

meetiv

Nº 1
JUNIO 2009
9 €

DESTINOS, IDEAS Y TENDENCIAS PARA EL VIAJE DE NEGOCIO

DESTINOS

BARCELONA

PARÍS

COSTA DEL SOL

COSTA RICA

VIAJEROS FRECUENTES

JOSÉ RIBAGORDA

PANORAMA

HOTELES LOW COST

FRENTE A FRENTE

BUSINESS CLASS

VS. JET PRIVADO

100
propuestas

PARA VIAJAR
EN TIEMPOS DE CRISIS



PORQUE USTED QUIERE
CONTROLAR HACIA DONDE
VA SU NEGOCIO.



Copyright © 2009 CWT



AHORA, MÁS QUE NUNCA, NECESITA
UNA GESTIÓN EFICAZ DE LOS VIAJES.

Carlson Wagonlit Travel da la más cordial BIENVENIDA a la nueva
publicación **MEET-IN** y le desea una larga trayectoria y
muchos éxitos y aportaciones al sector de los Viajes de Negocios.

Carlson Wagonlit Travel
Oficinas Centrales en España
Princesa, 3 - 4º
28008 Madrid
Tel: +34 91 540 91 23

www.carlsonwagonlit.es

Carlson
Wagonlit
Travel



SUMARIO #1

junio 2009

06 SCANNER

Novedades sobre transporte, alojamientos, destinos y tecnología

18 FOCUS

La hora del "travel smarter"

100 propuestas para viajar en tiempos de crisis

40 DESTINATION

Barcelona, el elixir de la juventud

París, la ciudad del eterno regreso

Costa del Sol, más allá del astro rey

Costa Rica, la biodiversidad hecha incentivo

76 VIAJEROS FRECUENTES

José Ribagorda, presentador de Telecinco

78 FRENTE A FRENTE

Clase business vs Jet privado

80 PANORAMA

Más corbatas que nunca en los hoteles low cost

La nueva T1, El Prat se hace mayor

90 EVENT PLANET

Matemáticas y eventos

93 KNOW HOW

¿Para qué sirve una agencia de viajes?

94 TRAVELSHOP

San Petersburgo, Emporio Nevsky

96 SABORES DE FUERA

Sushi, nutritivo y saludable

98 CHECK OUT

Ponga una abuela en su crisis

Disfruta de una ciudad
abrazada al mar.
Relájate, cuídate, diviértete,
despierta tus sensaciones.
Vive una historia de amor...
por amor al agua.

Gijón

en todos los
sentidos

Estás en Gijón: no querrás perderte nada...
en todos los sentidos. Con todos los sentidos.



TALASO
PONTENTE

meetin

DESTINOS, IDEAS Y TENDENCIAS PARA EL VIAJE DE NEGOCIO

www.meet-in.es

Editora: Natalia Ros

Director: Fernando Sagaseta

Directora creativa:

Paula Mastrángelo

Dirección de arte:

Rosa Baldrich

Diseño gráfico:

Francesc Zaragoza

Jefa de diseño:

Sara Lozano

Directora Comercial:

Natalia Ros

natalia.ros@meet-in.es

Coordinación:

Ana Blanca

Asesoramiento lingüístico:

Óscar Canales

Colaboradores:

Eva López, Marcos Meier, Agustí

Valls, Ana Cortezo, Ana Blanca,

José Luis García Lorente, Anne

Golec, Fernando López.

Producción:

Cristina Prats

Redacción y Publicidad:

Paseo de la Castellana, 121 - 6ºB

28046 Madrid

Tel. 91 417 04 58

redaccion@meet-in.es

comercial@meet-in.es

Suscripciones:

info@meet-in.es

Administración:

administracion@meet-in.es

EDITA

Business Travel Management, S.L.

Guítard, 43 - 1ª Pta.

08014 Barcelona

Tel. 93 363 78 40

DISEÑO Y REALIZACIÓN

BPMO Edigrup

Paseo de la Castellana, 121 - 6ºB

28046 Madrid

Tel. 91 417 04 58

www.bpmoedigrup.com

FOTOMECÁNICA

Chafer

IMPRESIÓN

Enlaze3 Print Management

Tirada: 17.000 ejemplares

DEPÓSITO LEGAL: M-23756-2009

© Prohibida la reproducción total o parcial de textos, dibujos, gráficos y fotografías de esta publicación, cualquiera que sea el medio de reproducción utilizado, sin autorización previa y expresa de meetin y BPMO Edigrup.

meetin y BPMO Edigrup no asumen como propias las opiniones que puedan ofrecer los autores en esta revista.

Por eso estamos aquí...

¿qué se puede contar a estas alturas de esa megacrisis mundial y particular que se ensaña con nuestros bolsillos, nuestras perspectivas e incluso a veces con nuestras ilusiones? Poca cosa. En esas estamos. Con tanta macroeconomía adversa, la cuestión no es volver a analizar cómo hemos llegado hasta aquí, sino qué hacemos para salir. Por eso da tanta satisfacción comprobar que los proveedores turísticos están huyendo de las lamentaciones, al menos de puertas para afuera, y se esfuerzan por ofrecer alternativas para que el viajero de negocios renuncie al socorrido sucedáneo de la videoconferencia y siga cogiendo la maleta para verse las caras con sus clientes o con sus compañeros. El tema de portada de este primer número es casi un homenaje a unos y otros. Es verdad que meetin nace en unas circunstancias económicas excepcionales. No se puede decir que haya sido un parto sin dolor, pero sí de alguna forma un alumbramiento natural, porque a pesar de las dificultades para aunar los apoyos necesarios, todos los que han conocido la publicación desde el periodo embrionario coinciden en subrayar la oportunidad de una revista de estas características.

meetin viene a cubrir un vacío: la información de viajes adaptada a las necesidades de la empresa

meetin viene a cubrir un vacío en el mercado editorial de nuestro país. El de la información sobre viajes adaptada a las necesidades de la empresa. En la medida en que los travel managers se van profesionalizando y los directivos buscan nuevas fórmulas para optimizar sus desplazamientos, crece la demanda de contenidos de calidad que orienten sus decisiones a la hora de celebrar una convención, implantar una política de viajes coherente o atinar con sus propuestas de incentivo.

Por eso estamos aquí, con una publicación especializada, moderna, fresca y rigurosa, para dar pistas, apuntar tendencias y compartir conocimientos en torno al cambiante sector del business travel. El papel es sólo un soporte más del ambicioso proyecto que estamos desarrollando y que tendrá su complemento en Internet, con una plataforma de comunicación integral que sin duda se convertirá en una herramienta de enorme utilidad para el viajero frecuente. Un gran empeño a la altura de una gran ilusión. La nuestra.

Fernando Sagaseta

Director



**SPANAIR+AIR
EUROPA**

Air Europa y Spanair han firmado un acuerdo de código compartido en 13 rutas domésticas que amplía y mejora la oferta de vuelos en conexión para los pasajeros de ambas aerolíneas. Se aplica a los trayectos entre Madrid y A Coruña, Alicante, Almería, Bilbao, Jerez, Menorca, Málaga, Santiago, Valencia y Vigo; así como desde Barcelona a Jerez, Málaga y Sevilla. El pasajero del vuelo en conexión puede facturar hasta el destino final y, en el caso de la clase Business, acceder a las salas VIP de cualquiera de las aerolíneas. También se aplican los beneficios de los programas de viajeros frecuentes Spanair Plus y Flying Blue.

**MÁS VUELOS
A NY**

Desde el 1 de junio, Air Europa vuela diariamente entre Madrid y Nueva York JFK. El avión despegue de Barajas a las 15.15 h y llega a Nueva York a las 17.25. El regreso está previsto a las 19.25, con llegada a Madrid a las 8.25 h de la mañana del día siguiente. Para pasajeros procedentes de otras ciudades de España, está el billete combinado con Renfe.

Por su parte, Delta Airlines abre desde el 6 de junio la ruta Valencia-Nueva York JFK, en código compartido con Air France, los martes, jueves, sábados y domingos.

En breve

Vuelo directo Madrid-Dallas

Viajar a la ciudad texana sin escalas ya es posible gracias a la nueva conexión inaugurada por American Airlines desde Madrid.

Como principal hub de la compañía, desde Dallas se pueden realizar conexiones a más de 150 destinos de EE.UU., Canadá y América Latina. American opera la ruta con aviones Boeing 767-300 de 225 asientos, 30 de ellos en clase Business, totalmente reclinables. Sale de Madrid

cada día a las 13.10 h y llega a las 16.45 h. El regreso se inicia a las 17.30 h con llegada a Madrid a las 9.25 del día siguiente. La tarifa de ida y vuelta, a partir de 500 € en turista y 4.900 en primera.

Más infowww.americanairlines.es

One-Stop Security sigue avanzando

Más info

Más de 325 millones de pasajeros en tránsito tienen que pasar dos veces los controles de seguridad cada año. Se calcula que la cuarta parte de los usuarios de los grandes aeropuertos de todo el mundo se encuentra en espera de su vuelo de conexión.

Francia es el último país que ha adoptado el sistema, después de que lo hiciese la mayoría de los miembros de la UE.

El sistema One-Stop Security, por el que los pasajeros que ya han sido filtrados en un aeropuerto europeo no son inspeccionados por segunda vez cuando realizan conexiones de vuelos, va consiguiendo nuevas adhesiones. Francia es el último que lo ha adoptado, después de que lo hiciese la mayoría de los países de la UE. Comenzará en Lyon y algunas terminales de Charles de Gaulle para irlo extendiendo progresivamente.

ÁLVARO MIDDELMANN

Director general de Air Berlín para España

AIR BERLÍN ESTÁ AUMENTANDO SU CUOTA DE TRÁFICO BUSINESS. ¿A QUÉ SE DEBE?

Lo que hemos hecho es crear el "proyecto corporate", que tiene en cuenta las necesidades del hombre de negocios, sobre todo en cuanto a flexibilidad. Con el compromiso de un consumo determinado por parte de la empresa ofrecemos unas condiciones especiales. Además, el programa de fidelización ha sido mejorado. Hemos añadido nuevas cadenas hoteleras, empresas de alquiler de vehículos, compañías de seguros, etc.

¿CÓMO ESTÁ INFLUYENDO SU POLÍTICA DE PRECIOS?

De manera muy positiva. Tenemos unas tarifas muy

agresivas. Muchos ejecutivos están dejando la clase business, que es cara, y empiezan a volar con nosotros porque entienden que la diferencia de los servicios a bordo es perfectamente comparable.

¿CUÁLES SON LAS NOVEDADES DE LA TEMPORADA?

Este verano habrá por primera vez un vuelo directo diario desde Palma de Mallorca hacia Karlsruhe/Baden-Baden. También conexión con Ámsterdam todos los días de la semana y los vuelos semanales desde Almería hacia Frankfurt, desde Jerez de la Frontera hacia Düsseldorf y desde Ibiza hacia Dortmund.



Elegir el asiento del tren



Poco a poco, Renfe va mejorando las prestaciones de su página de reservas en Internet. Una de las funciones que más estaban reclamando los usuarios ya está operativa: la elección de asiento. Los trenes que ofrecen esta opción son todos los de alta velocidad y larga distancia que cuentan con plazas sentadas, así como los del servicio Avant, la alta velocidad de media distancia. La selección de plaza puede realizarse de forma directa en la web de la compañía ferroviaria o a través de una agencia de viajes. Algunas estaciones dotadas con la tecnología necesaria también ofrecen esta posibilidad. La impresión de la tarjeta de embarque se realiza desde el ordenador del cliente o en las máquinas de auto check-in de las estaciones.

Más info
www.renfe.es



En cifras

IBERIA PLUS

El programa de fidelización de Iberia es el que más facilidades ofrece a la hora de canjear puntos por vuelos u otros servicios turísticos, según un estudio realizado por la consultora internacional Ideaworks. El trabajo analiza un total de 6.400 reservas de las 10 mayores compañías europeas y estadounidenses. En el 83% de los casos, la aerolínea española permitió seleccionar vuelo y horario.



TRAFFIC MONITOR

El número de viajeros que eligen first o business class se encuentra en franco retroceso. Según la última oleada del "Premium Traffic Monitor" disponible al cierre de esta edición, en marzo de 2009 cayó un 19,2% en comparación con el mismo mes del año anterior.

ZENIT SE RENUEVA

La cadena celebra su décimo aniversario con reformas en un tercio de sus hoteles. El Zenit Sevilla contará antes de fin de año con gimnasio y spa. El Zenit Pamplona va a incorporar un salón de reuniones de 250 m². El Don Yo de Zaragoza está acabando las obras del gimnasio y la sauna, además de la redecoración de sus 147 habitaciones. El Zenit Lleida va a incorporar un salón de 260 m². El Zenit Vigo pasa de tres a cuatro estrellas y los madrileños Abeba y Conde Orgaz también están en plena remodelación.

**LOS + VALORADOS**

El portal de reservas **Hotel.info** se ha molestado en sondear a más de un millón de clientes para descubrir los elementos que más valoran de un hotel. Estos son los resultados, por orden de importancia:

- 1 Desayuno.
- 2 Servicio.
- 3 Aparcamiento.
- 4 Ruido.
- 5 Habitación.
- 6 Internet.
- 7 Limpieza.
- 8 Comodidad.
- 9 Fumadores.
- 10 Categoría.

En breve

Otro 5 estrellas de Polaris World



Tras una inversión de 30 millones de euros, Polaris World ha inaugurado su segundo cinco estrellas, el **Intercontinental La Torre Golf Resort Murcia**, que se suma al **InterContinental Mar Menor Golf Resort & Spa**, abierto en 2006.

El nuevo establecimiento cuenta con 122 habitaciones de lujo, 9 suites ejecutivas, una suite superior de lujo (de 105 m²) y una suite real (de 148 m²), todas ellas con terraza o balcón. Entre las instalaciones y servicios destaca un centro de negocios 24 horas, una amplia zona de fitness con gimnasio, piscina cubierta climatizada y seis salas de tratamientos de spa, sauna o baño turco, entre otros. Para reuniones, conferencias y banquetes, InterContinental

La Torre Golf Resort dispone de cerca de 1.100 m² de salones, que pueden convertirse en cuatro salas independientes, con amplias opciones de configuración y montaje. Además, cuenta con un patio exterior de 672 m² para la celebración de eventos al aire libre, así como Club Lounge con dos salas de reunión.

Más info

www.polarisworld.com

BER Hoteles, reuniones en plena naturaleza

El grupo castellano-leonés explota una serie de **alojamientos no urbanos en entornos de gran belleza.**



La última incorporación es el **Complejo de Ocio Aldeaduero**, ubicado dentro del Parque Natural de Arribes del Duero, en la provincia de Salamanca.

El establecimiento se aleja del concepto clásico de hotel rural. En medio de un impresionante entorno se levantan 26 chalets de alquiler completo, un hotel de 4 estrellas sobre el río Duero y una hospedería de 21 habitaciones rodeada de naranjos y olivos. El complejo, con cerca de 200.000 m², está dotado además de salas de reuniones, aulas de formación, instalaciones deportivas y dos restaurantes. Como complemento, ofrece varias excursiones por el parque natural.

Más info

www.aldeaduero.com



COSTA DEL SOL
PATRONATO DE TURISMO

Congresos, golf, sol, monumentos, salud, y belleza, Picasso, cocina creativa, fiestas, flamenco, puertos deportivos, compras, ocio, pescado, parajes naturales, pueblos con encanto, tapes...Y mucho más.



Andalucía

2016

renfe





Sun International, la Ruta del Sol Africano

La cadena sudafricana Sun International ha preparado una infraestructura de gran capacidad para el turismo de reuniones, congresos e incentivos en todos sus hoteles de alta categoría en la llamada "Ruta del Sol Africano".

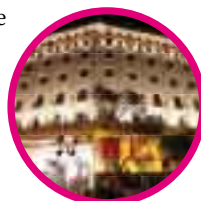
Incluye The Sun City Resort, en la provincia noroccidental de Sudáfrica; el establecimiento de 5* Gran Lujo The Table Bay, en Ciudad del Cabo; así como los hoteles de lujo The Royal Livingstone y Zambezi Sun, en Zambia, a escasos metros de las Cataratas Victoria. The Sun City Resort cuenta con 4 hoteles, un centro de convenciones, más de 20 salas para eventos, una Sala Superbowl con capacidad para 6.000 personas sentadas y un teatro de 620 plazas. Destaca también su exótica oferta para realizar team-building: búsqueda del tesoro, excursiones a caballo, viajes en globo aerostático, safaris en 4x4 por el Parque Nacional de Pilanesberg o vuelos en helicóptero, entre otros.

Gran Meliá Colón Sevilla, de nuevo en la arena

El Gran Meliá Colón de Sevilla, el histórico "hotel de los toreros", en el que se han vestido de luces durante ocho décadas maestros de la talla de Manolete, Curro Romero o El Cordobés, se lanza de nuevo a la arena tras una profunda remodelación firmada por el arquitecto Álvaro Sans, quien ha mantenido la estructura original del edificio, pero aportando el toque de modernidad que requieren los tiempos y conservando todo el sabor andaluz, el estilo y la tradición que le dieron esplendor. El interior presta especial atención a la pintura barroca española. Los

pasillos parecen los de un museo. Hasta las puertas de las habitaciones se convierten en obras de arte con fragmentos de las obras de Goya, Murillo, El Greco o Velázquez. Un toque de distinción al alojarse en la capital andaluza en el mismo establecimiento que pisaron Ava Gardner, Ernest Hemingway, Peter O'Toole o Catherine Deneuve.

Más info
www.solmelia.es



En breve

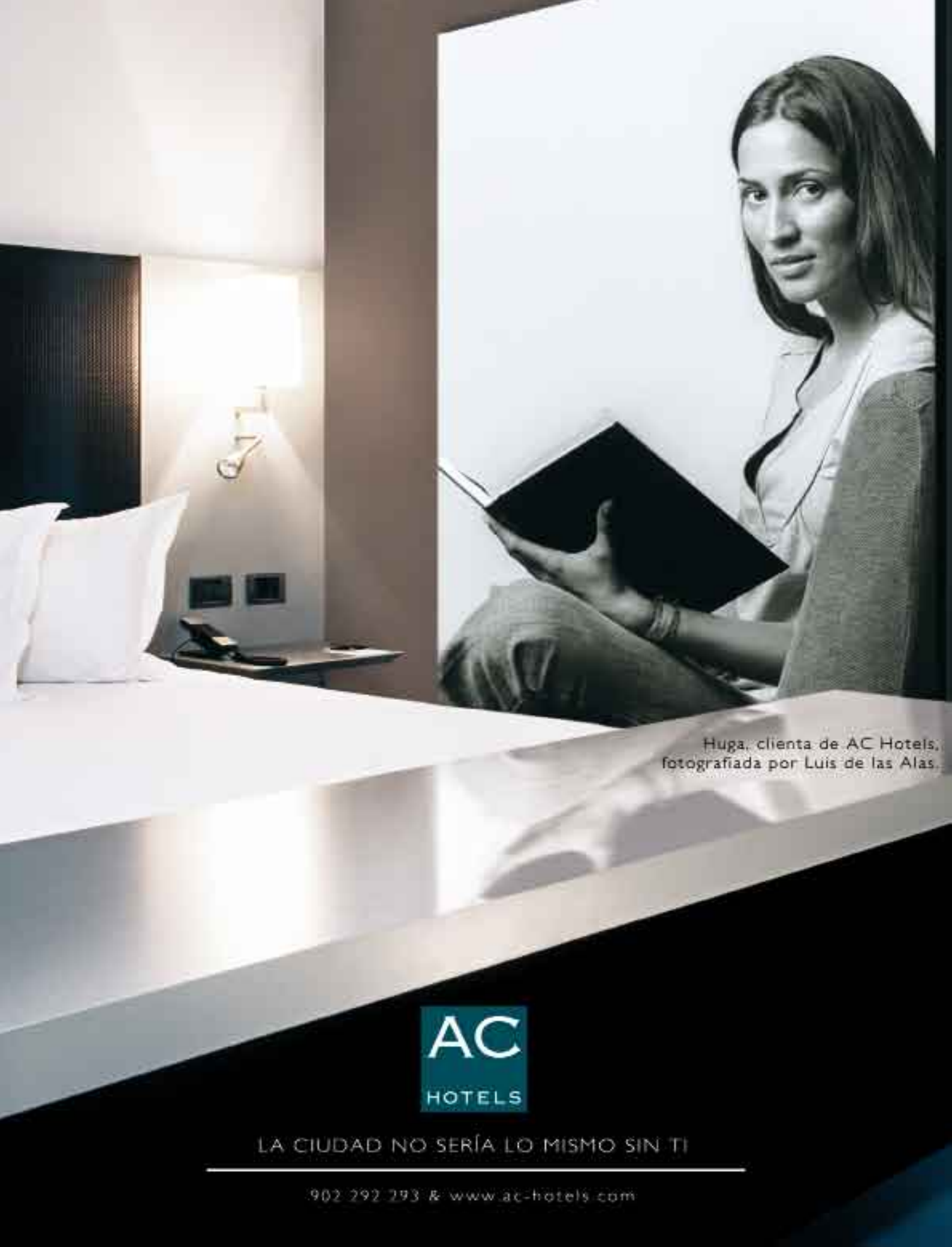
LOPESAN COSTA MELONERAS

Además de la clientela vacacional, los hoteles de la cadena Lopesan en la zona turística de Meloneras, al sur de Gran Canaria, se están convirtiendo en una excelente opción para las convenciones de empresa, las presentaciones, los cursos o los seminarios. El grupo canario acredita una larga experiencia en la organización de reuniones, no sólo por sus amplias salas, sino por el personal especializado que atiende a los grupos. Además ofrece una variada gastronomía, con cenas temáticas en sus playas.



A pocos metros de los hoteles en Meloneras, que suman más de 4.000 camas, se encuentra el Palacio de Congresos de Maspalomas, al cual se puede acceder caminando desde cualquiera de ellos. Para completar su oferta dirigida al segmento meeting, a partir de 2010 van a incorporar una gran sala con capacidad para 1.000 personas en el nuevo establecimiento Lopesan Baobab, que abre sus puertas este verano. Los hoteles Lopesan Meloneras ofrecen también centros de spa y talaso terapia, así como varios campos de golf.

Más info
www.lopesanhotels.com



Huga, cliente de AC Hotels,
fotografiada por Luis de las Alas.



LA CIUDAD NO SERÍA LO MISMO SIN TI

902 292 293 & www.ac-hotels.com



Disney multiplica sus opciones para eventos

Desde abril y durante doce meses Disney celebra el Año Mickey, todo un acontecimiento que el parque temático parisino adorna con multitud de propuestas originales para reuniones y eventos de empresa.



Más info

www.drpbusiness.com

OFERTA PARA LA CRISIS

Una fórmula propuesta por Disney para adaptarse a la restricción de gastos en las empresas es la que incluye habitación doble con uso individual para una noche, desayuno, comida (sin bebida), sala de reunión en teatro, dos pausas café y una actividad. El precio para grupos en torno a 250 personas, es de 149 €.

La carta de servicios es de lo más variada. Disney Business Solutions está ofreciendo todo tipo de soluciones en torno a nuevas temáticas. Por ejemplo, es posible amenizar cualquier acto con los personajes de *El rey león*. En el restaurante Hakuna Matata de la zona Adventureland, un ambiente de safari africano envuelve a los asistentes con percusión, colorido y música de la película. Además, los hoteles al completo y el resto de atracciones, una vez cerradas al público, pueden ser alquilados, con la posibilidad de organizar actividades de incentivo como golf, rafting, recorridos acrobáticos, cazas del tesoro, carreras de moto acuática... Todas se ofertan con monitores en español.

Los espacios de reuniones del parque abarcan desde las suites con capacidad para 10 personas a los 4.000 asistentes en los centros de convenciones anexos a los hoteles New York y Newport Bay Club, pasando por múltiples soluciones en un total de 95 espacios de encuentro o la estructura cubierta Le Dome, de 6.500 m².

ELOI COURCOUX
Director de Disney
Business Solutions



¿ES POSIBLE CREAR UNA AUTÉNTICA ATMÓSFERA DE TRABAJO EN DISNEY?

Sin duda. Los centros de convenciones situados dentro de los hoteles funcionan de forma independiente. Tienen su propia recepción dedicada a la clientela profesional. Para alojar a los participantes, Disney ofrece una planta de 8.200 habitaciones, de las cuales 5.800 pertenecen a los hoteles temáticos. Los espacios profesionales permiten organizar reuniones, seminarios, convenciones, exposiciones, desfiles, cenas de gala o congresos con personal especializado.

¿QUÉ APORTA DISNEYLAND PARIS EN RELACIÓN A LA OFERTA DE LA CAPITAL?

La primera ventaja del resort es que somos un destino integral, con alojamiento, espacios de reuniones, catering, animaciones, team building y ocio en el mismo lugar. Además, está muy bien comunicado por autopista, ferrocarril de cercanías, tren de alta velocidad y no muy alejado de los aeropuertos de la capital. Pero la ventaja con más valor añadido es la experiencia y la calidad de servicio de Disney.

¿CÓMO SE ENFRENTA EL PARQUE A ESTE AÑO DE RECESIÓN DE GASTO EN LAS EMPRESAS?

Para adaptarse al entorno económico y trabajar junto con los organizadores, Business Solutions ha creado ofertas a medida, según la demanda. Trabajamos codo con codo con las empresas y las agencias aplicando criterios de flexibilidad y máxima creatividad.

¿QUÉ SIGNIFICA EL AÑO MICKEY PARA LOS VIAJEROS CORPORATIVOS?

Más que nada demuestra que Disney sabe crear eventos únicos, renovar su oferta y, sobre todo, poner toda su experiencia y talento a disposición de las empresas.

"Creamos ofertas a medida con máxima flexibilidad"



NUEVO PUEBLO ESPAÑOL



Un lugar especial



El lugar de reunión excepcional para un día inolvidable.

El Pueblo Español es su lugar de reunión ideal. Imagínese paseando por este entorno espectacular con un ambiente encantador. Es el lugar ideal para cualquier tipo de celebración social privada, cocktails, bodas y cenas, tanto dentro como al aire libre. Incluso los niños lo pasarán en grande. Se encuentra a tan sólo 10 minutos andando del Centro Histórico de Palma, del Paseo Marítimo y del puerto.

¡Un pueblo entero a su servicio!



VALENCIA MOBI

Sin ordenador, papel, ni bolígrafos. La oferta turística de la ciudad de Valencia está resumida en la versión adaptada de su web para teléfonos móviles. Además, se pueden consultar listados de hoteles y restaurantes. Por otra parte, Turismo Valencia ha creado una simpática aplicación para el escritorio del ordenador, que a través del calendario informa de todo lo que ocurre en la ciudad.

www.turisvalencia.mobi

GUINNESS STOREHOUSE

La célebre fábrica de cerveza de St. James's Gate, en Dublín, convertida en museo desde 2000, cumple 250 años, y para celebrarlo ofrece nuevas atracciones interesantes para grupos de empresa, como el tour "Historia de la scout" (cerveza negra). Se trata de un recorrido al que se añade una sesión privada de cata para degustar las variantes de Guinness y una clase para aprender a tirar la pinta perfecta. A partir de 10 personas.

Tel. +35 314 084 800
storehouseeventadmin@diageo.com

En breve

Flotando como los astronautas



Por 3.700 euros uno puede sentirse un Neil Armstrong cualquiera camino de la gloria lunar. Space Adventures programa salidas en aviones controlados que se dejan caer formando parábolas donde se genera la gravedad cero durante unos segundos.

Este tipo de vuelos son los que emplea la NASA o la europea ESA para entrenar a sus astronautas. El avión despegue con un vuelo nivelado para ascender en ángulo de 45°. En un momento determinado se apagan los motores y el aparato describe una parábola en su caída. Cada vez que lo hace, hasta un máximo de 15, los pasajeros experimentan unos 30 segundos de gravedad cero. El vuelo incluye una clase previa y finaliza con una fiesta de entrega de galardones. La agencia Destinia.com ofrece paquetes personalizados que incluyen el traslado, alojamiento, visitas guiadas a los principales puntos de interés turístico y traductores en cualquiera de las ciudades de Estados Unidos desde donde despegan este tipo de vuelos. Para los más arriesgados, también

cuenta con el vuelo espacial orbital, que consiste en pasar una semana en la Estación Espacial Internacional e incluye varios meses de intenso entrenamiento en el legendario Gagarin Cosmonaut Training Center, el lanzamiento a bordo del Soyuz-FG viajando a 29.000 km/h y los ocho días de alojamiento en los que se circunvala la Tierra cada 90 minutos. Por último el vuelo espacial suborbital permite observar la espectacular curvatura de la Tierra desde 100 km de altura a la vez que experimentan hasta cinco minutos de ingravidez continuada.

Más info

902.303.555

www.spaceadventures.com

www.destinia.com

Las tentaciones de Atlàntida Viatges



Más info

www.atlantidaviatges.com

Si la Inquisición todavía existiera, seguro que este catálogo de Atlàntida Viatges formaría parte de la lista de libros malditos por incitar al pecado. *Collection 2009* descubre los parajes más sobrecogedores y los mejores hoteles de cada continente. A las propuestas clásicas y cercanas, como Croacia, Grecia, Turquía, la Toscana o la Costa Amalfitana, se suman nuevos destinos emergentes, como Omán, Abu Dhabi o Bahrein. ¿Las sugerencias más tentadoras? Los cruceros por Egipto a bordo de una *dahabiya*, por el Amazonas peruano en el magnífico barco Aqua o por la Polinesia a bordo del Roa Yachting. Para los amantes de tierra firme, la agencia se consolida como uno de los adalides de la exclusividad con sus salidas al remoto reino de Bután.

ME

BY MELIÁ
IT BECOMES YOU.™

THE WORK. THE PEOPLE. THE SUCCESS.

PENSADO PARA TI
IT'S ALL ABOUT YOU

LA MARCA ME BY MELIÁ, CREADA POR LA COMPAÑÍA SOL MELIÁ EN 2006 CON LA APERTURA DEL ME MADRID REINA VICTORIA, BUSCA ROMPER CON EL CONCEPTO CLÁSICO DE LUJO PARA OFRECER AL CLIENTE UN ESPACIO DONDE EL DISEÑO, LA MÚSICA Y SU OFERTA GASTRONÓMICA VAN LIGADOS A LA CIUDAD EN LA QUE SE ENCUENTRA. SE TRATA DE CREAR UNA EXPERIENCIA ÚNICA QUE GRABE EN LA MEMORIA DEL VISITANTE LA ESENCIA DE LO VIVIDO EN UN LUGAR DONDE TODO ESTÁ PENSADO PARA ESTIMULAR SU "YO" MÁS ÍNTIMO.

ME BARCELONA

PRESENTE TAMBIÉN EN MADRID, CANCÚN Y CABO SAN LUCAS, EL HOTEL ME BARCELONA ES EL CUARTO HOTEL DE LA MARCA Y EL BUQUE INSIGNIA DE LA COMPAÑÍA A NIVEL MUNDIAL. SITUADO EN UNO DE LOS EDIFICIOS MÁS ALTOS DEL SKYLINE BARCELONÉS, CON 120 METROS DE ALTURA, 29 PLANTAS Y 258 HABITACIONES, ES UN DISEÑO POR EL ARQUITECTO FRANCÉS DOMINIQUE PERRAULT, AUTOR DE LA GRAN BIBLIOTECA DE FRANCIA EN PARÍS.

REUNIONES

EL HOTEL ME BARCELONA ES TAMBIÉN UN ESPACIO IDÓNEO PARA REUNIONES DE NEGOCIOS Y CONVENCIONES, CON SUS MÁS DE 1.276 METROS CUADRADOS DE ESPACIO QUE PUEDEN ALBERGAR HASTA UN TOTAL DE 300 INVITADOS. TAMBIÉN DISPONE DE UN BUSINESS CENTER ABIERTO LAS 24 HORAS DEL DÍA.

CONTEMPORARY RESORTS AND URBAN HOTELS
BARCELONA CABO CANCUN MADRID

MEBYMELIA.COM

Lo último para presentaciones

Emotique, laboratorio de I+D+i dedicado a la creación de servicios multimedia, está desarrollando una serie de novedades tecnológicas que van a revolucionar la forma de presentar productos y crear “entornos de marca” en hoteles y otros espacios.



El cubo holográfico

Mostrar todo tipo de productos de forma holográfica, como si el objeto estuviera flotando en el aire. Se pueden desarrollar aplicaciones para el dispositivo, cargar listas de reproducción, unir el dispositivo a sensores externos o sincronizarlo con otros elementos.



La pantalla gigante táctil

Con sus 46 pulgadas, es una solución ideal para una comunicación interactiva con el usuario. Resistente a la intemperie, se puede conectar a Internet para actualizar contenidos de forma instantánea. Puede enviar información a los usuarios vía SMS o MMS.

Silueta holográfica

Uno de los dispositivos más impactantes. La silueta humana de la parte superior está proyectada holográficamente. El personaje informa al usuario de cualquier contenido como si estuviera hablando con él.



La estantería interactiva

Consiste en una proyección donde los contenidos van ajustados a los diferentes objetos. Unos sensores detectan el instante en que se retira un objeto de la estantería y dan paso a la modificación de los contenidos proyectados. Admite proyectores domésticos de bajo coste según la iluminación del local.

Más info

EMOTIQUE, S.L.
934 950 408
info@emotique.com
www.emotique.com



Más posibilidades

Las reuniones organizadas con un simple portátil y un proyector no es que tengan los días contados, porque en muchas ocasiones es más que suficiente, pero tampoco hay que dar la espalda a los últimos avances tecnológicos. Al menos que vayan sonando:

LASER PAIN. Sistema para dibujar en las proyecciones mediante un láser.

TAG VISION. Sistema de reconocimiento en el espacio de etiquetas.

RFID. Sistema de identificación de etiquetas por radiofrecuencia. Se utiliza para personalizar contenidos y fidelizar al cliente, ofreciendo información sobre su comportamiento.

USER INFORMATION. Toda la información recogida por los sistemas interactivos es centralizada y analizada para usos diversos, como detectar los flujos de personas por ciertas zonas, conocer los contenidos más visitados, etc.

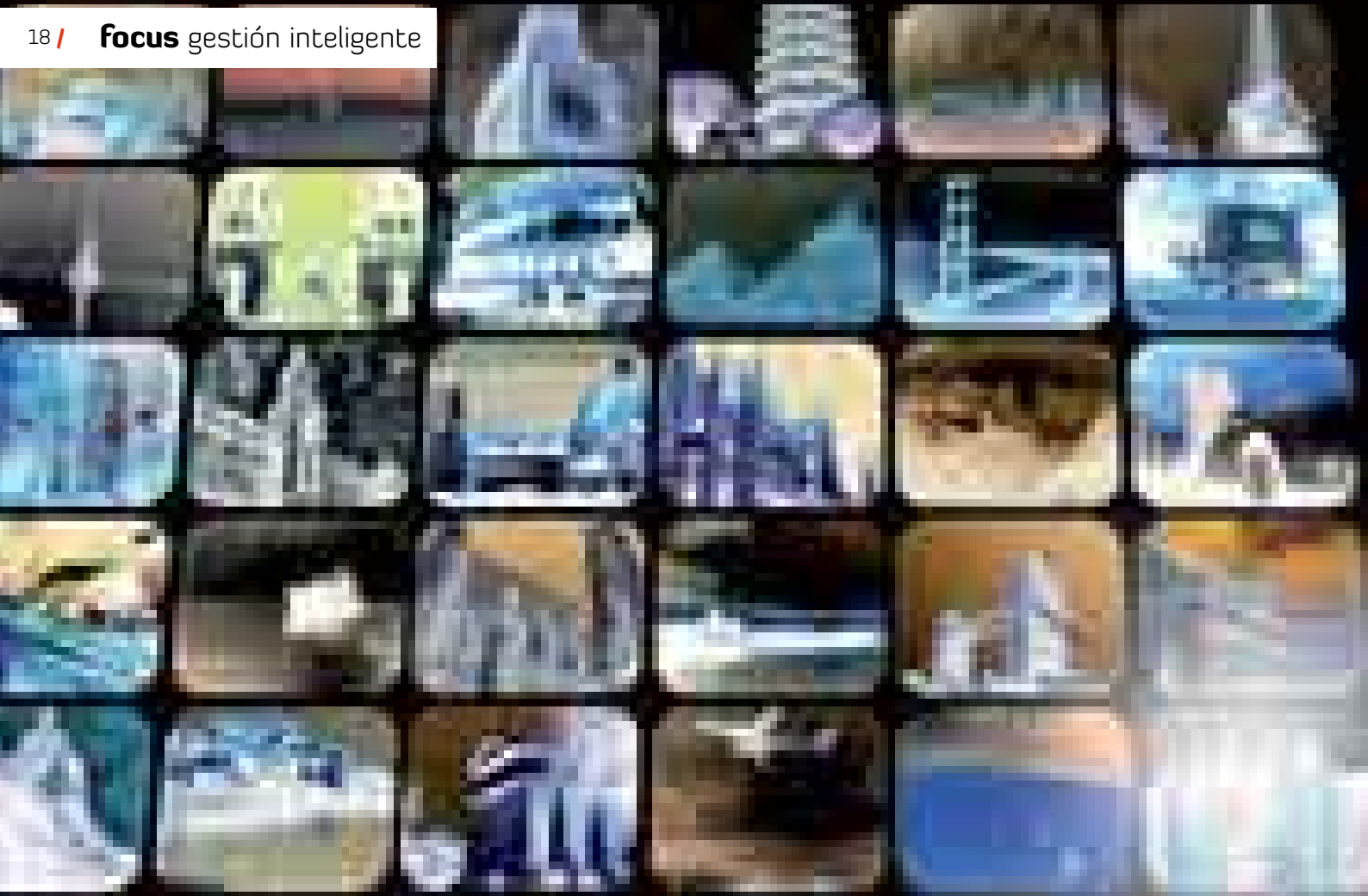
Mallorca

todo el año



1979
2009

Consell de Mallorca
Departament d'Economia i Turisme



100 PROPUESTAS PARA VIAJAR EN TIEMPOS DE CRISIS

La hora del “travel smarter”

Viajar de manera más inteligente, una opción
y una necesidad en los tiempos que corren

La recesión económica, que impulsa a las empresas a reducir su gasto, alumbra nuevas fórmulas de viajes de negocios donde se prima la productividad por encima del confort. La etapa de austeridad y de los “viajes eficientes” no es una tendencia de corto plazo. Está aquí para quedarse una larga temporada.

TEXTO: FERNANDO LÓPEZ

El grupo de ejecutivos llegó al aeropuerto de destino a las cuatro de la tarde. Eran cinco viajeros pero en lugar de tomar dos taxis se subieron a una amplia y reluciente furgoneta que les estaba esperando de un servicio de transfers privados low cost. Al llegar al hotel, lo primero que preguntaron era si la conexión wi-fi funcionaba correctamente. A continuación pasaron a la sala de reuniones. Allí ya les esperaban los representantes de la otra compañía, con la que iban a cerrar un acuerdo comercial. A las siete finalizó el encuentro y, como todos estaban muy cansados del via-

electrónico. También se pusieron los auriculares y, a través de Skype, el servicio de llamadas gratuitas por Internet, hablaron con sus familias.

Al día siguiente, de madrugada, la furgoneta ya les estaba esperando para llevarlos de nuevo al aeropuerto. El vuelo, de dos horas, transcurrió con normalidad y a las nueve de la mañana ya estaban de vuelta todos en la oficina central, para iniciar un nuevo día de trabajo.

Los extras, más cuestionados

Convenciones *express* de este tipo cada vez son más habituales en los viajes de

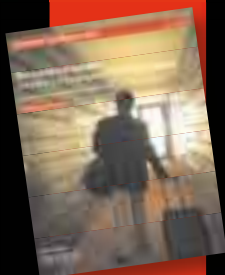
Se están imponiendo mayor brevedad de estancias, cercanía a los aeropuertos y reducción de extras

je, optaron por no salir a cenar fuera. Prefirieron simplemente tomar algo en el propio *buffet* del hotel (incluido en el precio de la habitación), cuya oferta de alimentos se limitaba a *sandwiches* y ensaladas envasadas y con un horario *non-stop* que abarcaba desde las seis de la mañana hasta las once de la noche. Luego cada viajero se retiró a su habitación a descansar. Varios de ellos conectaron su portátil para revisar el correo

negocios. Y es que, en épocas de crisis, las empresas siguen viajando pero lo hacen de modo diferente. Para comenzar, eliminan todo lo superfluo y exigen que el valioso tiempo de sus empleados sea lo más productivo posible. De este modo surgen nuevas fórmulas de viajes que se caracterizan por su brevedad (una noche o quizás dos como máximo), cercanía a aeropuertos internacionales, reducción de extras en los hoteles, menos gasto en destino, etc.

Ser más productivos

Portada del informe *The Austere Traveller*, realizado por Amadeus.



Según el informe de Amadeus *The Austere Traveller*, cuando se preguntó a los viajeros de negocios de Europa, Norteamérica y Asia de qué prestaciones no podrían prescindir en un hotel, éstos mostraron un significativo interés en poder ser productivos durante los desplazamientos. De ahí que un 76% de los ejecutivos valore la conexión a Internet como “indispensable”. Otras prioridades: que la habitación sea tranquila (56%), que tenga buenas conexiones de transporte (54%) y que el hotel sea céntrico (52%).

“Sin lugar a dudas, las expectativas de los viajeros de negocios están cambiando”, explica Bill Ridgers, analista jefe de viajes y turismo de la consultora The Economist Intelligence Unit. “La presión financiera lleva a los ejecutivos a preocuparse menos por el lujo y a concentrarse en si los hoteles aciertan con las cosas básicas”, añade.

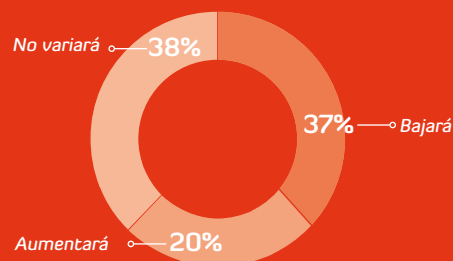
El reto de gestionar mejor

IMPRESIONES POLARIZADAS

Las impresiones sobre la incidencia de la crisis económica en el gasto que las empresas realizan en viajes de negocios están muy polarizadas. Según una encuesta realizada por la agencia especializada Carlson Wagonlit Travel (CWT) a nivel mundial, el 38% de los travel managers cree que el número de desplazamientos

no variará significativamente a lo largo del año, frente al 37% que manifiestan que bajará. Llama la atención el hecho de que el 20% estime que los viajes de empleados aumentarán, aunque se muestren cautos sobre la evolución a lo largo de los próximos meses, que condicionan a la reactivación económica.

Frente a la crisis, ¿variara el número de viajes de negocios?



1 Se opta por viajes breves. Si se puede ir y volver en el día, mejor.

Presión social

En cualquier caso, las empresas no sólo están recortando gastos en sus viajes por la necesidad de adaptarse a las nuevas condiciones del mercado. En los últimos seis meses, y coincidiendo con la publicación de varios escándalos financieros, numerosas compañías optaron por cancelar eventos y viajes de incentivos ya programados, a pesar de los costes de anulación que ello implicó.

Ahora bien, dado que el tiempo es el factor crítico en este tipo de reuniones, las empresas –con el asesoramiento de las agencias de viajes especializadas– deben valorar sus ventajas e inconvenientes y preparar un “traje a medida”. Es necesario resolver de antemano cuestiones del tipo: ¿Qué medios de transporte son los más adecuados para acudir a una convención exprés: avión o AVE? ¿Qué transfer será necesario prever? ¿Qué tipo de lugares son los más adecuados: un hotel a menos de 15 minutos del aeropuerto (probablemente situado en un polígono industrial y aislado) o uno en el centro de la ciudad? Estos aspectos no pueden dejarse a la improvisación, pues pueden ser determinantes para el éxito de una reunión.

La presión social y de los accionistas empuja a muchas empresas a recortar sus presupuestos

Todo se cuestiona de cero: la clase business, el hotel de lujo, el spa o el golf tras la reunión y las cenas caras sólo reciben luz verde por parte del director financiero si realmente aportan un valor a la compañía. Una de las empresas pioneras en la introducción de las convenciones exprés en España ha sido la agencia de viajes Ultramar Express, del grupo TUI. Según la citada empresa, este tipo de reuniones de corta duración y servicios básicos puede suponer un ahorro de costes del 30% respecto a una convención normal.

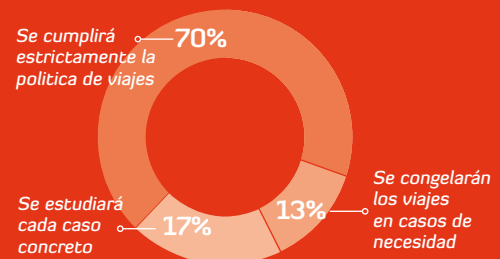
Según explica Rob Davidson, profesor de business travel y turismo en la Universidad de Westminster (Londres), estas cancelaciones fueron debidas a la presión social ejercida por los accionistas, medios de comunicación, sindicatos, etc. Es decir, “ahora está mal visto que una empresa, aunque no esté en dificultades, organice cierto tipo de viajes o eventos corporativos”, comenta este experto, coordinador del informe anual de tendencias de la feria EIBTM, dedicada precisamente a las convenciones, congresos e incentivos.

EL RETO ANTE LA CRISIS

La encuesta revela que la gran mayoría de los gestores de viajes de empresa creen que se enfrentan a un reto cada vez mayor a la hora de obtener ahorros. También temen una subida de tarifas debido al recorte de la capacidad aérea y de la menor competencia entre compañías. Los travel managers piensan que los precios de los hoteles

pueden aumentar en algunos mercados. En este contexto, los gestores de viajes están poniendo en marcha medidas que van desde la concienciación entre sus empleados sobre la necesidad de cumplir estrictamente la política de viajes (70%), hasta la congelación de los viajes y desplazamientos en casos de necesidad (13%).

¿Qué medidas se cumplirán para hacer frente a la crisis?



Aunque la tendencia global a recortar gastos en los viajes de empresa está siendo confirmada por varios estudios, una encuesta realizada por la asociación Meeting Professionals International (MPI), subraya que las reuniones cara a cara y los eventos de marketing siguen proporcionando una alta rentabilidad que de otro modo no podrían obtener.

Ahora bien, un informe encargado por el sistema de reservas Amadeus, titulado *The Austere Traveller*, concluye que en 2009 los ejecutivos harán menos viajes por trabajo, que éstos serán más cortos y más baratos y que las empresas preferirán “la eficiencia básica y el pragmatismo por encima del confort”.

“Estamos entrando en una era de evidente austeridad en lo que se refiere a los viajes de negocios”, dice Antoine Medawar, director de Amadeus Hospitality Business Group. “Los ejecutivos saben que las empresas tienen sus ojos puestos en ellos, por lo que se esfuerzan al máximo en hacer que los viajes de negocios sean lo más productivos posible”.

MELIÀ
ALL IN ONE

Viajar siempre es especial,
por **22€** más hazlo extraordinario.

Reserva tu habitación* desde:

Madrid **90 €**
Barcelona **99 €**
Palma de Mallorca **85 €**

Y por 22 € más podrás disfrutar de un pack de servicios exclusivos All In One para que tu viaje sea inolvidable.

All in One Business
Ayuda **100€** - Ahora **22€**
» Desayuno diario, comida o cena en la habitación, planchado de una pieza diaria, entre otros.

All in One Weekend
Ayuda **170€** - Ahora **22€**
» Desayuno diario, cena 2 x 1, alojamiento en categoría superior, entre otros.

All in One Holiday
Ayuda **197€** - Ahora **90€**
» Media pensión por el precio de alojamiento y desayuno, 1 hora diaria de internet, entre otros.

*Precios por persona IVA y sujeta a disponibilidad. Promoción válida hasta el 31 de Diciembre del 2009. Válido para reservas efectuadas hasta el 30 de Junio del 2009 para All in One Holiday y hasta el 31 de Diciembre del 2009 para All in One Business y Weekend.

ALICANTE
Iberian Airport
with Sunscreen & Hat

el viaje eres tú

MELIÀ
HOTELS & RESORTS

INFORMACIÓN
Y RESERVAS

T. 902 144 444 / melia.com
o en tu agencia de viajes.

Adiós, pues, a los gimnasios, los restaurantes y otras comodidades, dice Medawae. “Ahora, lo que importa son los procedimientos eficientes de entrada y salida de los hoteles y el acceso a Internet. Una buena conectividad wi-fi puntúa más alto que cualquier otro extra. Se está produciendo un trasvase hacia marcas de confianza y ganan terreno las expectativas de recibir un servicio adecuado y homogéneo en cualquier parte del mundo”. Estados Unidos, donde la crisis se desató antes que en Europa, fue también el primer país donde las empresas comenzaron a recortar sus gastos de viajes. Las tendencias que se observan allí luego se trasladarán a

otros países del mundo. En este sentido, la crisis económica ha servido para poner en valor la figura del travel manager. Según Suzanne Fletcher, que dirige el equipo internacional de la National Business Travel Association (NBTA), la crisis económica de 2009 puede ser una de las etapas más apasionantes para los gestores de viajes. “Su trabajo cobra cada vez más valor ante los consejeros delegados y directores financieros de las compañías”, dice la experta. Así, empresas que antaño estaban poco interesadas en su propio programa de viajes corporativo, ahora prestan mucha más atención a este capítulo, explica Fletcher.



2

Decálogo para ahorrar...

La reserva anticipada acaba compensando a pesar del coste de las cancelaciones de última hora.

RUMBO NEGOCIOS ha elaborado un catálogo de recomendaciones que pueden ahorrar hasta un 30% en el gasto en viajes:

1 USAR LAS TARIFAS MÁS BARATAS. Un mismo asiento en un vuelo a Londres puede costar entre 50 y 1.000 €. Por eso, es interesante complementar una tarifa económica con un seguro de cancelación “todo-riesgo”.

2 RESERVAR CON ANTICIPACIÓN. Una buena medida consiste en obtener listados de anticipación media en las compras y distribuirlo a los empleados, de forma que cada viajero vea cómo está contribuyendo o cuánto le falta para acercarse a la media de la empresa.

3 APROVECHARSE DEL VISUAL GUILT. En una agencia online o con una herramienta de autorreserva, el viajero ve todas las tarifas de todas las compañías en una sola pantalla. A un empleado le genera cierta culpabilidad elegir una tarifa cara si en la misma pantalla se le muestra una alternativa más barata.

► **ADAPTAR EL HORARIO DE LAS REUNIONES.** A veces es posible localizar primero una buena tarifa y cerrar posteriormente la reunión. Algunas webs ofrecen calendarios que indican los días y horas más baratos para viajar.

► **NO CEÑIRSE A UNA AEROLÍNEA.** Ir con una aerolínea y volver con otra puede proporcionar

excelentes ahorros. Se habla mucho de las compañías de bajo coste, pero las tradicionales pueden llegar a superarlas en ciertos tramos.

6 DEFINIR CLARAMENTE LOS OBJETIVOS DE LAS REUNIONES. No se trata de celebrar menos reuniones, sino de que asista la gente necesaria. En los viajes de incentivos, la US Travel Association recomienda que no haya más de un 10% de ejecutivos de la firma patrocinadora.

7 BUSCAR LAS OFERTAS DE HOTELES. A veces es conveniente beneficiarse de promociones de cadenas hoteleras que mejoran las tarifas negociadas de la empresa. También son interesantes los paquetes vuelo+hotel.

8 DISTRIBUIR INFORMES SOBRE COSTES MEDIOS. Para que los empleados sepan en qué abanico de tarifas se encuentran los principales destinos.

9 PREMIAR EL AHORRO ENTRE LOS EMPLEADOS. Un incentivo económico en función del ahorro generado puede reducir los costes de los viajes en gran medida y concienciar al viajero.

10 PRECIOS ESPECIALES EN FIN DE SEMANA. Muchas pymes ya lo saben y se conectan a Internet los fines de semana, durante los cuales se suelen publicar más ofertas para volar que entre semana.





“Este difícil período podría ser el mejor momento para los travel managers. Porque los viajes representan una importante parte en los gastos totales de una empresa pero, a diferencia de otros costes fijos, donde no hay mucho margen de maniobra, sí se pueden lograr ahorros significativos”, insiste la que fue presidenta de la NBTA.

Del mismo modo, los viajeros de negocios también comienzan a comprender mejor el rol de los travel managers, a quienes antes veían como a ese odioso compañero de trabajo que les hacía volar en clase turista o alojarse en hoteles de inferior categoría.

“Travel smarter”

En este sentido, añade Fletcher, la clave para los próximos años se resume en la expresión *travel smarter*. Es decir viajar de una manera mucho más astuta o inteligente. “El rol del travel manager es maximizar el presupuesto de viajes de una empresa. Se trata de priorizar los vuelos directos en lugar de



En cualquier caso, insiste esta experta, “un hotel más barato no necesariamente significa un hotel peor. Ya existen cadenas y establecimientos de tres estrellas que ofrecen Internet gratis, algo fabuloso”.

Probablemente, los vientos de recesión económica que recorren el mundo van a provocar una serie de cambios en los viajes de negocios de hondo calado y duración prolongada, según concluyen los profesionales del sector. Es decir, las convenciones *express*, la reducción de gastos en general en los viajes de empresa y la necesidad de hacer

- 2 Los ejecutivos demandan servicios de hotel que les permitan ser más productivos durante sus viajes.
- 3 Las agencias recomiendan reservar primero el vuelo más barato y concertar la reunión después.

El papel del *travel manager* se está revalorizando dentro de la empresa por su capacidad de ahorrar

los que precisan conexiones, asegurarse de que el viajero disponga en su hotel de los servicios necesarios para continuar trabajando o garantizar que las salas de reuniones estén correctamente equipadas”.

más productivos los desplazamientos de los empleados no son tendencias de corto plazo, que vayan a durar un año. La etapa de austeridad y de los “viajes eficientes” está aquí para quedarse una larga temporada. 

100 PROPUESTAS PARA VIAJAR EN TIEMPOS DE CRISIS

Aéreo

AIR BERLIN

Hasta el triple de millas

Desde el pasado 1 de abril, los miembros de Topbonus están acumulando hasta un 300% por ciento más de “millas estatus” y “millas premio” en sus vuelos con Air Berlin y NIKI. También se pueden conseguir vuelos de premio a partir de 3.000 millas en diez trayectos distintos. Los clientes Gold están recibiendo una bonificación extraordinaria del 40% sobre las millas de premio y de estatus.

www.airberlin.com/topbonus

AIR EUROPA

Seguro anticrisis

Aunque con poca incidencia sobre el viajero por cuenta de su empresa, merece la pena destacar la iniciativa de Air Europa, que ha puesto en marcha un seguro gratuito para anular los billetes sin gasto alguno si el pasajero se queda sin trabajo. La devolución del importe íntegro, incluidas las tasas, aunque no los gastos de emisión.

www.aireuropa.es

AIR FRANCE

Nueva Premium Voyager

A partir del próximo otoño, introduce la nueva Premium Voyager, una clase situada entre Affaires (business class) y Económica. Estará disponible progresivamente en todos los vuelos de la red de larga distancia operados en Boeing 777, Airbus A340 y A330. Los primeros destinos serán Nueva York-JFK, Tokio y Osaka. Entre sus características destacan: un 40% de espacio adicional sobre la económica, un nuevo asiento con casco fijo para preservar la intimidad y una pantalla individual de 10,4 pulgadas.

www.airfrance.es

AMERICAN AIRLINES

Mejores equipos de viaje

Después de analizar encuestas con las opiniones de clientes y los asistentes de vuelo, American Airlines ha renovado sus equipos de viaje en Primera Clase o Clase Ejecutiva del servicio Internacional Flagship. Los pasajeros reciben nuevos estuches con productos cosméticos de mayor tamaño, incluyendo Burt's Bees Naturally Nourishing Milk & Honey Body Lotion, Burt's Bees Beeswax Lip Balm, pasta de dientes Colgate, un cepillo de dientes con tapa reutilizable, medias más gruesas y máscaras para dormir más grandes.

www.americanairlines.es

AVIANCA

Pago a plazos

La gran baza de Avianca para estos tiempos es la opción de pago a plazos en sus billetes. El cliente sólo tiene que ponerse en contacto con el call center o visitar las oficinas de venta directa en Madrid o Barcelona, ya que es la propia compañía quien financia la compra. Mediante el pago inicial de 200 €, no reembolsables en caso de incumplimiento en el pago, el pasajero reserva su billete y el resto del importe se financia en los

sucesivos meses previos a la salida del vuelo.

www.avianca.com

902 026 655

BRITISH AIRWAYS

Club Europe

La compañía ha modificado la configuración de la clase Club Europe, la business de corto recorrido, para dejar libre el asiento central de las filas. Además, ha terminado de introducir la nueva cabina en la clase Club World y este año comienza a renovar la Primera Clase (First).

www.ba.com

902 111 333

BRUSSELS AIRLINES

Nueva b.Business

Además de la clase turista b.Flex Economy+ y la b.Light Economy, los clientes de la aerolínea belga pueden viajar ya en la nueva b.Business. En Bruselas disfrutan de un upgrade gratuito del parking P1 del aeropuerto al VIP Valet Parking. Además, tienen acceso a la sala VIP. Los billetes b.Business son completamente flexibles y permiten 16 kilos de equipaje de mano y 30 facturado. El asiento de en medio permanece libre.

www.brusselsairlines.com

CONTINENTAL AIRLINES

Servicio limusina

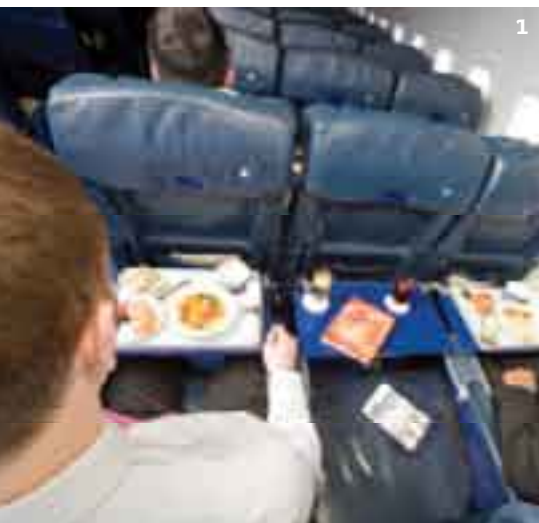
De cara a la temporada de verano, Continental Airlines ha sacado una tarifa en clase Business First a partir de 1.537 € más tasas que incluye acceso a la sala VIP Presidents Club, así como servicio de limusina para traslados hasta el aeropuerto de Madrid o Barcelona.

www.continental.com

FINNAIR

Corporate programme

La aerolínea finlandesa ha desarrollado una herramienta para viajes de negocios





3



4

denominada Finnair Corporate Programme (FCP). Tras un simple registro gratuito en la web, la empresa cliente entra de forma directa en un sistema que da derecho a descuentos inmediatos. Las promociones están escalonadas en tres niveles: Advanced, Preferred y Premium.

www.finnair.com/fcp

IBERIA

A partir de 27 €

La crisis aprieta de tal forma que hasta la antigua compañía de bandera compite con tarifas de auténtica low cost. Los vuelos nacionales se pueden adquirir a partir de 27 € por trayecto, todo incluido, para billetes de ida y vuelta. También ha lanzado ofertas para Buenos Aires, Quito, Guayaquil y Lima por 400 € i/v, todo incluido, saliendo desde Madrid o Barcelona.

www.iberia.com

LUFTHANSA

Llega Lufthansa Italia

El lanzamiento de Lufthansa Italia está permitiendo a la compañía diversificar su oferta. Como novedades en el mercado

- 1 British Airways ha modificado la configuración de la clase Club Europe.
- 2 Cabina business de Avianca, que está ofertando el pago a plazos de sus billetes.
- 3 y 4 Avión y butacas reclinables de la clase business de Finnair.

español, la aerolínea está operando un segundo vuelo diario entre Bilbao y Múnich desde el pasado mes de marzo. Las nuevas frecuencias entre Madrid, Barcelona y Frankfurt permiten superar la cifra de 300 vuelos semanales entre España y Alemania.

www.lufthansa.es

QATAR AIRWAYS

Móviles a bordo

Ha llegado a un acuerdo con OnAir para instalar a bordo el servicio de comunicaciones Mobile OnAir para que los pasajeros puedan utilizar sus dispositivos móviles. Esta oferta estará operativa en los 22 Airbus A319, A320 y A321, así como en los aviones

100 PROPUESTAS PARA VIAJAR EN TIEMPOS DE CRISIS

que se vayan incorporando a la flota. En la actualidad, operan rutas en Oriente Medio, India, Sri Lanka y Europa.
www.qatarairways.com

SAS

Desde 65 €

Con su nuevo plan estratégico, Core SAS, ha reforzado su apuesta por los pasajeros de negocios, centrándose en las rutas más demandadas por los ejecutivos. Así, entre otras, el pasado mes de marzo se inauguró una nueva ruta diaria entre Barcelona y Copenhague. La aerolínea está lanzando promociones puntuales entre España y Escandinavia a partir de 65 € por trayecto.
www.flysas.es
807 112 117

SPANAIR

Importe máximo

La reacción de Spanair ante la crisis ha sido poner en marcha una nueva web que agiliza el proceso de reserva y ofrece interesantes funcionalidades, entre ellas, la consulta de horarios e información del estado de los vuelos en tiempo real. Una novedad importante es que se pueden reajustar las búsquedas para indicar el importe máximo a pagar.
www.spanair.es
902 131 415

TAP PORTUGAL

Premium Lounge Lisboa

Desde finales del año pasado está en funcionamiento la nueva sala TAP Premium Lounge del aeropuerto de Lisboa, un amplio espacio de 500 m² con modernas y confortables áreas de descanso, con entretenimiento, business center y ducha. El servicio de restauración lleva la firma del reconocido chef portugués Vitor Sobral. Por otra parte, en los aeropuertos de Madrid y Barcelona la compañía ofrece el



servicio de AVIP y Parking Vip hasta tres días gratis para los pasajeros que vuelen ida y vuelta en clase tap|executive.
www.flytap.com
901 116 718

TUNISAIR

Precios agresivos

Como incentivo para la nueva temporada de verano, la compañía aérea tunecina ha lanzado unas tarifas promocionales muy agresivas, con billetes de ida y vuelta a partir de 150 €, tasas incluidas.
www.tunisair.com
915 419 490

Agencias

ATI DMC & EVENTOS

Paquetes más ajustados

Entre otras acciones, la agencia de receptivo y eventos ha renegociado las tarifas con sus proveedores y reducido al máximo el margen de beneficio para ofrecer nuevos paquetes con precios más atractivos. Un buen ejemplo es su propuesta de dos días en Sevilla, a partir de 165 € por persona, IVA no incluido. Incluye alojamiento de una noche en hotel de cuatro o cinco estrellas



(habitación doble), desayuno bufé, sala de reunión para dos días, dos coffee breaks, almuerzo de trabajo, entrada a los baños árabes con masaje incluido y cena de tapas.
954 575 533

DYNAMIC & PARTNERS

Meeting Package Offers 2009

Ha creado un paquete de reuniones con un precio válido para cualquier fecha del año. Incluye dos noches de alojamiento y desayuno en hoteles de cinco estrellas o cuatro superior, sala de reunión para un día y medio con material audiovisual básico, tres coffee-breaks, dos almuerzos y tratamiento VIP a todos los grupos. Además, se ofrece una cena de bienvenida o de gala fuera de hotel, una tarde con team-building, urban gymkanas o alternativa cultural, así como los traslados de llegada y salida y para la cena.
www.dynamic-partners.es
915 045 060

EVADIUM

Bonos regalo

La agencia de viajes y eventos mantiene su clientela a pesar de la crisis con un refuerzo de su presencia en España, donde se está beneficiando del auge del turismo doméstico en detrimento de los destinos internacionales. Evadium explota el concepto de "escapadas temáticas" con buenos resultados y ofrece sus bonos regalo también a los clientes corporativos.

902 995 121
info@evadium.com



EXPEDIA

Garantía de precios

La agencia de viajes online ha puesto en marcha un nuevo servicio de garantía de precios para la contratación de hoteles. Si el cliente encuentra una tarifa más baja que la ofertada en Expedia.es, ésta se compromete a reembolsar la diferencia en 10 días. Todas las reclamaciones deben hacerse en las 24 horas siguientes a la reserva.

www.expedia.es

GHEISA BUSINESS

Eficiencia comparativa

El Grupo Gheisa ha creado una nueva marca para identificar a las oficinas de Gheisa Business, dirigidas al cliente de empresa. Entre otros, ofrece un servicio de outsourcing de travel manager, así como el denominado SEC, o Sistema de Eficiencia Comparativa, que realiza rastreos multicanal. Asegura que con este producto es posible obtener ahorros de entre un 10% y un 20%.

dpto.empresa@gheisa.es

902 440 006

ILTRIDA VIATGES BARCINO

Newsletter con ofertas

La red de agencias ha perfeccionado su sistema de autorreserva online, que permite la obtención de crédito en ciertos casos. Por otra parte, la agencia ha lanzado una newsletter para empresas y corporaciones que informa quincenalmente sobre promociones y ofertas.

www.iltridaonline.com

973 260 555

5 SAS apuesta por el viajero de negocios.

6 Premium Lounge de TAP en el aeropuerto de Lisboa.

7 José María Cánovas, director general de Travelstore en España.

LA VIDA ES BELLA

Más experiencias

Está apostando por productos originales y novedosos en un momento en el que las empresas necesitan sorprender a clientes. Por ejemplo, el programa tipo de su viaje a París incluye una noche en un hotel de lujo junto a los Campos Elíseos; una visita al "túnel del viento", simulador de paracaidismo único en el mundo; una competición en uno de los mayores circuitos de karts; una cena en el restaurante de la Torre Eiffel; un espectáculo en el Moulin Rouge y un paseo en limusina Hummer.

www.lavidaesbella.es

LATEROOMS.COM

Chollos de última hora

Desde finales del año pasado, LateRooms.com está presente en España para dar oportunidad a los viajeros frecuentes de encontrar habitaciones de última hora a buen precio. El portal de origen británico no cobra cargos de gestión. De momento ofrece más de 3.000 establecimientos en España, aunque con una media de 250 incorporaciones mensuales. Su cartera global está compuesta por cerca de 20.000 establecimientos.

www.laterooms.com

NOBELTOURS / INDORIENTE

El viaje del mes

Para conmemorar sus bodas de plata, la mayorista ha diseñado diez recorridos exclusivos a diez de sus destinos estrella, uno por mes, que contarán con un valor añadido especial, muy apropiado para incentivos. "El viaje del mes" se realiza con un número reducido de pasajeros en un circuito exclusivo, con detalles adicionales que no se encuentran en los programas de catálogo.

www.nobeltoours.es

913 727 900

RUMBO NEGOCIOS

3% de descuento

El programa de fidelización de Visa Rumbo aplica un 3% de descuento en todas las compras de viajes. A través de su portal es posible prerreservar billetes de avión o disponer de facturas electrónicas automáticas. Por otro lado, dispone del Seguro de Cancelación de Todo Riesgo, con una devolución del 90%.

<http://negocios.rumbo.es>

902 995 656



TRAVELSTORE

Decálogo para ahorrar

Ha diseñado un decálogo para ayudar a sus clientes a identificar fuentes de ahorro. En el documento se recogen consejos para maximizar el retorno de la inversión en

100 PROPUESTAS PARA VIAJAR EN TIEMPOS DE CRISIS



8

viajes de avión, tren, estancias en hoteles y alquiler de coches. Además, la agencia facilita mensualmente un sencillo “cuadro de mandos” que permite monitorizar los principales indicadores de gasto.

www.travelstore.es

902 998 678

TRIVAGO

Comparar en 30 agencias

A través de este portal es posible acceder en tiempo real a los precios de más de 30 agencias online. Incluye un sistema de búsqueda avanzada que permite encontrar sólo hoteles especializados en congresos, por ejemplo. También se puede buscar alojamiento por proximidad a una dirección o un lugar concreto. El comparador no se limita sólo a precios, sino que coteja las condiciones de reserva de cada agencia online, como la inclusión o no del desayuno, la posibilidad de cancelación o si hay disponibilidad garantizada.

www.trivago.es

ULTRAMAR EVENT MANAGEMENT

Convención Express

La división MICE de TUI España ha diseñado un producto basado en el ahorro de tiempo y coste en el transporte, el hotel y el venue. Según la agencia, es posible recortar la factura hasta un 30%. Esta reducción se consigue gracias a la elección de un destino más próximo a la central de la empresa y menos solicitado, la sustitución del avión por el tren y la selección del hotel en función de los costes de desplazamiento y su oferta para celebrar reuniones. A través de su plataforma online es posible organizar la reunión en cuatro sencillos pasos.

www.convencionexpress.es

VIAJES CARREFOUR

Plataforma business

Desde el año pasado, Viajes Carrefour cuenta con una plataforma tecnológica para gestionar viajes corporativos. La aplicación incorpora buscadores que permiten realizar autorreservas de vuelos, trenes, hoteles y servicios complementarios.

La herramienta está dotada de un módulo de informes para realizar el seguimiento de la cuenta de viajes. También apoyo telefónico y presencial.

www.carrefour.es/viajes

902 400 045

VIAJES IBERIA BUSINESS TRAVEL

Ficheros de facturación

Con la herramienta Ficheros de Facturación de su nueva web, la empresa puede automatizar la contabilidad de sus viajes, así como otros procesos o tareas. Emite la factura de los servicios con todos los conceptos desglosados y permite visualizar el detalle del consumo en viajes de cada pasajero. Dispone de un servicio de emergencia 24 horas.

www.viajesiberiabusiness.com

VIAJES RESPONSABLES

Aventura sin salir de España

Ha diseñado una programación para “combatir la crisis de manera responsable” que incluye numerosas propuestas interesantes para los viajes de incentivo sin salir del país. Ahí van algunos ejemplos: cetáceos y navegación en Mazarrón, ruta de la piedra en seco de Mallorca, senderismo en el Maestrazgo, aventura en los Pueblos Negros o vuelta a Menorca en kayak.

www.viajesresponsables.com

971 713 391

8 Viajes Responsables programa excursiones de rafting por Menorca.

9 Recreación del futuro Palacio de Congresos de Palma de Mallorca.

10 En numerosos museos, tiendas, hoteles y locales de ocio de Nueva York la segunda persona paga el 50%.



9

Destinos

BARCELONA CONVENTION BUREAU

Renegociando precios

Para la ciudad de Barcelona, 2009 va ser un buen año de congresos. A finales de abril ya tenía confirmado un volumen cercano a los 350.000 participantes. Pero, como explica Airy Garrigosa, directora del Barcelona Convention Bureau, “para muchos de estos congresos se han renegociado los precios de los hoteles de acuerdo con la situación actual del mercado”.

www.barcelonaturisme.com

CROACIA

Nuevas infraestructuras

Entre las novedades, en Zagreb está prevista la construcción de un nuevo aeropuerto, aunque las fechas están aún sin definir. El Hotel Antunovic, de la capital, se está reorganizando para convertirse en un centro de congresos con 20 salas cuya superficie total sumará 2.500 m². En la península de Babin Kuk, en Dubrovnik, se inaugurará a lo largo de este año el Valamar Lacrota Resort, el mayor hotel de congresos de Dubrovnik.

www.zagreb-convention.hr

www.visitdubrovnik.hr

FRENCH CONVENTION BUREAU

50 ideas para incentivos

Dispone de un CD con ideas de 50 incentivos exclusivos en Francia, todos ellos detallados en castellano y con programas de tres a cinco días listos para descargar en formato Word o PPS.

www.franceguidepro.com

915 489 742

JEREZ CONVENTION BUREAU

Diez propuestas anticrisis

Ha diseñado diez propuestas muy ajustadas de precio para realizar incentivos y pequeñas convenciones empresariales. Hay paquetes de reuniones desde 70 € incluido alojamiento, almuerzo, sala y pausa-café. También actividades singulares para incentivos, convenciones y acompañantes en espacios únicos.

www.jerezconventionbureau.com

956 184 120

MADRID CONVENTION BUREAU

Inventario de recursos

Una de las nuevas iniciativas impulsadas por Madrid Convention Bureau es la elaboración de un inventario de recursos y sedes de titularidad municipal que pueden ofrecerse para celebrar eventos. El año pasado se creó la Comisión Técnica de

Coordinación y Apoyo al Desarrollo de Eventos de la Ciudad de Madrid para coordinar las actuaciones de las entidades y organismos del Ayuntamiento relacionadas con el turismo de reuniones.

www.esmadrid.com

MALLORCA

Palacio y aeropuerto

La sociedad encargada de la construcción y gestión del futuro Palacio de Congresos ya dispone de imágenes virtuales para mostrar a empresas, OPC y agencias especializadas. El grueso de la promoción comenzará el año que viene. Por otra parte, el aeropuerto de Palma de Mallorca va a recibir entre este año y 2012 una inversión de 243,3 millones de euros en obras y trabajos de ampliación para posicionarlo como hub internacional.

www.mallorcacab.com

NUEVA YORK

50% para el segundo

NYC & Company, la organización que gestiona el marketing turístico de la ciudad de Nueva York, ha promovido la campaña “NYC: The Real Deal”. En su primera fase, que durará hasta el 30 de junio, ha lanzado la oferta “compra uno y obtén el segundo con el 50% de descuento” en más de 100 empresas y organizaciones, entre las que se



100 PROPUESTAS PARA VIAJAR EN TIEMPOS DE CRISIS

incluyen museos, excursiones, atracciones, establecimientos de arte y entretenimiento, locales nocturnos, transportes y spas.

www.nycgo.com

REPÚBLICA CHECA

Incentivo cerveza

Culturebeer.com y Viajes El Corte Inglés, en colaboración con CzechTourism, han lanzado un paquete turístico de cuatro días por 945 € (en grupos de 20 personas) para visitar Praga y su vecina Pilsen aprovechando la celebración del gran encuentro Pilsner Fest. La promoción está abierta hasta el 1 de julio de 2009 y consiste en un itinerario combinado de Praga y Pilsen del 1 de octubre al 4 de octubre. Incluye avión, traslados, estancia de tres noches en hoteles de cuatro estrellas, guía acompañante, almuerzos y cenas.

www.culturebeer.com

www.viajeseci.com

TAHITÍ TOURISME

Petite hotellerie

Una manera diferente, original y no menos idílica de conocer Tahití y sus islas es a través de propuestas hoteleras de categoría media gestionadas por población local, comúnmente conocidas como *petite hotellerie*. El amplio abanico abarca alojamientos rurales, hoteles con encanto, posadas familiares, casas privadas y hoteles de categoría media.

www.tahiti-tourisme.es

TARRAGONA

Rutas cerradas

El Patronato de Turismo de Tarragona ha lanzado un catálogo de rutas cerradas con precio negociado para promocionarse como destino. Además, cuenta con la creciente popularidad de la Tarrago Card para visitar todos los museos con jugosos descuentos.

www.turismedetarragona.com

TURISMO DE GIJÓN

Subvención directa

La ciudad continúa con su política de subvencionar a organismos y empresas que realicen congresos en la ciudad con un presupuesto aproximado de 275.000 € anuales. Por su parte, Gijón Convention Bureau (GiCB) ha reformado el bono gastronómico que funciona en sus 16 restaurantes asociados por 22 € (IVA incluido) y que se reparte entre los organizadores de congresos que lo soliciten.

www.gijon.info/oficinacongresos

902 013 500

TURISMO DE TAILANDIA

Aterrizaje con descuento

Entre las medidas adoptadas destaca la ampliación de la red de *skytrain* de Bangkok hasta el aeropuerto de Suvarnabhumi, la creación de una línea de tren que une Tailandia con Laos y la reducción de un 50% en las tasas de aterrizaje hasta octubre de 2010. Este descuento también se aplica en la entrada a los parques nacionales.

www.turismotailandes.com

902 027 323

VISIT BRITAIN

Más barato que nunca

Gran Bretaña no es el país más barato del mundo, ni lo quiere ser. Pero también

es cierto que la caída de la libra en un 25% y la sólida oferta de cultura y compras hacen de éste el mejor momento para visitarlo.

www.visitbritain.es

VISIT FINLAND

Cabañas para grupos

Finlandia está empujando el desarrollo de *resorts* en entornos poco poblados como la región de Laponia, cuya oferta gira en torno a complejos de cabañas de madera y actividades de aventura con equipamientos modernos. Es el caso de Saija, un *resort* de 20 apartamentos dobles de madera y dos cabañas independientes, a unos 50 kilómetros del aeropuerto de Kuusamo, a poco más de una hora de vuelo desde Helsinki. Alojamiento en pensión completa y excursiones en canoa y bicicleta, sin olvidar las tradicionales sesiones de sauna. Del 31 de mayo al 27 de septiembre, por 759 € por persona. No incluye vuelo internacional.

www.visitfinland.com

11 La Costa de Tahití es escarpada en algunas partes y con exuberante vegetación.



ELIGE UN GRAN PUNTO DE ENCUENTRO



Elige un Gran Destino

Imagina trabajar en un lugar diferente. Cielo azul, una temperatura perfecta en invierno o en verano, a pocas horas de vuelo. **Gran Canaria** dispone de una variada y moderna infraestructura: Hoteles equipados para todo tipo de reuniones, palacios de congresos y un entorno paisajístico atractivo para diseñar el mejor programa para un congreso, convención o incentivo.

Para más información, visite el Portal del Turista en www.grancanaria.com

www.grancanariacb.com



GranCanaria
Convention Bureau

100 PROPUESTAS PARA VIAJAR EN TIEMPOS DE CRISIS

Hoteles

ABAMA GOLF & SPA RESORT

Reuniones con RSC

En colaboración con la fundación tinerfeña Foresta, está aportando alternativas para que las empresas cumplan con sus objetivos de responsabilidad social corporativa. Cuenta con un programa de reforestación para zonas devastadas por el fuego o la erosión. La actividad se realiza a lo largo de una mañana de la mano de expertos de Foresta, que ayudan a reconocer el terreno y explican la forma de plantar los árboles.

www.abamahotelresort.com

902 105 600

AC HOTELES

Con un solo clic

La cadena está apostando por la tecnología. Buen ejemplo de ello es el nuevo diseño de web que ha lanzado este año y que permite reservar con un solo clic. En las habitaciones incorpora televisores planos de gran formato, despertadores con base para iPod y pantallas táctiles con acceso a Internet. Además, ha introducido mejoras en las Salas AC de todos sus hoteles.

www.ac-hotels.com

902 292 293



12

BEACHCOMBER HOTELS

Early Booking Discount

La principal cadena hotelera de Isla Mauricio, con establecimientos en esta isla y en las Seychelles, aplica el llamado *Early Booking Discount*. Para las reservas con más de 30 días de antelación, el descuento es del 10% sobre el precio final. También ha rebajado entre un 20% y un 40% los extras más consumidos.

www.beachcomber-hotels.es

915 439 770

BEST WESTERN

Feedback electrónico

Best Western Internacional mantiene una novedosa aplicación informática para recibir las opiniones de sus clientes en colaboración con la empresa externa Medallia. La iniciativa es un éxito y cada día completan los cuestionarios unos 3.000 clientes. Los resultados son facilitados periódicamente a los hoteles independientes de la cadena para que puedan mejorar su gestión diaria.

www.bestwestern.es

DERBY HOTELS COLLECTION

Conference Package

La última novedad anticrisis son los Conference Package en sus hoteles de Barcelona, Madrid y Londres, un sencillo sistema para calcular el coste de una reunión con sólo introducir la fecha y el número de asistentes. Los precios van desde los 45 hasta los 80 €, según la categoría del hotel para grupos mínimos de entre 12 y 20 personas.

info@derbyhotels.com

902 337 294

FIESTA HOTEL GROUP

Cada marca, un aroma

Fiesta Hotel Group está centrando sus esfuerzos en la microsegmentación apoyándose en ideas tan originales como la aromaterapia. Cada marca (The Royal Sui-



13



14

tes, Palladium, Ayre Hoteles, Fiesta Hotels & Resorts) se identifica ante el cliente con un aroma particular. El grupo está mejorando además las instalaciones para grupos de empresa de sus hoteles. La marca urbana Ayre prepara la apertura de su tercer hotel en Barcelona y próximamente inaugura también en Córdoba y Sevilla.

www.fiestahotelgroup.com

902 424 252

GALLERY HOTELES

Packs Convención y Business

En el apartado de restauración, ha creado el Menú Express a 12 € y el Desayuno Express por 6 €. Para el alojamiento y la celebración de reuniones, dispone de un Pack Convención que incluye una pernoctación, desayuno bufé, coffee break, almuerzo, sala de reuniones para una jornada y proyector desde 176 €, IVA incluido. El llamado Pack Business del hotel Molina Lario de Málaga ofrece por 105 € alojamiento, desayuno bufé, wi-fi gratuito, check out ampliado, prensa y agua en la habitación, limpieza de un par de zapatos, así como uso de la piscina, el golf *putting green* y el business center

www.galleryhoteles.com

• Gallery Hotel

Roselló, 249. Barcelona / 934 159 911

• Molina Lario

Molina Lario, 22. Málaga / 952 062 002

GRAN HOTEL GUADALPÍN

Paga lo que quieras

Además de las nuevas tarifas para el turismo de reuniones, el hotel ha puesto en marcha ideas como la Buffetmanía, tanto para individuales como para grupos. Si el cliente reserva de antemano, consigue un ahorro del 50% y paga 10 €. Si lo hace una vez alojado en el hotel, el precio asciende a 20 €. Para los no clientes el bufé cuesta 25 €. Otro de los ganchos es el desayuno gratuito, vigente en todas las tarifas de 2009. Pero el más sorprendente es el servicio "Paga lo que quieras," que emula el sistema tarifario de las compañías aéreas, con estancias mínimas y penalización por cancelación o cambio.

www.granhotelguadalin.com

<http://mice.granhotelguadalin.com>

GRAN HOTEL LA FLORIDA

Descuentos en salones

Con una agresiva política tarifaria, el establecimiento barcelonés está lanzando promociones que suponen desde un 30% de descuento hasta la gratuidad total en el alquiler de salas de reuniones. El hotel cuenta con su propio centro de negocios, tres salas ejecutivas con capacidad hasta 100 personas y otra más pequeña de 70 plazas.

www.hotellaflorida.com

MELIÁ

All In One Business

Pagando un suplemento de 22 € (IVA incluido) sobre la tarifa de mercado de una habitación estándar se obtiene el paquete "All In One Business," que incluye Internet gratuito 24 h, comida o cena diaria en la habitación (bebidas excluidas), planchado de ropa (1 pieza), check out hasta las 16 h y periódico. También cuenta con la campaña "Last Minute Events by Meliá," con importantes descuentos y ventajas.

www.melia-hotels.com

902 144 440



15

- 12 Lobby del Ayre Hotel Caspe de Barcelona.
- 13 Beachcomber Spa La Source.
- 14 Beachcomber Royal Palm, presidential suite.
- 15 La cadena Hilton ofrece una gratuidad por cada cinco de pago.

HILTON

Uno de cada cinco gratis

Hilton ha puesto en marcha la mayor promoción de descuentos para clientes de negocios jamás realizada por la compañía. Gracias a ella, hasta 10 clientes de un mismo grupo podrán asistir de forma gratuita a alguno de los eventos que se celebren a lo largo del 2009 en los 210 hoteles participantes de Hilton Family en el Reino Unido, Europa, África y Oriente Medio. Por cada cinco asistentes que reserven plaza, uno disfruta de alojamiento gratuito en reuniones hasta de 50 asistentes.

www.hilton.es/eventos

HOTEL ALEXANDRA

Recién remodelado

Este referente del segmento business en pleno centro de Barcelona ha ganado en competitividad con su reciente remodelación. Dispone de cuatro salones

100 PROPUESTAS PARA VIAJAR EN TIEMPOS DE CRISIS

exclusivos, algunos con luz natural, para reuniones y convenciones, todo ellos dotados con las últimas tecnologías. También ofrece los reservados del Ristorante da Luca, con menús para ejecutivos de auténtica cocina genovesa.
www.hotel-alexandra.com
Mallorca, 251. Barcelona / 934 677 166

HOTEL CASA FUSTER

Visitas guiadas

Los grupos de empresa pueden visitar el edificio de Lluís Domènech i Montaner y finalizar el tour con una cena cóctel y concierto de jazz incluido en el Café Vienés. Precio: desde 399 € en alojamiento y desayuno, con cena, concierto y visita guiada al edificio modernista.

www.hotelcasafuster.com

Reservas en mschael@hotelescenter.com
Paseo de Gracia, 132. Barcelona

HOTEL VINCCI LOS BALAGARES

Fumadores de puros

La cadena complementa con este hotel situado a 3 km de Avilés las actividades congresuales que atraerá el Centro Cultural Internacional Óscar Niemeyer, cuyas obras ya se encuentran muy avanzadas. Los turistas de negocios cuentan con business center, sala de lectura y conexión wi-fi, además de un servicio de traslado al aeropuerto o la zona para fumadores de puros. En la sala principal se pueden celebrar convenciones de hasta 800 participantes.

www.vincchoteles.com

902 454 585

HOTELES DE VALENCIA

Clúster 5*

Los hoteles de cinco estrellas de la comunidad autónoma de Valencia están tejiendo una red de sinergias a través del Clúster 5*. Ya han editado un folleto con el apoyo de la Agencia Valenciana de Turismo para

promocionar el destino a nivel internacional con menos costes.

IBEROSTAR HOTELS & RESORTS

Better than online

Lanza Iberomeetings, una nueva división dentro del área comercial dedicada al segmento de convenciones, reuniones e incentivos. 50 hoteles del grupo disponen de oferta específica. De hecho, Iberostar ha editado este año por primera vez un catálogo MICE. Su baza para los que buscan ahorro es el compromiso *Better Than Online Rate* para grupos, que garantiza un tarifa mejor que la disponible a través de su web en el momento de hacer la solicitud de reserva.

www.iberomeetings.es

iberomeetings@iberostar.com

INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP - IHG

Noches gratis

A los grupos se les aplican tarifas reducidas con beneficios extra, como coffee breaks gratuitos, acceso a Internet o upgrades. También pueden obtenerse noches gratuitas registrándose en www.nochegratis.es y hospedándose dos días en cualquiera de los hoteles de las marcas Holiday Inn, Holiday Inn Express, InterContinental, Crowne Plaza, Hotel Indigo, Staybridge Suites Candlewood Suites de todo el mundo entre el 4 de mayo y el 3 de julio de 2009.

www.ichotelsgroup.com/espanol

www.nochegratis.es

MAJESTIC HOTEL GROUP

Efecto VIP

Valor añadido, Incentivo y Precio. Son los tres pilares sobre los que se asienta el "Efecto VIP" de Majestic Hotel Group. Con una tarifa de delegado a partir de 65 € y descuentos de hasta el 12% (*Early Event*) según la antelación de la reserva, la cadena dispone de un único interlocutor para cotizar sus cuatro establecimientos, con precios para todos los bolsillos: Majestic (159 €), Murmuri (139 €), Inglaterra (99 €) y Denit (79 €). Todos ellos están en Barcelona.

www.majestichotelgroup.com

MARRIOTT INTERNATIONAL

2% sobre factura final

Ha lanzado una promoción en todo el mundo destinada a los meeting planners con numerosas ventajas en 1.200 hoteles del grupo. Hasta el 31 de marzo de 2010, las marcas JW Marriott, Marriott, Renaissance y Courtyard regalan una habitación por cada 35 de pago, mantienen la tarifa inicial aunque se produzca hasta un 25% de cancelaciones entre los participantes, otorgan el doble de puntos en el programa de fidelización Marriott Rewards al responsable del grupo y aplican una reducción del 2% sobre la factura final cuando se contratan más de 100 noches.

www.meetingsbymarriott.com

+33 1 58 62 52 20

MEET BARCELÓ

Experiencias singulares

Antes de que sonaran las primeras campanas de crisis, Meet Barceló lanzó al mercado el paquete *Meet & More*, que combina el alquiler de salas en hoteles de la cadena con la organización de actividades para el disfrute de experiencias singulares, sobre todo en Inglaterra, como vuelos en avionetas de los años 30, rutas detectivescas o construcción de catapultas.

www.meetbarcelo.com





17

16 Fachada del hotel
Casa Fester.

17 Exhibition Center
Hotel de Islantilla, de
la cadena Iberosta

18 Junior suite del Forum
Alcalá, de la cadena
Rafael Hoteles.

NH HOTELES

Premio para los previsores

NH Hoteles ha optado por el concepto paraguas "The Organizers" para dotar de entidad propia a la oferta englobada bajo el concepto de prepagado que la cadena presente al mercado en los próximos meses. La primera campaña, un ejercicio de intriga a través de correos electrónicos y banners, establecía descuentos de hasta el 50% sobre la mejor tarifa disponible al realizar reservas con 7 días de antelación y prepagado directo. La cadena prepara nuevas acciones.

www.nh-hotels.com

902 115 116

PARADORES

Salones sin coste

La cadena pública ha decidido ofrecer el uso de sus salones de reuniones sin coste. Para los servicios añadidos, las tarifas también se han ajustado al máximo. Desde 36 € por persona, incluye todos los servicios de sala, un coffee break y el almuerzo. Sumando el alojamiento, sube a 90 € en la gran mayoría de los 93 paradores.

www.paradores.es

POLARIS WORLD

Desde 99 €

Reservar un evento en junio en el InterContinental Mar Menor Golf Resort & Spa 5* o el InterContinental La Torre Golf Resort Murcia 5* cuesta desde 99 € por persona

en habitación doble con desayuno. Incluye copa o café de bienvenida. Por cada día que el grupo coma y cene dentro del resort tiene derecho a sala de reunión. La tarifa es única para ocupación doble o individual. Mínimo 15 habitaciones reservadas.

eva.delacruz@polarisworld.com

968 031 983

RAFAEL HOTELES

Tarifa anticrisis

La cadena hotelera ha puesto en el mercado su "tarifa anticrisis", entre 69 y 96 €, IVA incluido. Estos precios, que estarán vigentes a lo largo de todo 2009, son válidos para reservas realizadas con un mínimo de siete días de antelación, en régimen de sólo alojamiento y para habitaciones dobles o dobles de uso individual. Rafael Hoteles

ofrece 1.318 habitaciones distribuidas en diez establecimientos en Alcalá de Henares, Alcobendas, Badalona, Baqueira, Barcelona y Madrid. También dispone de 69 salones de reuniones que suman más de 6.000 m².

www.rafaelhoteles.com

reservas@rafaelhoteles.com

902 100 015

ROOM MATE

Business Friends

El área *Business Friends* permite a las empresas, a través de la web de Room Mate y mediante un código privado, realizar reservas online a las que se aplican tarifas preferentes. Además, en caso de que exista una oferta puntual mejorada, los *business friends* son avisados inmediatamente.

www.room-matehotels.com



18

100 PROPUESTAS PARA VIAJAR EN TIEMPOS DE CRISIS



19



20



21

SELENZA HOTELES

Invitación al spa

Cuenta con un incentivo especial para el restaurante: "Tú les invitas a comer y nosotros os invitamos al Circuito Selenza Mar". El menú gastronómico más el spa cuesta 38 € por persona. Incluye las bebidas, pero no el IVA. Válido de domingo a jueves hasta final de año en el Selenza Estepona Thalasso & SPA**** Sup.

reservas@selenza.com

952 899 499

STARWOOD HOTEL & RESORTS

W de Barcelona con ofertas

La próxima inauguración del nuevo W en Barcelona ha dado pie a la cadena Starwood a difundir unas ofertas de lanzamiento para grupos. La primera, pensada para reservas de 10 a 50 habitaciones, garantiza la mejora

de habitación para dos vips a la próxima categoría de suite disponible, ofrece una gratuidad por cada 40 confirmadas e incluye una copa de bienvenida al grupo. La segunda opción, para reservas de más de 51 habitaciones, incluye copa de bienvenida, pero además otorga 10.000 *starpoints* confirmando el grupo hasta el 31 de julio de 2009, supone una gratuidad por cada 30 confirmadas y cuenta con un 5% de reducción en la factura máster sobre bebidas y alimentación.

wbarcelona@whotels.com

932 210 830

TÍVOLI HOTELS & RESORT

Experience more

La cadena lusa, con 12 hoteles en Portugal y dos en Brasil, está apostando por el concepto *Experience More*, un nuevo modelo

de gestión que se asienta en tres pilares: *Experience Team*, que sustituye la recepción tradicional por un equipo de expertos que prestan todo el apoyo necesario para responder ante cualquier situación o petición especial; *T/Experiences*, una oferta personalizada en función de los gustos, el tiempo, las expectativas y el motivo de viaje de cada cliente; y *T/Services*, un conjunto de detalles añadidos, como recibir la prensa diaria con un refrescante *oshibori*.

www.tivolihotels.com

TRAVELODGE

1.500 habitaciones más

La última contribución de la cadena británica de hoteles low cost al viajero en busca de precios ajustados es la apertura de cerca de 1.500 nuevas habitaciones. En total son 12 establecimientos los que va a inaugurar a lo largo del año, todos ellos en el Reino Unido. Por otra parte, desde el pasado 23 de abril se pueden reservar en su web habitaciones desde 10 € y 20€ para estancias entre el 27 de agosto y el 30 de noviembre de 2009. Como las existencias se agotan rápido, también ha lanzado miles de plazas desde 35 € y 45 €.

www.travelodgehoteles.net

902 050 575

Rent-a-car

AVIS

Alquiler de larga duración

Ha creado Avis Flex para dar respuesta cuando se necesita prolongar el alquiler de un vehículo durante más de un mes. El precio es flexible y transparente. El contrato se renueva cada mes y se cambia de vehículo cada tres. La tarifa incluye asistencia en caso de avería y servicio de mantenimiento de neumáticos, entre otros conceptos.

www.avis.es/Vehiculos/Maxirent

NATIONAL ATESA**Tarifa Inclusive**

Una de sus propuestas es la tarifa *Inclusive* para los titulares de la tarjeta Iberia Plus. Los clientes de la compañía aérea pueden alquilar turismos utilizando sólo los puntos acumulados en su tarjeta. La nueva tarifa incluye los impuestos, los seguros obligatorios de colisión, robo y ocupantes, el kilometraje ilimitado y el cambio de ciudad desde el primer día sin coste adicional. Estará vigente hasta el 28 de febrero de 2010.

www.atesa.es

902 100 101

Otros**APARTAMENTOS RICE****Larga estancia de lujo**

El Grupo Rice celebra la reciente apertura de su complejo de apartamentos de lujo, situado en un edificio restaurado del siglo XVI, en pleno centro de Burgos, con una oferta de 107 €/noche para disfrutar de relajadas estancias en sus dúplex. Los apartamentos cuentan con los servicios de un hotel, garaje privado y conexión wi-fi gratuita.

www.gruporice.com

947 222 300

ARES MÓBILE / AEROCITY**Ampliación de servicios**

Las empresas de alquiler de vehículos con y sin conductor y *shuttle* al aeropuerto han ampliado este año su cartera de servicios. Desde enero, AeroCity está operando también en el aeropuerto de El Prat, que se suma al de Madrid-Barajas, donde lleva presente más de 10 años. Ares MóBILE, con sede en Barcelona, ha reforzado también su flota.

www.aerocity.com

917 477 570

19 Hotel de la cadena Travelodge en Edimburgo.

20 Terraza de uno de los hoteles Tivoli en el Algarve portugués.

21 El nuevo W de Barcelona, gestionado por el grupo Starwood, nuevo emblema arquitectónico de la ciudad.

22 El complejo Riskal está construido en la *posseió* mallorquina Son Serra Parera.

**COMPLEJO RISKAL****Para todos los gustos**

Desde principios de año abre sus puertas este espectacular complejo formado por una serie de espacios construidos alrededor de la *posseió* mallorquina Son Serra Parera, una estancia del siglo XIX. Ofrece nueve salones y siete espacios singulares, además de restaurantes, cafeterías y aparcamiento para 400 vehículos.

www.riskal.es

971 717 455

EUROPEA DE SEGUROS**Póliza business mejorada**

La compañía especializada en seguros de viajes ha mejorado recientemente las condiciones de su póliza Business Star, con novedades como la contratación anual para grupos (Business Star Corporate), más coberturas y una herramienta de emisión y gestión a través de Internet.

www.europeadeseguros.com

FÚTBOL CLUB BARCELONA**Partidos de empresa**

El equipo culé ofrece un paquete para jugar un partido en el Camp Nou que incluye el equipamiento deportivo completo, un entrenador por equipo y un diploma acreditativo. A la oferta no le falta detalle: árbitro reglamentario, salida por el túnel de vestuarios con el himno de fondo, servicio médico...

events@fcbarcelona.cat

100 PROPUESTAS PARA VIAJAR EN TIEMPOS DE CRISIS

GOURMET COBOS CATERING

Una idea cada mes

Se enfrenta a la crisis con unas dosis de imaginación que le ha permitido crear doce tipos de eventos temáticos, uno por mes. Estos son sólo algunos: "Fiesta Vaquera", "La Leyenda del Flamenco", "Las Fiestas de la Primavera", "Sueños de Andalucía", "Verbenas del Pueblo" o "Andalucía Romance". Además, la empresa de catering ha creado la marca Metrópolis, dirigida a eventos menos exigentes y con precios más económicos.

www.coboscatering.com

HARD ROCK CAFÉ MADRID

Ajuste de precios

El emblemático restaurante ha ajustado sus precios desde que se ofrece como lugar para la celebración de reuniones y eventos. En principio, da la oportunidad de privatizar todos sus espacios, que pueden acoger hasta 300 personas en banquete y 600 en cóctel.

914 364 340

HOMELIDAYS

Alquiler entre particulares

Presente en 100 destinos de todo el mundo, su propuesta también puede funcionar en determinadas circunstancias para las necesidades del viajero de negocios. Homelidays facilita el alquiler de alojamientos entre

particulares. Aunque el grueso de su oferta, con unos 40.000 anuncios en temporada alta, es el vacacional, también es posible encontrar pisos urbanos, chalets y villas de lujo, con diferentes servicios incluidos. En algunos casos, la pernoctación puede resultar más económica que en los hoteles.

www.homelidays.com

LA ROCA VILLAGE

10% de descuento adicional

Situado entre Barcelona y Girona, de camino a la Costa Brava, La Roca Village Outlet Shopping representa un típico pueblo catalán del siglo pasado que alberga 100 tiendas de primeras marcas con colecciones de temporadas anteriores en moda, complementos, deportes y hogar a precios reducidos hasta el 60% durante todo el año. Es una buena opción para organizar visitas a los acompañantes de congresos, reuniones y conferencias.

www.LaRocaVillage.com

938 423 900

ORIENT EXPRESS

Incentivos en el tren

Propone un viaje en el Eastern & Oriental Express, el tren más exclusivo de Asia, atravesando Tailandia, Laos y Malasia. Este ferrocarril se puede alquilar por completo a

grupos de 12 a 80 personas. Hay flexibilidad para viajar entre dos y ocho noches.

www.orient-express.com

RENFE

Tarifa "Última Hora"

Una de las últimas apuestas de la compañía ferroviaria es la tarifa "Última Hora", con billetes a mitad de precio de venta en Internet. Es necesario realizar la reserva dentro de las 24 horas previas a la salida del tren y no se admiten cambios ni devoluciones. Las plazas son, por supuesto, limitadas.

www.renfe.es

TRAVELBOAT

Más destinos en goleta

Para el cliente de incentivos, Travelboat va a añadir a su programación habitual nuevos destinos, como Egipto, México o la República Dominicana. También programa salidas desde Baleares, Canarias, la costa peninsular y Grecia.

www.travelboat.es

ZMAR ECO CAMPING RESORT

Outdoor training ecológico

Emplazado en pleno Parque Natural del Suroeste Alentejano e Costa Vicentina de Portugal, en un espacio de 80 hectáreas con todos los servicios y soportes técnicos de un complejo hotelero de alta categoría. Zmar Eco Camping ofrece algunas de las alternativas más innovadoras en organización de eventos y cursos de outdoor training.

www.zmar.eu



23

23 Villa tropical en República Dominicana, una de las propuestas de Homelidays.

24 Eastern & Oriental Express.



24

NUÑEZ i NAVARRO HOTELES, REUNIONES EN EL CENTRO DE BARCELONA



Núñez i Navarro Hoteles presenta una de las ofertas más completas y versátiles para la organización de **todo tipo de eventos en la ciudad de Barcelona. Son 9 hoteles, más de 900 camas y un conjunto de espacios singulares** capaces de albergar desde una exclusiva convención a un distendido coctel en la piscina, pasando por grupos de formación o una presentación de producto.

Nueve hoteles con **personalidad propia, un estilo diferenciador** que va de la sobria elegancia atemporal del H1898 al atrevido minimalismo del B-Hotel. Un elemento común los caracteriza: su **ubicación estratégica** en las zonas más emblemáticas de la Barcelona turística y comercial. Este carácter urbano, sumado a la calidad de sus servicios, los convierte en ideales para estancias de ocio y negocio.

Cuatro hoteles destacan por sus instalaciones especializadas en el segmento de reuniones. Todos ellos cuentan con salas independientes y panelables, con diseño innovador, totalmente equipadas, acceso gratuito a internet sin cables (wi-fi), business center y la más avanzada tecnología audiovisual.



HOTEL 1898

LA RAMBLA, 109 / 93 552 95 52 / 1898@nnhotels.com

Situado en el corazón de La Rambla barcelonesa, este edificio histórico fue la sede de la antigua Compañía de Tabacos de Filipinas. Tradición y exclusividad se unen a un cuidado interiorismo de pinceladas coloniales mezcladas con diseño de tendencia. 169 habitaciones, piscina exterior, terraza, spa, piscina cubierta y fitness. **7 salones coloniales con luz natural y vistas a La Rambla. 5 salas de reunión. Capacidad: 15 a 150 pax.**



BHOTEL

GRAN VIA, 389-391 / 93 552 95 00 / b-hotel@nnhotels.com

Desde la Barcelona turística (Montjuic, MNAC, Palau St. Jordi) y desde la Barcelona ferial, el innovador y minimalista B-Hotel sorprende por la perfecta combinación entre vanguardia y nuevas tecnologías. 84 habitaciones, el genuino B-Bar donde degustar un menú de tapas, terraza con un amplio solárium y piscina con impresionantes vistas. **2 salas con luz natural y acceso a terraza privada para coffee breaks. Capacidad: 20 a 90 pax.**



HOTEL U232

COMTE D'URGELL, 232 / 93 322 41 53 / U232hotel@nnhotels.com

Una cálida y envolvente atmósfera recibe a los clientes a su llegada al Hotel U232. Su diseño de tonos suaves y materiales nobles da lugar a un ambiente acogedor en espacios pensados para el confort y la multifuncionalidad. El Hotel U232 disfruta de una ubicación privilegiada en la zona comercial y de negocios de Barcelona. 102 habitaciones. **2 salas de reuniones, una de ellas con luz natural. Capacidad: 20 a 90 pax.**



HOTEL BARCELONA UNIVERSAL

AV.PARALLEL, 76-80 / 93 567 74 47 / bcuniversal@nnhotels.com

La proximidad a la Rambla, a la Fira de Barcelona y al Palau de Congressos, sumada a su estilo funcional y su carácter contemporizador convierten a este establecimiento en una opción ideal para combinar el ocio con las estancias de trabajo en la ciudad. 167 habitaciones, terraza-solarium con piscina exterior, gimnasio y excelentes vistas de Barcelona. **4 salas de reuniones, habitaciones convertibles en funcionales despachos. Capacidad: 20 a 70 pax.**

BARCELONA

Elixir de juventud

El viejo axioma promocional con el que la capital catalana se presentaba al mundo decía “Barcelona, ciudad de ferias y congresos”. Mucho han cambiado las cosas desde que España descubrió el turismo, pero la ciudad sigue teniendo en la actividad congresual uno de sus principales referentes. La mezcla de fidelidad a sus orígenes y una constante renovación, donde el diseño, la innovación y el cosmopolitismo se dan la mano, le han proporcionado un éxito sin precedentes.

TEXTO: MARCOS MEIER

La Ciudad Condal es una de las marcas turísticas de mayor peso en nuestro país. Su liderazgo se impone en segmentos como los cruceros o el de *city breaks*. Pero el verdadero motor sigue siendo el business travel, que hereda la tradición congresista y ferial de la ciudad para combinarla con un cosmopolitismo “marca de la casa” y añadirle un sinfín de propuestas de incentivo. Así las cosas y tras el éxito de los Juegos Olímpicos, referente siempre obligado en un destino que se mueve a golpe de grandes

La tradición congresual se combina con un cosmopolitismo “marca de la casa”

acontecimientos (Exposición Internacional de 1929, JJ.OO. en 1992, Forum de las Culturas en 2004), el despegue de la ciudad ha sido espectacular. Su crecimiento turístico es de los mayores de Europa, según la European Tourism Leader Benchmark. El turismo de congresos, convenciones e incentivos aporta una parte muy importante del pastel. En 2008 se celebraron 2.482 reuniones (383 congresos), con casi 700.000 delegados que generaron 2,8 millones de pernoctaciones. Barcelona es la cuarta ciudad del mundo con más congresos internacionales, según la International Congress & Convention Association (ICCA). Para los menos amantes de los números, existen otras referencias que dan idea de la importancia del destino, como la feria EIBTM (European Incentive, Business Travel and Meetings Exhibition), que llegó a la Ciudad Condal en 2004 para quedarse hasta 2008, pero que permanecerá cinco

años más gracias a los buenos resultados obtenidos. La Diputación de Barcelona ha entrado en el comité organizador de la feria, una iniciativa que amplía sensiblemente la oferta turística que ofrece la ciudad, al sumarla de la provincia.

¿Morir de éxito?

Como no se puede ganar en todo, este mismo año se desató una gran polémica cuando los organizadores de la feria de moda urbana Bread & Butter decidieron regresar a Berlín tras cuatro años seguidos

en Barcelona, a pesar de los esfuerzos del ayuntamiento por retenerla. En medio del tira y afloja, también afloró un intenso debate sobre la política tarifaria de los hoteles. Lo cierto es que la planta ha crecido mucho en los últimos años y las salas para celebrar convenciones proliferan como setas. La guerra de precios sigue abierta. Pero como Barcelona sabe bien cómo reinventarse y sus responsables municipales



¿POR QUÉ? Mediterránea, acogedora y vanguardista. Nuevas infraestructuras de transporte. Oferta hotelera de calidad. Experiencias singulares del programa Premium.

¿CUÁNTO? 50 € - 450 €
Precio medio i/v billete de avión clase turista/business desde Madrid.
100 € - 450 € AVE i/v tarifa web/club.

¿CUÁNDO?
Todo el año.

poseen un reconocido conocimiento del marketing, rápidamente surgió la idea de crear un certamen parecido al Bread & Butter. Así, la Fira de Barcelona ha buscado 250 marcas de moda para dar carta de naturaleza a *The Brandery*, un certamen que se va a celebrar en julio. Habrá que ver la respuesta del sector y de la ciudad.

En realidad, la controversia sobre la incidencia del turismo en el entorno urbano sigue viva desde hace unos años. Muchos ciudadanos denuncian la degradación de la vida cotidiana, de los servicios públicos, así como el aumento de los precios, especialmente en el centro. Quizá la crisis económica sirva para poner las cosas en su sitio.

En 2008, la cifra de turistas que visitaron la ciudad cayó un 6,3%. Con todo, dos segmentos siguieron creciendo el año pasado: el de negocios y el de cruceros. Por vez primera, Barcelona superó los dos millones de cruceristas, con un espectacular aumento del 17% respecto al año anterior.

Mirando al mar

Desde el punto de vista urbanístico, Barcelona ha ido perfilando su silueta definitiva en los últimos años. Encorsetada entre la montaña y el mar y con un término municipal escaso, en el que atravesar una calle significa cambiar de ciudad, su punto de inflexión fueron los Juegos Olímpicos de

Estuvo allí...



ÓSCAR GARCÍA
Gerente de la Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE)

¿Por qué razón acudió a este destino? La central de mi anterior empresa estaba localizada allí.

¿Qué es lo que más le ha gustado? La distribución del centro de la ciudad y el conjunto histórico, con mucha vida en la calle.

¿Qué ha echado en falta? Quizá no la conozca, pero creo que le falta oferta para tomar una copa tranquila después de cenar.

¿Lo recomendaría?
¿Por qué? Combina perfectamente el mundo de los negocios con el ocio.

2

- 1 La imponente figura del emblemático Hotel Arts señala la entrada al puerto olímpico.
- 2 El legado de Gaudí se deja ver en algunos de los lugares más visitados, como el Parque Güell.
- 3 La Sagrada Familia es el máximo exponente del modernismo catalán.
- 4 La profunda metamorfosis del Port Vell ha servido para integrarlo plenamente en la ciudad.

4

3



- 5 Ocio y gastronomía se dan la mano en el puerto olímpico.
- 6 El edificio Forum está suspendido en el aire mediante 17 puntos de apoyo.
- 7 El Forum de las Culturas fue construido con estrictos criterios medioambientales.

1992. Entonces consiguió volver a mirar al mar y transformar un frente plagado de fábricas, tanto en el puerto como en la actual villa olímpica.

Con la llegada del Forum de las Culturas, en 2004, la Avenida Diagonal, uno de los principales ejes urbanos, llegó hasta el mar en la zona donde la ciudad termina y se da la mano con el municipio de Sant Adrià de Besòs. Allí se levantaron dos edificios para albergar convenciones y congresos de enormes dimensiones. El Edificio Forum es una construcción triangular de 180 metros de lado y 25 de altura, obra de los arquitectos Herzog y De Meuron, que contiene un auditorio con una capacidad para 3.200 personas y una sala de exposiciones de 5.000 m². El Centro de Convenciones Internacional de Barcelona (CCIB) puede albergar congresos de hasta 15.000 personas. En total, dispone de 45 salas repartidas

en sus cinco plantas. La inmensa plaza del Forum da juego para celebrar todo tipo de eventos.

Pero ahí no acaba la cosa. El litoral se encuentra enteramente reformado entre la Villa Olímpica y el propio recinto del Forum. Algunas de las principales cadenas hoteleras se han asentado con nuevos establecimientos en esta amplia zona. Detrás ha surgido el Distrito 22@, nueva iniciativa de la ciudad para reinventarse. Una vieja zona de almacenes e industrias es hoy un gran parque tecnológico que da cobijo a empresas punteras. La guinda de este nuevo triángulo surgido entre la Diagonal y el litoral lo pone la Torre Agbar, el colorista edificio de Jean Nouvel. Con 142 metros de altitud, puede ser contemplada desde cualquier parte de la ciudad y se ha convertido en una atracción turística gracias a su mirador.

Hoteles recomendados

- 1 Hotel Arts.
2 Hotel
Barcelona
Princess.



EL ARTS *****GL

Por su situación y altura, frente al mar, es todo un referente. En la actualidad está gestionado por el grupo Ritz-Carlton. Destaca el impresionante spa urbano, que lleva la firma de Six Senses, situado en las plantas 42 y 43 del hotel.

Marina, 19-21

Tel. 932 211 000 / www.hotelartsbarcelona.com

ME BARCELONA *****

Recientemente inaugurado, es ya otro de los emblemas arquitectónicos de la ciudad. Estilo urbano e innovador, con habitaciones chic, cocina creativa e impresionantes vistas.

Pere IV, 272-286

Tel. 933 672 050 / www.me-barcelona.com

OMM *****

Situado junto al Paseo de Gràcia, posee una espectacular terraza con piscina que da a la Casa Milà (La Pedrera) de

Gaudí. Por su diseño y ambiente relajado se ha convertido en una cita importante de la sociedad barcelonesa más cool. En la entrada destaca el restaurante Moo, que cuenta con el asesoramiento de los hermanos Roca (de El Celler de Can Roca, en Girona), con 3 estrellas Michelin.

Rosselló, 265

Tel. 934 454 000 / www.hotelomm.es

BARCELONA PRINCESS *****SUP

En el n.º 1 de la Avda. Diagonal, al lado del CCIB, en plena zona del Forum. Posee un centro de fitness y diversas salas.

Av. Diagonal, 1 - Barcelona

Tel. 933 561 000 / www.hotelbarcelonaprincess.com / www.princess-hotels.com

AC BARCELONA *****

Ubicado en la nueva zona empresarial de Barcelona, cuenta con 368 habitaciones y 17 salones de reuniones entre 26 y

Al otro lado de la ciudad, en la entrada desde el aeropuerto, donde l'Hospitalet y Barcelona se fusionan y comienza la Gran Vía, otro de los grandes ejes de comunicación, ha surgido un nuevo distrito económico en el que destaca el nuevo recinto Fira de Barcelona, conocido como Fira Gran Vía, que complementa al ubicado en

ferial de Montjuïc y a 10 km del aeropuerto. Entre la Gran Vía, la Plaza Cerdà y Bellvitge se encuentra la Ciudad de la Justicia, un complejo que acoge los juzgados de Barcelona y l'Hospitalet, el Centro Comercial Gran Vía-2 (un complejo de 170.000 m²), una tienda Ikea, viviendas y una decena de hoteles. Algunos ya están en funcionamien-

Con sus cinco plantas, el CCIB puede albergar congresos de hasta 15.000 personas

la céntrica Plaza de España, a los pies de Montjuïc. Este último mantiene su oferta clásica, que incluye pabellones emblemáticos heredados de la Exposición de 1929, así como el Palacio de Congresos, con 9 salas y un auditorio para 1.700 plazas. El Centro de Convenciones de la Fira Gran Vía dispone de 14.000 m² y se encuentra a tan sólo 2,5 km del recinto

to, como el Capital, el Salvasa, el Prestige Congress o el Hesperia Tower, el segundo más alto de Barcelona. Fira de Barcelona va a tener aquí un recinto con seis pabellones, 240.000 m² y casi 7.000 plazas de aparcamiento, el segundo emplazamiento ferial de Europa por dimensiones y el más relevante por su arquitectura y urbanismo. El centro de todo el distrito será la Plaza de Europa,

495 m² · Detalles como minibar gratuito. El restaurante Dia & Nit está abierto las 24 horas. En temporada también se abre el Natura Café, situado en la planta 13. Dispone de spa, fitness center, piscina exterior y solarío con increíbles vistas al mar.

Paseo Taulat, 278

Tel. 934 898 200 / acbarcelona@ac-hotels.com

MURMURI ****

Es de los últimos establecimientos abiertos en Barcelona y ya está considerado como uno de los mejores. Se trata de un hotel boutique de diseño perteneciente a Majestic Hotel Group. Ofrece gratuitamente los servicios del conocido **Majestic *****GL**, en pleno Paseo de Gràcia. Destaca su restaurante asiático, que fusiona la cocina mediterránea con la del lejano continente.

Rambla de Catalunya, 104

Tel. 935 500 600 / www.murmuri.com



que con sus 338.826 m² será una de las más grandes de la ciudad. En ella se levantarán dos torres proyectadas por el arquitecto japonés Toyo Ito, destinadas a ejercer de símbolos del nuevo distrito económico.

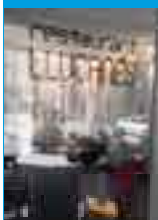
Barcelona Premium

La ciudad crece constantemente con nuevos espacios que le aportan mayor competitividad y atractivo. El CCIB y Fira Gran Vía vienen a sumarse a una oferta ya de por sí muy amplia. No hay que olvidar el Palacio de Congresos de Cataluña (del hotel Juan Carlos I), el Auditorio AXA, el Centro

Restaurantes recomendados

1 Restaurante
Àbac.

2 Restaurante
Lluçanès.



ÀBAC

El chef Xabier Pellicer (dos estrellas Michelin) es la gran revolución del año. Presenta un local espléndido, en la avenida del Tibidabo, justo delante del punto de partida del nostálgico Tranvía Azul. Cuenta con una coctelería en el sótano, varias terrazas en el jardín y un pequeño hotelito. La habitación del ático tiene una terraza de 70 m² con vistas al mar y al Tibidabo, así como un jacuzzi exterior.

Avda. Tibidabo, 1

www.abac.com

LLUÇANÈS

Después de 16 años practicando una cocina muy interesante en el pueblo de Prats de Lluçanès, en el centro de Cataluña, reconocida en el año 2000 con una estrella Michelin, el matrimonio formado por Ángel Pascual y Rosa Morena se trasladaron a Barcelona, en pleno barrio de la

Barceloneta, en 2007. Su buen trabajo se reconoce con una estrella Michelin en 2008.

Pza. de la Font, s/n.

Mercat de la Barceloneta

Tel. 932 242 525 / www.restaurantllucanes.com

COMERÇ 24

Carlos Abellán es un chef formado en El Bulli que acaba de conseguir su primera estrella Michelin en este restaurante moderno, situado en el barrio del Born, al lado del Parque de la Ciudadel.

Comerç, 24

Tel. 933 192 102 / www.comerc24.com

RESTAURANTE ESFÉRIC

En los jardines Joan Brossa, en Montjuïc, este restaurante ocupa un edificio de la Exposición Universal de Barcelona de

de Convenciones de la Torre Mapfre, el World Trade Centre, el pabellón Mies van der Rohe o edificios como el Palau Sant Jordi (que puede acoger hasta 20.000 personas), el Palau de la Música Catalana, el Gran Teatro del Liceo o el Palacio de Pedralbes, entre otros.

de la ciudad por medio mundo.

Además, Turismo de Barcelona ha llegado a un acuerdo con agencias especializadas y hoteles de alta gama para comercializar el programa "Barcelona Premium", con el que ofrecer experiencias singulares en la ciudad. Aquí las posibilidades se multiplican:

En la entrada desde el aeropuerto ha surgido un nuevo distrito económico en el que destaca la Fira

Desde hace algún tiempo, los incentivos están cediendo posiciones frente a las reuniones de empresa. Los DMC están prevenidos y los cambios en la demanda son constantes. Turismo de Barcelona les apoya, entre otras cosas con el lanzamiento de productos turísticos de creciente tirón, como es el caso de las rutas cinematográficas, sobre todo a raíz del éxito de *Vicky Cristina Barcelona*, la película de Woody Allen que ha promocionado los encantos

Barcelona a vista de globo, miniolimpiadas en la zona olímpica, regatas en el puerto, jornadas de Fórmula 1, city tours en bicicleta y hasta partidos en el mismísimo Camp Nou que el Fútbol Club Barcelona alquila a través de su agencia de eventos.

Una de las estrellas de la temporada es el GoCar, surgido de la iniciativa privada. Se trata de unos simpáticos descapotables amarillos de reducidas dimensiones equipados con ordenador y GPS que recorren los



1929. Su decoración es muy atractiva. Se puede llegar a él en teleférico y se ofrece en alquiler para eventos.

Pza. Dante, s/n

Tel. 933 292 169 / www.esferic.es

LASARTE / LOIDI

Martín Berasategui ha llegado a Barcelona de la mano del hotel Condes de Barcelona, uno de los emblemáticos de la ciudad. Como asesor gastronómico ofrece en el Lasarte sus delicias más conocidas y una fusión de la cocina vasca con la catalana. El Loidi está concebido como un bistro informal que ofrece el "menú de Martín Berasategui", compuesto por cuatro platos.

- Restaurante Lasarte: Mallorca, 259

Tel. 934 453 242

- Restaurante Loidi: Mallorca, 248

Tel. 934 929 292 / www.condesdebarcelona.com

puntos emblemáticos de la ciudad al tiempo que van contando al usuario las historias de los lugares por los que pasa, así como el valor artístico de los edificios que van apareciendo. El cliente conduce con total autonomía y el coche le guía. Los GoCar (www.gocartours.es) sólo se pueden disfrutar por ahora en San Francisco, San Diego, Miami, Lisboa y Barcelona. Dentro de poco desembarcarán también en Valencia. Otra iniciativa de gran éxito toma a la gastronomía como referencia. Se trata de La Paradeta, un nuevo concepto de restaurante. Al entrar en este lugar, nos espera un puesto de pescado y marisco. Uno escoge lo que quiere, lo pesa, lo paga y espera en la mesa a que se lo cocinen como él haya indicado. En Barcelona ya hay cuatro: en el Born, Sants, Sagrada Familia y la Meridiana.



9



10

8 La guinda del nuevo triángulo surgido entre la Diagonal y el litoral es la torre Agbar.

9 Pabellón de la Fira.

10 El Palau de la Música Catalana se ofrece como lugar de eventos.

11 Rambla del Mar.



11



12



13



14

12 El AVE ha revolucionado las opciones de transporte.

13 El GoCar hace las veces de guía.

14 Woody Allen, nuevo icono de la ciudad.

El que más éxito tiene es el que se encuentra justo detrás del emblemático edificio del Born, una zona de copas, restaurantes y tiendas de diseñadores poco conocidos (www.laparadeta.com).

Más infraestructuras

Barcelona también se mueve a golpe de infraestructuras. El éxito más reciente, aunque algo accidentado hasta su entrada en funcionamiento, es el tren de alta velocidad. En un solo año, el AVE ha revolucionado

velocidad entre España y Francia pasa por Barcelona y se dirige al norte hacia Girona y Figueras. La fecha prevista es 2012, pero es posible que circulen trenes antes. Lo que va para largo es la estación de la Sagrera, la que será terminal del AVE en Barcelona.

El aeropuerto, por su parte, sigue su crecimiento. Tras la inauguración de la tercera pista y la nueva torre de control, ahora los esfuerzos están puestos en la Terminal 1, que debe entrar en servicio este verano. Está concebida como un nudo de comunicacio-

Barcelona se mueve a golpe de infraestructuras. El éxito más reciente es la conexión del AVE

las opciones de transporte en Barcelona, acercándola no sólo a Madrid, sino también a Sevilla, gracias al *bypass* ferroviario del centro, que permite hacer el trayecto en poco menos de seis horas.

Es sólo el principio. En pocos años se podrá ir en AVE a París o Ginebra. La línea de alta

velocidad entre España y Francia pasa por Barcelona y se dirige al norte hacia Girona y Figueras. La fecha prevista es 2012, pero es posible que circulen trenes antes. Lo que va para largo es la estación de la Sagrera, la que será terminal del AVE en Barcelona. El aeropuerto, por su parte, sigue su crecimiento. Tras la inauguración de la tercera pista y la nueva torre de control, ahora los esfuerzos están puestos en la Terminal 1, que debe entrar en servicio este verano. Está concebida como un nudo de comunicación y un gran centro de servicios por donde pasarán más de 80.000 pasajeros cada día. Junto a ello, la unión de dos compañías aéreas, Vueling y Clickair, impulsada por el empresariado catalán, al igual que la compra de Spanair, auguran buenos tiempos al Prat. Para completar las infraestructuras de transportes, se está ampliando también el puerto de Barcelona. Se espera que en el año 2011 habrá doblado tanto su superficie como sus infraestructuras. 

Más información

BARCELONA CONVENTION BUREAU

Tel. 933 689 700

www.barcelonaturisme.com

ASOCIACIÓN CATALANA DE EMPRESAS OPC

Tel. 933 185 734

www.opccat.com

FIRA DE BARCELONA

Palacio de Congresos de Barcelona

Tel. 902 233 200

CENTRE DE CONVENCIONES GRAN VÍA

Tel. 932 332 000

www.firabcn.es

PALACIO DE CONGRESOS DE CATALUNYA

Tel. 933 644 400

www.pcongresos.com

CENTRO DE CONVENCIONES INTERNACIONAL DE BARCELONA (CCIB)

Tel. 932 301 000

www.ccib.es

TURISMO DE CATALUÑA

www.catalunyaturisme.com

GREMIO DE HOTELES DE BARCELONA

www.barcelonahotels.es

HOTEL ****
ALEXANDRA
BARCELONA

Una mirada a Barcelona

Hotel Alexandra Barcelona ****
Calle Mallorca 281 - 08008 Barcelona
Tel. +34 934 477 166 - Fax +34 934 840 244
www.hotel-alexandra.com



HOTEL ****
AUGUSTA
VALLE

Una mirada al Interior

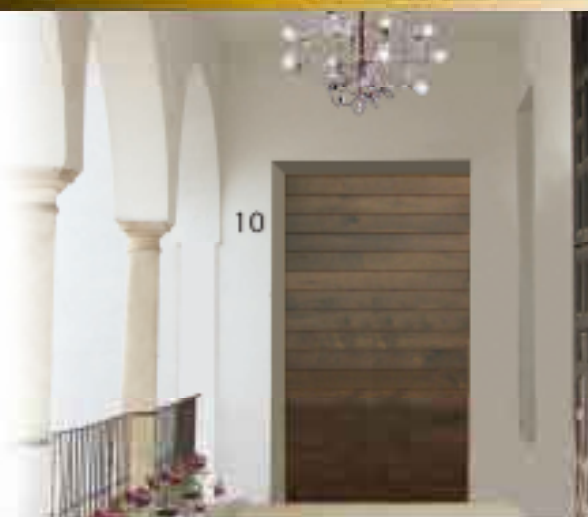
Hotel Augusta Vallés ****
Aut. AP-7 - Sección 13
Calle Vía Augusta 1
08410 Granollers-Vilanova del Vallés (Barcelona)
Tel. +34 934 466 060 - Fax +34 934 466 061
www.hotelaugustavalle.com



Hotel ****
Palacio Conde de Torrejón
Sevilla

Una nueva mirada

Hotel Palacio Conde de Torrejón ****
Calle Conde de Torrejón 9 - 41003 Sevilla



Podríamos Aperturar

*El mundo antiguo
con una nueva mirada
para el futuro*



DIAGONAL
HOTELS

¿POR QUÉ? Ambientes diferentes.
Intensa vida cultural. Nuevos museos.
Zonas rehabilitadas. Numerosas
propuestas de team building.

¿CUÁNTO? 120 € - 520 €
Precio medio i/v billete de avión
clase turista/business.

¿CUÁNDO?
Todo el año.

PARÍS

La ciudad del eterno regreso

París merece un regreso, por mucho que se conozcan sus reclamos turísticos más fotografiados. La capital francesa se presenta al extranjero como una ciudad en continua renovación de su oferta lúdica y cultural. Pero también como un destino de negocios con atractivos suficientes para convertirlo en un eterno incentivo. Aún más en época de crisis, por su accesibilidad y por las múltiples posibilidades que ofrece a todo tipo de presupuestos.

TEXTO: EVA LÓPEZ

Un paseo en bicicleta junto al río admirando verdaderos iconos mundiales exquisitamente iluminados, una experiencia gastronómica en la que combinar un marco popular con la cocina más selecta, exposiciones de arte contemporáneo y primitivo en edificios vanguardistas, *shopping* en tiendas de renombre en las que el escaparatismo también es arte. Todo esto y mucho más es París.

Iberia). Aunque el AVE París-Barcelona aún está lejos de ser una realidad, los tren-hotel de Renfe comunican la capital francesa con las dos principales ciudades españolas (www.elipsos.es).

La creación de una tarifa única para los trayectos en taxi entre los aeropuertos y el centro lleva años en negociación. De momento, hay que contar en torno a 50-60 € desde Charles de Gaulle en momentos

El alcalde de la ciudad ha prometido aumentar en un 10% la planta hotelera antes del año 2012

Carole Zérah, directora de marketing de la oficina de turismo y congresos de la capital francesa, se muestra confiada ante la solidez de la ciudad como destino de negocios. A pesar del 10% de descenso en los ingresos de los hoteles especializados a finales de 2008, París cuenta con muchas ventajas sobre sus competidores: "Jugamos con nuestras bazas más emblemáticas: la belleza de la ciudad, la diversidad de propuestas culturales y de ocio, la accesibilidad en avión y tren y la calidad de la planta hotelera de alta gama". El alcalde de la ciudad ha prometido aumentar un 10% esta planta antes de 2012.

Según explica Zérah a meetin, "no sólo es posible descubrir nuevos elementos como el 104 del distrito 19 –en referencia a las antiguas pompas fúnebres hoy destinadas a la creación contemporánea y los eventos de empresa–, sino que estamos reinventando la oferta de los lugares conocidos: todos los museos están abiertos a la privatización y renovamos espacios como la Academia Diplomática Internacional, cerca del Arco del Triunfo".

Buena accesibilidad

Seis compañías aéreas enlazan Madrid y París cada día (Ryanair, Vueling, Air France, easyJet, Air Europa e Iberia); y cuatro desde Barcelona (easyJet, Vueling, Air France e

Estuvo allí



ALBERTO MARTÍN ESQUIVEL
Lead Buyer Marketing
y Servicios Generales de Altadis
Imperial Tobacco Group

¿Por qué razón acudió a este destino? Nuestro grupo tiene una fuerte implantación en Francia y en París tenemos las oficinas centrales.

¿Qué es lo que más le ha gustado? Llevo tiempo viajando a París y cada vez me siento más cómodo. Si tienes tiempo, París es una ciudad fantástica, se respira un aire especial... Lástima que en los viajes de trabajo el tiempo libre escasee.

¿Qué ha echado en falta? Mis estancias no son tan prolongadas para echar algo en falta, pero sí me resulta incómodo lo grande que es París, para mí demasiado.

¿Lo recomendaría? Por supuesto, en el plano profesional es una ciudad que tiene todos los servicios necesarios y de buen nivel. Y en el plano turístico... ¡qué voy a decir!

1 Fachada del hotel Derby Banke.

2 Sofitel París La Défense Centre.



Hoteles recomendados

HOTEL DERBY BANKE **** S

Por su ubicación, en el barrio de la Ópera, y por su arquitectura, un distinguido edificio de principios del siglo XX. Abierto desde el pasado mes de abril, responde al concepto de hotel-museo que Derby Hotels Collection está desarrollando y que se plasma, entre otros aspectos, en las colecciones de arte que se exponen en las zonas comunes y en las habitaciones. Cuenta con dos salas de reuniones y dos restaurantes, uno de ellos orientado a las convenciones y los eventos privados. Ofrece servicio de limusina.

20, Rue La Fayette

Tel. + 33 1 55 33 22 22

info@derbyhotels.com

MONTALEMBERT ****

Por su atmósfera, estilo y elegancia. El establecimiento del grupo Majestic se encuentra en pleno barrio de Saint Germain des Prés. De estilo clasicista, este hotel-boutique crea adicción. De hecho el 50% de sus clientes son habituales que se alojan entre 4 y 10 veces al año.

3, rue de Montalembert

Tel. +33 1 45 49 68 68

info@montalembert.com

SOFITEL PARIS LA DÉFENSE CENTRE ****

Por disponer de luz natural en todas sus salas de reuniones. Alberga 151 habitaciones de diseño contemporáneo con cómodas camas MyBed y cinco espacios de trabajo con capacidad hasta 120 personas.

34, cours Michelet

Tel. + 33 1 47 76 72 18

www.accorhotels.com

PULLMAN PARIS-LA DÉFENSE ****

Por la calidad y confort de la mesa de trabajo en las habitaciones, la comodidad de la cama (MyBed) y la *show kitchen* del restaurante Avant Seine (cocina francesa).

11, avenue de l'Arche-La Défense 6

Tel. + 33 1 47 17 50 71

www.accorhotels.com



- 1 Panorámica de La Défense, el distrito financiero y empresarial.
- 2 El lujo se palpa en la plaza Vèndôme, una de la más señoriales de la ciudad.
- 3 El CNIT simboliza la renovación de La Défense.

de tráfico fluido, unos 25-30 € desde Orly. El gobierno regional ha aprobado reservar un carril en determinadas horas del día para la circulación de taxis. El aeropuerto para vuelos privados Le Bourget está en la ciudad. Transitar por la capital en momentos de mucho tráfico sigue siendo lento. Por eso está teniendo mucho éxito la opción moto-taxi, con precios fijos: (París-CDG: 65 €, París-Orly: 50 €). Se acepta hasta un *trolley* pequeño como equipaje. Con empresas como Libertytrans es posible alquilar la moto con conductor por unos 65 €/h (www.libertytrans.fr).

RATP, el organismo gestor de los transportes parisinos, ha creado el Pass Congrès, que asociado a los eventos organizados en la ciudad permite disfrutar de libre acceso al transporte público.

Convention.parisinfo.com

El 46,9% de las pernoctaciones hoteleras en París corresponden a viajeros profesionales. El presidente galo, Nicolas Sarkozy, ha



LES JARDINS DU MARAIS ****

Por su emplazamiento en el animado barrio del Marais. 265 habitaciones en siete edificios históricos. 15 salas de reuniones, con una capacidad máxima de 800 personas.

74, rue Amelot

Tel. + 33 1 40 21 20 00

www.homeplazza.com

HOTEL SAINT PETERSBOURG ***

Por la amplitud de sus habitaciones y la calidad del desayuno, incluido en el precio del alojamiento. 100 habitaciones y tres salas de reuniones con luz natural para un máximo de 150 personas.

33-35, rue Caumartin

Tel. + 33 1 42 66 60 38

insistido en potenciar el atractivo de Francia como destino de grandes eventos internacionales, congresos y reuniones de empresa. Fruto de ello fue el lanzamiento en el año 2008 del portal www.convention.parisinfo.com (en inglés y francés), creado por la Oficina de Turismo y Congresos de París. Dotado de un motor buen de búsqueda, completa la información de la newsletter *Paris News*

candidaturas. *Around your event* cataloga todas las actividades de incentivo que ofrece la capital francesa. En total, 361 proveedores son accesibles a través de esta completa herramienta de trabajo.

La Défense, símbolo del cambio

La Défense es el barrio de negocios por excelencia de París y está inmerso en un plan de renovación que acabará con su imagen

Como circular a ciertas horas sigue siendo lento, están teniendo gran aceptación los moto-taxis

y de la guía *Se réunir à Paris/Meeting in Paris*, accesible en pdf desde la web.

A través del buscador *Your venue finder* se accede a la disponibilidad de los espacios en tiempo real, con todas sus características y los plazos de ejecución de los proyectos. El *Request for proposal* es un formulario dirigido por la oficina de turismo a todos los proveedores especializados en eventos profesionales para que propongan sus

algo vetusta que circula por el mundo profesional. El CNIT (Centro de Nuevas Industrias y Tecnologías) Paris-La Défense (www.paris-expo.fr), frente al centro comercial Quatre Temps, simboliza esta renovación, con tres anfiteatros de 2.300 a 1.200 plazas y 36 salas de reuniones con capacidad entre 40 y 540 personas. La nueva torre Signal de Jean Nouvel, que estará terminada en 2013, junto al Grand Arche,

¿Cuánto cuesta?



CARRERA DE TAXI

- 60 € (Charles de Gaulle-Centro)
- 30 € (Orly-Centro)



CAFÉ EN EL AEROPUERTO

1,70 €



COMIDA TÍPICA RESTAURANTE MEDIO

22 €



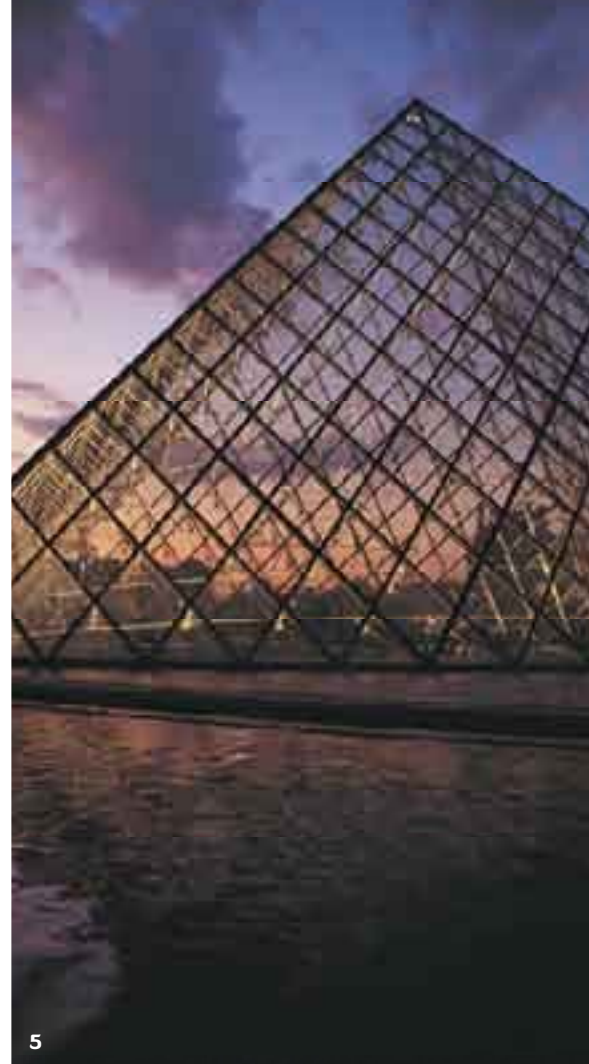
MENÚ DEGUSTACIÓN RESTAURANTE LUJO

275 €



COCHE

- Alquiler: 38 € / día
- Gasolina: 1,20 € / litro



Restaurantes recomendados

1 Interior del restaurante Guy Savoy.

2 En Dans Le Noir? se puede comer en total oscuridad.



GUY SAVOY (***) Michelin)

Por la calidad de su cocina francesa y la posibilidad de reservar espacios privados. Un menú de degustación cuesta 275 € (no incluye bebida).

18, rue Troyon (distrito 17)

Tel. + 33 1 43 80 40 61 / reserv@guysavoy.com

DANS LE NOIR?

Por lo original del concepto, aunque existen críticas a la relación calidad-precio y las mesas compartidas. El precio del menú entrante-plato-postre sin bebida es de 44 €. Menú gastronómico sorpresa 70 €. Obligación de reservar.

51, rue Quincampoix (distrito 4)

Tel. + 33 1 42 71 08 68 / resa@danslenoir.com

COJEAN

Por lo sabroso y variado de sus bocadillos, ensaladas y zumos chic. Abierto hasta las seis de la tarde. La conexión wi-fi es gratuita.

25, rue Washington (distrito 8)

y 12 direcciones más en la ciudad

Tel. + 33 1 44 26 28 30 / cojean@cojean.fr

CHEZ VINCENT

Por la excelente relación calidad-precio y por su situación, en el parque de Buttes de Chaumont. Menús entre 30 y 50 €.

Abierto de lunes a sábado solamente para cenas.

5, rue du Tunnel (distrito 19)

Tel. + 33 1 42 02 22 45

LE CHATEAUBRIAND

Por ejemplificar la tendencia bistrónomica.

Menús entre 30 y 60 €.

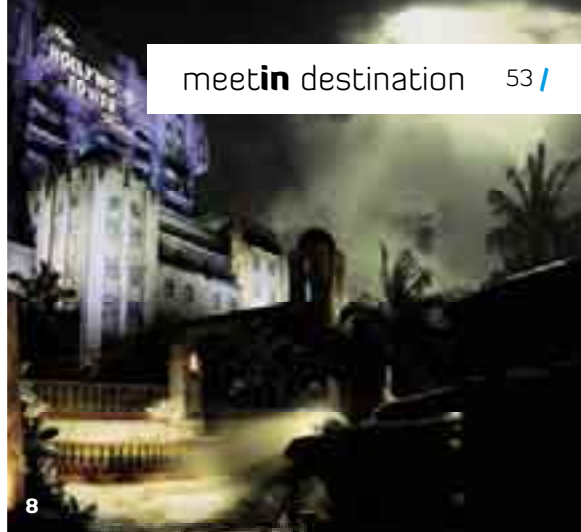
129, avenue Parmentier (distrito 11)

Tel. + 33 1 42 57 45 95

ejemplificará el desarrollo sostenible aplicado a la arquitectura: en sus 71 pisos se situarán oficinas, tiendas, viviendas y un hotel.

El centro de congresos y exposiciones situado a los pies del Grand Arche (www.paris-expo.fr) dispone de 9.000 m² de espacios polivalentes y salas de conferencias. Entre las 1.920 personas sentadas en el Espace Eiffel y las 30 en configuración U de la sala Ledoux existen múltiples opciones. Cuatro auditorios de 27 a 192 asientos, dos salones de 400 m², una sala de reuniones y el restaurante gastronómico Ô110 se sitúan en lo alto del Grand Arche, con magníficas vistas de la ciudad.

En el mismo barrio es posible dotar al encuentro de un toque gastronómico a través de Eurosites La Défense, que organiza jornadas (medias y enteras) en las torres Atlantique y Europe, con salas de hasta 120 m² y acuerdos para las pausas y comidas con los restaurantes de la zona. Descubrir interesantes piezas de escultura contemporánea es otro de los atractivos, gracias a las obras



- 4 El distrito empresarial se ha renovado en los últimos años.
- 5 Detalle de la pirámide del Louvre.
- 6 El Carrousel du Louvre.
- 7 Los mayores rascacielos se alzan al norte de la ciudad.
- 8 Ambientación nocturna en Disneyland Resort.

El palacio de congresos de Versailles, situado junto a la entrada al castillo, es otra de las opciones cerca de la capital. Los espacios mencionados se engloban, entre otros, bajo la marca Viparis (www.viparis.com), creada en 2008 para potenciar el turismo de negocios en la región parisina. En 2008 se gestionaron 380 salones, 220 convenciones y 620 eventos de empresa, con un total de diez millones de participantes.

Los hoteleros parisinos son conscientes de la imagen antigua asociada a la planta. Una imagen que en muchas ocasiones se corresponde con la realidad, aunque afecta más a la hotelería de media y baja gama. El actual secretario de Estado ha aprobado la nueva clasificación hotelera que permitirá

convenciones y habitaciones de los hoteles. Ello no impide la integración de las últimas tecnologías en salas de reuniones y sedes de congresos.

Trabajo y ocio en el mismo día

Disney una de las pocas empresas en el mundo capaz de proponer eventos para 40.000 personas combinando los espacios interiores y exteriores. Se ha convertido en un referente para las reuniones y presentaciones en la ciudad, gracias a sus dos palacios de congresos, 95 salas de reuniones con capacidad de 10 a 4.000 personas y sus 8.200 habitaciones repartidas en 14 hoteles. Con dos parques temáticos colindantes (Walt Disney Studios y Disneyland Paris), también dispone de un campo de golf de 27 hoyos. Entre las últimas novedades figuran los llamados productos de motivación individual destinados a los mejores empleados, colaboradores y clientes: entradas al parque, estancias temáticas, regalos... todo personalizado y a precios negociados (www.drpbusiness.com). Según explica a *MeetIN* Marie Emmanuelle Linares, directora de marketing de Disneyland Resort Paris Business Solutions,

expuestas al aire libre en torno al Grand Arche. El Espace Info Défense propone visitas guiadas para grupos de al menos diez personas. El Espace Raymond-Moretti, inaugurado en septiembre, acoge exposiciones temáticas.

Palacios de congresos

El Palacio de Congresos de París tiene cuatro anfiteatros con capacidad entre 400 y 3.723 personas, 18 salas de conferencias y 70

Ya está aprobada la nueva clasificación hotelera para abandonar el actual baremo de 0 a 4 estrellas

espacios para reuniones. Menos frecuentado por la clientela española, pero no por ello menos atractivo, es el Paris Expo Carrousel du Louvre. De sus cuatro salas, una puede convertirse en anfiteatro con espacio para 2.200 personas. Aquí se celebran desde desfiles de moda hasta asambleas generales, pasando por presentaciones de productos y cenas de gala.

abandonar el actual baremo de cero a cuatro estrellas para adoptar el internacional, de una a cinco. El Gobierno está promoviendo líneas de préstamo específicas para impulsar la renovación.

Como en muchas ciudades europeas, la conexión a Internet sin cables es un hecho, pero su gratuidad para uso ilimitado sigue siendo asignatura pendiente en centros de



9 El museo del Quai Branly es una de las últimas sensaciones culturales de la ciudad.

10 Los atractivos turísticos de París son innumerables.

11 La vida nocturna en torno a los cafés es uno de los mayores encantos de la capital francesa.

“lo que nos diferencia de nuestros competidores es que aquí es posible reunir a 4.000 personas de tal modo que estén alojados en un mismo lugar, sin que estén dispersados por la ciudad”. Destaca que Disney no sólo piensa en los grandes grupos con presupuestos importantes. Para los pequeños o de menor poder adquisitivo, la gama de salones y la diversidad de la planta hotelera permite soluciones para todos los gustos. La dirección del Parc Astérix tampoco quiere perder el tren del turismo de reuniones, consciente de que un parque temático es una buena solución para combinar trabajo, incentivo y originalidad. Su cercanía a París (a 30 km del centro y 15 del aeropuerto CDG) y el posible *déjà vu* de Eurodisney

juegan a su favor, aunque carece de su carácter espectacular y vanguardista. Dispone de un anfiteatro de 380 asientos y del teatro exterior cubierto Panoramix para 600 personas. Los espacios al aire libre del parque, inspirado en las aventuras de Astérix, también pueden ser sede de diferentes eventos (www.evenement.parcaterix.fr).

Última tecnología

París es cada vez más *high-tech*. El visitante ya puede disfrutar de los parques de la ciudad con conexión gratis a Internet en cualquiera de ellos.

También es posible recorrer París en bicicleta a través de la red Vélib (www.velib.fr), cada vez más extensa y de uso muy sencillo. Una tarjeta de crédito (con chip) es

Actividades de ocio

1 Vélib, el popular servicio de bicicletas.

2 Cada rincón es una sorpresa.

3 Baron, una de las discotecas de moda.



VÉLIB DE NOCHE

Un agradable paseo en bicicleta por los bordes del Sena, contemplando los monumentos de París iluminados. Precio: 1 euro el alquiler de la bici, media hora de utilización gratuita.

DOCKS EN SEINE

Será una de las zonas más vanguardistas de París en la primavera de 2010. La infraestructura en torno a la Cité de Mode et du Design acogerá comercios y cafés, con una zona ajardinada de 2.000 m². Posibilidad de acceder en lanzadera fluvial Vóqueo.

28-36, quai d'Austerlitz, entre los puentes Charles de Gaulle y Bercy.

FONDATION CARTIER POUR L'ART CONTEMPORAIN

Exposiciones temporales de gran calidad. El edificio de Jean Nouvel acoge una zona de jardín de Lothar Baumgarten.

261, boulevard Raspail

Tel. + 33 1 42 18 56 50 / www.fondation.cartier.fr

DISCOTECA BARON

Es el lugar de referencia de la noche parisina más branché (a la moda). Entrada libre. Horario: 22:00-5:00

6, avenue Marceau

Tel. + 33 1 47 20 04 01 / www.clublebaron.com

LA FLÈCHE D'OR

Discoteca que destaca por su marco *underground* (una antigua estación de trenes). Concursos *indie-rock* y música electrónica los jueves, viernes y sábados. Las noches de concierto también se sirven cenas. Entrada gratuita. Horario: de lunes a domingo de 20:00 a 02:00 h.

suficiente para retirar una bicicleta por un euro. La primera media hora de desplazamiento es gratuita. Durante este año, Vélib quiere extender la idea a los coches, con la posibilidad de alquilar por un corto período de tiempo vehículos eléctricos para desplazarse por la ciudad.

La ciudad es el incentivo

La política turística de París tiene un eje: conseguir que no le falten razones al viajero para volver. Puede haber visitado los grandes museos, observado la ciudad desde el Sena o desde la Torre Eiffel, cenado en los restaurantes más famosos y disfrutado de sus cabarets, pero a lo mejor no ha experimentado aún la sensación de cenar en un restaurante completamente a oscuras o un establecimiento bistrónomico. Siempre hay algo con lo que sorprender. Otra novedad es el museo del Quai Branly, junto a la Torre Eiffel, última gran galería de la ciudad, dedicado a las artes "primeras". Otro nuevo museo, el de la Música, ha sido inaugurado recientemente. El París más futurista se ha asentado en la parte sureste de la ciudad, en torno a la Biblioteca Nacional de Francia, las antiguas cocheras de la compañía ferroviaria SNCF, la Cinemateca y el parque de Bercy. En los antiguos muelles se está construyendo la Cité de la Mode et du Design, que integrará una gran zona comercial con jardines.

Un antiguo prostíbulo de los Campos Elíseos es hoy en día la discoteca más selecta de la ciudad

Incluso los Campos Elíseos pueden ser visitados "de otra manera". *Lonely Planet* ha editado, con el apoyo del Patronato de Turismo de Ile de France, una guía en castellano titulada *Las zonas de moda de los parisinos* (no está a la venta: www.pidf.com)

Para todos los gustos

Para los amantes de la noche, varios lugares están marcando tendencia: la discoteca Baron, en el barrio de los Campos Elíseos, es actualmente la más selecta de la ciudad. Es un antiguo prostíbulo donde no es difícil toparse con celebridades parisinas e internacionales. En el mismo barrio, aunque menos selecta, la discoteca Madam propone una fiesta *after job* los jueves a partir de las siete de la tarde. Salas de

conciertos como la Flèche d'Or o La Java, en el este de la ciudad, sirven de trampolín a artistas revelación.

Le Marais, barrio situado al norte del magnífico ayuntamiento parisino, aumenta cada día su atractivo como centro de moda, diseño y ambiente *gay friendly*. En sus calles se encuentra el original restaurante Dans le noir?, donde comer en grupo en total oscuridad, desafiando las propias nociones de gusto y olfato de la mano de guías-camareros invidentes.

Belleville-Ménilmontant, al este, atrae cada vez más a bohemios que conviven con artistas urbanos (plaza Sainte-Marthe) e inmigrantes asiáticos y magrebíes. Pasear por el parque de Buttes de Chaumont y disfrutar de las bonitas vistas

de la ciudad es una opción novedosa tras la jornada laboral. El paseo puede terminar en el restaurante italiano Chez Vincent, en el mismo parque.

La avenida de los Campos Elíseos sigue siendo el referente parisino del *shopping*, con tiendas como Louis Vuitton y Citroën, que merecen la visita aún sin comprar. El arte del escaparatismo puede admirarse en

equipo para dilucidar dónde está el tesoro. París acoge más de 650 rodajes de cine al año. ¿Por qué no convertirse en Black Mamba, de Bill Hill, o Luke Skywalker, de Star Wars? Es posible si el grupo gana un concurso de preguntas relacionadas con el séptimo arte. Hablando de arte, el museo del Quai Branly puede ser la sede de un rallye *Arts Premiers* al final del día.

El Sena puede convertirse en el marco de una investigación para encontrar un tesoro en grupo

otras calles al norte del Sena, como Faubourg St. Honoré, plaza Vendôme y la Avenue Montagne. Al sur del río, en el bohemio y exclusivo barrio de Saint Germain des Prés, las mejores marcas comparten espacio con anticuarios y galeristas de arte.

Para los viajeros de negocios en grupo existen propuestas de lo más diverso. El Sena, por ejemplo, puede convertirse en el marco de una investigación en la que los participantes deben trabajar individualmente y en

En Disneyland París, los grupos se adentran en el ascensor de la Torre del Terror, del que precipitarse en caída libre una vez llegados al piso 13. De regreso para la cena pueden experimentar lo que significa encontrarse en otra dimensión. También se les da la posibilidad de sentirse como estrellas de los Oscars durante una cena de gala en Les Étoiles du Cinéma.

Más que una misa, como dicen que dijo Enrique IV, lo que merece París es un regreso. 

13 La Cité de Mode et du Design, en Docks en Seine.

14 Louis Vuitton sigue siendo uno de los mayores referentes del *shopping* en París.



Actividades de incentivo

ACTOR EN PARÍS PARA EMPRESAS

Combina de manera sencilla la actuación en grupo e individual. Precio: a partir de 111 € por persona (sin IVA) para grupos de al menos 70 personas. En francés. Contacto comercial: Sport Coach (Marsella). Tel. + 33 4 91 72 42 71 contact@sport-coach.fr

RALLYE ARTS PREMIERS

Una actividad original en un museo para muchos desconocido. Precio: a partir de 28 € por persona para grupos entre 8 y 80 participantes. En francés e inglés. Contacto comercial: CBR Team Building (París) Tel. 33 1 43 21 74 35 rallye@club-internet.fr www.cbr-teambuilding.com

AU DÉLÀ DU RÉEL

Otra actividad original, en Walt Disney Studios. Precio: 84 € por persona para grupos de 1400 participantes, con cena-cocktail y media botella de vino por asistente. En inglés y francés. Tel. + 33 1 60 45 75 00 dlp.business@disney.com www.drpbusiness.com

MÁS INFO:

OFICINA DE TURISMO Y CONGRESOS DE PARÍS
25, rue des Pyramides
Tel. +33 1 49 52 53 19
www.parisinfo.com

DMC FRANCE

15, place du Général Catroux
www.dmc-france.com



HOTEL MAJESTIC

Lujo en pleno centro de Barcelona



No se puede hablar de hoteles emblemáticos en Barcelona sin referirse de forma destacada al Majestic. Desde 1918, el establecimiento ofrece una ubicación inmejorable, en pleno Paseo de Gracia, y un concepto del lujo y la elegancia aplicado a la hostelería que, unido a su equipamiento de salones, completa una opción idónea para el viaje de negocios.

En pleno centro de Barcelona y desde 1918, el hotel Majestic ofrece una de las mejores ubicaciones posibles para el viajero corporativo. Además de su importante equipamiento, con salones de reuniones que pueden albergar hasta 600 personas, el establecimiento es un excelente punto de partida para disfrutar de todos los atractivos de la ciudad. Los mejores ejemplos de la arquitectura modernista, las boutiques más exclusivas o el ambiente lúdico y cosmopolita de las terrazas se pueden encontrar a unos pasos de la puerta del hotel.

Majestic cuenta con 303 habitaciones de estilo elegante y confortable en las que se respira el concepto de la hostelería de lujo. Ilustres huéspedes, miembros de casas reales

y reconocidas personalidades del mundo del arte, la política y la cultura internacionales escogen la calidez y comodidad de sus estancias. Las 30 suites, con vistas al Paseo de Gracia, son toda una invitación al mundo del diseño, el lujo y el arte. Brilla con luz propia "El Apartamento", de 300 m², con dos terrazas privadas y con servicio personalizado 24 horas.

Punto de encuentro

El Majestic ha sabido convertirse en un punto de encuentro obligado, no sólo para los clientes alojados, sino para muchos ciudadanos barceloneses en busca de una oferta gastronómica variada y de gran calidad en un ambiente agradable y refinado.

TODAS LAS HABITACIONES DEL HOTEL disponen de zona de trabajo, conexión a Internet de banda ancha, TV digital interactiva con pantalla plana y canales de pago. En los espacios comunes, los huéspedes disponen de *business center*, *spa*, piscina, solarium, *fitness*, parking, aparcamiento, servicios multimedia, material de telecomunicaciones, VIP *Check-In* y lavandería.



COSTA DEL SOL

Más allá del astro rey

Ser una de las marcas turísticas más conocidas del mundo significa también reinventarse continuamente. La Costa del Sol ha sabido hacerlo y su múltiple oferta se abre paso entre playas, golf e impronta cultural, ingredientes que impulsan con fuerza el turismo idiomático, el de salud, el gastronómico y, muy especialmente, el de reuniones e incentivos.

TEXTO: MARCOS MEIER

el viejo aeropuerto de Málaga ha sido durante años la puerta de entrada a uno de los litorales más privilegiados de la costa española. Pero los millones de visitantes que siguen llegando a esta importante infraestructura no lo hacen sólo desde Gran Bretaña o Alemania, sino desde lugares tan dispares entre sí como Moscú o Nueva York.

Una mejora sustancial, especialmente si tenemos en cuenta que en verano de 2008 se inauguró una nueva ruta de Delta Airlines que enlazaba directamente Nueva York con Málaga. El año pasado, más de 13 millones

desde la capital española con Zaragoza y Barcelona.

La nueva estación del AVE María Zambrano ha situado a la Costa del Sol a poco más de dos horas y media del centro peninsular y a menos de seis horas de Barcelona. El éxito ha sido rotundo y la línea del AVE Madrid-Málaga ha superado las previsiones más optimistas.

Así las cosas, se repite el éxito de 1992, cuando el AVE Madrid-Sevilla posibilitó que muchas empresas madrileñas organizaran almuerzos y reuniones de negocios en Andalucía de forma habitual.

El AVE sitúa a Málaga a poco más de dos horas de Madrid y a unas seis del centro de Barcelona

de pasajeros pasaron por el aeropuerto de la Costa del Sol. Un dato significativo, sin duda, pero más aún desde el punto de vista de la diversificación, ya que los viajeros procedentes de países ajenos a la Unión Europea aumentaron un 45%.

En tren y en barco

El atractivo de la zona es evidente. Más de 120 ciudades tienen conexión directa con la Costa del Sol, 59 españolas contando con las conexiones ferroviarias. Y es que una gran parte de los viajeros nacionales llegan desde hace un año por tierra y a gran velocidad, gracias a la línea del AVE que une la ciudad de Málaga con Madrid y

Pero la nueva estación es mucho más que una terminal ferroviaria. El proyecto global de Vialia es un gran centro comercial y de ocio que cuenta con diez salas de cine, un centro de realidad virtual, bolera y otros elementos, además de un aparcamiento con capacidad para más de 1.200 vehículos. Otros viajeros llegan en grandes barcos que han puesto el puerto de Málaga en el mapa de los cruceros. La Estación Marítima de Levante, con su Atraque Sur, inaugurado en 2007, empieza a ser un referente importante para los cruceristas del Mediterráneo. Durante 2008 atracaron en Málaga 268 cruceros con más de 350.000 pasajeros a bordo, un 12,6% más que el año anterior.





¿POR QUÉ? Buenas comunicaciones por tierra, mar y aire. Mascar el sabor de la cultura andaluza. Multitud de actividades.

¿CUÁNTO? 50 € / 150 €
AVE Madrid-Málaga estrella/club.
80 € / 240 €
AVE Barcelona-Málaga estrella/club.

¿CUÁNDO? Cualquier época del año.

- 1 Visa panorámica de la ciudad de Málaga.
- 2 y 3 La Costa del Sol está bien comunicada a través del aeropuerto y el AVE.
- 4 El "sabor andaluz" puede percibirse en sus innumerables pueblos con encanto.
- 5 Durante 2008 atracaron en el puerto de Málaga más de 350.000 cruceristas.



cubrir en buena medida la gran demanda de amarres que existe en toda la provincia.

En avión

Las reformas ferroviarias y las portuarias no son las únicas que está afrontando Málaga. Su aeropuerto está sumido en la mayor transformación de su historia. Lo más destacado es la nueva terminal, con 240.000 m², un espacio que duplica ampliamente al actual. Contará con 20 puertas de embarque en sus 240 m de longitud, así como 86

Y la cosa sigue, porque gracias al Plan Málaga, la estación marítima abrirá este mismo año la zona de Atrache Norte. Es una terminal polivalente que podrá dar cabida simultánea a los pasajeros de dos megabuques. Nuevos viales de acceso para facilitar las conexiones con la terminal completan el complejo. Al mismo tiempo, el tradicional puerto de Málaga, que también dispone de atraques para cruceros de menores dimensiones, está sumido en un plan especial de reforma que incluye una terminal de pasajeros. Como esta zona del puerto está muy cerca del centro histórico de la ciudad, los cruceristas podrán acceder a pie al casco antiguo. Pero el Plan Especial del Puerto de Málaga tiene objetivos más ambiciosos y pretende integrarlo totalmente en la vida ciudadana. El proyecto prevé la cesión de espacios del

Este año se inaugura la zona de atraque Norte, que podrá dar cabida a dos megabuques a la vez

puerto para actividades lúdicas y comerciales. El muelle 1 destinará 14.000 m² a la explotación comercial y a lugares de restauración, 4000 m² a uso cultural y 24 puntos de atraque para grandes embarcaciones de recreo. El muelle 2 tendrá también una renovación y además de la terminal de pasajeros contará con un museo del puerto y un Aula del Mar, un edificio que reunirá un centro de investigación marina y uno de educación medioambiental. Finalmente, en la zona de San Andrés se va a construir un puerto deportivo con más de 600 puntos de atraque de pequeñas embarcaciones de hasta 15 m de eslora, lo que va a

mostradores de facturación, y podrá asistir a 9.000 pasajeros a la hora, duplicando la capacidad actual. Además, habrá un nuevo edificio de aparcamiento de siete plantas y una estación de ferrocarril, ya en ejecución. La guinda de todo ello es una nueva pista que permitirá agilizar las operaciones de aterrizaje y despegue. Y todo ello con dos nuevos accesos exclusivos al aeropuerto, uno al sur, que enlazará el área terminal y la autovía del Mediterráneo, y otro al norte.



Hoteles recomendados

- 1 Campo de golf del hotel Guadalmina.
- 2 Hotel Elba Estepona.
- 3 Hotel AC Málaga Palacio.

FINCA CORTESÍN HOTEL, GOLF & SPA *****

Este complejo de lujo, situado en el municipio de Casares, cerca de Estepona, a sólo 2 km de la playa, cuenta con un campo de golf de 18 hoyos que durante unos años va a ser la sede del Volvo World Match Play Championship. Con 6.800 metros y más de 100 bunkers, es uno de los campos más largos de Europa. Va a ser la sede, además, de la Jack Nicklaus Academies. El resort incluye una urbanización privada con 16 villas, el hotel de 5* con 67 suites, una galería comercial y un espectacular spa de 2.200 m² que tiene la única cabina de nieve de España.

Ctra. de Casares, km 2. Casares

Tel. 952 937 800 / www.fincacortesin.com

ELBA ESTEPONA & TALASSO SPA ***** GL

Se enclava frente al mar, en una exclusiva zona de Estepona. Ofrece 204 habitaciones, un talasso spa de 1.500m² y cuatro restaurantes temáticos. También posee seis salas para reuniones, todas con luz natural. La mayor es un gran salón de 346 m² y otras cinco superan los 100 m².

Urb. Arena Beach.

Ctra. Estepona-Cádiz km 151. Estepona

Tel. 934 454 000 / www.hoteleselba.com

GUADALMINA SPA & GOLF RESORT ****

Situado en una de las urbanizaciones más exclusivas de Marbella, justo delante de la playa y rodeado de dos campos de golf. Posee 178 habitaciones, un centro de salud con spa, jacuzzi y sauna, así como buenas instalaciones para conferencias y grupos de incentivos, con 5 salones.

Urb. Guadalmina Baja, s/n. Marbella

Tel. 952 882 211 / www.hotelguadalmina.com

BARCELÓ MARBELLA ****

Este hotel de 206 habitaciones es ideal para celebrar reuniones, pues posee un centro de conferencias de 450 m², un gran salón de reuniones de 750 m² y una decena de salas que van de los 70 a los 160 m².

Además ofrece un centro de salud y belleza y una amplia oferta gastronómica.

Urb. Guadalmina Alta

Calle de Granadilla, s/n. Marbella

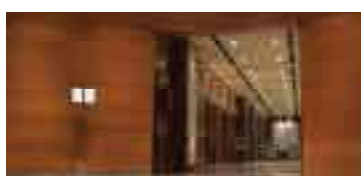
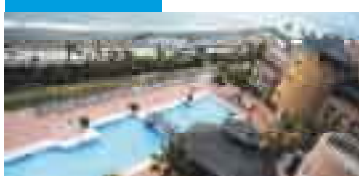
Tel. 952 889 099 / www.barcelomarbella.com

AC MÁLAGA PALACIO ****

En pleno centro de la ciudad de Málaga, entre la catedral y el paseo del parque y con vistas al puerto, este hotel renovado en 2007 ofrece 214 habitaciones, 10 salones que van de los 20 a los 265 m² y una amplia terraza de 90 m².

Cortina del Muelle, 1. Málaga

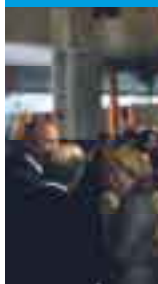
Tel. 952 215 185 / www.ac-hotels.com



Seis palacios de congresos

1 Cóctel en el Palacio de Ferias y Exposiciones de Marbella.

2 Exterior del Palacio de Ferias de Marbella.



MÁLAGA

Inaugurado en el año 2003, ocupa 60.000 m² y es la mayor de las ofertas congresuales de la zona. Ofrece dos pabellones en la planta baja junto a un patio central, un espacio congresual apto para 2.690 personas en cuatro áreas diferenciadas, dos auditorios, dos salas de conferencias, un área de exposiciones de 690 m², aparcamiento para 1.100 vehículos y 50.000 m² de zonas verdes.

www.palacio-congresos.com

TORREMOLINOS

Con tres auditorios, 13 salas de juntas, un hall de exposiciones de 6.000 m² en dos plantas, dos restaurantes, 500 plazas de aparcamiento gratuito para coches y 24 para autocares y 18.000 m² de jardines.

www.ayto-torremolinos.com

MARBELLA

Posee dos niveles diferenciados.

La planta baja tiene un salón para 1.600 personas y mesas de trabajo que puede dividirse en tres zonas independientes. También cuenta con diversas salas de unos 100m². En la planta superior existe otra sala para 208 personas, además de un espacio de 3.600 m² totalmente diáfanos para grandes eventos.

www.congresosmarbella.com

ESTEPONA

Recientemente renovada, esta instalación está dotada con un pabellón polivalente de 3.000 m² y una sala de conferencias para 250 personas. En un edificio anexo hay un restaurante, una cafetería, cocina de catering y terraza.

www.iespana.es/ifestepona

RONDA

Ocupa el antiguo convento de Santo Domingo, un edificio histórico que construyeron los Reyes Católicos situado en pleno conjunto histórico-artístico de la ciudad. Ha sido rehabilitado para poder albergar medianos y pequeños congresos, convenciones, muestras y exposiciones.

ANTEQUERA

Abrirá sus puertas este año. Ofrece 6.000 m² de exposición y 3.000 de servicios. De forma ovalada, estará distribuido en dos alturas y dispondrá de una sala de exposiciones, un aula audiovisual, un auditorio y una zona para eventos al aire libre. La capacidad total del recinto es de 4.273 personas.



6



7

Todas estas novedades en las infraestructuras son los mejores ejemplos de que algo se está moviendo en la Costa del Sol desde hace ya unos cuantos años. Si primero fue el sol y playa y después el golf, lo cierto es que ahora, sin despreciar estos segmentos, la Costa del Sol ha sabido buscar otras opciones para atraer visitantes. La gastronomía es una de ellas, el wellness también, pero, por supuesto, el turismo de congresos e incentivos.

En crecimiento

El resultado de todo ello es que la Costa del Sol puede vanagloriarse de ser uno de los destinos del mundo que ha crecido durante 2008, el primer año de la crisis. Si bien este crecimiento ha sido muy modesto, entre un 1 y un 1,5%, hay que tener en cuenta el dato que apunta el presidente del Patronato Provincial de Turismo de la Costa del Sol, Salvador Pendón: "La comparación se hace con respecto a las cifras de 2007, que fue un año excepcionalmente bueno".

Por vez primera, el destino superó los 17 millones de pernoctaciones, con una estancia media de 3,5 días y un grado de satisfacción de más del 90%.

En las encuestas de satisfacción realizadas, el 80,3% de los encuestados señalan "todo bien" y destacan como factores más positivos del destino el clima (20,5%), la diversidad de la oferta (17,9%), la hospitalidad (16,1%) y el ambiente (11,7%). En total,



- 6 Palacio de Ferias y Exposiciones de Málaga.
- 7 Palacio de Congresos de Torremolinos.
- 8 Detalle del exterior del Palacio de Ferias y Exposiciones de Málaga.

el 96,8% afirma que recomendaría la Costa del Sol. No está mal.

La ciudad de Málaga es la puerta de entrada a toda una provincia y además, gracias a su céntrica situación en el litoral de la provincia, divide la Costa del Sol en dos. La más conocida es la zona occidental, que va de Málaga a Manilva, último pueblo antes de llegar a Sotogrande, ya en la provincia de Cádiz. Aquí encontramos localidades como Torremolinos, Benalmádena-Costa, Fuen-girola, Mijas-Costa, Marbella, San Pedro de Alcántara o Estepona, que cuentan con una extensa red hotelera.

La otra zona, la oriental, se extiende entre Málaga y Nerja, último pueblo antes de la provincia de Granada. Más residencial y agrícola que la parte occidental, alberga pueblos de enorme encanto, como Rincón de la Victoria, Torre del Mar (la zona marítima de Vélez-Málaga), Torrox o el mismo Nerja. En toda la costa se repite el panorama

y las opciones turísticas, con poblaciones bien surtidas de hoteles, extensas playas y profusión de puertos deportivos, entre los que destacan el histórico Puerto Banús de Marbella, todo un maná, o el más racional Puerto Marina de Benalmádena. Estas localidades luchan por mantener sus centros históricos atractivos. No es difícil descubrir torres de vigía, ruinas de castillos, edificios barrocos, restos arqueológicos, cuevas, poblados ibéricos, arte mudéjar...

En la Axarquía florecen deliciosas localidades poco conocidas, como Macharaviaya o Benaque

Y por supuesto, una considerable impronta árabe. Toda la Costa del Sol es bien accesible por la poca distancia y por una buena red de carreteras que incluye la Autovía del Mediterráneo A-7 y por la autopista de peaje AP-7.

Perlas del interior

Muchas de las riquezas de la Costa del Sol están en el interior. A tan sólo 36 km de la

ciudad de Málaga encontramos Vélez Málaga, la capital de la Axarquía. La comarca sorprende desde el primer instante, ¡un auténtico vergel a escasos kilómetros del mar! El encanto de sus poblaciones ha dado lugar a sugerentes itinerarios, como la Ruta del Sol y del Vino, la Ruta del Aceite y de los Montes o la Ruta Mudéjar. En la Axarquía florecen delicias poco conocidas como Macharaviaya, Benaque, Iznate, Benamocarra, Benamargosa, Algarrobo o Viñuela.

Nerja se levanta sobre un acantilado y es famosa por sus cuevas y por su gran mirador sobre el Mediterráneo. A sólo 6 km al norte se encuentra la localidad de Frigiliana, muy recomendable por su fábrica de miel del siglo XVI y por su artesanía de tejidos típicos. Otro de los ganchos del interior de la Costa del Sol es su red de parques naturales: el de la Sierra de las Nieves, el de los Montes de

- 9 Típico callejón encalado en uno de los numerosos pueblos blancos de la Costa del Sol.

- 10 Detalle del castillo de Vélez-Málaga.

- 11 Muchos de los encantos que ofrece la Costa del Sol se pueden encontrar en las localidades del interior.





12



13

12 Litoral de Nerja, en el extremo oriental de la región.

13 El espectacular "tajo" de Ronda sobre el río Guadalquivir.

14 Vida nocturna en la calle de San Agustín, en Málaga capital.

15 La denominación de origen Vino Dulce de Málaga es mundialmente conocida.

16 Restaurante Tragabuches.

Málaga, el de los acantilados de Maro y el de las sierras de Tejeda, Almijara y Alhama. Las posibilidades que ofrecen son, evidentemente, muchas y muy atractivas.

Aún así, se quedan pequeñas ante la imponente Serranía de Ronda. Hay dos carreteras que acceden a ella desde la costa, lo

de 100 metros de profundidad horadado por el río Guadalquivir.

La ciudad merece un paseo con mucha calma para descubrir los múltiples palacios, casas y monumentos de gran interés. Hay que reservar tiempo para sentarse en alguna de sus plazas y saborear la gastronomía rondeña, una de las más exquisitas de Andalucía. También para empaparse de alguna historia de bandoleros, muchas de cuyas hazañas aún circulan por la memoria colectiva, o degustar la belleza de su plaza de toros, uno de los templos taurinos de España.

Ronda es un lugar ideal para programar todo tipo de actividades de incentivo. Diversas empresas ofrecen variados servicios, entre las que no falta incluso una simulación de ataque de bandidos.

Las instalaciones de golf absorben el 13% de todas las salidas a campo que se producen en España

que permite hacer una excursión, incluso de varios días. La que nace más cerca de la ciudad de Málaga pasa por localidades de interés como Coín, en pleno valle del río Guadalquivir.

Situada a 723 m de altura y sólo 113 km de Málaga, Ronda está enclavada entre los parques naturales de Grazalema, los Alcornocales y la sierra de las Nieves. Sin duda es una de esas joyas de la Costa del Sol. Su situación es extraordinaria, con su majestuoso "tajo"

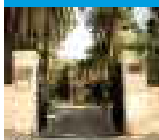
Para rematar el recorrido por el interior no conviene olvidarse de Antequera. Una excelente carretera une los 45 km que la separan de Málaga. Situada a los pies de la sierra del Torcal, la ciudad ha vivido una densa historia y su patrimonio artístico es tan amplio que lo más recomendable es pernoctar en ella.

Costa del Golf

Entre la oferta turística de la Costa del Sol, hace tiempo que sobresale el turismo

Fincas y cortijos

Restaurante
Limonar 40.



No hay que buscar mucho en la Costa del Sol para organizar eventos en lugares originales. En Málaga, el prestigioso **Museo Picasso**, situado en el aristocrático Palacio de Buenavista, se ofrece para celebrar conferencias en su auditorio (170 asientos) o cócteles en sus dos elegantes patios (200 y 150 personas). En el barrio Limonar de Málaga, el **Castillo de Santa Catalina**, de estilo neo-árabe y un encanto poco común, ofrece una vista impresionante sobre la bahía. Es ideal para una recepción en el jardín o una cena en los salones (hasta 250 personas en el primer piso; 170 en el segundo). Otro establecimiento panorámico es el **Parador de Gibralfaro**, que domina la ciudad y es muy

apropiado para grupos pequeños (2 salas de reunión con capacidad para 60 y 45 personas y un restaurante). Los cortijos y ganaderías también acogen numerosas reuniones empresariales. En ellos se puede disfrutar además de espectáculos de caballos o conciertos de flamenco. Una buena opción para empaparse de la cultura andaluza es el **Cortijo de Cortés**, no lejos de Benahavís (cenas para un máximo de 350 personas). Más alejada de las tradiciones, la **Finca La Concepción** ocupa el lugar de una antigua fundición. Destacan sobre todo sus jardines exóticos y cuenta con tres espacios para cenas de hasta 90 convites o 300 en una carpa. / ANNE GOLEC

de golf, un segmento que sigue creciendo año tras año. Las instalaciones de la zona absorben el 13,5% de todas las salidas a campo en España.

No en vano, la Costa del Sol es la zona de Europa continental con mayor número de campos de golf, unos 60 en total, más otros dos que están actualmente en fase de construcción. Tanto es así que la IGTm, una de las ferias internacionales de golf más importantes del mundo, ha concedido en alguna ocasión a Marbella el premio al mejor destino de golf de Europa. La ciudad albergará también este importante evento durante los dos próximos años.

Del boquerón a la Michelin

La cocina malagueña está revolucionando también su proyección turística. Las escuelas de hostelería de Benalmádena y la Cónsula en Churriana, junto a otros centros privados y oficiales, han permitido a muchos chefs aprender a combinar de manera original y exitosa los sabores tradicionales de Málaga con las últimas tendencias.

Con frecuencia, al hablar de la cocina de Málaga se hace referencia al boquerón, la fritura malagueña o las sardinas cocinadas al espetón en la playa de la Malagueta.

Son productos tradicionales del mar que se dan la mano con el aceite de oliva, las huertas del valle del Guadalhorce, los cultivos subtropicales de la Axarquía o las carnes de la Serranía de Ronda.

Destacan las sopas frías como el gazpacho andaluz, el ajoblanco típico de Málaga o la porra de Antequera, una especie de gazpacho, pero más espeso. También merecen una buena degustación "la olla", una variedad de cocido, o el guiso de rabo de toro de Ronda. En los postres destaca sobre todo la influencia árabe en la repostería.

Hablar de gastronomía no se sostiene sin los vinos, donde brilla con luz propia la denominación de origen Vino Dulce de Málaga, un referente mundialmente conocido. La oferta, por supuesto, es mucho más amplia, desde los vinos blancos de Mollina o Manilva hasta los tintos de la Serranía de Ronda, amparados en la DO Sierras de Málaga.

Incentivos para todos



A orillas del mar, los hoteles cuentan con todo el material necesario para practicar actividades deportivas y acuáticas (*windsurf, jet ski, snorkelling, speed boat, voleibol de playa, badminton, concurso de esculturas de arena, construcción de balsas...*).



Los paisajes de la sierra y su entorno intacto también pueden ser el marco de diversas actividades, como las excursiones en 4x4. El circuito automovilístico de Ascari (www.ascari.net), cerca de Ronda, propone iniciación al pilotaje y la organización de una carrera.



Para los más calmados quedan las opciones clásicas, como los paseos a bordo de los numerosos yates disponibles y el golf, omnipresente en la costa. La cultura y el juego también tienen cabida. Por ejemplo, los recorridos mediante pistas o los *rallies* de tapas.



14



15



16



17

Entre las opciones para el paladar siguen ocupando un puesto de honor opciones tan populares como las apreciadas tapas, sin olvidar los chiringuitos de playa, las terrazas del litoral o los restaurantes familiares y caseros de toda la vida, algunos de ellos con enorme encanto.

La guía *Gourmets* indica que Málaga concentra los mejores restaurantes de Andalucía. Siete establecimientos malagueños figuran entre los más destacados de esta guía, con una puntuación de 8,5 puntos. Pero el mayor reconocimiento llega con la Guía Michelin, que ha otorgado una estrella a cinco restaurantes:

Recientemente han abierto sus puertas en Málaga el Museo del Arte Flamenco y el Museo del Vino

Café de París (Málaga), Tragabuches (Ronda) y El Lago, Calima y Skina, todos ellos en Marbella.

Mucho más que Picasso

Aunque la impronta del Museo Picasso sigue marcando la identidad cultural de la ciudad, Málaga no se reduce a la figura del genial pintor. Recientemente han abierto sus puertas el Museo del Arte Flamenco, con los fondos artísticos de la Peña Flamenca Juan Breva, considerada la más antigua de España, y el Museo del Vino. Este centro, que ocupa el Palacio de Biedma, un edificio del siglo XVII, es también la sede del Consejo Regulador de las DO de Málaga, Sierras de Málaga y Pasas de Málaga.

Próximamente también abrirán el Museo de Semana Santa o de las Cofradías, el Museo Carmen Thyssen-Bornemisza, que acogerá una de las más importantes pinacotecas de España y el Centro de Interpretación del Teatro Romano. Para finales de 2009 se espera también la apertura de la mayor colección del mundo de piedras preciosas en la antigua fábrica de tabacos de Málaga.

Nuevos centros comerciales

Desde los típicos mercadillos ambulantes que van recorriendo los pueblos de la zona, algunos de los cuales atraen a compradores de toda la provincia, hasta las exclusivísimas

tiendas de Puerto Banús, el shopping se convierte en todo un deporte en la Costa de Sol. Entre las novedades están los centros Málaga Nostrum, Vialia y Bahía Azul, en la propia ciudad de Málaga, así como la ampliación de Plaza Mayor, que convierte a Guadalmar en el mayor foco comercial andaluz.

Los Arqueros Shopping Villages es otra de las sorpresas de este año. Es un centro comercial internacional que abre sus puertas en la urbanización Los Arqueros Golf, en el municipio de Benahavís. Sólo por apreciar su arquitectura ya merece la pena la visita, un proyecto firmado por el estudio b720, que ha colaborado en diseños tan emblemáticos como la Torre Agbar de Barcelona, la ampliación del Museo Reina Sofía en Madrid o el edificio VIP de la Copa América en Valencia. 🌊

18



19



17 Yates y veleros en el puerto de la Duquesa.

18 El Museo Picasso está ubicado en el Palacio de Buenavista.

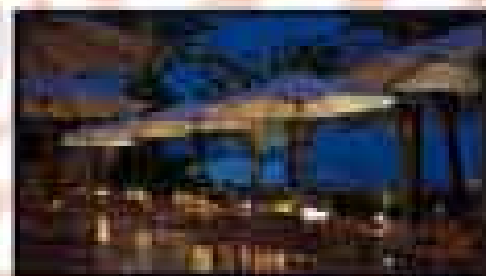
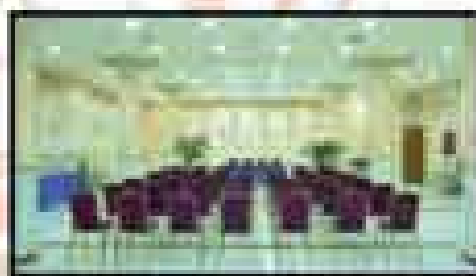
19 Business center de Nueva Andalucía.



HOTEL GUADALMINA
marbella



Tierra • Aire • Agua • Fuego



Hotel Guadalmina Spa & Golf Resort
EL QUINTO ELEMENTO

www.hotelguadalmira.com

Urb. Guadalmina Bcn. 29678 Marbella (Málaga)

T: +34 952 88 22 11 F: +34 952 88 22 91

reservas@hotelguadalmira.com

COSTA RICA

La biodiversidad hecha incentivo

Dos océanos y montañas de 3.800 metros de altura convergen en un país que forma parte de los veinte lugares del mundo con mayor biodiversidad. El 25% del territorio se integra en parques naturales donde descubrir hasta 500.000 especies de fauna y flora únicas de manera divertida y novedosa. Costa Rica es también el paraíso del incentivo.

TEXTO: EVA LÓPEZ

¿POR QUÉ? Naturaleza en estado puro. Gran variedad de actividades. Relax en la costa. Deportes náuticos. Calidad de los espacios de trabajo.

¿CUÁNTO? 769 € - 6.913 €
Precio i/v billete de avión con Iberia clase turista sin cambios/business.

¿CUÁNDO?
De noviembre a abril.



Pilar Cano, presidenta de Central America Tourism Agency (CATA), da las claves del posicionamiento de Costa Rica de cara al viajero europeo: "Es un país ya consolidado como destino de naturaleza al que hay que asociar la seguridad y la calidad de las telecomunicaciones: ambas cosas permiten crear un viaje de trabajo e incentivo de primera categoría". La sólida democracia y la política de neutralidad

Las conexiones aéreas en el interior del país se amplían cada año, así como las actividades relacionadas con el descubrimiento de la fauna y flora y la lista de las empresas turísticas que las ofrecen. Es aconsejable recurrir a profesionales que dominan los aspectos relacionados con la seguridad y el material.

Desde los *canopy tours*, con los que descubrir el bosque desde las alturas en tirolina y los puentes suspendidos, a los paseos en piragua, caballo, motora o coche, en búsqueda de especies singulares. Varios caminos para llegar a la misma meta. Naturaleza en estado puro.

Buenas conexiones

Iberia es la única compañía española que opera vuelos directos a Costa Rica. La aerolínea conecta diariamente Madrid y San José. Pero es la estadounidense American Airlines la que más frecuencias ofrece al país, con conexiones desde Madrid y Barcelona a San José, vía

Existen tantas opciones que es muy factible que cada viajero acabe encontrando lo que busca

hace veinte años, el país centroamericano iniciaba su andadura como destino de incentivos con la creación del Costa Rica Convention Bureau. Desde entonces, el destino se ha convertido en uno de los grandes referentes del continente americano. No sólo por la profesionalidad de los operadores y la calidad de sus infraestructuras. También por el respeto de su principal atractivo turístico: la naturaleza.

ante los conflictos mundiales garantizan a su juicio esta seguridad.

La enorme riqueza natural del país tiene su contrapartida. Costa Rica es el más visitado de los países centroamericanos. En algunos lugares es difícil encontrar la calma que el visitante espera de un destino de naturaleza. La ventaja es que en un territorio relativamente pequeño (51.100 km²) existen tantas opciones que es muy factible que cada viajero acabe encontrando lo que busca.

Miami o Nueva York. Delta (en código compartido con Air France) opera vuelos diarios entre Atlanta y San José. También conecta Atlanta, Nueva York y Los Angeles con Liberia (Guanacaste). Continental Airlines enlaza cada día Nueva York y Houston con San José y Liberia.

Aún hay más. US Airways opera las rutas Charlotte-Liberia y enlaza San José con Filadelfia y Phoenix. Air Caraïbes propone vuelos diarios desde París con escala en Pointe à Pitre (Guadalupe).

Taca Airlines, que comparte códigos con Iberia y su filial Sansa Regional, enlaza la capital costarricense con destinos norteamericanos como Los Angeles y Nueva York. Nature Air y Sansa Regional son las compañías domésticas que operan en el interior del país. Aviones Taxi Aéreo propone desplazamientos para grupos de entre cinco y dieciocho personas (www.airchartercentralamerica.com).

El aeropuerto internacional Juan Santamaría está a 17 km de San José. El segundo aeródromo internacional del país es el Daniel Oduber, en Liberia, provincia de Guanacaste (Pacífico norte). Cerca de San José, en Pavas, se sitúa el aeropuerto Tobías Bolaños, destinado a vuelos domésticos.

El estado de las carreteras en el interior del país es aceptable, aunque no pueda utilizarse este calificativo en zonas como Monteverde. Los grupos de empresa suelen utilizar el avión para desplazarse entre los parques. En todos los casos, es necesario prever tiempos de desplazamiento amplios si se circula por carretera. En época de lluvias es frecuente que algunos accesos estén cortados o ralentizados a causa de la retirada de tierra.

Estuvo allí



IGNACIO SANZ
Gerente de Viajes Hélice

¿Por qué razón acudió a este destino? He estado en varias ocasiones, siempre por trabajo, realizando inspecciones y preparando servicios y logística para viajes de incentivo.

¿Qué es lo que más le ha gustado? Los volcanes y los extensos bosques lluviosos, además de algunos proyectos que combinan la utilización de los recursos naturales con el desarrollo turístico de manera sostenible y responsable.

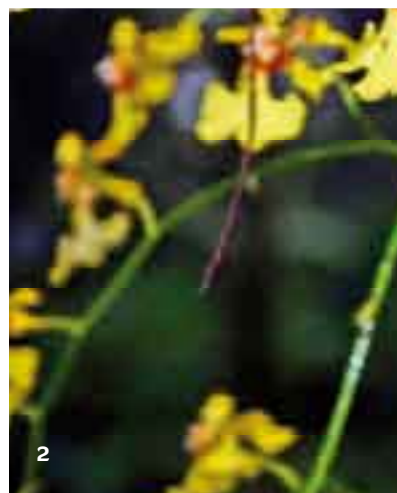


1

Pura naturaleza

La observación de la fauna y flora tropicales es el mayor atractivo de este país. Costa Rica tiene cinco veces más cantidad de especies endémicas que Estados Unidos. El viajero puede observar desde ranas arborícolas a lagartos que corren sobre el agua ("pasos ríos"), pasando por cocodrilos, serpientes, tucanes, jaguares, monos-araña, perezosos o las mariposas "con ojos" en las alas.

En Costa Rica reside el 10% de la población de mariposas mundial. El mes de julio es el más apropiado para apreciar los brillos y colores de estos insectos. Los monos tienen su principal lugar de residencia en la península de Osa, en el parque nacional de Corcovado. La deforestación ilegal supone una grave amenaza para la fauna local. La instalación de numerosos centros de acogida para turistas, ya sea en forma de hoteles o de



2

- 1 En el parque de Tortuguero se puede ver nacer a los bebés-tortuga sobre la playa.
- 2 y 3 El bosque húmedo de Corcovado concentra el 2% de la biodiversidad mundial.
- 4 Una de las innumerables playas del país.

¿Qué ha echado en falta? Infraestructuras para turismo de calidad y/o de lujo en el interior de Costa Rica. Existen hoteles y restaurantes de máxima categoría en algunas zonas de la costa, pero en el interior tan sólo hay pequeños hoteles con encanto que son insuficientes, aunque muy recomendables.

¿Lo recomendaría? ¿Por qué? Sí, tiene un entorno natural bien cuidado y muy completo. En este espacio reducido uno puede encontrar una gran variedad de paisajes. Además, la gente es amable y el servicio es bueno.



Manzanillo proponen paseos a caballo en la jungla, actividades en el mar y sobre todo, fiestas nocturnas al estilo local con tambores, música y fuegos artificiales. Las playas del parque nacional de Cahuita y su barrera de coral harán las delicias de quienes observen el fondo del mar sin necesidad de practicar submarinismo. Unas gafas y un tubo son suficientes para contemplar hermosas formaciones de coral y la riqueza de la flora y fauna submarina del lugar. No hay carreteras en las 19.000 ha de jungla protegida donde las tortugas marinas tienen su residencia y la visita se realiza en barco

El volcán Arenal, en la zona interior del país, se encuentra entre los tres más activos del mundo

espacios para actividades, también influye en el retroceso de los bosques. No por ello Costa Rica deja de ser una referencia en el cuidado de sus recursos naturales. En los años 70 se implantó el sistema de parques y reservas biológicas actual, aunque el número de turistas se ha multiplicado por diez. Un recorrido circular por el país, comenzando por el sureste y finalizando por el suroeste, es la mejor manera de descubrir toda la riqueza costarricense.

El Atlántico más Caribe

Cerca de la frontera con Panamá, la población rastafari y la música salsa y reggae inundan esta región del país. Pequeños lodges entre Cahuita y

por los canales: es el parque nacional de Tortuguero. El baño está desaconsejado por las fuertes corrientes y la presencia de tiburones. Sin embargo, Tortuguero esconde una experiencia única: ver nacer a los bebés-tortuga sobre las playas durante la noche. Las tortugas verdes escogen las playas del parque entre agosto y octubre, las de la especie Luth anidan de febrero a julio. El acceso a Tortuguero es posible en avión, con 40 minutos de vuelo desde San José a las pistas situadas a 5 km de los ecolodges.

Hacia el interior del país, el Arenal es uno de los tres volcanes más activos del mundo. Admirar el brillo de la lava efervescente durante la noche es el complemento a los baños termales propuestos durante el día.

¿Cuánto cuesta?



CARRERA DE TAXI

14 € (Aeropuerto-Centro
30-60 min. de trayecto)



CAFÉ EN EL AEROPUERTO

1 €



COMIDA TÍPICA RESTAURANTE MEDIO

6,5 €



MENÚ DEGUSTACIÓN RESTAURANTE LUJO

50 €

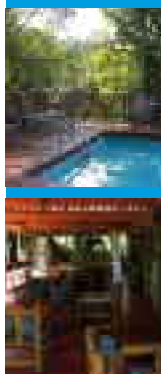


COCHE

- Alquiler: 36 € / día
- Gasolina: 0,65 €

Hoteles recomendados

1 y 2 Piscina y lobby del hotel La Quinta de Sarapiquí.



VILLA CALETAS

En el Pacífico Centro, por la belleza y elegancia de su decoración y arquitectura. A 11 km de la reserva de Carara y 93 km del aeropuerto de San José, ofrece magníficas vistas, al encontrarse en lo alto de un cerro.

Herradura 12358-1000

Tel. 9. (506) 26 37 05 05 / www.hotelvillacaletas.com

EL ESTABLO

En el centro del país, por su proximidad al parque nacional Monteverde y sus vistas de la península de Nicoya. Cuenta con 155 habitaciones muy espaciales. Spa con cuatro cabinas con vistas a la jungla. Propone tours de tirolina de dos horas y media de duración.

Monteverde Cloud Forest Reserve

Tel. (506) 26 45 51 10 / www.elestablo.com

LAPA RÍOS ECOLODGE

En la península de Osa (Pacífico sur), por su compromiso medioambiental y su proximidad al parque nacional de Corcovado. Las caminatas nocturnas en la Reserva Lapa Ríos tiene como objetivo el avistamiento del jaguar.

Playa Carbonera. Península de Osa

Tel. (506) 27 35 51 30 / www.laparios.com

LOS SUEÑOS MARRIOTT OCEAN & GOLF RESORT

En el Pacífico Centro, por su campo de golf de 18 hoyos y su especialización en eventos profesionales. Es un complejo de lujo con casino propio y ocho espacios para celebrar reuniones. La sala Herradura tiene capacidad para 400 personas sentadas.

Playa Herradura

Tel. (506) 26 30 90 00 / www.marriott.com

LA QUINTA DE SARAPIQUÍ

En el centro del país, en el camino hacia el parque nacional de Tortuguero, a unos 100 km de San José. Destacan sus habitaciones en adosados, 31 en total, con una llamativa decoración.

43, Sarapiquí

Tel. (506) 27 61 13 00 / www.laquintasarapiqui.com

HOTEL ALTA

Por ser nuevo y estar especializado en la acogida de viajeros de negocios. Situado a 15 km del aeropuerto internacional Juan Santamaría y a 20 minutos del centro de San José, dispone de 16 habitaciones dobles de lujo y siete suites.

Plaza Colonial, Escazú

Tel. (506) 22 82 41 60 / www.thealtahotel.com



A través de los Arenal Hanging Bridges es posible atravesar el bosque mediante este sistema de puentes suspendidos. El Sky Trek es una de las aventuras más solicitadas en la zona: a través del teleférico Sky Tram se alcanzan los cables de tirolina que recorren 2,8 km de bosque con una

de altura. El visitante descubre sorteando las lianas un ambiente en bruma que parece salido de un sueño, en el que 10.000 espacios vegetales se disputan el espacio. En cada tronco crecen helechos y orquídeas. La exhuberancia es la principal característica de este paisaje.

Los que no padecen de vértigo cuentan con una red de puentes suspendidos para ver la selva desde arriba

altura máxima de 200 m. El nuevo Sky Trek nocturno permite una percepción diferente del bosque con toda la efervescencia volcánica de fondo (www.skyadventures.travel). En la zona norte del país, Monteverde es considerado por los costarricenses como la joya del bosque nublado, o bosque húmedo

Los que no padecen de vértigo tienen a su disposición una red de puentes suspendidos y tirolinas que sirven para descubrir los encantos del bosque desde arriba. Con ello aumentan las posibilidades de avistar el ave emblema de la civilización maya: el quetzal. Los colibrís son también mucho más fáciles de localizar desde lo alto.

Volcanes

De camino al Pacífico y Guanacaste se sitúa el parque nacional Rincón de la Vieja. El 4x4 es el medio recomendado para ascender hasta la cima de este volcán, desde la que divisar los géisers y espacios de aguas termales que salpican este paisaje.

Además de los parques nacionales más conocidos, existen otros como el del Volcán Tenorio con su Laguna Azul, ideal para los amantes del senderismo y las imágenes singulares. Observar la Laguna es la recompensa tras la ruta, tras rodear burbujeantes piscinas de barro y manantiales de azufre caliente. Se trata de una fuente hidrotermal cuyas aguas calientes se mezclan con las frías del río Celeste. Gracias a la infiltración de las aguas a través de la roca volcánica, la fuente ofrece un color azul brillante que acentúa la exhuberancia del bosque lluvioso en el que se sitúa.

Guanacaste es una de las zonas del país donde más proyectos hoteleros se encuentran en marcha, a pesar de la ralentización que ha provocado la crisis financiera internacional. Barceló ya está presente y Riu está construyendo su primer establecimiento, la más frecuentada de Costa Rica por la belleza de sus playas, la cercanía a los parques de bosque húmedo y la proximidad del aeropuerto internacional de Liberia.

Como el clima es más seco, Guanacaste se ha convertido en el destino de referencia costarricense para el golf. Los 300 km de playa de la península de Nicoya se

combinan con los espacios de bosque tropical seco. Es posible acceder en barco a playas vírgenes, además de practicar *snorkelling*, pesca, volley de playa. En el Golfo del Papagayo es posible realizar paseos en el mar en barcos con capacidad de hasta 100 personas.

Eventos en la capital

Al estilo de las grandes urbes latinoamericanas, el atractivo de San José reside en algunos de sus edificios más que en la ciudad en sí. El Museo del Oro, bajo la Plaza de la Cultura, presenta de manera muy interesante los objetos y costumbres de la sociedad indígena antes de la llegada de Cristóbal Colón. El Museo del Jade, con piezas en cerámica y piedra realizadas por grupos indígenas, es otro de los atractivos de la capital. El Teatro Nacional, pequeña copia de la Ópera Garnier de París, es sede de los principales eventos musicales y teatrales del país.



5 Cráter del volcán Irazú.

6 Charco volcánico.

7 y 8 Para visitar todos los parques naturales del país son necesarias al menos tres semanas.





9



10

Restaurantes

1 Presentación gastronómica.

2 Restaurante El Grano de Oro, en el hotel del mismo nombre.

3 Restaurante Le Monastère.

4 Hotel El Establo.

LE MONASTÈRE

Por sus vistas de la ciudad de San José y por ser considerado el mejor restaurante del Valle Central. Gastronomía francesa y ambiente europeo.

Santa Ana Road

Tel. (506) 28 94 404

www.monastere-restaurant.com

EL GRANO DE ORO

Restaurante del hotel del mismo nombre, por ser un lugar de referencia para la clientela de negocios en la capital costarricense. Gastronomía europea y sudamericana. Dispone de salones, con capacidad para 16 y 40 personas.

Calle 30, Avenida 2 y 4, San José

Tel. (506) 22 55 33 22

www.hotelgranodeoro.com

RESTAURANTE LA GALLERA

Por su cocina latinoamericana y sus almuerzos bufé de degustación de la gastronomía local.

Frente a la entrada Principal del Best Western Irazú,

Avenida 7, San José

Tel. (506) 22 91 67 85

www.restaurantelagallera.com

LA CHOZA DE LAUREL

Por la calidad de su cocina local. Disponen de menús para grupos de hasta 150 personas.

400 m al oeste de la iglesia. La Fortuna, Arenal Volcano National Park.

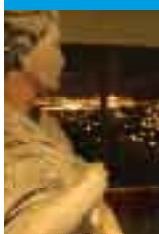
Tel. (506) 24 79 70 63

www.lachozadel Laurel.com



En las afueras de San José existe un parque temático y de atracciones llamado Pueblo Antiguo, o Parque Nacional de Diversiones, en el que se reproducen las tradiciones rurales del pasado. Es uno de los lugares de referencia para la celebración de eventos corporativos. Cuenta con varios salones para reuniones o presentaciones que pueden estar amenizadas con bailes locales o desfiles tradicionales como las mascaradas. Su capacidad alcanza las 5.000 personas (www.puebloantiguo.co.cr).

El centro de convenciones de San José tiene capacidad para 1.000 personas en banquete y 1.800 en recepción. El grupo español Feria Valencia es responsable del proyecto de construcción del nuevo centro de convenciones cercano al aeropuerto internacional Juan Santamaría, cuya inauguración está prevista para 2010.





11



12



13



14

9 Teatro Nacional de San José.

10 y 13 Las actividades en los parques nacional incluyen el puenting y el rafting.

11 Pieza del Museo del Oro.

12 Mascarada.

14 Por los puentes suspendidos se puede ver la selva desde arriba.

El Teatro Nacional de San José también es sede de reuniones y presentaciones, con una sala en el primer piso con capacidad para 120 personas, utilizada frecuentemente para cócteles y presentaciones. Pura Vida es una granja cerca de la capital donde se celebran eventos para un máximo de 200 personas. Plantaciones de café como Britt y Doka Estate también acogen grupos y fiestas nocturnas.

Deportes en el Valle Central

San José es el punto de partida para numerosas actividades deportivas y visitas en el Valle Central, muy solicitadas entre los grupos de incentivo internacionales. Entre las más demandadas están las visitas de los cafetales. Doka, en la ladera del volcán Poas, produce uno de los cafés más prestigiosos del país. Los grupos pueden

degustar diferentes tipos tras recorrer las instalaciones y escuchar las explicaciones sobre los procesos de cultivo, colecta y producción (www.dokaestate.com). En la ladera del volcán, el complejo La Paz Waterfall Gardens (www.waterfallgardens.com) alberga una majestuosa cascada,

El parque nacional de Corcovado es el paraíso de los amantes de la naturaleza y la aventura

con un jardín de colibrís en el que habitan 24 especies de esta ave. En el parque nacional Braulio Carrillo, al este de Poas, se encuentra el primer teleférico destinado a observar el bosque desde las alturas del país. El recorrido de 90 minutos se acompaña de una pequeña caminata. Marzo y abril son los meses recomendados para visitar este parque,

por la escasez de lluvias. Una de las imágenes más conocidas de este lugar es la de la afluencia de los ríos Hondura y Sucio, con las aguas ocre resultado del paso por espacios formados por la roca volcánica. El Valle Central es la zona por excelencia para la práctica del rafting: por la ladera del Irazú discurre el río Pacuare, con tramos de dificultad moderada a difícil. Los mejores meses del año son octubre, noviembre y diciembre. Numerosas empresas proponen circuitos de un día con alojamiento en San José para pasar una jornada en los rápidos.

El parque nacional Manuel Antonio es conocido por sus playas y todas las actividades relacionadas con el mar: esquí acuático, rafting en los ríos Savage y Naranjo, tirolina, team building... Una de las actividades propuestas para grupos de incentivo en la reserva de Carara es el safari tropical en el estuario del río Tarcoles, residencia de cocodrilos. Varias empresas proponen paseos en barca para 20 personas.

El parque nacional de Corcovado, que protege la extensión de bosque primario más grande de Centroamérica, es el paraíso de los amantes de la naturaleza y la aventura. Solo en este bosque húmedo se concentra el 2% de la biodiversidad mundial. Piraguas con o sin motor recogen a los visitantes en sus bungalós. También se pueden efectuar visitas con especialistas para observar la diversidad biológica de la península de Osa. Operadores como Aventuras

Tropicales (www.aventurastropicales.com) proponen multitud de actividades.

Esta zona es la más virgen del país y ofrece posibilidades únicas para el segmento de incentivos: desde el baño en cascadas a los paseos en barco por el mar para el avistamiento de delfines y ballenas, pasando por el submarinismo en la reserva Isla del Caño. 🌊



“Ante todo, buen baño y buen colchón”

JOSÉ RIBAGORDA

PRESENTADOR DE TELECINCO

Es el rostro masculino de la actualidad los fines de semana en Telecinco. Habitual en los espacios informativos de televisión desde hace casi 20 años, reconoce que no le entusiasman los viajes de trabajo porque le dejan poco tiempo para hacer turismo y disfrutar relajado de la gastronomía, que es lo que verdaderamente le engancha en los destinos.

TEXTO: ANA CORTEZO

¿Eres muy maniático a la hora de escoger hotel?

No. Puedo dormir en cualquier sitio. De todas formas, y según vas cumpliendo años, se agradecen las comodidades.

¿Qué nivel de confort exiges?

Ante todo un buen baño y un buen colchón. Para mí, los adelantos tecnológicos pueden llegar a ser prescindibles.

¿Prefieres viajar en grupo o en solitario?

Siempre en solitario.

¿Qué es lo que más te molesta de los viajes?

Los aeropuertos. Las horas de espera, los trámites, las aglomeraciones... Me desesperan.

¿Dónde has encontrado más confort?

Quizá en Francia. La calidad, el buen gusto, el *savoir faire*... También he encontrado un gran nivel en Portugal y, sobre todo, una excelente atención al viajero.

¿En qué hotel te encontrarían si te pierdes alguna vez?

O en el hotel Nacional de la Habana, sentado en su terraza, con un mojito y un buen puro, o en el hotel de las Bodegas del Marqués de Riscal.

¿Sueles viajar con tiempo de sobra para conocer el destino?

La mayoría de las veces voy con una agenda muy apretada que no me deja tiempo para hacer turismo.

¿Tren, avión o coche?

El avión es la incomodidad. Para mí el transporte ideal es el tren. Iría a Nueva York en ferrocarril si hubiera un túnel submarino que cruzara el Atlántico.

¿Se queda algo de ti en los lugares que visitas?

Y de esos lugares en mí. Yo no sería yo sin mis viajes.

¿En un viaje de trabajo, te influyen mucho las características del lugar o consigues abstraerte del entorno?

Sí que influyen. Si viajas a una ciudad que aprecias das más de ti mismo.

¿En las cadenas internacionales de hoteles se nota diferencia según el país?

Prácticamente los niveles de servicio son iguales. Son las cosas de la globalización...

¿Impones tú el hotel cuando viajas?

En los viajes de trabajo, ni me preocupo. Me lo suelen dar hecho. ☺

Blog de José Ribagorda: <http://gente5.telecinco.es/blogs/labuenavida>

La mayoría de las veces voy con una agenda tan apretada que no me deja tiempo para hacer turismo

Filias y fobias

LE GUSTA...

- Viajar en solitario
- Los cuartos de baño buenos
- Tener tiempo libre
- El foie y los arroces
- Las habitaciones con vistas
- El tren

NO LE GUSTA...

- Los aeropuertos
- Viajar con prisas
- La globalización
- La comida inglesa
- Que le timen por ser turista
- Los trámites y los atascos

COMPARATIVA

Clase business vs Jet privado

En un contexto de control de gastos, recurrir al jet privado puede parecer un despilfarro. ¿Lo es realmente? Para salir de dudas hemos comparado precios y prestaciones entre diferentes rutas viajando en la clase de negocios de una compañía regular y alquilando una aeronave ejecutiva.



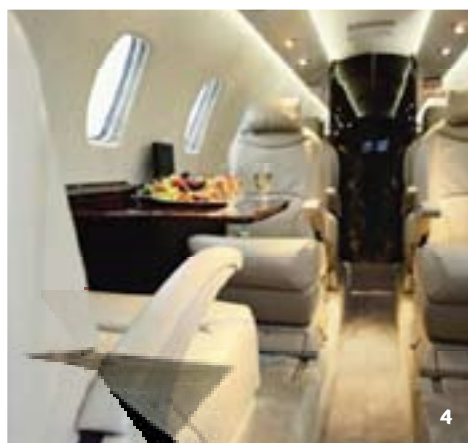
1



2



3



4

1 y 2 Interior de uno de los aparatos de Corporate Jets XXI vs. clase Club World de British Airways.
3 y 4 Butaca de la clase Business de Air France vs. aeronave de Lufthansa Private Jet.



Principales diferencias

CONCEPTO

Antelación reserva

Modificación hora y/o día de viaje

Penalización por anulación

Modificación itinerario

Tiempo de antelación al embarque

Servicios en tierra

Catering a bordo

Espacio de butacas

Entretenimiento

Zona de trabajo

Aeropuertos

Precios orientativos

Contactos

EXECUTIVE AIRLINES

Contacto comercial:

Sergio Sanz

Tel. 916 767 976

info@executive-airlines.com

CORPORATEJETS XXI

Contacto comercial:

Jacint Puigmartí

Tel. 936 744 141

jpuigmarti@corporatejetsxxi.com

www.corporatejetsxxi.com

NETJETS

Contacto comercial:

Luis de la Plaza Banus

Tel. +44 20 73 61 96 37

lplaza@netjets.com

www.netsjets.com

GESTAIR

Contacto comercial:

Tel. 916 259 900

privateaviation@gestair.com

LUFTHANSA PRIVATE JET

Contacto comercial:

María Rodríguez

Tel. 661 410 823

maria.rodriguez@dlh.de

www.lufthansa-private-jet.com

AIR PARTNER

Contacto comercial:

TEL. 971 227 925

web_espana@airpartner.com

www.airpartner.com

JET PRIVADO	BUSINESS CLASS
Gran flexibilidad, aunque depende de la disponibilidad de aparatos.	No es necesaria mucha antelación. Depende de fechas y destinos.
Sin recargo en función de disponibilidad.	Sin recargo.
En caso de desistimiento del vuelo con menos de 24 horas.	Sin penalización.
Se contemplan modificaciones según la autonomía del aparato sin recargo.	No hay posibilidad.
No existe. El pasajero accede directamente al avión.	90 min. en los vuelos transoceánicos y 30-45 min. en los nacionales y dentro del espacio Schengen.
Traslado privado hasta el avión. En las terminales: espacios de trabajo, restauración, etc. Equiparable a la sala VIP de un aeropuerto convencional.	Posibilidad de traslado privado al avión. En las terminales: dormitorios, restaurantes, espacios de trabajo, spa, cines privados...
Elección de gastronomía a bordo según preferencias del cliente.	Menús variados y acuerdos con firmas de restauración y bodegas de prestigio.
Las butacas son giratorias, algunas reclinables hasta 180°.	Libre la butaca del medio en la mayoría de las compañías. Inclinación de hasta 180° en las clases business de mayor categoría.
Selección propia de música y cine.	Selección propia de música y cine.
Mesilla plegable y espacio de trabajo.	Mesilla plegable.
Pequeños aeródromos y terminales propias en los aeropuertos comerciales.	Comerciales.
Madrid-Barcelona: 1.019 € / pax Barcelona-Milán: 1.298 € / pax Málaga-N. York: 13.707 € / pax	Madrid-Barcelona: 337-435 € Barcelona-Milán: 925-939 € Málaga-N. York: 2.847-2.860 €



TENDENCIA EN AUGE

Más corbatas que nunca en los hoteles low cost

La actual coyuntura económica obliga a las empresas a ser sumamente austeras en materia de viajes. Pero para poder mantener su actividad comercial necesitan seguir desplazando a sus directivos y empleados. Solución: buscar alojamientos más económicos. Los hoteles low cost se ajustan perfectamente a esta necesidad y, por ello, están ganando cuota de mercado entre el cliente corporativo.

TEXTO: AGUSTÍ VALLS

“**a**nte la crisis económica que estamos atravesando, hay una necesidad de reducir y controlar los costes”. Esta frase, en boca de Cristina Ramos, directora de Marketing de las marcas Ibis, Etap y Formule 1 en España, sintetiza perfectamente la razón del creciente éxito que están teniendo los hoteles de gama económica

en el segmento de los viajes de empresa. La actual coyuntura impone austeridad en los desplazamientos de negocios y ello está aumentando la clientela de los establecimientos low cost en España.

“Se está produciendo una toma de conciencia general hacia un consumo más

racional y controlado —señala Cristina Ramos— y la hotelería económica es la solución ideal, ya que ofrece calidad de servicio a un precio ajustado”. En este sentido, según Maribel Rodríguez, directora de Marketing y Ventas de Travelodge en España, “con un buen producto y a un buen precio, las empresas pueden seguir

“Con un buen servicio y un buen precio, las empresas pueden seguir realizando viajes”

realizando su actividad habitual sin tener que abandonar los viajes”.

Los hoteles de gama económica basan su comercialización en una relación calidad/precio muy competitiva. Fernando Rivas, presidente de Sidorme Hotels, los define como “aquellos que debido a haber



1

1 Los hoteles de bajo coste están compitiendo con servicios ajustados y espacios funcionales, como los que ofrece Travelodge Torrelaguna.

optimizado los costes del proceso hotelero completo, desde el suelo, pasando por la operativa y hasta la comercialización, se ofrecen a un precio estándar inferior, de forma permanente y equivalente a otro producto de características similares”.

Siguiendo a las aerolíneas

La actual crisis económica está siendo la mejor aliada de los hoteles low cost para ganar nuevos clientes en el segmento de negocios. “Ahora tenemos más corbatas”, afirma Fernando Rivas, y en general todas

las cadenas consultadas reconocen que se está incrementando su clientela de esta tipología. De hecho, se está produciendo un cierto trasvase de clientes que hasta ahora se alojaban en hoteles de categorías superiores. Fuentes de Intercontinental Hotel Group (IHG) en España señalan que “los segmentos de los viajes de negocios y de congresos sufren una presión creciente para reducir costes, negociando a la baja con los hoteles, con tiempos de reserva antici-

pada más cortos, grupos más pequeños y estancias más cortas”. Todo ello favorece a los hoteles low cost en detrimento de los de otras categorías.

El ejemplo de las compañías aéreas de bajo coste, que han ido arrebatando poco a poco una significativa parte de los viajeros de negocios a las compañías tradicionales, es perfectamente válido para entender el creciente éxito de los hoteles de gama económica. Con independencia

Principales cadenas en España

MARCA	N.º	LOCALIZACIONES	PREVISIONES PARA 2010
	36	Grandes y medianas ciudades	El grupo Accor, propietario de las marcas Ibis, Formule 1 y Etap, tiene previsto llegar a los 100 hoteles en España
	6	Alcorcón (Madrid), Getafe (Madrid), Barakaldo (Bilbao), Valladolid, Torrefarrera (Lleida), Mollet del Vallès (Barcelona)	
	5	Alicante, Granada, Arrigorriaga (Bilbao), Viladecans (Barcelona), Madrid	
	20	Madrid (8), Valencia (3), Barcelona (3), Alicante, Castellón, Girona, Málaga, Pamplona, Zaragoza	Vitoria, Leganés, San Cugat, Bilbao, Algeciras
	3	Las Rozas (Madrid), Torrelaguna (Madrid), L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)	Con 370 hoteles en el Reino Unido e Irlanda, prepara su expansión en España
	5	Mollet del Vallès (Barcelona), Girona, Figueres (Girona), Paterna (Valencia), Granollers (Barcelona)	Granada, Alcorcón (Madrid), Albacete, Castellón, San Cugat (Barcelona), Jerez



2 Pequeños espacios de trabajo son habituales en los hoteles low cost.

3 El equipamiento de las habitaciones cubre las necesidades básicas.

4 Hora del desayuno en uno de los establecimientos del grupo Accor.

5 y 6 La recepción y el comedor del hotel Denit, en Barcelona, ejemplo de diseño moderno y funcional.

de la reducción de costes que impone la crisis económica, en la elección de este tipo de ofertas también influyen criterios de “decisión inteligente”, según apunta Fernando Rivas. Y es que, como señala Cristina Ramos, “el cliente que prueba el concepto de la hotelería low cost seguirá acudiendo a este mismo tipo de hotel, incluso después de la crisis”.

Marcas internacionales

La gran mayoría de hoteles de gama económica que funcionan en España pertenecen

a cadenas internacionales especializadas en este segmento. Así, el grupo Accor tiene abiertos en nuestro país 36 hoteles de la marca Ibis, 5 de la marca Etap y 6 de la marca Formule 1. Están situados principalmente en las grandes ciudades, como Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao, Sevilla y Zaragoza, pero también en otras de tamaño medio como Murcia, Granada, Málaga, Valladolid e Irún. Accor tiene como objetivo alcanzar los 100 hoteles de gama económica en España en el año 2010, dando prioridad a los de las enseññas

Expansión en España

Más de la mitad de los hoteles de gama económica se concentra en Madrid y Barcelona.

El segmento de la hotelería low cost está en plena etapa de expansión en España. En los dos últimos años se han inaugurado una treintena de establecimientos de esta tipología, según un reciente estudio de la consultora DBK. En octubre de 2008 había 134 hoteles de bajo coste en nuestro país, con una oferta de más de 10.500 habitaciones.

Su facturación conjunta ascendió el año pasado a unos 170 millones de euros, un 21 % más que en el 2007. Las previsiones, según DBK, apuntan a que esta tendencia expansiva se mantendrá en los próximos años, a pesar de la crisis económica, con la llegada a España de nuevos operadores y la ampliación de la red hotelera de las cadenas ya implantadas en el país.

Más de la mitad de la oferta de hoteles de gama económica se concentra en Cataluña y Madrid, con 65

establecimientos entre ambas zonas, que representan el 28 % y el 26 % del número total de habitaciones, respectivamente. El perfil medio de esta tipología es el de un hotel de tres estrellas, con una capacidad de entre 50 y 100 habitaciones y un precio medio de la habitación doble inferior a 50 € por noche. Cerca del 70 % de la oferta se halla situada en la periferia de las grandes ciudades, si bien hay una creciente orientación hacia localizaciones en centros urbanos.

Entre el presente año 2009 y el 2010, se prevé que puedan inaugurarse alrededor de medio centenar de nuevos hoteles de bajo coste en España, siempre con las lógicas reservas derivadas de la actual situación de recesión económica. Así, a finales del 2010 podría haber en funcionamiento unos 180 hoteles de este segmento, con una oferta de unas 15.000 habitaciones.



Ibis y Etap. Según Cristina Ramos, “es un desarrollo muy fuerte, que se ilustra con la inminente apertura del hotel Ibis Barcelona Plaza de las Glorias 22@”.

Intercontinental Hotel Group (IHG) también tiene hoteles de sus marcas económicas en España, concretamente 20 de la enseña Express by Holiday Inn, que está en proceso de reconversión a la marca Holiday Inn Express, en pleno relanzamiento a escala internacional. En estos momentos, conviven en España los hoteles Express by Holiday Inn de siempre y los nuevos Holiday Inn Express. Los hoteles se hallan en Madrid (8), Valencia (3), Barcelona (3), Alicante, Castellón, Girona, Málaga, Pamplona y Zaragoza. Holiday Inn Express tiene un ambicioso plan de expansión para los próximos años, con aperturas en Vitoria, Leganés (Madrid), Sant Cugat del Vallès (Barcelona), Bilbao y Algeciras (Cádiz).

Por su parte, Travelodge tiene actualmente tres hoteles abiertos en nuestro país, dos de ellos en los alrededores de Madrid (Las Rozas y Torrelaguna) y uno en la periferia de Barcelona (L'Hospitalet de Llobregat). Sin embargo, la dimensión internacional de esta cadena queda de manifiesto con los 370 hoteles con que cuenta en estos momentos en Inglaterra e Irlanda. Su directora de Marketing y Ventas en España, Maribel Rodríguez, ha señalado que “muy pronto” se darán a conocer sus planes de expansión para los próximos años.



Los grandes grupos hoteleros internacionales han puesto su punto de mira en nuestro país

La cadena Sidorme Hotels dispone actualmente de cinco hoteles en España. El primero lo abrió en el año 2006 en Mollet del Vallès (Barcelona), durante el 2007 inauguró otros tres en Girona, Figueres (Girona) y Paterna (Valencia), y el año pasado abrió el quinto hotel en Granollers (Barcelona). En estos momentos se están construyendo tres nuevos establecimientos en Granada, Madrid y Albacete, con apertura prevista para finales del presente 2009. También habrá inauguraciones en

San Cugat (Barcelona), Alcorcón (Madrid) y Jerez de la Frontera.

Sidorme Hotels tiene una tarjeta de fidelización (Privilegios Sidorme) que ofrece una noche gratis cada diez noches pasadas en cualquiera de los hoteles de la cadena. Con la tarjeta, sin coste alguno, el cliente también puede usar gratuitamente la sala de reuniones y tener café también gratis. Asimismo, Sidorme cuenta con un programa para viajeros frecuentes (Sidorme 36), que ofrece la oportunidad de dormir por 36 euros la habitación y noche si se compra un pack de 15 noches.

Express by Holiday Inn, por su parte, ofrece a las empresas la “garantía de tarifa más baja por Internet”, que asegura que el precio que aparece en la web de la cadena es el más económico. También cuenta con

7 Habitación de un hotel representativo del grupo Accor.

8 Los elementos decorativos cobran cada vez más importancia, como en el caso del Ibis Ciudad de Málaga.

9 Fachada del hotel Ibis Bilbao Centro.

10 Hall del Sidorme San Cugat, de próxima apertura.

11 Sala para pequeñas reuniones de la cadena Sidorme.

En Accor también existe un programa de fidelización cuyo principal exponente es la tarjeta Accor Favorite Guest Ibis, que ofrece un 10% de descuento sobre el alojamiento, restaurante y bar, así como garantía de habitación, realizando la reser-

habitaciones espaciales y tranquilas para trabajar y descansar, y disponibilidad del personal las 24 horas, tanto para enviar un fax como para servir un tentempié. Estos hoteles están situados en zonas de actividad económica, cerca de aeropuertos o en el centro de las ciudades, para facilitar la movilidad de los clientes.

Por su parte, los hoteles Travelodge ofrecen una gran simplicidad en las reservas y en las operaciones de check in y check out, que se hacen a la vez para no tener que esperar al salir para cerrar la cuenta. Además, el bar y el café están abiertos las 24 horas. Pensando en el viajero de negocios que se desplaza al Reino Unido, Travelodge acaba de lanzar un servicio gratuito GPS para realizar reservas de habitaciones a través

Las cadenas están implantando con bastante éxito programas de fidelización para viajeros frecuentes

una “tarifa de compra adelantada”, que permite reservar la habitación con 14 días de antelación ahorrando hasta un 20% o más sobre el precio estándar. Asimismo, el programa de fidelización Priority Club Rewards, con más de 40 millones de asociados en todo el mundo, permite disfrutar de numerosos beneficios.

va hasta tres días antes de la fecha elegida. Desde siempre, una significativa parte de la clientela de los hoteles low cost ha correspondido al segmento de negocios. Por tanto, estos hoteles tienen unas instalaciones y servicios adaptados a las necesidades de este tipo de clientes. Así, los hoteles Ibis disponen de conexión a Internet wi-fi,





10



11

de teléfonos móviles 3G Apple iPhone. Se denomina iBooker y permite localizar el hotel Travelodge más cercano y reservarlo pulsando un solo botón.

La filosofía de Sidorme es “ofrecer los servicios que son realmente valorados por los clientes y prescindir de los que no lo son”. Así, los hoteles de la marca ofrecen conexión wi-fi a alta velocidad, parking, sala de reuniones totalmente equipada y servicio de recepción 24 horas. Estos hoteles están estratégicamente situados junto a núcleos urbanos, centros comerciales, áreas lúdicas y parques tecnológicos.

En los hoteles Express by Holiday Inn, el 50% de los clientes son del segmento de negocios. Ofrece habitaciones multifuncionales, desayuno gratuito y localización accesible desde las grandes vías de comunicación. Las habitaciones también cuentan con conexión wi-fi de alta velocidad y café e infusiones gratuitas.

Con esta batería de ventajas, no es extraña la rápida proliferación de propuestas low cost en España. Otros países del entorno europeo hace años que los descubrieron. ➤

35€*

Sólo en www.travelodgehoteles.es

En Madrid:	Hotel Travelodge Las Rozas Hotel Travelodge Torrelaguna
En Barcelona:	Hotel Travelodge l'Hospitalet

Buenas noches
Felices precios

* IVA incluido.
Para reservar fechas con 1 día de antelación.

Hoteles
Travelodge

LA NUEVA T-1, UNA NECESIDAD PARA BARCELONA

El aeropuerto de El Prat se hace mayor

Una tercera pista, a la que podría seguir una cuarta construida sobre el mar, la flamante torre de control... y la Terminal 1. Así finaliza la actual fase de ampliación del aeropuerto de Barcelona. El Prat, segundo de España y noveno de Europa, aumenta su capacidad de 35 a 55 millones de pasajeros anuales. La ciudad lo estaba pidiendo a gritos.

TEXTO: EVA LÓPEZ
FOTOS: AENA

barcelona está de estreno. Casi diez años de trabajo y 3.000 millones de euros van a permitir al fin a la ciudad disfrutar de la ansiada ampliación del aeropuerto de El Prat y entrar en el ránking de los grandes aeropuertos del mundo. Todo está listo para la apertura de la nueva T1, una infraestructura que permitirá dar servicio a 55 millones de pasajeros/año. La última fase de la ampliación contempla una terminal satélite que permitirá recibir hasta 70 millones de viajeros al año. Pero eso será en 2013. Al cierre de esta edición se había fijado la fecha del 17 de junio para inaugurar la infraestructura con un vuelo de la

compañía Spanair. A pesar de todas las pruebas y ensayos realizados, las aerolíneas insisten sobre el riesgo de “despegar” en plena estación estival y piden prudencia para evitar desastres como la puesta en marcha de la T5 de Londres-Heathrow, en abril del año pasado, sin duda un buen ejemplo del que huir.

Tres espacios

El nuevo edificio se organiza en torno a tres espacios:

1 Al llegar al aeropuerto el viajero se encuentra con una zona denominada “edificio procesador”, donde se ubican los mostradores de facturación.



- 1** Sección detallada de la nueva terminal con los principales espacios.
- 2** Los accesos incluyen cinco líneas de autobús interurbano y otras cinco de regional.
- 3** Ensayo general con figurantes en la zona de facturación.

1



2 En la planta de abajo se sitúa la zona de llegadas, que se articula en torno a un gran vestíbulo bautizado como La Plaza. En esta parte del aeropuerto confluirán quienes esperan a los viajeros y quienes llegan a Barcelona, teniendo acceso por pasarelas a los diferentes aparcamientos, a la lanzadera que transportará hasta la terminal T2B y Renfe y a las paradas de taxi y autobús.

3 El Sky Center: es la zona comercial por excelencia, una vez superado el control de seguridad. El mejor restaurante de la terminal contará con la cocina de Carles Gaig, reconocido con una estrella Michelin.

Dos diques laterales y uno central servirán para el embarque: 43 aviones estarán en contacto con la terminal. Esto significa que el 90% de los viajeros no utilizará autobuses (jardineras) para acceder al edificio.

La llegada del AVE a El Prat es un proyecto de futuro para el que aún no existe licitación de obras

En total, más de 74 aeronaves podrán estar aparcadas simultáneamente en la nueva terminal, con lo que la capacidad total de la plataforma catalana asciende hasta 90 operaciones de despegue y aterrizaje a la hora, que se añaden a las 64 operaciones de la Terminal 2. Por cierto, y para que no haya confusiones, las antiguas terminales A, B y C se rebautizan como T2A, T2B y T2C.

Transporte público

Dos líneas de tren de cercanías y una nueva línea de metro (línea 9) llegarán a la nueva terminal, aunque no en el momento de su inauguración. La fecha prevista se sitúa entre 2012 y 2013. Al menos, los túneles que conducirán el metro hasta ella ya están construidos.

La llegada del tren de cercanías hasta la T1 también quedará pendiente. De momento una lanzadera partirá de la T2B hacia la T1 tras la llegada de cada tren, mientras que en sentido inverso habrá posibilidad de cambiar de terminal cada 5-6 minutos.

La llegada del AVE es otro de los proyectos para los que ni siquiera existe de momento licitación ni, por tanto, fecha estimada de puesta en marcha. Con ello, en el momento en que empiece a funcionar la T1, el único transporte público directo será el autobús.

En total, cinco líneas de autobús interurbano y cinco de regional se añaden a la posibilidad de llegar al aeropuerto en bicicleta gracias a la construcción de un carril especial. En cuanto a los taxis, la nueva terminal dispone un aparcamiento de 750 vehículos en espera. En total, 36 coches podrán estar simultáneamente recogiendo pasajeros en dos paradas.

Vehículo personal

Una nueva carretera conduce a la terminal directamente desde Barcelona (C31), siguiendo el desvío B22. En total, 1.015 plazas se destinarán al aparcamiento de larga duración, mientras que 1.000 corresponden a VIP y contingencia. El parking de usuarios tiene capacidad para 11.000 vehículos, 9.400 de ellos en espacio cubierto. Las tarifas no variarán de momento: 1,63 €/hora.

Cinco oficinas de alquiler de coches serán operadas por Avis, Hertz, Europcar, National Atesa y Sol-Mar. Dos bancos tendrán sede en la nueva terminal, a los que acompañarán 22 cajeros automáticos.

Centro de negocios

Un centro de negocios de 2.583 m² entrará en funcionamiento junto con la terminal. Será gestionado por Gestió i Serveis Trade Center S.A. (empresa gestora de los proyectos World Trade Center Barcelona) y contará con cinco salas de reuniones panelables de 49 m² cada una, con capacidad para 16 personas en cada una de ellas. También están previstos cinco despachos



4

4 Un total de 74 aeronaves podrán estar aparcadas simultáneamente en la nueva terminal.

5 Grandes espacios diáfanos facilitan la orientación en el interior.



5

acoger hasta 160 personas. Todos los espacios para reuniones y trabajo están dotados de luz natural.

El centro de negocios cuenta con cinco salas de reuniones con capacidad para 16 personas cada una

completamente equipados y posibilidad de trabajar con ordenador personal.

Las grandes reuniones tendrán cabida en la gran sala panelable de 240 m² que puede

Una zona wellness se destinará a los pasajeros, los clientes del centro de negocios y todo el personal del entorno del aeropuerto. Contará con cabinas

para masajes y tratamientos de estética, peluquería y gimnasio.

Nueve habitaciones, una suite y un bar-restaurante de 70 cubiertos completan los espacios de este centro que está situado junto a las instalaciones del corredor Madrid-Barcelona.

Gestió i Serveis Trade Center gestionará además las tres salas VIP de la T1 (zona internacional, UE y puente aéreo) y las dos salas VIP de la terminal actual. ➡

Escasas conexiones internacionales... de momento

Detalle de las puertas de embarque construidas en la nueva terminal.



La capacidad del aeropuerto se dobla al año siguiente de haber perdido el 8% del tráfico. La culpa: la competencia del AVE, el bajón de la demanda y la consecuente reducción de rutas. Aún así, conseguir que el aeropuerto de Barcelona se convierta en un hub intercontinental es el propósito del Comité de Desarrollo de Rutas Aéreas (CDRA). De momento, los pasajeros en vuelos intercontinentales sólo representan el 1,7% del total.

Actualmente es limitada la lista de vuelos a destinos transoceánicos operados desde El Prat: Filadelfia, Atlanta,

Nueva York, México DF, Bogotá y Buenos Aires, en el continente americano; Singapur, Islamabad y Lahore, en Asia. Las compañías que operan vuelos de largo recorrido pertenecientes a las alianzas aéreas Oneworld, SkyTeam y Star Alliance, así como las no asociadas, se instalarán en la flamante T1. Haber destinado tres de las ocho salas VIP a los vuelos internacionales demuestra la voluntad del CDRA de aumentar el número de frecuencias. Dubai, Shanghái, Shenzhen y Hong Kong son destinos operados desde Barcelona, pero de momento sólo en carga.



El Palacio de Congresos de Maspalomas es un exclusivo privilegio para los 3.000 asistentes y organizadores, por su proximidad a los hoteles de Lopesan Hotel Group en Meloneras, los cuales permiten los traslados a pie y garantiza el éxito de la celebración de convenciones en una Isla de Encuentros, Gran Canaria.

Nunca una
reunión tan brillante,
fué tan natural...

MATEMÁTICAS Y EVENTOS

Cuando dos y dos son más que cuatro

El sector de los eventos es un mundo de paisaje cambiante y extraños pobladores. No hay dos eventos iguales, del mismo modo que pocas veces pueden encontrarse dos eventos realmente diferentes.

TEXTO: JOSÉ LUIS GARCÍA LORENTE

Las matemáticas sirven para lo que sirven. En el mundillo de los eventos, para poco más que echar las cuentas. Aquello de los ingresos y los gastos. Aunque provocar emociones, que de eso se trata, a veces no tiene precio. Prueba de ello son estas páginas, en las que pueden encontrarse tres conceptos en apariencia divergentes, pero con un destino común: la suma de los elementos simples en busca de un resultado complejo.

Recepción = Naturaleza + Tecnología

Empecemos este repaso con la recepción que la empresa Acces ofreció a sus clientes y amigos, y que podría descomponerse en dos sumandos casi antagónicos: naturaleza y tecnología. Y es que, tras el éxito de la recepción surfera del año pasado, la idea de Acces era, en esta ocasión, ofrecer una imagen de la tecnología ligada a la naturaleza. Ése fue el concepto en el que trabajó la agencia de eventos JG Barcelona, por segundo año consecutivo, junto a la empresa de catering Food & Mambo.

Los deseos del cliente de unir lo tecnológico a lo orgánico se vieron reflejados en la puesta en escena de un cóctel bautizado como Tree Top Pop.

Algunos ejemplos de ese compromiso de la decoración y la gastronomía con la naturaleza fueron los manteles de hierba digital, los camareros caracterizados como árboles (por medio de *body painting*), los pequeños cubos de fruta comestibles, herederos en apariencia de aquellos de Rubik y, entre otros, unos brotes de lo que parecía ser el cruce imperfecto de una llave USB y una mata de perejil (o uno de esos experimentos televisivos en los que se introduce una semilla en una llave USB y se riega abundantemente a ver qué pasa).

Algunos elementos que al inicio del evento parecían mera ambientación fueron cobrando protagonismo conforme la palabra “fiesta” dejaba de ser una promesa para convertirse en una realidad. El DJ y sus tres horas de música contribuyeron a relajar un ambiente en el que acabó erigiéndose como indispensable protagonista el gin tonic de





manzana sólido creado para la ocasión por la gente de Food & Mambo.

El sorteo de una Vespa Linux alegró más todavía a uno de los presentes, aunque todos los invitados pudieron llevarse a casa, como premio de consolación, una bolsa de diseño exclusivo en la que, cómo no,

ingrediente “secreto” que la propia agencia nos ha confesado: libertad de creación.

Convención = Vespas + Roma

En el segundo caso que nos ocupa partimos de una ecuación con cierta lógica interior. Y es que si hay un vehículo que

1 2 y 3 Lee el artículo y descubre cuál de estos tres elementos es comestible.

4 Con cien cascos verdes por banda, viento en popa, a toda Vespa.

El *body painting* es un gran recurso para aunar decoración en movimiento y naturaleza

naturaleza y tecnología (como diversión y sorpresa) volvían a darse la mano.

El éxito de esta recepción, que ya amenaza con convertirse en un referente para próximas ediciones del Mobile World Congress —donde tuvo lugar esta primera—, tiene un

pueda asimilarse a la ciudad de Roma, ése es la Vespa. A esa misma asociación de ideas debieron llegar, sin duda, en la agencia Yeti, cuando se les encargó la organización de la Convención Internacional Anual de una importante empresa líder mundial en perfumería y cosméticos.

La norma quiere que la ecuación básica de una convención clásica sea crear distintas experiencias y actividades que den un valor añadido y un motivo para recordar aquello que, en principio, forma parte del calendario laboral de los implicados. En esta ocasión se decidió aprovechar el escenario de la misma, la milenaria ciudad de Roma, para romper un poco la rutina de este tipo de reuniones. A las habituales presentaciones de productos y sesiones de trabajo en grupo se incorporaron otras actividades más ligadas al ocio, al turismo

cultural o, directamente, a la diversión. Los cerca de 200 asistentes, como millones de turistas antes que ellos (o ellas, pues la mayoría eran mujeres), tuvieron que cumplir con la tradición de lanzar una moneda a la Fontana de Trevi. Hasta aquí, pocas sorpresas. Pero el *raid* cultural organizado por la agencia Yeti incluía también actividades menos usuales, como buscar a Gepetto, el padre de Pinocho, o descubrir a un emperador escondido en el Panteón. Y, para volver a la normalidad turística, degustar un helado en la heladería más famosa de Roma.

Aunque, muy probablemente, no serán éstos los momentos más recordados de la convención. La actividad estrella, el sumando de mayor peso, consistió en una ruta a bordo de nada menos que 183 motos Vespa de época venidas de toda Italia para la ocasión. Era la primera vez, al menos en los últimos 50 años, que se veía tal cantidad de Vespas juntas circulando por la ciudad. Para evitar el empacho





- 5** ¿Es Jorge Lorenzo?
¿Es Dani Pedrosa?
No, es una convención.
- 6** Organizar la
presentación de un
Lamborghini es fácil si
sabes dónde.



visual entre los romanos (supongo yo), se dividieron en seis grupos de una treintena de motos cada uno.

En cada Vespa, un conductor italiano y un cliente. Cada uno, eso sí, con su casco, de diferente color en cada grupo. Y cada casco con su funda con el logo del evento. Con el noble propósito de evitar el terror de los romanos a una invasión de Vespas (sigo suponiendo), los seis grupos realizaron

Suma lujo a lujo y obtendrás más lujo. Repite esta operación tantas veces como haga falta

distintas rutas, con paradas alternativas en Plaza de San Pedro, Aranci y el Coliseo, para terminar todos a la vez (y, supongo ya a lo bruto, sin poder evitar la histeria entre los que vieran tanta Vespa junta) en Gianicolo. Allí, y desde dos furgonetas Volkswagen antiguas, se les sirvieron bebidas modernas que devolvieron a todo el mundo

a una realidad presente que, al menos en las últimas horas, no lo había parecido.

Presentación = Lujo + Lujo

Cuando de lo que se trata es, simplemente, de lujo, la operación es fácil. Suma lujo a lujo y obtendrás más lujo. Y repite esta operación tantas veces como haga falta. Este truco matemático se ha observado recientemente en Tenerife, donde la marca

italiana de automóviles de altísima gama Lamborghini ha elegido el hotel Gran Meliá Palacio de Isora para presentar en exclusiva mundial su nuevo modelo de superdeportivo, el Lamborghini Gallardo LP 560-4 Spyder.

Para situar el evento se eligió, siguiendo la cadencia lógica de lujo más lujo, una de las

zonas más exclusivas de este hotel tinerfeño anclado en un entorno privilegiado: la Red Level. Allí se estableció la Casa Lamborghini, donde se exhibieron, por primera vez juntos, otros 24 vehículos más de la marca. También fue en esta zona, entre sus villas y jardines privados, donde los invitados pudieron conducir este vehículo al alcance de muy pocos. Y como el lujo nunca resta, el resultado final de tan opulenta suma se vio incrementado con la excepcional oferta gastronómica del Gran Meliá Palacio de Isora, donde cualquier paladar, por exigente que sea, encontrará su lugar. Sea en la cocina asiática de fusión del Nami Asian Bistro, entre los platos mediterráneos del Oasis Pool Grille o por medio de las creaciones que el prestigioso cocinero Dani García ofrece en el restaurante Calima. Matemáticas básicas y efectivas, por tanto, para acompañar la puesta de largo del nuevo descapotable de la marca del toro. 

¿Para qué sirve una agencia de viajes?

Como en otros casos, no existen soluciones estándar. Todo depende del perfil del consumo a la hora de decidir la contratación de los viajes de empresa a través de una agencia.

Ignacio Asín



Socio Consultor de ASIV

Si su empresa tiene un volumen de gasto en viajes pequeño y relativamente sencillo, es decir, siempre en rutas punto a punto y con un número de viajeros muy limitado, el valor que aporta la agencia es, efectivamente, pequeño. Con la infinidad de ofertas de hoy en día en el mercado, su coste como intermediario de servicios turísticos no tiene mucho sentido. Pero cuando la estructura y perfil de la cuenta de viajes de la empresa empieza a ser más compleja, el coste de gestión de la agencia no es el elemento de valoración más importante. Es muy habitual caer en el error de considerar únicamente los gastos directos del viaje, y en el caso del intermediario, el fee o tasa de gestión que nos factura, dejando a un lado otros costes indirectos que un proveedor adecuado puede minimizar con su experiencia y capacidad de compra, aunque no se perciba a primera vista.

Nuevas reglas del juego

El papel de la agencia de viajes ha sufrido una gran transformación en los últimos tiempos. Desde que las reglas del juego de la relación comercial cambiaron con la desaparición de buena parte de las comisiones de intermediación, las agencias están cobrando al consumidor final por sus servicios. Y para ello, tienen que demostrar el valor añadido que aportan. Ya no basta con emitir los billetes o bonos de hotel. Ahora las agencias hacen valer su gestión administrativa, el análisis del consumo y la labor de consultoría. Buena parte de estas

funciones simplifican enormemente el día a día de la gestión de los viajes. Si tuviesen que realizarse internamente en la empresa implicarían un elevado gasto indirecto. Un servicio valioso es el de las facturas periódicas que emiten las agencias especializadas. Estos documentos resumen el total de consumos en un único informe, algo que permite la conciliación automática de los medios de pago y evita el engorroso punteo de extractos bancarios. Por otra parte, las agencias generan estadísticas de consumo que detallan el gasto por áreas de la empresa y detectan quiénes están aplicando correctamente la política de viajes y quiénes realizan unos consumos medios por encima del resto. Pero no sólo eso. También ayudan a planificar la negociación con los proveedores. El análisis de los ahorros generados y, de manera muy especial, los motivos del rechazo de tarifas más económicas a las utilizadas, permite además revisar nuestra política de viajes y forzar a nuestros viajeros a realizar un consumo más responsable. 🐦



Es muy habitual caer en el error de computar solamente los gastos directos del viaje sin tener en cuenta otros costes

SAN PETERSBURGO

Emporio Nevsky

En una ciudad marcada por los rigores del invierno, no puede extrañar la popularidad de artículos como el vodka y las pieles. Pero San Petersburgo es también un excelente lugar para adquirir artesanía, porcelana o los irresistibles chales de Pávlovo-Posad.

TEXTO: ANA CORTEZO

San Petersburgo es una ciudad moderna. Tan sólo tiene 300 años de antigüedad y, sin embargo, es un pilar fundamental en la historia rusa. Albergó la capital del Imperio desde 1712 hasta 1718 y hoy en día es la segunda ciudad más grande del país. Su centro histórico está declarado **Patrimonio de la Humanidad**.

largos. Además, el verano es la época de las Noches Blancas, cuando el sol está presente 19 horas al día. La diferencia horaria con España es de dos horas de adelanto. La **Avenida Nevsky**, con 4,5 km de longitud, es la principal arteria y la calle comercial más importante de la ciudad. Empieza en la **Plaza del Palacio (Hermitage)**, sigue

300.000 personas visitan diariamente Gostiny Dvor, el centro comercial más famoso de la ciudad

Las opciones turísticas son innumerables, no sólo por sus impresionantes museos, palacios y catedrales, sino también por su atractivo como destino de compras. La época ideal de visitar la ciudad es entre mayo y septiembre. La temperatura es agradable (entre 15 °C y 25 °C) y los días son

hasta la **Plaza Vosstaniya** y desde allí se vuelve más estrecha, cambiando su nombre por el de **Staro-Nevsky**. En la **Avenida Nevsky** se encuentran muchos bancos, restaurantes, cafeterías y comercios, entre ellos, dos grandes almacenes históricos: **Gostiny Dvor** y **Passage**. ➤

Dónde comprar



GOSTINY DVOR. El más famoso centro comercial de San Petersburgo data de mediados del siglo XVIII. Ocupa una manzana completa y cada día es visitado por 300.000 personas.

PASSAGE. Situado frente al Gostiny Dvor e inspirado en las galerías francesas de la *Belle Époque*, el Passage aún conserva su estructura original, que incluye un hermoso techo acristalado. El interior alberga un supermercado de alimentación bien surtido.

PLAZA SENNAYA. La céntrica es una de las partes más concurridas de la ciudad. En sus alrededores proliferan quioscos, restaurantes y dos modernos centros comerciales. Muy cerca hay un típico mercadillo de ropa. A pesar del caos que reina en la zona, resulta interesante recorrer los rincones que el propio Dostoievsky eligió para ubicar a algunos de sus personajes novelescos.



Qué comprar

El recuerdo más típico es la **Matrioshka**, una muñeca de madera decorada con profusión de colores que contiene en su interior hasta 19 copias de sí misma. Simboliza la maternidad y es tan popular que puede encontrarse en cualquier ciudad del mundo.

Especialmente irresistibles son los chales de **Pávlovo-Posad**, así como las

tradicionales porcelanas

Gzhel y **Lomonósov**.

Resulta recomendable adquirir estos souvenirs en los almacenes **Gostiny**

Dvor, ya que son más baratos y de mejor calidad.



La otra gran estrella es el **vodka**. La calidad puede variar enormemente, dado que existen hasta 100 tipos distintos. No conviene comprar vodka barato, ni guiarse por etiquetas llamativas. "**Pútinka**" es una marca muy asequible y de las más vendidas. "**Russki Standart**" se encuentra entre las mejores.



Aunque el **caviar** ha subido mucho de precio por el peligro de extinción del esturión, en Rusia sigue siendo relativamente asequible. El más caro es el negro de **beluga** (lata azul). Le sigue el caviar de **sevruga** (lata roja). Para viajeros con menor presupuesto, es aconsejable el rojo procedente del salmón en algún supermercado del centro, como **Vladímirsky Passage**, **Gostiny Dvor** o **Pasaje**.



En artesanía de madera, también es típica la vajilla **Joilomá** y las cajitas pintadas lacadas al estilo **Palei**. El mercadillo turístico más grande se ubica detrás de la Catedral de la Sangre Derramada.

Si va buscando **iconos**, **libros antiguos** u **obras de arte** en general, no será nada fácil encontrar piezas auténticas. En cualquier caso, está prohibido sacarlas del país sin un permiso especial.



En los principales centros comerciales de la ciudad se venden buenas **pieles**. Para adquirir **abrigos de visón**, por los que se puede pagar entre 2.000 y 4.000 €, es mejor dirigirse a alguna peletería como **Mir Kozhi**, **Meja**, **Paloma**, **Lena**, **Rot** y **Ekaterina**.

SUSHI

Nutritivo y saludable

El sushi es un preparado típico de la cocina tradicional japonesa que, básicamente, combina pescado crudo con arroz y vegetales de intensos sabores.

TEXTO: ANA CORTEZO

además de ser un plato exquisito, el sushi tiene un gran valor nutritivo por su bajo contenido calórico, la carencia de grasas saturadas y la abundancia de proteínas. El pescado fresco sin cocción y el arroz avinagrado son de fácil digestión. Combinado con algas y vegetales adquiere un perfil muy saludable. Los pescados y mariscos utilizados en la elaboración del sushi (atún, salmón, jurel, bonito, caballa, langostino, erizo de mar, almejas, pulpo y calamar) son muy ricos en ácidos grasos Omega 3 y Omega 6. Por lo que respecta a las verduras, el rábano, la soja, el aguacate, el pepino y las ciruelas encurtidas forman la base de todas sus variaciones.

Obra de arte

Parte del encanto de un plato como el sushi reside en su presentación. Además de sus destrezas gastronómicas, el cocinero debe poner especial cuidado en la combinación de ingredientes en función de sus colores para crear en ocasiones verdaderas obras de arte que incluso da lástima llevarse a la boca. El sushi puede comerse con palillos, con la mano o con cubiertos de madera, pero nunca metálicos. Se consume a temperatura ambiente para evitar que el frío disminuya la intensidad natural del sabor.

INGREDIENTES

- Arroz glutinoso
- Agua
- Vinagre
- 1 cucharada de azúcar
- 1 cucharada de sal
- Hojas de alga nori
- Pescado al gusto
- Marisco al gusto

PROCESO

Es imprescindible disponer de una esterilla para enrollar.

- 1 Lavar el arroz para quitar el exceso de almidón y cocer en agua (una parte de arroz por dos de agua) durante 15 minutos desde que empieza a hervir.
- 2 Dejar reposar 15 minutos sin abrir. Mezclar el vinagre caliente con la sal y el azúcar.
- 3 Colocar en una esterilla de bambú una lámina de nori humedecida y sobre ella extender el arroz que se moja con el vinagre. Poner en el centro el pescado y, ayudándose de la estera, formar un rollo cuyo extremo se humedece con agua de arroz para que no se despegue.
- 4 Cortar en rodajas con un cuchillo afilado.

PRESENTACIÓN

Se sirve con wasabi, shoyu, jengibre y gari. 🍣

Comer sushi en Japón



Tokio cuenta con más de 100.000 restaurantes, por lo que es difícil destacar alguno en especial. Es más práctico acudir a uno cercano, asesorándose antes en el hotel.

HORARIO Suelen abrir todos los días de 11,30 a 15,00h y de 17,00 a 22,00h.

La inmensa mayoría acepta tarjetas de crédito.

PRECIOS Conviene mirar la carta de precios, normalmente visible, ya que los platos oscilan entre los 1.000 y 10.000 yens, generalmente no por la calidad del producto sino por la categoría del



Su origen

establecimiento. Sale más barato el almuerzo que la cena. La diferencia puede llegar al 50%, debido a que al mediodía las comidas son más rápidas. A la factura final se añade un 5% en concepto de impuesto de consumo. No es costumbre dejar propina e incluso se considera una ofensa.



SUDESTE ASIÁTICO, SIGLO IV A.C.

En esta época el sushi era una técnica para conservar el pescado. Desde China llegó a Japón en el siglo VII, y fue aquí donde se incorporó el arroz como componente básico de su alimentación, añadiendo especias, conservantes y vegetales de fuertes sabores.

Ponga una abuela en su crisis

En muchos de los mitos y relatos de nuestra cultura, el eje argumental es el viaje, es decir, el desplazamiento de la realidad habitual para enfrentarse a lo “diferente”. En dichas narraciones, es el “padre”, el “sabio” o el “chamán” el que aconseja viajar, desplazarse...

en la terminología de la investigación neurobiológica diríamos “introducir nuevos *inputs* en el sistema”.

No hace falta acudir a nuestra mitología más ancestral para encontrar pruebas de que el viaje ofrece experiencias únicas a las personas, un crecimiento y desarrollo íntimos que de otro modo no se producirían. Ahí tenemos a la Generación Beat, que se formó rodando —como Rolling Stones— siguiendo etapas vitales de texto sagrado *En el camino*, de Jack Kerouac.

Pero eso es otra historia. A sus noventa y tantos años, mi abuela nunca abandonó su rutina cotidiana. Hacía la comida, paseaba, veía la tele, jugaba a las cartas... Nunca le oí quejarse. Recordaba todas las cosas que había vivido, desde sus lejanas experiencias infantiles hasta el precio de los tomates que había comprado la mañana anterior. Cuando se ponía a cocinar siempre echaba mano de lo que tenía. Si hacía sopas de ajo y faltaba el ajo, le ponía cebolla. Y si no laurel. Y si no había nada, decía que “ralas” (sin ingredientes) eran más sanas y ayudaban a hacer pis por la noche. La misma receta aplicaba a todo. Si cosía un botón y no tenía el tamaño adecuado, usaba otro parecido o cogía un botón escondido de la prenda para colocarlo en primer lugar y colocaba en el lugar oculto el botón sustituto.

Pocas veces necesitaba salir a comprar para completar una receta o realizar una reparación casera. Tenía solución para todo. ¿Cómo lo hacía? ¿Cómo podía tener

remedios para todo, la buena mujer? Ella lo atribuía a que siendo joven viajó a Barcelona. Decía que al salir del pueblo aprendió de la vida.

Doble beneficio

Viajar es una gimnasia que permite despertar áreas del cerebro que apenas se utilizan o que funcionan de un modo muy automático. En momentos de crisis económica, social y/o personal, el viaje tiene una trascendencia maravillosa. Permite que las personas o los grupos sociales cambien su percepción de partida, la transformen, la enriquezcan y se nutran con otros enfoques, necesidades, soluciones....

Muchas empresas suelen regalar a su personal o a sus clientes viajes de incentivo. Nada más provechoso. Además del valor del obsequio, el mero hecho de desplazarse ya es una enseñanza en sí misma. También acostumbran a celebrar sus reuniones, eventos o convenciones cada vez en lugares diferentes para aunar la experiencia del encuentro y la del viaje. Doble beneficio. Nuestro cerebro está acostumbrado a utilizar los mismos mecanismos y respuestas cada día. Necesita que le propongamos nuevos retos, nuevas oportunidades de aprendizaje. Viajar es una terapia, una poderosa dinámica de aprendizaje placentera y activa. En un siglo que se caracterizará por el conocimiento, viajar será una auténtica universidad para los seres humanos y una verdadera terapia frente a las crisis. ☘



Chema San Segundo

Es abogado, consultor de Innovación y coach de equipos directivos. Ha escrito el libro *La respuesta y dirige Escuela de Crisis*.

Viajar es una gimnasia que permite despertar áreas del cerebro que apenas se utilizan o funcionan de forma automática



HOLA SPANAIR

Son ya 21 años volando, sin embargo, hoy podemos decir que Spanair renace. Tenemos nuevos retos que asumimos sumando a nuestro equipo nuevas ideas, nuevas personas. Y ahora, sumando alguien más, a ti. Y no son sólo palabras, es el motor de la renovada Spanair. Nosotros lo llamamos **co-creación** que significa escuchar la voz y necesidades de los viajeros y, además, tomar decisiones junto a ellos. Nuestra nueva imagen corporativa ya nace bajo el principio de la co-creación. Muy pronto vendrán otros cambios que estamos trabajando juntos. Son 21 años volando y, ahora, lo vamos a hacer con la energía e ilusión añadida de estrenar una de las mejores terminales aéreas del mundo, la nueva T1 de Barcelona. Bienvenidos a una compañía donde volamos juntos y decidimos juntos.



A STAR ALLIANCE MEMBER 

Le meilleur des chemins de protéger la nature, c'est l'autorail.
Et c'est aussi l'écologie et le confort qui offrent ensemble la solution complète au 21^{ème} siècle.

renfe

Nous sommes
la France



www.renfe.com 02 24 02 14