ocurrir en el Aeropuerto** como vuelos cancelados, algún atraso, etc.

Con respecto a las tripulaciones, hay establecido un contrato anual con las líneas aéreas. Para nosotros es un segmento importante ya que es una producción fija. Actualmente tenemos **cuatro tripulaciones** y esto supone prestarles y dedicarles un tiempo fijo porque son clientes que van a un ritmo diferente de los habituales. La tripulación duerme, por ejemplo, por la tarde cuando aquí la actividad del hotel tiene más movimiento. Lo más importante para este tipo de clientes es el descanso para que puedan ejercer su función de sacar un vuelo con 300 personas a bordo.

Por otra parte, nuestra relación con el aeropuerto pasa por los **vuelos cancelados**. Eso es algo más tenso, porque supone un imprevisto para el hotel. Dentro del departamento hay dos personas dedicadas a la operativa de líneas aéreas y se presentan en el aeropuerto in situ. Hay que saber qué tipo de incidencia es, qué tipo de cliente es y cómo van a venir. A veces vienen los 200 pasajeros de golpe, otras veces vienen poco a poco. Estas incidencias nos cambian la previsión completamente de comida, de



camareros de piso, de personal, etc. Muchas veces intentamos trabajar con planificación pero cuando hay imprevisto lo que intentamos es coordinar de la mejor manera para que el cliente no se vea afectado.

¿Cómo te imaginas este hotel en unos años?

Nuestro propósito es que esté posicionado en el segmento MICE dentro de los cinco primeros de Europa. A parte de aquí, me gustaría verlo dentro de los tres primeros de Marriott en cuanto a satisfacción del cliente. Con trabajo, sacrificio y ganas podemos hacerlo.

Definir Madrid Marriott Auditorium en tres palabras...

Grandeza, servicio, formación.

www.madridmarriottauditorium.com www.principefelipecongresscenter.com



... Y QUE DESPUÉS DEL VERANO LA RUTINA NO TE FRENE

Poco a poco termina el verano y, para bien o para mal, se impone la necesidad de volver a la rutina y reajustar el organismo. Madrid Marriott Auditorium también te acompaña en este camino, en principio, menos ameno que el iniciado el 21 de junio, pero que este hotel lo hace igual de emocionante.

Pasar de una época a otra es más fácil dentro del ambiente de un salón que hace que la combinación entre olor

y tacto sea un oasis. **Masajes relajantes, descontracturantes y drenantes; tratamientos faciales y corporales; gimnasio, piscina y sauna.** Las mejores manos del **Fitness Center** que ponen en pausa al estrés...

"Huele a Mediterráneo". El **Restaurante Kalma** del **Madrid Marriott Auditorium** es la marejada que tira del corazón del más nostálgico. **Cocina mediterránea, saludable y sostenible.** Una alegoría a la Albufera valenciana y toda una sorpresa a orillas de Madrid. Multitud de **sensaciones**, una **experiencia gastronómica** que no solamente puede disfrutar quien se aloje en este *otro lugar del mundo*, sino cualquier persona que busque otro ritmo fuera del centro de la capital. Esto implica una **continua renovación de su oferta** adaptándose a la temporada, a la proximidad de sus productos, y por supuesto, al cliente.

La fusión entre lo **tradicional** y lo **moderno** conforma su carta y convierte al Madrid Marriott Auditorium en un **referente gastronómico en la capital**, demostrando, de nuevo, que este establecimiento se ha convertido en más que un sitio de paso para el viajero: es también la opción perfecta para todo aquel, huésped o no, que busque deleitarse con los sabores más frescos y vivir una **experiencia gastronómica repleta de matices**, capaz de generar **multitud de sensaciones**.

También el **Buffet Madrid** propone opciones *healthy* para recuperarnos tras el verano. Y como el deporte nunca cesa y el **Champions Bar** es la mejor opción para disfrutarlo, este salón también ofrece un abanico de posibilidades saludables, como son sus hamburguesas veganas.



www.madridmarriottauditorium.com

www.principefelipecongresscenter.com



EN MADRID MARRIOTT AUDITORIUM LOS PLACERES SON COMPLICADOS DE OLVIDAR

Tras las puertas de **Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center** se descubre un festival de sorpresas comenzando con un regalo para la vista: el diseño más vanguardista y elegante. Luego vendrán inolvidables **experiencias sensoriales** de la mano de los servicios más punteros.

Un hotel donde la cercanía abraza cada uno de sus espacios. Su grandeza no solo está en la dimensión de sus instalaciones. Cada rincón de este hotel hace sentir al cliente especial. Desde la llegada al Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center, la palabra descanso adquiere otro significado. Disfrutar de sus instalaciones es una oportunidad para descubrir una nueva experiencia de viaje que abarca todos los sentidos. Cuando se escucha el despertador y el primer plan de la mañana es **Buffet Madrid**, todo suena diferente. El hotel ha estrenado un **nuevo concepto gastronómico** que satisface las necesidades de todos los paladares a la vez que te envuelve en un ambiente único bajo el abrazo de Madrid. Su decoración, un espacio vestido por **murales fotográficos de la capital**, y con **capacidad para 724 personas**, es un mirador desde el que disfrutar de esta experiencia culinaria.

Según **Victoria Palacios, Director of Operations Food and Beverage**, "el éxito ha sido reflejar lo que somos. Una compañía moderna, un hotel moderno, funcional, práctico con capacidad para atender volúmenes muy grandes".

Observar la Puerta de Alcalá mientras se elige entre uno de sus deliciosos smoothies en la nueva **Fresh Fruit Station** o contemplar un preciosos skyline decidiendo

entre la gran variedad de pan son dos de sus opciones, pero hay más.

Para Victoria Palacios "tenemos unas fotos maravillosas de Madrid que representan perfectamente la ciudad en la que estamos. Además tratamos de enfatizar lo que es España, la comida española. Esta modernidad y funcionalidad ha sido la clave del éxito: limpieza, grandeza y profesionalidad".

No se puede olvidar el **Show Cooking**, ahora, totalmente renovado, o para los que buscan una alimentación cien por cien saludable, la estación más healthy, que se puede combinar con el **Fitness Center**. Con este nuevo concepto gastronómico, el hotel ha dado un paso más en su empeño por adecuarse a las exigencias de sus huéspedes.



www.madridmarriottauditorium.com www.principefelipecongresscenter.com



MADRID MARRIOTT AUDITORIUM, UN REFERENTE INTERNACIONAL EN EL SECTOR MICE

Es sábado por la mañana. El despertador marca las 6.00 AM y el vuelo sale, tan solo, dos horas más tarde. Hay poco tiempo para ajustarse la corbata y elegir el mejor modelo que brille entre el mar de trajes donde se va a sumergir. Con esa alta tolerancia al riesgo que caracteriza al **hombre de negocios**, aún decide robarle unos minutos al tiempo para disfrutar de su dosis matinal de cafeína con dos de azúcar. Maletín en mano y último vistazo al espejo, cierra la puerta pensando ya en los próximos minutos de zigzag del taxi camino del aeropuerto...

Aterrizaje en el **Aeropuerto de Madrid - Barajas Adolfo Suárez**. En la puerta de salida de la T4 espera, puntual como siempre, **el minibús, servicio gratuito** del hotel. A tan solo 10 minutos de allí, su destino: **El Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center**. Tras sus puertas, un festival de sorpresas y una nueva forma de entender el mundo de eventos y convenciones. Toda persona de negocios busca dar en el blanco pero cada disparo implica **recursos, dedicación y trabajo** y eso lo sabe muy bien el Madrid Marriott Auditorium.

No han dado tantas vueltas las manecillas del reloj desde esas 6.00 AM pero el cansancio se evidencia sigiloso. Una de aquellas **869 habitaciones** es para él. **Espaciosa, exclusiva** y con todo lujo de detalles. Un momento para relajarse antes de una larga jornada de trabajo. ¿**Piscina o sauna**? ¿Tal vez un rato de ejercicio en el **gimnasio**? Hoy, mejor disfrutar del relax en el centro de **Fitness Center** del hotel. Con varios tipos de **masajes**, relajantes, descontracturantes y drenantes, además de **tratamientos** tanto **faciales** como **corporales** son opciones de lo más atractivas durante estas primeras horas de estancia.

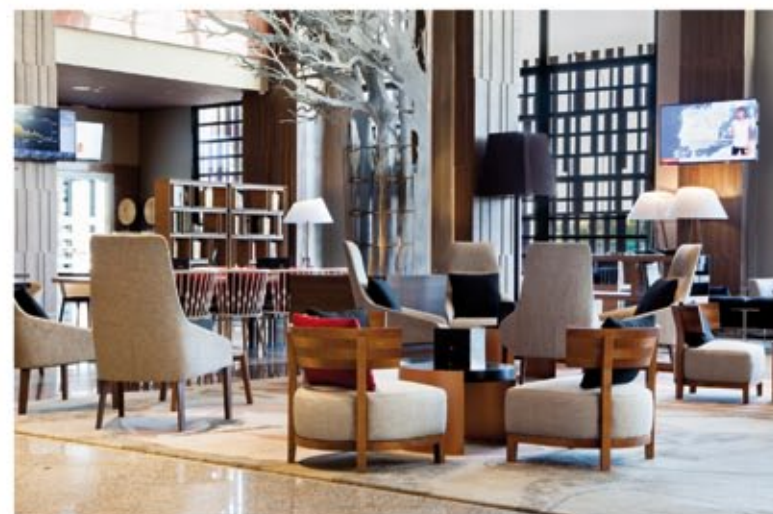
Un hotel de presente, pero también de futuro. Según caminaba hacia el **Greatroom**, con su periódico bajo el brazo, lo pensaba: "Es un lugar donde disfrutar de una nueva experiencia de viaje". Convertido en un **destino de referencia para el mundo de los negocios**, también es su lugar preferido para celebrar una convención en la que, con total seguridad, todo saldrá a la perfección. La apuesta era ganadora.

Celebrar en este hotel aquel evento no era casualidad. Ubicado de manera estratégica entre el centro de la ciudad, Recinto Ferial de Ifema y Aeropuerto de Madrid - Barajas Adolfo Suárez, y con **1.000 plazas de parking** disponibles para ellos, **Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center** les recibe con los deberes hechos. Todo preparado para la ocasión en un lugar donde prima un ingrediente estrella: el cariño.

Camino de la sala donde se lleva a cabo el acto, y de nuevo, con la hora apurando sus pasos, se tropieza con varios de sus compañeros en el **Atrium Bar** ultimando los preparativos para el evento. La tranquilidad de los veteranos y los nervios de los más novatos en la celebración de

aquellas convenciones se respira en aquella zona común. Una tensión que se pierde entre las cualidades de aquel espacio con un **estilo moderno y diferenciado** que les envuelve. Algunos no conocen el hotel y la conversación gira, en este momento, en torno al "impresionante **Auditorio Príncipe Felipe**". No es de extrañar. Imaginar aquel espacio con **2.000 personas** aplaudiendo y vitoreando es prácticamente sumirse en un sueño que hay que vivir.

El despertador suena hoy a las 9.00 AM. **Buffet Madrid**, con una capacidad para 724 personas, se prepara para ofrecerle el mejor y más variado de los desayunos. Allí, los murales fotográficos de Madrid que adornan aquel salón gastronómico, le despiden. La Puerta de Alcalá que preside su mesa le dice hasta pronto, mientras él vuelve a mirar el reloj. El **servicio de shuttle** gratuito le espera ya delante de aquella mágica fachada del Madrid Marriott Auditorium.



www.madridmarriottauditorium.com

www.principefelipecongresscenter.com





Julio Abreu



Santiago Aguilar



Matilde Almandoz



Agustín Almodobar



Carlos Alonso



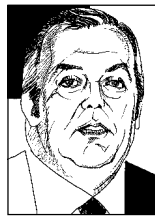
Sylvia Andrés



Luis Felipe Antoja



Fdo. Armendariz



Jon Arriaga



Xabier Basañez



Moez Ben Rejeb



Manuel Benavides



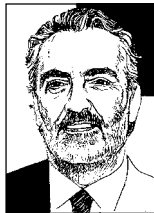
Ulrike Bohnet



Jaume Boltà



Manuel Buitrón



Luis Callejón Suñe



Fco. Javier Carreño



Juan Antonio Casas



Juan Cierco



Fernando Cuesta



Yolanda de Aguilar



Miguel Á. de la Mata



Mar de Miguel



Carlos de Sebastián



Carlos de Sebastián



Fernando Fraile



Gabriel Gª Alonso



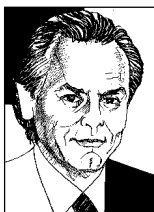
Mª José Gª Curto



Mireya Gil



Ignacio González



José Mª González



Jesús Jerez



Ana Larrañaga



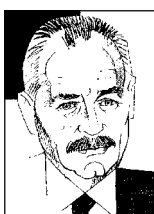
Norberto León



Juan Carlos Martín



J. Martínez Millán



Claudio Meffert



José Milán



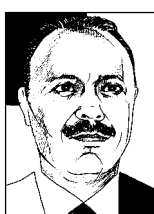
Mario Milán



Miguel Mirones



Juan Molas



Claudio Meffert



Alfonso Muñoz



Fina Muñoz



J. Nuño de la Rosa



Isabel Oliver



Antonio Perea



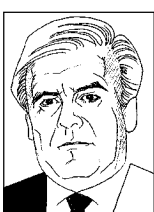
Alberto Picatoste



Germán Porras



José Luis Prieto



Esteban Rivas



Ana Romero



Manuel Ángel Ruiz



Fernando Sánchez



Mª Dolores Tomás



Santiago Vallejo



Mariluz Velasco



Pablo Vila



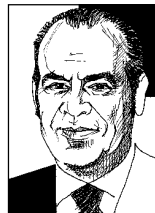
Belén Wangüemert



¡Enhorabuena a todos!



Juan del Hoyo



Gabriel Escarrer



Mónica Figuerola



Carlos Gª Espinosa



Joan Gaspart



Jesús Gatell



César Gutiérrez



Carlos Horno



Emilio Ibáñez



E. López-Puertas



Antonio Loureiro



Belén Mann



Ricardo Megías



José Luis Méndez



Susana Menéndez



Julio Abreu (OPC España, recoge David Abreu), Santiago Aguilar (AEPT), Matilde Almandoz (OPC España), Agustín Almodóbar (Turismo PP Senado), Carlos Alonso (Marriott Auditorium), Sylvia Andrés (Palacio de Congresos de Valencia), Luis Felipe Antoja (AVASA), Jon Arriaga (DIT Gestión), Xabier Basañez (AFE, recoge Juan Puchalt), y Manuel Benavides (Grupo STAR).



Ulrike Bohnet (Turismo de Alemania), Jaume Boltà (OPC Cataluña), Manuel Butitrón (Politours), Luis Callejón (AEHCOS), Javier Carreño (CENP, recoge Mercedes Carreño), Juan Antonio Casas (SpainDMCs), Juan Cierco (Iberia), Fernando Cuesta (Amadeus España, recoge Enrique González), Yolanda de Aguilar (FYCMA) y Miguel Ángel de la Mata (Viajes El Corte Inglés).



Joan Gaspart (Consejo de Turismo de CEOE), Jesús Gatell (ITH), Mireya Gil (Turismo de México), Ignacio González (Globalia Corporate Travel), César Gutiérrez (FETAVE), Carlos Horno (TDI Hoteles), Emilio Ibáñez (Panavisión Tours), Jesús Jerez (ADH Madrid y Hotel Mayorazgo) y Ana Larrañaga (FITUR), flanqueados por los editores Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz.



Mar de Miguel (Turismo de Madrid, ausente), Carlos de Sebastián García-Sicilia (OPC Madrid, recoge David Abreu), Juan del Hoyo (Viajes Azul Marino, recoge Alberto Mendiola), Mónica Figuerola (AsiaLinkSpain.com), Fernando Fraile (ICTE), Rafael Gallego (CEAV, ausente), Gabriel García Alonso (AEHM, ausente), M^a José García Curto (OPC Extremadura, ausente) y Carlos García Espinosa (APCE).



Norberto León (Eurostars Madrid Tower y Grand Marina), Eduardo López-Puertas (IFEMA, ausente), Antonio Loureiro (Travelport), Belén Mann (Centro de Convenciones Ifema), Juan Carlos Martín (Turismo Reino Unido), Jesús Martínez Millán (CEAV), Claudio Meffert (CONEXO), Ricargo Megías (Asamblea de Madrid), José L. Méndez (Viajes Zafiro) y Susana Menéndez (Grupo TDI).



José Milán (OPC España), Mario Milán (Grupo Pacífico), Miguel Mirones (ICTE y OMT), Juan Molas (CEHAT), Víctor Moneo (Iberia), Ángeles Moreno (MPI Iberian Chapter, ausente), Alfonso Muñoz Ventero (Meliá Avenida de América), Fina Muñoz y Mariluz Velasco (Grupo IAG7 Viajes) y Jesús Nuño de la Rosa (Viajes El Corte Inglés, recoge Miguel Ángel de la Mata).



Antonio Perea (AEGVE, ausente), Alberto Picatoste (OPC Rioja, recoge Matilde Almandoz), Germán Porras (Mesa del Turismo), José Luis Prieto (UNAV), Patricia Ramos (Globally, ausente), Esteban Rivas (Esteban Rivas, recoge Conrado Calcerrada), Ana Romero (CEAV y UNAV), Manuel A. Ruiz (AEDH Madrid) y Fernando Sánchez (Catai, recoge Emiliano Hernández).



Dolores Tomás Silvestre (Fundación Surikov), Santiago Vallejo (Grupo Movelia), Pablo Vila (Madrid Marriott Auditorium), Belén Wangüemert (Royal Caribbean España, recoge Sergio Arévalo), Gabriel Escarrer Jaume (Meliá Hotels International, recoge Alfonso del Poyo) y Moez Ben Rejeb (Tunisair), flanqueados por los editores Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz.







Andoni Aldekoa



Rafael Barbadillo



Gonzalo Baró



Antonio Bernabé



Arturo Bernal



Biosca Domenec



Javier Blanco



Marta Blanco



Octavi Bono



Manuel Butler



Jaime Alberto Cabal



Francisco Cantero



Francisco Cañamero



Álvaro Carrillo



Ninfa Castellví



Francesc Colomer



Boris Darceaux



José Manuel Dávila



Jesús de Juan



Regina Defarger



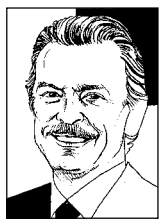
Javier del Nogal



Javier Díaz-Laviada



Ana Dueñas



Luis Dupuy



Ramón Estalella



Óscar Esteban



Alfredo Fdez. Agram



Diego Fernández



Prisciliano Fernández



Tomás Fernández



Manuel Figuerola



Marcel Forns



Sebastián Franquis



Miguel Fuertes



Guillermo Fuster



Rafael Gallego



Javier Gandara



Luís García Codrón



Antonio García



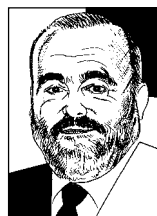
Juan José García



Laure Glatron



Iker Goicoechea



J. Gómez-Navarro



Beatriz González



Emiliano González



Juan C. González



David Hernández



Augusto Hidalgo



Juan José Hidalgo



Javier Hidalgo



Mª José Hidalgo



Renée Kachler



Amancio López



Manuel López



Fernando Lucini



Manuel Macías



Jorge Marichal



Manuel Martín



Violeta Matas



Abel Matutes



Abel Matutes Prats



Eduardo Millán



Ángeles Moreno



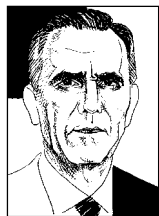
Bartolomé Nieto



Juan José Oliván



Montserrat Oyague



Mariano Palomo



Enrique Pena



David Pérez Noack



Enrique Pérez Ruíz



Elena Pisonero



Patricia Ramos



Carmen Riu



Emilio Rivas



Jesús Rojas Alcario



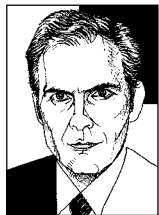
José Mª Rosell



Joan Rosell



Matías Sabate



Javier Sánchez-Prieto



Rafael Sánchez



Dulce Mª Sánchez



Susana Sanchiz



Enrique Sarasola



Marti Sarrate



Vicente Serrano



Enrique Soto



Rafael Sueiro



Rafael Tejada



Mercedes Tejero



Christoph Tessmar



Ana Trevisani



Valentín Ugalde



Laura Valdeolivas



David Villarino



Bárbara Wood

Euskalduna presenta su nuevo restaurante

El Palacio de Congresos Euskalduna de Bilbao cuenta ya con su nuevo restaurante de alta cocina EnekoBilbao. El reputado cocinero vizcaíno Eneko Atxa, que cuenta en su haber con cuatro estrellas Michelin, es su responsable, mientras que la diseñadora internacional Patricia Urquiola se ha encargado del diseño de sus instalaciones.

APCE celebra su Escuela de Verano en Málaga

La Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE) ha organizado para este mes la tercera edición de su Escuela de Verano. Se trata de unas jornadas formativas dirigidas especialmente a los departamentos comerciales y técnicos de los recintos asociados. La formación tendrá lugar en el Palacio de Congresos de Málaga los días 6 y 7 de septiembre.

La Fundación Prodirtec, Premio 'Embajadores'

La distinción 'Embajadores de Gijón', que anualmente otorga el Club de Empresas de Turismo de Negocios, ha sido concedida en su edición de 2018 a la Fundación Prodirtec. El Consejo Rector del Club ha valorado el importante historial de reuniones promovidas por la entidad, así como su proyección internacional.

Fyama y Aehcos renuevan su acuerdo promocional

El Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fyama) y la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos) han renovado el acuerdo de colaboración que mantienen desde 2005. A través de dicho documento la patronal facilita y promueve el alojamiento de participantes en los diferentes eventos que se celebran en el Palacio.

✓ COLUMNA

El 'design thinking', factor diferencial

EL DISEÑO DE un evento es lo que va a determinar su potencial, su adecuación con el público objetivo y el valor intangible que pueda generarse durante su realización a partir de la experiencia de los asistentes y las posibilidades de originar *networking* real. El conocido como *design thinking* es más que un concepto de *marketing*, es una corriente de pensamiento sobre el diseño de eventos que repercute directamente en los resultados de cualquier reunión, conferencia, congreso o viaje de incentivo que se pueda organizar. En otras palabras, es el factor diferencial para organizar un evento de primer nivel.

Así, el proceso de diseñar un evento a partir de estos principios pasa por, en primer lugar, realizar un análisis previo exhaustivo de todo lo que rodea al evento, es decir, los objetivos, el público, el lugar, la fecha y el tema del evento; en segundo lugar, convertir esas observaciones e ideas en algo tangible (esta es la fase más importante del proceso); y por último, diseñar prototipos del evento que se quiere organizar y testear su funcionamiento.

La otra gran parte del proceso se concentra tras el evento, pues recoger el *feedback* de los asistentes será la forma de mejorar y de conocer el impacto real del evento. Además, será fundamental compartir los resultados alcanzados construyendo un discurso que los comunique como una historia de éxito.

Así pues, y si bien el proceso de *design thinking* no está únicamente enfocado a los resultados, el conocido como retorno de la inversión y la satisfacción de los asistentes al evento serán los dos principales indicadores de su éxito. Es precisamente esa evolución continua en la que se halla inmersa la industria de los eventos la que hace que el *design thinking* pueda ser adoptado como un modelo de pensamiento estratégico aplicable a cualquier acción de comunicación, *marketing* y relaciones públicas.



Sandrine Castres

CEO de MCI Spain & Portugal

Exigen potenciar los vuelos regulares en Córdoba

La Asociación de Organizadores de Congresos de Córdoba (AOC) se ha reunido en la sede de la Confederación de Empresarios de Córdoba (Ceco) para analizar la situación del Aeropuerto de Córdoba y del Palacio de Congresos de la calle Torrijos, dos infraestructuras fundamentales para el desarrollo de la provincia y su capital como destino de reuniones y eventos.

En el primero de los casos, los profesionales de congresos se han mostrado preocupados por la situación del aeródromo cordobés y han solicitado a la Junta de Andalucía que "lidere las iniciativas que ayuden a poner en valor" esta instalación. Para ello, también ha ofrecido su colaboración, solicitando el respaldo institucional del Gobierno regional, para promover "las actuaciones que sean necesarias para ponerlo en uso y hacer realidad las oportunidades que puede ofrecer Córdoba", según han destacado desde la asociación.

Para la AOC, es fundamental que se dote de "operatividad al aeropuerto desde el punto de vista comercial" y

se fomente esta infraestructura "para acoger vuelos regulares de pasajeros". La asociación ha manifestado su "inquietud" una vez conocido el plan de marketing del aeropuerto, ya que la situación "no avanza en lo relativo a hacer atractivo el aeropuerto para atender vuelos comerciales y que posicionen a Córdoba en el mapa de congresos y reuniones".

Palacio de Congresos

Los organizadores de congresos de Córdoba también han analizado la situación del Palacio de Congresos de la ciudad, cuya gestión ya se ha licitado y la Junta de Andalucía prevé adjudicar la instalación a finales de septiembre o principios de octubre, mes en el que se espera que ya se puedan celebrar los primeros eventos.

La AOC ha señalado que, aunque los pliegos para la gestión de esta infraestructura son exigentes, esperan que este proceso sea el definitivo "para ofrecer un espacio único para acoger congresos e incentivar el turismo de negocios".

Castilla-La Mancha fomenta las reuniones rurales

El Gobierno de Castilla-La Mancha y Rural Meeting han firmado un acuerdo de colaboración para potenciar y profesionalizar la oferta de establecimientos de turismo rural para la organización de reuniones y eventos corporativos. El objetivo del Gobierno regional es promocionar y profesionalizar el turismo rural de la región en el Sector MICE.

El acuerdo se basa en un Plan de Capacitación para los empresarios de turismo rural que deseen especializarse y ofrecer sus establecimientos al Turismo de Reuniones y, por otra parte, en la promoción online del destino Castilla-La Mancha dentro de la plataforma Rural Meeting, que ofrece más de 80 establecimientos en toda España, entre ellos 10 de Castilla-La Mancha.

El Plan de Capacitación se ha concentrado en dos even-

tos realizados en el complejo enoturístico Finca La Estacada, en Tarancón (Cuenca), por un lado; y otro en la Finca Luz de Alba, en Argamasilla de Alba (Ciudad Real). Las localizaciones de estos encuentros se han definido para que asistieran el máximo número de propietarios y gestores de establecimientos de turismo rural de Castilla-La Mancha.

La directora general de Turismo de Castilla-La Mancha, Ana Isabel Fernández Samper, ha participado en estas jornadas, así como la directora general de Rural Meeting, Neus Carruesco, quien ha sido la encargada de dirigirse a los establecimientos de turismo rural de Castilla-La Mancha que tienen interés en diversificar su negocio, reducir su estacionalidad y especializarse en el Sector MICE.



Carlos Ortiz y Angeles Moreno, en las oficinas del Grupo NEXO.

Grupo NEXO reconoce la labor de MPI Iberian Chapter

El Grupo NEXO, con motivo de la celebración del vigésimo aniversario del Periódico CONEXO, ha querido agradecer el trabajo que realiza MPI Iberian Chapter (anteriormente MPI Spain) en pro de la industria española de eventos. La asociación, entre sus diversas actividades, organiza numerosos eventos formativos y de *networking* a lo largo de todo el año.

El pasado día 27 de junio, CONEXO celebró una Cena de Gala para celebrar sus 20 años y en la que presentó su Edición Especial CONEXO 20 Años que recoge una memoria de la historia del Turismo de Reuniones en España. A la cita acudieron cerca de un centenar de profesionales del Sector MICE español, a los que se rindió un público homenaje. También asistió la

secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, quien estrenó su cargo esa misma noche, ofreciéndose al Sector a colaborar para potenciar la industria turística y congresual, esta última con "un gran potencial de crecimiento", afirmó.

La que por entonces era la presidenta de MPI Iberian Chapter —acaba de renovar su junta directiva—, Angeles Moreno, no pudo asistir al encuentro, por lo que en el mes de julio ha acudido a las oficinas del Grupo NEXO en el centro de Madrid, donde se ha reunido con el consejero delegado, Carlos Ortiz, y el coordinador editorial de CONEXO, Eduardo Santamaría. Ortiz ha entregado a Angeles Moreno su retrato como protagonista del Sector y como agradecimiento a su labor al frente de la asociación.

Fenin certifica las reuniones conforme al código ético

El responsable del área legal de la Federación Española de Empresas de Tecnología Sanitaria (Fenin), Pablo Crespo, ha señalado en una jornada sobre el nuevo código ético de la entidad —organizada por el Barcelona Convention Bureau y OPC Catalunya— que "el 99% de los eventos que han sido auditados para comprobar la aplicación del nuevo código ético de Fenin lo han pasado satisfactoriamente".

"Prácticamente todos los eventos auditados están conformes con el código ético, lo que nos causa satisfacción. Hay que tener en cuenta, que la norma se ha hecho con un trabajo muy estrecho con las sociedades médicas y las empresas del sector. De hecho, una de cada tres propuestas hechas por las sociedades médicas para incorporar al código ético, fueron admitidas", ha afirmado Crespo.

La Jornada sobre el Código Ético de Fenin se ha celebrado en el Centro de Convenciones de Fira de Barcelona y ha sido inaugurada por el director del Barcelona Convention Bureau, Christoph Tessmar, y el presidente de OPC Cataluña, Jaume Boltà. Además de la participación del asesor legal de Fenin, ha contado con la presencia de la presidenta de Sociedad Española de Enfermería Intensiva y Unidades Coronarias (SEEIUC), Marta Raurell.

El presidente de OPC Cataluña ha resaltado la importancia para el Sector de Congresos y Reuniones la aplicación del Código Ético de Fenin y cómo éste se ha erigido en una gran oportunidad de mejora y transparencia en la industria de los congresos, uno de los sectores económicos más importantes del país.

Nuevo espacio en Chueca de Impact Hub Madrid

Impact Hub Madrid, con la colaboración de The Creative Dots, ha presentado un nuevo espacio en la capital, concretamente en la calle Piamonte, 23, en el barrio de Chueca. El nuevo espacio cuenta con un total de 11 salas para reuniones y eventos —incluida la terraza— con una capacidad de hasta 120 personas que acoge su auditorio.

Zity llega al aeropuerto de Madrid con Valeet

Zity y Valeet han llegado a un acuerdo para facilitar a los usuarios de la compañía de *carsharing* sus viajes al aeropuerto de Madrid-Barajas Adolfo Suárez, así como a la estación de Atocha, con un servicio de entrega y recogida de sus vehículos. Con este servicio, Zity da respuesta a las demandas de sus clientes, al tiempo que sigue ampliando su oferta.

Murcia crea una nueva iniciativa para el debate

Turismo de Murcia Convention Bureau ha puesto en marcha una nueva iniciativa, los 'Desayunos del Turismo', dirigida a sus socios en la que pretende poner en común sus inquietudes o problemas frente algún tema en concreto del sector turístico y a los que se intentará ofrecer una respuesta, además, con la invitación de algunos profesionales expertos en la materia.

Travel Advisors celebra su 'Día de la Comunidad'

La asociación Travel Advisors Guild (TAG) ha celebrado el 'Día de la Comunidad TAG', un evento concebido como una jornada de aprendizaje donde se da cabida al *networking* y a la notoriedad de sus *top partners*. La jornada, que se ha desarrollado en las instalaciones de las Bodegas Familia Torres, ha contado con la colaboración de Amadeus.



Carlos Ortiz entrega a David Hernández el reconocimiento.

Pangea The Travel Store es destacada por el Grupo NEXO

El Grupo NEXO, con motivo de la celebración del vigésimo aniversario del Periódico CONEXO, ha querido agradecer el trabajo que realiza Pangea The Travel Store día a día, desarrollando un nuevo concepto de agencia de viajes donde se combina la innovación con la venta de viajes, así como eventos culturales, librería y restauración, todo ello asociado al sector turístico.

El pasado día 27 de junio, CONEXO celebró una Cena de Gala para celebrar sus 20 años y en la que presentó su Edición Especial CONEXO 20 Años que recoge una memoria de la historia del Turismo de Reuniones en España. A la cita acudieron cerca de un centenar de profesionales del Sector MICE español, a los que se rindió un público homenaje. Durante el acto, el director de CONEXO y presidente

del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada, anunció un acuerdo con el Grupo Auditórium, cadena hotelera especializada en MICE (propietaria de los hoteles Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center y Meliá Avenida de América), encaminado a estrechar lazos y generar nuevas sinergias entre ambos grupos.

El CEO de Pangea, David Hernández, no pudo asistir al encuentro, por lo que en el mes de julio ha acudido a las oficinas del Grupo NEXO en el centro de Madrid, donde se ha reunido con el consejero delegado, Carlos Ortiz, y el coordinador editorial de CONEXO, Eduardo Santamaría. Ortiz ha entregado a Hernández su retrato como protagonista del Sector y como agradecimiento a su labor al frente de sus *travel store* de Madrid y Barcelona

La Federación de OPC sigue potenciando la innovación

La Federación Española de Asociaciones de Empresas OPC (OPC España) ha celebrado una asamblea general extraordinaria en Madrid, donde ha tratado algunos de sus nuevos proyectos que tienen como objetivo continuar evolucionando e innovando en el Sector MICE.

La presidenta de OPC España, Matilde Almandoz, ha señalado que es fundamental "avanzar" y la Federación "debe innovarse y seguir creciendo adaptándose a los nuevos escenarios que presenta el Sector". Almandoz ha anunciado que "nuevas iniciativas y proyectos han surgido en los últimos meses y debemos darle el empuje que se merecen".

Coincidiendo con esta cita, la Federación ha organizado un 'Open Breakfast' para el lanzamiento de su proyecto 'Jóvenes OPC', en el que se han expuesto los objetivos, las estrategias y, sobre todo, las experiencias y aportaciones por parte de los miembros más jóvenes de la Federación.

Almandoz, acompañada por Jaume Boltà, presidente de OPC Cataluña, ha realizado la presentación del proyecto, que está liderado por Gonzalo

Baró, socio director de BSI Marketing y delegado de OPC España en Castilla y León. También han participado un grupo de 'Jóvenes OPC' compuesto por Miriam Sanz, del Hotel Puerta de América; Cristina Albardonedo, de Meet & Forum; y Cristina Rodríguez, de Meridiana Azafatas.

La iniciativa 'Jóvenes OPC' tiene por finalidad dar respuesta a jóvenes que quieren iniciarse en este Sector para que puedan conocer las diferentes especialidades que existen, la situación de la industria y, sobre todo, un proyecto que sirva de amparo a todos los jóvenes que comienzan, con la intención de unificar un Sector multidisciplinar.



La jornada de OPC España.

El Gobierno vasco incentiva los eventos en el territorio

El Gobierno del País Vasco va a destinar un total de 717.000 euros para el programa de Comercialización Turística y Promoción (CTP), una nueva línea de ayudas impulsada tras escuchar y atender a las demandas concretas del sector turístico y que tiene como objetivo el apoyo al diseño, puesta en marcha, promoción y comercialización de nuevos productos turísticos así como de eventos singulares de gran proyección turística.

Entre las metas que deberán implementar las entidades beneficiarias del programa estarán las de crear productos que permitan incrementar el número de pernoctaciones, así como el gasto turístico. También se valorará como hecho subvencionable el fomento del empleo, el espíritu emprendedor y la cultura de la innovación a través de la acción positiva dirigida a las nuevas empresas.

En la valoración de los proyectos se priorarán los productos turísticos coincidentes con las líneas de los programas de experiencias del Departamento, y en especial, aquellos relacionados con enogastronomía, escapadas, itinerarios, reuniones, Costa Vasca, naturaleza y cultura.

Adeaza reivindica el servicio de calidad frente al intrusismo

La Asociación Española de Empresas de Azafatas (Adeaza) se ha reunido recientemente en Madrid en una sesión informativa en la que se ha puesto de manifiesto la importancia de contar con empresas de calidad en la contratación de personal de apoyo para eventos y reuniones profesionales (azafatas y azafatos), que garanticen la excelencia y la profesionalidad frente al intrusismo, la falta de legalidad y la baja temeraria de precios que todavía existe en el mercado.

Durante el encuentro, al que han asistido diversos profesionales del Sector MICE, se han debatido también otros temas, como el papel de la mujer y el hombre como azafata o azafato en eventos y la posibilidad de la inclusión laboral en este sector de personas con diversidad funcional e intelectual.

La presidenta de Adeaza, Carmen Centol, ha presentado la asociación, sus objetivos, trayectoria y logros, haciendo especial hincapié en el trabajo realizado con el Instituto Nacional de Cualificaciones (Incuat), donde se está trabajando para la creación de una cualificación profesional propia para el personal de apoyo y acogida en la organización de eventos y reuniones profesionales.

Por su parte, la tesorera de Adeaza y presidenta de OPC Extremadura, M^a José García Curto, ha hecho hincapié en la recomendación y defensa de Adeaza de la profesionalidad por encima de todo lo demás, sin perder de vista la evolución y la necesidad de innovación del Sector MICE, tan dinámico y tan cambiante, donde el personal de apoyo necesita una formación continua para poder afrontar esos retos.

Comienzan los trabajos en la plaza de toros La Malagueta

Las obras para rehabilitar y dar nuevo uso cultural a la plaza de toros de La Malagueta ya han comenzado. Este proyecto, que promueve la Diputación de Málaga y en el que invertirá 4,4 millones de euros, contempla la creación de nuevos espacios para conferencias y exposiciones.

El presidente de la Diputación de Málaga, Elías Bendodo, ha explicado las actuaciones que se desarrollan en la plaza de toros, que ejecuta la empresa malagueña Guamar. Estas obras se prolongarán durante un año aproximadamente.

Bendodo ha destacado que se trata de un proyecto para poner en valor y realzar la relevancia de La Malagueta, un edificio emblemático de Málaga con 142 años de historia y declarado Bien de Interés Cultural, que solo se utiliza unos cuantos días al año. "Creemos que es muy importante que

tenga uso durante todo el año y se convierta en un referente cultural. Eso servirá, además, para potenciar su atractivo turístico. La Malagueta es una visita obligada para muchos turistas y ahora lo será también para los residentes, cuando encuentren en este centro la oferta complementaria que estaban buscando", ha incidido.

Dentro de los nuevos usos culturales, uno de los aspectos más destacados es la reordenación de los corrales de la plaza para acondicionar, en la esquina entre las calles Cervantes y Maestranza, un centro de conferencias y eventos con dos salas para unas 200 personas (una para 160 espectadores y otra para unos 50). El espacio contempla un vestíbulo con doble entrada desde la calle Cervantes y desde el patio de caballos de la plaza de toros, un área de recepción, un módulo de aseos y oficina de dirección.

La asociación OPC Madrid reúne a sus asociados en el Open Day

La Asociación de Empresas de Organización Profesional de Congresos de Madrid y Centro (OPC Madrid) ha celebrado la tercera edición de su 'Open Day', un encuentro que sirve para dar a conocer las acciones que realiza la asociación durante el año y, por otro lado, es un punto de encuentro para intercambiar experiencias y opiniones entre todos los asociados.

Este año el Open Day de OPC Madrid, que ha contado con la colaboración de OPC España y el Madrid Convention Bureau, ha tenido lugar en el Hotel Miguel Ángel by Bluebay. La jornada ha contado con una mesa redonda con el título 'Efecto Campeones en el mundo de los eventos', en la que representantes del Grupo Amás y de Ilunion han explicado su labor al frente de los Centros Especiales de Empleo.

Martin Sirk deja ICCA a finales del mes de julio

La Junta Directiva de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) ha anunciado la salida de su consejero delegado, Martin Sirk, que se hizo efectiva a finales del mes de julio de 2018. La asociación se ayudará de una firma internacional de reclutamiento para seleccionar al nuevo directivo que sustituya a Sirk.

La Feria de Valladolid ganará competitividad

Las instituciones que integran el Consorcio de la Institución Ferial de Castilla y León (Feria de Valladolid) han acordado revalidar su apoyo a la institución y mantener su compromiso inversor para mejorar las infraestructuras del recinto y dotarlo de recursos que permitan impulsar el negocio ferial y congresual en los próximos años.

The Creative Dots enseña el método Event Canvas

La compañía The Creative Dots, fundada por Ángeles Moreno, ha impartido en Madrid el primer Taller Event Canvas Nivel 1, una metodología que tiene el objetivo de ofrecer un valor añadido a los eventos. Moreno ha dirigido este taller de ocho horas de duración en el que 12 profesionales han puesto en práctica cada una de las fases de esta metodología.

IAG7 Viajes se certifica en gestión medioambiental

IAG7 Viajes ha recibido la certificación ISO 14001:2015 que acredita su Sistema de Gestión Ambiental. La implantación de este sistema garantiza que la compañía cumple con toda la normativa medioambiental y que su actividad se realiza siguiendo los principios de mejora continua y protección del medio ambiente.

El SCB realiza una jornada con el mercado francés en Málaga

La ciudad de Málaga ha acogido durante un fin de semana una jornada inversa con el mercado francés, organizada por el Spain Convention Bureau (SCB) con el apoyo de la Oficina Española de Turismo en París y la colaboración del Málaga Convention Bureau.

El objetivo de esta iniciativa ha sido generar un lugar de encuentro entre profesionales y agentes donde se generaran oportunidades de negocio. Han participado un total de 14 profesionales de la industria de reuniones y eventos procedentes de Francia, junto con 12 representantes de Conventions Bureau de otros destinos de la geografía española como Madrid, Barcelona, Ibiza y Palma.

La inauguración ha contado con Violeta Matas, directora técnica del Spain Convention Bureau, y María del Mar Martín Rojo, concejala de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, que ha dado la bienvenida a los participantes. Martín Rojo ha destacado la trascendencia de que Málaga sea la anfitriona de iniciativas como ésta porque "fomentan el desarrollo de relaciones comerciales que terminan repercutiendo positivamente en el bienestar económico de los malagueños".

Sevilla Convention Bureau genera 70 millones de euros

El Sevilla Congress and Convention Bureau (SCCB) ha celebrado su asamblea general en la que ha hecho un balance positivo del primer semestre del año, un periodo en el que la oficina de congresos ha gestionado un total de 147 eventos, un 15,6% más que en 2017, congregando a 52.261 delegados y que han generado un impacto económico en la ciudad de 70 millones de euros.

El Convention Bureau ha destacado dos hitos importantes en este periodo: el primero, a nivel interno, con los trabajos realizados por parte del comité de deontología para la reestructuración de las categorías profesionales de la entidad y la adaptación de los requisitos para los nuevos asociados al SCCB; y el segundo, en el apartado externo, con el desarrollo de 55 acciones promocionales, la gestión de 147 eventos y la presentación de 49 candidaturas a congresos internacionales.

Durante la presentación del balance de actividad de la oficina de congresos, han destacado sus 13 asistencias a ferias, jornadas y presentaciones internacionales, realizán-

dose 431 contactos individuales con compradores; la atención a ocho viajes de familiarización con 242 profesionales; y 24 visitas de inspección para congresos y eventos atendidas para un total de 60 organizadores de eventos.

Profesionales atendidos

También han querido resaltar el total de 733 profesionales y organizadores de eventos atendidos en 55 acciones, tanto en las visitas de inspección, *fam trips*, ferias y acciones de promoción exterior, en la que el SCCB ha realizado acciones de captación y presentación del destino, personalizadas con cada profesional. El Convention Bureau también ha renovado en este periodo el SICTED, el distintivo de calidad turística en la gestión de la oficina.

El SCCB ha ejecutado ya la mitad de su plan de acción gracias a la colaboración de las instituciones y empresas asociadas que actualmente conforman la entidad (131 miembros), así como a otras que lo hacen de forma puntual, demostrando su unidad y cooperación.

Grupo NEXO reconoce a CEAV su trabajo por las agencias

El Grupo NEXO, con motivo de la celebración del vigésimo aniversario del Periódico CONEXO, ha querido agradecer el trabajo que realiza la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) en defensa de la labor que realizan las agencias de viajes y su colaboración al desarrollo de la industria turística.

El pasado día 27 de junio, CONEXO celebró una Cena de Gala para celebrar sus 20 años y en la que presentó su Edición Especial CONEXO 20 Años que recoge una memoria de la historia del Turismo de Reuniones en España. A la cita acudieron cerca de un centenar de profesionales del

Sector MICE español, a los que se rindió un público homenaje. También asistió la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, quien estrenó su cargo esa misma noche.

La gerente de CEAV, Mercedes Tejero, no pudo asistir al encuentro, por lo que en el mes de julio ha acudido a las oficinas del Grupo NEXO en el centro de Madrid, donde se ha reunido con el consejero delegado, Carlos Ortiz, y el coordinador editorial de CONEXO, Eduardo Santamaría. Ortiz ha entregado a Mercedes Tejero su retrato como protagonista del Sector y como agradecimiento a su labor al frente de la asociación.



Mercedes Tejero recoge su retrato de la mano de Carlos Ortiz.

Afcan y Andalucía impulsarán el avance de las empresas

La Asociación de Palacios de Congresos y Ferias de Andalucía (Afcan) y la fundación pública andaluza Andalucía Emprende han suscrito un acuerdo marco de colaboración con el objetivo de identificar oportunidades para el emprendimiento y el desarrollo empresarial en los eventos celebrados en la región.

De esta forma, ambas entidades se comprometen a identificar oportunidades e impulsar acciones en aquellos eventos con contenidos de interés para el colectivo de personas emprendedoras y empresas, así como a colaborar para potenciar el papel de Andalucía como destino de negocios e inversiones.

El convenio lo han suscrito el presidente de la asociación, Carlos García Espinosa, y la directora gerente de Andalucía Emprende, Montserrat Reyes.

GEBTA entrega sus premios anuales en Barcelona

GEBTA España ha distinguido a las mejores iniciativas con impacto en el sector de los viajes de negocio en dos categorías en la XXVI edición de los Premios GEBTA 2018. En esta ocasión, el Premio GEBTA 2018 a la Innovación ha sido para Boeing, mientras que el Premio GEBTA 2018 a la Iniciativa ha sido para la Fundación Gas Natural Fenosa.

GEBTA ha celebrado la ceremonia de entrega en Barcelona con el foco puesto en la internacionalización empresarial, la prevención y seguridad en los viajes corporativos. El acto ha reunido a los directivos de la industria y principales proveedores sectoriales en el Museo Europeo de Arte Moderno de Barcelona.

El Premio GEBTA 2018 a la Innovación a Boeing se enmarca en el contexto de las contribuciones para la seguridad en los viajes, y de modo particular, por

el desarrollo junto con la empresa japonesa Jaxa del láser de larga distancia, concebido para detectar las zonas de turbulencias con un mínimo de 60 segundos o alrededor de 17,5 kilómetros de distancia, pensado para facilitar las reacciones de los pilotos tendientes a esquivar el fenómeno de las turbulencias con mayor antelación, a la vez que ofrecer tiempo para que la tripulación garantice al máximo su seguridad y la de los pasajeros.

El Premio GEBTA 2018 a la Iniciativa para la Fundación Gas Natural Fenosa, por el Programa Primera Exportación Profesionales, orientado al conocimiento y formación especializada, a través de un programa de becas para el curso de exportación para pymes, impartido por la Barcelona School of Management (Universitat Pompeu Fabra) con el que contribuir a reforzar su negocio exterior.

Caminando hacia el 'travel manager' del año 2025

La consultora descyfra ha presentado el estudio 'Hacia el Travel Manager de 2025' en el que analiza el actual modelo de gestión de viaje corporativo de las grandes empresas en España e identifica tendencias, nuevos proveedores y mejores prácticas. El socio fundador de la compañía, José Antonio Vicente, ha destacado que el objetivo de este informe es "dotar de información relevante a los grandes actores del sector para el desarrollo de su actividad, a través de la identificación de las áreas clave de trabajo de los responsables de viajes de empresas, y ayudar a aumentar la eficiencia en todos los procesos".

Entre las tendencias que caracterizarán al 'travel manager en 2025', están, en primer lugar, que incrementará el valor de su función, aumentando su presencia en los foros de decisión de las empresas; se alineará la política

de viajes con la estrategia corporativa; expresar la utilidad de la política de viajes como principal palanca de ahorro y que exista un cumplimiento casi total; una política de viajes orientada al bienestar y cuidado del viajero, en la que, entre otras cosas, exista la combinación de ocio y trabajo; y la hiperpersonalización de los viajes.

Asimismo, destacarán también el situar al viajero como fuente de innovación, ofreciéndole más herramientas de movilidad, proveedores en destino y mejores prácticas; gestión del viaje *end-to-end*; utilizar la información para la toma de decisiones; aprovechamiento de la tecnología en todos los procesos del viaje; y desarrollar el Sector MICE dentro de la política de viajes aprovechando la experiencia en el Business Travel y, sobre todo, automatizando lo posible para las pequeñas reuniones.

TurNexo

100% Agentes

Madrid

¿Quieres presentar tu producto
a agentes de viajes de Madrid?
—Participa como Expositor.
Info: TurNexo@TurNexo.com

¿Quieres conocer las novedades
de la oferta de este verano?
—Inscríbete 'on-line' como
Visitante en: www.TurNexo.com



Jueves 15 de Noviembre de 2018

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

ORGANIZADOR POR
Nexopublic
CONSULTING



CALENDARIO

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
Septiembre 2018					
Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
40th Congr. European Soc. Clinical Nutrition and Metabolism	IFEMA	Madrid	1-4/IX	-----	-----
8th EPS-QEOD Europhoton Conference	PRBB	Barcelona	2-7/IX	200	-----
MobileHCI Conference	Univ. Pompeu Fabra	Barcelona	3-6/IX	-----	-----
3 International Conference on Railway Technology	Hotel Meliá	Sitges	3-7/IX	400	-----
25th International Conference on High Resolution Molecular Spectroscopy	Bizkaia Aretoa	Bilbao	3-7/IX	-----	946 01 54 95
13th International Conference on Computational Structures Tech.	Hotel Meliá	Sitges	4-6/IX	500	-----
IV Congreso de Antropología AIBR	Fac. de Filosofía y Letras	Granada	4-7/IX	-----	-----
Int. Conference in Nonlinear Analysis and Boundary Value Problems 2018	Facultad de Matemáticas	Santiago de C.	4-7/IX	-----	-----
XXX Congreso Internacional de Marketing AEMARK	Casa Convalescència	Barcelona	4-9/IX	250	-----
VPH Congress 2018: VPH for Insilico Medicine	Edificio Betancourt	Zaragoza	5-7/IX	-----	-----
41ª Reunión Ibérica de Adsorción	Palacio de Congresos	Gijón	5-7/IX	-----	-----
Congreso Internacional ASELE	Facultad de Filología	Santiago de C.	5-7/IX	-----	-----
XXXIII Simposium Nacional de la Unión Científica Internacional de Radio	Palacio de Congresos	Granada	5-7/IX	-----	-----
Congreso Internacional de Orientación Universitaria	Paraninfo Universitario	Zaragoza	5-7/IX	-----	976 76 14 95
XXII Simposio SEIEM	Facultad Jovellanos	Gijón	5-8/IX	-----	-----
24th EAA Annual Meeting	CCCB	Barcelona	5-9/IX	-----	(+420) 733 701679
IV Encuentro de Derecho Portuario y Marítimo	Palacio de la Magdalena	Santander	6-7/IX	-----	-----
11th International Conference on The Inclusive Museum	Universidad	Granada	6-8/IX	-----	-----
30th European Congress of Pathology	Palacio Euskalduna	Bilbao	8-12/IX	-----	(+49) 30 300 6690
24th European Meeting of PhD Students in Evolutionary Biology	Hotel Villa de Bubión	Bubión	9-15/IX	-----	-----
XI Congreso Estatal Fasga	Palacio de Congresos	Gijón	10-11/IX	-----	-----
18th International Network Strategy and Planning Symposium	Hotel 525	Los Alcázeres	10-12/IX	100	-----
XLI Congreso SEBBM	Palacio de Congresos	Santander	10-13/IX	-----	954 50 66 00
ProDiaM 2018	Mayorazgo Best Western	Madrid	11/IX	-----	-----
III Congreso Internacional sobre Libro Medieval y Moderno	Biblioteca de Aragón	Zaragoza	12-14/IX	-----	-----
II Congreso Internacional Hispánico ISUF-h	EINA	Zaragoza	13-14/IX	-----	-----
ESCCA 2018 Conference (European Society for Clinical Cell Analysis)	Palacio de Congresos	Valencia	13-15/IX	500	(+31) 20 644 0716
VI Jornadas de Profesores de Sociología de las Organizaciones	Universidad de Lleida	Lleida	13-15/IX	-----	-----
25th Annual Meeting of the ESUR	Crowne Plaza Barcelona	Barcelona	13-16/IX	-----	-----
VIII Congreso NAUKAS	Palacio Euskalduna	Bilbao	13-16/IX	-----	-----
International Málaga Tattoo Convention	Palacio de Congresos	Málaga	14-16/IX	-----	-----
MICCAI 2018	Palacio de Congresos	Granada	16-20/IX	-----	(+90) 212 347 6300
X Congreso Mundial de Bioética	Palacio de Congresos	Gijón	17-19/IX	-----	-----
9th International Conference on Waste Management and the Environment	Hotel Meliá	Sevilla	17-19/IX	-----	-----
Congreso sobre Gas y Gas Licuado	FIRA	Barcelona	17-20/IX	-----	-----
IX Congreso de Mejora Genética de Plantas	Palacio de Congresos	Murcia	18-20/IX	-----	-----
EUROSPINE 2018	CCIB	Barcelona	19-21/IX	-----	-----
8th Eurographics Workshop on Visual Computing for Biology and Medicine	Palacio de Congresos	Granada	20-21/IX	-----	-----
9th CEWEP Congress	Palacio Euskalduna	Bilbao	20-21/IX	-----	-----
3rd Global Congress on Bladder Cancer	Royal Tapestry Factory	Madrid	20-21/IX	-----	-----
XLIII Congreso Nac. de la Soc. Española de Ovinotecnia y Caprinotecnia	Palacio de Congresos	Zaragoza	20-22/IX	-----	-----
Jornada Higienistas Dentales CLM	H. Eurostars Buenavista	Toledo	21-22/IX	350	-----
II Congreso Internacional de Innovación Educativa	Palacio de Congresos	Zaragoza	21-22/IX	-----	976 71 54 33
IV Congreso Asociación Española de Psicoterapia Analítica	AEPA	Madrid	22-23/IX	-----	-----
Cell Symposium	Hotel Meliá	Sitges	23-25/IX	280	-----
25th ERTC Workshop	Casa Convalescència	Barcelona	25/IX	110	-----
SEOM2018	Hotel Meliá	Madrid	25-28/IX	-----	91 577 52 81
Congress of the European Society for Vascular Surgery	Palacio de Congresos	Valencia	25-28/IX	1.500	-----
II Congreso sobre Gestión de la Edad en las Organizaciones	Palacio de Congresos	Vitoria	26/IX	400	945 22 29 00
III Congreso Internacional de Transparencia	Fac. Ciencias Económicas	Cádiz	26-28/IX	-----	-----
World Trails Conference 2018	H. San Martin Pinario	Santiago de C.	26-29/IX	-----	-----
14th International Symposium on Ferroic Domains	Casa Convalescència	Barcelona	26-29/IX	150	-----
XX Jornadas Internacionales de Patrimonio Industrial	Laboral Ciudad de la Cultura	Gijón	26-29/IX	-----	-----
Congreso de la Sociedad Española de Oftalmología	Palacio de Congresos	Granada	26-29/IX	1.500	-----
3 Congreso Nacional de CFOS	Palacio de Congresos	Santiago de C.	27/IX	-----	-----
International Investment Law & Competition Law	Universidad	Zaragoza	27-28/IX	-----	-----
VIII Congreso Internacional de Ergonomía	Palacio de La Magdalena	Santander	27-28/IX	-----	-----
III Congreso Español de Sociología de la Alimentación	Laboral Ciudad de la Cultura	Gijón	27-28/IX	-----	985 10 49 35
II Congreso Intersectorial de Envejecimiento y Dependencia	Palacio de Congresos	Jaén	27-28/IX	-----	-----
2º International Seminar on the Active Ageing Index	Bizkaia Aretoa	Bilbao	27-28/IX	-----	946 01 51 29
XI Congreso de Educación Médica	Facultad de Medicina	Zaragoza	27-29/IX	-----	-----

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
IV Congreso de la Abogacía Catalana	Colegio de Abogados	Tarragona	27-29/IX	-----	-----
5th Borderline Congress	Hotel Meliá	Sitges	27-29/IX	-----	(+49) 040 670 8820
25 Congreso da Sociedade Galega de Hipertensión	Hotel Carlos I	Sanxenxo	28-29/IX	-----	-----
63 Reunión anual GEIDAC	Hotel Beatriz	Toledo	28-29/IX	400	-----
IV Congreso Internacional de Ciencia y Meditación	Auditorio Alfredo Kraus	Las Palmas	28-30/IX	400	655 04 86 95
16th IWA Int. Conference Wetland Systems for Water Pollution Control	Univ. Politécnica	Valencia	30/IX-4/X	-----	-----
Octubre 2018					
Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
IV Global Social Economy Forum	Palacio Euskalduna	Bilbao	1-3/X	-----	944 20 53 93
XXI Jornadas Científicas sobre Envejecimiento	Palacio de Congresos	Salamanca	1-4/X	-----	-----
LV Symposium Científico de Avicultura	Univ. Politécnica	Madrid	3-4/X	-----	-----
3as Jornadas Andaluzas de Ecografía en MF. SAMFyC	Palacio de Congresos	Jaén	3-4/X	-----	-----
IX Congreso Internacional de Negocios y Comercio Exterior	Auditorio El Batel	Cartagena	3-5/X	100	91 290 81 26
24ª Reunión Anual ESRA- España	Palacio de Congresos	Marbella	3-5/X	-----	96 119 96 26
2nd Pathology Meeting	Auditorio Rafael del Pino	Madrid	3-5/X	-----	91 372 02 03
Congreso Europeo de Microfinanciación	Palacio Euskalduna	Bilbao	3-5/X	-----	944 35 51 40
LVI Reunión Anual de la Sociedad Española de Neurofisiología Clínica	Oca Puerta del Camino	Santiago de C.	3-5/X	-----	984 05 16 71
XXX Congreso Nacional SEFC 2018	Hosp. Marqués de Valdecilla	Santander	3-5/X	-----	-----
XVI Congreso Español de Centros y Parques Comerciales	Palacio de Congresos	Granada	3-5/X	1.000	-----
XX Congreso Nacional de Hostelería Hospitalaria	Baluarte	Pamplona	3-5/X	-----	-----
21 Congreso Nacional Farmacéutico	Palacio de Congresos	Burgos	3-5/X	-----	947 25 60 10
X Jornada Nacionales SEDISA	Laboral Ciudad de la Cultura	Gijón	3-5/X	-----	-----
III Congreso Int. de Jóvenes Investigadores en Traducción e Interpretación	Fac. de Filosofía	Alcalá de Henares	4-5/X	-----	-----
IX Symposium Internacional Avances en Dermatología Oncológica	Colegio de Médicos	Valencia	4-5/X	-----	-----
X Jornadas Nacionales SEDISA	Laboral Ciudad de La Cultura	Gijón	4-5/X	-----	-----
Congreso Problemas Actuales del Derecho Penal	Universidad	Salamanca	4-5/X	-----	-----
VI Jornadas de Abogados y Abogadas de Violencia de Género	Colegio de Abogados	Reus	4-5/X	-----	-----
27º Congreso de la Soc. Andaluza de Medicina Familiar y Comunitaria	Palacio de Congresos	Jaén	4-6/X	-----	-----
XIII International Symposium of the Spanish Society of Plutarchists	Universidad de Lleida	Lleida	4-6/X	-----	-----
Mediterranean Editors and Translators Meeting 2018	Centre Cultural La Mercè	Girona	4-6/X	-----	-----
NMDPD 2018	-----	Sevilla	4-7/X	-----	-----
The Nao Victoria Congreso	Kursaal	San Sebastián	5-6/X	200	-----
49 Congreso Nacional de Podología	Palacio de Congresos	Santiago de C.	5-6/X	1.100	902 90 80 58
31 ECNP Congress	CCIB	Barcelona	6-9/X	-----	(+31) 887 569 555
San Sebastián Gastronomika	Kursaal	San Sebastián	7-10/X	1.000	93 241 27 55
Oil & Gas Conference	BEC	Bilbao	8-9/X	-----	-----
Convención ABTA 2018	Barceló Sevilla Renacimiento	Sevilla	8-10/X	500	-----
HEPIX 2018	Casa Convalescència	Barcelona	8-12/X	150	-----
CPHI Worldwide	IFEMA	Madrid	9-11/X	-----	-----
29º Congreso de Comunicación y Salud	Monast. San Martín Pinario	Santiago de C.	10-13/X	-----	-----
XXXIV Congreso Nacional Soc. Española de Trombosis y Hemostasia	Palacio de Congresos	Granada	11-13/X	1.500	-----
Euro PM2018 Congress	BEC	Bilbao	14-18/X	-----	-----
ESP Regional Conference Europe 2018	Kursaal	San Sebastián	14-19/X	600	-----
IV Congreso Int. de la Soc. de Estudios Kantianos en Lengua Española	Fac. de Filosofía	Valencia	15-19/X	-----	-----
Foro ReuniónLab	Eurostars Madrid Tower	Madrid	16/X	-----	91 369 41 00
IoT Solutions World Congress	FIRA	Barcelona	16-18/X	-----	-----
Congreso de la Innovación en Salud	FIRA	Barcelona	16-18/X	-----	-----
XXVI Jornadas Técnicas de ANEPMA	Palacio de Congresos	Gijón	16-18/X	-----	-----
26 Jornadas Internaciones de Coloproctología	Parador	Baiona	17-19/X	-----	986 44 31 71
11 Congreso Internacional AEC	CIM	Cartagena	17-19/X	120	-----
36º Congreso Nacional de Ingeniería Hospitalaria	Palacio de Congresos	Zaragoza	17-19/X	-----	-----
XI Encuentro Iberoamericano de Farmacia Hospitalaria	Eurostars Gran Hotel	Santiago de C.	17-19/X	-----	-----
XXXVI Congreso de la Sociedad Española de Calidad Asistencial	Palacio de Congresos	Burgos	17-19/X	-----	984 05 16 71
XV Congreso Nacional de Inspectores de Educación	Palacio Euskalduna	Bilbao	17-19/X	-----	944 03 19 80
40 Congreso Nacional SEMERGEN	Palau de Congressos	P. de Mallorca	17-20/X	-----	91 500 21 71
Congreso sobre Gas y Gas Licuado	FIRA	Barcelona	17-20/X	-----	-----
II Congreso Internacional "Lenguas Turismo y Traducción"	C. Recepción del Visitantes	Córdoba	18-19/X	-----	-----
Egurtek 2018	BEC	Bilbao	18-19/X	-----	-----
14º Congreso Jurídico de la Abogacía Malagueña	Palacio de Congresos	Málaga	18-19/X	-----	952 04 55 00
VI Jornadas de Asistencia Jurídica Gratuita	Colegio de Abogados	Zaragoza	18-19/X	-----	-----
II Congreso Internacional de la Asoc. Española de Enfermería y Salud	Palacio de la Magdalena	Santander	18-20/X	-----	942 31 81 80
Workshop on Reading, Language and Deafness	Parque Científico y Tecn.	San Sebastián	18-20/X	300	943 30 93 00
XXI Congreso Nacional de Psiquiatría	Palacio de Congresos	Granada	18-20/X	1.000	-----
37º Congreso de la Soc. Española de Senología y Patología Mamaria	Palacio de Congresos	Cádiz	18-20/X	-----	96 072 82 12

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
II Jornadas Cirugía Pie y Tobillo	Facultad de Medicina	Murcia	19-20/X	-----	96 897 46 11
II Congreso del Consejo de Resucitación Cardiopulmonar	Palacio de Congresos	Málaga	19-20/X	-----	952 04 55 00
24th European Pediatrics Conference	-----	Madrid	20-22/X	-----	(+1) 888 843 8169
Congreso de Laboratorio Clínico	Palacio Euskalduna	Bilbao	22-26/X	-----	976 43 58 57
IX Congreso Internacional de Estudios Fenicios y Púnicos	Palacio de Congresos	Mérida	22-26/X	-----	924 31 56 61
Encuentro Internacional de la Marcha Mundial de las Mujeres	Bizkaia Aretoa	Bilbao	22-27/X	-----	-----
III Congreso Internacional de Estudios Militares	Universidad	Granada	23-25/X	-----	690 662 048
XII Congreso Nacional del Laboratorio Clínico	Palacio Euskalduna	Bilbao	24-26/X	-----	976 43 58 57
V Congreso Nacional de Áridos	Palacio de Congresos	Santiago de C.	24-26/X	600	91 517 87 88
XXI Congreso Internacional EDUTEC	Universidad de Lleida	Lleida	24-26/X	-----	-----
VII Congreso Iberoamericano de Animación Sociocultural	Universidad	Cuenca	24-26/X	-----	-----
4º Congreso Iberoamericano sobre Biorrefinerías	Palacio de Congresos	Jaén	24-26/X	-----	-----
Congreso Internacional de Derecho Civil	Hospedería Fonseca	Salamanca	24-26/X	-----	-----
12 Congreso ANECORM	FIBES	Sevilla	24-26/X	-----	-----
XXXVI Congreso Nacional de Estudiantes de Medicina	Colegio Oficial de Médicos	Alicante	24-26/X	-----	-----
23 Congreso de la SEFAP	Palau de la Música	Valencia	24-26/X	-----	91 431 25 60
Congreso de la Industria Musical	BEC	Bilbao	24-26/X	-----	944 04 00 00
XXXII Congreso Soc. Española de Alergología e Inmunología Clínica	Palacio de Congresos	Valencia	24-27/X	1.000	-----
XII Congreso de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria	Hotel Meliá Castilla	Madrid	24-27/X	-----	-----
11th Confence Clinical Trials on Alzheimer's Disease	Palau de Catalunya	Barcelona	24-27/X	-----	-----
XVIII Congreso de la SEDIA	Palau de Congressos	Girona	25-26/X	-----	96 072 82 12
II Congreso Internacional Protección a la Familia y Seguridad Social	Tesorería Gral. Seg. Social	Madrid	25-26/X	-----	-----
18th European Conference on Digital Government (ECDG)	Facultad CC. Políticas	Santiago de C.	25-26/X	-----	(+440)118 9724148
XIX Encuentro PACAP	IFEBA	Badajoz	25-26/X	-----	-----
33º Congreso AECOC de Gran Consumo	Palacio de Congresos	Madrid	25-26/X	-----	93 252 39 00
II Congreso Atlántico Tricontinental de Mediación	Universidad	Las Palmas	25-27/X	-----	-----
Congreso de las Enfermedades Cardiovasculares	FIBES	Sevilla	25-27/X	-----	902 11 26 29
XXXII Congr. Soc. Esp. de Pediatría Extrahospitalaria y Atención Primaria	Palacio de Congresos	Málaga	25-27/X	-----	93 238 87 77
Thoracic Imaging	H10 Marina	Barcelona	25-27/X	-----	-----
Jornadas de la Asociación de Letrados del Tribunal Constitucional	Hotel Bahía	Santander	25-27/X	-----	-----
Congreso de la Asociación Nacional de Servicios Funerarios	Palacio de Congresos	Zaragoza	25-27/X	-----	-----
XI Congreso Internacional y XVI Nacional de Psicología Clínica	Barceló Granada Congress	Granada	25-28/X	-----	-----
EPNS International Research Meeting	Universidad	Alicante	26-28/X	180	-----
6th Global Summit on Plant Science	Meliá Valencia	Valencia	29-30/X	-----	-----
28th Alzheimer Europe Conference	Barceló Sants Hotel	Barcelona	29-31/X	-----	-----
12th International Conference on Alzheimer's Disease & Dementia	-----	Valencia	29-31/X	-----	-----

Noviembre 2018					
Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
XXXIX Congreso Nacional de Endodoncia	Palacio de Congresos	Málaga	1-3/XI	-----	952 04 55 00
XXIII Congreso Estatal de Astronomía	Museo de las Ciencias	Cuenca	1-4/XI	-----	-----
18th Annual Pharmaceutical Chemical Analysis Congress	-----	Madrid	5-6/XI	-----	-----
XVI Encuentros Complutenses en torno a la Traducción	Fac. de Filología UCM	Madrid	5-7/XI	-----	-----
X Foro para la Sostenibilidad Medioambiental del Turismo en España	Eurostars Madrid Tower	Madrid	6/XI	-----	91 369 41 00
16th ASEICA International Congress 2018	Univ. Politécnica	Valencia	6-8/XI	-----	93 451 17 24
14th International Conference on Molecular Epidemiology	Hotel Meliá	Sitges	6-9/XI	-----	-----
14th EADO Congress	Palacio de Congresos	Barcelona	6-9/XI	-----	93 368 55 38
IX Congreso para el Estudio de la Violencia contra las Mujeres	FIBES	Sevilla	7-8/XI	-----	-----
V Congreso Internacional de Lingüística Clínica	Fac. de Filosofía y Letras	Cádiz	7-9/XI	-----	956 01 51 34
XXXIV C. Actualización Teórico-Práctica en Diabetes Tipus 2	CEK	Barcelona	7-9/XI	-----	-----
VIII Congreso Mundial de la Infancia	Palacio de Congresos	Málaga	7-9/XI	-----	952 04 55 00
VIII Congreso de Geografía de los Servicios	Universidad	Sevilla	7-9/XI	-----	-----
XVII Congreso de la Asociación Española de Microcirugía	Meliá Lebreros	Sevilla	7-10/XI	-----	93 246 35 66
Congreso Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria	Palau De Congressos	P. de Mallorca	7-10/XI	-----	-----
Jornada de Exaltación de la Calidad	Expourense	Ourense	8/XI	-----	-----
VI Simposium Internacional "EPOC y Tabaco"	C. Cultural San Francisco	Cáceres	8-9/XI	-----	-----
II Jornadas Nacionales de SETRADE	Palacio de Congresos	Vitoria	8-9/XI	200	902 19 08 48
VIII Congreso de la Sociedad Española de Lenguas Modernas	Hotel Ribera de Triana	Sevilla	8-9/XI	-----	-----
XX J. de los Servicios de Orientación y Asistencia Jurídica Penitenciaria	Colegio de Abogados	Pontevedra	8-9/XI	-----	-----
44th Annual AME Conference	Hotel Alimara	Barcelona	8-10/XI	-----	-----
63 Congreso Nacional de la Soc. Española de Farmacia Hospitalaria	Palau de Congressos	P. de Mallorca	8-10/XI	-----	91 571 44 87
28º Congreso Médico SAHTA	Hotel Sevilla Center	Sevilla	8-10/XI	-----	958 20 35 11
3rd Trends in Glaucoma	IMO	Barcelona	9-10/XI	-----	-----
Congreso Internacional: "Desafíos para el Trabajo Decente"	Facultad de Derecho	Granada	12-14/XI	-----	-----
XII Congreso Estatal de Facultades y Escuelas de Trabajo Social	Universidad de Deusto	Bilbao	14-16/XI	-----	-----



El Sector ha cambiado y la Información también



**Date de alta
en Conexo.net**

Diario online de Congresos,
Reuniones e Incentivos

**... y recíbelo cada mañana
en tu email**

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
VIII Simposio Internacional de Reproducción Asistida	Fundac. Mutua Madrileña	Madrid	15-16/XI	-----	91 37714 23
Reunión Grupo Español de Dermatología Estética y Terapéutica	Kursaal	San Sebastián	15-17/XI	400	-----
IV Congr. Int. de Psicología Clínica y de la Salud con Niños y Adolescentes	Meliá Palas Atenea	Palma de Mallorca	15-17/XI	-----	960 91 45 45
XXX Congreso de la AEPCC	Palau de Congressos	Girona	15-17/XI	500	-----
XIX Congreso Nacional de AETAPI	Auditorio El Batel	Cartagena	15-17/XI	500	-----
Congreso Sociedad Española de Cirugía Bucal	Palau de Congressos	P. de Mallorca	15-17/XI	-----	607 49 93 65
MDPD 2018	-----	Sevilla	15-18/XI	-----	-----
XLVIII Congreso de la S.E.N.	IFEMA	Madrid	16-19/XI	-----	942 23 06 27
VIII Jornada Neumológica de Jerez	Hipotels Sherry Park	Jerez	17/XI	-----	-----
I Congreso de Salud y Medicina Integrativa	Hotel NH Alicante	Alicante	17-18/XI	-----	-----
International Conference on Humanities and Higher Education	CosmoCaixa	Barcelona	19-20/XI	-----	-----
44th International Dexeus Forum	Palau de Congressos	Barcelona	21-23/XI	-----	93 208 11 45
Congr. Int. sobre Orden Público, Seguridad Ciudadana y Justicia Preventiva	UIMP	Valencia	21-23/XI	-----	-----
XXXIX Congreso de la Soc. Española de Medicina Interna	Palacio de Congresos	Burgos	21-23/XI	-----	-----
IX Educational Symposium of the Spanish Lung Cancer Group	Auditorio Mutua Madrileña	Madrid	22-23/XI	-----	91 372 02 03
VI Congreso Nacional de ULEPICC-España	Facultad de Periodismo	Cuenca	22-23/XI	-----	-----
XVIII Congreso SETLA	Barceló Sants	Barcelona	22-23/XI	-----	93 246 35 66
IX EAFT Terminology Summit	Kursaal	San Sebastián	22-23/XI	100	-----
Conferencia Agile Spain	Palacio de Congresos	Alicante	22-24/XI	600	-----
VI Congreso Oncología Médica y Farmacia Oncológica	Palacio de Congresos	Toledo	22-24/XI	-----	91 372 02 03
SIdP Summit European Symposium	Palacio Euskalduna	Bilbao	23-24/XI	-----	91 314 27 15
14 Congreso Nacional del Medio Ambiente	Palacio Congresos	Madrid	26-29/XI	-----	91 310 73 50
IBTM World 2018	FIRA	Barcelona	27-29/XI	-----	-----
VI Jornadas sobre Prevención y Represión del Blanqueo de Capitales	Colegio de Abogados	Valencia	28-29/XI	-----	-----
I Congreso Internacional Traducción y Sostenibilidad Cultural	Hospedería Fonseca	Salamanca	28-30/XI	-----	-----
IX Simposio Científico SOGUG	NH Eurobuilding	Madrid	28-30/XI	-----	93 451 17 24
IV International Joint Meeting on Thoracic Surgery	Foment del Treball Nacional	Barcelona	28-30/XI	-----	93 755 23 82
XII Simposio Nacional sobre Úlceras por Presión y Heridas Crónicas	Palacio de Congresos	Valencia	28-30/XI	1.800	93 416 12 20
XIX Congreso Int. Soc. Española de Didáctica de la Lengua y la Literatura	Universidad	Almería	28-30/XI	-----	-----
14th EADO Congress	Palacio de Congresos	Barcelona	28/XI-1/XII	-----	-----
XI Coloquio Nacional de Desarrollo Local	Universidad de La Rioja	Logroño	29-30/XI	-----	-----
II Congreso Internacional sobre Lengua e Inmigración	Fac. de Filosofía y Letras	Alcalá de Henares	29-30/XI	-----	-----
XIV Congreso Español de Sexología	Auditorio Axa	Barcelona	30/XI-1/XII	-----	91 517 87 88
Diciembre 2018					
Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
VI Congreso Parasitario	-----	Santiago de C.	1/XII	-----	-----
II Congreso Provincial de Centros de Veterinaria de Alicante	IFA	Elche	1/XII	-----	-----
Relaunching Collective Bargaining Coverage in Outsourced Services	Casa Convalescència	Barcelona	3-4/XII	-----	-----
Congreso Espírita: ConCiencia	AR Diamante Beach & Spa	Calpe	6-9/XII	-----	96 586 60 80
II Encuentro Conjunto RSME-SEMA-SBM-SBMAC	Universidad	Cádiz	11-14/XII	-----	-----
VI Simposio de Humanidades, Medicina y Oftalmología	Hospital Univ. La Paz	Madrid	13/XII	-----	-----
26 Simposio Int. Avances en el Tratamiento de Tumores Digestivos	Palacio de Congresos	Valencia	13-14/XII	-----	91 378 82 75
43 Simposio de la Asociación Española de Economía	Universidad Carlos III	Madrid	13-15/XII	-----	-----
Reunión Anual de la Sociedad Oftalmológica de Madrid	Hotel Holiday Inn	Madrid	14/XII	-----	-----
Año 2019					
Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
XXII Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo	IFEMA	Madrid	22/I	-----	91 369 41 00
XIV Congreso de la Sociedad Española de Farmacia Industrial y Galénica	Facultad de Medicina	Santiago de C.	23-25/I	-----	-----
9º Congreso Int. Asoc. Ibérica de Estudios de Traducción e Interpretación	Universidad	Alicante	23-25/I	-----	-----
II Congreso Internacional Cultura y Ciudad	Escuela de Arquitectura	Granada	23-25/I	-----	-----
IV Simposio Biopsia Líquida	S. Francisco H. Monumento	Santiago de C.	24-25/I	-----	93 451 17 24
POST ASH 2019 American Society of Hematology	Palacio de Congresos	Valencia	25-26/I	650	-----
Congreso Bienal de la Real Sociedad Matemática Española	Facultad de Educación	Santander	4-8/II	-----	-----
11th International Conference on Porous Media and Annual Meeting	Palacio de Congresos	Valencia	5-9/II	700	-----
6º Congreso de Responsabilidad Social	CaixaForum	Zaragoza	6-7/II	-----	695 53 85 56
Barcelona Knee Associated Meeting	Hotel NH Constanza	Barcelona	6-8/II	-----	-----
FUTUREPORT	BEC	Bilbao	13-14/II	-----	944 04 00 00
12th International Symposium on Advance Ovarian Cancer	Palau de la Música	Valencia	22/II	-----	-----
Mobile World Congress	FIRA	Barcelona	25-28/II	-----	-----
HydroSensoft	IFEMA	Madrid	26/II-1/III	-----	-----
World Metro and Light Rail Congress	BEC	Bilbao	5-7/III	-----	944 04 00 00
XV Congreso SECHC	World Trade Center	Barcelona	6-8/III	-----	93 246 35 66
XV Congreso Internacional de Tecnología, Conocimiento y Sociedad	Esc. Univ. Diseño e Ing.	Barcelona	11-12/III	-----	-----
WATM Congress	IFEMA	Madrid	12-14/III	-----	-----

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
VI Congreso SIODEC	-----	Granada	27-30/III	-----	-----
International Conference for Integrated Care	Kursaal	San Sebastián	1-3/IV	-----	-----
14th International SIEF Congress	Facultad de Económicas	Santiago de C.	14-17/IV	-----	-----
IWF Cornerstone Conference	-----	Barcelona	10-12/IV	-----	-----
IX Congreso Internacional sobre Religión y Espiritualidad en la Sociedad	Universidad	Granada	25-26/IV	-----	-----
XXIV Congreso SECMA	Palau de Congressos	Tarragona	24-26/IV	-----	93 246 35 66
XI World Congress for Hair Research	Hotel Meliá	Sitges	24-27/IV	-----	-----
International Osteology Symposia	CCIB	Barcelona	25-27/IV	-----	+41 41368 44 44
11th International Conference on Porous Media and Annual Meeting	Palacio de Congresos	Valencia	5-9/V	700	-----
21 Congreso Nacional de Hospitales y Gestión Sanitaria	Palacio de Congresos	Santiago de C.	8-10/V	-----	-----
EUROSON 2019	-----	Granada	8-11/V	-----	-----
XII Congreso Nacional de la Abogacía	-----	Valladolid	9-11/V	-----	-----
Congreso de la SEICAP	Palacio de Congresos	Valencia	15-18/V	500	-----
Congreso de la Sociedad Española de Reumatología (SER)	Palacio de Congresos	Valencia	21-24/V	1.500	-----
34 Congreso SECOIR	-----	Santiago de C.	22-25/V	-----	-----
12th European Congr.of Mental Health in Intellectual Disability	FIRA	Barcelona	23-25/V	-----	-----
XIV Jornadas Internacionales de Política Económica	Casa Convalescència	Barcelona	30-31/V	180	-----
XIII Congreso Nacional de Hermandades y Cofradías de Medinaceli	CIM	Cartagena	31/V-2/VI	200	-----
ECOCOATING	BEC	Bilbao	4-6/VI	-----	944 04 00 00
XX Congreso SEOR	Palacio de Congresos	Santiago de C.	5-7/VI	-----	-----
RSA Annual Conference	Fac. Geografía e Historia	Santiago de C.	5-7/VI	-----	-----
Congreso GICCA	Baluarte	Pamplona	5-8/VI	-----	91 330 05 65
Congreso de la Sociedad Catalana de Cardiología	Universitat	Barcelona	6-7/VI	-----	-----
20th Gums & Stabilisers for the Food Industry Conference	Palacio de Miramar	San Sebastián	11-14/VI	150	-----
32 Congreso de la Sociedad Española de Arteriosclerosis (SEAR)	Palacio de Congresos	Valencia	12-14/VI	500	-----
X Reunión Nacional: Cáncer de Próstata, Cáncer Renal y Cáncer de Vejiga	Hotel Tryp	Guadalajara	13-14/VI	-----	91 577 52 81
EuroSoTL19	UPV/EHU	Bilbao	13-14/VI	-----	-----
VI Congreso Internacional de Docencia Universitaria	Fac. Ciencias Económicas	Vigo	13-15/VI	-----	-----
52 Congreso Nacional SEPAR	-----	Santiago de C.	13-16/VI	-----	-----
EuCNC 2019 European Conference on Networks and Communications	Palacio de Congresos	Valencia	17-20/VI	500	-----
ITMA 2019	FIRA	Barcelona	20-26/VI	-----	-----
30th FIEP World Congress	INEFC	Barcelona	27-29/VI	-----	93 882 38 78
ET European Conference on Embolotherapy	Palacio de Congresos	Valencia	26-29/VI	1.000	-----
23 International Symposium on Olefin Metathesis and Related Chemistry	Casa Convalescència	Barcelona	30/VI-3/VII	180	-----
XV Reunión Nacional de Cuaternario	Bizkaia Aretoa	Bilbao	1-5/VII	-----	-----
XVII Congreso Internacional sobre Nuevas Tendencias en Humanidades	Universidad	Granada	3-5/VII	-----	-----
Congreso Iberoamericano de Nutrición	-----	Pamplona	3-5/VII	-----	-----
XIII Congreso Español de Sociología	Universidad	Valencia	3-6/VII	-----	-----
8th World Society of Lingual Orthodontics	World Trade Center	Barcelona	4-6/VII	500	93 882 38 78
22nd International Conference on General Relativity and Gravitation	Palacio de Congresos	Valencia	7-12/VII	1.000	-----
IV Congreso Nacional de Psicología	Palacio de Congresos	Vitoria	11-13/VII	-----	91 444 90 20
International Congress on Industrial and Applied Mathematics	Universidad	Valencia	15-19/VII	-----	-----
Goldschmidt 2019	CCIB	Barcelona	18-23/VIII	-----	-----
XV International Conference on Computational Plasticity	Crowne Plaza	Barcelona	3-5/IX	-----	-----
World Conference on Lung Cancer	-----	Barcelona	7-10/IX	-----	-----
CIRSE 2019	-----	Barcelona	7-11/IX	-----	-----
4th International Mass Spectrometry School	Hotel Calípolis	Sitges	15-20/IX	-----	-----
55th Annual Meeting EASD	FIRA	Barcelona	16-20/IX	-----	-----
XI International Forum on Elite Sport	Camp Nou	Barcelona	24-27/IX	400	-----
ESMO 2019	FIRA	Barcelona	27/IX-1/X	-----	-----
29 Congreso Internacional Respiratorio Europeo (ERS)	IFEMA	Madrid	28/IX-2/X	-----	-----
Congreso Europeo de Dermatología y Venereología	IFEMA	Madrid	9-13/X	-----	-----
32nd Annual Congress of the European Association of Nuclear Medicine	CCIB	Barcelona	12-16/X	-----	-----
61 Congreso Nacional Sociedad Española de Endocrinología y Nutrición	Palacio Euskalduna	Bilbao	16-18/X	-----	-----
Congreso Nac. Enfermería de Anestesia Reanimación y Terapia del Dolor	Kursaal	San Sebastián	16-18/X	350	-----
17th Euro Fed Lipid Congress	Barceló Sevilla Renacimiento	Sevilla	20-23/X	-----	(+49) 6979 17 533
10th Congress of SETGyC	CCIB	Barcelona	21-25/X	-----	-----
Congreso de la Industria Musical	BEC	Bilbao	23-25/X	-----	944 04 00 00
SEOM2019	Baluarte	Pamplona	23-25/X	-----	-----
Reunión Nacional de la Asoc. Española de Hematología y Hemoterapia	Palacio de Congresos	Valencia	24-26/X	2.000	-----
Metting of the European Society of Gene and Cell Therapy	-----	Barcelona	28-31/X	1.500	-----
Congreso Nacional de Endodoncia	Palacio de Congresos	Valencia	31/X-2/XI	1.000	-----
2nd World Marine Mammal Science Conference	CCIB	Barcelona	9-12/XII	-----	-----

CONCURSO

PERIÓDICO
CONEXO®

Concurso Mensual

- ✓ Los **Resultados (Ventas)** de su Entidad del mes anterior fueron:
- ☐ Mucho Mejores ☐ Algo Mejores ☐ Iguales ☐ Algo Peores ☐ Mucho Peores
- ✓ Las **Expectativas** de su Entidad para el próximo mes son:
- ☐ Mucho Mejores ☐ Algo Mejores ☐ Iguales ☐ Algo Peores ☐ Mucho Peores
- ✓ Indique los Proveedores de su Organización que le ofrecen **mejor Calidad de Servicio**:
- Palacio de Congresos: Cía. Aérea: Cía. Marítima:
Autocarista: Cía. Rent-a-car: Grupo Hotelero:
- ✓ **Palacio de Congresos** más utilizado:
- España: Extranjero:
- ✓ **Ciudades de Congresos** más solicitadas:
- España: Extranjero:
- ✓ **Compañía Aérea** más utilizada:
- España: Extranjero:
- ✓ **Transportista** más utilizado:
- Marítimo: Autocarista: Rent-a-car:
- ✓ **Cadena hotelera** más vendida:
- ✓ **Establecimiento hotelero** más vendido:
- Para alojamiento: Para celebrar reuniones:
- ✓ **Agencia de Viajes especializada en reuniones** preferida:
- ✓ **Hecho más destacado** (a su juicio) del mes pasado:

Nombre del Concursante: Fecha Nacimiento:
Empresa: Cargo:
Su Empresa está especializada en: ☐ Congresos ☐ Convenciones ☐ Viajes de Incentivos
Teléfono directo: (.....) Fax: Código Postal:
Dirección de la Empresa: Ciudad:

► ¿Desea suscribirse a CONEXO? ☐ SI ☐ NO
Oferta Especial: 57 euros

Firma:

✉ Para solicitar más información del 'Concurso CONEXO': c/ Lope de Vega, 13. 28014 Madrid. ☎ 91 369 41 00.

✉ **Enviar a redaccion@conexo.net**
antes del 20 de Septiembre

Datos Correspondientes a Julio-Agosto

CUESTIONARIO DE PARTICIPACION

PARTICIPE EN EL CONCURSO CONEXO Y CONSIGA ESTOS REGALOS ESPECIALES



— Reloj de pulsera alemán Junghans.-
Para María Pérez, de Viajes El Corte Inglés, de Madrid.

— Suscripción al Periódico CONEXO.-
Para Jesús García, de Viajes Carrefour de Sevilla.

El Periódico CONEXO sortea en este concurso un Reloj Junghans y una Suscripción al Periódico.

✓ Todos los meses sortearémos entre los participantes un magnífico RELOJ JUNGHANS, analógico de pulsera de alta tecnología de cuarzo, y con precisión alemana. Además, también se puede conseguir una Suscripción al Periódico CONEXO, el periódico para la organización de congresos, convenciones y viajes de incentivos.

✓ Los ganadores correspondientes al presente mes son:



Análisis de Actualidad del Turismo de Reuniones y Corporativo en España



CONEXO



PVP: 18€

Solicite su ejemplar: suscripciones@nexotur.com

TurNexo

100% Agentes

Barcelona

¿Quieres presentar tu producto
a agentes de viajes de Barcelona?

—Participa como Expositor.

Info: TurNexo@TurNexo.com

¿Quieres conocer las novedades
de la oferta de este verano?

—Inscríbete 'on-line' como

Visitante en: www.TurNexo.com



Jueves 8 de Noviembre de 2018

SALÓN PROFESIONAL CONVOCADO POR
NEXOTUR

ORGANIZADOR POR
Nexopublic
CONSULTING



American Express Global Business Travel lanza una nueva aplicación

Mejora la movilidad del viajero y da información del viaje en todo momento

American Express Global Business Travel ha lanzado Amex GBT Mobile, una nueva aplicación móvil global dirigida al viajero corporativo y a través de la cual éste puede acceder a toda la información de su viaje durante sus desplazamientos por motivos de trabajo. Concebida para optimizar la movilidad del viajero y disminuir el estrés que, en muchas ocasiones, suponen los viajes de negocios, esta herramienta responde a la necesidad de mejorar la experiencia del viajero, así como contribuir a su productividad y eficiencia durante el viaje.

De hecho, según el Barómetro Europeo de Viajes de Empresa 2018, realizado por American Express Global Business Travel, el teléfono móvil adquiere un papel cada vez más protagonista en la vida diaria del viajero corporativo, pues, cada vez más, es el canal preferente utilizado para recibir alertas, realizar modificaciones en el viaje, llevar a cabo el *check-in*, realizar pagos, etc.

Así lo pone también de manifiesto 'Balancing Business Travel Tools & Policy for the Traveller Experience', un estudio realizado conjuntamente por American Express Global Business Travel y ACTE (Association of Corporate Travel Executives), que subraya que un 61% de los viajeros corporativos demanda mejores herra-

mientas tecnológicas a la hora de gestionar sus viajes.

"El viaje de negocios puede ser, en muchos casos, estresante y agotador, por lo que con esta *app* pretendemos contribuir a hacer más fácil este proceso al viajero, pues éste podrá tener al alcance de su mano, y en una sola herramienta, toda la información que necesita durante su viaje. No solamente hablamos de poder visualizar el itinerario de viaje, sino de una serie de servicios complementarios, como recibir información en tiempo real sobre el estado de su vuelo, puerta de embarque o realizar el *check-in* a través de la *app*", ha señalado Estefanía Ruiz de Esquide, responsable de Innovación y Desarrollo de Pro-



La nueva aplicación móvil.

ducto de American Express Global Business Travel en España.

Funcionalidades de la 'app'

Entre sus funcionalidades, Amex GBT Mobile permite visualizar el itinerario de viaje y la opción de poder compartirlo; recibir alertas de retrasos y cancelaciones; realizar el *check-in* del vuelo; recibir actualizaciones en tiempo real sobre el estado del vuelo, cambio en la puerta de embarque y notificación de la cinta de equipaje; sincronizar con el calendario e integrarse con las aplicaciones de mapas; o contactar con un solo toque con un consultor de viajes en caso de que sea necesario.

Otra funcionalidad reseñable es la integración de los mensajes de Expert Care™ (la solución de seguridad de American Express Global Business Travel) para geolocalización y mensajería durante situaciones de urgencia o emergencia en las que el viajero se pueda ver afectado. Una funcionalidad que, tal y como constata el Barómetro Europeo de Viajes de Empresa, da respuesta a una de las prioridades que, en los últimos años, se ha erigido como preocupación número uno entre empresas y viajeros: la seguridad.

Información:
www.gbtspain.com

Travel Air integra Amadeus Cytric Travel & Expense

Travel Air, la división de Empresas de Viajes Eroski, ha iniciado la fase de implantación de Amadeus Cytric Travel & Expense en sus clientes, una solución tecnológica basada en el concepto *end to end* en los viajes corporativos. De esta manera, Travel Air continúa afianzando su estrategia hacia la omnicanalidad y la aplicación de la tecnología en la mejora del servicio al cliente.

Amadeus Cytric Travel & Expense aplica la tecnología más puntera para integrar en una única solución los procesos de reserva y contabilización de los gastos de viaje de las empresas, acompañando así al usuario en todas las fases del viaje: antes, durante y después. La herramienta destaca por su alta capacidad de integración de contenido, incluyendo vuelos, hoteles, transporte ferroviario, alquiler de coches y otros servicios complementarios.

Mediante avanzados algoritmos de búsqueda, permite una mayor personalización del viaje corporativo, ya que muestra resultados específicos en función de los criterios definidos en la política de viajes de la empresa y las preferencias del viajero. La herramienta incluye también funcionalidades relacionadas con la asistencia al viajero y paneles de control interactivos de *business intelligence* que facilitan la gestión del *travel manager*.

En el módulo de gestión de notas de gastos y desplazamientos, Amadeus Cytric Travel & Expense simplifica al máximo el proceso de contabilización de todos los gastos relacionados con el viaje, como pueden ser un ticket de autopista o de gasolina o la comida en un restaurante. Con una simple fotografía que el viajero saque de esos *tickets*, éstos quedarán escaneados y subirán directamente a la aplicación, generando un parte de gastos y quedando asociados al resto de conceptos de ese viaje.

Información:
www.travelair-empresas.com



El director Travel Air (Viajes Eroski), Carlos Gonzalez.

Saudia Airlines amplía su servicio gratis de WhatsApp

Saudia Airlines ha decidido ampliar el servicio de WhatsApp gratuito —puesto en marcha hace un mes en las rutas domésticas— a sus vuelos en destinos internacionales, entre los cuales se encuentran Madrid y Málaga operados por los modernos B-787 Dreamliner.

Saudia, a través de su Plan de Transformación 2020, ha estado introduciendo una serie de innovaciones tecnológicas enfocadas a conseguir el máximo confort y disfrute de sus clientes a bordo. Cuando Saudia Airlines lanzó un paquete gratuito de WhatsApp en mayo de este año para todos los vuelos nacionales dentro de Arabia

Saudia y algunas rutas internacionales seleccionadas, los pasajeros mejoraron su experiencia de vuelo a bordo. Con el servicio 'Plan gratuito WhatsApp', los viajeros pueden interactuar, enviar mensajes y comunicarse con sus seres queridos y socios comerciales sin coste adicional.

Después de la positiva experiencia, el paquete gratuito de WhatsApp a bordo se extiende a todos los vuelos con conectividad Wi-Fi de Saudia Airlines, tanto en el ámbito doméstico como en internacional.

Información:
www.saudia.com



Saudia Airlines sigue mejorando la experiencia de los pasajeros.

La herramienta Pursuit Vnext incluye la selección de asientos de tren

Travel Loop añade la descarga de los billetes en dispositivos móviles

Pursuit Vnext, la herramienta de autorreservas de viajes corporativos de Travel Loop, acaba de incorporar la posibilidad de elección de asientos de tren en función de las políticas de viaje establecidas. Además, ha añadido la opción de guardar estos billetes electrónicos en Passbook o Passwallet.

Cuando se realiza una búsqueda se muestra la oferta de plazas, tarifas e itinerarios, tanto a las agencias como a los viajeros corporativos, posibilitando la reser-

va inmediata según tarifas negociadas. Al ser una solución integral, permite el volcado de los datos de compra en el *backoffice* de la agencia o de la empresa.

Además, incluye una de las funcionalidades más solicitada por los propios viajeros frecuentes: poder guardar sus billetes electrónicos en su Passbook o Passwallet. De esta manera, además de llevarlos impresos, también podrán almacenarlos en sus dispositivos móviles para tenerlos siempre a mano.

"Los viajeros corporativos demandan una mayor autonomía durante sus desplazamientos y las agencias de viajes corporativas han de sumar ese plus de agilidad en las reservas. Para ello es imprescindible disponer de una potente herramienta como Pursuit Vnext. Gracias a su sencillez se ha convertido en una de las *self booking tool* más utilizadas", han afirmado desde Travel Loop.

Información:
www.travelloop.com



Travel Loop mejora la gestión de los viajes con la incorporación de nuevas opciones de reserva.

Crean una cápsula para el trabajo en aeropuertos

La *startup* europea AirPod ha creado una revolucionaria cápsula de descanso, entretenimiento y trabajo para aeropuertos —ha lanzado ya su prototipo comercial— que dará paso, a partir de este próximo otoño, a su implantación en fase de pruebas en varios aeropuertos europeos, incluyendo España.

AirPod es una unidad en forma de cápsula que crea un entorno privado de trabajo, descanso y entretenimiento en lugares públicos (como aeropuertos, hoteles, trenes, estaciones de bus o centros comerciales). Cada AirPod dispone de un asiento que se convierte en cama, diseñado ergonómicamente, Wi-Fi de alta velocidad, aire acondicionado y purificadores de aire, cargadores USB y eléctricos, almacenaje para equipaje y objetos

personales y pantallas *display* con información sobre vuelos y conexiones.

AirPod fue concebido por dos emprendedores eslovenos, Mihael Meolic (COO) y Grega Mrgole (CEO), ambos viajeros empedernidos, que en sus numerosos desplazamientos y estancias en aeropuertos detectaron la necesidad de ofrecer espacios cómodos y accesibles para los pasajeros en tránsito. Para el CEO de esta *startup*, Grega Mrgole, "la idea detrás de AirPod es mejorar la experiencia de los viajeros, pero también ofrecer una oportunidad de inversión en criptomoneda a quienes quieran apostar por este negocio, generando rentas pasivas a sus propietarios".

Información:
<https://air-pod.io>



La cápsula AirPod en un aeropuerto.

Ricoh ayuda a NH Hotel Group a la digitalización en sus oficinas

Incluye nuevos equipos de impresión y sistemas de videoconferencia

La empresa Ricoh ha firmado con NH Hotel Group su mayor operación en el sector hotelero. El proyecto incluye, por una parte, el cambio de los equipos de impresión y multifunción y la infraestructura de TI, junto con la instalación del *software* necesario, para las oficinas centrales y todos los hoteles del grupo en España y a nivel internacional en la zona EMEA. Además, contempla la implantación de soluciones de colaboración empresarial, como la reserva de salas y las pantallas interactivas, en las oficinas centrales de la compañía en España.

De esta manera, la cadena hotelera NH Hotel Group potencia su transformación digital y adopta soluciones que implican nuevas formas de trabajo, con el objetivo de mejorar la experiencia de sus empleados, así como la agilidad y la productividad de la organización. "En NH Hotel Group estamos apostando por la innovación, por aumentar nuestro conocimiento del cliente y maximizar la eficiencia operativa. Con el objetivo de mejorar nuestra agilidad y productividad, hemos confiado en Ricoh por su flexibilidad, enfoque global y experiencia", ha destacado Alu Rodríguez, Senior VP Business Transformation NH Hotel Group.

El proyecto empezó en España en diciembre de 2017, donde ya

se han instalado más de 300 equipos, y actualmente se está extendiendo a los hoteles de NH Hotel Group en el resto de Europa en países como Alemania, Países Bajos e Italia. En total, el acuerdo prevé la instalación en España de 800 equipos multifuncionales y de impresión y de 1.000 más en la zona EMEA. A lo largo de 2018 y 2019 se completará la instalación, que abarca las oficinas centrales y los hoteles de todo el territorio.

Reuniones más productivas

Otro de los proyectos incluidos en este acuerdo es la implantación, ya finalizada, de una solución para la gestión de reserva de salas, tanto el *software* como la instalación de pantallas de reserva en la puerta de 14 salas de reuniones, ubicadas en las oficinas centrales del grupo hotelero en Madrid. Esta herramienta aporta a NH Hotel Group información sobre cómo se están utilizando las salas de reuniones y sus recursos asociados, los perfiles de ocupación y usuarios. Además, la solución de reserva de salas mejora la experiencia de los empleados, ayudándolos a saber cuándo están libres estos espacios, por cuánto tiempo y de qué recursos disponen.

Además, Ricoh ha instalado una pantalla interactiva en la

sede de la compañía, con sistema de videoconferencia embebido y *software* Quick Launch de uso intuitivo y sencillo, al alcance de cualquier usuario. Esta tecnología permite a los empleados de la cadena hotelera realizar videoconferencias con solo apretar un botón, ayudando así a comunicar a los equipos de trabajo, sin necesidad de desplazamientos, favoreciendo la sostenibilidad y el ahorro de tiempo y costes.

Información:
www.ricoh.es



El sistema de videoconferencia.

Carlson Wagonlit Travel introduce una solución que genera ahorros

Un automatismo detecta cambios de precios en reservas ya realizadas

Carlson Wagonlit Travel (CWT) ha anunciado la introducción de su herramienta Price Tracking para miles de clientes en todo el mundo, tras un exitoso periodo de prueba que consiguió ahorros de hasta un 2% del gasto total en viajes. Este proceso de implementación se realizará durante los próximos 18 meses.

La tecnología detrás de Price Tracking supervisa continuamente los precios de vuelos y habitaciones de hotel, cotejándolos con las reservas existentes. Cuando identifica una tarifa más barata, CWT cancela la reserva afectada y vuelve a contratarla por menos dinero, ofreciendo a los clientes las mejores ofertas posibles y proporcionando ahorros significativos.

"Esta tecnología puede ahorrar a nuestros clientes hasta un 2%, lo que supone una enorme suma de dinero para cualquier empresa que cuente con un programa de viajes de cierta envergadura", ha afirmado Patrice Simon, director de Tecnología, Estrategia y Desarrollo de Nuevos Productos de CWT. "Lo mejor de todo es que el proceso está muy automatizado y funciona en un segundo plano 24 horas al día, siete días a la semana, para conseguir ahorros diarios", ha añadido.

Este servicio es el resultado de una asociación entre CWT y Yapta, un proveedor de servicios de tarifas aéreas y de seguimiento de precios de hoteles. CWT examinó las ofertas de una variedad de proveedores de este tipo de tecnologías, y llegó a la conclusión de que Yapta superaba a todos sus competidores, en algunos casos por un am-

plio margen. Las pruebas iniciales de CWT en Estados Unidos han tenido mucho éxito, y las posibilidades de ahorro en el resto del mundo son aún mayores, dada la fragmentación de las ofertas en Latinoamérica, Europa y Asia-Pacífico.

Información:
www.carlsonwagonlit.com



Con la nueva herramienta de CWT los viajes serán más baratos.

Ibersystem incluye el nuevo sistema de facturación

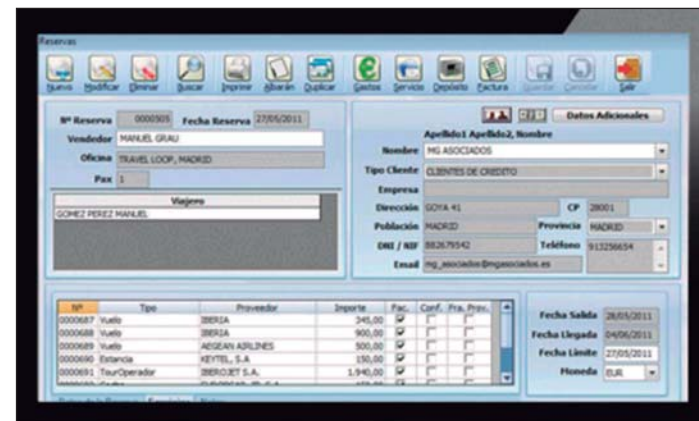
Travel Loop ha informado que su herramienta de *backoffice* Ibersystem ya tiene integrada la nueva versión 1.1 del Suministro Inmediato de Información (SII) que ha entrado en vigor el pasado 1 de julio de 2018.

Entre los cambios integrados más destacados cabe mencionar el renombramiento de algunos campos de registro para ofrecer mayor claridad y precisión jurídica en las denominaciones (periodo de liquidación, facturación por terceros o por el destinatario e importe de transmisiones de inmuebles sujetos a IVA), y se incluye un nuevo campo proporcionado por la AEAT que permite incluir una referencia propia para facturas recibidas, lo que facilita la trazabilidad; y

para mayor claridad en la venta por cuenta de terceros, se agrega un campo para informar del número de registro del acuerdo de facturación.

Además, el plazo de las rectificativas para su inclusión en el SII será desde el momento de la expedición y no de la operación, salvo motivo justificado según art. 114.dos.1º. Asimismo, las entidades que tengan liquidación voluntaria trimestral podrán acogerse al SII manteniendo el plazo de declaración trimestral. En este caso la fecha de ingreso de la liquidación se mantiene en el día 20 del mes correspondiente.

Información:
www.travelloop.com



La herramienta Ibersystem está totalmente actualizada.



El Sector ha cambiado y la Información también



NexoHotel.com 20 XX CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO 20

HOTELERÍA Y ALOJAMIENTO

Abre el Hotel Semáforo de Fisterra en el fin del mundo

El Hotel Semáforo de Fisterra acaba de abrir sus puertas en el Faro de Finisterre, el segundo punto más visitado de Galicia y que ahora se rehabilitado para ser un hotel restaurante "de ensueño".

Paradores cierra 2016 con ingresos por valor de 255 millones de euros

Los destinos exitosos a finales de 2016

Meliá Llana Beach abre sus puertas en Cabo Verde

Radisson abre su segundo resort en Gran Canaria



**Date de alta en
Nexohotel.com**

Diario online de Hotelería

**... y recíbelo cada mañana
en tu email**

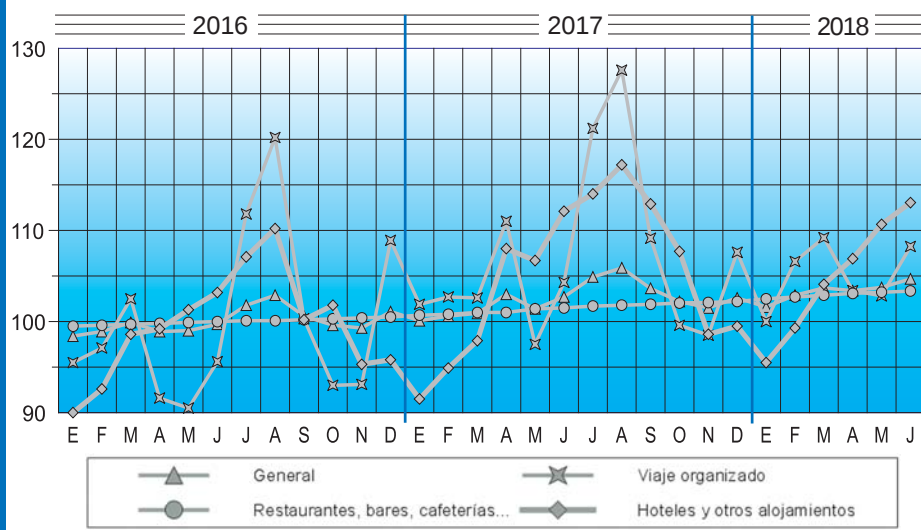
RANKING

Suben los precios

Los precios en el sector de Hostelería y Turismo han subido ligeramente en junio de 2018 respecto al mismo mes de 2017, concretamente lo han hecho un 0,9%. En cuanto a los precios del viaje organizado, estos han subido un 5,3% respecto al mes anterior y un 3,7% en relación al mismo mes de 2017. Los hoteles han visto cómo sus precios han aumentado un 2,2% mensual y un 0,7 anual. Los precios en la restauración han crecido un 2% respecto a junio del año anterior y se han mantenido respecto a mayo de 2018 (+0,9%).

EVOLUCIÓN PRECIOS DE SERVICIOS CONGRESUALES

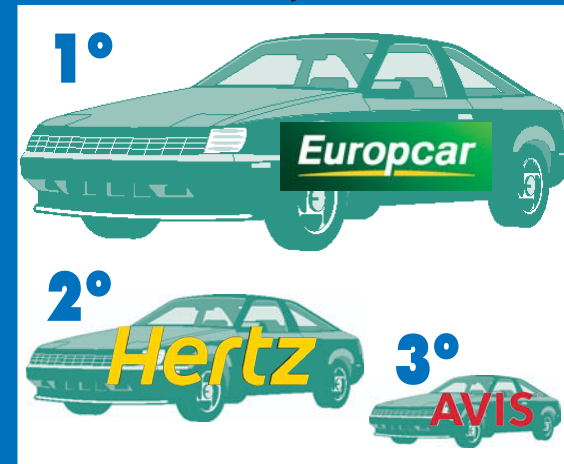
EVOLUCION DEL IPC SECTORIAL. 2016-2018



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

© CONEXO (Grupo NEXO)

RANKING ALQUILER COCHES



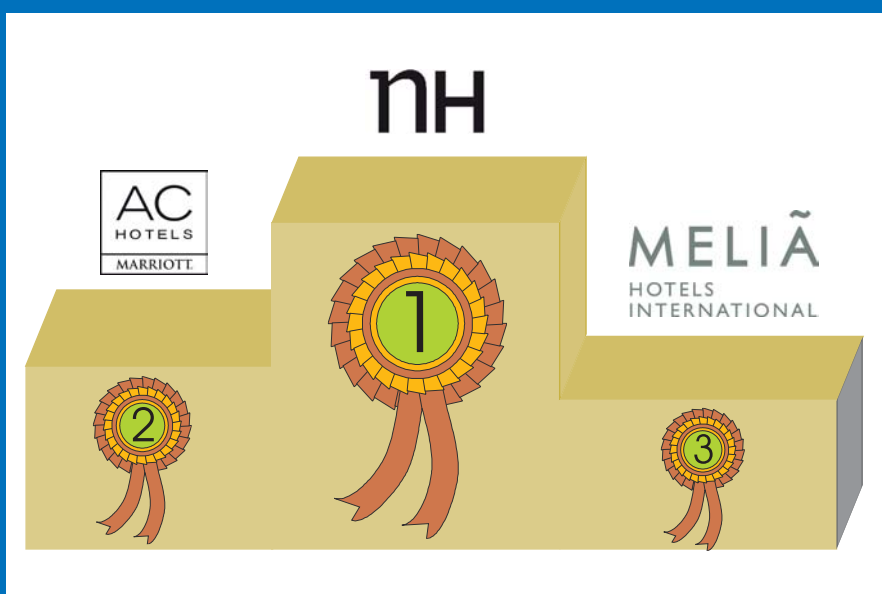
Fuente: CONEXO

© CONEXO (Grupo NEXO)

Europcar España refuerza su seguridad

La empresa de *rent a car* Europcar España ha llegado a un acuerdo con el Grupo Detector, compañía especializada en seguridad y movilidad, para la instalación de dispositivos de localización de última generación.

RANKING DE CADENAS HOTELERAS



Fuente: Base de Datos NEXO HOTEL.

© CONEXO (Grupo NEXO)

Pernotaciones

Durante el mes de junio se registraron 36,1 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros en España, un 1,2% más que en el mismo mes de 2017. La estancia media baja un 3,2% respecto a junio de 2017, continuando con 3,3 pernoctaciones por viajero. Durante los primeros seis meses de 2018 las pernoctaciones disminuyen un 0,2% respecto al mismo periodo del año anterior. Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid son los destinos principales de los viajeros residentes en España en junio. Por su parte, el principal destino elegido por los viajeros no residentes son las Islas Baleares.

RANKING DEL AUTOCARISMO



Fuente: Periódico NEXOBÚS

© CONEXO (Grupo NEXO)

Sube el transporte especial y discrecional

Más de 56,8 millones de usuarios utilizaron el transporte especial y discrecional en mayo de 2018, lo que supone un crecimiento del 3,1% en tasa anual. El número de pasajeros de transporte especial sube un 2,7%, y el discrecional crece un 3,8%.

RANKING DEL AEREO



Fuente: Semanario NEXOTUR

© CONEXO (Grupo NEXO)

Crecen los pasajeros en la red de Aena

Los aeropuertos de la red de Aena han registrado en junio más de 25,7 millones de pasajeros, un 5,1% más que en el mismo mes de 2017. El total de viajeros que pasaron en junio por los aeropuertos de la red fue de 25.744.475.

RANKING DE AGENCIAS



Fuente: Semanario NEXOTUR

© CONEXO (Grupo NEXO)

Mejora la facturación de las agencias

La facturación de agencias y turoperadores encadena ocho meses con crecimientos anuales. Además, en los cinco primeros meses de 2018 muestra un repunte del 8,3%, muy por encima de las tasas registradas en los dos últimos años.

RANKING DEL CRUCERISMO



Fuente: CONEXO

© CONEXO (Grupo NEXO)

Los cruceristas, menores de 60 años

El número de cruceristas aumenta de forma constante. Pero, además, en todas las edades. Entre enero y junio de 2018 el 74% de los turistas de crucero españoles eran menores de 60 años.

© Derechos Reservados por CONEXO / El 'RANKING CONEXO' sobre el Mercado de Reuniones engloba la evolución de las empresas proveedoras por segmentos en las reuniones que se celebran en los diferentes destinos de la geografía española. Los resultados emanan del 'Calendario CONEXO', así como de diversas fuentes consultadas, indicadas al pie de cada uno de los gráficos. Las respuestas recibidas a través del 'Concurso CONEXO' son tomadas en consideración para la elaboración del Ranking. Este índice, basado en las fuentes citadas, es de elaboración propia de CONEXO, estando estrictamente prohibida su reproducción, total o parcial, y por cualquier medio, sin la expresa autorización del Nexo Editores SA, empresa editora del Grupo NEXO.

Instrumentos de Trabajo Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera



Premio Madrid Excelente
al Grupo Informativo
Nacional



Placa al Mérito
Turístico del
Estado Español



Premio Iberoamericano
de Periodismo
Especializado

De Profesional
a Profesional



Las Publicaciones del Grupo NEXO están en la mesa de trabajo de miles de Empresarios y de Profesionales

Nuestros estudios y artículos se esperan, se leen, son comentados,
fotocopiados, recortados, se archivan y sirven como consulta



Nexotrans.com
TRANSPORTE DE MERCANCIAS
PERIODICO DIARIO ONLINE

NexoLog.com
LOGISTICA DE TRANSPORTE
PERIODICO DIARIO ONLINE

Nexotrans
TRANSPORTE DE MERCANCIAS
PERIODICO SEMANAL (50 EDICIONES)

Nexocar
INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCION
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)



GOLD&TIME
JOYERIA Y GEMOLOGÍA
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

GOLD&TIME
JOYERÍA, GEMOLOGÍA, ORFEBRERÍA
REVISTA SEMESTRAL (2 EDICIONES)

NEXOTIME & ALTA RELOJERIA
RELOJERÍA E INDUSTRIAS AFINES
PERIÓDICO BIMESTRAL (6 EDICIONES)

EL ECO
FILATELIA Y NUMISMÁTICA
MENSUAL (11 EDICIONES)



G&T-ECONOMÍA
PRECIOS DE GEMAS Y COYUNTURA
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

GOLDTIME.org
JOYERIA Y GEMOLOGÍA
PERIODICO DIARIO ONLINE

JOYAS DE AUTOR
DISEÑO DE JOYAS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

ART & VALUE
TASACION DE ALHAJAS
MENSUAL (11 EDICIONES)

PRODIAM
ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y
LAS PIEDRAS PRECIOSAS

IGE & MINAS
INST. GEMOLÓGICO ESPAÑOL
MENSUAL (11 EDICIONES)



VOLVO EN RUTA
TRANSPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

MAN people
TRANSPORTE MERCANCIAS
TRIMESTRAL (4 EDICIONES)

MANmagazine
TRANSPORTE MERCANCIAS
CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)

MAN WORLD
TRANSPORTE MERCANCIAS
SEMESTRAL (2 EDICIONES)

AEA
ENGASTADO DE JOYAS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEMPSA
METALES PRECIOSOS
PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEDE CENTRAL DEL GRUPO:
LOPE DE VEGA, 13. 28014 MADRID
TELF. 91 369 41 00 (20 LÍNEAS)

NEXO
editores s.a.

FAX. 91 369 18 39
EMAIL: SECRETARIA@GRUPONEXO.ORG
WEB: WWW.NEXOTUR.COM

Gala Hotels actualiza el diseño de su ‘web’ conservando su estructura

La versión actual de la página web de Gala Hotels mantiene, con algunos cambios en el formato de sus páginas, la información sobre alojamientos en todo el mundo y una fácil gestión de reservas, pero no está disponible para las agencias.



www.galahotels.com

Gala Hotels, central de reservas hoteleras con sede en Estambul, ha modificado el diseño de sus pantallas, compatibles para cualquier tipo de terminal, manteniendo una fácil y rápida gestión de reservas de alojamientos —no disponible para las agencias de viajes— y el acceso a la descripción de los más de 100.000 hoteles que incluye en todo el mundo en la que ofrece toda la información sobre habitaciones, tarifas y ofertas de los hoteles. Por otro lado, la página sólo presenta versiones en castellano y otros seis idiomas, aunque la descripción del hotel es siempre en inglés.

INFORMACIÓN	RESERVA	GENERAL
Desde una lista de destinos por países y desde la consulta para reserva, se accede a un completo buscador para el destino y a una información adecuada del establecimiento seleccionado incluyendo su galería de fotos y las opiniones de los usuarios de TripAdvisor.	Incluye un fácil sistema de reservas en cuatro pasos, con pago mediante tarjeta, que ofrece una completa información de habitaciones y tarifas, disponible únicamente para el usuario final. También ofrece un formulario para la solicitud de presupuestos de grupos.	La página incluye una limitada información de la empresa, su oficina central y sus teléfonos en varios países, además de la descripción de las características de sus ofertas, un formulario para consultas y otro para solicitar información para los viajes de negocios.
▲ Lo Mejor / Cobertura	▼ Lo Peor / Información Hoteles	
Ofrece la posibilidad de gestionar fácilmente reservas de alojamientos en gran parte del mundo.	Sigue ofreciendo un texto limitado en la descripción del hotel, que no está traducido en la versión en castellano.	

GALA HOTELS / Centrales

Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
10	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
8	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
10	GESTION DE RESERVAS									
10	CONFIRMACION INMEDIATA									
6	OTROS SERVICIOS									
10	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

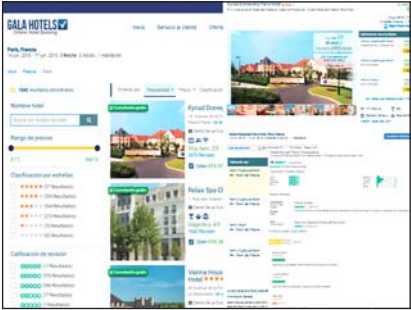
EVALUACION CONEXO

La página de Galas Hotels, aunque incluye una amplia oferta de alojamientos en todo el mundo de fácil consulta y una sencilla gestión de reservas, todo ello desde cualquier tipo de terminal, no es útil para las agencias, ya que no tienen la posibilidad de gestionar en ella sus reservas.

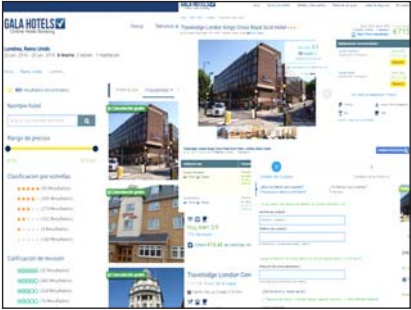
7,3



Entrada / Con diseño compatible ofrece la selección para la reserva y el acceso a las demás áreas de información.



Producto / En la reserva ofrece un completo buscador de hoteles y la descripción y opiniones en TripAdvisor.



Reserva / Mantiene con pocos cambios su sistema de gestión de reservas, no válido para las agencias de viajes.

La nueva página ‘web responsive’ de Turismo en la ciudad de Orense

Orense presenta una nueva versión de diseño compatible de su página de Turismo, con una nueva de estructura de accesos a la información de sus atractivos y servicios turísticos y un buscador de alojamientos con acceso a su web para reservar.



www.turismodeourense.com

El Concello de Orense presenta una nueva versión disponible desde terminales móviles de su página de Turismo con una presentación y una estructura muy mejoradas respecto a la anterior que, con nuevos diseño y estructura, amplía la información sobre los atractivos turísticos de la ciudad, con pocas referencias al resto de la provincia. Mantiene un buscador de alojamientos por tipo con su información básica y el acceso a su descripción y a su web para la gestión de reservas. En cuanto a idiomas, mantiene las versiones en castellano, gallego e inglés.

INFORMACIÓN	RESERVA	GENERAL
Ofrece sugerencias por tipo de viaje, un área de terminalismo, unas notas sobre su gastronomía y una amplia información sobre la ciudad, su oferta cultural de arte y patrimonio, con la descripción y el acceso a la web de cada tema, y de ocio y compras, así como un área de multimedia.	Ofrece relaciones de alojamientos por tipo, en las que, además de una foto incluye sus características básicas, su correo y el acceso a una descripción general, pero no contempla la gestión de reservas, para lo que ofrece el enlace con la página del establecimiento.	La página web incluye un área de información sobre Orense y su entorno, una agenda de eventos próximos con enlace a la descripción de los eventos. También informa sobre su Oficina de Turismo, empresas de servicios turísticos en la ciudad y otros servicios al viajero.
▲ Lo Mejor / Amigable	▼ Lo Peor / Entorno	
Con un diseño válido para cualquier tipo de terminal y una adecuada estructura, es una página de muy fácil uso.	Sería interesante que la página incluyera más información sobre los monumentos que existen en su entorno.	

ORENSE / Destinos

Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
10	% DEL PRODUCTO									
6	ACTUALIZACIÓN									
10	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
10	IDIOMAS									
10	ENLACE CON OTROS PORTALES									
6	GESTION DE ALOJAMIENTOS									
6	GESTION DE TRANSPORTES									
4	GESTION DE OTROS SERVICIOS									

EVALUACION CONEXO

La página oficial de Turismo de Orense, a pesar de su correcto diseño y su información sobre sus atractivos y servicios turísticos, es de interés limitado para los profesionales de Turismo, a los que no ofrece información específica ni sobre organización de eventos en la ciudad.

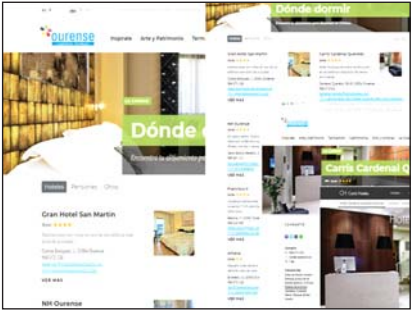
6,9



Entrada / Presenta el acceso a todas sus áreas de información, un buscador y un tablero con sus recomendaciones.



Producto / Por cada área de información ofrece distintos tipos, sus alternativas y su descripción con apartados.



Reserva / Ofrece una relación de alojamientos por tipo con sus datos principales y el acceso a su descripción y a su web.

La nueva versión ‘responsive’ de la página del Palacio de Torremolinos

El Palacio de Congresos de Torremolinos presenta una nueva versión compatible de su página *web* que mantiene una descripción adecuada del edificio y sus espacios y limitada de sus servicios y tarifas, mientras ha incluido nueva una agenda de eventos.



www.palacio-congresos.com

La nueva versión de la página del **Palacio de Congresos y Exposiciones de la Costa del Sol-Torremolinos** ofrece, con un nuevo y adecuado diseño compatible para cualquier tipo de terminal, la información sobre el palacio y sus espacios, aunque ya no informa de sus tarifas, así como la relación de sus servicios básicos y técnicos, pero sin información de otros proveedores externos. Ha incluido una nueva agenda de eventos por tipo y año, con acceso a su descripción y su página *web*. Por otro lado, la nueva versión se presenta únicamente en castellano e inglés.

INFORMACIÓN	SERVICIOS	EVENTOS
Ofrece información del Palacio, su forma de gestión y de las empresas en él alojadas, así como la descripción y las principales características de cada uno de sus espacios, incluyendo su plano, dimensiones, capacidad, principales servicios, una visita virtual, vídeos y fotos.	Informa sobre catering, parking y Wi-Fi, e incluye una relación de los servicios técnicos por tipo que ofrece a los expositores, pero no informa sobre otros servicios de terceros ni incluye las tarifas de espacios ni servicios. Presenta un formulario para solicitar presupuesto.	Ofrece una agenda de todo tipo de eventos que se pueden seleccionar por categoría o por año, aunque por el momento sólo incluye los de 2018. Presenta el evento con su fecha y nombre y permite acceder a su descripción y características entre las que incluye su correo y su <i>web</i> .
▲ Lo Mejor / Diseño	▼ Lo Peor / Servicios y Eventos	
Sigue siendo una página de diseño adecuado y ahora compatible, que permite un fácil acceso a su información.	Ofrece únicamente una relación de sus servicios técnicos sin informar de otros proveedores ni sobre sus tarifas.	

TORREMOLINOS / Congresos

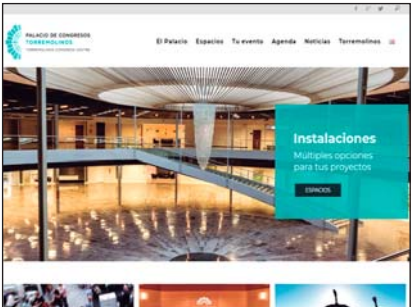
Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
8	% DEL PRODUCTO									
10	ACTUALIZACIÓN									
8	CALIDAD INFORMACIÓN									
6	COBERTURA PRODUCTO									
10	IDIOMAS									
10	INFORMACION A EXPOSITORES									
10	INFORMACION A VISITANTES									
10	INFORMACION DEL ENTORNO									
6	OTROS SERVICIOS									

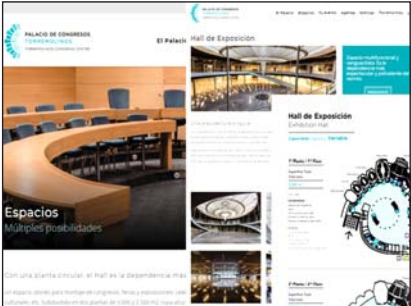
EVALUACION CONEXO

El Palacio de Exposiciones y Congresos de Torremolinos presenta a los organizadores de eventos una nueva página bien diseñada y compatible, con información adecuada sobre sus espacios y eventos programados, pero mejorable sobre sus servicios y sus tarifas.

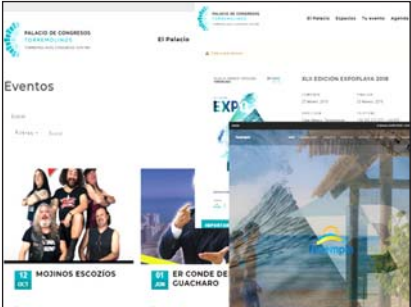
6,5



Entrada / Presenta el acceso a la información del Palacio, sus espacios, servicios, agenda de eventos y su gestión.



Servicios / Presenta la descripción de cada espacio con su ficha técnica y una relación de los servicios que ofrece.



Eventos / Ofrece una agenda de eventos con acceso a la descripción del evento y a su página *web* cuando existe.

Hoteles y apartamentos en Italia en la nueva ‘website’ de Ata Hotels

Ata Hotels presenta una nueva versión *responsive* de su página que, con nuevos diseño y estructura, ofrece a clientes, agencias de viajes y empresas concertadas la información sobre sus establecimientos en Italia y una fácil gestión de sus reservas.



www.atahotels.it

AtaHotels, cadena italiana que ofrece 12 hoteles y apartahoteles en diversas zonas del país, presenta una nueva versión de su página —compatible para cualquier tipo de terminal—, que mantiene la información sobre sus establecimientos, con una especial atención a sus servicios para reuniones y eventos, y su sistema de gestión de reservas, válido para clientes, empresas registradas y agencias de viajes, aunque no contempla el acceso posterior a la reserva para su mantenimiento o cancelación *online*. Esta versión presenta únicamente versiones en italiano e inglés.

INFORMACIÓN	RESERVA	GENERAL
Se accede a los hoteles y a los apartamentos desde la cabecera o desde su imagen en la primera página. Presenta la descripción del hotel, características, servicios y habitaciones, pero ya no incluye el mapa de Italia con los establecimientos que había en la versión anterior.	Mantiene un sistema de reservas de fácil uso y con información sobre el hotel y las opciones y servicios que ofrece. Dispone de áreas específicas para gestión desde agencias y empresas registradas en el sistema, pero sigue sin contemplar el acceso posterior a la reserva.	Incluye un amplio conjunto de información sobre la empresa, sus colaboradores, sus promociones y sus formas de contacto. También dedica una amplia área a las facilidades para organización de eventos que ofrecen sus hoteles y ofrece un formulario para solicitar presupuesto.
▲ Lo Mejor / Amigable	▼ Lo Peor / Mantenimiento	
Sigue siendo una página bien diseñada, con una gestión muy sencilla para clientes, empresas y agencias de viajes.	Sigue sin ofrecer la posibilidad de acceso posterior a la reserva para su modificación o cancelación <i>online</i> .	

ATA / Hoteles

Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
8	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
10	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
10	GESTIÓN DE RESERVAS									
8	CONFIRMACIÓN INMEDIATA									
6	OTROS SERVICIOS									
10	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

EVALUACION CONEXO

La nueva versión de la página *web* de Ata Hotels sigue dedicando un área específica a empresas y agencias de viajes, que pueden gestionar en ella sus reservas de forma sencilla, y también ofrece un formulario para solicitar presupuestos de reuniones y eventos.

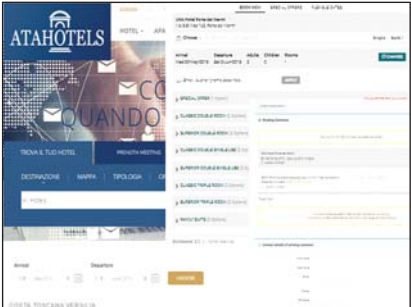
7,2



Entrada / En el nuevo formato presenta hoteles, apartamentos, MICE, ofertas y el acceso para agencias y empresas.



Producto / Accediendo desde la primera pantalla presenta una completa descripción del hotel y sus características.



Reserva / Ofrece un sencillo sistema de reserva de estancias y servicios, con áreas para agencias y empresas registradas.



La guía para saber cómo comportarse

Título: *¿Será correcto?* / Autoras: Concha Blasco y María Canosa / Edita: Hércules de Ediciones / Tfno. 981 220 585 / Mail: info@herculesediciones.es

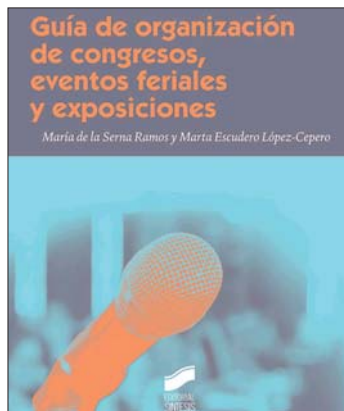
¿Tengo que levantarme cuando me presentan a alguien? ¿Puedo apoyar los antebrazos en la mesa cuando estoy comiendo? Todas estas cuestiones y muchas más tienen su respuesta en '¿Será correcto?', una guía divertida y sencilla, de fácil lectura y manejo y que seguramente ayudará a sacar al lector de más de un apuro. En la vida cotidiana de la mayoría de las personas, nos encontramos ante diversas situaciones que nos presentan dudas y que resolvemos como podemos, pero desconocemos si fue aquella la mejor manera de hacerlo. No obstante, saber cómo hay que comportarse tampoco es difícil.



Conocer la nueva agencia de viajes

Título: *Vivir de los viajes* / Autor: Álvaro Alcántara Calero / Edita: Letras de Autor / Tfno. 91 151 16 14 / Mail: info@letrasdeautor.com / www.letrasdeautor.com

¿Quieres emprender convirtiéndote en agente de viajes? El turismo sigue siendo la principal fuente de ingresos en España y el negocio de los viajes genera una gran atracción entre los emprendedores. El objetivo del libro es doble: ayudar a aquellos emprendedores que optan por abrirse hueco en el mundo de los viajes; y ayudar a aquellas agencias de viajes que provienen de modelos tradicionales y quieren comenzar el camino de la transformación profesional y tecnológica. Estos cambios les permitirán adaptarse a los modelos de negocio que lideran hoy la venta de viajes.



Manual profesional para el organizador

Título: *Guía de organización de congresos, eventos feriales y exposiciones* / Autoras: María de la Serna y Ana escudero / Edita: Síntesis / Tfno. 91 593 20 98

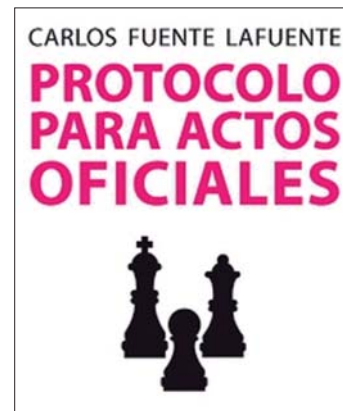
El mercado de reuniones es aquel que abarca la organización de actos, tanto públicos como privados, con un objetivo concreto, para un público con un interés común y que cada vez manifiesta una mayor profesionalidad de los participantes. Esta obra, dirigida fundamentalmente a aquellos profesionales que se enfrentan al reto de organizar un evento en el mercado de reuniones, explica de forma detallada y práctica todos los pasos que seguir para un correcto y, sobre todo, eficiente diseño, organización y gestión integral tanto de un congreso como de un evento ferial, una jornada, un seminario o una exposición.



Mejorar el nivel de inglés en el turismo

Título: *Guía práctica de inglés profesional para turismo* / Autora: Lupe Julián Riofrio / Edita: Paraninfo / Tfno. 914 463 350 / Mail: info@paraninfo.es

¿Se considera buen profesional del turismo pero tiene pendiente mejorar su nivel de inglés? ¿Alguna vez ha tenido la sensación de que su nivel de inglés le impide dar el cien por cien en su profesión? Paraninfo presenta la guía práctica que estaba esperando. Con una estructura que incluye Listenings, Vocabulary, Grammar, Role-play y un planteamiento bilingüe, se utilizan topics como Car hire, Hotel bills, Travel Agency hiring Hotel Services, Booking a room, Weather and time, Environment, Greeting and introducing, Dealing with problems, Offering help and advice para desarrollar los diferentes contenidos.



El protocolo oficial del Estado español

Título: *Protocolo para actos oficiales* / Autor: Carlos Fuente Lafuente / Edita: UOC / Tfno. 93 486 39 40 / Mail: ediuoc@uoc.edu / Web: www.editorialuoc.cat

¿Qué tratamiento protocolario hay que darle? ¿Cómo ordeno las banderas oficiales si al evento acude una alta autoridad? ¿Puedo enviar una invitación de un acto solemne oficial a través del correo electrónico? ¿El delegado del presidente de la Comunidad tiene el mismo tratamiento protocolario? Este libro pretende resolver estas y otras preguntas, por ello ha sido concebido para entender el protocolo y ceremonial de Estado en España y saberse manejar en la organización de actos promovidos por las instituciones públicas o eventos de las entidades no oficiales a los que acuden autoridades del Estado.

N↑ BOLSA DE TRABAJO nexotur.com

¿Necesita un profesional?

Ofertas y Demandas de Empleo para Profesionales de Agencias de Viajes

Inserte ahora sus ofertas y demandas en Internet, en la web: www.nexotur.com

Cumplimente AHORA sus demandas y ofertas de empleo en tiempo real

¿Busca trabajo?

Una iniciativa de NEXOTUR y Nexopublic, en colaboración con AEDAVE y UNAV para la Comunidad de Madrid



REURÓSCOPO



ARIES

21 de marzo - 20 de abril

Centrado en asuntos familiares, tendrás que afrontar un pequeño desencuentro con algunos de tus seres queridos.



TAURO

21 de abril - 20 de mayo

Días muy útiles para arreglar asuntillos domésticos que habías dejado aparcados hasta nueva fecha. Aprovechalos.



GEMINIS

21 mayo - 21 de junio

Sentirás el equilibrio necesario para hacer frente a las nuevas demandas profesionales que te llegarán en la agencia.



CANCER

22 de junio - 22 de julio

No es momento de cambios drásticos en ningún sentido, así que mejor cuenta hasta diez y mañana será otro día.



LEO

23 de julio - 23 de agosto

Te sentirás especialmente protegido por alguien que asumirá momentáneamente parte de tus responsabilidades.



VIRGO

24 de agosto - 22 de sepbre.

El hábito no hace al monje, así que no te dejes llevar por la imagen ajena y valora las soluciones que te puedan aportar.



LIBRA

23 septbre. - 22 octubre

Te proporcionarán ideas para proyectos futuros, así que no dudes en mostrarte extrovertido y receptivo con todo.



ESCORPIO

23 octubre - 22 novbre.

La claridad mental será buena para organizar el trabajo en la agencia, que comienza a acumular asuntos pendientes.



SAGITARIO

23 de nov. - 21 de decbre.

Aprende a decir que no con más frecuencia o acabarás por cargar con carros y carretas, tanto propios como ajenos.



CAPRICORNIO

22 de decbre. - 20 de enero

Aprovecha la inspiración de tus jefes o de tu equipo de trabajo para sacar adelante alguna de tus propias ideas.



ACUARIO

21 de enero - 19 de febrero

Jornadas importantes para los negocios, si bien tendrás que afrontar alguna deuda antes de pasar nueva página.



PISCIS

20 de febrero - 20 de marzo

Sin darte cuenta, probablemente estés descuidando un poco tu imagen. Harás bien en volver a cuidar las formas.

NOMBRAMIENTOS

Cargos de responsabilidad

● Con motivo de la reciente fusión de Globally con el grupo americano Newlink, Patricia Ramos, con casi 10 años de experiencia en el Sector, se ha incorporado a la agencia como directora de Eventos.

● American Express Global Business Travel (GBT) ha nombrado a Julien Kauffmann nuevo vicepresidente y director general para Francia, Benelux y el sur de Europa.

● Enterprise Rent-A-Car ha anunciado el nombramiento de Renzo Roncal como vicepresidente de Rental para España.

● Carlson Wagonlit Travel (CWT) ha nombrado a Rachel O'Brien vicepresidenta y directora de transformación tecnológica con efecto inmediato.

● La compañía de renting, gestión de flotas y movilidad corporativa Alphabet ha anunciado el nombramiento de su nuevo director de Operaciones, José Corrales, reportando a la Dirección General.

CURSOS

Formación y aprendizaje

Máster en Organización de Eventos, Protocolo y Turismo MICE



El Máster en Organización de Eventos, Protocolo y Turismo de Negocio (MICE) de

Ostelea tiene como objetivo formar profesionales y directivos que lideren proyectos empresariales centrados en la planificación y gestión de distintos tipos de eventos (en especial acciones de *meetings*, *incentives*, *conferences* y *exhibitions*, así como congresos y convenciones, ferias profesionales), dominen los conceptos de protocolo y las estrategias de comunicación y relaciones públicas y generen un desarrollo turístico centrado en el segmento del turismo de negocios de calidad, así como con la perspectiva empresarial necesaria para ser eficientes en la toma de decisiones. El Máster se imparte en Barcelona como destino de negocios y congresos de primer orden mundial.

Ostelea
✉ www.ostealea.com

LEGISLACIÓN

Contratación

Ministerio de Hacienda

✓ El Boletín Oficial del Estado (BOE) ha publicado el anuncio de licitación de Presidencia de la Autoridad Independiente de Responsabilidad Fiscal para la prestación del servicio de agencia de viajes. El valor estimado del contrato es de 122.000 euros con una duración estimada del contrato de 12 meses desde el 1 de octubre de 2018 con posibilidad de acuerdo macro o sistema dinámico de adquisición. El tipo de procedimiento del expediente es abierto. La apertura de la oferta económica se conocerá el 13 de septiembre de 2018 a las 09:00 horas en la sede de la Autoridad Independiente de Responsabilidad Fiscal. Las condiciones de participación son tres: situación personal, situación económica y financiera y situación técnica y profesional. Las empresas solicitantes de la contratación tendrán que cumplir las Convenciones fundamentales de la Organización Mundial del Trabajo.

Boletín Oficial del Estado
✉ www.boe.es

Especialistas en Agencias de Viajes



Asesoría Turística

- Contabilidad
- Socio-Laboral
- Fiscal
- Jurídico-Mercantil

Subvenciones

Servicios Jurídicos

Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid

☎ 91 521 53 15 - 521 46 92
Fax: 91 522 98 12



El Palacio de Congresos de Valencia cuenta con dos reconocimientos como mejor recinto congresual del mundo en sus dos décadas de historia.

Valencia tiene el Mejor Palacio del Mundo

El Palacio de Congresos de Valencia ha sido elegido, por segunda vez en su historia, como 'Mejor Palacio de Congresos del Mundo' por la Asociación Internacional de Palacios de Congresos (AIPC). Este galardón, que se entrega desde hace 20 años, lo ostentan en la actualidad solo 10 palacios en todo el mundo.

El galardón se ha anunciado durante la celebración en Londres del Congreso Anual de la AIPC. El presidente de la Asociación Internacional de Palacios de Congresos, Aloysius Arlando, ha sido el encargado de entregar el premio a la directora del Palacio de Congresos de Valencia, Sylvia Andrés. Este reconocimiento "es especialmente importante como respaldo a la gestión y los resul-

tados que hemos conseguido", ha afirmado la directora. Por su parte, la presidenta del Palacio de Congresos, Sandra Gómez, ha manifestado su satisfacción y ha felicitado tanto a la directora como a su equipo por un reconocimiento que, en su opinión, "avala la apuesta decidida que hemos hecho desde la Concejalía de Desarrollo Económico Sostenible del Ayuntamiento de Valencia para



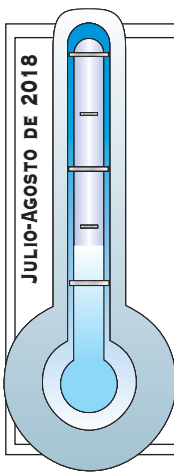
Sylvia Andrés
Directora del Palacio de Congresos de Valencia

'La mejor prescripción'

"El reconocimiento de un palacio de congresos como Mejor del Mundo en opinión de sus clientes es la mejor prescripción que puede tener un centro congresual. Además, coincide que este año celebramos nuestro 20 aniversario".

que continuara siendo competitivo y siguiera siendo un motor que genere economía y, por lo tanto, empleo y bienestar en la ciudad para la ciudad". "Fruto del buen trabajo llevado a cabo por todo el

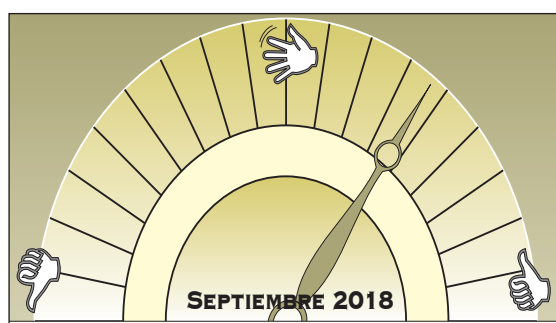
equipo del Palacio de Congresos, del papel de prescripción que ejercen los embajadores y de la apuesta decidida del Ayuntamiento de Valencia, hemos podido llegar hasta aquí", ha remarcado Gómez.



BARÓMETRO DE RESULTADOS

Se retoma la actividad congresual

El Turismo de Reuniones e Incentivos en España se ha tomado un pequeño respiro, como es habitual, en el mes de agosto. Los equipos de los palacios de congresos y centros de congresos han aprovechado para recargar energías —no así los de los hoteles, que han seguido trabajando el área vacacional— y volver este mes de septiembre que llega con una importante agenda de eventos por todo el territorio nacional, ya sean congresos, convenciones, jornadas o pequeñas reuniones empresariales. La actividad empresarial en nuestro país continúa con una tendencia alcista y esto tiene su respuesta también en el Sector MICE, que ve cómo el número de eventos va creciendo y las perspectivas de futuro también.



INDICADOR DE EXPECTATIVAS

✓ CLAVES

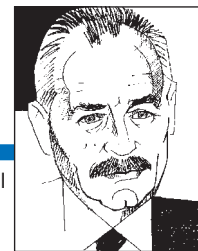
El riesgo de la imagen compartida

QUÉ DIFÍCIL ES hacerlo bien y que no se note! Cuando se celebra una actividad ajena en un Palacio de Congresos o Recinto Ferial, uno de los mayores peligros, a nivel del asistente participante, es la imagen que proyecta el mismo.

Depender de terceros siempre conlleva un riesgo. Es el que contrata el tamaño, cantidad y calidad. En cualquiera de ellos puede quedarse corto o pasarse. Por presupuesto, por no saber y no dejarse aconsejar o por otras razones en las cuales no voy a entrar. El resultado final repercute en él pero también en el palacio o recinto.

El comercial que lo atiende no sólo debe tomar nota. Debe saber vender atención, servicio, apoyo logístico y cuidar la imagen del ente. Debe saber aconsejar y tratar de adecuar los servicios, a su juicio necesarios, e incluirlos en el precio final sin que este deje de ser competitivo. Si el cliente se pasa, hacerle ver su error y en consecuencia, la posibilidad de reducir el coste de la actividad. Esto se llama fidelización. Si por lo contrario se queda corto en los mismos es precisamente ahí donde reside el riesgo de la mala imagen compartida.

Un Palacio y/o Recinto Ferial ofrece: pabellones, auditorios, salones, despachos, cabinas de traducción simultáneas, azafatas, seguridad, limpieza, restauración, megafonía y señalética. Cada uno de estos servicios repercute directamente en la percepción que el asistente tiene y que no puede ni sabe discernir quién es el responsable de la carencia o deficiencia, que es, siempre y lamentablemente, lo primero que se nota y se comenta. Hacerlo bien es el reto de ambos.



Claudio Meffert
Director del Consejo Asesor de CONEXO



Suscríbase ahora al Periódico del Sector de Reuniones e Incentivos

...y consiga un excepcional regalo de bienvenida!

CONEXO ofrece a los responsables de la Organización de Congresos, Convenciones y Viajes de Incentivo un regalo excepcional con la Suscripción al Periódico: la 'Guía de Proveedores'.

La última edición, con los bookings actualizados de todas las Mayoristas, Cadenas Hoteleras, Centrales de Reservas, Compañías Aéreas, Marítimas, de Ferrocarril y Alquiler de Coches, así como Empresas de Servicios y Organismos.

✉ Enviar Boletín a suscripciones@nexotur.com

BOLETIN DE SUSCRIPCION CONEXO

Deseo suscribirme al Periódico CONEXO durante un año, recibiendo la nueva Guía de Proveedores, por sólo 57 euros.

D./Dª:
Empresa:
Dirección:
Ciudad: Prov.:
C.Postal: CIF:
☎: (.....) Fax:
e-mail:
Fecha de nacimiento: Firma:

Domiciliación Bancaria / Ruego carguen en mi cuenta los recibos que presente Nexo Editores SA correspondiente a mi suscripción al Periódico CONEXO.

Nº Cuenta
Banco:
Titular:
CIF:
Firma: