

La actividad MICE se retoma en junio con enormes limitaciones

Como norma general, las reuniones serán de un tercio del aforo habitual de la sede



David Abreu, de OPC Madrid.

Abreu: 'La industria se recuperará en un año'

El presidente de OPC Madrid analiza la situación actual y prevé la recuperación del Sector en un año. *Entrevista / Pág. 6*

GEBTA: 'Los viajes de negocios volverán'

Marcel Forns afirma que las empresas necesitan viajar para hacer negocio. *Entrevista / Pág. 8*

Madrid crea un plan específico para MICE

El Ayuntamiento quiere que la ciudad siga siendo un referente sectorial. *Panorama / Pág. 15*

Impacto del Covid en caterings y azafatas

La paralización de las reuniones afecta a todos los actores del Sector. *Panorama / Pág. 48*

SUMARIO

Editorial / Opinión	2/3
Panorama / Actualidad.....	5/49
Calendario	50/53
Directorio.....	55
Tecnología	57
Ranking	59
Evalu@net	60/61
Agenda	62/63

Las reuniones podrán volver a celebrarse este mes de mayo. Eso sí, con limitaciones. El presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, ha anunciado un plan de desescalada que incluye la organización de reuniones y eventos, como norma general, para finales de mes —si se cumplen las condiciones sanitarias suficientes y en función de cada

provincia— y con una limitación de aforo a un tercio de la capacidad del espacio. En una fase posterior, la capacidad aumentará a la mitad del aforo. No se conseguirá, en principio, una situación normal hasta que no se superen todas las fases, previsto para finales del mes de junio en toda España en la visión más optimista. *Panorama / Pág. 5*



El presidente Sánchez anuncia el plan de desescalada del Gobierno.

El Sector solicita mejores medidas fiscales, labores y financieras

Las principales asociaciones de la industria de reuniones española, integradas en el Foro MICE, han solicitado a las diferentes Administraciones una serie de medidas para garantizar la subsistencia de las empresas del Sector en la situación actual y para que se den las condiciones necesarias para

poder trabajar una vez se levante el estado de alarma. Así, las peticiones se dividen en medidas fiscales (reducción, aplazamientos y fraccionamientos de pagos), laborales (ampliación de ERTes) y financieras (más ayudas, préstamos ICO, financiación y subvenciones). *Panorama / Pág. 10*



El objetivo es reactivar con fuerza el Sector MICE en España.

Cierre temporal de CONEXO

Continúa la información diaria en el digital Conexo.net

CONEXO cierra temporalmente su edición impresa. El periódico mensual CONEXO interrumpirá su publicación durante tres meses, recuperando la periodicidad habitual en septiembre.



El digital Conexo.net.

La pandemia ha impactado también sobre la distribución de la Prensa sectorial, impidiendo (primero) y dificultando (después), la distribución postal de nuestro periódico mensual. La Sociedad Estatal de Correos —que rechazó inicialmente repartir las publicaciones impresas—, no asegura en la actualidad una eficiente distribución postal,

por la baja de gran parte del personal, afectado por el coronavirus.

A la imposibilidad de distribuir CONEXO se suma la paralización de la actividad sectorial, que hacen inviable

la edición. Todo ello ha determinado al Grupo NEXO y a los trabajadores que forman la Redacción, administración y publicidad, a la implantación de un ERTE para la reducción de jornada (no de suspensión).

NEXO mantiene y potencia el servicio diario de noticias al Sector del digital Nexitur.com y Conexo.net.

Los Editores de CONEXO

Ministros de Iberoamérica se vuelcan de nuevo con CIMET

La Conferencia Iberoamericana de Ministros de Turismo (CIMET) ha llegado a su vigesimotercera edición con el respaldo mayoritario una vez más de Iberoamérica. Organizada por el Grupo NEXO, ha contado con la colaboración del Consejo de Turismo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Feria de Madrid (Ifema), Feria Internacional de Turismo (Fitur) y la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el patrocinio de Madrid Destino y del Grupo Iberia.

La internacionalización en Iberoamérica del Sector Turístico español ha sido el eje central de un encuentro que ha contado con la presencia de los ministros y representantes de Turismo de 13 países (España



La crónica de CIMET 2020.

incluida), que han expuesto los planes e incentivos que ofrecen sus respectivos Gobiernos para fomentar la inversión turística.

CIMET / Páginas centrales

Date de alta en Conexo.net

Diario online de Congresos, Reuniones e Incentivos

... y recíbelo cada mañana en tu email

El impacto económico del Sector MICE en España se acerca a los 7.000 millones

La Cumbre del Clima de la ONU se celebrará en Madrid

Se plantea un nuevo recinto congresual en Sevilla

Globalia mejora la experiencia del cliente con IA

Voxel, finalista en los Business Travel Awards 2020

CONEXO

Periódico para la Organización de Congresos, Convenciones e Incentivos

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero-Delegado: Carlos Ortiz

DIRECTOR
Eugenio de Quesada

DIRECTOR ADJUNTO: Carlos Ortiz

DIRECTOR DEL CONSEJO ASESOR: Claudio Meffert

COORDINADOR GENERAL EDITORIAL: Eduardo Santamaría

REDACTORES Y COLABORADORES: Daniel Gallego Aliás, Marga González, Ariadna Nohales, Alejandro Cuenca, César Vidal, Josep Marqués, Guillermo Mieres, Paula Vacas, Sergio Guerrero, Cristina Sanabria, Ignacio Samper Montes y Enric Arenós 'Quique'

CONSEJO ASESOR

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

NEXO
editores s.a.

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

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

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

SERVICIOS EDITORIALES | Aconfisa (Asesoría-Auditoría) | Nexopublic (Consultoría) | Nexo Creativo (Autoedición), Nextel (Información Electrónica) | Herrero y Asociados (Marcas y Propiedad Intelectual) | Nexodata (Bases de Datos) | Impresa Norte (Rotativa) | Correos (Distribución)

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

EDITORIAL

Cierre temporal del Periódico CONEXO

CONEXO CIERRA TEMPORALMENTE la edición impresa del periódico, reforzando el servicio diario de información profesional, que ofrece las últimas noticias del Sector MICE, junto a

las que brindan cada día nuestros medios hermanos del Sector de Agencias de Viajes (*Nexotur.com*), Hotelería y Alojamiento (*NexoHotel.com*) y Transporte de Viajeros (*Nexobús.com*) en la Plataforma Digital de Información Turística del Grupo NEXO, el portal decano de Turismo en España, fundado en el año 2000, hace ahora 20 años.

El Periódico Profesional para la Organización de Congresos, Convenciones Viajes de Incentivo CONEXO interrumpe su publicación regular durante los próximos tres meses (desde junio hasta agosto, ambos inclusive), recuperando su periodicidad mensual en septiembre.

Al igual que ha ocurrido en el Turismo, en general, y en el MICE en particular, la pandemia ha impactado también en la distribución de la Prensa sectorial, impidiendo primero, y dificultando después la distribución del periódico entre nuestros lectores. Una circunstancia sin precedentes, que nuestra Redacción ha paliado, en parte, con la realización y distribución por correo electrónico (y en nuestra plataforma *online*) de sendas ediciones digitales de CONEXO (en PDF dinámico), correspondientes a los números del periódico de los meses de abril y mayo.

La causa fundamental del cierre temporal del periódico es que la Sociedad Estatal de Correos —que rechazó inicialmente admitir las publicaciones impresas para su envío—, no asegura en la actualidad una adecuada distribución postal, a causa de la baja de gran parte del personal que presta el servicio postal, por el virus Covid-19.

A la imposibilidad de distribuir CONEXO, se suma la paralización total de la actividad sectorial del mercado de reuniones. Razones que hacen inviable temporalmente la edición de nuestro periódico. Todo ello ha determinado al Grupo NEXO y a los trabajadores que forman nuestra Redacción —y los departamentos de administración y publicidad— a implantar un expediente de regulación temporal de empleo para la reducción de la jornada laboral, no de suspensión de empleo, ante la autoridad laboral.

Todos nuestros suscriptores verán ampliada su suscripción anual a la edición impresa en los tres meses en que se interrumpirá temporalmente la publicación.

CONEXO mantiene el servicio diario de noticias para empresarios y profesionales del Sector en la edición digital, que reciben cada madrugada más de 50.000 suscriptores, accesible en nuestro portal www.nexotur.com

Los Editores de NEXOTUR

TRIBUNA

Comunicación turística: autenticidad y moda

Txus Rojas

Formadora, coach y consultora de comunicación

LOS CAMBIOS DE AÑO suelen traer multitud de informes y análisis sobre lo que deparará el futuro en todos los ámbitos. En el sector turístico, la sostenibilidad, el turismo responsable, los crecientes usos de la tecnología, las experiencias personales o los nuevos acompañantes a la hora de viajar son algunas de las tendencias que se anuncian.

En medio de estos movimientos los gestores de este mercado encuentran básicamente dos caminos en sus replanteamientos estratégicos y en su marketing/comunicación: tratar de encajar en la moda a toda costa o ser fieles a su esencia, poniendo en valor las capacidades, los valores y las riquezas de sus destinos o propuestas.

Es la eterna dicotomía entre autenticidad o moda, que, por supuesto, incluye una inmensa gama de grises. Sucede en el establecimiento de líneas de negocio, en el marketing y la comunicación, en el desarrollo profesional de cada individuo y hasta en sus relaciones personales.

El camino de la moda parece más inmediato, más práctico e incluso más sencillo. Sin embargo, tiene un lado oscuro. Cuando tratamos de mostrar lo que no somos, intentando acoplarnos a lo que parece tener más éxito o aceptación, se producen varios efectos no deseados: no conectamos con la audiencia, porque se percibe una falta de autenticidad; desdibujamos nuestra esencia, que es uno de nuestros principales activos, y nos convertimos en una mala copia de otros (ya lo decía la actriz Judy Garland, de especial actualidad por su reciente película biográfica, sé siempre una primera versión de ti misma, no una segunda versión de otra persona).

Vivimos en un mundo tremendamente globalizado e interconectado, en el que parecen marcarse tendencias comunes que llenan de uniformidad ámbitos tan ricos y variados como el arte, la música, la moda o el turismo. Al mismo tiempo, buscamos la autenticidad y añoramos la credibilidad y la coherencia. Pero estos valores son difíciles de clonar,



porque tienen más que ver con la esencia. No podemos vender lo que no somos de forma sostenible.

En la evolución del mercado turístico y en su comunicación y marketing, como en muchos otros ámbitos, estamos ante una la disyuntiva de ser o parecer.

Quienes sienten lo que transmiten llegan con claridad e impactan en su comunicación. Las propuestas, los destinos, las instituciones y las personas que muestran lo que son y actúan en consecuencia gozan de una confianza y una credibilidad sostenibles. Por eso, la mejor marca es la autenticidad y la coherencia.

Desde mi experiencia como formadora de portavoces, *coach*, asesora de comunicación, periodista y ciudadana curiosa, he podido comprobar que durante mucho tiempo hemos olvidado algo fundamental a la hora de comunicarnos: el lado emocional y nuestra parte más esencial. Hace años el marketing se abrió más a la emocionalidad, sabedor de que la inmensa mayoría de las decisiones que tomamos están influidas, consciente o inconscientemente, por nuestras emociones. Sin embargo, en la comunicación y a veces también

en el desarrollo de estrategias pretendemos seguir la tendencia, buscando el impacto o el *trending topic* y olvidando lo que nos define. Fijémonos en aquellos personajes o destinos que gozan de más credibilidad: ¿Cómo son? ¿Cómo se muestran? ¿Cómo se comunican?

El camino es volver a casa: conectar con nuestro verdadero ser (lo que nos hace verdaderamente únicos: nuestra historia, nuestros valores, nuestras cualidades...) y transmitirlo, comunicarlo, mostrarlo. Igual no encajamos con todo el mundo, pero no es posible gustar a todos de forma sostenible, sin convertirnos en una veleta movida a merced de los vientos de la moda y, en consecuencia, perder credibilidad.

Sé tú mismo, el resto de papeles ya están cogidos (Oscar Wilde).

En la evolución del mercado turístico y en su comunicación y marketing, como en muchos otros ámbitos, estamos ante una la disyuntiva de ser o parecer

DESENCUENTROS

Quique



OPINION

PROTAGONISTAS



Francisco José Muñoz

Presidente de la Oficina de Congresos del Mar Menor

LA OFICINA DE Congresos del Mar Menor tiene nuevo presidente desde abril. Francisco José Muñoz, abogado y gerente de Cámaras de Inversiones FERIALES, estará al frente de esta asociación que busca potenciar el Sector MICE en el Mar Menor. **Pág. 4**



David Abreu

Presidente de OPC Madrid

EL PRESIDENTE DE OPC Madrid, David Abreu, reconoce la dificultad del momento actual provocado por el coronavirus, pero también se muestra optimista y augura una recuperación del Sector en un plazo de tiempo más corto de lo esperado (de hasta un año). **Pág. 6**



Marcel Fornas

Director general de GEBTA España

MARCEL FORNAS, director general de GEBTA España, el consorcio español de agencias de viajes especializadas en viajes de negocios, hace un análisis del impacto que está teniendo la pandemia del coronavirus en los sectores del *business travel* y MICE. **Pág. 8**



Sylvia Andrés

Directora del Palacio de Congresos de Valencia

LA DIRECTORA DEL Palacio de Congresos de Valencia, Sylvia Andrés, analiza la situación actual del recinto valenciano, afectado como toda la industria por la pandemia del coronavirus, aunque prevé un futuro prometedor para la ciudad y su edificio. **Pág. 12**



Roberto Chenel

Presidente de AproAV

ROBERTO CHENEL PRESENTA la nueva Asociación de Profesionales del Alquiler Audiovisual para Eventos (AproAV), la entidad que preside y que busca, por un lado, profesionalizar su segmento y, por otro, dar voz a una parte muy importante de la industria de los eventos. **Pág. 14**

CARA A CARA

La respuesta del Sector ante el coronavirus



Iker Goikoetxea

Presidente de APCE

Saldremos reforzados y mejor preparados

CIERTAMENTE NUNCA HEMOS dejado de estar al servicio de los ciudadanos, nacimos con ese fin, servirles, atrayendo y desarrollando congresos, convenciones, ferias y otros eventos, que tienen una gran repercusión en la economía y el empleo de los territorios en los que nos ubicamos. Eventos que a través de la interacción humana propician el debate intelectual, generan conocimiento, motivan, y nos permiten compartir, aprender, en definitiva, crecer. Muchos de nosotros también ejercemos de auditorios y como tales, trabajamos en ofrecer cultura en mayúsculas. Hemos sido en muchos casos incluso propulsores de la regeneración o el desarrollo de muchas ciudades. Y todo se paró. Congresos, convenciones, ferias, conciertos... Pero es momento de reaccionar, apelar a nuestra mejor versión y afrontarlo con la vocación de servicio a la ciudadanía y los valores que caracterizan a la APCE y a cada uno de los 32 recintos que la conformamos, ofreciendo nuestra ayuda y poniendo a disposición de las administraciones nuestras instalaciones y equipo humano para combatir los efectos del Covid-19. Estamos atravesando sin duda una etapa compleja, pero en la medida en que sepamos actuar con generosidad, flexibilidad y responsabilidad, fortaleceremos nuestros valores y con ello saldremos reforzados y mejor preparados.



James Rees

Presidente de ICCA

Trabajemos en cooperación

SE HA VUELTO CADA VEZ más evidente que el brote de coronavirus nos está afectando a todos y representa el mayor desafío que la mayoría de nosotros nos enfrentaremos en nuestras vidas y en nuestras carreras profesionales. Como una organización verdaderamente global, los miembros de ICCA en todo el mundo sienten este desafío. En este momento, estamos aprovechando la oportunidad para demostrar nuestro desinterés, compasión y creatividad a medida que nos unimos como industria para asegurarnos el emerger juntos y más fuertes que nunca. Nos enfrentamos a desafíos a corto plazo sin precedentes, pero también estamos más avanzados técnicamente, mejor conectados y más que nunca dispuestos a compartir ideas. Nuestro éxito futuro dependerá de que trabajemos en cooperación en lugar de competencia: esto es lo que la familia ICCA siempre ha hecho mejor y lo que continuaremos haciendo en el futuro. En los próximos días y semanas, es importante que consideremos a todas las partes interesadas de nuestra industria, desde la empresa más grande hasta la más independiente, para minimizar el impacto de esta pandemia. En lugar de actuar apresuradamente, actuemos de manera razonable y busquemos formas de velar por nuestros intereses comerciales mutuos lo mejor que podamos.

CHECK-IN / RESCATE EUROPEO DEL TURISMO

Un Plan para el Sector



LOS MINISTROS DE TURISMO de España, Francia, Italia, Portugal, Grecia, Malta, Chipre, Rumanía y Bulgaria han acordado en la reunión informal de ministros de Turismo de la Unión Europea la presentación de una declaración conjunta en la que solicitan a la Comisión un ambicioso Plan de Recuperación para reducir los graves efectos causados por el Covid-19 y relanzar el Sector Turístico en Europa. Para ello, advierten que "son necesarias medidas homogéneas a nivel europeo de todos los Estados miembros" para que la movilidad sea segura y los viajeros tengan confianza, y al mismo tiempo mantener la supervivencia de un Sector que representa más del 10% del PIB europeo y el 12% del empleo. En este sentido, la ministra de Turismo de España, Reyes Maroto, ha comentado que dicho plan se sustenta sobre tres pilares fundamentales. "El primero es contar con protocolos homogéneos en el conjunto de la Unión para garantizar una movilidad segura" advierte. El segundo se basa en "la atención específica a aquellos territorios más afectados por la crisis sanitaria". Y el tercero y último, es "contar con fondos suficientes para ayudar al tejido empresarial, a los trabajadores, en el futuro plan de recuperación de la UE".

CHECK-OUT / EL DISLATE DE LA MINISTRA DÍAZ

¿Nada hasta fin de año?



EL SECTOR MICE, al igual que el Turismo en conjunto, reaccionó indignado ante la previsión de la ministra de Trabajo, Yolanda Díaz, de que la actividad no se reanuda hasta finales de 2020. Esta declaración ha supuesto un nuevo varapalo para el Sector. De hecho, desde la Mesa del Turismo se ha tachado estas declaraciones de "barbaridad" y "temeridad", reclamando que desde el Gobierno se actúe con prudencia, evitando suposiciones sin contrastar, para no sembrar al pánico. Más aún cuando propio ministro de Sanidad, Salvador Illa, afirmó que es prematuro hablar de ello, sin haber levantado siquiera las medidas de confinamiento de la población. En este sentido, el presidente de la Mesa del Turismo, Juan Molas, señala que se encuentran "muy preocupados" por que, "si efectivamente llegara a suceder que España se cierra al Turismo hasta final de año, esto supondría la ruina total y la quiebra de cientos de miles de empresas turísticas y sus proveedores". Además, "significaría un perjuicio directo para 2,7 millones de trabajadores del Sector". El regreso a la actividad MICE dependerá del control sanitario de la pandemia, por lo que Mesa del Turismo pide al Gobierno "coherencia, seriedad, unidad e interlocución activa con el Sector".



PERSONAJE DEL MES

Francisco José Muñoz

FRANCISCO JOSÉ Muñoz Soler ha sido elegido como nuevo presidente de la Asociación Murciana de Profesionales de Organización de Eventos y Congresos (AM-POEC - Oficina de Congresos del Mar Menor) tras ser la única candidatura presentada el día 17 de abril en la asamblea extraordinaria telemática.

Muñoz Soler es abogado y gerente de Cámaras de Inversiones Feriales, un grupo empresarial organizador de eventos y asistente en ferias y congresos. Organiza eventos de gran relevancia internacional y es socio referente de embajadas y oficinas comerciales de países extranjeros en España en ferias y eventos de promoción turística y de negocios en nuestro país.

La nueva junta directiva de AMPOEC se ha marcado ob-

jetivos claros para dinamizar la actividad económica en el Mar Menor basado en el Turismo de Congresos atrayendo a organizadores de otras ciudades españolas y europeas para celebrar

sus eventos en cualquiera de las localidades del Mar Menor (San Pedro del Pinatar, San Javier, Torre Pacheco, Los Alcázares, Cartagena y La Manga del Mar Menor).

AMPOEC continuará ejerciendo la actividad de Oficina de Congresos del

Mar Menor facilitando la unión de las empresas de servicios vinculadas al Turismo de Congresos y organizando congresos y eventos virtuales bajo la marca del Mar Menor y sus diferentes localidades. AMPOEC trabaja para el año 2021 y para la minimización de los profesionales y de las empresas con facturaciones cero por el coronavirus.

La Oficina de Congresos del Mar Menor tiene nuevo presidente desde este mes de abril. Francisco José Muñoz, abogado y gerente de Cámaras de Inversiones Feriales, estará al frente de esta asociación que busca potenciar el Turismo de Reuniones en el Mar Menor.

CRONICA DE PRENSA

‘Diario de Córdoba’ / Córdoba

El Palacio con las personas vulnerables

La actual situación sanitaria y de confinamiento por el coronavirus "ha provocado la paralización de la actividad social y económica de Córdoba, conllevando la carencia en muchas familias cordobesas de los recursos necesarios para poder abastecerse y alimentarse", y por ello el Palacio de Congresos de Córdoba se ha propuesto la "labor solidaria" de recoger fondos, así como

alimentos y productos de primera necesidad, junto a Cáritas Sagrario, que irán destinados a esta entidad. La campaña, según ha informado el Palacio de Congresos, cuenta con la colaboración de Dobuss y BeBrand, y con el apoyo logístico de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, permitiendo la recogida de paquetes de alimentos en las empresas de Córdoba.

‘Diario de Mallorca’ / Palma de Mallorca

Hotel Meliá Pama Bay ilumina su corazón

Un juego de luces dibuja desde ayer un enorme corazón en la fachada del Meliá Palma Bay, el hotel del Palacio de Congresos de Palma, reconvertido en el primer hotel medicalizado de Baleares. El hermoso collage es visible desde la autopista del aeropuerto a su entrada hacia el Paseo Marítimo. El corazón, formado por la ilu-

minación de 16 habitaciones del establecimiento hotelero, ilustra la transformación que ha sufrido el edificio en hospital por la pandemia del coronavirus. El hotel acoge a pacientes leves que hayan contraído coronavirus y no puedan convivir con otros sanos, como por ejemplo los ancianos que viven actualmente en residencias.

‘ABC’ / Sevilla

El Ayuntamiento acuerda un ERTE

El Ayuntamiento de Sevilla ha acordado aplicar en la empresa municipal Contursa, sociedad gestora del Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla, Fibes, un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) ante "la completa paralización de su actividad" debido al Decreto de Estado de Alarma por la pandemia del Covid-19, que impide la celebración de congresos, ferias profesionales o eventos. La medida, acordada con la plantilla, afecta a 28 de sus 44 empleados, mientras que el resto permanecerá teletrabajando para así garantizar las tareas básicas de funcionamiento de la empresa, cuyas instalaciones se encuentran cerradas desde el 14 de marzo. Contursa cumplimentará la nómina hasta el 85% del total que los trabajadores venían percibiendo en una situación normal de trabajo durante el tiempo del ERTE.

LA IMAGEN

Santiago de Compostela



El Turismo de Congresos será clave para la recuperación

Muchos destinos se han fijado en el Turismo de Congresos para la reactivación de su sector turístico. Uno de ellos es Santiago de Compostela, donde su Ayuntamiento, consciente de la importancia de esta industria para la ciudad, está trabajando —junto al sector privado— en el desarrollo de acciones específicas encaminadas hacia una rápida recuperación de este Sector, que irán incluidas en un plan de reactivación del Turismo que está elaborando la entidad municipal Turismo de Santiago.

**Expertos en
Consultoría de
Congresos y
Convenciones
De Profesional a Profesional**



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

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

Nexopublic
CONSULTING

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

PANORAMA

✓ COLUMNA

**Tecnología
y Turismo**

PARECE QUE HAN pasado siglos desde que utilizábamos los mapas para ir de viaje o comprábamos los billetes de tren o avión en una estación o agencia, pero en realidad hace sólo unos pocos años.

La tecnología ha transformado muchos sectores, y el Turismo es uno de ellos. La forma en la que viajamos ha cambiado, ahora los dispositivos móviles nos orientan cuando vamos al volante o visitamos una ciudad, y nos permiten comunicarnos en tiempo real en otros idiomas.

Buscamos la inmediatez y las experiencias personalizadas al viajar, y eso pasa por aplicar la tecnología en el sentido más amplio del término.

En los dos últimos años, las búsquedas relacionadas con viajes que incluyen los términos 'esta noche' y 'hoy' han crecido más del 150% en los *smartphones*. Los usuarios buscan más 'vuelos hoy' u 'hoteles esta noche'. Trabajar con datos requiere cambiar la manera en la que estamos acostumbrados, sin embargo, la efectividad es reveladora para todo el negocio.

En algunos hoteles la experiencia personalizada ya se ha llevado a las habitaciones mediante la integración de dispositivos con los que el usuario puede controlar todo de forma remota: la iluminación, la música o abrir las cortinas.

Nosotros hemos hecho la prueba utilizando uno de nuestros Nest Hub en la recepción de un céntrico hostel de Madrid, demostrando que el turista utiliza la tecnología para que su viaje sea lo más agradable posible.

En este caso, se ha usado para poder entenderse en su propio idioma con los regentes del hostel, trazar rutas para llegar a los principales puntos de interés turístico utilizando Google Maps o consultar el tiempo. Permitiendo que los responsables del hostel se centren en lo importante: hacer crecer su negocio ofreciendo la mejor experiencia posible.

Aprovechar las ventajas de la tecnología en el Sector Turístico ya no es una opción. De cara a los consumidores es algo natural, pero las posibilidades para los negocios son aún mayores. El tiempo nos dirá hacia dónde irán las tendencias, pero el uso de la voz, la movilidad y el poder de los datos serán, algunos de los grandes protagonistas.



Virginia Wassmann
Comms manager
Consumer PR de Google España

Las reuniones volverán a finales de mayo con un tercio del aforo de la sede

El presidente del Gobierno anuncia cuatro fases para llegar a una 'nueva normalidad'

El Gobierno de España permitirá la celebración de reuniones en el país a partir de la fase 2 —finales de mayo— del plan de

desescalada que ha anunciado el presidente del Gobierno, que se irá implementando por fases y por provincias —si se van cum-

pliendo los marcadores establecidos— y que espera llegar a la 'nueva normalidad' a finales de junio en toda España.

En cuanto al Sector MICE, el plan anunciado por Sánchez prevé iniciar la fase 2 —en la que se permitirán las reuniones— a partir del 25 de mayo en aquellas provincias que cumplan los marcadores exigidos por el Gobierno. En esta fase, "se reabrirán los cines, teatros, auditorios y espacios similares con butaca preasignada y una limitación de aforo de un tercio. También serán posibles las visitas a monumentos y otros equipamientos culturales, como salas de exposiciones o salas de conferencias, con un tercio de su aforo habitual", ha afirmado el presidente del Ejecutivo nacional. En la fase 3 la capacidad de las sede podrá llegar a la mitad del aforo.

Asimismo, Sánchez ha explicado que "se podrán celebrar actos y espectáculos culturales de menos de 50 personas en lugares cerrados con un tercio del aforo; y si es al aire libre serán posibles cuando congreguen a menos de 400 personas, siempre y cuando sea sentadas". En la fase 3 los espectáculos al aire libre podrán ser de menos de 800 personas y también sentadas.

Sin embargo, desde la fase 1 (11 de mayo), se podrán celebrar seminarios y congresos científicos o innovadores, respetando distancia social de más de dos



La actividad de reuniones y eventos volverá en España durante este mes de mayo.

metros y de menos de 30 asistentes, garantizando el cumplimiento de protocolos de seguridad. En la fase 2 se permitirá aumentar el tamaño de estas reuniones hasta menos de 50 personas y con las mismas condiciones; y en la fase 3 de menos de 80 personas.

Hoteles y alojamientos

Por otro lado, en la fase 1, a partir de 11 de mayo, podrán abrir

hoteles y alojamientos turísticos, excluyendo las zonas comunes, y con ciertas restricciones que se fijarán en la Orden que emita el Ministerio de Sanidad. En la fase 2, se abrirán las zonas comunes limitadas a un tercio del aforo, excepto la hostelería, restaurantes y cafeterías. En la fase 3 las zonas comunes estarán limitadas a la mitad del aforo. En la fase 3 —la última—, que no llegaría hasta

el 8 de junio, como muy pronto, "se flexibilizará la movilidad general, si bien se mantendrá la recomendación del uso de la mascarilla fuera del hogar y en los transportes públicos". En términos generales, el Gobierno de España espera llegar a esa 'nueva normalidad' en todo el país a finales de junio, que es cuando se permita la movilidad entre provincias, "no antes".



El presidente del Gobierno de España, Pedro Sánchez, explica el plan de desescalada. Foto: Pool Moncloa/Borja Puig de la Bellacasa.



Las perspectivas son cuando menos esperanzadoras / Los socios de OPC Madrid, han aprobado una partida presupuestaria que se destinará a donaciones y ayuda social / La transformación digital y nuestra capacidad de adaptación van a ser los pilares de nuestra recuperación



DAVID ABREU / PRESIDENTE DE OPC MADRID

'El Sector se recuperará en un plazo de hasta un año'

EL PRESIDENTE DE la Asociación de Empresas de Organización Profesional de Congresos de Madrid y Centro (OPC Madrid), David Abreu, reconoce la dificultad del momento actual provocado por el coronavirus, pero también se muestra optimista y augura una recuperación del Sector en un plazo no superior al año.

■ ¿Cómo está actualmente la situación del Turismo de Congresos en Madrid?

● Las perspectivas son cuando menos esperanzadoras, pues la mayoría de las operativas del mercado MICE se han trasladado al segundo semestre del año, lo cual va a propiciar, aunque de una manera lenta, no nos engañemos, una recuperación del Sector en un plazo no superior a un año.

■ ¿Cuáles son los sectores más afectados por la crisis del coronavirus?

● Todos, en mayor o menor medida todos los sectores han tenido un impacto pronunciado a raíz de esta crisis, pero si he destacar algo el peor indicativo es lo elevado de las pérdidas irreparables de muchos seres queridos y con un alto grado de conocimiento y de aportación a la sociedad, nuestros mayores, los más castigados por esta triste situación han sido y siempre serán nuestro valor más representativo y siempre estarán en nuestro recuerdo por habernos permitido llegar a un nivel profesional y más aún personal, como el que hemos alcanzado en nuestros días.

■ ¿Cuál es el trabajo que está realizando la asociación OPC Madrid en la gestión de esta crisis?

● Desde el primer momento nuestra asociación recomendó la cordialidad y buena voluntad en las negociaciones para los aplazamientos de los eventos que se vieran afectados por la declaración de alarma con el correspondiente impedimento de llevar a cabo la celebración de reuniones de personas de forma presencial, y me consta que ha imperado esta práctica, tanto entre las empresas organizadoras y sus clientes, como con los numerosos proveedores implicados en el desarrollo de los eventos. Por otro lado, OPC Madrid se puso a disposición de las autoridades para el desarrollo de programas de responsabilidad social a través del Madrid Convention Bureau.

Asimismo, hemos mantenido una estrecha relación con otras asociaciones homólogas a lo largo del territorio nacional, que bajo la tutela y al paraguas de la Federación OPC España, ha propiciado un diálogo fluido y



un canal de comunicación óptimo para obtener el reconocimiento y ser incluidos en los planes de recuperación económicos desarrollados por las Administraciones.

Por otro lado, me gustaría destacar que, por primera vez, los socios de OPC Madrid, han aprobado una partida presupuestaria que se destinará a donaciones y ayuda social, tan necesaria en estos momentos.

■ Esta crisis ha propiciado un pequeño boom de reuniones online. Ahora mismo, ¿son la única manera de reunirse, verdad?

● Si hay algo que podemos sacar en positivo de esta lamentable situación es el impulso que nuestro Sector ha adquirido en la transformación digital y en el teletrabajo. De la noche a la ma-

ñana, como quien dice, todos los profesionales se adaptaron a las nuevas metodologías de trabajo, no por ello sin esfuerzo, pero sí con resultados muy positivos para la continuidad del negocio. Las reuniones soportadas por medios telemáticos forman (y en muchos casos ya formaban) parte de nuestra rutina diaria e incluso en este apartado hemos avanzado en desarrollos complementarios a las mismas gracias a la innovación de los proveedores audiovisuales, que si no pueden suplir las grandezas de las reuniones presenciales, al menos pueden permitir el cumplimiento de muchos de los objetivos buscados en el desarrollo de los eventos. Esta transformación digital y nuestra capacidad de adaptación

«Desde el primer momento nuestra asociación recomendó la cordialidad y buena voluntad en las negociaciones para los aplazamientos de los eventos»

«Las reuniones soportadas por medios telemáticos forman parte de nuestra rutina diaria e incluso hemos avanzado en desarrollos complementarios»

● El futuro del Sector se me antoja desafiante y con muchas oportunidades. Cuando se toca fondo lo que viene a continuación es siempre mejor que lo que dejas atrás y, actualmente, es de sobra conocido que hemos tocado fondo y que estaremos fondeados por un tiempo, y que indudablemente acabará y pese a que ya nada volverá a ser como antes, volverá.

■ ¿Ve alguna diferencia entre el Sector MICE español y nuestros competidores tras la pandemia del Covid-19?

● El haber llegado a los primeros puestos de las estadísticas de la industria MICE no fue debido a otra cosa que al esfuerzo de nuestros antecesores, las excelentes infraestructuras y el alto grado de calidad en relación al precio de nuestra oferta, así como a un elenco de profesionales del primer nivel. Las armas van a ser las mismas y ya conocemos el terreno de batalla, si se me permite el símil con el deporte, quiero recurrir a una frase que siempre ha marcado nuestra historia. "Soy español, ¿a qué quieres que te gane?".

■ ¿Ve necesario el desarrollo de una campaña de promoción y concienciación a favor del Turismo de Reuniones?

● Tanto como fue necesaria en los años anteriores, pues gracias a estas acciones promocionales España registró durante siete años consecutivos récords de turistas y que en el pasado ejercicio propiciaron un gasto en nuestro país de más de 90.000 millones de euros, cifras difícilmente alcanzables en los próximos ejercicios, pero que con las acciones promocionales adecuadas, sacando en valor nuestra oferta, nos permitirá iniciar la curva hacia la recuperación del Sector hasta las primeras posiciones mundiales nuevamente.

■ ¿Qué destacaría de su primer año al frente de OPC Madrid?

● Sin lugar a dudas la alta calidad que me han demostrado sus socios, no solo en el aspecto profesional, sino también por sus programas de RSC. Y qué decir de la Junta Directiva, que de una manera altruista se implica en el funcionamiento y desarrollo de OPC Madrid, con Camila Lejarraga (Meet&Forum), Natalie Alagna (AIM Group), Elena Carretero (AIM Group)—sustituye a Alagna por su promoción en la empresa—, Belén Mann (Ifema), Carlota García-Sicilia (AVPM - Audiovisual y Marketing), Pablo Vila y Juan Pablo Hernanz (Madrid Marriot Auditorium), Miriam Jiménez (Atlanta), Noelia Trujillo (Fase 20) y Alicia Collantes (Bmotion). Gracias también a Janina, Lucía y Adriana, de Kenes Group Spain. A todos ellos mi más sincero agradecimiento por este primer año al frente de OPC Madrid.

van a ser los pilares sobre los que basemos nuestra recuperación y a en un periodo de tiempo menor al esperado. Sin duda, la tecnología es un aliado de alto valor.

■ ¿Cree que en el futuro las reuniones online ganarán protagonismo?

● No me cabe la menor duda de que así será.

■ ¿La sostenibilidad será otro de los aspectos que ganarán importancia?

● Quiero pensar que sí, no debemos permitir que las buenas prácticas desarrolladas durante tantos años, tras las que quedó un legado tan positivo en la sociedad, con una verdadera responsabilidad medioambiental y social, puedan quedar en el olvido.

■ ¿Cómo ve el futuro del Sector?

EN DIRECTO

'Acciones formativas con clara visión de futuro'

TRAS LA RECIENTE celebración de la Asamblea General Ordinaria de Socios, hemos aprobado un plan para el año 2020 de acciones formativas con clara visión de futuro. La primera será una sesión monográfica sobre los seguros, a raíz de las cancelaciones de eventos que hemos tenido. Por otro lado, hemos desarrollado un Manual de Recomendaciones para el desarrollo operativo de los eventos presenciales, que redundará en beneficio de nuestros



David Abreu
Presidente de OPC Madrid

clientes y de los asistentes a sus eventos. Asimismo, apostaremos por nuevas ediciones, presenciales, de los eventos habituales desarrollados por OPC Madrid, como son el Día de la innovación y la cena anual de socios con la entrega de los Premios anuales a la Profesionalidad del Sector.

Y por último, me gustaría destacar que por primera vez, los socios han aprobado una partida presupuestaria que se destinará a donaciones.



INSPIRACIÓN PARA EVENTOS ÚNICOS

ESPACIOS CREADOS PARA LIBERAR SU CREATIVIDAD

Para conseguir los objetivos marcados, nos centramos en las personas comprendiendo el propósito de la reunión y crear así una experiencia inolvidable. Un evento donde las personas se convierten en lo más importante adaptando cada uno de los servicios a sus necesidades.

56 salas de reuniones, amplias galerías y el Auditorio con una capacidad de hasta 2.000 personas, convierten al Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center en una opción perfecta para celebrar cualquier tipo de evento.

MADRID MARRIOTT AUDITORIUM HOTEL & CONFERENCE CENTER
AVENIDA DE ARAGÓN 400, 28022, MADRID

MEMBER OF MARRIOTT BONVOY™

www.madridmarriottauditorium.com | email: info@marriottauditorium.com | +34 914004400 | [f](#) [@](#) [t](#) @HOTELAUDITORIUM


MARRIOTT
MADRID AUDITORIUM



El Covid-19 ha paralizado la práctica totalidad de los viajes de negocios / El impacto de la crisis sanitaria está siendo muy similar en los distintos mercados / GEBTA ha procurado defender la posición y las necesidades de sus empresas / La seguridad en los viajes de negocios va a cobrar notoriedad



MARCEL FORNS / DIRECTOR GENERAL DE GEBTA ESPAÑA

'La actividad es prácticamente nula en los viajes'

MARCEL FORNS, director general de GEBTA España, el consorcio español que aglutina a la mayoría del mercado de agencias de viajes especializadas en viajes de negocios, hace un análisis del impacto que está teniendo la pandemia del coronavirus en los sectores del *business travel* y MICE, así como las medidas que son necesarias para la reactivación económica.

■ **¿Cómo está influyendo la pandemia del coronavirus en los viajes de negocios en España? ¿Y de España hacia el exterior?**

● La crisis del Covid-19 ha paralizado la práctica totalidad de los viajes de negocios, tanto en España como en los viajes a terceros mercados. Sin apenas excepciones, la actividad ha caído completamente a partir de la declaración del estado de alarma. Salvo en lo relativo a movimientos asociados a repatriaciones, evacuaciones sanitarias o los pocos desplazamientos asociados a servicios esenciales no ha habido apenas actividad. En paralelo, además, las agencias de viajes de negocios y TMCs han estado tramitando reembolsos y devoluciones, de manera que en términos de facturación las ventas han sido negativas.

■ **¿A nivel internacional la situación es similar?**

● El impacto de la crisis sanitaria está siendo muy similar en los distintos mercados. La única diferencia relevante entre países y áreas geográficas es de calendario, dado que no todas las zonas se han visto afectadas ni han empezado a aplicar medidas en el mismo momento.

Por lo demás y tal y como recogen los datos publicados por la Global Business Travel Association (GBTA), las empresas y corporaciones han cancelado o suspendido la totalidad o la mayoría de los viajes internacionales, en proporciones que oscilan entre el 99% y el 85%, dependiendo de los destinos y mercados.

■ **¿Y en la organización de reuniones, congresos, convenciones y viajes de incentivo?**

● Este segmento es sin duda uno de los más afectados, ha sido el primero en sufrir el impacto de la crisis —sólo hace falta recordar la cancelación del Mobile World Congress de Barcelona—, y previsiblemente será el último en salir de la misma.

La especial naturaleza de este tipo de reuniones lo hace especialmente vulnerable, al tratarse de eventos con mayor número de asistentes, habitualmente de procedencias diversas y a



menudo asociado a actividades que tienden a fomentar el compartir experiencias en entornos de proximidad. Todo ello, junto con las políticas de prevención y protocolos de seguridad e higiene que las empresas deberán poner en marcha, hace prever una recuperación significativamente más lenta en este segmento de actividad.

■ **¿Qué segmentos se están viendo más afectados?**

● A fecha de hoy todos los sectores de los viajes de negocio están teniendo niveles de afectación similares, dado que la actividad es prácticamente nula.

Dicho esto, y como he apuntado arriba, el impacto en el corto y medio plazo en los distintos segmentos no es el mismo. Ya

hemos visto que el sector del MICE será uno de los más afectados y probablemente el último en salir de esta crisis. Además de que la mayor parte de los eventos se habrán perdido, es previsible que las partidas asignadas a esta tipología de viajes se resientan de posibles ajustes de los capítulos de marketing y se pospongan para entrado el 2021, con el objeto de aligerar el gasto.

Otra área afectada y que sin duda se resentirá de la actual coyuntura será la de las reuniones internas. Como ya sucedió en 2008, es previsible que los desplazamientos de esta naturaleza se vean reducidos durante lo que resta del ejercicio 2020 de modo severo.

Finalmente, en lo que respecta a las reuniones con clientes y

«Las empresas y corporaciones han cancelado o suspendido la totalidad o la mayoría de los viajes internacionales, en proporciones que oscilan entre el 99% y el 85%»

«Estamos observando una creciente inquietud en la revisión de los modelos de negocio, ya que esta crisis ha destacado la importancia de la asistencia y servicio»

viajes vinculados con el negocio y los ciclos/cadena de producción y suministro de las empresas, la recuperación debiera ser más rápida, si bien sujeta a la apertura gradual de los mercados y a las limitaciones y restricciones que se establezcan en función de la nacionalidad de los viajeros. En este sentido, veremos una primera fase centrada básicamente en el mercado doméstico y en mercados de proximidad del ámbito europeo, que se irá ampliando de modo progresivo.

■ **¿Cómo se están adaptando las agencias de viajes especializadas en *business travel* y eventos a esta situación?**

● Como en buena parte del sector, la primera de las medidas tomadas por las agencias de viajes de

negocio y las TMCs ha sido de carácter económico. Así, de modo general han pasado a un estado de 'hibernación', con el objeto de minimizar los daños producidos por los periodos de inactividad y poder volver a retomar el negocio tan pronto como sea posible, y con garantía de servicio plena para los clientes.

Pese a estos redimensionamientos temporales de las estructuras y equipos, las agencias han mantenido los niveles de comunicación con sus clientes corporativos y con los proveedores sectoriales, tanto para resolver las incidencias generadas por la brusca interrupción de la actividad (repatriaciones, evacuaciones, reembolsos, gestión de información y comunicaciones...), como para identificar mejor las nuevas competencias y prioridades del negocio.

En paralelo, estamos observando también una creciente inquietud en la revisión de los modelos de negocio en toda la cadena de valor, en la medida en la que esta crisis ha puesto en evidencia la importancia de la capacidad de asistencia y servicio, frente al concepto transaccional, que presenta limitaciones y debilidades.

Finalmente, estamos percibiendo también la aparición de modelos nuevos, impulsados por agencias que ven en esta crisis nuevas oportunidades para reorientar el negocio, que habrá que seguir de cerca.

■ **¿Qué acciones está llevando a cabo GEBTA España durante esta crisis?**

● La actuación de GEBTA se ha centrado en la puesta en marcha de medidas adaptadas a cada una de las distintas fases de la crisis del Covid-19.

Así, en la primera fase, nuestro principal objetivo ha consistido en la gestión y canalización de la información, para que ésta pudiera llegar de modo ordenado e inteligible a nuestras agencias, y con ello a las empresas. Hay que tener en cuenta que esta fase ha sido muy caótica, porque ha coincidido con el cierre de actividad y restricciones a la movilidad de los mercados y proveedores, en un momento en el que las empresas todavía mantenían a viajeros y empleados en el exterior, y la prioridad era trasladarlos de manera segura y rápida, a la vez que gestionar todas las incidencias asociadas a las cancelaciones y anulaciones de los viajes.

Del mismo modo, GEBTA ha procurado defender la posición y las necesidades de sus empresas en el aspecto económico en los distintos foros empresariales en los que GEBTA está presente, y por supuesto a través de las

EN DIRECTO

'Parar la pandemia y reactivar la economía'

TAL Y COMO GEBTA viene defendiendo ante la CEOE, la actuación de las Administraciones ante la crisis del Covid-19 debe ser doble: el primero de los objetivos que se debe perseguir es el de procurar parar la pandemia y controlar la crisis sanitaria, con el menor impacto posible. El segundo objetivo de las Administraciones debe ser reactivar la economía, pero ello únicamente será posible si previamente

Marcel Fornas

Director general de GEBTA España

se ha controlado la pandemia. Como el control del Covid-19 requiere de medidas de confinamiento que están paralizando la actividad económica, el foco de todas las Administraciones públicas debe centrarse en mantener vivo todo el tejido empresarial (desde grandes empresas a pymes y autónomos), dado que ésta es la base de nuestra economía y la garantía para sostener el empleo una vez superada la crisis.

distintas patronales de las que forma parte, y en las que tiene una participación activa.

Estas medidas se han complementado a su vez, con acciones dirigidas a los proveedores, con el objetivo de asegurar las buenas prácticas y soluciones específicas para los viajes de negocio, como los mecanismos que se han podido arbitrar con determinados actores de la industria, en los que la gestión de los reembolsos se establece a través de las agencias de viajes de empresa y las TMCs.

Para la segunda fase de esta crisis, es decir, a partir del momento en el que se levante el estado de alarma, GEBTA se ha centrado fundamentalmente en dos direcciones complementarias: por un lado, tenemos preparada la estrategia para facilitar una vuelta progresiva y ordenada al negocio, y por otro, estamos trabajando en los aspectos más asociados a la revisión de los modelos de negocio, en tanto que aspecto fundamental para asegurar la sostenibilidad y solidez de toda la cadena de valor en el escenario post Covid-19.

■ ¿Cuál es el papel de las distintas asociaciones de Sector en la gestión de la pandemia?

● Es interesante observar cómo la pandemia ha servido para repartir de un modo bastante lógico los roles de las distintas organizaciones de nuestro sector.

En lo que respecta a GEBTA, a nivel sectorial estamos en contacto permanente con CEAV, organización de la que formamos parte, y a través de la cual también vehiculamos los intereses y demandas de nuestro sector de actividad. En este sentido, y por los motivos indicados arriba, es precisamente CEAV en quien se ha delegado la interlocución con las Administraciones públicas, aspecto que ha permitido que la interlocución y comunicación sectorial se realizara de modo ordenado y claro.

■ ¿Cómo deberían actuar las Administraciones en la gestión de esta crisis respecto a las empresas del Sector?

● Tal y como GEBTA viene defendiendo ante la CEOE, la actuación de las Administraciones ante la crisis del Covid-19 debe ser doble: el primero de los objetivos que se debe perseguir es el de procurar parar la pandemia y controlar la crisis sanitaria, con el menor impacto posible. El segundo objetivo de las Administraciones debe ser reactivar la economía, pero ello únicamente será posible si previamente se ha controlado la pandemia.

Como el control del Covid-19 requiere de medidas de confinamiento que están paralizando la actividad económica, el foco de todas las Administraciones públicas debe centrarse en mantener vivo todo el tejido empresarial (desde grandes empresas a pymes y autónomos), dado que ésta es la base de nuestra economía y la garantía para sostener el empleo una vez superada la crisis.

Desde la perspectiva de las empresas es fundamental garantizar la liquidez de las compañías, para que éstas sean capaces de aguantar el largo periodo de inactividad, sin deterioro o con el mínimo deterioro posible. Pese a que la mayoría de las agencias y



proveedores han pasado 'a modo hibernación', siguen teniendo que soportar gastos y tributos cuando carecen de ingresos. Muchos países europeos llevan semanas aplicando medidas tendentes a mitigar o condonar cargas e impuestos, para preservar la salud de su tejido empresarial y evitar quiebras y cierres.

Un elemento complementario, pero no suficiente por sí mismo, es el acceso al crédito. A este respecto hay que precisar que es básico que las medidas adoptadas se implementen con total transparencia y claridad, para que puedan llegar a toda aquella empresa o autónomo que la necesite, hecho que no necesariamente estaría sucediendo. Este mismo principio

«Es fundamental garantizar la liquidez de las compañías para que sean capaces de aguantar el largo periodo de inactividad, sin deterioro o con el mínimo posible»

será fundamental en el momento en el que se empiecen a poner en marcha los fondos europeos habilitados para hacer frente a la crisis: será imprescindible que lleguen de modo eficiente, sin dilaciones innecesarias y de manera generalizada.

Finalmente, y como ya se está aplicando en distintos mercados europeos, es fundamental que las Administraciones garanticen la percepción de los salarios y de los ingresos de los trabajadores y autónomos, durante los periodos de inactividad provocados por

la crisis sanitaria, como medida social, a la vez que para evitar que se rompa la cadena de pagos.

En esta fase, el factor tiempo es fundamental para poder favorecer una recuperación más rápida. No hacerlo o intentar ahorrar esfuerzos ahora sólo provocará que una crisis coyuntural adquiera otra derivada y provoque desequilibrios mayores, que las Administraciones deberán cubrir más adelante, con un coste económico y social muy superior.

■ ¿Qué importancia tienen los viajes de negocios para la economía de una empresa y de un país?

● Los viajes de negocio son fundamentales para el crecimiento y el desarrollo de las empresas, y con ello para el conjunto de la economía. El impacto que generan depende de la tipología del viaje y se estima de media en torno a los 10 euros por cada euro invertido en viajes. Este indicador o ROI oscila en torno al 19:1 y el 4:1, para el caso las reuniones con clientes y los incentivos, respectivamente, de acuerdo con los estudios de GEBTA y de organizaciones como Oxford Economics.

De hecho, el estudio de Oxford Economic atribuye a los viajes de negocio un tercio del crecimiento del comercio y un incremento del 20% del empleo a nivel mundial.

Los viajes de negocio han sido parte de la solución a la reciente crisis de 2008, porque han ejercido de palanca del crecimiento de la economía doméstica, de la misma manera que lo harán en esta crisis, tan pronto como ello sea posible.

■ La seguridad de los viajeros siempre ha sido un factor prioritario en la gestión de los viajes corporativos. ¿Esta prioridad será aún mayor a partir de ahora?

● Desde GEBTA llevamos muchos años advirtiendo acerca de la importancia de las políticas de prevención y seguridad en los viajes de negocio. Esta prioridad

no es nueva, ya existía y sin embargo era una de las grandes asignaturas pendientes de muchas empresas, porque la mayoría de las compañías españolas no dispone de normas y reglas escritas sobre la seguridad en viajes o, en su caso, no son suficientes ni están dotadas de las soluciones y herramientas necesarias para que sean eficientes.

Ahora, con la crisis del Covid-19, resulta evidente que la seguridad en los viajes va a cobrar notoriedad y deviene un tema insoslayable, que forzará el desarrollo de políticas por parte de las empresas que carecieran de ellas, y en todo caso, el desarrollo de nuevas medidas y protocolos, adaptados al nuevo escenario,

«Los viajes de negocio han sido parte de la solución a la crisis de 2008, ejerciendo de palanca del crecimiento de la economía doméstica, igual que lo harán en esta crisis»

mucho más complejo, que ha creado la pandemia.

■ ¿Cómo serán los viajes de negocios cuando se supere la pandemia?

● El coronavirus está ejerciendo de acelerador de cambios y tendencias muchas de las cuales ya estaban ahí, de manera más o menos manifiesta.

Aunque los cambios en cuestión desde luego no van a suponer la desaparición de los viajes corporativos, deberían traducirse en menos movimientos de personas de los que las proyecciones

oficiales pronosticaban; menor crecimiento del volumen de viajes, si bien con mayores niveles de especialización y mayor peso del análisis del coste/beneficio de los desplazamientos; y sin ningún tipo de duda, mayores exigencias en materia de seguridad.

Estos efectos serán especialmente visibles en los viajes internacionales. Pese a que realizar un pronóstico exacto es muy arriesgado porque la evolución de los viajes depende de múltiples variables, es prácticamente inevitable que la reactivación de los viajes vaya asociada, por ejemplo, al incremento de los trámites previos, a protocolos de inmigración, controles y colas en aeropuertos, activación de eventuales mecanismos de cuarentena dependiendo del origen de los viajeros, requerimiento de certificados médicos, visados temporales... y una revisión a fondo de los seguros vinculados a cada viaje.

En un escenario que se prevé tan distinto al que hemos conocido hasta la fecha, está por ver cómo se comportará la oferta que siga activa después de la crisis, tanto en lo relativo a transporte (capacidad, frecuencias, configuración, rutas, precios, procesos de embarque, recogida...) como al alojamiento (¿van a desaparecer fórmulas como el *buffet* de los hoteles?).

El escenario que dejará la pandemia en materia de viajes se parecerá poco al que conocemos; el aumento de la complejidad, un posible incremento del coste y el factor riesgo, va a transformar la dinámica de las empresas, el formato de los servicios y muchos modelos de negocio.

Desde el punto de vista de las empresas, será más importante que nunca contar con agencias y TMCs altamente especializadas, para garantizar una óptima aplicación de los recursos y la máxima eficiencia en la asistencia a sus viajeros de negocios, en cualquier momento y ante cualquier circunstancia.

■ Las pequeñas empresas son uno de los segmentos más perjudicados por esta crisis. ¿También será necesario para ellas volver a realizar viajes de negocios para reactivar su economía?

● Sin ningún tipo de dudas las pymes van a volver a viajar en cuanto puedan, porque las pequeñas y medianas empresas también se han internacionalizado. Este proceso de paulatino acceso de las pymes a los viajes de negocio lo vimos ya a partir del año 2012 y se va a repetir de nuevo.

La principal debilidad que presentan las pymes, desde un punto de vista de los viajes y de su actividad exterior, es su falta de regularidad. Muy pocas consiguen, por ejemplo, consolidar su actividad exportadora más allá de cuatro años seguidos, con lo cual la base de pymes con negocio internacional regular crece muy despacio.

En esta misma línea, el principal reto de las pymes es el de incorporarse al *managed business travel*, de la mano de agencias especializadas, para poder moverse con mayor seguridad y menor desgaste en un escenario complejo como el que prevemos.

Las asociaciones del Sector MICE español se unen para trabajar en la recuperación de la industria

Reconocen el importante impacto que está teniendo el Covid-19 y reclaman una serie de medidas a las Administraciones

El sector del Turismo de Reuniones español sigue mirando al futuro y para ello está trabajando en su recuperación tras la actual pandemia del coronavirus, que está generando un importante impacto económico en las empresas del Sector. El

Foro MICE, donde están integradas las principales asociaciones de la industria, ha celebrado su I Encuentro Virtual en el que se ha mostrado un pequeño *flash* de las pérdidas económicas producidas por la cancelación de eventos, se han expuesto

algunas medidas a solicitar a las Administraciones públicas y se ha mirado hacia el futuro de cara al desarrollo de "un Sector sano, solidario y sostenible", según ha afirmado la presidenta del Foro y de OPC España, Matilde Almandoz.

La primera intervención ha sido la de Alessia Comis, presidenta de MPI Iberian Chapter, quien ha ofrecido los datos obtenidos de una encuesta que se lanzó a las empresas del 10 al 27 de marzo y que solo ha pretendido hacer una medición aproximada del impacto económico del coronavirus en el Sector. Esta encuesta ha mostrado que se han visto afectados 1.130 eventos de marzo a junio, que han generado pérdidas de unos 225 millones de euros. A continuación, Antonio López de Ávila, CEO Tourism Data Driven Solutions (TDDS), ha presentado la elaboración de un estudio pormenorizado que pretende hacer una comparativa, en primer lugar, entre el primer semestre de 2019 y el primer semestre de 2020, y posteriormente, entre los dos años completos, cuyos resultados se publicarán en la edición de 2021 de Fitur. Analizará seis aspectos: número de clientes, facturación real y esperada, devoluciones y cancelaciones, aplazamientos, previsiones de la temporada y número de despidos.

El vicepresidente de AEVEA, Andrés Virto, y la presidenta del Consejo de Turismo, Cultura y Deporte de CEOE y presidenta de CEOE Internacional, Marta Blanco, han presentado algunas de las medidas, tanto urgentes como a medio y largo plazo, que han de tomar las Administraciones para garantizar el futuro de las empresas y el desarrollo del Sector. Estas medidas tienen que ver con áreas tan importantes en la actualidad

como fiscal, laboral y financiera. El objetivo fundamental "es que no se destruya el tejido empresarial asociado al Turismo MICE", ha destacado Marta Blanco.

En el segundo bloque del encuentro, el secretario técnico de OPC España, Luis Gandiaga, ha realizado una reflexión sobre el trabajo que se está realizando y su mirada hacia el futuro. "El Sector está trabajando muy duro para buscar soluciones en el corto y largo plazo con nuevos formatos", ha comentado Gandiaga, añadiendo que "gestionar la incertidumbre es lo más complicado" en estos momentos. Seguidamente, Natalia Bayona, responsable de la estrategia de innovación y transformación digital de la Organización Mundial del Turismo (OMT), ha informado sobre el plan de la OMT para relanzar el turismo, que incluye, entre otras medidas, 23 recomendaciones para volver a la actividad.

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, también ha intervenido en el encuentro transmitiendo su compromiso—y el de su Gobierno— con el Sector MICE, aunque ha resaltado la prioridad de las medidas sanitarias frente a las económicas. Aún así, ha señalado que ya se han tomado algunas medidas económicas y que seguirán trabajando para garantizar el futuro del sector turístico en general y, sobre todo, del Turismo de Reuniones. También ha destacado que "el día después va a ser un día totalmente distinto al que teníamos antes. Seguramen-



Isabel Oliver interviene en el I Encuentro Virtual del Foro MICE.

te los clientes serán distintos y sus necesidades también, así como la forma de interactuar entre nosotros también será diferente. La tecnología será muy importante". Y ha hecho hincapié en la importancia de las medidas sanitarias, afirmando que "la seguridad sanitaria es importantísima y será el detonante para la movilidad".

Buenas prácticas en el Sector

En la última parte del encuentro, Elena Altemir, miembro de SITE Spain, ha conversado con Enrique García Ríos, director del Schleswig-Holstein Convention Bureau, sobre las prácticas sectoriales a nivel internacional en esta época de crisis. García Ríos ha señalado que, aunque en Ale-

mania la situación sanitaria está mucho mejor que en España, en el Sector MICE alemán "estamos en un periodo de espera, mientras trabajamos en nuevos formatos".

Posteriormente, se ha celebrado un panel con varios representantes de la cadena de valor, interviniendo Alicia Collantes, en representación de la Asociación de Empresas de Medios Audiovisuales, quien ha señalado que "estamos utilizamos este tiempo para reflexionar sobre lo que está pasando en nuestro sector, conocer las medidas a las que nos podemos acoger y trabajar en cómo va a ser la vuelta"; Jesús Baranda, presidente de la Asociación Empresarial de Catering, quien ha señalado que están

activos con reuniones semanales y compartiendo experiencias, y trabajando en un documento de buenas prácticas que recoge la importancia de la cadena de valor, la seguridad alimentaria y el compromiso y la ética social; Blanca Pérez del Camino, vocal de Venues en el Madrid Convention Bureau, quien ha resaltado que "somos un Sector muy fuerte" y "queremos transmitir el lema 'No cancele, aplaza. Vuelve a Madrid, vuelve a España'; y por último, Bárbara Gómez Molino, secretaria general de la Asociación de Espacios para Eventos de España, quien ha propuesto poner en marcha un plan de comunicación eficaz, crear un comité para la sostenibilidad y dar voz a las iniciativas del Sector.

Germán Inostroza, presidente de SITE Spain, ha intervenido al final del encuentro para destacar que "tenemos un gran reto por delante para volver a ser atractivos" y ha enfatizado en "no dejar de lado a nuestros compañeros, clientes, etc.". Ha terminado con un mensaje positivo: "debemos aprovechar el tiempo para motivar a nuestros equipos de trabajo en entrenamiento y conocimiento". Por último, Oscar García, de MPI Iberian Chapter, ha comunicado los resultados de una encuesta que se ha realizado entre los 'asistentes' —cerca de 600 profesionales— al encuentro, donde la mayoría cree que los eventos presenciales volverán en el mes de septiembre, arrancarán con eventos locales y, sobre todo, serán reuniones corporativas.

Medidas fiscales, laborales y financieras para el Sector

Los profesionales de la organización de reuniones y eventos, a través del Foro MICE, están elaborando un documento que presentarán al Gobierno de España y al resto de Administraciones implicadas con una serie de medidas que ayuden a las empresas a afrontar la situación actual y, también, tras la pandemia.

El vicepresidente de AEVEA, Andrés Virto, ha presentado, durante la celebración del I Encuentro Virtual del Foro MICE, el documento —abierto a nuevas propuestas— que incluye medidas en materia fiscal, laboral y financiera. "Son medidas que nos permitirían garantizar la supervivencia de las empresas que conforman el Sector MICE, mucho más allá de cuando se suspenda el estado de alarma y hasta que se empiece recuperar la actividad", afirmó Virto, quien destacó, además, la importancia que tiene este Sector para la economía española citando un estu-

dio de Events Industry Council y Oxford Economics, que cifra en casi 11.000 millones de euros la contribución del Sector MICE al PIB español.

Medidas fiscales

En materia fiscal, el Foro MICE propone, en términos generales, reducción, aplazamientos y fraccionamientos de pagos de manera automática y sin intereses, además de eliminar las restricciones a las ayudas para las empresas en función de su tamaño y la ampliación de los plazos de para todos los impuestos. En términos concretos, habla de bajar el tipo impositivo de IVA para el Sector e incentivar a las empresas extranjeras a viajar y organizar sus eventos en España; la ampliación del plazo del pago del IRPF al menos hasta junio; la reducción del IBI y la ampliación del plazo de pago; sobre el Impuesto de Sociedades, pide reducciones, ayudas o acortar amortizaciones;

y respecto al Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE), su reducción o bonificación para los epígrafes representados en esta industria.

Medidas laborales

Respecto a las medidas laborales, el Foro MICE reconoce que el Gobierno ya ha tomado medidas al respecto, pero solicita una mayor adaptación a la realidad de las empresas y, también, al Sector MICE. Así, en el caso de los ERTes por fuerza mayor, pide una ampliación del plazo más allá de la finalización del estado de alarma y que para el MICE no se aplique la disposición adicional 6ª, que impide despedir en los seis meses posteriores a que termine el estado de alarma, ya que "para el MICE la recuperación de la actividad se va a alargar", indicó Andrés Virto. En cuanto a las ayudas al teletrabajo, quiere que nos se restrinjan solo a pymes y autónomos, la igual que las

ayudas en Seguridad Social, y que se estudien reducciones de la cuota complementadas por la Administración en función de los ingresos perdidos.

En este ámbito, el Foro MICE propone otras medidas: ayuda al pago de alquileres, hipotecas, agua, luz y gas para las empresas; flexibilizar las vacaciones para bajar periodos de preaviso por inactividad; reembolso de viajes y paquetes turísticos en eventos cancelados o suspendidos por fuerza mayor; y el pago del 75% de los sueldos de las empresas que acrediten estar más afectadas y siempre y cuando no despedidan a nadie durante el tiempo que se justifique.

Medidas financieras

En materia de financiación, en general, solicitan ayudas, préstamos ICO, financiación y subvenciones, ampliando a la actividad MICE los códigos CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas) incluidos en

Turismo; ayudas a fondo perdido; financiación y líneas de crédito a coste cero a largo plazo; subvenciones e incentivación fiscal a quien contrate servicios MICE para fomentar la actividad; incluir criterios amplios y no restrictivos para la obtención de los avales públicos ya aprobados por decreto; y el abono inmediato de los proyectos y facturas contraídos con la Administración pública.

Por otro lado, tanto para el Gobierno de España como para las Comunidades autónomas, el Foro MICE indica que es y será necesario la elaboración y el desarrollo de un plan de promoción de España y de los diferentes destinos del país; un plan de sensibilización para después de la pandemia sobre la importancia de las reuniones y eventos como transferencia de conocimiento y sostenibilidad del Sector; y en cuanto a la contratación pública, que se impulsen concursos sostenibles económicamente.

Las asociaciones AFE y APCE solicitan medidas específicas para los recintos de ferias y congresos

Creen que son fundamentales por el potencial que tienen estos espacios para el desarrollo económico del país

La Asociación de Ferias Españolas (AFE) y la Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE) se ha unido para solicitar ayuda del Mi-

nisterio de Industria, Comercio y Turismo con la finalidad de paliar los efectos de la crisis generada por el Covid-19 y retomar lo antes posible

la actividad ferial y congresual española, motor de crecimiento de muchos sectores y de tracción de negocio internacional.

Ambas asociaciones estiman que se han cancelado o pospuesto en España más de 190 ferias y 270 congresos, así como muchos otros eventos. En Europa, en el ámbito ferial exclusivamente, la situación afecta a más de 3.300 ferias canceladas o aplazadas y el daño económico causado solamente por las ferias canceladas, según lo previsto hasta finales de junio, será de 28.800 millones de euros.

El presidente de AFE, Xabier Basañez, ha manifestado que "ante una situación tan preocupante como la que estamos viviendo, nuestro sector, como parte relevante del Turismo MICE, debe estar unido y transmitir a la Administración la necesidad de apoyo decidido para poder subsistir y seguir asumiendo nuestro papel de motor de desarrollo para aquellos sectores que ayuden a activar nuevamente la economía y el crecimiento del país".

Por su parte, el presidente de APCE, Iker Goikoetxea, ha señalado que "los congresos y reuniones son muy importantes en el panorama español, y no sólo en términos económicos sino también como eje vertebrador de todo un ecosistema de valor añadido conformado por centros tecnológicos, de I+D+i, médicos y de otra índole. Sin duda, merecen el respaldo de los poderes públicos en momentos

trascendentales como éste para garantizar su continuidad".

Ayudas solicitadas

AFE y APCE han dividido las ayudas solicitadas en varias áreas. En lo relativo a expositores, patrocinadores y visitantes de las ferias, congresos y otros eventos, solicitan líneas de financiación ICO para acometer los gastos de participación en ferias comerciales, congresos u otros eventos o la desgravación fiscal en el Impuesto de Sociedades a las empresas que participen en los mismos. Para los recintos feriales, palacios de congresos y organizadores de eventos externos, por el sobreesfuerzo inversor que precisarán una vez se supere esta situación, solicitan ayudas que sobre todo puedan trasladar a sus proveedores y clientes, mediante la cobertura de gastos, organización de misiones comerciales o para asumir gastos de comunicación y marketing, entre otros.

También solicitan ayudas para acciones sectoriales conjuntas, es decir, destinadas a desarrollar una importante campaña conjunta de comunicación post crisis, para incentivar a las empresas y profesionales y que vuelvan a invertir en las ferias, congresos u otros eventos, como instrumento de marketing, de transmisión de conocimiento, de motivación de sus equipos, etc. Y por último,



Los recintos feriales y de congresos generan un importante impacto económico en España.

ayudas para los proveedores de servicios en las ferias comerciales y congresos, ya que son empresas fuertemente dañadas por las cancelaciones y aplazamientos, que precisan apoyo a través de desgravaciones fiscales, ERTES, flexibilidad laboral, subvenciones y líneas de crédito, entre otras.

Un Sector importante

La actividad ferial y congresual ha sido una de las primeras en sufrir la crisis por el cese inmediato de la mayoría de los eventos programados en todas sus instalaciones. Especialmente a partir de la segunda semana de

marzo comenzaron a cancelarse o aplazarse prácticamente todos los eventos desde ese mes hasta junio. Las pérdidas en el Sector son muy cuantiosas.

Además, este escenario genera un claro efecto dominó para muchos otros sectores relacionados (alojamiento, restauración, viajes, transportes, montaje de stands, audiovisuales, azafatas e intérpretes, iluminación y sonido, servicios diversos, ocio y muchos otros). Las entidades que participan en la organización de ferias o congresos y las firmas expositoras y patrocinadoras, y los proveedores están sufriendo

un grave perjuicio. Por otra parte, la falta de actividad de las empresas frenará su capacidad de inversión.

La Asociación de Ferias Españolas y la Asociación de Palacios de Congresos de España representan, respectivamente, a los principales recintos y organizadores de ferias comerciales y a los palacios de congresos en nuestro país, uno de los más destacados de Europa en las dos actividades. La suma de ambas genera un impacto económico inducido anual de más de 12.000 millones de euros y supone miles de empleos directos e indirectos.

OPC Madrid presenta un manual con recomendaciones para la organización de reuniones presenciales

La Asociación de Empresas de Organización Profesional de Congresos de Madrid y Centro (OPC Madrid) ha presentado, a través de un encuentro

virtual, un Manual de Recomendaciones para el desarrollo operativo de reuniones presenciales post Covid-19, un documento que ha elaborado

con la colaboración de un gran número de proveedores del Sector y que pretende ser una guía para organizadores y clientes.

La expansión del brote de coronavirus por todo el mundo y la imposibilidad de celebrar reuniones y eventos ha obligado a todos los profesionales del Sector a reflexionar sobre el futuro de su actividad. La asociación OPC Madrid, de la mano de su presidente, David Abreu, ha creado "dos grupos de trabajo con clara visión de futuro", uno de ellos encargado de desarrollar el manual con recomendaciones para celebrar eventos presenciales una vez se supere la crisis sanitaria y se levanten las restricciones de movilidad y reunión.

"No pretende ser más que un documento que pueda ayudar a los distintos implicados en la organización de un evento, clientes incluidos, a hacer frente a las nuevas reglas del juego, con información muy útil que en algunos casos perdurará en el futuro de nuestro mercado y en otros casos tendrá una temporalidad en base

al control de los posibles contagios de enfermedades víricas", ha asegurado Abreu. El documento, que se irá redactando durante los próximos días y que se espera su publicación para finales de mayo, según ha explicado el presidente

de la asociación, solo se recogerán las recomendaciones contempladas por los profesionales que actúan en la organización de reuniones, desde empresas OPC hasta hoteles, sedes, audiovisuales o caterings, y tendrán que estar

supeditadas a la normativa que se desarrolle al respecto y a las indicaciones del plan de desescalada presentado por el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez.

En todos los ámbitos

En general, todas las recomendaciones del manual de OPC Madrid tienen que ver con cuestiones de aforo, distanciamiento e higiene. Así, por ejemplo, incluirá las cuestiones de aforo que marcan las distintas fases del plan del Gobierno (un tercio o la mitad del aforo habitual, según las fases), medidas para el distanciamiento entre personas (señalética), establecer protocolos de desinfección y control de temperatura en los accesos a los recintos, utilización de equipos de protección individual (mascarillas), contar con asistencia médica en el evento y la realización de eventos híbridos y online. El manual incluirá consejos para numerosas

áreas de la organización de eventos, como las sedes, las secretarías técnicas, el personal de apoyo, el transporte, los audiovisuales, la seguridad, la tecnologías, el catering, el alojamiento, la asistencia médica y la sostenibilidad.



El encuentro online organizado para presentar el documento.



David Abreu preside OPC Madrid.



El estallido de la pandemia se ha correspondido con uno de los periodos más activos / Todo el equipo se ha volcado en trabajar intensamente para reactivar el Turismo congresual / El Sector MICE es un motor económico para los destinos / Las perspectivas son positivas para nuestro palacio



SYLVIA ANDRÉS / DIRECTORA DEL PALACIO DE CONGRESOS DE VALENCIA

'Los eventos volverán, pero con nuevas necesidades'

LA DIRECTORA DEL Palacio de Congresos de Valencia, Sylvia Andrés, analiza la situación actual del recinto valenciano, afectado como todos por la pandemia del coronavirus, aunque prevé un futuro prometedor para la ciudad y su edificio.

■ **¿Cómo se ha visto afectado el Palacio de Congresos de Valencia por la pandemia del coronavirus?**

● El negocio previsto para el periodo entre marzo y julio era muy similar al año anterior, teniendo en cuenta que 2019 fue uno de los años de mayor actividad en toda la historia del Palacio de Congresos de Valencia, se preveía un escenario muy optimista.

En concreto, los eventos en agenda entre marzo y julio destacaban principalmente por su tipología y ámbito, dado que eran en su mayoría congresos y convenciones del ámbito nacional e internacional, por lo que iban a generar un gran impacto económico en la ciudad. Hemos de tener en cuenta que la actividad congresual tiene en la primavera uno de sus picos de demanda, por lo que el estallido de la pandemia se ha correspondido con uno de los periodos más activos en ocupación.

■ **¿Han podido 'salvar' todos los eventos afectados?**

● Como aspecto positivo hemos de señalar que, la mayoría de organizadores desean posponer sus eventos en lugar de cancelarlo. De hecho, hemos reubicado una gran parte y tan sólo una minoría ha cancelado. Hoy por hoy, nuestra predisposición es máxima y todo el equipo está colaborando estrechamente para encontrar una solución y que los actos puedan celebrarse a lo largo de este año o el próximo.

■ **¿Cómo están gestionando el día a día en la actualidad?**

● Se ha establecido un canal directo de los clientes con el Área Comercial que ofrezca las mejores opciones para la celebración de los eventos con todas las garantías de seguridad. Se mantiene una actitud positiva y no alarmista, que contribuya a reactivar el Turismo de Reuniones. Confiamos plenamente en que las circunstancias actuales sean tan sólo un paréntesis en el tiempo y Valencia pronto vuelva a ser un gran polo de atracción del Sector MICE.

Al mismo tiempo, conscientes de la evolución del Sector, también estamos trabajando en iniciativas focalizadas en mejorar la oferta que realizamos al cliente. Con el apoyo de nuestros aliados estratégicos estamos preparando nuevas soluciones para eventos basadas en innovación, sostenibili-



dad y tecnología, que permitan al organizador adaptarse a las nuevas tendencias.

■ **¿También habrán tenido que reajustar costes?**

● Efectivamente, estamos optimizando en todo lo posible nuestros recursos materiales y humanos en colaboración con nuestros aliados estratégicos. Actualmente sólo están funcionando los servicios que son esenciales para el mantenimiento del edificio.

■ **¿Siguen con la labor de captación de eventos?**

● Seguimos recibiendo peticiones de cara al futuro, aunque debido a la incertidumbre general que existe, llegan en menor número. Ante esta situación, todo el equipo se ha volcado en trabajar intensamente para reactivar el Turismo

congresual y garantizar un futuro prometedor. Este impulso no es sólo individual como recinto, sino que nos hemos adherido a campañas globales nacionales e internacionales para apoyar al Sector y revitalizarlo.

Como miembros del Comité Ejecutivo de la Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE), estamos contribuyendo a la elaboración de un plan promocional que facilite la labor comercial de los recintos congresuales.

■ **Aunque esta situación afecta a todos los destinos, ¿cómo cree que se verá afectada la ciudad de Valencia?**

● Es importante ser conscientes que la situación afecta a todo el mundo y, por lo tanto, no parece razonable pensar que el destino

«Confiamos en que las circunstancias actuales sean sólo un paréntesis en el tiempo y Valencia pronto vuelva a ser un gran polo de atracción del Sector MICE»

«Las inversiones realizadas en el Palacio de Congresos, unido a que Valencia es la tercera ciudad de España, sin duda refuerzan su posicionamiento en el mercado»

Valencia, una ciudad atractiva, con multitud de factores que la hacen única, se vea más perjudicado que el resto. Para nosotros, volver a alcanzar este posicionamiento que nos ha costado tanto esfuerzo conseguir, es un reto que estamos afrontando con ilusión y esperanza y nos mantendremos trabajando codo con codo junto a los miembros del Convention Bureau, para que esta recuperación sea lo más rápida posible.

■ **¿Las inversiones y el trabajo realizado en el Palacio de Congresos de Valencia en los últimos años cree que reforzará su posición en el mercado nacional e internacional?**

● Sí, las inversiones realizadas en el edificio han hecho posible que el Palacio de Congresos de Valencia

cuenta con unos espacios más versátiles (adaptados a las nuevas necesidades del cliente) y sea una sede tecnológicamente puntera, lo que unido a que Valencia es la tercera ciudad de España, sin duda refuerza su posicionamiento en el mercado y propicia una mayor velocidad de recuperación.

■ **El Ayuntamiento de Valencia ha anunciado el desarrollo de un plan de promoción turístico donde el sector de los eventos y congresos tiene una especial importancia. ¿El Sector MICE es fundamental para la recuperación turística de la ciudad?**

● Efectivamente, el Sector MICE es un motor económico para los destinos. El turista de reuniones tiene una capacidad de gasto entre tres y cuatro veces superior al turista convencional, por lo que es un dinamizador de la economía local. Por ejemplo, durante el año 2019 el palacio valenciano generó un total de 99.386 pernoctaciones en la ciudad, generando un considerable impacto económico en Valencia.

■ **¿Qué acciones concretas piensa que son necesarias para que el Sector MICE vuelva a la normalidad?**

● Esta situación nos debe servir para aprender y adaptar nuestra oferta a la nueva demanda. El Gabinete de Crisis activado a partir de la situación que estamos viviendo, ha trabajado en adoptar todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad de las personas en el edificio. Estas pautas abarcan desde medidas higiénicas y sanitarias, previsión de zona de aislamiento, aplicación de las recomendaciones propuestas por las autoridades para evitar contagios... hasta adaptación de la oferta de servicios a la celebración de eventos híbridos o reformulación del aforo de las salas en función de las distancias de seguridad.

Estimamos que el contacto humano, el *networking* y la capacidad de la sede para hacer vivir experiencias, siguen haciendo necesarias las reuniones presenciales. Sin embargo, hemos de adaptarnos a las circunstancias actuales y las nuevas tecnologías son un gran aliado para conseguirlo. Es inviable volver a la situación que teníamos en febrero, pero es seguro que los eventos volverán, aunque con nuevas necesidades que genera el nuevo entorno.

■ **¿Cómo prevé el futuro del Palacio de Congresos de Valencia?**

● Actualmente desconocemos cuánto tiempo durará esta situación, pero las perspectivas son positivas para nuestro palacio. Estoy convencida de que, gracias a la buena cartera futura que tenemos, la actividad que vamos a confirmar y a nuestra reputación, nos aguarda un futuro esperanzador.

EN DIRECTO

'Apostamos por las reuniones híbridas'

NOSOTROS APOSTAMOS POR las reuniones híbridas en el medio y largo plazo, con una parte física y otra *online*. En este sentido, además de las técnicas utilizadas hasta la fecha como el *streaming*, el Palacio de Congresos de Valencia está estudiando nuevos proyectos basados en los últimos avances tecnológicos, que permitirán la realización de eventos híbridos que tengan lugar en nuestra sede, en los que se habilitarán las instalaciones para facilitar la par-



Sylvia Andrés

Directora del Palacio de Congresos de Valencia

ticipación de ponentes o asistentes que deseen seguir el evento virtualmente, llegando de esta forma, a mayor público. El Palacio dispondrá de los recursos necesarios humanos y técnicos para, en caso de necesidad, complementar el evento in situ con alternativas *online*. Además, los organizadores dispondrán durante la celebración de sus eventos de una sala para videoconferencias capaz de enviar señal con la máxima calidad a cualquier sitio del mundo.

El Sector MICE gallego reclama varias medidas para la reactivación de la industria congresual

La reactivación de los viajes de negocios será gradual y en función de los distintos mercados, según GEBTA España

Los profesionales de la organización de eventos de la Comunidad gallega, representados a través de la marca Galicia MICE, han presentado un

documento a Turismo de Galicia con una serie de medidas que consideran necesarias para afrontar la difícil situación que viven actualmente a con-

secuencia del coronavirus y la reactivación del Sector una vez se supere la pandemia y se levante todas las restricciones.

El objetivo es que este documento sea respaldado por Turismo de Galicia y lo defienda ante las Administraciones autonómica y nacional. Entre otras medidas, los profesionales solicitan la agilización de los ERTes por fuerza mayor y la anulación de la obligatoriedad de recuperar a los trabajadores tras el fin del estado de alarma si ello no implica autorización para la celebración de congresos y eventos; la inclusión de todos los subsectores del Turismo MICE en las causas de fuerza mayor; y la solicitud de ampliación de fondos y agilización de los préstamos ICO e IGAPE.

El documento ha sido firmado por las siete asociaciones empresariales englobadas en la marca Galicia MICE, que son OPC Galicia (organizadores profesionales de congresos), Asociación de Palacios de Congresos de Galicia, Asociación Gallega de Ferias y Eventos, Asociación Empresarial Hospedaje de A Coruña - Hospesco, Asociación de Empresarios

de Hospedaje de la Provincia de Pontevedra - Asehospo, Unión Hotelera Compostela, Hostelería Compostela y la Asociación Provincial de Empresarios de Restauración y Hospedaje de Santiago.

En él, se destaca el apoyo incondicional a la gestión de la crisis sanitaria y el firme compromiso de las empresas con el mantenimiento de la actividad y de todos los puestos de trabajo, pero también de la "imposibilidad total de hacerlo hasta que no se autorice la realización de congresos, reuniones y eventos". Las empresas, cuya principal actividad económica es el Turismo MICE, "no podrán recuperar a su personal hasta que se autorice la realización de eventos".

El documento recuerda que la actividad congresual fue ya suspendida con anterioridad a la declaración del estado de alarma y que será, con muy alta probabilidad, una de las últimas en autorizarse. El mantenimiento de las empresas y los puestos de trabajo pasa necesariamente por

la adopción de medidas de apoyo y un programa de reconstrucción en el que se ofrecen a colaborar sin condiciones.

Medidas concretas

En el ámbito laboral, el Sector MICE gallego aboga por incluir en los ERTes por fuerza mayor a todos los subsectores vinculados, tales como hoteles, recintos feriales, empresas de servicios audiovisuales, diseño, montaje, turismo activo, guías, traductores o azafatas. Se pide también agilidad en los préstamos, condonación de las cuotas de autónomos mientras no se recupere la actividad o reducción al 10% del IVA de las cuotas de inscripción en eventos durante el primer año tras la recuperación de la actividad.

El documento incluye además una serie de propuestas para el mantenimiento de la actividad y su recuperación. Solicitan de la Xunta de Galicia y todas las instituciones gallegas que los eventos previstos no se cancele-

len, sino que se aplacen, y se comprometan a contratarlos a empresas de la Comunidad, que han demostrado sobradamente su profesionalidad a lo largo de los años. Se propone además medidas como que la Xunta negocie un acuerdo marco con las empresas de transporte (aerolíneas, ferrocarril y carretera) que garantice la recuperación de las frecuencias y el mantenimiento o incluso reducción de los precios, para facilitar los desplazamientos a nuestra Comunidad.

Las empresas y colectivos MICE de España y Galicia han constituido ya grupos de trabajo para abordar estrategias para el regreso a la normalidad, como la redacción de un documento de seguridad y buenas prácticas sanitarias a observar durante el desarrollo de eventos de más de 20 personas. A este respecto, Galicia MICE solicita de las Administraciones que prevean proporcionar el material sanitario de protección que seguramente

será perceptivo para la recuperación de la actividad, teniendo en cuenta el absoluto compromiso del Sector con la seguridad y la salud tanto de los trabajadores como de los asistentes.

Otras medidas específicas

Los firmantes consideran que la estrategia a corto plazo pasa necesariamente por reinventarse y ofrecer Galicia como destino MICE virtual. Proponen para ello la creación de herramientas que faciliten los eventos a distancia, como sería la habilitación de "un centro de reuniones que, a modo de plató, pueda ser utilizado por el conjunto del Sector MICE de Galicia" y "una alternativa viable a la cancelación de los eventos programados para 2020 e inicios de 2021". Asimismo, reforzar y realizar campañas de posicionamiento del portal web de Galicia MICE e incluir el Sector en las campañas de promoción de Galicia como destino turístico, son otras de las acciones que proponen.

Carta abierta al presidente del Gobierno de España

Escribe el presidente de la Asociación Española de DMC - SpainDMCs, Juan Antonio Casas

Sr. Presidente del Gobierno de España, estimado Sr. Sánchez:

¿Hasta qué punto el Gobierno español ha tenido en cuenta las características del negocio de las agencias de viajes españolas especializadas en la exportación de servicios turísticos en destinos españoles, para empresas internacionales? ¿Han tenido en cuenta su forma de comercializar estos servicios, sus tiempos, la inversión y los periodos para el retorno de este tipo tan singular de negocio turístico, tan diferente al resto de negocios de las agencias de viajes, tanto minoristas como mayoristas del turismo emisor? Estas empresas son lo que en la industria internacional de reuniones y eventos se conoce como Destination Management Companies o DMC, y no parece que en algún momento se haya pensado en ellas para establecer un plan de rescate para que, según dice su Vicepresidente, Sr. Iglesias, no nos dejen atrás.

Solamente la asociación SpainDMCs la componen 33 empresas españolas con más de 60 oficinas en todo el territorio español. La actividad de estas empresas y de otras que no pertenecen a esta asociación, consiste en promover la exportación de los servicios receptivos para el Turismo de Negocios de las empresas que, desde cualquier país del mundo, quieren realizar sus reuniones y eventos corporativos fuera de sus países y que, nosotros, hacemos lo imposible

para que los hagan en España.

Todos los eventos previstos y confirmados para los meses de marzo, abril, mayo, junio, julio y agosto de 2020 fueron cancelados o pospuestos a partir de septiembre. Los hoteles y otros de proveedores han flexibilizado sus políticas habituales de cancelaciones para, en base a la consideración de fuerza mayor, recuperar esos eventos a partir del verano, pero limitando, en muchos casos, el tiempo de validez de esas reservas hasta diciembre de 2020. En la mayoría de esos casos, consideramos que el riesgo de que los eventos que no han sido cancelados, no lleguen finalmente a materializarse, es muy alto, no solo debido a la situación por la que atraviesa España, sino también otros países que tienen y tendrán cerradas sus fronteras y limitadas las conexiones de vuelos con el resto de países que tienen problemas sanitarios debidos al Covid-19.

Pero siendo esto grave, además hay que tener en cuenta que la demanda de nuevos eventos se ha detenido totalmente y difícilmente se producirán este año, y hasta que el riesgo del Covid-19 desaparezca, será difícil que nuestros clientes habituales y potenciales se decidan a viajar hacia nuestro país y seguramente a ningún otro.



Juan A. Casas

Salvo excepciones, la media de tiempo que transcurre desde que se recibe la petición de un evento en nuestras empresas hasta que se realiza el evento está entre seis y 12 meses, por lo tanto, será muy difícil que esas nuevas convenciones internacionales, conferencias internacionales, incentivos, congresos internacionales y eventos internacionales en general, lleguen a nuestro país antes del segundo trimestre de 2021.

Todos intuyen las grandes dificultades económicas por las que pasan y pasarán todas las empresas dedicadas al turismo en nuestro país, pero los perjuicios que están sufriendo y que sufrirán no serán comparables con las que sufrirán las agencias especializadas-DMCs porque, cuando el resto de empresas reanuden sus actividades y abran sus ventas, comenzarán a recibir negocios, aunque ciertamente tardarán en recuperar lo mucho que habrán perdido. Sin embargo, otros, como los DMC, tardarán como mínimo un año para comenzar a facturar los eventos internacionales que sus clientes organizarán en España. Y mientras tanto, los que puedan tendrán que seguir soportando los gastos generales, o si no, cerrar sus puertas.

¿El Gobierno español va a permitir que quiebren estas empresas?

Estas empresas son las que llevan a cabo la promoción de los destinos españoles en las empresas internacionales que realizan sus eventos corporativos fuera de sus países. ¿Van, el Gobierno español y los destinos españoles, a perder esa valiosa promoción una vez pase esta pandemia? ¿Nos resignaremos a no poder competir con otros países si quiebran nuestros DMC?

La publicidad internacional del turismo español la lleva a cabo TurEspaña, dando prioridad con sus presupuestos (si los tienen) al mega turismo de sol y playa. ¿Seguirá siendo el turismo receptivo de reuniones y eventos el hermano pobre a pesar de ser el que porcentualmente es el más rentable para España? Pero, en cualquier caso, la promoción internacional de los destinos y quien se enfrenta a los organizadores de los eventos para convencerles que los hagan en España, eso lo hacen los DMC. Y si no hay DMC con experiencia, profesionalidad y conocimiento del mercado y sus necesidades, ¿quién lo va a hacer?

¿Seguirá el Estado invitando a utilizar Fondos ICO para hipotecar para los próximos años a estas pymes que no van a poder recuperar su actividad dentro de 2020? ¿No existen o podrían crearse unos fondos (bien sean europeos o nacionales) de rescate a fondo perdido para estas pymes, para que mantengan su actividad y evitar sus quiebras o

insostenible endeudamiento que finalmente les lleve a ella? O, tal vez, ¿no se podrían modificar las condiciones de los ERTes por causa del Covid-19 de manera que no se penalice a las empresas que quisieron intentar mantener el empleo, pero que antes de transcurridos los seis meses ven que a pesar de sus intentos no les queda más remedio que despedir para que la empresa sobreviva con una estructura menor?

Cuando finalice el Estado de Alarma, continuarán existiendo múltiples negocios en nuestro país, como hoteles, hostelería en general, cultura y espectáculos, transporte y, en general, todo el sistema de la industria que, aunque sea poco a poco, comenzarán sus ventas y a levantar cabeza, pero, lamentablemente, nuestras agencias especializadas en la venta de los destinos españoles no se encontrarán entre esas empresas.

¿Realmente conoce el Gobierno español nuestra existencia? Es consciente el Gobierno del impacto económico transversal que nuestras DMC (pymes) aportan a otros muchos negocios e industrias de nuestro entorno incluyendo el comercio o la venta de artículos de lujo?

Sr. Sánchez y demás responsables políticos, ¿nos van dejar atrás? Seguro que otros destinos internacionales competidores de España se lo agradecerían.

Respetuosamente,
Juan Antonio Casas



La parte de audiovisuales en los eventos es una parte muy importante / No queremos empresas que no cumplan unos mínimos / Se improvisa demasiado / El modelo de nuestro negocio si quieres estar al día con los últimos avances tecnológicos acarrea constante inversión



ROBERTO CHENEL / PRESIDENTE DE APROAV

'El mundo de los eventos ha cambiado para siempre'

ROBERTO CHENEL presenta la nueva Asociación de Profesionales del Alquiler Audiovisual para Eventos (AproAV), la entidad que preside y que busca, por un lado, profesionalizar su segmento y, por otro, dar voz a una parte muy importante de la industria de los eventos.

■ ¿Cuándo se ha creado la asociación y quiénes son sus fundadores?

● La asociación se creó en 2019 y los socios fundadores son Av Medios, Bmotion, Elenco, Power AV y Microrent. Pero lo importante son todas las empresas que se están incorporando y todas las relaciones que tenemos con otras asociaciones. Ahora mismo todo lo que rodea a la asociación puede aglutinar a un 70-80% del sector a nivel nacional.

■ ¿Por qué han creado esta asociación?

● Creemos que la parte de audiovisuales en los eventos es una parte muy importante y que con toda esta tendencia de eventos virtuales, híbridos y retransmisiones de eventos que son *shows* con mucho audiovisual y producción, este pilar tan importante de los eventos que ha estado siempre entre bambalinas y de negro tiene que tener voz de una vez por todas y afrontar los retos que tiene por delante, que son muchos. Hemos nacido para contribuir a superar todos esos retos.

■ ¿Qué necesidades había?

● Había y sigue habiendo muchas. Podríamos resumirlo en profesionalizar el sector y eso pasa, desde por promover buenas prácticas profesionales o separar el grano de la paja en lo que a empresas, técnicos y equipamiento se refiere; hasta resolver algunos asuntos más formales como un CNAE que verdaderamente se ajuste a la actividad que hacemos o tener un convenio nacional que regule verdaderamente las particularidades de esta industria.

■ ¿Cuáles son los objetivos principales por los que trabajará la asociación?

● Nuestros son objetivos son trabajar en toda esa parte del convenio y el CNAE que nos regula para salir de sectores tan variopintos como el metal o la construcción; llegar a acuerdos de precios mínimos en algunas de las partidas de nuestros presupuestos para eliminar el intrusismo; promover buenas prácticas, especialmente en todo lo relacionado con la seguridad, la salud y la prevención de riesgos laborales; hacer mucha didáctica a los clientes de estos servicios para hacerles entender la necesidad de producir con tiempo, los sobrecostes que conlleva hacer las cosas bien y que aprendan a



diferenciar empresas verdaderamente profesionales de otras que van solo a precio sacrificando calidad; y mejorar las condiciones en el trabajo (largos horarios, nocturnidad, horas de comida) del personal que trabaja en eventos.

■ ¿Qué requisitos existen para integrarse en la asociación y qué tipología de empresas pueden asociarse?

● Ser empresas que se dediquen al alquiler de equipos para eventos, presentaciones, congresos y espectáculos. Aunque hay un proceso de admisión donde evaluamos a las empresas porque no queremos empresas que no cumplan unos mínimos, ahora es tiempo de unirse, de juntar fuerzas y llegar a acuerdos. Tanto es así que hemos decidido no cobrar cuota hasta

septiembre a todas las empresas que se unan a AproAV ahora, algo que pueden hacer directamente desde la *web* Aproav.org.

■ ¿Cuál es el papel que juegan los audiovisuales en un evento?

● Dependiendo del cliente, pero es un poco la razón por la cual hemos creado la asociación. Para la importancia que tienen cada día nos dan menos tiempo de montaje, montajes nocturnos con el riesgo que eso implica, depende del cliente también, pero se improvisa demasiado.

■ ¿Cuál es la situación actual de las empresas de audiovisuales para eventos?

● Actualmente están muy paradas, algunas que dentro de sus servicios trabajan con la televisión y las que están haciendo eventos

«Queremos promover buenas prácticas, especialmente en todo lo relacionado con la seguridad, la salud y la prevención de riesgos laborales»

«Hay que tomar medidas más contundentes y tener sensibilidad con este tipo de industrias donde el impacto va a trascender a los momentos de crisis sanitaria»

virtuales. Pero, en general, a las que hacen eventos tradicionales les han imposibilitado el ejercicio de su actividad económica y no va a durar solo el estado de alarma, después van a estar muy tocadas y vamos a ver como el sector se reanima muy poco a poco. Hay que tomar medidas más contundentes y tener sensibilidad con este tipo de industrias donde el impacto va a trascender a los momentos de crisis sanitaria.

■ ¿Están colaborando con otras entidades del Sector para adoptar o reclamar medidas que mitiguen el impacto que está generando el coronavirus en la industria de eventos española?

● Como decía anteriormente, estamos colaborando mucho más que nunca. Es el lado bueno

del COVID-19, nos ha dado el tiempo que necesitábamos para ponernos de acuerdo, empezar a funcionar aprovechando los recursos que cada asociación puede poner y el trabajo que cada una de nosotras estábamos haciendo. Hemos creado un manifiesto que hemos mandado a los diferentes ministerios y a los que otras asociaciones del Sector o industrias afines pueden adherirse entrando en bit.ly/manifiestoav.

■ Hasta la aparición del coronavirus, la industria española de eventos estaba en constante crecimiento. ¿De esta línea ascendente también se favorecía el sector de audiovisuales, verdad?

● Absolutamente, dentro de los eventos presenciales la partida de AV es una partida importante y sí, tenía un crecimiento ascendente.

■ ¿Cree que el parón en el Sector perjudicará a la industria audiovisual una vez se supere la pandemia por la reducción de costes que puedan acometer las empresas?

● Indudablemente, el modelo de nuestro negocio si quieres estar al día con los últimos avances tecnológicos acarrea constante inversión, además de mucha contratación de personal. Eso hace que, en general, el endeudamiento de este modelo de negocio sea muy importante con lo cual, si baja la facturación un 60% aproximadamente, será un sector que sufrirá mucho y, lamentablemente, muchas empresas que estaban intentando hacerlo bien y ser punteras se quedarán por el camino.

■ ¿Cómo ve el futuro del Sector? ¿Cambiará la forma de organizar eventos?

● No pensamos que en cuanto volvamos a la normalidad, volveremos a ver los mismos eventos que estamos haciendo. El mundo de los eventos ha cambiado y lo ha hecho para siempre. Lo que sí dejará esta situación es que además de los asistentes presenciales, siempre se tendrá en cuenta los virtuales y muchos de los eventos contarán *streaming* y producción orientada a la transmisión en directo.

■ ¿Las empresas de audiovisuales seguirán innovando en formatos y tecnología?

● Si las empresas de nuestro Sector no tienen esto como máxima, están muertas. Hay nuevos formatos, tecnología, sistemas y los audiovisuales no dejan de ser un medio para generar esas experiencias y provocar esas conexiones emocionales a través de contenidos, imagen, música, luces... Sensaciones que cada vez se vuelven más exigentes y que hay que superar con la innovación para no hacer algo que sea lo de siempre, a lo que todos estén acostumbrados.

EN DIRECTO

'La sostenibilidad cobrará especial relevancia'

LA SOSTENIBILIDAD EN la industria de la organización de eventos no ha sido un tema de los prioritarios porque hay otros muchos importantes pero, en mi opinión, ahora va a cobrar una especial relevancia. Y hablamos de un campo muy amplio porque no nos estamos refiriendo solo a la sostenibilidad ambiental, que tan importante es en nuestro Sector con la correcta gestión de residuos electrónicos y el cuidado



Roberto Chenel
Presidente de AproAV

medioambiental que generan los transportes; nos vamos a referir muy mucho al empleo y las condiciones de trabajo, a la estabilidad, a la sostenibilidad económica de las empresas, al impacto social que la industria tiene en millones de familias, en fabricantes y, en general, en el mundo de los eventos. Tenemos retos y protagonismo y tenemos que ser punteros en todos estos campos para generar un impacto positivo.

El Ayuntamiento de Madrid inicia un plan de ayuda al Turismo MICE a través del Convention Bureau

Entre otras muchas medidas, el plan contempla ofrecer formación sobre asuntos laborales, fiscales y de financiación

El Ayuntamiento de Madrid, a través del Madrid Convention Bureau (MCB), ha puesto en marcha un plan de acciones específico para las empresas

asociadas a este organismo y que tiene el objetivo de ofrecerles asesoramiento y guiarlas en las nuevas medidas y normativa puesta en marcha por distintas

Administraciones para tratar de minimizar los efectos que la pandemia del Covid-19 está produciendo en la economía y, especialmente, en el Sector MICE.

Dado este escenario y la incertidumbre del Sector de cara al futuro, el Ayuntamiento ha diseñado un plan para proveer a las empresas asociadas al MCB de herramientas para afrontar esta crisis y su pronta recuperación. En una primera fase, se realizarán acciones de formación y reuniones sectoriales y se abordarán medidas dirigidas a paliar, en la medida de lo posible, la grave situación financiera de la mayoría de las empresas del Sector MICE madrileño. En una fase posterior, se plantearán acciones conjuntas de promoción y comunicación destinadas a reactivar el Sector y a apoyar la recuperación del negocio en la ciudad.

La primera de las acciones formativas es la realización de varios seminarios *web* sobre temas normativos o de comunicación. El primero, que ya se ha realizado, contó con la participación de 120 empresas e incluyó la intervención

de tres asesores (fiscal, laboral y financiero) para analizar las posibles ayudas a las que las empresas pueden acceder y para estudiar la situación laboral actual y cómo puede abordarse. Las siguientes formaciones *online* irán dirigidas a aspectos como la gestión de la comunicación empresarial en periodos de crisis o al panorama de cambio en el ámbito de los seguros y los contratos de eventos.

Inteligencia sectorial

También se realizarán reuniones sectoriales para conocer de primera mano la situación actual de las empresas asociadas y su capacidad de recuperación de negocio a medio y largo plazo. Estas convocatorias virtuales ayudarán a adaptar, a medio plazo, las demandas reales del Sector, así como cualquier otra medida que se pueda tomar en el futuro. Además, mientras dure la pandemia, Madrid Destino ha decidido una

prórroga del pago de las cuotas de las empresas asociadas al Madrid Convention Bureau. Esta moratoria está sujeta a la aprobación, cuando sea posible y por parte de la Junta Rectora del MCB, de cualquier otra medida adicional complementaria.

Para demostrar el firme compromiso del Ayuntamiento con la industria turística madrileña, se ha difundido entre todas las empresas asociadas un vídeo en el que la presidenta del MCB y concejala delegada de Turismo, Almudena Mailló, transmite su agradecimiento por la generosidad y la solidaridad del sector con la sanidad madrileña y la ciudadanía en general. "Madrid, siempre juntos y con este carácter solidario que nos caracteriza, trabaja para salir cuanto antes de esta crisis. Quiero deciros que no estáis solos. Que entre todos saldremos, unidos y más fuertes", ha afirmado Mailló.



Madrid quiere seguir siendo un referente en Turismo de Reuniones.

Las sedes singulares de la Comunidad de Madrid piden medidas específicas

Reclaman la aportación profesional en la adopción de medidas y normativa

La sección de Sedes Especiales del Madrid Convention Bureau (MCB) ha emitido un comunicado en el que exponen su problemática particular ante la pandemia del coronavirus y las medidas específicas que solicitan para poder afrontar esta situación y salir de la crisis con ciertas garantías.

El documento lo ha presentado a la propia oficina de congresos madrileña y al Ayuntamiento de la capital con el objetivo de distribuirlo a otros Ayuntamientos de la Comunidad, al propio Gobierno de la Comunidad de Madrid, al Gobierno de España y también a otros Conventions Bureau del país, al Spain Convention Bureau y a TurEspaña.

El documento explica "la delicada situación" en la que se encuentran las sedes singulares de la Comunidad de Madrid con prácticamente todos los eventos cancelados o pospuestos hasta septiembre, mes en el que esperan empezar a celebrar reuniones y eventos, aunque no saben en qué condiciones los podrán acoger.

Por ejemplo, si en la reapertura de espacios para eventos se limitara el aforo a un tercio de la capacidad —como se hizo tras las primeras medidas por el coronavirus—, muchos eventos no podrían realizarse, bien porque a los espacios no les sería rentable abrir sus instalaciones o porque los clientes no estarían dispuestos a pagar unas tarifas superiores con las nuevas condiciones. "Necesitamos abrir con los aforos completos", detalla el comunicado.



Las sedes para eventos tienen necesidades específicas.

También reclama la intervención de los profesionales de estas sedes en el desarrollo de una posible nueva normativa sobre riesgos laborales, calidad e higiene para la reapertura de los distintos espacios. En este sentido, pregunta si "¿se va a contar con nuestro criterio profesional para poder adaptar estas medidas de forma lógica, práctica y consensuada, o por el contrario va a ser una imposición en algunos casos imposible de cumplir?".

Medidas y por consenso

En definitiva, las sedes especiales del MCB piden a las Administraciones una reflexión sobre la situación específica de su ámbito de actuación y que tomen las medidas necesarias y por consenso para poder afrontar esta situación

y volver en las mejores condiciones posibles.

Por otro lado, se muestran de acuerdo con las medidas solicitadas desde el Foro MICE hace unos días y, además, añaden otras específicas: la flexibilización de ciertas licencias y apartados relacionada con ellas, por ejemplo, terrazas y horarios para poder ampliar facturaciones; la ampliación de ERTES por fuerza mayor más allá del estado de alarma en nuestro Sector e incorporación progresiva de los trabajadores; la suspensión de alquileres de espacios y locales de espectáculos; y la posibilidad de acoger actividades que no sean las habituales, para lo que necesitarían contar con ayudas y facilidades en seguros o licencias.

Córdoba mira al Turismo MICE para reactivar el sector turístico

El Ayuntamiento de Córdoba y la Confederación de Empresarios (Ceco) han presentado un 'Plan de Emergencia para la Promoción Turística de Córdoba y Provincia' que incluye una serie de medidas para reactivar el sector turístico una vez que se supere la pandemia del coronavirus. En este plan el Turismo de Congresos tiene un papel importante.

El Plan de Emergencia para la Promoción Turística de Córdoba y Provincia incluye tres medidas a realizar durante la etapa de confinamiento, como son la elaboración de una campaña de marketing digital, el desarrollo de medidas financieras que ayuden al mantenimiento de pymes y empleos, y analizar la reactivación económica de las empresas del sector.

Para después del confinamiento, el plan plantea 10 medidas, una de las cuales se refiere al Turismo MICE. "Es absolutamente necesario realizar un plan específico de

captación de congresos y eventos, ya que es sin duda el segmento turístico de mayor rentabilidad y el único capaz de desestacionalizar el turismo", señala el documento. Para ello, se pretende crear una oficina específica dentro del Instituto Municipal de Turismo (Imtur) "con presupuesto propio y dotación de personal (mínimo dos personas)".

El personal de esta oficina estará dedicado, por un lado a "realizar visitas personalizadas por España a empresas, instituciones, colegios profesionales, etcétera", y, por otro lado, "actuando como base de apoyo al personal exterior y ayudando a aquellos potenciales interesados en celebrar su evento en Córdoba, poniéndolos en contacto con todo el sector MICE de Córdoba, agencias de viajes, Hostecor, guías turísticos, Asociación de Hospedaje, Asociaciones de congresos, etc., y ser soporte ante las instituciones locales".



Córdoba trabajará en la captación de Turismo de Congresos.

El coronavirus demuestra la importancia de las políticas de seguridad y prevención en los viajes

La reactivación de los viajes de negocios será gradual y en función de los distintos mercados, según GEBTA España

La gestión de las últimas semanas de los viajes de negocios en el marco de la pandemia del coronavirus ha confirmado, una vez más, la importancia de las políticas de seguridad y prevención en las

empresas. Así lo asegura el director general de GEBTA España, Marcel Forns, afirmando que "nunca como ahora el rol de las agencias y sus equipos ha sido tan importante, en la medida en

la que ha velado por la protección y cuidado del mayor activo de las corporaciones: sus empleados". Por otro lado, expone algunas previsiones sobre la reactivación de los viajes corporativos.

Durante las últimas semanas, según Forns, "el volumen de operaciones de evacuación y repatriación gestionado por las TMCs y sus profesionales está siendo ingente, y han sido capaz de moverse en un escenario de caos sin precedentes". Además, añade que las empresas conocen la importancia de la seguridad de sus empleados y "convendrá no olvidarlo cuando volvamos a una cierta normalidad, porque el escenario que nos espera seguirá siendo incierto y las corporaciones, más que nunca, deberán ser muy conscientes a la hora de decidir en manos de quién ponen a sus empleados, de la misma manera que deberían considerar que la medida del valor no son las transacciones". En ese sentido, Forns señala que "siempre hemos dicho que la seguridad es un factor corrector del ahorro".

Por otro lado, el director general de GEBTA España hace un análisis de la posible evolución de los viajes de negocio tras esta crisis. Cree razonable que una vez que las medidas excepcionales adoptadas por los gobiernos se retiren, la actividad volverá a recuperarse, aunque será de forma gradual y dependerá de la oferta de los proveedores (aerolíneas, por ejemplo) y de los distintos mercados (la crisis evoluciona de manera distinta en los países). "Los viajes de negocio, como hemos afirmado en múltiples ocasiones, tienen un cierto carácter anticíclico que fa-

vorece su activación en momentos en los que la economía se contrae", indica Forns.

Marcel Forns destaca que la evolución del mercado de *business travel* y eventos será distinta. En este sentido, prevé que "las reuniones con clientes y viajes vinculados con el negocio y los ciclos/cadena de producción y suministro de las empresas, su recuperación debiera ser más rápida, si bien sujeta a la apertura gradual de los mercados y a las limitaciones y restricciones que se establezcan en función de la nacionalidad de los viajeros". Asimismo, "cabe pensar en una primera fase centrada básicamente en el mercado doméstico y en mercados de proximidad del ámbito europeo, que se irá ampliando de modo progresivo".

En cuanto a las reuniones internas, espera, como ya sucedió en 2008, que los desplazamientos de esta naturaleza se vean afectados durante lo que resta del ejercicio 2020. Y respecto al Sector MICE, Forns prevé que habrá una cierta recuperación en 2020 y se reprogramarán eventos para 2021, con algunos eventos ya perdidos este año. Además, "es probable que las partidas asignadas a esta tipología de viajes se resienta de posibles ajustes de los capítulos de marketing y se pospongan para el 2021, con el objeto de aligerar el gasto. El MICE ha sido el primero de los subsectores en verse afectado por la crisis y, probablemente, será también el último en salir de ella".

GEBTA España detecta tres tendencias empresariales que cambiarán los viajes de negocios en el mundo

El consorcio de agencias de viajes de negocios GEBTA España ha detectado tres tendencias que cambiará una parte de los viajes de negocio cuando se supere la pandemia del coronavirus. El primero es la relocalización de los procesos de producción, el segundo el fomento de las reuniones *online* y, por último, la lucha contra el cambio climático.

"El primero de los efectos que observamos tiene que ver con las estrategias de relocalización de los procesos de producción que, con la globalización, se habían trasladado a Extremo Oriente (principalmente a la China)", afirma el director general de GEBTA España, Marcel Forns. Esta tendencia ya se había iniciado por parte de algunas empresas llevando sus centros de producción a mercados más cercanos y ahora, dada la situación actual, esta tendencia se va a potenciar.

Marcel Forns comenta que "el segundo de los efectos que estamos observando, a medida que el coronavirus se ha ido extendiendo en los distintos países, ha sido la toma de medidas tendentes a facilitar el teletrabajo, como alternativa a los formatos presenciales en las oficinas, así como las reuniones virtuales, en sus distintas modalidades". El desarrollo de la tecnología y



El coronavirus cambiará los viajes de negocios.

la incorporación del 5G facilitará el fomento de este tipo de reuniones, aunque Forns destaca que "no reemplazarán completamente la necesidad de reuniones presenciales, porque aquéllas presentan ciertas limitaciones, habida cuenta de que el contacto personal y las reuniones físicas son más eficientes en términos de favorecer la creatividad, el pensamiento estratégico o la generación de confianza, aspectos que resultan fundamentales para la mayoría de los negocios".

Por último, GEBTA España observa que esta situación ha provocado una mayor lucha contra el cambio climático. "No tiene ninguna relación directa con la crisis del Covid-19, pero

también estaba ahí, y sumado a los dos elementos anteriores, puede ejercer de acelerador de tendencia: más kilómetros, menos desplazamientos innecesarios", indica Marcel Forns. "Este es un factor que a su vez está directamente asociado al perfil de las nuevas generaciones de usuarios, a los mayores niveles de sensibilidad personales en relación con los impactos de los viajes sobre el entorno, a la vez que una eventual tendencia hacia modelos de menor consumo 'forzado', como consecuencia de una menor abundancia de recursos, menor cobertura de las pensiones y sistemas sociales, y por consiguiente de menor capacidad de gasto", concluye.

Las personas residentes en España gastan 6.700 millones en viajes de negocios en 2019

Las personas residentes en España realizaron 16.126.815 viajes por motivos de negocios en 2019, un 3,8% menos que el año anterior, generando más de 57 millones de pernoctaciones (-2,9%) y un gasto de 6.697 millones de euros (-2,9%), según la Encuesta de Turismo de Residentes (ETR/Familitur) del Instituto Nacional de Estadística (INE).

En turismo interior, es decir, dentro de las fronteras españolas, los residentes realizaron 13.961.700 viajes de negocios en 2019 (-4,37%), generando 45.251.834 pernoctaciones (-2,2%) y un gasto de 4.139,7 millones de euros (-1,58%). La estancia media en España fue de 3,24 días y el gasto medio diario por persona ascendió a 91,48 euros.

En cuanto al turismo internacional, los residentes en España realizaron 2.165.115 viajes profesionales al extranjero (-0,07%), generando

11.881.446 pernoctaciones (-5,42%) y un gasto de 2.557,2 millones de euros (-4,9%). La estancia media en el extranjero fue de 5,49 días y el gasto medio diario por persona ascendió a 215,23 euros. En términos generales, hay que destacar la

rentabilidad de los viajes de negocios al realizar una mayor gasto diario este tipo de viajero. La media de gasto al día del viajero corporativo fue de 117 euros el pasado año frente a los 66 euros del viajero de ocio, lo que supone un 43,6% más.

Por otro lado, el INE también ha publicado el gasto de los turistas internacionales en España en el mes de febrero, que alcanza los 4.714 millones de euros, un 1,2% más respecto a hace un año, según la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur), aunque la evolución es

negativa en lo que respecta a viajes de negocio. Los datos señalan que los turistas internacionales que viajaron a España por motivos profesionales han gastado un total de 358 millones de euros en febrero, lo que supone un descenso del 10,2% respecto al mismo mes de 2019. A pesar de estas cifras, el gasto medio por turista ha sido un poco mayor (+3,7%) que hace un año, llegando a 968 euros. En cuanto al gasto medio diario de los turistas de negocios, este ha sido de 216 euros, un 9% menos que en febrero de 2019, pero un 31,7% más que el gasto medio diario de un turista de ocio, lo que demuestra la mayor rentabilidad de los viajeros corporativos.

Otro de los datos que aporta Egatur es la estancia media de los turistas de negocio, que ha sido de 4,5 días en febrero, un 13,9% más que hace un año, pero menor que la estancia media del pasado mes de enero, que fue de seis días.



Los residentes en España han tenido un gasto inferior por viajes de negocios en 2019.

El futuro de la industria congresual pasa por la organización de eventos híbridos

Ahorro de costes e interacción entre personas ubicadas en distintos lugar, algunas de las ventajas que presentan

La pandemia del coronavirus ha puesto encima de la mesa la necesidad de fomentar los eventos virtuales e híbridos. Según destaca MCI Spain, el futuro de los

eventos pasa fundamentalmente por la celebración de este tipo de eventos, que combinan la presencia virtual en reuniones con la creación de una comu-

nidad virtual con multitud de oportunidades. Entre sus ventajas, están el ahorro de costes y la interacción entre personas ubicadas en distinto lugar.

"La transformación digital, en el Sector MICE, es sinónimo de empresa innovadora, y los eventos híbridos pueden ofrecer un alto valor añadido a multinacionales y asociaciones internacionales en sus conferencias mundiales. No es sólo el cómo se interactúa, sino también el qué se obtiene con los eventos, y en esto, las nuevas tecnologías marcarán un antes y un después", afirma el director general adjunto de MCI Spain & Portugal, Rudolf Rannegger.

La compañía indica que la apuesta por los eventos híbridos va de la mano de la innovación en tecnología con la que convive desde hace unos años la industria MICE. Hologramas y realidad aumentada son dos de los muchos elementos digitales que se pueden introducir en eventos y congresos profesionales. La inclusión de soluciones tecnológicas es una fórmula de éxito seguro para las empresas en un mundo corporativo cada vez más competitivo y disruptivo.

MCI Spain señala que los eventos híbridos permiten a las grandes empresas multiplicar sus objetivos. En este sentido, añade que, además del evidente ahorro económico que puede suponer la conexión online de miles de personas en vez de trasladarlas a todas a un mismo lugar, este modelo de participación virtual permite a organizadores y asistentes no estar limitados por



La realidad aumentada es una de las tecnologías que se pueden usar en eventos virtuales o híbridos.

cuestiones geográficas ni físicas ni idiomáticas.

El resultado, según la compañía, es un proyecto altamente rentable, ya que ofrece la posibilidad de atraer a un mayor número de potenciales asistentes y clientes al evento, segregando por el público objetivo. Sin embargo, un evento híbrido o virtual no es una simple transmisión de un evento. La tecnología de última generación y la

interacción son parte fundamental de estas reuniones, cada vez más valorados por la industria MICE.

MCI Group lleva muchos años apostando por las más novedosas tecnologías del mercado para ofrecer a sus clientes experiencias únicas. "Por ello, en MCI Spain estamos perfectamente preparados para utilizar esa tecnología en el desarrollo de eventos digitales, la alternativa ideal para las

empresas en las actuales circunstancias, y en el impulso del futuro del Sector MICE, que, sin duda, pasa por los eventos híbridos", destaca Rannegger.

En Alemania, MCI Group realizó recientemente un evento para una empresa tecnológica en el que se utilizaron un tipo de hologramas que cautivaron a los asistentes y merecieron el reconocimiento internacional. "En

MCI estamos apostando por la tecnología de manera firme; todas estas innovaciones están ya en la cabeza de muchos directores de marketing", asegura Rannegger.

Dorier Group ha desarrollado un sistema que permite una conversación fluida entre los interlocutores, con menos de un segundo de retraso entre cualquiera que esté participando en un evento híbrido, y resistente a la pérdida de paquetes IP. Así, parece que una persona que asiste al evento de forma online desde cualquier país se encuentra en la misma sala que otro que participa desde otro lugar. En esta unión de procesos y soluciones interconectadas, también está muy presente el Internet of Things (IoT o Internet de las Cosas).

Otro de los avances tecnológicos que están transformando la forma de trabajar en la industria MICE es son la realidad aumentada y los hologramas. Esta experiencia hiperrealista abre un mundo de posibilidades para empresas y organizadores de eventos. Los conocidos ya como HumaGram (personas que pueden proyectar su mensaje en varios lugares de forma simultánea) captan una mayor atención del asistente, generan un valor añadido al evento y crean una experiencia inmersiva y rompedora. Además, supone un gran ahorro de costes del viaje y asegura la presencia del conferenciante ante posibles imprevistos.

La colaboración entre todos los actores de la industria será fundamental en el futuro de los eventos

La empresa The Creative Dots ha celebrado un nuevo encuentro virtual de sus 'Meet The Expert' en el que ha presentado las conclusiones de varios grupos de trabajo que han intentado definir el futuro de la industria de la organización de eventos a través de varios stakeholders. En muchos de ellos destacan la colaboración como un aspecto fundamental para la reactivación del Sector.

The Creative Dots había definido seis grupos de stakeholders. En el grupo de Agencias, lo más destacado para su futuro son las nuevas oportunidades que se presentan, además, mediante la colaboración, la cooperación y la co-creación. Además, también será importante la tecnología y la sostenibilidad.

En Asociaciones, se hace imprescindible mejorar la comunicación interna y externa para valorizar eventos y congresos, ayudar y colaborar entre miembro y replantear temas de contratos,

condiciones y seguros. En el área de Clientes, es importante aprender o mejorar la gestión de stakeholders en el diseño y planificación de eventos, y convertirse en un rol estratégico orientado a resultados.

Para los Conventions Bureau, lo más destacado es fortalecer las relaciones con las autoridades locales y dar voz a las inquietudes del Sector, y contar con un diagnóstico del destino para crear una marca propia y mejorar la imagen.

En cuanto a Medios, es fundamental que haya un cambio de modelo de negocio y que se pongan sus herramientas y plataformas a disposición de los clientes para facilitar su recuperación, y también trabajar con los clientes de forma colaborativa. Para finalizar, las Venues tienen que ser pioneras en la transformación, demostrando que se puede poner en práctica una nueva puesta en escena, y adoptar la sostenibilidad económica, social y medioambiental.



El encuentro virtual organizado por la empresa The Creative Dots.



El Sector ha cambiado y la Información también

Concurso
MISS CATALUÑA

PATROCINADO POR
Laurendor

CON AUTORIZACION DEL
**MINISTERIO DE
INFORMACION Y TURISMO**



**PREMIOS EN METALICO:
MISS CATALUÑA.
25.000 PESETAS
DAMAS DE HONOR.
10.000 Ptas. CADA UNA**

PREMIOS EN OBJETOS
CONSISTENTES EN
JOYAS, MUEBLES, RELOJES DE ORO, RADIOS, MAQUINAS
FOTOGRAFICAS, ETC. POR UN VALOR GLOBAL DE
UN MILLON DE PESETAS

SOLICITE EN SU PERFUMERIA LAS BASES DE ESTE SENSACIONAL CONCURSO

CONEXO.net Colaboran **CEOE** **(Fitur)** **IFEMA**

CONGRESOS, REUNIONES E INCENTIVOS



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

El proyecto 'Congresos' ayuda a que durante 2016 la localidad sevillana haya logrado un récord histórico en la llegada de visitantes a su Oficina municipal de Recepción Turística.



El MICE, producto clave en Comunidad Valenciana



La política turística de Málaga da resultado en 2016



Oviedo Congresos incorpora a nuevas empresas asociadas



**Date de alta
en Conexo.net**

Diario online de Congresos,
Reuniones e Incentivos

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



ISABEL OLIVER
Modelo turístico
PÁG. 28 / Podemos y debemos replantearnos el modelo turístico.



BEGOÑA VILLACÍS
Turismo de calidad
PÁG. 28 / Madrid ciudad apuesta por el Turismo de calidad.



MIGUEL MIRONES
Un sello de calidad
PÁG. 30 / Calidad turística en Iberoamérica, de la mano del ICTE.



CARLOS GARRIDO DE LA CIERVA
Destinos esenciales
PÁG. 30 / Iberoamérica es un conjunto de destinos esenciales.



JORGE MARICHAL
Un aliado y colaborador
PÁG. 29 / La hotelería española, es una aliada de Iberoamérica.



CIMET reúne en su vigésimotercera edición a los máximos representantes empresariales del Sector Turístico español con los ministros o viceministros de Turismo de 13 países.

CIMET une Iberoamérica con España

13 Países participan en la Conferencia

Rotundo éxito de la XXIII Conferencia Iberoamericana de Ministros y de Empresarios de Turismo CIMET 2020 que, con formato renovado, contó con la participación de 13 países de Iberoamérica y la Península.

La internacionalización en Iberoamérica del Sector Turístico español ha sido el eje central de la Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo. Los ministros y representantes de Turismo de 13 países (España incluida) han expuesto los planes e incentivos que ofrecen sus Gobiernos para fomentar la internacionalización y han

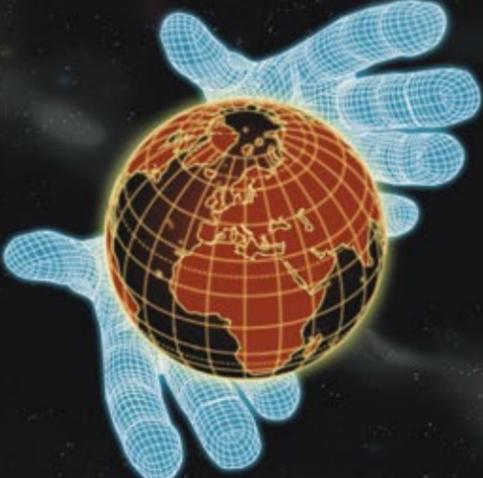
debatido con los empresarios del Sector en torno a tres paneles especializados en destinos, alojamientos y clientes. Además, una edición más se ha celebrado un workshop inverso. El presidente del Grupo Iberia, Luis Gallego, ha sido designado Prócer del Turismo de España en Iberoamérica, en reconocimiento a su trayectoria empresarial. **Pág. 21**



El nuevo Prócer, Luis Gallego, con los copresidentes de CIMET.

Prócer del Turismo en Iberoamérica de 2020

El ahora consejero delegado de International Airlines Group (IAG), Luis Gallego, ha pasado a formar parte en la vigésimotercera edición de CIMET 2020 de la galería de Próceres del Turismo Español en Iberoamérica. El Comité Organizador le ha otorgado la Insignia de Oro y Brillantes al presidente del Grupo Iberia, en reconocimiento a su trayectoria. **Pág. 26**





Date de alta en Conexo.net

Diario online de Congresos, Reuniones e Incentivos

... y recíbelo cada mañana en tu email



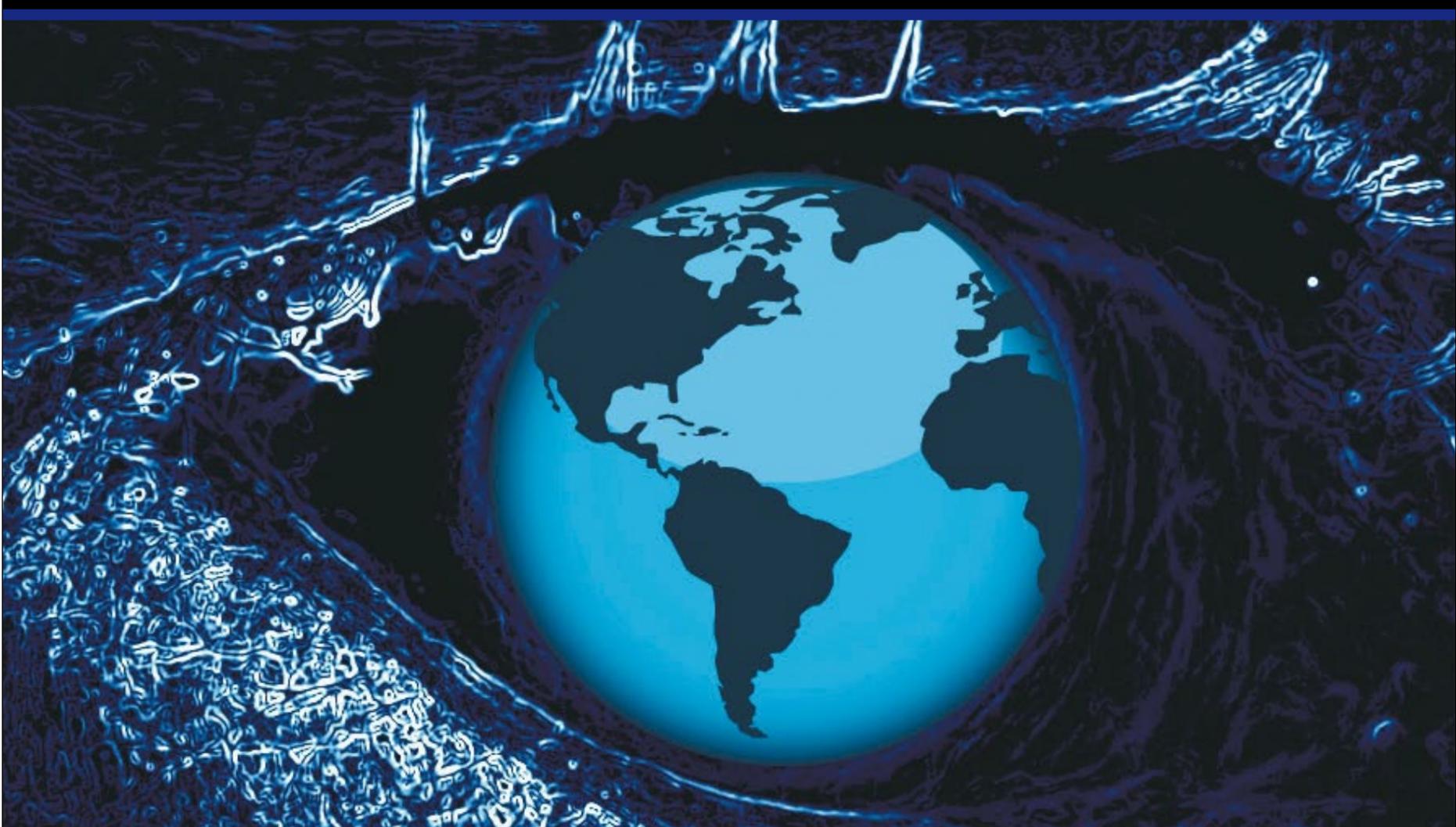
CONEXO.net
CONGRESOS, REUNIONES E INCENTIVOS

El impacto económico del Sector MICE en España se acerca a los 7.000 millones

La Cumbre del Clima de la ONU se celebrará en Madrid

Globalia mejora la experiencia del cliente con IA

Voxel, finalista en los Business Travel Awards 2020



Una Visión Global del Turismo entre Iberoamérica y España



XXIII Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo

Martes, 21 de enero de 2020

Centro de Convenciones Sur de Ifema

ORGANIZA



PATROCINAN



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

COLABORAN



XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO



La inauguración de CIMET 2020 ha contado con la presencia de la vicealcaldesa de Madrid, Begoña Villacís; el presidente de CEIM y vicepresidente de CEOE, Miguel Garrido de la Cierva; el director general de la Feria de Madrid, Eduardo López-Puertas; el presidente de CEHAT, Jorge Marichal; el presidente de CEAV, Carlos Garrido; el presidente del ICTE, Miguel Mirones; el director del Ventas para América Latina de Iberia, Víctor Moneo; la directora de Fitur, María Valcarce; y los copresidentes de CIMET, Eugenio de Quesada y Don Carlos Ortiz.

Iberoamérica se vuelca con CIMET 2020 con la presencia de los responsables de Turismo de 12 países

La secretaria de Estado de Turismo de España, Isabel Oliver, ha presidido la sesión de clausura de la Conferencia

CIMET llega a su vigesimotercera edición con el respaldo mayoritario una vez más de Iberoamérica. Organizada por el Grupo NEXO, ha contado con la colaboración del Consejo de Turismo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Feria de Madrid (Ifema), Feria Internacional de Turismo (Fitur) y la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el patrocinio de Madrid Destino y del Grupo Iberia.

La Conferencia Iberoamericana de Ministros y de Empresarios de Turismo (CIMET) ha vuelto a abrir el programa oficial de la Feria de Turismo, Fitur, en su vigésimo-tercera edición. El evento, que ha tenido lugar el martes 21 en el Centro de Convenciones Sur de Ifema de 9.00 a 15.00 horas, ha reunido a los ministros y responsables de Turismo de un total de 12 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Honduras, México,

Nicaragua, Panamá, Paraguay y Puerto Rico.

Este eficaz instrumento al servicio de la internacionalización del Turismo español en Iberoamérica ha congregado a unos 200 profesionales de la industria turística española. Además de las tradicionales intervenciones de los ministros, que han expuesto los aspectos más relevantes de los planes e incentivos que ofrecen sus respectivos gobiernos a los inversores españoles, la jornada ha albergado tres debates

que han abordado la situación y perspectivas del transporte y conectividad (destinos); los nuevos alojamientos (alojamiento); y la evolución de la demanda y nuevas tecnologías (cliente).

CIMET también ha vuelto a posibilitar el encuentro directo de los empresarios españoles con los máximos responsables de los Gobiernos y Administraciones turísticas de Iberoamérica y el Caribe. En un *workshop* inverso, celebrado en una sala contigua a la Conferencia, han sido los

propios ministros o viceministros quienes han vendido sus destinos, convirtiendo el evento en un *lobby* blanco que sirve de eficaz instrumento para la internacionalización de todas las empresas turísticas, especialmente las pymes.

Nexo de unión

Galardonada con la Medalla al Mérito Turístico, que el Gobierno español concedió a los copresidentes de CIMET, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz, por

acuerdo del Consejo de Ministros (y dos reales decretos), la Conferencia Iberoamericana de Ministros y de Empresarios de Turismo se acerca a un cuarto de siglo de existencia desde su creación. Y lo hace uniendo esfuerzos con la OMT y el Consejo de Turismo de CEOE, para servir como nexo de unión entre lo público y lo privado, facilitando un punto de encuentro, eficaz y abierto a todos, de los destinos iberoamericanos y el empresario turístico español.



En la vigesimotercera edición han estado presentes representantes de 12 países de Iberoamérica: el ministro de Turismo y Deportes de Argentina, Matías Lammens; el viceministro de Turismo de Brasil, Daniel Diniz Nepomuceno; la subsecretaria de Turismo de Chile, Mónica Zalaquett Said; el viceministro de Turismo de Colombia, Julián Guerrero Orozco; la ministra de Turismo de Costa Rica, María Amalia Revelo; la ministra de Turismo de Ecuador, Rosi Prado de Holguín; la ministra de Turismo de Honduras, Nicole Marrder; el secretario de Estado de Turismo de México, Miguel Torruco; la ministra de Turismo de Nicaragua, Anasha Campbell; el ministro de Turismo de Panamá, Iván Eskildsen; la ministra de Turismo de Paraguay, Sofía Montiel de Afara; y la ministra de Turismo de Puerto Rico, Carla Campos Vidal.

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO



Matías Lammens, ministro de Turismo y Deportes de Argentina



Higinio Brito, viceministro de Turismo de Brasil



Mónica Zalaquett Said, subsecretaria de Turismo de Chile



Julián Guerrero Orozco, viceministro de Turismo de Colombia



María Amalia Revelo, ministra de Turismo de Costa Rica



Rosi Prado de Holguín, ministra de Turismo de Ecuador

Los grandes destinos turísticos de Iberoamérica acogen con optimismo la incorporación de Air Europa a Iberia

Los países iberoamericanos, sin excepción alguna, ven con buenos ojos la incorporación de Air Europa a International Airlines Group (IAG), confiando todos ellos en que con la creación del gigante aéreo español se fortalecerá el liderazgo turístico de España y, por ende, las conexiones con sus destinos, donde tanto Air Europa como Iberia gozan de un excelente posicionamiento. Los ministros de Turismo participantes en CIMET esperan que la integración se traduzca en una ampliación de rutas y en el incremento de la conectividad entre el *hub* de Adolfo Suárez Madrid-Barajas y los principales aeropuertos de los países de Iberoamérica. "La alianza es sumamente positiva", han resaltado varios de los ministros que se han dado cita en el evento que cada año abre el programa oficial de Fitur.

Más allá de esta cuestión, que ha sido objeto de análisis en el debate entre ministros y empresarios, la vigésimotercera edición de la Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo, organizada por el Grupo NEXO en colaboración con el Consejo de Turismo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), la Organización Mundial del Turismo (OMT) y Fitur —con el patrocinio de Iberia y Madrid Destino—, ha dado a los ministros y responsables de Turismo de Iberoamérica la oportunidad de

exponer sus planes para facilitar el establecimiento de inversores extranjeros, donde España juega un papel crucial. Lo han hecho ante los más de dos centenares de profesionales que se han dado cita.

En representación de **Argentina**, el ministro de Turismo y Deportes, Matías Lammens, resalta que su país "es un destino líder, con más de siete millones de turistas internacionales recibidos anualmente". "Tenemos el desafío de incrementar esta cifra, así como de dar a conocer otras zonas menos conocidas de nuestro territorio", apunta. Para lograrlo, su Gobierno apuesta de forma decidida por aprovechar "la relación entre el deporte y el Turismo", más aún cuando acogerá junto a Colombia la próxima Copa América. Otro gran desafío, como él mismo reconoce, es aumentar la conectividad aérea tanto mediante la ampliación del número de plazas, que actualmente ronda los nueve millones, como a través de la captación de nuevas líneas aéreas y el fortalecimiento de Aerolíneas Argentinas. Por último, Lammens hace hincapié en la apuesta de su Gobierno por favorecer la inversión extranjera, "acogiendo con los brazos abiertos" cualquier proyecto que contribuya a mejorar el destino.

En palabras del viceministro de Turismo de **Brasil**, Higinio Brito, "en un año nuestro Gobierno ha logrado conquistas

importantísimas, con resultados extremadamente positivos para nuestra economía". Además, destaca que "por primera vez en la historia de Brasil, un gobierno ha colocado al Turismo en la agenda económica, concediéndole un papel estratégico". En este sentido, revela que "tenemos una economía más abierta y receptiva para hacer negocios", a lo que añade "la seguridad jurídica" que ofrecen a los empresarios extranjeros. De las últimas medidas adoptadas por su Gobierno, hace referencia a la eliminación del visado en numerosas potencias emisoras, lo que ha contribuido de forma decisiva al crecimiento del 12,6% de las llegadas de turistas internacionales.

En el caso de **Chile**, la subsecretaria de Turismo, Mónica Zalaquett, explica que "el Turismo es una industria joven en nuestro país, pero no por eso es menos importante". Es más, afirma que "se ha convertido en un motor de desarrollo económico y un elemento clave en materia de creación de empleo". Según detalla, se ha puesto en marcha la estrategia nacional de Turismo para el periodo 2020-2030 en coordinación con el sector privado, poniendo el foco en la mejora de la experiencia, el fomento de la sostenibilidad y el desarrollo del país. También menciona la fuerte inversión realizada para rehabilitar la red de aeropuertos, entre

los que destaca el de Santiago de Chile, cuya capacidad pasa de 16 a 38 millones de asientos. De cara a los inversores españoles, enumeró ventajas como los incentivos tributarios, la seguridad jurídica y el acompañamiento a los empresarios que desarrollen proyectos en su territorio.

La conectividad, clave

El viceministro de Turismo de **Colombia**, Julián Guerrero, pone de relieve el papel crucial de la actividad turística, que "se ha convertido en una fuente muy importante para el desarrollo del país y la creación de empleo". "En 2019 batimos el récord turístico internacional, con una cifra histórica de conexión aérea, y escalamos siete posiciones en el *ranking* mundial de competitividad turística", señala. Para dar continuidad a esta progresión, el país ha creado "un marco legal favorable para los inversores extranjeros que ha contribuido a la llegada de importantes proyectos". Asimismo, indica que "el año pasado se lanzó el denominado Proyectos Turísticos Especiales, mecanismo original que facilita y hace más ágil el desarrollo de proyectos de infraestructuras turísticas estratégicas". "Invito a los inversores españoles a que hagan uso de esta figura", sentencia.

Por su parte, la ministra de Turismo de **Costa Rica**, María Amalia Revelo, resalta en primer lugar las cifras alcanzadas por el

destino, que cerró 2019 con "medio millón de turistas procedentes de Europa, un 4,3% más", con fuertes crecimientos de sus grandes potencias emisoras, entre las que figura España. "Para un país de cinco millones de habitantes, la recepción de medio millón de europeos demuestra el creciente interés por nuestro modelo de desarrollo turístico, estrechamente ligado a la sostenibilidad". Según desvela, el Gobierno costarricense "está implementando una estrategia para la búsqueda de proyectos de inversión extranjera en infraestructuras turísticas, aeroportuaria y portuaria". En el caso concreto de España, reconoce que "es nuestro principal aliado comercial".

Para la ministra de Turismo de **Ecuador**, Rosi Prado de Holguín, "2019 ha sido un año muy bueno para toda Latinoamérica", tendencia en la que ha influido el incremento de la capacidad aérea. En relación a su país, espera que "2020 sea un año excepcional" después de haber crecido un 4,3% en 2019. Para apoyar el crecimiento de la actividad turística, Ecuador ofrece a los inversores extranjeros "seguridad jurídica, estabilidad monetaria, consolidación fiscal, manejo transparente y eficiente de los recursos e igualdad de oportunidades", enumera De Holguín. Además, explica que "buscamos que el Turismo sea un atractivo a nivel nacional", para

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO



Nicole Marrder, ministra de Turismo de Honduras



Miguel Torruco, secretario de Estado de Turismo de México



Anasha Campbell, ministra de Turismo de Nicaragua



Iván Eskildsen, ministro de Turismo de Panamá



Sofía Montiel de Afara, ministra de Turismo de Paraguay



Carla Campos Vidal, ministra de Turismo de Puerto Rico

lo cual están promoviendo "la creación de productos turísticos por todo el territorio". En materia de conectividad aérea, revela que "en 2019 llegaron cuatro nuevas compañías aéreas, entre ellas Air France, que ha regresado tras más de 20 años de ausencia".

Prioridad nacional

Otro país que apuesta decididamente por el Turismo es **Honduras**, cuyo Gobierno lo ha convertido "en una prioridad nacional" a sabiendas del "rol importante que juega" en su economía. "Honduras es sinónimo de oportunidad", resalta su ministra de Turismo, Nicole Marrder, quien añade que "tenemos mucho por hacer y muchas ganas de colaborar con inversores españoles". "Pese a ser un país pequeño contamos con cuatro aeropuertos internacionales, por lo que existen grandes oportunidades de inversión en la conectividad aérea", resalta.

El ministro de Turismo de **México**, Miguel Torruco, hace pública la apuesta de su Gobierno por "seguir estrechando las relaciones con todos los países hermanos". Este gigante turístico, que en el último año superó la barrera de los 40 millones de viajeros, tiene planificados para los próximos cuatro años la ejecución de 2.775 proyectos vinculados al Turismo, con una inversión total de 15.300 millones de dólares. Para Torruco, estas cifras ponen de manifiesto "la confianza que genera México". También hace hincapié en las numerosas ventajas que ofrecen, mencionando "la capacidad de recuperación fiscal, los numerosos incentivos fiscales y la reducción de la carga

impositiva". "Somos un destino con amplias oportunidades para el inversor extranjero", recalca.

"El Turismo es una prioridad de Estado en **Nicaragua**, como demuestra la creación de un marco legal que respalda, promueve y facilita las inversiones", remarca la ministra de Turismo del país, Anasha Campbell, quien indica que "se ha posicionado como una de las actividades económicas prioritarias, no solo por la generación de empleo y divisas, sino porque contribuye a la lucha contra la pobreza". Entre sus fortalezas, afirma que "Nicaragua es el país más seguro de Centroamérica, cuenta con la mejor red de carreteras y apuesta de forma decidida por el desarrollo sostenible, social y cultural". "Hay oportunidades

tremendas para la inversión en nuestro país, con leyes que dan facilidades, como por ejemplo la libre expatriación del capital, las exoneraciones fiscales, etc."

En cuanto a **Panamá**, su ministro de Turismo, Iván Eskildsen, reconoce que "somos un país tradicionalmente reconocido por el canal de Panamá". "Sin embargo, la nueva Administración está trabajando fuerte para posicionarnos en productos de patrimonio cultural y natural", resalta, asegurando que "tenemos joyas que aún no se han dado a conocer en todas sus posibilidades". Esta apuesta por la diversificación se suma a fortalezas como "la estabilidad económica, la estabilidad que nos aporta el dólar y el compromiso del Gobierno central con el

Turismo, el cual se ha plasmado con la creación de un gabinete turístico". Todo ello, unido a la elevada conectividad de Panamá, con 89 vuelos directos al exterior, hacen del país "un lugar de enorme atractivo" para los inversores.

En el caso de **Paraguay**, su ministra de Turismo, Sofía Montiel de Afara, subraya que "estamos trabajando sin pausa para ofrecer un país competitivo, sacando adelante hace varios años una planificación estratégica en materia de Turismo". "Somos un país con numerosas oportunidades, estabilidad económica y seguridad jurídica", a lo que hay que añadir "la baja presión tributaria, el bajo coste de la materia prima y la mano de obra joven". Según expone, "hay numerosas oportu-

nidades para dinamizar nuevos destinos y crecer en segmentos como el Turismo de naturaleza, el Turismo de reuniones o la puesta en valor de la cultura guaraní".

Como punto y final, la ministra de Turismo de **Puerto Rico**, Carla Campos Vidal, enfatiza que "estamos abiertos a hacer negocios vinculados al Turismo". Hace especial hincapié en la capacidad de resistencia de un país que ha sabido sobreponerse a diferentes catástrofes naturales y a una crisis de deuda, entre otras cuestiones, lo que a su juicio "habla de la seguridad que damos a los inversores". Es más, afirma que las empresas de capital extranjero "han redoblado su apuesta por Puerto Rico", produciéndose "un auge" en los últimos tiempos.



Vista general de CIMET 2020, celebrada en el Centro de Convenciones Sur de Ifema.

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO



Isabel Oliver, secretaria de Estado de Turismo



Begoña Villacís, vicealcaldesa de Madrid



Miguel Ángel Garrido, presidente CEIM y vicepresidente CEOE



Marta Blanco, presidenta del Consejo de Turismo de CEOE



Carlos Garrido, presidente de CEAV



Jorge Marichal, presidente de CEHAT

Villacís revela que Madrid será el próximo otoño sede de la primera edición del Foro Mundial del Turismo

Los máximos responsables de las principales Organizaciones empresariales del Sector y destacadas autoridades se han dado cita en los actos de apertura y clausura de la XXIII edición de la Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET), que ha congregado en Ifema a dos centenares de profesionales de la industria turística. En representación del Gobierno español ha participado la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, quien ha descrito CIMET como "un magnífico foro para debatir retos, oportunidades y problemas de nuestro Sector". En su intervención, ha destacado que "el Turismo es una industria imparable que crece por encima de la economía mundial y ya representa más del 12% del PIB español". El crecimiento que ha protagonizado en los últimos años sitúa a esta industria "en una posición de responsabilidad a nivel mundial", jugando un papel clave en cuestiones como "poner fin a la pobreza, combatir las desigualdades, empoderar a las mujeres y proteger el planeta". "Es en este momento de prosperidad cuando debemos y podemos replantear el modelo turístico", sugiere.

La vicealcaldesa de Madrid, Begoña Villacís, por su parte, ha avanzado que la Organización Mundial del Turismo (OMT) se ha decantado por Madrid como sede del Foro Mundial de Turismo, gran evento de carácter anual que se celebrará por primera vez el próximo otoño. "No es casual que sea Madrid la primera ciudad

que va a auspiciar este foro, único en el mundo y que consolidará a Madrid como capital mundial del Turismo", apunta al respecto. Por otro lado, además de elogiar los 23 años de CIMET y los 40 de Fitur, ha hecho especial hincapié en la apuesta del Ayuntamiento por la colaboración público-privada, remarcando que "debemos escuchar y comprender a los empresarios, los cuales deben ser fuente de inspiración de las políticas". En relación a los planes de su Gobierno, adelanta que "queremos que Madrid compita con las grandes ciudades apostando por la calidad".

En representación de los empresarios, la presidenta del Consejo de Turismo, Cultura y Deporte de CEOE, Marta Blanco, destaca que "siempre hemos considerado que CIMET es un evento sumamente importante" por su capacidad para "promover las inversiones en el exterior" y por "la relevancia de conocer los planes de los diferentes gobiernos de Iberoamérica en el ámbito del Turismo". "Conceptos básicos como seguridad jurídica y convenios para evitar la doble imposición ayudan a las empresas a la hora de invertir", indica. En este senti-

do, elogia "el esfuerzo realizado por los países de Iberoamérica", a los cuales "ofrecemos nuestra colaboración".

Estreno de Garrido y Marichal

Por su parte, el presidente de CEIM y vicepresidente de CEOE, Miguel Ángel Garrido de la Cierva, sostiene que "Madrid es un magnífico ejemplo de buen hacer turístico", destacando que se trata de una ciudad "moderna, cosmopolita y rica en la que conviven personas que han venido de diferentes puntos del planeta". El empresario anima

a "ahondar en la colaboración público-privada" para seguir creciendo en el ámbito del Turismo. Además, recuerda que "las empresas tenemos como reto ser rentables; siéndolo conseguimos beneficios para nuestros propios accionistas, pero sobre todo para generar riqueza y contribuir al Estado del bienestar", incide.

La vigesimotercera edición de CIMET ha contado con la participación de los nuevos presidentes de dos de las grandes Organizaciones empresariales del Sector: Carlos Garrido, de CEAV, y Jorge Marichal, de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT). El primero ha hecho hincapié en "la importancia de Latinoamérica para el canal de agencias de viajes, siendo clave en la preparación de nuestros productos". "Estamos muy comprometidos con los destinos de esta región", afirma. Marichal, por su parte, asegura que "los destinos iberoamericanos siempre van a tener en la hotelaría española un gran aliado". "Esperamos seguir haciendo crecer estos lazos y conseguir que en el futuro sean aún más fuertes", concluye.

Los actos de inauguración y clausura de CIMET 2020 también han contado con la presencia del director general de Ifema, Eduardo López-Puertas; el presidente del ICTE, Miguel Mirones; el director de ventas de Iberia para América Latina, Víctor Moneo; la directora de Fitur, María Valcarce; y el presidente de Ifema, Clemente González.



La clausura ha corrido a cargo de la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver.

PORQUE EN MADRID, HACER NEGOCIOS ES UN PLACER

MADRID
CONVENTION
BUREAU

Por su cercanía, por sus infraestructuras, porque es fácil combinar con éxito trabajo y diversión, Madrid es una de las capitales mundiales líder en el turismo de reuniones y congresos y el **mejor destino mundial Meetings&Conferences**, según los World Travel Awards.

Madrid no sólo es una de las ciudades más acogedoras del planeta, sino que cuenta con modernas infraestructuras como el aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas, una planta hotelera en continuo crecimiento (más de 85.000 plazas en la ciudad, la mayoría en hoteles de 4 y 5 estrellas), y una riqueza artística incomparable.

Cerca de 100 museos custodian un rico legado artístico que abarca toda la historia de la huma-

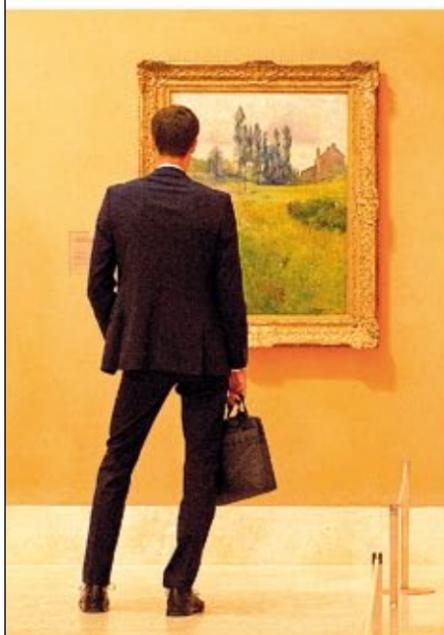
nidad a lo largo de los siglos. Destaca en este legado el Paseo del Arte: un kilómetro de recorrido que abarca los Museos del Prado, el Reina Sofía y el Thyssen-Bornemisza, junto a otras instituciones históricas y monumentos.

Haz de los encuentros de trabajo un momento especial. Porque en **Madrid, hacer negocios es un placer.**

MADRID CONVENTION BUREAU (MCB)

Cuenta con la colaboración de 200 empresas en el objetivo común de promover Madrid. MCB se pone a disposición de aquellos que deseen celebrar su reunión o viaje de incentivo en Madrid, facilitándole su trabajo y colaborando a que sea un éxito.

info.mcb@esmadrid.com · www.esmadrid.com/mcb · Follow us on LinkedIn



esmadrid.com/mcb



MADRID

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO

Luis Gallego se convierte en el nuevo Prócer del Turismo Español en Iberoamérica en CIMET

El futuro consejero delegado de International Airlines Group (IAG), Luis Gallego, ha sido investido el pasado martes 21 de enero, víspera de Fitur, en la Conferencia

Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET) nuevo Prócer del Turismo Español en Iberoamérica. En las últimas ediciones recibieron la Insignia

de Oro y Brillantes Manuel Buitrón, Miguel Fluxá, Simón Pedro Barceló y Jesús Nuño de la Rosa, entre otras destacadas personalidades del Turismo español.

Luis Gallego se incorporará a la Galería de Próceres del Turismo Español en Iberoamérica. El directivo español, que tras hacer historia en la dirección de Iberia asumirá el reto de liderar IAG como nuevo consejero delegado, ha recibido la Insignia de Oro y Brillantes en el marco de CIMET 2020. Se une así al notable elenco de personalidades que han recibido esta prestigiada distinción, que encabeza el Rey Juan Carlos I, y del que forman parte los grandes protagonistas de la internacionalización del empresariado turístico español en Iberoamérica.

En 1997 inició su carrera profesional en la industria en Air Nostrum. Posteriormente se incorporó a Clickair, primera aerolínea de 'bajo coste' de Iberia, que acabó fusionándose con

Vueling. En Vueling estuvo en la dirección de producción.

A finales de 2011 Iberia le confió el reto de liderar la creación de su filial *low cost*, Iberia Express, desde el puesto de consejero delegado. En marzo de 2013 dio el salto a Iberia como consejero delegado, habiendo logrado tras una profunda reestructuración devolver a la aerolínea de bandera de España a la senda de la rentabilidad. En 2014 puso fin a seis años de pérdidas, mientras que en 2018 consiguió los mejores resultados de su historia, logrando un beneficio neto de 2.897 millones de euros.

Galería de próceres

El Rey Don Juan Carlos recibió en enero de 2008, en el curso de la tradicional Audiencia Real en

el Palacio de La Zarzuela, la Insignia de CIMET en su Categoría de Platino y Brillantes, mientras que en 2009 se incorporó a la Galería de Próceres del Turismo Español en Iberoamérica el presidente de Viajes El Corte Inglés, Isidoro Álvarez. A continuación se designó a la presidenta de Catai Tours, Matilde Torres, y al presidente del Grupo Piñero, Pablo Piñero.

Posteriormente, en representación de los medianos y pequeños operadores y hoteleros con presencia en Iberoamérica, recibieron la Insignia de Oro y Brillantes de CIMET los presidentes de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, y de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CE-

HAT), Juan Molas. Un año más tarde, en 2014, CIMET reconoció la trayectoria del presidente del Instituto para la Calidad Turística (Española), Miguel Mirones. Le siguieron en 2015 Carmen y Luis Riu (RIU Hotels & Resorts), en 2016 Manuel Buitrón (Politours), en 2017 Miguel Fluxá (Grupo Iberostar), en 2018 Simón Pedro Barceló (Barceló) y en 2019 Jesús Nuño de la Rosa (Viajes El Corte Inglés).

Con anterioridad al Monarca, recibieron este galardón: Gabriel Barceló (Barceló), Horacio Echevarrieta (Iberia), Gabriel Escarrer (Meliá), Lorenzo Fluxá (Iberostar), Joan Gaspart (HUSA), Juan José Hidalgo (Globalia), Abel Matutes (Fiesta), José Meliá (Meliá) y Luis Riu (RIU), entre otros.



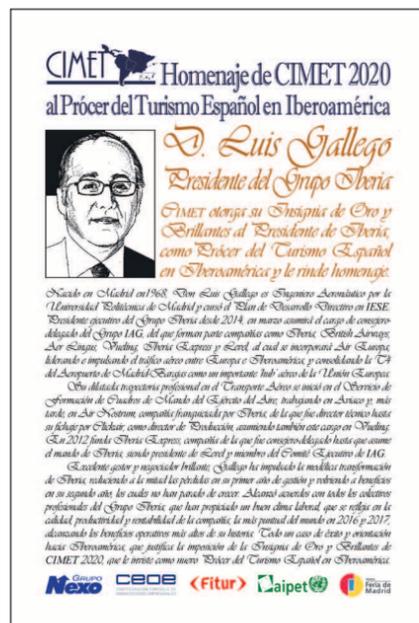
El presidente del Grupo Iberia, Luis Gallego.

Gallego destaca como excelente gestor y negociador brillante

Como es tradicional, en el acto de entrega se ha dado lectura al panegírico, en presencia de las autoridades y ministros de Turismo en Iberoamérica, así como de los presidentes de CEOE y Organizaciones empresariales del Sector Turístico participantes. CIMET otorga su Insignia de Oro y Brillantes al presidente de Grupo Iberia, como Prócer del Turismo Español en Iberoamérica y le rinde Público Homenaje del Sector Turístico.

Nacido en Madrid en 1968, don Luis Gallego es Ingeniero Aeronáutico por la Universidad Politécnica de Madrid y cursó el Plan de Desarrollo Directivo en IESE. Presidente ejecutivo del Grupo Iberia desde 2014, en marzo asumirá el cargo de consejero delegado del Grupo IAG, del que forman parte compañías como Iberia, British Airways, Aer Lingus, Vueling, Iberia Express y Level, al cual se incorporará Air Europa, liderando e impulsando el tráfico aéreo entre Europa e Iberoamérica, y consolidando la T4 del Aeropuerto de Madrid-Barajas como un importante 'hub' aéreo de la Unión Europea.

Su dilatada trayectoria profesional en el Transporte Aéreo se inició en el Servicio de Formación de Cuadros de Mando del Ejército del Aire, trabajando en Aviaco y, más tarde, en Air Nostrum, compañía franquiciada por Iberia, de la que fue director técnico hasta su fichaje por Clickair, como director de Producción, asumiendo también este cargo en Vueling. En 2012 funda Iberia Express, compañía de la que fue consejero-delegado hasta que asume el mando de Iberia, siendo presidente de Level y miembro del Comité Ejecutivo de IAG.



Excelente gestor y negociador brillante, Gallego ha impulsado la modélica transformación de Iberia, reduciendo a la mitad las pérdidas en su primer año de gestión y volviendo a beneficios en su segundo año, los cuales no han parado de crecer. Alcanzó acuerdos con todos los colectivos profesionales del Grupo Iberia, que han propiciado un buen clima laboral, que se refleja en la calidad, productividad y rentabilidad de la compañía, la más puntual del mundo en 2016 y 2017, alcanzando los beneficios operativos más altos de su historia. Todo un caso de éxito y orientación hacia Iberoamérica, que justifica la imposición de la Insignia de Oro y Brillantes de CIMET 2020, que le inviste como nuevo Prócer del Turismo Español en Iberoamérica.



El futuro consejero delegado de IAG, Luis Gallego, recibe la Insignia de Oro y Brillantes de manos de los copresidentes de CIMET, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz.

Gallego elogia el compromiso y la entrega de la plantilla de Iberia

El actual líder de Iberia y próximo consejero delegado de International Airlines Group (IAG), Luis Gallego, ha dado una nueva muestra de su humildad y cercanía con un discurso plagado de agradecimientos tras recibir la Insignia de Oro y Brillantes de manos de los copresidentes de CIMET, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz, en el marco de CIMET 2020. Después de mostrar su alegría por sumarse "al listado de ilustres personalidades" que han sido investidos a lo largo de los últimos 23 años Próceres del Turismo Español en Iberoamérica, ha recalado que "recibo esta distinción en nombre de todos los clientes que eligen Iberia para sus viajes, así como de todos los empleados de la compañía aérea, ya que su compromiso, entrega y profesionalidad nos hacen merecedores del premio".

Gallego ha aprovechado su intervención, además de para reiterar el compromiso de Iberia con CIMET, para insistir en la firme apuesta de la aerolínea de referencia de España con los destinos de Iberoamérica, destacando que "nuestros vínculos se han reforzado y estrechado" con el paso de los años. "Iberoamérica ha pasado de ser un lugar en el mapa a una realidad muy cercana y querida", sostiene el directivo, quien incide en que "nuestra apuesta por esta región ha ido creciendo y reafirmando-se, incorporando poco a poco lo mejor de nuestros productos, además de más vuelos y más conexiones". Asimismo, aclara que Iberia "lleva presente en Iberoamérica desde hace más de 70 años, tanto en los buenos como en los no tan buenos momentos".

¿CUÁNDO QUEDA- MOS?



¿Una jornada intensa? Ahora toca desconectar.
Queremos que conozcas el Museo del Prado,
comer contigo en una azotea de Gran Vía
y acompañarte a ver un partido en el Bernabéu.
Queremos que vivas Madrid.

MADRID
CONVENTION
BUREAU

esmadrid.com/mcb

 | MADRID

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO

ESPAÑA / ISABEL OLIVER / SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

CIMET es un magnífico foro para hablar de retos y oportunidades

GRACIAS A TODOS, muy buenos días, volver a saludar a los ministros que nos acompañan después de que ayer compartiésemos unos momentos, con la ministra Reyes Maroto. Gracias al Grupo NEXO por haberme invitado a clausurar este magnífico foro, para debatir, para hablar de retos, oportunidades, de problemas de inquietudes de nuestro Sector.

En el año 2018, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron los 1.400 millones, dos años antes de la fecha prevista inicialmente, y hubo casi seis veces más turistas y visitantes internos que viajaron dentro de sus países. Se prevé que el Turismo siga creciendo de forma considerable en los últimos años. A partir de estas premisas podemos decir que el Turismo es una industria imparable, que crece por encima del conjunto de la economía mundial, y que en España representa el 12,3% del

Producto Interior Bruto (PIB). Estas cifras nos colocan en una posición de responsabilidad a nivel mundial, para afrontar desafíos que abarcan desde el cambio climático hasta la inclusión social. También hay que poner fin a la pobreza, combatir las desigualdades, eliminar la discriminación, la violencia, construir

modelo turístico y convertir al Turismo en una herramienta que contribuya a tener una sociedad más próspera, más justa, más igualitaria y más inclusiva. En este desarrollo del Turismo sostenible, creo que el principal reto en estos momentos es el medir la posibilidad de tener unos indicadores que nos permitan

tener una idea clara de si avanzamos realmente hacia este Turismo sostenible en todas sus facetas (económica, social y medioambiental) que perseguimos. Este reto es nuestro principal motivo para seguir trabajando, para luchar... se va a

hablar de ellos en las cumbres. El Gobierno de España está inmerso en esta agenda sostenible, que tiene que conseguir el Turismo siga siendo este imparable motor de bienestar, de riqueza y de redistribución de la misma.

Continúa en la página 43



«Podemos y debemos replantear el modelo turístico y convertir al Turismo en una herramienta que contribuya a tener una sociedad más próspera, más justa y más inclusiva»

sociedades más justas e inclusivas, empoderar a las mujeres, o proteger al planeta, serán esenciales para el éxito de esta agenda 2030 de la que todos hablamos.

Es precisamente ahora, en este momento de prosperidad, cuando podemos y debemos replantear el



Isabel Oliver, secretaria de Estado de Turismo.

MADRID / BEGOÑA VILLACÍS / VICEALCALDESA

La política de Madrid en Turismo es apostar por el Turismo de calidad

MUCHÍSIMAS GRACIAS. Bienvenidos a todos, lo primero. Muy especialmente a los ministros y secretarios de Turismo iberoamericanos, a la delegada de Turismo del Ayuntamiento de Madrid, Almudena Maillo, a los copresidentes de CIMET, Eugenio Quesada y Carlos Ortiz, al presidente de la CEOE, Miguel Garrido; director general de IFEMA, Eduardo López Puertas; presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) Jorge Marichal; presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, Carlos Garrido; presidente del Instituto para la Calidad

te que se celebra en Madrid, y que, en definitiva, supone la apertura de puertas a Madrid y la bienvenida la alfombra roja para que lleguen tantos y tantos expositores a Madrid.

Madrid abre sus puertas y lo hace en una de sus mejores instalaciones que tiene, que es IFEMA, para que durante estos días se produzca lo que

ser tradición, con CIMET. Creemos que este evento es fundamental, ya es la vigésimo tercera edición y ya estamos hablando de 23 ediciones y 40 de Fitur, estamos hablando de cifras que ya producen un gran respeto, sobre todo porque, además, según todos los indicadores este año Fitur va a ser más importante que ningún

otro año porque las cifras también están aumentando 918 expositores, nos acaba de decir la directora de Fitur y esto supone un 3,8% más que el año pasado.

El Turismo es vital en nuestro mundo, un mundo global, antes se ha dicho, en el que todo

se produce alrededor del año pero que se produzca durante unos pocos días y es que uno va poder visitar el mundo en unos pocos metros y todo el mundo va a poder visitar Madrid, también a través de esos pocos metros. Además, la apertura de Fitur coincide como ya viene a

Continúa en la página 43



«El Turismo es vital en nuestro mundo, un mundo global en el que todo va más rápido, en el que se llega a todos los sitios, mucho más rápido de lo que se llegaba antes»

se produce alrededor del año pero que se produzca durante unos pocos días y es que uno va poder visitar el mundo en unos pocos metros y todo el mundo va a poder visitar Madrid, también a través de esos pocos metros. Además, la apertura de Fitur coincide como ya viene a



Begoña Villacís, vicealcaldesa de Madrid.

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO

CONSEJO DE TURISMO DE CEOE / MARTA BLANCO / PRESIDENTA

CEOE puede colaborar muchísimo para que el Turismo sea sostenible

BUENAS TARDES. Quiero agradecer en primer lugar la invitación a participar en la clausura de este evento que está ya totalmente consolidado después de tantas ediciones. Quiero saludar especialmente a la secretaria de Estado de Turismo y a todas las autoridades de todos los países iberoamericanos que nos acompañan. Por parte de la CEOE, siempre hemos considerado que este era un evento muy importante porque estamos hablando de un aspecto fundamental para la internacionalización de la economía española como son las inversiones en el exterior, y en este caso en Iberoamérica.

Para nosotros como empresas resulta fundamental conocer los planes de inversión de los diferentes gobiernos de Iberoamérica en el área de Turismo. Pero como empresas nos gusta hacer nuestras demandas en el sentido de instar a

la necesidad de que existan unos climas favorables para la inversión en los países. Las empresas siempre reclamamos conceptos básicos a la hora de tomar decisiones de inversión, como puede ser la seguridad jurídica, la estabilidad, un entramado institucional importante... Estamos hablando de los acuerdos

Y en ese sentido quiero agradecer el esfuerzo que, por parte de todos los países, están haciendo y las medidas que están adoptando para mejorar y facilitar las inversiones de las empresas españolas en el Sector Turístico de la región.

Pero igual que demandamos, también ofrecemos, y ofrecemos nuestra colaboración. Y en este sentido, si me gustaría ofrecer la colaboración concreta y particular de un instrumento que tenemos las organizaciones empresariales y que ponemos al servicio de toda la comunidad empresarial y de los gobiernos. Me estoy refiriendo a la Asociación de Organizaciones Empresariales, el Consejo Empresarial Iberoamericano, que reúne a las principales organizaciones de todos los países que forman parte de la cumbre de jefes de estado de Iberoamérica.

Continúa en la página 43



«Las empresas siempre reclamamos conceptos básicos para tomar decisiones de inversión, como puede ser la seguridad jurídica, la estabilidad, un entramado institucional importante...»

de promoción y protección recíproca de inversiones, estamos hablando de los convenios para evitar la doble imposición. Todas aquellas figuras, herramientas e iniciativas que pueden tomar los gobiernos y que ayudan a las empresas en la toma de decisión de inversiones.



Marta Blanco, presidenta del Consejo de Turismo de CEOE.

CEHAT / JORGE MARICHAL / PRESIDENTE

En la Hotelería española van a tener siempre un aliado y colaboración

CIMET INCORPORA EN esta edición al nuevo líder del Asociacionismo Hotelero español, recientemente elegido presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT). Marichal preside, además, Ashotel, la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro.

Con esta intervención, el empresario hotelero tinerfeño tuvo su primera comparecencia ante los ministros y ministras de Turismo de Iberoamérica, en uno de los principales eventos anuales del Sector Turístico.

Como presidente de CEHAT, Marichal representa a todo el Sector del alojamiento español: hoteles, apartamentos turísticos, campings, resorts y balnearios. En conjunto, más de 15.000 establecimientos y 1.800.000 plazas agrupadas en 51 Asociaciones de ámbito nacional,

provincial, autonómico y local en todo el territorio nacional.

En España los hoteles se asocian a nivel provincial o local, estando integradas en la Confederación, aunque desde las Asociaciones territoriales se gestionan todas aquellas cuestiones que corresponden al ámbito geográfico y ad-

Muchas gracias, ministras, ministros, secretaria de estado, autoridades, compañeros empresarios hoteleros y del resto del Sector. En nombre de CEHAT nos sumamos a las felicitaciones y agradecimientos a Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz, y les felicitamos por esta iniciativa en su 23 edición. Por

parte de los hoteleros españoles no voy a descubrir nada nuevo de los vínculos que nos unen con el continente americano. Agradecer la colaboración que siempre hemos sentido, y permítanme que, como canario, me sienta más apegado a ese continente porque lo consideramos parte de nuestra idiosincrasia.

Decirles que en la hotelería española van a contar siempre con un gran aliado en todo motivo de colaboración, y que solamente esperamos seguir haciendo crecer esos pasos y que sea más fuertes en el futuro.



«Agradecer la colaboración que siempre hemos sentido, y permítanme que, como canario, me sienta más apegado a ese continente porque lo consideramos parte de nuestra idiosincrasia»

ministrativo correspondiente. Para aquellas cuestiones que demandan una representación e interlocución única a nivel nacional, la Confederación ejerce su representatividad sobre el conjunto del Sector. En su intervención, Jorge Marichal dijo lo siguiente:



Jorge Marichal, presidente de la Confederación Española de Hoteles.

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO

CEAV / CARLOS GARRIDO / PRESIDENTE

Felicitemos a Iberia por la compra de Air Europa que refuerza el tráfico

EL ASOCIACIONISMO DE los agentes de viajes y operadores turísticos españoles ha renovado su cúpula, al igual que ha ocurrido con la Hotejería. El nuevo líder institucional de la intermediación turística española es Carlos Garrido de la Cierva, un prestigiado agente de viajes madrileño, que hasta ahora desempeñaba la presidencia de UNAV, la Unión Nacional de Agencias de Viajes, organización decana del Asociacionismo, y una de las más importantes del Estado, junto con la Asociación catalana de Agencias de Viajes Emisoras (ACAVE).

Carlos Garrido asume así la presidencia de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), gran patronal de ámbito estatal, que reúne a las Asociaciones de Agencias de la península y las islas. La Confederación está integrada en la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEAV),

de cuyo Consejo de Turismo forma parte activa, al igual que del veterano 'lobby' empresarial sectorial Mesa del Turismo, del que es vicepresidente.

La transcripción literal en CIMET de la intervención de Carlos Garrido de la Cierva es la siguiente: Ministros, secretaria de Estado,

turísticos y, por lo tanto, estamos agradecidos y comprometidos con los destinos que están representados al máximo nivel en esta Conferencia por las ministras y ministros de la mayoría de los Gobiernos de Iberoamérica.

Queremos felicitar también a Iberia por la adquisición de Air Europa, que va a reforzar mucho la posibilidad de llevar pasajeros a estos destinos y simplemente agradecer a todos su presencia, y a NEXOTUR la organización del evento.

Al término de la Conferencia Iberoamericana, Carlos Garrido

tuvo ocasión de saludar, por vez primera, a las ministras y ministros participantes en CIMET, con quien intercambié información sobre las características del pujante mercado emisor español, que tiene en Iberoamérica a buena parte de sus destinos favoritos.



«Estamos agradecidos y comprometidos con los destinos que están representados al máximo nivel en la Conferencia Iberoamericana de Ministros y de Empresarios de Turismo»

autoridades... simplemente unas palabras para agradecer al Grupo NEXO la organización de este interesante evento. Para nosotros, representantes del canal de distribución, Iberoamérica es un conjunto de destinos esenciales en la preparación de nuestros productos



Carlos Garrido, presidente de la Confederación de Agencias de Viajes.

ICTE / MIGUEL MIRONES / PRESIDENTE

ICTE trabaja con Iberoamérica en la implantación de la calidad turística

BUENOS DÍAS, MINISTROS, vicealcaldesa de Madrid, directores de IFEMA y de la Feria Internacional de Turismo de Madrid Fitur, y, al resto de compañeros de mesas, queridos Carlos Ortiz y Eugenio de Quesada, coorganizadores de la Conferencia Iberoamericana de Ministros y de Empresarios de Turismo (CIMET).

En primer lugar, una reflexión que no hay que dejar de repetir siempre y es que "el Sector Turístico español tiene en Iberoamérica, sin duda, su segunda casa". Son muchísimas las empresas españolas con presencia en toda el

área y muchísimas las colaboraciones que se establecen entre los distintos gobiernos y de empresas de diferentes territorios de Iberoamérica. Y, por ello, conocer de primera mano en esta cumbre CIMET las realidades, lo que está ocurriendo turísticamente hablan-

do en todos los países del área iberoamericano es muy importante para el Sector Turístico español. Por ello, es necesario felicitar a los coorganizadores por mantener y consolidar durante 23 años este encuentro con la gran referencia de Fitur, en la colaboración público-público y público-privada,



«En ICTE también estamos trabajando intensamente en el desarrollo de herramientas para la implantación en las empresas de los ODS de desarrollo sostenible»

entre Iberoamérica y España.

Desde el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) venimos trabajando intensamente con diferentes países en la colaboración para la implantación y para la aportación de la experiencia española en la calidad turística y

de aquí en adelante estamos trabajando, también, intensamente no solo en la calidad turística, sino también en el desarrollo de herramientas para la implementación en las empresas de los ODS de desarrollo sostenible, promovidos desde la Organización de Naciones Unidas (ONU)

para la actividad económica en los próximos años. Y por eso, la mano tendida que siempre ofrece el ICTE para trabajar con todos ustedes queda, un año más, tendida a su disposición y estamos seguros que fructificará en algún proyecto,

de los cuales están a punto de ver la luz. Y finalizo como he empezado, felicitando a Eugenio de Quesada y a Carlos Ortiz por una nueva edición de CIMET y esperando que las conclusiones sean de provecho para todos nosotros.

Muchas gracias.



Miguel Mirones, presidente del ICTE.

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO

IAG / LUIS GALLEGO / CONSEJERO DELEGADO

Iberoamérica, España y Europa tienen todavía muchos retos por delante

MINISTROS, AUTORIDADES, queridos amigos, antes de nada, permítanme agradecer a CIMET el galardón que me acaban de conceder. Un honor para mí recibirlo, muchas gracias Eugenio y Carlos, y sumarme al listado de las ilustres personalidades del Turismo que me han precedido en años anteriores.

Nuestro compromiso con CIMET ha sido y es firme desde hace ya un buen número de ediciones. Por eso este reconocimiento es muy especial para nosotros, y lo recibo en nombre de todos los clientes que eligen Iberia para sus viajes, tanto a un lado como a otro del Atlántico, y sobre todo en el nombre de los empleados de la compañía, quienes con su compromiso, entrega y profesionalidad, nos hacen merecedores de este prestigioso premio. Muchas gracias, en nombre de todas las mujeres y hombres que conforman



«En estos siete años que han pasado desde que llegué a Iberia he visto cómo la apuesta de la aerolínea por Iberoamérica ha ido creciendo y reafirmandose año tras año»

la plantilla de Iberia, verdaderos artífices de que los vínculos entre nuestra compañía con Iberoamérica se hayan mantenido estrechados y reforzados en los 92 años de vida de nuestra empresa.

Hace siete años, cuando llegué a Iberia, de Iberoamérica conocía bastante de su historia, música,

Perú, Chile, Argentina, Uruguay. Y en todos estos países he sentido en primera persona el cariño que nos profesan y he comprendido hasta qué punto nuestra responsabilidad con ustedes tiene que ser permanente, como lo ha sido hasta ahora, para ofrecerles lo mejor de nosotros cada día como si fuese el primero.

En este tiempo, Iberoamérica ha pasado de ser para mí un lugar en el mapa a una realidad muy cercana y querida, una gran familia que pese a las dificultades vive con intensidad, se emociona, derrocha talento,

vitalidad, juventud, y sobre todo, nos acoge y me ha acogido con los brazos abiertos. Un mundo donde uno se sabe bienvenido, donde nos sentimos muy cerca, donde cada conversación te llena de orgullo, te enriquece y te hace soñar.

Continúa en la página 44



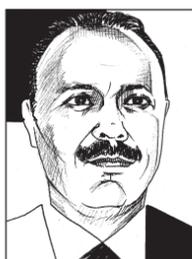
Luis Gallego, consejero delegado de IAG.

IBERIA / VÍCTOR MONEO / DIRECTOR DE VENTAS PARA AMÉRICA LATINA

Iberia se ha consolidado ya como referente para volar a y desde Europa

BUENOS DÍAS. Primero de todo quisiera dirigir un cordial saludo a todos los ministros, autoridades y empleados del Turismo que nos acompañan hoy. A muchos de ustedes he tenido el placer de conocerles durante este primer año de mi nueva andadura en Iberia. Al resto espero tener pronto la oportunidad de conocerles. Gracias también a los organizadores queridos Eugenio, Carlos y a todo vuestro equipo por contar un año más con Iberia para este evento que nosotros consideramos ya una auténtica reunión de amigos.

El año pasado llegué aquí casi recién nombrado director de ventas para América Latina de Iberia y British Airways, y después de un 2019 verdaderamente apasionante, repleto de viajes a uno y a otro lado del charco, 32 concretamente en un año, y muchas reuniones con algunos de ustedes y sus equipos, mi balance de este primer ejercicio no



«El año 2019 Iberia tuvo un incremento de oferta de casi el 8% y puedo decirles orgulloso que la mayor parte de ese crecimiento se lo llevó América Latina»

puede ser más positivo. He aprendido que Iberoamérica es una región maravillosa, apasionante, que te da lecciones cada día.

Como probablemente ustedes sepan, Iberia decidió apostar por América Latina hace ya más de 70 años; y en mi compañía estamos convencidos de que cuando decidi-

mayor parte de ese crecimiento se lo llevó América Latina. Crecimos en México, en Puerto Rico, en Guatemala y El Salvador, en Colombia, Ecuador, en Perú, Brasil, en Uruguay y en todos estos mercados que menciono por encima de los dos dígitos.

También llevamos nuestro moderno Airbus350 a Buenos Aires, a Santiago de Chile y a San José de Costa Rica. Inauguramos vuelo directo con Guayaquil y además, nos sumamos al 500º Aniversario de ciudades como ciudades tan maravillosas como La Habana, Panamá o San Juan de Puerto Rico. Como ven, un año realmente

mos apostar por un país o por una región como en este caso, la nuestra, debes hacerlo en todos los sentidos, poniendo toda la carne en el asador, como decimos en España.

Así, el año pasado Iberia tuvo un incremento de oferta de casi el 8% y puedo decirles orgulloso que la

intenso, la misma intensidad que caracteriza nuestra relación con Iberoamérica. Y que por otra parte nos ha servido para consolidarnos como la compañía aérea de referencia y con mayor implantación de oferta para volar a y desde Europa.

Continúa en la página 44



Víctor Moneo, director de ventas de Iberia para América Latina.

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO

FITUR / MARÍA VALCARCE / DIRECTORA

Fitur celebra en esta edición su 40º aniversario con buenas perspectivas

BUENOS DÍAS MINISTROS, autoridades, señoras y señores, amigos todos de la Feria Internacional de Turismo de Madrid, Fitur. Bienvenidos a IFEMA, bienvenidos a Fitur. Primero quiero felicitar a los organizadores de esta vigésimo tercera edición de la conferencia iberoamericana de ministros y empresarios de Turismo (CIMET) por el excelente elenco reunido y los interesantes paneles de debate que se van a desarrollar a lo largo de la mañana de hoy.

Para Fitur es un honor tener como la antesala del comienzo de la feria este importante foro con tan distinguida asistencia y estamos encantados de recibirles a todos ustedes en Fitur. Aprovecho por tanto para invitarles a participar en la feria, que como saben, comienza mañana y en la que su presencia es esperada y bienvenida. Fitur celebra esta semana

su 40º aniversario con excelentes perspectivas, reunimos este año más expositores en una mayor superficie neta de exposición y con una mayor tasa de internacionalización que en ediciones precedentes ya que Fitur abre mañana sus puertas con 918 expositores, 11.040 empresas

cional con una convocatoria que siempre se ha caracterizado por su vocación latinoamericana. La alta participación de autoridades, expositores, visitantes profesionales y medios de comunicación de Latinoamérica, es para Fitur uno de sus más importantes valores diferenciales y nos enorgullece

de poder ofrecer al mundo el hub con Latinoamérica que gracias al apoyo de todos ustedes presentamos.

Por todo ello, nos satisface enormemente ser un año más, sede de esta conferencia CIMET, y quiero agradecer a todos ustedes su asistencia y especialmente al Grupo NEXO, que traiga a nuestra víspera este importante encuentro. Les deseo a todos ustedes una intensa y provechosa jornada, que sirva de preludio de una igualmente útil y satisfactoria participación en Fitur, muchas gracias.



«Fitur es la primera cita anual de la industria turística mundial y lidera el panorama ferial internacional con una convocatoria de vocación latinoamericana»

participantes reunidas en 70.000 metros cuadrados de exposición a lo largo de los 10 pabellones que el recinto ferial de IFEMA tiene en torno a su avenida central.

Fitur es la primera cita anual de la industria turística mundial y lidera el panorama ferial interna-

tencia y especialmente al Grupo NEXO, que traiga a nuestra víspera este importante encuentro. Les deseo a todos ustedes una intensa y provechosa jornada, que sirva de preludio de una igualmente útil y satisfactoria participación en Fitur, muchas gracias.



María Valcarce, directora de Fitur.

CEIM / MIGUEL ÁNGEL GARRIDO / PRESIDENTE

Iberoamérica es fundamental para España y los empresarios españoles

MUCHAS GRACIAS Y buenos días, señores ministros, vicealcaldesa, presidentes de CIMET, enhorabuena por esta edición y el resto de miembros de la mesa, especialmente en IFEMA me quería detener, 40 aniversario de Fitur ha dicho su directora. Fitur ha convivido con nosotros y hemos crecido juntos y hemos podido disfrutar, aprender, conocer otras formas de Turismo que se estaban desarrollando a lo largo del mundo. Durante estos 40 años nos ha enriquecido a todos como personas, como empresarios el poder tener estos encuentros anuales. Así que muchas gracias, enhorabuena y a seguir trabajando con ello.

El mundo está cambiando y la única diferencia con los anteriores tiempos es que ahora los cambios se producen de una manera mucho más rápida. Pero algo que nunca ha cambiado, y espero

que a pesar de algunos augurios o incluso algunas intenciones de algo que no va a cambiar, es la necesidad y la bondad del viajar. Yo creo que, el que las personas nos encontremos, el que estemos en contacto y nos introduzcamos en las costumbres, en las culturas de otros es algo que nos ha



«Creo que Madrid es un magnífico ejemplo de buen hacer turístico, que no quiere decir que no tengamos retos, pero se puede seguir mejorando con la colaboración público-privada»

enriquecido muchísimo como personas y yo creo que tenemos que reivindicar mucho más en este foro. También quería agradecer y felicitar, Víctor, a Iberia por esa labor importantísima que ha hecho también durante estos tiempos como una empresa espa-

ñola que ha sabido adaptarse a los tiempos, y que nos ha ayudado a todos a poder estar conectado y que los últimos pasos que está dando para convertir a España y a Madrid concretamente en un hub de conexiones iberoamericanas, es algo que era y es muy necesario y muy importante para nosotros y yo creo que es destacable hoy en esta reunión.

Yo considero que hay también que destacar el buen ejemplo de Madrid. Madrid es una ciudad moderna, cosmopolita, una ciudad rica que está compuesta por personas que

han venido de cualquier sitio y que anualmente, cada año recibe a multitud de personas que vienen a conocer Madrid, a trabajar en Madrid, a hacer negocios en Madrid y a convivir con las personas de Madrid.

Continúa en la página 44



Miguel Ángel Garrido, presidente de CEIM y vicepresidente de CEOE.

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO

IFEMA / CLEMENTE GONZÁLEZ SOLER / PRESIDENTE

Fitur y España son una plataforma de negocio para Iberoamérica

BUENOS DÍAS, agradezco muy sinceramente su presencia en nuestros recintos. Es una satisfacción acogerles en el marco de una edición tan especial de nuestra Feria Internacional del Turismo (Fitur). Celebramos el 40 aniversario de una convocatoria que sin duda es la más emblemática de cuantas desarrollamos desde Ifema. Fitur es uno de los estándares de nuestra organización, un exponente del liderazgo global y un ejemplo de la vinculación privilegiada que queremos tener con nuestras naciones hermanas de Iberoamérica.

Por ello quiero trasladar mi reconocimiento a las organizaciones de CIMET, al Grupo NEXO, por su aportación a Fitur y por alinear sus objetivos con esta feria para configurar este foro de negocio. Les felicito también por su elección de Luis Gallego como prócer del Turismo español en Iberoamérica. Nuestras felicitaciones Luis porque te lo mereces. Nadie

mejor que él representa el talento y liderazgo que España está poniendo al servicio del Sector Turístico mundial.

Fitur cumple 40 ediciones. Desde su primera convocatoria en 1981, Ifema, como organizadora del salón, concibió el certamen como un espacio creado para la promoción del Turismo y como herramienta clave

más importantes para el sector mundial y feria líder para el mercado iberoamericano. Unos logros que no se habrían alcanzado sin la complicidad de las empresas y organismos que participan. Más de 11.000 empresas este año, de 165 países, que han encontrado en la feria un aliado eficaz para la promoción y comercialización de sus productos. Un lugar de encuentro para facilitar los contactos y el conocimiento más valioso para favorecer la competitividad.

Llega a Ifema la primera cita del año para la industria del Turismo, donde se marcará la pauta para un ejercicio que todos

esperamos que sea muy favorable para el Sector. Sin duda los países iberoamericanos están entre los principales actores que han contribuido con su fidelidad a que Fitur celebre una edición aún más comprometida con los intereses del Sector.

Continúa en la página 44



«Fitur es uno de los estándares de Ifema, un exponente del liderazgo global y un ejemplo de la vinculación privilegiada que queremos tener con Iberoamérica»

para impulsar su competitividad y dinamizar el negocio turístico. A lo largo de estas cuatro décadas, Fitur ha hecho esfuerzos por enriquecer su participación nacional e internacional, a la vez que ha consolidado su imagen como referente para la industria, situándose entre las citas de Turismo

esperamos que sea muy favorable para el Sector. Sin duda los países iberoamericanos están entre los principales actores que han contribuido con su fidelidad a que Fitur celebre una edición aún más comprometida con los intereses del Sector.



Clemente González Soler, presidente de Ifema.

FERIA DE MADRID / EDUARDO LÓPEZ-PUERTAS / DIRECTOR GENERAL

CIMET ha otorgado el protagonismo que merece el empresariado español

MUY BUENOS DÍAS, autoridades, señoras y señores. Quisiera en primer lugar darles la bienvenida a Ifema y a Fitur en un año muy especial, tanto para nuestra institución que cumple 40 años, como para nuestra feria internacional de Turismo de Madrid, que en esta edición precisamente celebra también su cuadragésima edición. Un paralelismo de trayectorias no solo temporal, sino también de esfuerzo, de retos y trabajo que ha llevado a Ifema a situarse como uno de los grandes operadores del circuito internacional con Fitur con su feria bandera reconocida hoy, entre las primeras ferias del Sector Turístico del mundo.

Por todo ello, esta edición que mañana abre sus puertas, tiene un simbolismo muy especial que queremos compartir con todos ustedes, precisamente CIMET ha sido testigo de la evolución de Fitur a lo largo de

los años y de su empeño por investigar nuevas áreas de negocio y de conocimiento. Así como por aportar herramientas para la competitividad del sector. Un año más, la Federación de Fitur, y su vocación por ser referente mundial para el mercado iberoamericano, convierten a la feria en un escenario natural para

iniciativas y experiencias con el sector empresarial español, quizá el mejor posicionado y con el mayor reconocimiento, dentro del sector turístico a escala mundial. La consolidación de CIMET en estos 24 años de andadura radica en haberse mantenido fiel a un proyecto de diálogo, intercambio profesional,

institucional, así como a un fin de cooperación en términos de negocio y de desarrollo, que se ha mantenido inalterable. A lo largo de todos estos años, CIMET ha otorgado el protagonismo que merece el empresariado español, dando

valor al trabajo que han venido haciendo en cuanto a inversiones, y transferencia de conocimientos y experiencia en los países iberoamericanos, contribuyendo, también, notablemente al desarrollo de estos destinos turísticos.

Continúa en la página 44



«Precisamente CIMET ha sido testigo de la evolución de Fitur a lo largo de los años y de su empeño por investigar nuevas áreas de negocio y de conocimiento»

coger la conferencia iberoamericana de ministros y empresarios de Turismo, que hoy reúne a autoridades y responsables de las políticas de promoción y desarrollo de Turismo de los distintos países iberoamericanos, aquí representados. A lo largo de esta jornada, compartirán



Eduardo López-Puertas, director general de la Feria de Madrid.

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO

ARGENTINA / MATÍAS LAMMENS / MINISTRO DE TURISMO Y DEPORTES

El Turismo es generador de empleo y motor de desarrollo y crecimiento

BUENOS DÍAS A todas y todos. Como muchos sabrán, asumimos el poder hace apenas un mes y hemos recuperado la jerarquía que necesita el Turismo, dándole la cartera de Ministerio. Anteriormente era tan solo una secretaria, lo cual habla claramente de la importancia vital que tiene ahora para el desarrollo económico.

Argentina es un destino líder en Sudamérica, recibe más de siete millones de turistas al año. Queremos incrementar ese número, tenemos algunos de los destinos más conocidos, como las cataratas del Iguazú, Perito Moreno, o la misma capital, Buenos Aires.

Entre nuestras muchas estrategias, vamos a trabajar a través de nuestros embajadores deportivos, que son estrellas a nivel mundial y van a ayudarnos a dar a conocer nuestro país. Este año también somos sede de la Copa América de fútbol que organizamos junto a

nuestros hermanos de Colombia. Tenemos la inauguración el próximo mes de junio. Es un evento que nos permite recibir muchos turistas, no solo de América Latina, sino de todo el mundo, por lo que representa el fútbol para cada continente y, sobretodo, por lo que representa también para Argentina.

Tenemos también la decisión política que hemos tomado, junto con el presidente Alberto Fernández, de fortalecer nuestra línea de bandera, de ponerla al servicio de este Turismo receptivo que queremos fomentar.

También tenemos la decisión política de recibir con los brazos abiertos cualquier inversión del extranjero. Para eso es clave el ordenamiento de nuestro financiamiento público. Queremos trabajar en la reestructuración de la deuda que nos permita recuperar nuestra capacidad de pago a través de un modelo de desarrollo, un modelo de crecimiento que nos permita hacer un acuerdo sostenible.

En todo este planteamiento, el Turismo cumple un rol absolutamente fundamental. Por ello se ha tomado esta decisión estratégica de hacerla de nuevo Ministerio.

Continúa en la página 44



«Hemos venido a esta feria con muchísima humildad a mostrar todos los destinos que hay en Argentina más allá de los más conocidos y sabemos que contaremos con todo su apoyo»

Para avanzar en este objetivo tenemos como desafío incrementar la conectividad. Actualmente vuelan 35 compañías aéreas con nueve millones de asientos. Hay seis que lo hacen en vuelos internos. Queremos conseguir que otras aerolíneas inviertan en Argentina.



Matías Lammens, ministro de Turismo y Deportes de Argentina.

BRASIL / HIGINIO BRITO / VICEMINISTRO DE TURISMO

En 2019 hablamos de expectativas y en 2020 contamos cómo nos ha ido

BRASIL VUELVE A participar en CIMET, representado por su viceministro de Turismo, Higinio Brito. La gran potencia turística del continente americano tiene presencia en la Conferencia Iberoamericana (que no hispanoamericana), al tener este gran evento anual una clara orientación hacia el ámbito ibérico y, por ende, incluir a Portugal. Nación con la que España comparte la península ibérica. Y de la que formó parte Brasil, desde el descubrimiento en 1500, por parte de Pedro Álvares Cabral, integrándose en el reino luso hasta su independencia.

En su intervención, Higinio Brito, viceministro de Turismo del Gobierno de Brasil declaró:

El año pasado estuvimos aquí para hablar de las expectativas, y un año después venimos a explicar con datos cómo nos ha ido.

Tenemos en 2020 objetivos muy importantes y mucha ambición. Queremos que confíen en nosotros para invertir en el Turismo del país. Por primera vez en la historia de nuestro país, el Turismo se ha transformado en agenda económica, lo que aumenta su responsabilidad en el dinero del país. Ha llegado un



«Ha llegado un pensamiento nuevo a nuestro país y una forma distinta de ver al Turismo, como algo mucho más importante para todos, cada año notamos el incremento de turistas»

pensamiento nuevo al país y una forma distinta de ver al Turismo, como algo mucho más importante.

Somos muy optimistas pues Brasil es un gran país que ofrece miles de alternativas para los visitantes. Estamos trabajando de manera incansable en atraer

empresas que quieran invertir en nuestra tierra.

Cada año notamos el incremento de la llegada de turistas a nuestro país. Hemos ampliado las aerolíneas que llegan desde fuera y estamos mejorando el transporte interno de Brasil. En suma, todo el Gobierno de nuestro país está trabajando de la mano para ayudar al Sector Turístico a lograr sus objetivos, que es una importante fuente de ingresos y de empleo para miles de ciudadanos brasileños.

No nos olvidamos del medio ambiente, ajustando nuestras políticas para poner nuestro granito de arena a la causa. Trabajamos en la conservación de nuestros parques naturales y de nuestros bosques, y también para reducir la emisión de gases nocivos.

Os esperamos en Brasil. Muchas gracias.



Higinio Brito, viceministro de Turismo de Brasil.

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO

CHILE / MÓNICA ZALAQUETT / SUBSECRETARIA DE TURISMO

Turismo para Chile es una industria joven pero no es menos importante

BUENOS DÍAS A todas y todos. Antes de nada, quería agradecer a CIMET y a su equipo por crear estos encuentros y generar colaboración entre los países en conjunto con el mundo privado.

Chile con sus 4.300 kilómetros de costa es el país más largo y austral del mundo, presente en tres continentes. América del Sur, Oceanía y la Antártida. Hoy cuenta con 19 millones de habitantes.

El Turismo para Chile es una industria joven pero no por ello menos importante. Para el Gobierno de Piñeras, nuestro presidente, se ha convertido en un motor de desarrollo económico y social del país, por su gran capacidad de generación de empleo y por el apoyo en la descentralización de Chile.

Puedo destacar que en la última década hemos aumentado un 104% la llegada de turistas extranjeros. Somos el tercer país en América

Latina en recibir visita del exterior. Por cuarto año consecutivo los World Travel Award nos reconocieron como destino líder para el Turismo aventura.

Construimos la estrategia del Turismo en 2020-2030 en coordinación con el mundo privado. Una estrategia que pone el foco en la

su estadia más prolongada. Desde el inicio del gobierno hemos aumentado la glosa presupuestaria para hacer crecer el Turismo nacional. Hemos conseguido superar el 20% en dos años.

¿Por qué invertir en el Turismo en Chile? Porque es un país lleno de contrastes. Contamos con 105 mil kilómetros de desierto. Tenemos el 70% de la infraestructura astronómica, lo que nos ha permitido desarrollar el astroturismo. 4.000 kilómetros de costa que nos ha permitido diversificar la oferta en Turismo deportivo. 376 lagos, lagunas y reservas naturales. El 60% de los turistas que llegan a nuestro país declaran estar motivados por nuestra naturaleza. 275 termas. 5.919 islas, 17,6 millones de hectáreas de bosques nativos y el 76% de los glaciares de suramérica.

Continúa en la página 44



«En la última década hemos aumentado un 104% la llegada de turistas extranjeros y somos el tercer país en América Latina en recibir visitas del exterior»

experiencia del turista. Como pilares fundamentales tiene la innovación y tecnología, sustentabilidad y el desarrollo regional. Asimismo con una fuerte estrategia de promoción internacional, estamos decididos a salir a captar turistas donde su gasto diario sea mayor y



Mónica Zalaquett Said, subsecretaria de Turismo de Chile.

COLOMBIA / JULIÁN GUERRERO / VICEMINISTRO DE TURISMO

En Colombia estamos centrados en una política de Turismo sostenible

BUENOS DÍAS A todas y a todos, colegas, ministros, viceministros, secretarios... Y por supuesto, estimados empresarios inversionistas es un placer estar aquí, en Cimet. Quiero dar las gracias por la organización de esta reunión. Es mi primera vez participando como viceministro de Colombia. Como en los demás países, el Turismo se ha convertido en una fuente muy importante para el desarrollo del país, su crecimiento económico y la generación de empleo.

Para Colombia el año 2019 fue un año de récords en materia de Turismo. Fue récord en la llegada de visitantes no residentes a nuestro país, récord también en materia de ocupación hotelera 58,7% de ocupación.

Recortes también en la apertura de nuevas rutas y frecuencias internacionales 17 rutas y 39 frecuencias internacionales que conectan a Co-

lombia con el mundo. Y eso se vio reflejado en varios reconocimientos que tuvo el país, entre ellos el haber escalado en siete posiciones en el índice de competitividad de viajes y Turismo, publicado cada dos años por el foro económico mundial. Hoy en día ocupamos la posición 55. También la Asociación de Turopera-



«En Colombia estamos apostando por pensar en el Turismo a largo plazo, en los próximos 25 o 50 años seremos líderes en temas de sostenibilidad»

dores de Estados Unidos, probablemente el gremio más importante del Turismo en ese mercado, reconoció a Colombia como el destino más importante para el 2020. Colombia ha venido creando un marco legal favorable a la inversión extranjera que ya ha estado vigente durante

varios años y que ha significado la inversión en importantísimos proyectos principalmente hotelaria, pero también de parques temáticos y otras características.

Un marco legal que tiene una tasa preferencial del 9% al impuesto a la renta frente una tasa de aproximadamente el 34, que es la tasa normal y que ha visto, como les decía, una inversión muy importante en hotelaria en las principales ciudades del país, Bogotá, Medellín, Cali, Cartagena... Pero este incentivo tributario se ha ampliado en el año pasado para incluir, no sola-

mente a proyectos de hotelaria, sino también ampliarse a temas como parques temáticos, muelles náuticos, proyectos de ecoturismo y proyectos de agro Turismo. Adicionalmente existe la exención del IVA, algo que compartimos con

Continúa en la página 44



Julián Guerrero Orozco, viceministro de Turismo de Colombia.

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO

COSTA RICA / MARÍA AMELIA REVELO / MINISTRA DE TURISMO

Costa Rica es uno de los destinos mejor señalados en cuanto a su futuro

MUY BUENOS DÍAS, un gusto estar acá, un saludo muy cordial a mis colegas y una felicitación a Madrid por haber acogido a la COP con muy poco margen de tiempo, demostrando ese liderazgo que tienen en este país y en esta ciudad, que en mes y medio lo organizaron todo. Es un enorme placer participar nuevamente en este foro. Quisiera empezar compartiendo un extracto de un mensaje que recibimos de una familia española que visitó nuestro país durante 14 días al inicio de 2020: "Sois privilegiados: playa, montaña, vegetación, fauna, gastronomía, aventura. Lo tenéis todo y el carácter de los ticos. Para nosotros ha sido perfecto. No estamos habituados a esa amabilidad".

La Costa Rica verde, la Costa Rica diversa, la Costa Rica hospitalaria, es la Costa Rica que eligieron medio millón de europeos en el año 2019, un incremento del 4,3% respecto al año 2018. Si observamos

nuestros cuatro mercados principales: Alemania, con un crecimiento del 8% (80.000 turistas); Reino Unido, crecimiento del 6% (70.000 turistas); Francia y España por supuesto. Todos con estadías entre 14 y 18 días. Para un país de cinco millones de habitantes, una visitación de medio millón de europeos evidencia

de Costa Rica como destino turístico. El estudio se llevó a cabo en seis mercados, entre ellos Alemania, España, Francia y Reino Unido. De esta manera, identificamos el perfil de los turistas que prefieren Costa Rica. Estamos ante viajeros coherentes que ponen en práctica sus principios personales al consumir.

Tienen predisposición a pagar algo más en la compra de productos que son respetuosos con el medio ambiente. Son personas habituadas a confiar en internet y en las agencias de viajes para proveerse de todo tipo de servicios, de un alto nivel educativo, gran interés en todo tipo de áreas de conocimiento, interesados genuinamente en el país que visitan y no únicamente en sus atractivos turísticos. Para nosotros eso es la definición de sostenibilidad, no solo la naturaleza, es también nuestra gente.

Continúa en la página 45



«Para un país de cinco millones de habitantes, una visitación de medio millón de europeos evidencia el creciente interés que despierta en Europa nuestro modelo de desarrollo turístico»

el creciente interés que despierta en Europa nuestro modelo de desarrollo turístico y nuestro compromiso con la sostenibilidad.

En el año 2018, realizamos un estudio con Two Much Research, y en ese estudio se habló de la percepción sobre la imagen y el posicionamiento



María Amalia Revelo, ministra de Turismo de Costa Rica.

ECUADOR / ROSI PRADO / SECRETARIO GENERAL ADJUNTO

Esperamos que 2020 con conectividad e inversiones sea un año excepcional

BUENOS DÍAS, es un placer estar aquí. Año muy bueno para toda Latinoamérica.

Estamos muy contentos. Los y las colegas que me han antecedido han demostrado el atractivo de nuestra región para recibir más líneas aéreas, que es muy importante en la conectividad en la que nos hemos basado como política de Estado. La política del gobierno nacional basa su gestión en cuatro pilares fundamentales: consolidación fiscal y estabilidad monetaria, el dólar moneda nacional; igualdad de oportunidades y protección social; empleo y reactividad productiva; y manejo eficiente y transparente de recursos.

Los ejes estratégicos del Turismo son: accesibilidad, sostenibilidad, inclusión e innovación. En cuanto a destinos y calidad, hemos decidido crear más productos turísticos en toda la nación, con un acuerdo con la Asociación de Municipalidades (AME) para hacer productos turísti-

cos en cada una de las provincias, 211 municipios harán producto turístico para que sea atractivo a nivel nacional. En cuanto al Turismo rural, en 2017 firmamos un convenio con la SecTur (Secretaría de Turismo) de México.

En 2018, inauguramos nuestros primeros 'Cinco pueblos mágicos', proyecto que se consolidará este año



«Los ejes estratégicos del Turismo son: accesibilidad, sostenibilidad, inclusión e innovación. En cuanto a destinos y calidad, hemos decidido crear más productos»

con unos 10 más. Los cinco pueblos mágicos son: Patate, Alausí, Zaruma, Cotacachi y San Gabriel, distribuidos en los Andes ecuatorianos. Es un movimiento muy especial para esos pueblos, que tienen algo mágico y que quieren ayudar a mejorar Turismo. Tener productos especiales, como lo ha

consolidado México con 121 pueblos ya, pero para comenzar, está bien.

Tenemos seguridad turística, un producto de la OEA para reaccionar a problemáticas, como la de octubre que sufrimos en Sudamérica, atraemos y fomentamos la inversión, con más de 128 millones de inversión turística y el barco Flora para Galápagos (que ya son 93 millones). Conectividad con cuatro líneas aéreas nuevas en 2019, regresó Air France tras 25 años, tercera línea aérea española Air Europa, Plus Ultra, Interjet (mexicana) y Air Canada con tres vuelos a la semana.

En mercadeo y promoción, promovemos el Ecuador de los cuatro mundos: los Andes, la Amazonia, la costa y las islas Galápagos. Hemos hecho un gran despliegue de lo que poseemos. Esperamos con conectividad e inversiones que 2020 sea año excepcional. En 2019 crecimos un 4,3%, como Costa Rica.



Rosi Prado de Holguín, ministra de Turismo de Ecuador.

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO

HONDURAS / NICOLE MARRDER / MINISTRA DE TURISMO

El Turismo se ha convertido en una prioridad nacional para Honduras

BUENOS DÍAS, gracias a todos. Poder participar en la Conferencia Iberoamericana de Ministros y de Empresarios de Turismo (CIMET) es una excelente oportunidad para dirigirnos a la audiencia. Le hacemos ojitos a la compañía aérea Iberia en cuanto a la conectividad que Honduras necesita. El Turismo, es una prioridad nacional de nuestro presidente Orlando Hernández. Tuvo un rol importante siempre, pero ahora, es una prioridad nacional, se ha trazado una línea de inversión con red vial para conectar el país y fronteras de vecinos de Latinoamérica.

El aeropuerto de Palmerola cambiará la dinámica aérea nacional y regional, estará listo para operaciones en 2021, y a pesar de ser un país pequeño, hay cuatro aeropuertos internacionales: en Tegucigalpa, estará ahora el de

Palmerola; en San Pedro Sula, que es nuestra capital industrial; Roatán, el principal atractivo turístico, y La Ceiba, que conecta toda la costa norte en tierra firme. La concesión está por cambiar este año y traerá reforma en dinámica de conectividad aérea. Enfrentamos retos en esta conec-

mero por isla caribeña y Copán por el atractivo arqueológico maya, que es muy estudiado. Roatán definitivamente es el de más crecimiento, el preferido por los cruceristas, habrá una ampliación del puerto de Roatán y hay que hablar del buceo, uno de los atractivos más promovidos también en Utila, con nuevo aeropuerto pequeño y no internacional pero con dinámica importante.

Es un atractivo para los inversionistas: el desarrollo de las marinas en el Caribe hondureño, los kilómetros de playas vírgenes y

el arrecife coralino, uno de los más bellos del mundo. Son destinos importantes de buceo: Roatán, Guanaja, Utila... Honduras es una oportunidad para amigos y socios inversionistas, miren a Centroamérica y al Caribe hondureño para nuevas inversiones.



«Honduras es una oportunidad para amigos y socios inversionistas, miren a Centroamérica y al Caribe hondureño para nuevas inversiones en el Sector Turístico»

tividad, muchos cambios en los siguientes dos años.

Inversiones importantes en San Pedro Sula en Turismo para convención y eventos; Tegucigalpa comenzará a construir un recinto ferial. Roatán y Copán son los más atractivos, el pri-



Nicole Marrder, ministra de Turismo de Honduras.

MÉXICO / MIGUEL TORRUCO / SECRETARIO DE ESTADO DE TURISMO

México tiene amplias oportunidades para negocios rentables y exitosos

MUCHAS GRACIAS. Saludo con afecto a todos los asistentes, en especial a mis colegas ministros y ministras de Turismo de todos los países hermanos. El Turismo es una actividad apasionante y sobrepasa las fronteras y une a los pueblos de todo el mundo, mostrando la esencia que caracteriza a cada localidad, país o región así como los diversos, interesantes y majestuosos atractivos de nuestro gran planeta. El Turismo es una fuente de bienestar y de progreso para las naciones, porque genera divisas, empleo e inversión, que fortalecen las economías y mejoran la calidad de vida de los habitantes.

México ocupa el séptimo lugar mundial en Turismo de recepción, con 40,3 millones de turistas al cierre de 2019. Nos ubicamos en el lugar número 17 en captación de divisas, con 22.000 millones de dólares. Todo ello consolida el PIB que depende del Tu-

rismo, que se manifiesta en un 8,7% de la participación sobre el total. Al término del tercer trimestre de 2019, la inversión extranjera directa hacia México en Turismo fue de alrededor de 1.000 millones de dólares, 3% del total de la inversión extranjera directa captada por el país. Cabe señalar que cerca del 25% de esta inversión



«El Turismo es una fuente de bienestar y de progreso para las naciones, porque genera divisas, empleo e inversión, que fortalecen las economías y mejoran la calidad de vida de los habitantes»

está canalizada al sector hotelero. Por otra parte, a partir de este año, y los próximos tres, hay en ejecución 2.755 proyectos, en las 32 entidades del país, con una inversión de 15.300 millones de dólares, que habrán de generar 90.000 nuevos cuartos de hotel y 79.000 nuevos empleos.

Esta es parte de la información interesante que viene desarrollándose en México. En este 2019 concluimos la construcción de 22.000 nuevos cuartos de hotel, lo que conforma, sumado a lo anterior, 830.000 habitaciones, un 3% más que a finales de 2018, lo que nos ubica en la séptima posición a nivel mundial en infraestructura hotelera.

Lo anterior es una muestra clara de la confianza que genera México y el gobierno del presidente Manuel López Obrador, quien desde el inicio de su gestión lleva a cabo una profunda transformación económica, social y moral de nuestro país, sentando las bases de una nación más justa, prospera y equitativa. Además, México ofrece una serie de incentivos, que lo colocan como un destino con amplias oportunidades para el establecimiento de negocios rentables y exitosos.

Continúa en la página 45



Miguel Torruco, secretario de Estado de Turismo de México.

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO

NICARAGUA / ANASHA CAMPBELL / MINISTRA DE TURISMO

El Turismo en Nicaragua es una actividad económica prioritaria

MUCHAS GRACIAS, muy buenos días a todos. Un honor estar con todos ustedes. Agradecer a Carlos Ortiz y a Eugenio de Quesada también por organizar este encuentro que nos permite compartir entre hermanos. Para Nicaragua y el gobierno del presidente Daniel Ortega el Turismo es una prioridad de Estado. Como tal se ha generado también un marco legal que respalda, que promueve y que facilita las inversiones hacia nuestro país en términos generales y no exclusivamente en el Sector Turístico.

El Turismo se ha ubicado en los últimos años como una de las actividades económicas prioritarias, no solo por la generación de empleo y divisas sino sobre todo porque contribuye a la mejora de la calidad de vida de nuestro pueblo y porque también contribuye a la lucha contra la pobreza en nuestro país.

Esto, sumado a que Nicaragua es el país más seguro de Centroaméri-

ca según el foro económico mundial y según los estudios que ha hecho la Oficina de las Naciones Unidas contra el crimen y la delincuencia, sumado además a ser el país que posee las mejores carreteras en la región, a que tenemos una cobertura eléctrica del 97%, siendo la mayoría de energía renovable y por ese

En ese sentido yo quisiera solo referirme a tres leyes de este marco legal que poseemos que facilitan las inversiones. La primera es la Ley de Promoción de Inversiones Extranjeras, que permite dentro de otras cosas la libre convertibilidad de la moneda, la libre expatriación de capital (no hay una discriminación

entre la inversión nacional y la inversión extranjera en nuestro país) el tema del acceso fácil y ágil también a las inversiones, a todo lo que es trámites en nuestro país, puesto que hay también una Comisión interinstitucional que agiliza estos trámites

para cualquier inversionista en nuestra Nicaragua.

La otra es la Ley de Incentivos a la Actividad Turística, a la industria turística como tal, que ofrece alrededor de 20 años de beneficios en términos de exoneraciones fiscales.

Continúa en la página 45



«El Turismo en Nicaragua contribuye a la mejora de la calidad de vida de nuestro pueblo y porque también contribuye a la lucha contra la pobreza de nuestro país»

compromiso que tiene el gobierno también en el desarrollo sostenible de manera integral, no solo vista desde el tema medioambiental sino socioeconómico y cultural pues ofrecen un ámbito y unas oportunidades tremendas para la inversión en nuestro país.



Anasha Campbell, ministra de Turismo de Nicaragua.

PANAMÁ / IVÁN ESKILDSEN / MINISTRO DE TURISMO

El Turismo en Panamá se ve potenciado por ser un gran 'hub' aeroportuario

MUCHAS GRACIAS. Un saludo a todo el público, a todos los colegas de la mesa principal de ministros. De parte de Panamá me resta compartirles algunas de las principales iniciativas y productos que estamos desarrollando.

Panamá es un país tradicionalmente conocido por su Canal de Panamá, sin duda un atractivo nada despreciable, el más visitado en el país e incluso Bill Gates lo comenta entre las top 10 experiencias a vivir turísticamente o las cosas más interesantes que recomienda y aparte nuestra ciudad moderna, conocida como la capital de los rascacielos en Latinoamérica, sin duda un hub de negocios posicionada en los últimos años y atrayendo inversiones de todas partes del mundo.

Sin embargo, en esta nueva Administración que recién hemos iniciado hace unos seis meses estamos posicionándonos enfocados en productos de patrimonio cultural y na-

tural, enfocados en la sostenibilidad, ya que el país tiene joyas que aún no han sido dadas a conocer en todas sus posibilidades para el Turismo.

Tenemos sitios maravillosos declarados Patrimonio de la Humanidad. Entre ellos podemos mencionar el Parque nacional Coyoba que pertenece al mismo corredor marino



«En esta nueva Administración que recién hemos iniciado hace unos seis meses estamos posicionándonos enfocados en productos de patrimonio cultural y natural»

que las Isla Galápagos de nuestro vecino país Ecuador que muchos comparan con su biodiversidad, que se complementa por ejemplo con la presencia de 11 centros de investigación del prestigioso Instituto Smithsonian financiado por la Reserva Federal de los Estados

Unidos, lo que nos habla de la importancia, la biodiversidad que se encuentra nuestro país.

Entre uno de estos centros de investigación mencionamos Barro Colorado que es el bosque tropical más intensivamente estudiado del mundo, por eso recalamos esa enorme biodiversidad de nuestro país.

También podemos mencionar entre estas digamos maravillas de la naturaleza, ahora hemos sido beneficiados porque tenemos el café más valioso del mundo, el café geisha que recientemente se pagó hasta a 10.000 dólares por un kilo. Estamos

hablando que ahora hay una ruta turística que existe para conocer los secretos detrás de este café.

Así que complementado a esa naturaleza que se ve además reseñada en un nuevo biomuseo, tiene algunos pocos años, unos cinco años.

Continúa en la página 45



Iván Eskildsen, ministro de Turismo de Panamá.

XXIII CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS Y EMPRESARIOS DE TURISMO

PARAGUAY / SOFÍA MONTIEL / MINISTRA DE TURISMO

La oferta turística de Paraguay tiene opciones para diferenciarse

MUY BUENOS DÍAS, un saludo fraternal a cada uno de los representantes de los países que se dan cita en Conferencia Iberoamericana de Ministros de Turismo (CIMET). Este evento que nos reúne como todos los años en vísperas de la apertura de la Feria Internacional de Turismo, Fitur 2020.

Desde la Secretaría Nacional de Turismo de Paraguay, venimos llevando adelante hace varios años una planificación estratégica del Turismo en la que nos enfocamos en planes e incentivos específicos para la inversión. Entre ellos quisiera citar el régimen de Maquila, la ley 60/90, el régimen de materia prima, la Ley de la Alianza Público Privada, el régimen automotriz, zonas francas, entre otros.

Estamos trabajando sin pausas para ofrecer un país competitivo ubicado entre los países más eficientes en cuanto a la producción de alimentos a nivel mundial, con industrias

pujantes e innovadoras que emplean fuerza laboral capacitada y que ofrece servicios con tecnología hacia una economía del conocimiento.

Podríamos hablar de los beneficios que ofrecemos a los inversionistas ante la invariabilidad de la tasa impositiva y ahí quisiera detenerme a puntualizar que tenemos el impuesto

económica y la seguridad jurídica en un país con numerosas oportunidades, donde por sobre todas las cosas prima la mano de obra joven, la baja presión tributaria, materia prima bajo costo, estabilidad macroeconómica, y es el país con mayor crecimiento económico en la región durante el año 2017-2018.

Hemos entendido que la conectividad aérea es otro de los objetivos en los cuales estamos trabajando, abocados a poder dinamizar nuevos destinos para conectarnos hacia el mundo. Y en este orden de cosas quisiera agradecer la presencia de Iberia

y Air Europa conectando con vuelos directos Asunción-Madrid como una gran puerta a todo Europa y a partir de ahí poder hablar del avance que hemos tenido en cuanto a la llegada y el aumento de españoles a nuestro país en un 30%.

Continúa en la página 45



«Hemos entendido que la conectividad aérea es otro de los objetivos en los cuales estamos trabajando, abocados a poder dinamizar nuevos destinos para conectarlos hacia el mundo»

a la renta de las empresas del 10%, a la renta personal del 10% y el impuesto al valor agregado del 10%. Impuestos más simples y competitivos en todo Mercosur.

Podemos hablar de los beneficios que ofrecemos a inversionistas sobre todo basados en la estabilidad



Sofía Montiel de Afara, ministra de Turismo de Paraguay.

PUERTO RICO / CARLA CAMPOS / MINISTRA DE TURISMO

Puerto Rico se ha posicionado como un destino turístico resiliente

TENGO EL RETO de cerrar esta primera parte de la mañana de hoy, espero que estén todos con nosotros todavía. Y esto del tema de superar retos creo que se ha convertido en mi principal trabajo en favor del Turismo. Sería ilusa pensar que puedo dirigirme a ustedes hoy y no primero atender la pregunta que seguramente todos tienen, producto de toda la cobertura mediática que se ha suscitado de Puerto Rico en los últimos días. Y la pregunta es siempre: ¿y Puerto Rico está bien? ¿Están de pie?

Me enorgullece y me complace comunicarles que, si bien estamos solidarios con nuestros hermanos del sur, que apenas hace unas semanas pasaron por unos eventos cíclicos fuertes. Puerto Rico sí está de pie. Estamos abiertos para hacer negocios incluso en la zona sur de Puerto Rico, estamos abiertos para el Turismo y de pie y eso es lo primero que quería compartir con ustedes hoy.

No es secreto, yo creo, que la isla ha pasado por grandes retos. Bien, ¿y en un foro de inversión por qué hablar de ellos? Yo creo que lo primero que haríamos en un foro de inversión es hablar de las bellezas y de las bondades de un destino. Pero la realidad es que ahora más que nunca, el hablar de



«El Turismo ha sido esa punta de lanza de nuestro resurgir económico. Fue el sector económico que más rápido se levantó luego de todas estas situaciones»

los retos que hemos enfrentado es vital y es sumamente relevante.

¿Cuáles son los retos? Primero pasamos por una situación financiera y una deuda en el 2017, luego la crisis del SICAV, superada, luego dos huracanes, superados. En el verano del año pasado el pueblo desti-

tuyó un gobernante. Yo era parte de esta Administración y de ese reto también nos recuperamos y esta temporada alta visualizaba ser una de las mejores temporadas altas en mucho tiempo para nosotros y apenas hace dos semanas enfrentamos el reto de dos terremotos, cosa que no habíamos experimentado hacia

cien años. O sea que Puerto Rico en todo esto se ha posicionado como un destino resiliente y lo interesante de todo esto es que el Turismo ha sido esa punta de lanza de nuestro resurgir económico. Fue el sector económico

que más rápido se levantó luego de todas estas situaciones, y yo creo que esto habla de la seguridad de la inversión. Precisamente aparte de todo esto que ha sucedido los inversionistas han redoblado su apuesta en Puerto Rico.

Continúa en la página 45



Carla Campos Vidal, ministra de Turismo de Puerto Rico.

DEBATE ENTRE MINISTROS Y EMPRESARIOS



Manuel Butler, director ejecutivo de OMT.



Carlos Garrido, presidente de CEAV.



Miguel Mirones, presidente de ICTE.

Debate sobre Iberoamérica entre empresarios y ministros

La XXIII Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET) ha permitido a ministros y empresarios debatir en paneles dedicados a: 'Situación actual y perspectivas del transporte y la conectividad aérea entre España e Iberoamérica', 'Nuevos establecimientos de alojamiento e inversión hotelera española en Iberoamérica' y 'Evolución de la demanda y las tecnologías en la distribución turística hacia Iberoamérica'.

de Argentina, y la pregunta es la siguiente: el transporte aéreo en el cono sur está experimentando una notable transformación con la consolidación de compañías tanto en el ámbito regional como en los grandes grupos europeos. ¿Cómo piensa que puede afectar a la conectividad de su país, esta tendencia de concentración empresarial horizontal?



R.- (MATÍAS LAMMENS, MINISTRO DE TURISMO Y DEPORTES DE ARGENTINA). Argentina es un receptor principal del escenario

de conexiones larga distancia así como lo es Sudáfrica, Australia y Nueva Zelanda. Nosotros somos un país receptor de vuelos, donde a partir de la gestión del nuevo gobierno del presidente Alberto Fernández, no estamos centrando en consolidar las operaciones larga distancia entre Buenos Aires y Madrid con aerolíneas Argentinas, Iberia y Air Europa que pronto estarán fusionadas, pero al mismo tiempo estaremos incrementando la conectividad directa desde España hasta los principales destinos turísticos argentinos: cataratas de Iguazú, Córdoba, la Patagonia a través de la entrada de operadores chárteres, de hecho durante estas ferias internacionales de Turismo vamos a mantener reuniones, no solo con las aerolíneas que están operando entre España y Argentina, sino con aerolíneas como Evelop, Plus Ultra, Wamos, que precisamente es a donde estamos apuntando, porque entendemos nosotros que más allá de las fusiones que puedan existir entre diferentes empresas lo que se puede tomar es la oportunidad como un desafío o una oportunidad, el desafío de consolidar que esas empresas continúen llevando más turistas a la República Argentina y también la oportunidad de generar nuevas propuestas para que nuevas empresas lleven, de hecho los números hablan por sí solos. Hay que tener en cuenta que solo el 23% de los turistas de España a Argentina vienen por vacaciones y ocio, en la actualidad, con los más de 600.000

asientos que tiene desde España a Argentina hay una ocupación del 84%, por lo que es una demanda óptima y esa demanda genera necesidad de tener nuevas aerolíneas. Solamente cuatro aerolíneas están trabajando en llevar pasajeros desde Madrid y Barcelona hacia Argentina. Argentina en su territorialidad tiene la extensión de más de nueve países de Europa, así que imagínense todo el espacio para generar nuevas oportunidades que tiene la República Argentina, al margen de que España también es un hub que también genera llegadas a Argentina de otros turistas extranjeros de Europa. Entonces tenemos que trabajar en eso, el desafío, la oportunidad y sobre todo generar mayor competitividad porque en Argentina lo que necesitamos es precisamente llevar más turistas extranjeros y hay un universo muy grande en Europa para un país muy grande como es la República Argentina.



P.- (MANUEL BUTLER, DIRECTOR GENERAL DE OMT). Muchas gracias por su claridad y concisión, está claro que la rentabilidad es la clave para poder mantener esa conectividad aérea, los atractivos que ofrece Argentina y la políticas que implementa el gobierno.



R.- (MATÍAS LAMMENS, MINISTRO DE TURISMO Y DEPORTES DE ARGENTINA). Si no solo es la rentabilidad que genera, si no la cantidad de destinos o la diversificación de productos que tiene la República Argentina más allá de los seis destinos tradicionales que el público extranjero conoce y esa es la línea que sigue el presidente Alberto Fernández, lo que quiere Matías Lammens como ministro de Turismo. Es un trabajo paralelo, potenciar los productos turísticos, mostrar la verdadera Argentina que tenemos y generar más oportunidades para que más aerolíneas puedan llegar al país.



P.- (MANUEL BUTLER, DIRECTOR GENERAL DE OMT). Pasamos al segundo tertulio que es la subsecretaria de Turismo de Chile, buenísima amiga de la OMT, doña Mónica Zalaquett. La pregunta es la siguiente: la conectividad con España es la primera causa de tapón obstaculizadora de la llegada de turistas a Iberoamérica, ¿cuál es la situación actual y perspectivas de su país a corto y medio plazo en materia de conectividad aérea?



R.- (MÓNICA ZALAUQUETT, SUBSECRETARIA DE TURISMO DE CHILE). Muchas gracias. Bueno, efectivamente nosotros tenemos la convicción de la urgencia y la importancia de estimular una mayor oferta aérea. Nosotros tenemos un ejemplo bien claro, que la conectividad aérea hoy en día en línea directa con España la tenemos a través de Iberia y Latam y empezó en abril Level, lo cual nosotros agradecemos mucho porque, por ejemplo, solo con la entrada de Level en abril de 2019, aumentó en un 40% la llegada de pasajeros de España a Chile y finalizamos el año con un aumento del 24,4% en operaciones aéreas y un 23,3% en llegada de pasajeros provenientes de España a Chile.

Ahora el mercado español en sí mismo aumentó un 6,6% porque recordemos que los viajeros que llegan a través de Level o Iberia no son necesariamente españoles porque vienen del resto de Europa. Nosotros tenemos una política de cielos abiertos y es por eso que como gobierno estamos fortaleciendo este plan aeropuertos que le comentaba antes porque entendemos que es la única forma que tenemos de seguir creciendo en mercados que hemos tenido muy buena respuesta: el mercado inglés, francés, alemán y español han ido creciendo de manera consistente en los últimos cinco años, entonces creemos que este plan aeropuerto va a ser un estímulo

para poder traer más aerolíneas y que lleguen a Chile y así hacer que lleguen más turistas.



P.- (MANUEL BUTLER, DIRECTOR GENERAL DE OMT). La verdad que hacer alinear las políticas de transporte con las estructuras a medio y largo plazo es una de las claves del éxito y esas cifras son realmente espectaculares.



R.- (MÓNICA ZALAUQUETT, SUBSECRETARIA DE TURISMO DE CHILE). Así es y nosotros vemos una gran oportunidad en el crecimiento intraregional. Hoy día con estos 16 nuevos aeropuertos vamos a poder estimular la conexión con Colombia, con Perú... con los distintos países sin ser necesario, como era hasta hoy día, pasar por Santiago, porque mucho de nuestros destinos turísticos principales están o en el norte o en el sur y obligatoriamente había que entrar por Santiago. Esto nos va a permitir hacer conexiones directas.



P.- (MANUEL BUTLER, DIRECTOR GENERAL DE OMT). Estoy seguro que esta política llegará con éxito y frutos y desde la OMT la esperaremos. Pasamos al tercer país que es Honduras, tenemos aquí a la excelentísima señora doña Nicole Marrder, ministra de Turismo de Honduras. Y la pregunta en relación a la conectividad aérea, se formula de la siguiente manera, ¿cree su ministerio que el fenómeno llamado 'vergüenza de volar', que empezó en Suecia con Greta Thunberg, puede afectar a los países de Iberoamérica receptivo del mercado español? En Europa sí está teniendo trascendencia en las políticas y en los comportamientos de los turistas.

DEBATE ENTRE MINISTROS Y EMPRESARIOS



R.- (NICOLE MARDER, MINISTRA DE TURISMO DE HONDURAS). Consideramos que a corto plazo el efecto no va a ser muy significativo en la industria de la aviación. La vía aérea de conectar países sigue siendo la vía más rápida y el tiempo es un recurso que tiene un valor para el ser humano cada vez más alto, de manera que el impacto no será a corto plazo. Creo que a medio plazo iremos viendo un cambio en el comportamiento de la gente y a largo plazo sí vamos a tener un impacto importante.

Considero que la industria sí tiene la flexibilidad de adaptarse, pero es importante que como industria entendamos que este tipo de fenómenos están cambiando y va a cambiar la forma en la que las personas piensan, especialmente los jóvenes que cada vez a medida que va pasando el tiempo se convierte en el máximo consumidor de la industria. Y cuando el pensamiento cambia la forma de decidir cambia y la decisión sabemos que juega un rol muy importante en hacia dónde vamos a viajar, qué tipo de Turismo vamos a practicar y a qué lugares vamos a ir, siempre y cuando vengan alineados con el tipo de pensamiento que yo tengo. Este tipo de movimientos a largo plazo y a medio plazo van a causar un cambio en el pensamiento, en la decisión y finalmente en la forma de viajar. El comportamiento del ser humano, lo estamos viendo que está cambiando. Es importante que la industria tome las medidas ahora para enfrentarlo.



P.- (MANUEL BUTLER, DIRECTOR GENERAL DE OMT). ¿Podría ser un poco más explícita en qué dirección iría el cambio de comportamiento de los turistas? Porque al fin y al cabo estamos hablando de un constructo, la mente etc... que tiene una influencia brutal.



R.- (NICOLE MARDER, MINISTRA DE TURISMO DE HONDURAS). Poco a poco vamos viendo cómo los consumidores van girando su pensamiento y decisión, por ejemplo, los números que presenta Costa Rica muestran claramente la preferencia de los europeos para un tipo de Turismo que es respetuoso con el medio ambiente. Creo que eso se va a convertir en la norma y no en algo diferente.

Los países debemos empezar a tomar decisiones no solo con respecto a la aviación, sino con el Turismo que estamos elaborando y la sostenibilidad del Turismo. Especialmente los países como los centroamericanos que somos especialmente vulnerables al cambio climático. También entender que este

movimiento de la 'vergüenza de volar' ataca más a los movimientos cortos de menos de una hora y eso está provocando que las personas se dirijan más a otros medios más ecológicos y más respetuosos con los desplazamientos largos que siempre se van a tener que hacer por la vía aérea. Entonces creo que en Centroamérica si vamos a poder ver desplazamiento terrestre para conectarse entre un país y otro, pero para distancias largas la vía aérea siempre va a ser el método.



P.- (MANUEL BUTLER, DIRECTOR GENERAL DE OMT). El siguiente interviniente es el excelentísimo señor don Miguel Torruco, que es el ministro de Turismo de México. Y la pregunta es la siguiente, excelentísimo señor, en la segunda mitad de 2020 se prevé que termine la compra de Air Europa por parte de Iberia, ¿cómo afectará a los destinos americanos, en concreto al suyo, a México, la creación de un gigante aéreo con una clara orientación iberoamericana?



R.- (MIGUEL TORRUCO, SECRETARIO DE ESTADO DE TURISMO DE MÉXICO). Definitivamente será bienvenido porque la unión hace la fuerza. Actualmente el flujo de Iberia y de Air Europa representan el 56% del flujo de internación hacia nuestro país. España ocupa el segundo lugar, por debajo de Reino Unido, de mayor emisor hacia México. Con esta gran fusión vienen a incrementarse las oportunidades no solo para México, sino también para los países hermanos y también es oportuno mencionar que nosotros estamos ya construyendo un gran aeropuerto que una primera fase tendrá dos pistas y luego otras dos, que junto con el aeropuerto de ciudad de México y con el de Toluca que está muy cerca ahora con el medio de tren rápido que se está construyendo será ahora un gran sistema metropolitano aeroportuario del Valle de México.

Grandes aerolíneas como el caso de Emirates o Interjet ya levantaron la mano porque ven el aeropuerto Felipe Ángeles que será construido en dos años como un futuro hub que será de soporte para continuar el flujo de las 32 regiones de nuestro país para con centro Sudamérica y también las islas del Caribe, y también como trampolín para llegar con los vuelos de larga distancia hacia china que es un mercado que este año represento 125 millones de turistas, de los cuales 22 son de alto poder adquisitivo, esos segmentos emergentes y nuevos para México los estamos promoviendo porque ya para China México representa la primera opción, está en primer lugar casi con 200.000 turistas que se han ido incrementando notablemente. Así que, en resumen, esta unión

de dos aerolíneas de gran prestigio viene a fortalecer el liderazgo de España y fortalecer la ayuda para los países latinoamericanos.



P.- (MANUEL BUTLER, DIRECTOR GENERAL DE OMT). Muchas gracias, la verdad es que es una excelente noticia la construcción de ese hub y de también abrir la ventana hacia los países de Asia, beneficiándose del Turismo la sociedad...



R.- (MIGUEL TORRUCO, SECRETARIO DE ESTADO DE TURISMO DE MÉXICO). Así es, en esta etapa estamos hablando de construir dos pistas en el nuevo aeropuerto, dos en el aeropuerto de la ciudad que se están renovando y una en el aeropuerto de Toluca. Terminaremos en los próximos diez años hablando de ocho pistas con un radio similar al de Nueva York, que significará un impulso de un potencial de 80-100 millones de turistas por vía aérea hacia México.



P.- (MANUEL BUTLER, DIRECTOR GENERAL DE OMT). Vamos al siguiente que es la señora doña Sofía Montiel de Afara, directora de Turismo de Paraguay, ¿considera positivo para los destinos latinoamericanos y para sus países, en particular para Paraguay, la potenciación de un importante hub en la T4 del aeropuerto de Madrid Barajas, impulsado por la integración de Iberia y Air Europa?



R.- (SOFÍA MONTIEL DE AFARA, MINISTRA DE TURISMO DE PARAGUAY). Sí totalmente de acuerdo con seguir impulsando el mejoramiento y la mayor visibilidad que podamos tener desde la T4 en el aeropuerto de Barajas, a partir de esta integración para nosotros se abre un gran espectro. Hemos entendido eso, realizando una fuerte campaña de promoción en 2019 en la T4 precisamente, trabajando con una agencia muy importante aquí de España, El Corte Inglés y nos ha dado resultados muy positivos. Además desde el gobierno nacional hay una fuerte apuesta de la estructura de nuestra terminal aeroportuaria en Asunción, de manera poder permitir que europeos puedan disfrutar de mayor comodidad, hoy estamos recibiendo dos millones, que es la capacidad de la terminal y eso lo vamos a aumentar con una nueva terminal a seis millones de pasajeros.

Para nosotros esta alianza es especialmente positiva y la potenciación de este hub sabemos

que va a redundar en resultados positivos para Paraguay y a partir de esta fusión, de igual manera que este porcentaje de crecimiento en números que hemos tenido, de 39% de llegadas de españoles y demás países como Alemania, Italia y Francia a nuestro país va a ir en un importante crecimiento a partir de la inversión que se va a realizar.



P.- (MANUEL BUTLER, DIRECTOR GENERAL DE OMT). Esa alianza entre las políticas de Turismo y transportes es paradigmática y habría que felicitarles en ese sentido.



R.- (SOFÍA MONTIEL DE AFARA, MINISTRA DE TURISMO DE PARAGUAY). Muchas gracias, ese es el compromiso del Gobierno actual, quienes desde el inicio han puesto como uno de los ejes principales la innovación y la fuerte apuesta de la estructura aeroportuaria.



P.- (MANUEL BUTLER, DIRECTOR GENERAL DE OMT). Muchísimas gracias señores ministros por sus intervenciones, por ese espíritu de colaboración y visión optimista de cara a la conectividad, que siempre puede generar esos problemas, podemos estar tranquilos porque sí tienen en cuenta la política de transportes como algo esencial. Muchas gracias, y con eso yo creo que pasamos a la siguiente mesa de debate.

INVERSIÓN HOTELERA
CARLOS GARRIDO (CEAV)



P.- (CARLOS GARRIDO, PRESIDENTE CEAV). Buenos días, muchas gracias, felicitar a CIMET por la organización de esta nueva edición, agradecer a los ministros su asistencia y por supuesto, a todos ustedes, nosotros simplemente desde el canal de las agencias de viajes consideramos que Latinoamérica es nuestro mercado natural, de nuestros turistas. Tanto a los españoles le gusta muchísimo visitar Latinoamérica por su clima, por su gastronomía, por sus gentes, su cultura, etc. Como a las personas de Latinoamérica les gusta visitar España, por eso coincidiremos que ha sido una buena noticia la fusión de las dos grandes compañías españolas y nos va a permitir a las agencias de viajes españolas crear productos nuevos y optimizar los destinos. Vamos a abrir un poco el panel, vamos a hacer un pequeño debate

sobre los nuevos establecimientos de alojamiento e inversión hotelera española en Iberoamérica, le voy a pedir que los intervinientes que sean escueto y se limiten a tres minutos en la respuesta. Voy a empezar por el viceministro don Higinio Brito de Brasil, al que me gustaría preguntarle, ¿qué presencia tienen los hoteleros españoles en sus destinos turísticos tanto vacacionales como urbanos?, ¿y cómo cree que evolucionara la inversión hotelera española en el futuro próximo?



R.- (HIGINIO BRITO, VICEMINISTRO DE TURISMO DE BRASIL). Gracias por la pregunta. Actualmente en Brasil estamos viviendo un momento de apertura económica, apertura de mercado que está posibilitando la llegada de visitantes de todo el mundo a Brasil. Tenemos el comprometimiento del gobierno para que los inversores españoles puedan expandir su negocio en Brasil y de esta manera mejorar el número de alojamientos y de hoteles de inversores españoles. Estamos en un momento en el que hay infraestructura turística en Brasil, está en plena expansión con obras e infraestructuras, para que tengamos una tasa de ocupación mayor. Y así, aproximar nuestra realidad a nuestro potencial, infraestructuras y conectividad que posibilitamos cada vez más con inversores, como Globalia. Brasil pretendemos expandir el Turismo.



P.- (CARLOS GARRIDO, PRESIDENTE CEAV). Enhorabuena, estoy seguro de que la construcción de esas infraestructuras aumentará el tráfico de viajeros a Brasil. Además de las infraestructuras, otro de los aspectos que es relevante es el tema de la tecnología y en ese sentido me gustaría preguntar a la señora ministra de Costa Rica, doña María Revelo, ¿cómo afecta a sus destinos el auge de las plataformas digitales que está potenciando el uso turístico de las viviendas convencionales en detrimento del establecimiento hotelero regulado, especialmente en el ámbito urbano?



R.- (MARÍA AMALIA REVELO, MINISTRA DE TURISMO DE COSTA RICA). Sí este es un tema que realmente causa mucha preocupación a nuestro sector hotelero y definitivamente el Gobierno entendió que no podíamos continuar con una competencia desleal, porque no se pagaban todos los impuestos. Hace un par de meses Costa Rica pasó una ley que crea un registro para las plataformas digitales que tienen los dueños de casas de hospedaje y apar-

DEBATE ENTRE MINISTROS Y EMPRESARIOS

tamentos, tienen que registrarse en el Instituto Costarricense de Turismo y registrarse también el Ministerio de Hacienda y en las Municipalidades. Esto nos va a permitir tener una competencia que sea más equilibrada, sabemos que falta todavía más. Esto son procesos que son complicados. Si nos interesa por muchos aspectos, incluyendo el aspecto de seguridad que es un aspecto muy importante, para Costa Rica es uno de nuestros objetivos, cada día hacer de Costa Rica un destino más seguro y poder reglamentar el tema de las plataformas digitales también tiene que ver con este tema... en unos cuatro meses ya se tendrá que cumplir.



P.- (CARLOS GARRIDO, PRESIDENTE CEAV). **Muchas gracias, es muy de agradecer desde el canal de la distribución que contamos con ciertas garantías al hacer nuestras reservas y es importante la colaboración con los gobiernos para saber que nuestros turistas van a estar alojados con las garantías y la seguridad necesaria. Esto no está reñido con la libertad, sino que es algo complementario y quisiera felicitarle por ello. Quisiera también preguntar ahora a la señora ministra de Nicaragua, Anasha Campbell, ¿son los grandes resort de 'sol y de playa' en régimen de 'todo incluido' el modelo vacacional preferido para los destinos de su país?, ¿y cómo querría que evolucionase esta oferta en el futuro?**



R.- (ANASHA CAMPBELL, MINISTRA DE TURISMO DE NICARAGUA). Querría empezar destacando la oferta que tiene Nicaragua porque es una oferta destacada, estamos hablando de un país que tiene el 7% de la biodiversidad del mundo, 7.000 especies de ave, más del 20% de nuestro territorio es área protegida, poseemos costas en el pacífico y en el Caribe, 27 volcanes, ciudades coloniales, montañas, lagos, ríos, bosque, selva, etc. Una oferta de atractivos turísticos sumamente variados.

Por ende, creemos que la infraestructura hotelera tiene que estar adecuado a la variedad que posee nuestro país. Hoy por hoy la oferta de grandes resort de 'sol y playa' para nosotros es muy limitado, contamos con el hotel Barceló Montelimar, que dicho sea de paso es de inversión española, que se sitúa en uno de los mejores enclaves de la costa pacífica de nuestro país, rodeado por una exuberante vegetación tropical y que además cuenta con una excelente ocupación hotelera todo el año.

Sin embargo, en nuestro país la mayoría de la oferta hotelera está en manos de micros, pequeños y medianos empresarios turísticos, tanto nacionales como de otras nacionalidades. Es decir, más del 80%

de nuestra industria está en manos de micro, pequeñas y medianas. Destaca el hotel Boutiques.

Nos gustaría ver más grandes resort porque contamos con 800 kilómetros de costas tanto en el Pacífico y en el Caribe, pero obviamente también el turista que llega a nuestro país tiene una variedad en términos de demanda. Hay aquellos a los que les gusta el 'todo incluido', otros a los que les gusta otro tipo de oferta turística y para nosotros realmente es un equilibrio entre las dos.

Si creemos que necesitamos más infraestructuras para resort de 'sol y playa' porque tenemos muchos potenciales que quisiéramos desarrollar y creemos que las grandes hoteleras juegan también un papel de promoción esencial del país, o sea no solo el gobierno sino complementario con el sector privado. En este sentido, invitamos a las grandes empresas hoteleras españolas en que vengan a invertir en Nicaragua, de hecho estos días en la feria estaremos sosteniendo una serie de reuniones con estas cadenas hoteleras para lograr que lleguen a invertir más en Nicaragua, aun cuando España es el cuarto país en inversión turística ahí, pero no se centra solo en el 'sol y playa' sino también en ciudades como Granada, como Managua y otros destinos. Así que en el futuro esperamos ver más grandes cadenas hoteleras en el país, pero manteniendo una sostenibilidad en el Turismo del país porque nos interesa que los turistas que visitan nuestro país tengan también esa interacción con nuestro pueblo, con nuestra cultura, con nuestras tradiciones, que disfruten de nuestra gastronomía y que no se queden solo en el hotel, sino que recorran nuestra tierra.



P.- (CARLOS GARRIDO, PRESIDENTE CEAV). **Pues enhorabuena, la verdad es que será muy importante conciliar tanto los entornos, con el tráfico de los turistas, con la diversidad de los turistas que demandan diferentes tipos y será bueno que tengan. Estoy seguro que habrá inversores españoles dispuestos a invertir y a colaborar con ustedes. Pues ahora voy a llamar a la mesa a Miguel Mirones para que regule el siguiente panel. Muchas gracias.**

DISTRIBUCIÓN

MIGUEL MIRONES (ICTE)



P.- (MIGUEL MIRONES, PRESIDENTE ICTE). **Buenos días, gracias Claudio y Carlos por la presentación, el panel sobre la evolución de la demanda y las tecnologías en la distribución hacia Iberoamérica pone encima de la mesa una realidad que es el impacto que las nuevas tecnologías han tenido en el Sector.**

Según algunos estudios es de los sectores que más se ha visto afectado por ellas. Ha afectado al modelo de negocio, a los cambios de hábito de compra del cliente, a la segmentación del producto por la especialización del mismo. En definitiva, una transformación en los últimos años que también en Iberoamérica ha tenido una repercusión importante. Des esto y de los sistemas de calidad para desarrollar estos nuevos sistemas emergentes vamos a tratar en este panel. Comenzamos pues, con el excelentísimo señor don Julián Guerrero Orozco, viceministro de Turismo de Colombia. Y la pregunta sería que los GDS o sistemas globales de distribución tienen una importante relevancia en información y reservas de transportes, alojamientos y servicios del destino, ¿tienen presencia adecuada los operadores de destino de su país en GDS y otros sistemas online de reserva?



R.- (JULIÁN GUERRERO OROZCO, VICEMINISTRO DE TURISMO DE COLOMBIA). Muchas gracias por la pregunta y la respuesta rápidamente es sí. Cada vez hay más presencia de los destinos de los operadores en sus sistemas. Sin embargo, esos sistemas que surgieron antes incluso que la aparición del Internet, cuando esos sistemas fueron creados por grandes empresas, principalmente de Norteamérica y Europa, en el caso de Cyber por ejemplo, que fue creada por American Airlines; o Travelport que fue creada por United; o Amadeus creada por Lufthansa y Air France, pues tuvieron una importancia muy grande para los agentes de viaje, para facilitar las transacciones y las ventas principalmente de billetes aéreos y hoy en día han cogido una fuerza particular.

Sin embargo, cabe mencionar que hoy en día se ha registrado una tendencia más reciente, donde las grandes aerolíneas han buscado hacer ventas directas haciendo uso de sus plataformas directamente, lo que ha funcionado bien cuando son aerolíneas grandes y, sobre todo, en los mercados locales, donde hay una mayor accesibilidad en los transportes, sobre todo si se tiene en cuenta de que hoy en día el 50% de las transacciones se hacen por compra directa en las páginas de las aerolíneas. Creo que estamos en un momento de definición, probablemente en los próximos años veremos que lado coge el mercado y si estos sistemas se van a fortalecer o por el contrario se van a debilitar. Yo creo que cada vez más, estos sistemas globales de distribución no solo cumplen un papel en términos de reserva y facilitación de una red de distribución y publicidad, porque también son una fuente de información no solo para los agentes de viajes y turoperadores, sino para los gobiernos porque se han convertido en unas fuentes de datos muy importante.

Yo hablo particularmente de la que conozco porque desde hace unos años he estado utilizando Amadeus, una base de datos bastante interesante, porque a diferencia de otras bases de datos es predictiva, mira al futuro, no es como la base de IATA que mira el volumen de ventas de paquetes turísticos de los principales mercados de Colombia. Nos permite ver el nivel de reservas de futuro hacia un año luz de billetes aéreos de los principales mercados hacia nuestro país y eso nos permite afinar mucho la labor comercial y de promoción que hacemos.

Todos sabemos que tenemos limitados recursos y en vez de disparar con escopeta, tenemos esas bases de datos y la de Amadeus nos permite mirar con mira telescópica para apuntar muy bien. Podemos ver como situaciones económicas y políticas en nuestro país pueden tener un efecto en la caída o el incremento de las reservas y por lo tanto adoptar medidas de prevención y control. Así que bueno, yo creo que sigue siendo un sistema muy vigente, pero en los años venideros habrá que ver si se sigue la tendencia o si son reemplazados cada vez más por las plataformas de las aerolíneas.



P.- (MIGUEL MIRONES, PRESIDENTE ICTE). **Muchas gracias viceministro, quienes hemos tenido la fortuna de seguir cerca en la evolución del Turismo, en Colombia en especial, estamos seguro de que todas esas políticas redundarán en beneficio del Sector. La siguiente pregunta va a dirigida a la excelentísima señora doña Rosi Prado de Olguín, ministra de Turismo de Ecuador, le quería preguntar ¿qué papel desempeñan los agentes de viajes y turoperadores en la llegada de turistas a su nación?, ¿si están siendo desplazados o cree que lo serán en el futuro próximo con la reserva del cliente a través de internet?**



R.- (ROSI PRADO DE HOLGUÍN, MINISTRA DE TURISMO DE ECUADOR). Muchas gracias por la pregunta y, por supuesto, las agencias de viajes y los turoperadores son muy importantes, especialmente para el Turismo de Ecuador. Nosotros, como gobierno, tenemos que desarrollar el diseño planificado de todo lo que sean productos turísticos en nuestro país para darles productos para los que los operadores formen paquetes, esos paquetes son los que se venden alrededor del mundo. La importancia sigue vigente y creo que se mantendrá, aunque el futuro es incierto con el uso de internet y plataformas, pero de todas maneras los paquetes turísticos van a seguir siendo vendidos y siempre van a tener un público, aunque sea de más edad que van a seguir utilizándolo en ese sentido. Los gobiernos es-

tamos aquí para preparar nuestros productos y creemos que esa es la forma en la que vamos a seguir utilizando. Adicionalmente le tengo que contar que una gran aerolínea europea me dijo que el hecho de que nosotros le pedimos que vuelen a nuestro país específicamente, la respuesta fue que los operadores turísticos nos digan que hay tráfico y que podemos volar a ese destino. Así que, en carne propia, les digo la importancia que tienen los agentes de viaje operadores turísticos porque son una fuente importante de consulta también para las aerolíneas que invierten en la conectividad que es tan importante para el desarrollo del Turismo.



P.- (MIGUEL MIRONES, PRESIDENTE ICTE). **Muchas gracias ministra, seguro que el presidente de la Asociación de Agentes de Viajes está encantado de escuchar la importancia que le da al sector dentro de su país. Y a continuación, la pregunta dirigida al ministro de Turismo de Panamá, Iván Esquilsen. ¿Cómo cree que afectará al flujo turístico del mercado emisor español hacia su país la anunciada integración de las divisiones de agencias y turoperadores de los grandes grupos españoles Globalia y Barceló?**



R.- (IVÁN ESKILDSEN, MINISTRO DE TURISMO DE PANAMÁ). Efectivamente, las tecnologías están creando una evolución del mercado turístico, como en muchas otras industrias. En el caso de la turoperación, cada vez se da más la tendencia del contacto más directo con el viajero. Sin embargo, donde se pueden diferenciar agencias de viajes y turoperadores es en la especialización del producto, ¿verdad? Donde tal vez un viajero puede percibir más valor de una agencia o turoperador, que comparado con ir directo a internet y hacer sus propios planes, es donde ese agente demuestra un conocimiento especializado del destino. Sobre todo, para destinos como los nuestros, que son menos conocidos, incrementa más esa posibilidad.

En este caso, de la integración de Globalia y Barceló, en principio un grupo mayor se debería ver fortalecido en sus capacidades y acceso a tecnologías para lograr precisamente ese elemento diferenciador. Así que digamos que en general para nuestros mercados debe ser algo positivo. En el caso de Panamá, llegan más de 60.000 españoles al año, más de 200.000 europeos a nuestro destino. Sentimos que esto nos debe fortalecer, y sobre todo ahora que hemos hablado de nuevos productos turísticos que estamos sacando. Definitivamente, consideramos que hay una oportunidad de oro para aprovechar. Muchas gracias.

INTERVENCIONES DE CIMET

SECRETARIA DE TURISMO

ISABEL OLIVER

Viene de la página 28



En este trabajo, vais a encontrar todos al Gobierno de España a vuestro lado, colaborando conjuntamente desde siempre y por su puesto en el futuro. Quiero

aprovechar la ocasión para dar la enhorabuena a Ifema por este 40 aniversario de éxito, merecido, y revalidado año a año. Por estas 23 de ediciones también de esta cumbre, y para daros ánimos, que sé que hacen falta, para seguir trabajando. Reitero que contéis con el Gobierno de España para este trabajo apasionante. Si no hay novedad, hasta el año que viene. Feliz feria. Muchísimas gracias y hasta pronto.

VICEALCALDESA MADRID

BEGOÑA VILLACÍS

Viene de la página 28



El mundo se está haciendo cada vez más pequeño, eso es una realidad. Y a día de hoy la humanidad no conoce una mejor oportunidad de transferencia de conocimiento que la de viajar. Muchas veces viajar se asocia a algo lúdico, a algo ocioso, que también lo es. Pero también constituye, como ya hemos dicho, unas mejores maneras de transferencia de conocimiento que tenemos en la actualidad. Y hay muchas veces que la ignorancia y muchas cosas se curan viajando y eso es precisamente de lo que va Fitur y a través de este grandísimo evento, para mí uno de mis favoritos sin lugar a dudas que tienen lugar en IFEMA, tenemos la oportunidad de conocer mucho más de que Madrid se ofrezca como lo que es, que es una puerta abierta a Europa y una puerta abierta a Latinoamérica, a América en definitiva, y que se ponga en valor lo que significa ese poder, ese ofrecimiento, ese encuentro que se propicia entre instituciones, entre ministros, entre jefes de estado y entre los empresarios del sector. Este gobierno sí que cree verdaderamente en la colaboración público-privada e incluso creemos, estimado presidente, que las empresas pueden ganar dinero y que es lícito ganar dinero porque vais a ser las encargadas de mantener estos puestos de trabajo que van a ser tan importantes en estos tiempos. Por eso el Turismo es tan importante, estamos hablando de un 7% del PIB de Madrid, estamos hablando de 200.000 puestos de trabajo que están asociados al Turismo, estamos hablando de unas cifras que, 9,5 millones de visitantes y creo que llegaremos a los 10'5 millones con el esfuerzo que todo este ayuntamiento en la campaña de navidad supone que este año volvemos a superar en viajeros al año anterior y

solo teniendo en cuenta a aquellos viajeros y a aquellos turistas que se alojaron en establecimientos hoteleros, así que por supuesto que creemos en el Turismo, en las empresas que se dedican al Turismo, entendemos que tienen un modelo de negocio y que esas empresas tienen que constituir para nosotros una fuente de inspiración porque los ayuntamientos, las comunidades no pueden saber de todo, lo que tienen que hacer es respetar, entender, escuchar y comprender a los que sí sois unos especialistas y que seáis la fuente de inspiración de lo que tienen que ser nuestras políticas. Ya les adelanto que la política que tiene este ayuntamiento de Madrid en materia de Turismo es apostar por el Turismo de calidad, lo digo porque comencé hablando de cifras y podría parecer que estamos apostando por el Turismo a Granel, pero no es ese el objetivo. El objetivo que tiene este Turismo y la manera en la que queremos que Madrid compita en el mundo ya no hablamos de España, sino Madrid, que compita con las grandes ciudades es apostando por la calidad, por un Turismo de calidad. Por eso vamos a apostar por las grandes estrategias que tengan que ver con el contenido cultural que tiene el ayuntamiento de Madrid, que lo tiene y mucho y lo queremos poner en valor con ese Prado, Recoletos, esos grandes museos que tiene la ciudad, con ese Turismo de vivir las ciudades, de fundirse y la calidad de vida que tienen los madrileños que es una de las cosas que más se valoran desde dentro y desde fuera. Queremos apostar también por el Turismo gastronómico, estamos hablando de una ciudad que también tiene 22 restaurantes con estrella Michelin y que va a ser la capital de Iberoamérica en este año. Queremos aportar, esto Eduardo te va a gustar, por el Turismo de congresos y en ese sentido estamos de enhorabuena porque acabamos de ser reconocidos como la mejor ciudad de turismo y congresos del mundo y creo que es algo que no decimos lo suficiente pero nuestra ciudad es reconocida mundialmente por ser un excelente Turismo-centro de negocios en ese sentido y grandes eventos. Y creo que si alguien tenía alguna duda, después de la COP 25, ya no le queda ninguna. Y en este sentido, cuando tuvimos el encargo que como bien sabéis, fue algo inesperado con muy poco margen de maniobra, normalmente las ciudades disponen de un margen mucho más amplio para organizar este tipo de eventos, un año y pico, nosotros dispusimos a pena de mes y medio. En ese momento, pensamos bueno en esas épocas en Madrid... cuando nos enteramos que iba a ser en el puente en el que Madrid iba a estar más lleno, dijimos bueno. Y cuando vimos que IFEMA estaba completa, porque hacen una gran labor con eventos todo el año, dijimos ¿cómo lo vamos a hacer? Y en ese momento llamé a Eduardo y me dijo: Begoña, organizamos cosas mucho más grandes. Me quedé tranquila, supe que se iba a hacer todo bien, supe que tenemos la mecánica, que somos unos auténticos expertos

en Madrid en resolver el Turismo, somos unos expertos y una ciudad de referencia. Y además, hemos aprendido de las cosas que también se han hecho mal en otros destinos y vamos a evitar caer en determinados errores y se celebró la COP25, creo que todo el mundo está hablando de Madrid por la capacidad organizativa que hemos tenido, y pudimos sin tener que cancelar ni uno solo de los eventos que concurrían en IFEMA y que concurrieron durante la COP25. Creo que tenemos pocas cosas que demostrarnos, lo digo porque muchas veces somos una sociedad muy autocrítica, por eso yo creo que hay que pararse y reconocer cuando hacemos las cosas bien. Y en esto, hacemos las cosas bien y somos unos auténticos expertos y en esto no vamos a retroceder, hemos aprendido mucho y vamos a seguir aprendiendo y escuchando a los verdaderos expertos que son las empresas que llevan aprendiendo de esto toda la vida y son referencia a nivel mundial. Madrid se va a enriquecer mucho más a nivel de aportaciones, la reapertura del Rich, Canalejas... demuestran por qué lado estamos yendo y por tanto el ayuntamiento os va a acompañar con una puerta del sol que vamos a estrenar peatonalizada para que la gente pueda pasear, para que pueda disfrutar Madrid, para que pueda saborear Madrid, porque todo el que viene a Madrid acaba o bien quedándose en Madrid o bien queriendo volver. Pero cuando una ciudad acaba haciendo las cosas bien, acaba funcionando bien y desde luego el boca-boca.

Aprovecho para decir que con todo lo que les acabo de explicar es normal que Madrid haya sido elegida para el nuevo foro mundial del Turismo de la organización mundial del Turismo. No es casual que sea Madrid, la primera ciudad que vaya a hospiciar el foro. Estamos hablando de un foro que es equivalente a Davos a nivel económico, que va a tener lugar en Madrid y propuesta por la organización mundial del Turismo y que desde luego vamos a trabajar para ponernos a disposición con la organización y consolidar este encuentro anual y por tanto Madrid como capital del Turismo. Nada más que decir en este sentido, darles la bienvenida y que disfruten y aprovechen Fitur porque creo que va a ser una de las mejores ferias que se celebren en los últimos años. Gracias a todos por hacerlo posible.

PRESIDENTA CONSEJO DE TURISMO DE CEOE

MARTA BLANCO

Viene de la página 29



En esa red, la CEOE ostenta la secretaria permanente. Eso quiere decir que somos responsables de la celebración de los encuentros empresariales

que se realizan en el marco de la cumbre iberoamericana. En este año, se va a celebrar en noviem-

bre en Andorra. Y hay un aspecto importante que va a formar parte de la agenda, y es el Turismo. El Turismo a través de una estrategia de Turismo sostenible que está elaborando la secretaria general Iberoamericana en colaboración con los gobiernos iberoamericanos. A nosotros nos parece importante llevar a buen puerto esta estrategia y alinearla con otras propuestas.

En este sentido, ofrecemos la colaboración de CEOE a través de la secretaria permanente en el consejo para que las empresas de la región del Sector estén presentes en este encuentro. Nosotros como sector empresarial estamos convencidos de que podemos colaborar muchísimo para hacer del Turismo una actividad sostenible. Y creo que es un buen hito el que vamos a tener este año poniendo el Turismo en la agenda de los jefes de estado de todos los países iberoamericanos. Quedamos a disposición de los gobiernos de la comunidad empresarial.

PRESIDENTE IBERIA

LUIS GALLEGO

Viene de la página 31



También en estos años he visto como la apuesta de Iberia por este continente ha ido creciendo y reafirmandose. No solo con más vuelos a muchas

de sus ciudades y nuevos destinos, sino incorporando poco a poco lo mejor de nuestros productos. Nuevos aviones, nuevas cabinas, nuevos servicios, los Airbus 350, la cabina turista premium, una business calificada como la mejor del mercado, wifi a bordo. Todo ello con la mejor de nuestras sonrisas y todo nuestro compromiso.

También hemos llevado muy alto los nombres de sus ciudades. Hasta 10.000 metros de altura en el fuselaje de nuestros aviones. Nombres como Tical, Río Amazonas, Cuajaca, La Habana, Panamá, Santiago de Chile, Lima, Bogotá, Buenos Aires, Río de Janeiro y muchos más. En 2016, celebrábamos el 70 aniversario de nuestro primer vuelo a su tierra. En aquel caso con destino a Buenos Aires y paradas en Brasil y Uruguay. Y quisimos celebrarlo por todo lo alto. El año pasado le tocó el turno a Ciudad de Panamá, La Habana y San Juan de Puerto Rico por su 50 aniversario. Este año será el 70 aniversario de nuestro primer vuelo a México, y en 2021 celebraremos juntos nuestro 75 aniversario de conectividad aérea con Iberoamérica. Como ven, no perdemos la ocasión de celebrar y poner en valor lo que sus países, individualmente y en su conjunto, representan para nosotros, que es mucho.

Ministros, amigos, todos somos conscientes de que tanto Iberoamérica como España y Europa tienen todavía muchos retos por delante. Pero ustedes tienen lo fundamental, un territorio y personas que te atrapan y te hacen querer repetir.

No me alargo mucho más, muchas gracias al Grupo Nexo y CIMET por este reconocimiento. Muchas gracias a todos por su empatía a lo largo de mis siete años al frente de Iberia, por su probada fidelidad a nuestra compañía, presente en Iberoamérica siempre en los buenos y en los no tan buenos momentos. Y muchas gracias por su atención casi al final de lo que ha sido una jornada muy intensa e interesante de debate. Gracias a todos.

DIRECTOR VENTAS PARA AMÉRICA LATINA IBERIA

VÍCTOR MONEO

Viene de la página 31



Apoyados en Madrid, y su extraordinario hub, hoy sin duda la mejor puerta abierta con el viejo continente, pero no vamos a

negar lamentablemente que en 2019 también ha sido un año un tanto convulso para algunos países. Un período que hemos sorteado haciendo un ejercicio de flexibilidad para adaptarnos a las condiciones del mercado en cada momento. Sin embargo, nunca hemos abandonado. Sino que muy al contrario, por convicción y respeto a todos ustedes, y a sus países siempre hemos estado a su lado.

Muchos de los crecimientos, de los que antes les hablaba, han sido posibles en gran medida gracias a su apoyo, a la estrecha colaboración que mantenemos con ustedes y sus ministerios de Turismo. Especialmente durante este año hemos establecido excelentes alianzas y convenios de promoción con buena parte de sus países y los excelentes resultados que están a la vista, y ustedes me lo transmiten. Porque no hay mejor socio que Iberia para aproximarles a más de cien destinos donde volamos en España y en Europa, y también a Asia, desde que lanzamos nuestros vuelos a China y Japón.

Y para 2020, Iberia ha previsto un crecimiento algo más moderado, en torno al 2,5% o 3%; y de nuevo América Latina se llevará la mayor parte de esta tarta. Volvemos a crecer en países como Puerto Rico o como Ecuador, y en otros como en República Dominicana la apuesta será en incrementar la calidad del producto a través de la implantación de nuestra nueva cabina Premium Economy. Mientras, en el resto de mercados, afrontaremos la tarea no menos importante, de consolidar nuestros grandes crecimientos de temporadas anteriores.

Y el otro gran reto para este año, la sostenibilidad. Hablaremos seguro que durante estos días mucho de este apartado tan importante, este CIMET se celebra en el marco de la cuadragésima edición de Fitur. 40 años en los que el desarrollo del Turismo ha sido espectacular y durante los cuales hay países de América Latina que nos han dado verdaderas lecciones de promoción internacional, diversificando su oferta y aportando propuestas innovadoras.

INTERVENCIONES DE CIMET

Ahora nuestro foco debe estar en el desarrollo sostenible del sector turístico para alcanzar nuevas cuotas. Ojalá América Latina se posicione como una región que apuesta por ello, porque la recompensa será segura. Como todos ustedes saben a primeros de diciembre se celebró en Madrid la COP25 donde ha vuelto a quedar de manifiesto que la sostenibilidad que es el mayor e importante reto que afronta la generación. Simple y llanamente porque de ello depende el futuro de nuestros hijos y nietos. El cambio climático avanza tan rápido que en muy poco tiempo la sostenibilidad ha pasado de ser un deseo futuro a convertirse en una prioridad; una prioridad urgente que requiere del compromiso y de la acción conjunta de gobierno del sector privado y de la propia ciudadanía. La sostenibilidad no es cosmética, no son palabras huecas, sino que están llenas de significado y de compromiso. Como muestra de ello nuestro grupo IAG se ha situado en la vanguardia del sector aéreo, comprometiéndonos a lograr cero emisiones netas de CO₂ en 2050. Cumplir con este compromiso ya está suponiendo hacer una fuerte y continuada inversión económica en renovación de flotas y como la aplicación de innumerables medidas novedosas en el día a día de nuestra operación. Y ya termino, durante estos 70 años Iberia en Latinoamérica hemos intentado siempre acompañar los flujos económicos, humanos y culturales con España y con toda Europa. Hemos conocido muchos contextos distintos, unos más prósperos y unos más difíciles pero en todo momento hemos apostado por el crecimiento y por el desarrollo en Iberoamérica. Iberia seguirá siendo un factor fundamental y su mejor socio será nuestras relaciones económicas entre nuestras regiones, apoyando el desarrollo del Turismo de ambos lados del atlántico, acompañando en cada nueva oleada de inversiones y trabajando para posicionar nuestro hub de Madrid, no solo como puente entre los dos continentes, sino también como otros como África o Asia. Tenemos claro que esta va a seguir siendo nuestra apuesta y puede contar con nosotros ahora y en el futuro. Muchas gracias.

PRESIDENTE CEIM

MIGUEL ÁNGEL GARRIDO

Viene de la página 32



Yo creo que Madrid es un magnífico ejemplo de buen hacer turístico, que no quiere decir que no tengamos retos, porque los tenemos y muy importantes, pero que estoy seguro que con la voluntad demostrada ya por el equipo de gobierno del ayuntamiento de Madrid de ahondar en la colaboración público-privada para entre todos, poder seguir mejorando la oferta de Madrid y que Madrid sea cada vez un lugar agradable para vivir, para visitar y

que los turistas aprecien y conozcan, yo creo que ese es el camino adecuado y en ese vamos a estar comprometidos los empresarios.

Como vicepresidente de CEOE, simplemente quiero decir, que además de los retos que tenemos de sostenibilidad, de progreso, las empresas tenemos un reto que es que sean rentables. Las empresas queremos ser rentables, siendo rentables conseguimos el beneficio para los propios accionistas, pero sobre todo conseguimos mejorar la sociedad en la que vivimos, repartir riqueza y contribuir al estado de bienestar. Así que, simplemente dar la enhorabuena por la vigésimo tercera edición de este encuentro, que espero que se pueda realizar durante muchos años y que Iberoamérica sigue siendo fundamental para España y para los empresarios españoles.

Muchas gracias.

PRESIDENTE IFEMA

CLEMENTE GONZÁLEZ

Viene de la página 33



Es suficiente ver el dibujo de la feria para darse cuenta que Fitur y España significan una gran plataforma de negocio para los actores turísticos iberoamericanos y su mercado natural. América, que este año ha visto incrementar su oferta un 3,3%, es el continente de mayor superficie de exposición, por delante de Europa si descontamos a España. Así pues, en la celebración del 40 aniversario hoy pueden sentirse orgullosos de que Iberoamérica haya tenido un especial protagonismo en la historia de esta feria. Su presencia en Fitur es un activo fundamental y les felicito por su siempre dinámica participación, liderada por las más altas autoridades en el ámbito turístico de sus respectivos países. No solo la cercanía histórica sino muy especialmente la fuerte relación comercial entre los estados iberoamericanos y España, convierten a Fitur en un extraordinario escaparate para acercar la oferta de sus destinos a los mercados de Europa y del resto del mundo.

Asimismo, en la feria encuentran el marco idóneo para promocionar su oferta a la demanda española, una de las más importante para sus productos. España es para todos ustedes y mercado clave, y en este sentido, la participación en Fitur de estos países ha coincidido con un incremento de turistas españoles que llegan a sus territorios, así como un aumento de la inversión española en el Sector Turístico latinoamericano. Precisamente por ello es muy valioso conocer de primera mano, por voz de sus máximos responsables políticos, los planes e inventivos para seguir impulsando esa implantación de las empresas turísticas españolas en sus territorios. Quizá en este Sector más que en ningún otro, las relaciones personales y el conocimiento directo se hace im-

prescindible para genera el entorno de confianza necesario para tomar la decisión de invertir en nuevos proyectos. Estoy seguro que con este foro se abrirán muchas oportunidades de negocio y colaboración que espero y deseo que terminen de fraguarse a lo largo de las cinco jornadas que durará Fitur, por las cuales pasarán 250.000 visitantes, de los cuales 140.000 esperamos que sean profesionales del Sector.

Mañana empieza Fitur. Espero compartir con ustedes el éxito de una feria que estará a la altura de sus expectativas. Saben que ese es nuestro más sincero deseo. Bienvenidos de nuevo a Ifema, a Madrid, y a España, éxitos en Fitur y en el 2020, muchas gracias.

DIRECTOR G. IFEMA

EDUARDO LÓPEZ-PUERTAS

Viene de la página 33



Una labor que ha consolidado a esta conferencia como una eficaz herramienta al servicio de la internacionalización de la actividad empresarial turística. A lo largo de esta jornada, CIMET volverá a cumplir con su objetivo, promover la internacionalización de las empresas turísticas españolas en los destinos de Iberoamérica. Y para ello, la conferencia ha reunido a los principales ministros y responsables de Turismo de cada una de las naciones de Iberoamérica que nos acompañan en este acto y que ofrecerán de primera mano, sus planes para facilitar el desarrollo de proyectos y la llegada de más inversores procedentes de España. No cabe duda de que CIMET no podría tener una serie más propicia y eficaz que la de Fitur, uno de los grandes foros globales de la industria turística, y feria líder para el mercado iberoamericano concebido para la promoción del Turismo y conocido como la herramienta clave para impulsar su competitividad y dinamizar el negocio turístico. Circunstancia por la cual es especialmente significativa la presencia oficial, institucional y empresarial de cada uno de los países del continente iberoamericano en la feria.

Confío que el esfuerzo que lleva a cabo Fitur por aportar al sector una plataforma de innovación y especialización, donde conocer y compartir las últimas innovaciones y avances del sector, tanto en la gestión como en la comercialización y promoción de productos, destinos e infraestructuras, sea productivo una vez más, y aporte especial valor a todos cuanto participan en la feria. Un esfuerzo que también se materializa en el espíritu integrador que mantiene Fitur con la constante incorporación a su oferta de los distintos sectores y tendencias que van emergiendo en el mercado con el objetivo de poner al alcance las nuevas oportunidades de negocio que brinda un Turismo cada vez más especializado y, en constante evolución. Mi agradecimiento a los organizadores de CIMET, a Grupo

NEXO y a su esfuerzo organizativo y a su capacidad de convocatoria. Mi agradecimiento, también, a todos ustedes por su asistencia un año más a Fitur, a todos les deseo una gran exitosa jornada donde les surjan nuevas vías de negocio, diálogo y de cooperación. Bienvenidos a Madrid, bienvenidos a Fitur, bienvenidos a Ifema, muchas gracias.

ARGENTINA

MATÍAS LAMMENS

Viene de la página 34



La industria del Turismo es generadora de empleo, como han recalcado antes mis compañeros. Es motor de desarrollo y de crecimiento regional. No tenemos dudas de que será fundamental para recuperar la capacidad de pago de Argentina.

Por ello hemos venido a esta feria, con estos objetivos, con muchísima humildad, a mostrar todos los destinos que hay en Argentina más allá de los más conocidos y estamos absolutamente convencidos de que contaremos con el apoyo de todos ustedes. Muchas gracias.

CHILE

MÓNICA ZALAUQUETT

Viene de la página 35



Hoy promocionamos el país con sus ocho experiencias turísticas que pueden encontrar y que seguimos trabajando para mejorarlas: Turismo aventura, enoturismo, astroturismo, naturaleza, indígena, gastronómico, rural y deportivo.

Contamos con más de 20 aerolíneas llegan a Chile y una gran movilidad interna en el país. El presidente Piñeras ha entendido que una de las brechas que tenemos está en infraestructuras, por eso se impulsó el plan aeropuertos, donde se están habilitando 17 aeropuertos con una inversión de 1.442 millones de dólares. El aeropuerto principal de Santiago, pasó de tener una capacidad de 16 millones a 38 millones de pasajeros al año.

Además, estamos fortaleciendo los 17 puertos habilitados para cruceros. Hemos crecido en este sector un 20% en los últimos cuatro años. Quiero añadir que en otros transportes como el tren sigue creciendo.

Contamos con programas de atracción de inversión, como Invierturismo, que es un organismo del Estado que acompaña a los inversionistas y también tenemos bonificaciones para las mismas. También contamos con GPS, que acompaña al inversionista en todos sus trámites una vez invirtió en el país.

Chile continúa abierto a recibir las inversiones de todo el mundo. Sigue siendo un país seguro donde

el Turismo juega cada día un rol más relevante. Muchas gracias.

COLOMBIA

JULIÁN GUERRERO

Viene de la página 35



otros países, para la prestación de servicios turísticos que se lleven a cabo en el país para extranjeros o visitantes de otros países. El año pasado también

como parte de ese marco normativo favorable la inversión se creó una figura novedosa llamada los "Proyectos turísticos especiales", un mecanismo original que estamos reglamentando, que estará listo en un mes, y que facilita que los trámites sean mucho más ágiles y rápidos en el desarrollo de proyectos de infraestructura turística en nuestro país. Por supuesto, quisiera extender una invitación a los inversionistas y personas interesadas a que hagan uso de esa figura porque realmente va a permitir que los trámites necesarios sean mucho más ágiles.

Quisiera terminar refiriéndome a algo que mencionó mi querido amigo Víctor, cuando habló del tema de la sostenibilidad que creo que debe ser el tema principal en la agenda de todos los países. A pesar de que el Turismo contribuya a penas entre el 5% y el 8% con temas como el calentamiento global, la industria nuestra no es de las que más contribuyó. Esperamos que los años que vienen el Turismo contribuya cada vez más al tema de la emisión de gases que ayudan a paliar el calentamiento global. Por eso estamos centrados en Colombia en desarrollar una política de Turismo sostenible. Para nadie es un secreto que Colombia no fue un destino atractivo para el Turismo en años pasados, pero hoy en día lo es, y estamos apostando por pensar en el Turismo a largo plazo, en los próximos 25 o 50 años seremos líderes en temas de sostenibilidad.

El año pasado fuimos quienes lideramos la reunión de Leticia, el Pacto de Leticia por la Amazonía, donde participaron los demás países que tienen presencia en la cuenca del río Amazonas. Para darles un dato, Colombia tiene más o menos 1.000.000 de kilómetros cuadrados de tierra, el 42% de los cuales están en la Amazonía.

Este año tenemos dos reuniones muy importantes. En primer lugar se va a llevar a cabo en mayo la Pre-cop, la reunión preparatorias de la Cop, que obviamente va a definir el futuro del cambio climático y se llevará a cabo en Cali. Y también la celebración del Día Mundial del Medio Ambiente, ya que hemos sido escogidos, en particular la ciudad de Bogotá, para celebrar este día. Esperamos también tenerlos a ustedes y tener una participación muy importante.

Para terminar, quiero invitarlos junto con el ministro Matías de Argentina a la Copa América que se llevará a cabo entre junio y julio de

INTERVENCIONES DE CIMET

este año en nuestros países, para que vayan a disfrutar del fútbol de América. También queremos invitarles de manera especial a participar en la Vitrina turística de Anato, la reunión más importante de Turismo que se lleva a cabo en Colombia a finales de febrero, entre el 26 y 28, donde tendremos oportunidad también de buscar el desarrollo del Turismo, no solo para Colombia, sino a los países de la región. Muchas gracias.

COSTA RICA
MARÍA AMALIA REVELO

Viene de la página 36



De trascendental importancia fue descubrir que prefieren visitar países en donde los ciudadanos se rigen por principios similares a los suyos. La imagen

que tienen de Costa Rica se construye sobre dos pilares: somos un país que honra la naturaleza y que potencia el bienestar humano de nuestros ciudadanos. Desde el sector público turístico hemos emprendido una metódica labor de promoción y mercadeo de Costa Rica en Europa, y hoy contamos con ocho vuelos directos partiendo de distintos aeropuertos de este continente. A nuestro socio histórico Iberia, con vuelo diario, el 3:50, que estamos muy felices Don Víctor, se le han sumado British Airways, KLM, Air France, Edelweiss, Lufthansa y Condor, evidenciado el creciente interés que despierta Europa en nuestro modelo de desarrollo turístico y en nuestro compromiso por la sostenibilidad. En Europa se originaron en el 2019 un total de 1.053 vuelos, un 6,8% más que en 2018. En el viejo continente, España es uno de nuestros aliados comerciales más importantes.

Nuestras playas y montañas son muy apreciadas por los empresarios y ciudadanos españoles, que se acercan a Costa Rica con el propósito de materializar sus emprendimientos turísticos. Dado que el país asigna la máxima prioridad a la atracción de inversiones, por su sonoro impacto en el desarrollo de la economía nacional, estamos implementando desde hace ya un año, una nueva estrategia para la búsqueda y promoción de proyectos de inversión extranjera en el sector turismo. Hemos firmado una alianza con la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (Sinde), una organización con 37 años de experiencia en atracción de inversión extranjera directa en nuestro país. Promovemos así la llegada de proyectos e infraestructuras turísticas, que tendrán un impacto directo en la generación de empleo, hoteles, inmuebles de entretenimiento, corporativos, temáticos y deportivos, infraestructura portuaria y aeroportuaria de soporte al sector turístico.

Costa Rica es uno de los destinos mejor señalados por los expertos, en cuanto a su futuro, en el ámbito turístico. Aprovecho entonces esta ocasión, para invitarlos a comprobar que el producto turístico que pro-

movemos alrededor del mundo es fiel a la experiencia que vivirán. Un factor decisivo para quienes además de vacacionar, desean establecer su negocio en nuestro país. También comparto que en el mes de noviembre de 2019 fuimos galardonados por las Naciones Unidas como Campeones de la Tierra, uno de los premios más importantes que da la ONU en el campo de la sostenibilidad. Muchas gracias.

MÉXICO
MIGUEL TORRUCO

Viene de la página 37



Ya somos la economía número 15 del mundo y el país número 15 con mayor cantidad de reservas internacionales. México representa una gran

plataforma de exportación por su ubicación geográfica estratégica y fuerte infraestructura, así como por sus acuerdos comerciales, que lo convierten en una sólida economía, muy abierta, con 12 tratados de libre comercio con 46 países, que significa un mercado potencial de 1.200 millones de personas. Con un acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica, que tiene acceso a 12 países, que significan el 13,5% del PIB mundial, seis de ellos nuevos países para México: Australia, Nueva Zelanda, Singapur, Brunei, Malasia y Vietnam.

La capacidad de recuperación fiscal de México va al alza, por el constante incremento del PIB per cápita. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, en el 2019, México fue uno de los países con mayor carga impositiva en el trabajo. Se han realizado reformas, que se encuentran en proceso de evolución y perfeccionamiento, como la Reforma Anticorrupción y la Reforma Financiera. Cuenta con programas fiscales de deducibilidad inmediata e incentivos de impuestos federales, en la adquisición de bienes nuevos en activos fijos, para las compañías que no tienen permanencia establecida en México y acreditación del impuesto al valor agregado, de deducibilidad del 100% en el impuesto sobre la renta que aplica los porcentajes específicos. El programa fiscal más relevante es el que se presentó a partir del 1 de enero de 2019, durante la toma de posesión, cuando ya se puso en marcha en la zona fronteriza con EEUU, que beneficia a seis estados del país, y me refiero a la disminución del impuesto al valor agregado del 16 al 8% y del impuesto sobre la renta del 30 al 20%, por lo que se espera un fuerte incremento en la inversión en toda la franja fronteriza. Otras acciones en la frontera incluyen la homologación del coste de las gasolinas con los estados del sur del país, y también el incremento del salario mínimo de un 110% ha reactivado la frontera norte. Por nuestra parte, también es importante señalar que estamos construyendo el

Tren Maya, que habrá de unir cinco estados de la República.

España representa el segundo mercado emisor de turistas de Europa a México, después del Reino Unido y es el séptimo a nivel mundial en importancia. A destacar también el posicionamiento como segundo país con mayores inversiones en México, ya que tan solo de 1999 al tercer trimestre de 2019, la inversión española tuvo un monto de 2.000 millones de dólares. Seguiremos trabajando con la conectividad y sobre todo, estrechando las relaciones con todos los países hermanos que están en este gran planeta Sur. Muchas gracias.

NICARAGUA
ANASHA CAMPBELL

Viene de la página 38



Es una de las leyes más generosas y bondadosas que hay en toda nuestra región centroamericana y que no solo está dirigida a la infraestructura en

términos de hoteles sino realmente todas las infraestructuras conexas, el transporte aéreo, terrestre y acuático dentro de otras actividades que también son parte del desarrollo del Turismo en nuestro país.

Y por último la Ley de Asociación Público Privada que permite precisamente esa coordinación, esa articulación entre el sector público y el privado no solo para la formulación, la contratación sino también el financiamiento y la ejecución de los diferentes proyectos de inversión en nuestro país.

Con todo esto realmente Nicaragua, teniendo también tantas bellezas en términos naturales y culturales, siendo bendecida por Dios por poseer más de 800 kilómetros de costas tanto en el océano Pacífico como en el mar Caribe, pues ofrecen precisamente un potencial importante para el desarrollo de la actividad turística pero también las inversiones en nuestra Nicaragua.

Quiero aprovechar para invitarlos a participar en la Feria Internacional de Turismo de Nicaragua, Nicatur, que estaremos realizando del 4 al 6 de septiembre en Managua para que ustedes puedan conocer todas las oportunidades de inversiones que hay en nuestro país, pero sobre todo todas sus bellezas y riquezas. Los esperamos en Nicaragua.

PANAMÁ
IVÁN ESKILDSEN

Viene de la página 38



Este biomuseo fue diseñado por Frank Gehry. Habla de la diversidad de Panamá. Frank Gehry el impulsor, el arquitecto impulsor de la renovación de

Bilbao con su museo Guggenheim.

A estos elementos de diversidad complementamos con la diversidad cultural que tiene Panamá, siendo un país de encuentro por tanto por siglos. Tenemos no solo siete pueblos indígenas con una gran riqueza cultural sino también una riqueza por ejemplo de culturas afrodescendientes, también la herencia cultural española que por ejemplo cabe mencionar que este sombrero que tengo puesto es parte de esa herencia y parte de las rutas culturales. En este caso es un sombrero patrimonio cultural inmaterial de la humanidad por la UNESCO.

Estos elementos de Turismo definitivamente se ven potenciados por ser un hub aeroportuario. Panamá es la ciudad más conectada de la América Latina con 89 ciudades con vuelo directo, más aún que países vecinos que tienen 10 veces más la cantidad de habitantes que tiene Panamá.

Además de esto tenemos un nuevo Centro de convenciones con capacidad de 25.000 personas por abrirse pronto, con una inversión de 200 millones de dólares de parte del estado panameño; y también un nuevo puerto de cruceros en el océano Pacífico ¿no?

A la vez todo esto se ve impulsado por el compromiso del gobierno central creando un gabinete turístico mejorando así la infraestructura y servicios que ya es muy buena, pero queremos mejorarla aún más.

Y por supuesto todo esto con la base de una estabilidad económica, política, social, la estabilidad que nos aporta el dólar y también la oportunidad de tener una de las economías con mayor crecimiento en América Latina.

Así que con todo esto definitivamente estamos puertas abiertas a los inversionistas con grandes oportunidades de inversión en el sector Turismo y a la orden por cualquier consulta en un momento posterior.

PARAGUAY
SOFÍA ELIZABETH MONTIEL

Viene de la página 39



Hablamos de un aumento de alemanes llegados a Paraguay en un 42%, de italianos en un 24% y franceses en un 45%. Eso gracias a la conectividad

lograda de manera diaria recibiendo no sólo europeos sino también asiáticos haciendo conexiones.

Entre todas las acciones emprendidas se aprecian oportunidades de crecimiento vinculadas al desarrollo de actividades sobre recursos como los ríos, Turismo de reuniones o la puesta en valor de la cultura guaraní que contribuirá a diferenciar la oferta turística de nuestro país. Destacamos el patrimonio jesuítico que integra una ruta que se ha convertido en uno de los productos estrella para nuestro país, tanto por su valor como por su nivel de desarrollo.

Además, posibilidades que nos brindan recursos relacionados con la

naturaleza, las áreas naturales protegidas, bosques, ríos, saltos, humedales, a los que añadimos las estancias dedicadas al Turismo rural.

Aprovecho para invitarlos a que visiten el stand de Paraguay durante Fitur. Muchas gracias.

PUERTO RICO
CARLA CAMPOS

Viene de la página 39



Nuestros hoteles, las 15.000 habitaciones que tenemos en sobre 150 propiedades no tan solo han abierto, sino que han renovado.

Unos hoteles como el icónico Caribe Hilton que luego de estar cerrado en una remodelación abrió con 130 millones de dólares invertidos en una remodelación. Y así sucesivamente decenas y decenas de propiedades que se han recapitalizado y donde los inversionistas han redoblado en realidad su apuesta. O sea que yo creo que en destinos que han atravesado grandes crisis como las que ha atravesado Puerto Rico, el tener inversionistas que apuestan ahora más que nunca a nuestro destino turístico, muestra la fortaleza y la seguridad de la inversión.

Ha habido un auge en interés de inversión y eso de verdad que se los puedo constatar. Hoy seguimos siendo un importante destino turístico. Constantemente la lista de los principales destinos a viajar en todo el mundo. No hay que hacer más que montarse en un Uber o un taxi en la ciudad de Madrid y ver cuál es la música que se está escuchando, que es la música puertorriqueña, que estamos acaparando el mundo entero.

Los indicadores de crecimiento están ahí. Hoy estamos rompiendo récords de llegada de pasajeros de barcos cruceros no nada más de tránsito, pero también de puerto base. Hay muchos cruceros saliendo de Puerto Rico, más que en toda nuestra historia.

A nivel de acceso aéreo tenemos la capacidad más alta en asientos entrando al destino de los últimos diez años. En nuestra inversión hotelera no tan solo tenemos todos nuestros hoteles renovados, recapitalizados, sino que también hay un "Pay plain" de inversión muy saludable. Y en cuanto a nuestro acceso aéreo como les comentaba —todavía me quedan 20 segundos—.

¿Y cuáles son nuestros beneficios? Aparte de sobre un 40% de créditos contributivos sobre el total de cualquier inversión elegible para una actividad turística, también las exenciones contributivas que son incomparables, muchas veces llegando hasta un 100% de exención contributiva en ingresos, en arbitrios municipales y demás.

Hemos atravesado por mucho, pero dependemos de nuestros compañeros en Iberoamérica para esta fortaleza y de todo este ambiente de inversión, que es lo que va a catapultar a Puerto Rico en adelante. Muchísimas gracias por la oportunidad.



El Sector ha cambiado y la Información también



Date de alta en
Nexotur.com

Diario *online* del Agente

... y recíbelo cada mañana
en tu email

Los eventos serán más pequeños, personalizados y con un mayor uso de los recursos tecnológicos

La pandemia del coronavirus transformará la industria de la organización de reuniones en todo el mundo

La paralización de la industria de reuniones provocada por la pandemia del coronavirus está permitiendo al Sector reflexionar sobre el

futuro de su actividad. En el último EMA-Talk de la Asociación de Event Managers de España (EMA - Event Managers Association) se habló

sobre cómo serán los eventos del futuro, destacando que serán más pequeños, personalizados y con mayor uso de la tecnología.

"Haremos más eventos, más pequeños, en los que la tecnología será importante, pero creo que en un mundo cada vez más impersonal, lo que van a demandar es el roce, el estar juntos, exponer cosas de forma presencial. Aunque posiblemente todo el tema de la formación será online, con jornadas de teletrabajo, las empresas buscarán el juntar a las personas y que se conozcan", afirmó la directora de Reuniones y Eventos de NH Hotels, María Rey.

Por su parte, la responsable de Eventos de 3M, Cristina Paterna, señaló que "cada vez estamos haciendo más *homeworking*, trabajando en casa, y no nos estamos viendo. Lo que en un principio queríamos antes que es ser independientes, ahora buscamos volver a juntarnos todos. Y cuando hay un evento interno, la gente acude, y creo que en el futuro será así. Trabajaremos en casa y nos veremos en los eventos: convenciones, congresos, etcétera".

El impacto de la tecnología

Si ya la tecnología está presente en el mundo de los eventos, a partir de ahora su uso será mayor. "Las nuevas tecnologías tendrán gran impacto, tenemos que aprender a utilizarlas. Es importante conocer cómo cambiará



la organización de los eventos, por ejemplo, el reconocimiento facial en el registro, la forma de promocionar un evento y luego la experiencia durante el evento. También los eventos serán mucho más personalizados, lo estamos viendo ya", comentó el director global de Eventos de SAP, Fernando Sánchez-Mayoral.

Al respecto, Rebeca Fernández, de Techdata, señaló que "la tecnología va a ser realmente lo que cambie de forma los eventos en los próximos años, en todas sus

fases. La transformación digital está afectando a muchos aspectos como, por ejemplo, la segmentación de la audiencia. Y de cara a los eventos, igual no tenemos que estar físicamente. Aunque también pienso que como vamos a estar tan rodeados de tecnología, el contacto humano será importante y los eventos tendrán un componente más emocional".

Un ejemplo concreto del impacto de la tecnología lo dio María Rey, de NH Hotels, refiriéndose a los hologramas: "noso-

tros ya los utilizamos y lo que más aprecia la gente es la sensación de poderse meter dentro de una maquinaria de avión, del cuerpo humano, ver cómo funciona una medicina dentro del corazón... Pero a la persona, la gente la quiere ver, la quiere tocar".

Eventos personalizados

Una tendencia que irá en aumento, según se expresó durante el EMA-Talk será la organización de eventos más pequeños, más segmentados y personalizados.

"Cuando reanudemos la actividad, seguramente los presupuestos sean limitados y esto nos va a obligar a ir hacia audiencias mucho más concretas", indicó la responsable de Eventos de Airbus, Belén Fierro. "Afinaremos para dirigirnos a una audiencia muy determinada, organizando el evento de tal manera que ese segmento preciso se lleve algo concreto, rentabilizando al máximo la inversión, consiguiendo que el receptor de nuestro mensaje quiera estar en nuestros eventos porque les enriquezca", añadió.

La *event manager* de Peldaño, María Gómez, destacó que los eventos "van a concentrarse más en el contenido, serán eventos superespecializados muy enfocados a determinadas audiencias muy concretas". Y en cuanto a la tecnología, que se utilizará, "será un medio, no el fin". Por último, Helena Cramer Sagrario, *event manager* de Celgene, comentó que "estamos volviendo a las raíces, intentado buscar la emoción y hablando a la persona directamente, porque hemos pasado una época de mucha tecnología, que está muy bien y la seguiremos utilizando, pero se trata de que los asistentes a un evento vuelvan a encontrarse con ellos mismos a través de los sentimientos y las emociones".

La incertidumbre marca la reactivación de la actividad

Los profesionales del Sector MICE en España se encuentran a la espera de contar con un calendario y una normativa clara sobre su actividad para

poder trabajar en la reapertura y el desarrollo de sus negocios. La incertidumbre en la industria, hasta hoy, es total, según destacaron los partici-

pantes en un encuentro *online* organizado por el capítulo español de la asociación Meeting Professionals International (MPI Iberian Chapter).

"Necesitamos que nos vayan diciendo cómo van a ser las condiciones para poder abrir", afirmó la directora de Meetings & Events en España de NH Hotel Group, María Rey. Por el momento, su cadena hotelera está trabajando en varios escenarios sobre la experiencia obtenida con los hoteles medicalizados. De la misma opinión fue Teresa Broccoli, directora de Meetings & Events de Vincci Hotels, quien ha comentado que, aunque están trabajando en diversas opciones, "esperaremos a ver cuáles van a ser los requisitos y hablaremos también con nuestros clientes para definir los protocolos de actividad". Alessia Comis, CEO de Pidelaluna Events y presidenta de MPI Iberian Chapter, señaló que esta misma semana se conocerá un documento sobre la organización de eventos presenciales tras el Covid-19 que presentará OPC Madrid.

En cualquier caso, la reapertura de la actividad de reuniones no empezará, como muy pronto, hasta "septiembre", según el director general de MT Global,

José Miguel Gimeno, "aunque depende de las restricciones de movilidad". Más pesimista se mostró José Chamorro, Area Director of Business Development Center&North - Spain en Meliá Hotels International, quien indicó que "queda mucho para el arranque", destacando, además, la imagen actual que tiene España como uno de los países más afectados por el coronavirus y que puede afectar al turismo internacional.

El director de Ventas MICE en Palladium Hotel Group, Ricardo Cañada, señaló que la reapertura de los hoteles se realizará solo para el alojamiento de personas y que las otras áreas tendrán que esperar, por ejemplo, al último trimestre del año para el caso concreto del MICE. Cañada indicó que la industria de eventos volverá a un ritmo normal "durante el primer semestre de 2021", pero será diferente, ya que los eventos no se podrán celebrar igual "y tendremos que adaptarnos".

Incentivos en España

Por su parte, Raúl de Gregorio, cofundador y CEO de Conven-

tia y C-Lemon, comentó que el Sector MICE "no volverá a la velocidad de crucero que teníamos hasta esta situación hasta finales de 2021 o inicios de 2022". La recuperación será "paulatina", según De Gregorio, y "costará

más el negocio internacional". También propuso la promoción de viajes de incentivo en España, "así reactivaremos el negocio propio y también el de todos nuestros partners y colaboradores". Por último, la directora de Ventas de

Kuoni Congress, Begoña Ruiz, aportó un nuevo aspecto en el panel, como fue la necesidad de contar con pólizas de seguros que "nos den una mayor protección ante cualquier imprevisto", como ha sido el coronavirus.



Los participantes en el encuentro *online* de MPI Iberian Chapter.

Las empresas del sector del catering exponen sus reivindicaciones para garantizar su futuro

Solicitan a las Administraciones medidas fiscales, laborales y financieras, y otras específicas para su actividad

Ante la situación que vive actualmente el sector de la organización de eventos en España, paralizado por la pandemia del coronavirus,

la Asociación Empresarial de Catering (AEC) ha reclamado a los organismos competentes una serie de medidas para la reactivación,

gestión y futuro del sector del catering, permitiéndose la actividad en condiciones viables para el negocio.

La entidad que preside Jesús Baranda ha englobado sus reclamaciones en tres áreas. Así, en el área fiscal, solicita una bajada del IVA al 4% repercutido en alimentos y bebidas, la ampliación del pago del IRPF hasta el mes de diciembre, y la reducción de la cuota del IBI / IAE un 25 % y ampliación del plazo con la directriz desde la Administración Central de las Comunidades Autónomas a todos los Ayuntamientos para que sea homogéneo en todos los territorios.

En cuanto a medidas laborales, la ampliación del plazo de los ERTes de fuerza mayor más allá de la finalización de la situación actual, y que no se aplique la disposición adicional 6ª que impide despedir en los seis meses posteriores a que termine el estado de alarma, ya que se prevé que la recuperación de la actividad se va a alargar hasta finales de año, siendo la incorporación del personal paulatina según vaya reactivándose el negocio; que el ingreso del trabajador al SEPE

no compute como dos pagadores en la declaración de la renta de 2020; solicitud de líneas ICO para empresas para el pago de alquileres o hipotecas; ayudas a particulares y empresas para el pago de agua, luz y gas; ayudas al teletrabajo para la gestión de la compra, renting y financiación de equipos informáticos y comunicaciones; reducciones de la cuota de la Seguridad Social complementada por la Administración en función de los ingresos perdidos, y exoneración de pago de cuotas hasta después de tres meses del levantamiento de cierre por fuerza mayor para favorecer el mantenimiento del empleo; flexibilizar vacaciones; y devengar las pagas extra de verano y Navidad.

Por último, respecto a medidas financieras, en general solicita préstamos ICO, financiación y líneas de crédito a coste cero a largo plazo con carencias en lo ya concedido, así como protección ante intereses o productos financieros adicionales; subvenciones

e incentivación fiscal a quien contrate servicios a las empresas de catering; y el abono inmediato de las facturas pendientes por parte de la Administración pública.

Medidas adicionales

La Asociación Empresarial de Catering también cree necesario el desarrollo de otras medidas adicionales, como una normativa y recomendaciones de higiene con tiempo suficiente para estar preparados; un plan de reactivación del Sector; potenciar la realización de tests rápidos sanitarios de control para empleados y clientes; una protección legal en el caso de las cancelaciones por fuerza mayor; subvenciones a la implementación para el formato de trabajo Covid Free en todo lo necesario para aplicar las nuevas metodologías higiénicas de trabajo sobre personal y aforos; y el condicionamiento de la reapertura del negocio a la viabilidad económica por motivos de la aplicación de las medidas estipuladas.



Asimismo, piensa que es necesaria la promoción de una imagen atractiva y segura del sector del catering tanto en el mercado nacional como internacional. Y, por último, desde la asociación destacan que quieren impulsar una autorregulación de las pautas de conducta del sector a

través de un código que aporte un valor diferencial de ética y transparencia. El objetivo de esta gestión es que desde AEC se garantice que la empresa asociada cumple con los estándares más exigentes del mercado, teniendo siempre como finalidad la excelencia en el servicio.

SITE Spain destaca la importancia de la comunicación en este tiempo de crisis

Varios expertos resaltan la necesidad de seguir 'vivos' durante estos meses

El confinamiento y la paralización de la actividad MICE que ha provocado el coronavirus no es razón para que las empresas dejen de estar en contacto con sus clientes, socios y proveedores. Por esta razón, es importante implementar una estrategia de comunicación durante este periodo y para cuando se reanude la actividad, según se ha destacado en el primer 'Café virtual con SITE Spain' que ha organizado esta semana el capítulo español de la Society for Incentive Travel Excellence (SITE).

Germán Inostroza, presidente de SITE Spain, y Fay Taylor, vicepresidente de Filantropía de la asociación, han sido los impulsores de este encuentro virtual en el que han intervenido, además, dos profesionales de la comunicación corporativa como Laura Sali, CEO de The White Rabbit, y Xavier Ribó, director de Comunicación Corporativa de Roman, quienes han analizado la importancia de implementar estrategias de comunicación en las empresas durante el confinamiento, así como trabajar el mensaje y la forma de estar cerca del cliente y del círculo más próximo de trabajo.

Dinamismo, nuevos entornos y transparencia en el mensaje han sido tres de los conceptos que ha destacado Xavier Ribó en su análisis de cómo se han de comunicar con éxito las compañías, no sólo

durante el estado de alarma, sino también cuando el confinamiento llegue a su fin. "Comunicar es enfrentarse a las realidades", ha apuntado el experto, que ha recomendado "no dejar de actuar, en ningún momento, pero adaptar la comunicación a una nueva normalidad". En este mismo sentido, Laura Sali ha señalado que "en momentos de incertidumbre como el actual, la comunicación se convierte en imprescindible y nos prepara para afrontar una etapa que es, nunca mejor dicho, de absoluto 'renacimiento'". Ambos expertos han destacado la necesidad de que las empresas se mantengan "vivas" en los medios y en las redes sociales, porque

"este hecho les va a dar valor y fuerza para cuando podamos volver a una cierta normalidad".

Por su parte, Germán Inostroza, al cerrar el encuentro ha comentado que "SITE Spain quiere colaborar entregando herramientas que puedan ser de utilidad a sus miembros para que puedan afrontar esta nueva realidad con un punto de vista amplio y alineado con los nuevos tiempos que estamos viviendo. Xavier y Laura han sido un puntapié inicial de primer nivel, dando cátedra de la importancia que tiene la comunicación externa dentro del plan de marketing y ventas de una empresa. Seguiremos trabajando para aportar más valor a la industria MICE".



Los participantes en el encuentro virtual de SITE Spain.



Representantes de Adeaza en una feria del sector turístico.

El impacto del coronavirus en las empresas de azafatas

La situación actual de crisis sanitaria, que supuso la cancelación poco a poco de todos los congresos, eventos y promociones, y las semanas de confinamiento a las que obliga el Real Decreto del Estado de Alarma, han provocado la caída del 100% de la demanda de servicios de personal de apoyo, azafatas y azafatas, según la Asociación Española de Empresas de Azafatas (Adeaza).

La entidad asegura que tanto para aquellas empresas vinculadas al Sector MICE, a la industria de los eventos, como las que trabajan vinculadas al sector de la cultura o al sector del marketing y de la promoción de venta, tendrán "cifras insostenibles a medio plazo".

El sector de los eventos y congresos se ha quedado paralizado, a nivel asociativo,

corporativo y por parte de la administración. "Nuestras empresas se han quedado sin trabajo y nuestros equipos también. Como ya es sabido, el Sector MICE no recuperará de inmediato la actividad una vez finalizado el estado de alarma. Al menos hasta el mes de septiembre (y sin ninguna garantía) no hay previsto que se retomen los eventos y congresos aplazados. A lo que hay que sumar la permanente incertidumbre sobre la desescalada del confinamiento, sobre las posibilidades de reunirse en grupos más o menos numerosos y el miedo y reparo de las personas a estas reuniones", destacan desde Adeaza. También, añaden que el peso del Sector MICE en la economía española supone más de 15.000 millones de euros.

ICEX reintegra cuotas de eventos internacionales

ICEX España Exportación e Inversiones ha iniciado la devolución a las empresas de las cuotas recibidas por la entidad por organizar su participación en eventos internacionales cancelados, o que se han visto gravemente afectados, como consecuencia de la pandemia del coronavirus. La devolución de las cuotas continuará a lo largo de las próximas semanas.

El SCB analiza mercados emisores para España

El Spain Convention Bureau (SCB) ha organizado un *webinar* con unos 70 técnicos de los destinos asociados en los que se analizó la situación actual en la que se encuentran los principales mercados emisores de turistas para España, como son Alemania, Reino Unido y Francia. Para ello, contaron la presencia de expertos en Turismo MICE.

Barcelona afianza el Mobile World Congress

La entidad organizadora del Mobile World Congress de Barcelona, la asociación GSMA, y las instituciones que forman parte de la Fundación Barcelona Mobile World Capital han firmado un acuerdo para alargar un año más —hasta 2024— la celebración del encuentro en Barcelona y trabajar para la próxima edición, que será en 2021.

La digitalización de los gastos de los viajes

Un informe de Captio destaca la importancia de digitalizar y automatizar los gastos de viajes de empresa porque genera una serie de beneficios tanto para las empresas como para sus empleados. Dos de las ventajas es la reducción del tiempo en la gestión y la mejora del cumplimiento de la política de viajes por parte de los viajeros.

La seguridad del viajero de negocios está cambiando

"El panorama actual de los viajes de negocios se encuentra en constante evolución y la definición de *duty of care* está cambiando a la vez", afirman desde American Express Global Business Travel (GBT). Hasta hace poco tiempo este concepto se había tomado "al pie de la letra centrándose en mantener la integridad de los viajeros", según la compañía, pero cada vez más se está ampliando a otros ámbitos en los que la tecnología cada vez tiene un papel más importante.

La perspectiva tradicional del *duty of care* se centra en el bienestar individual del viajero de negocios, tanto en lo que tiene que ver con su salud durante el viaje como en las condiciones en que lo realiza. Aquí entrarían enfermedades, la pérdida de una conexión o la cancelación de un vuelo, que la agencia de viajes corporativa (TMC) y el consultor de viajes tienen que gestionar.

Otro aspecto que destaca American Express GBT lleva a un concepto más amplio del *duty of care*. Además de preocuparse por el bienestar del viajero, "se espera que las empresas vayan un paso más allá". En este sentido, "los viajeros esperan que sus compañías y agencias de viajes corporativos se preocupen por los detalles que ellos consideran importantes", asegura la empresa que dirige en España Luis Dupuy de Lôme. "Si estos no entran en consideración, se puede empujar a los viajeros a aventurarse fuera del programa de viajes. Esto puede parecer una victoria para el viajero, pero resulta en un hándicap para las empresas y agencias especializadas, que no pueden cuidar adecuadamente del viajero cuando este reserva fuera del programa", añade.

Por último, American Express GBT señala un concepto menos convencional del *duty of care*, que es la protección de aquellos que cuidan al viajero, es decir, al consultor de viajes. "Como industria, no podemos simplemente esperar que los consultores de viajes completen la transición a este tercer escenario sin proveerles de las herramientas adecuadas. Este escenario hay que abordarlo desde una infraestructura tecnológica, la cual nos permita redefinir la seguridad y asistencia al viajero desde un punto intermedio entre el ámbito tecnológico y humano", concluye la compañía de gestión de viajes.

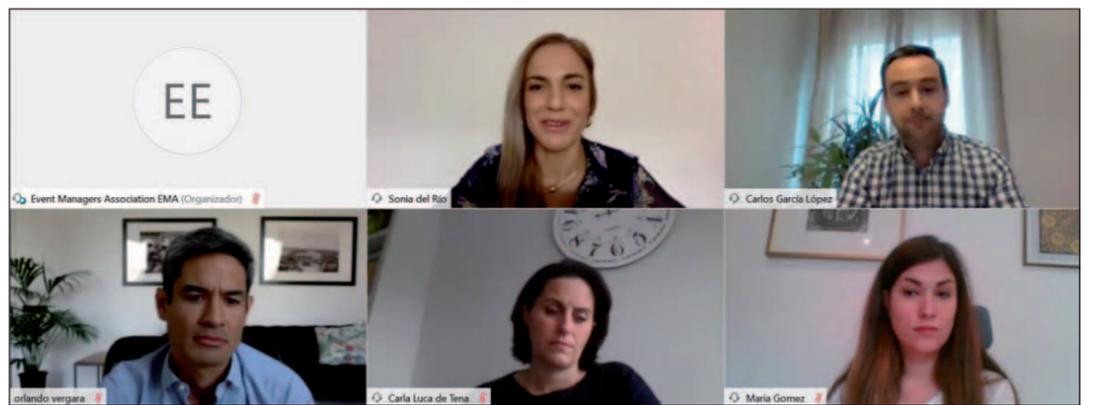
Reuniones virtuales y la colaboración serán claves en el futuro del MICE

EMA organiza un 'webinar' sobre la situación actual y el futuro de los eventos corporativos

La Asociación de Event Managers de España (Event Managers Association, EMA) ha celebrado un *webinar* bajo el título '2020, an Event Odyssey', en el que se analizó la situación actual y el futuro de la organización de eventos.

La presidenta de EMA, Sonia del Río, ejerció como moderadora de una sesión en la que participaron Carla Luca de Tena, Senior Marketing Leader Spain & Portugal de Cisco; Orlando Vergara, Business Franchise Head Neurosciences en Novartis; María Gómez, Head EMEA Event de Amadeus; y Carlos García, *event manager* en Ainia.

En general, ante la situación actual de no poder organizar eventos físicos, todos los intervinientes destacaron la importancia de los nuevos sistemas de videoconferencia para poder celebrar eventos virtuales y que permiten a las empresas mantener el contacto con sus clientes. En este sentido, señalaron que se está notando una fuerte subida de demanda por parte de las compañías hacia diferentes proveedores que ofrecen este tipo de servicios. Por otro lado, destacaron las ventajas que



Los participantes en el 'webinar' de la Event Managers Association.

ofrecen los eventos virtuales, pero aún así no creen que vayan a sustituir a las reuniones presenciales una vez se supere la pandemia del coronavirus y se levanten las restricciones de movimiento y de reunión. Los eventos volverán, pero serán algo diferentes, según indicaron, ya que tendrán un mayor

control sobre el gasto, serán más sostenibles e incorporarán sistemas que permitan realizar eventos híbridos.

El valor del 'event manager' También destacaron como fundamental la colaboración con diferentes departamentos y áreas de negocio de las compañías para alcanzar los objetivos fija-

dos. En estos momentos, creen que existen sinergias y relaciones más estrechas y fuertes que, con nuevas acciones, se logran alcanzar objetivos y, sobre todo, se mantiene el contacto con los clientes. Finalmente, resaltaron la capacidad de adaptación y el valor de los *event managers* en un momento como el actual.

El Palacio Euskalduna de Bilbao trabaja en 10 proyectos para ser más competitivo

El Palacio de Congresos Euskalduna está aprovechando la paralización de la actividad de estos meses para trabajar en 10 proyectos de futuro que le permitirá adaptarse a las nuevas demandas de sus clientes y adelantarse a las tendencias, tanto de la industria congresual como de espectáculos culturales. Digitalización, internacionalización, modernización de espacios, captación de nuevos públicos y mercados, y una nueva cartera de servicios *premium* son los ejes de evolución de esta 'Agenda de Innovación de Euskalduna Bilbao 2019-2022'.

El primer proyecto es la elaboración de una nueva plataforma corporativa, una herramienta informática de gestión integral, alineada con el cambio general de cultura y modelo de trabajo de la organización, que dé soporte al desarrollo de las actividades y servicios del Euskalduna y facilite la implantación de un nuevo modelo de gestión por proyectos.

El segundo proyecto tiene que ver con la instalación y servicio de pantallas exteriores e interiores para ofrecer cualquier tipo de información con el objetivo de mejorar la identificación digital de los diferentes eventos que se celebren así como la movilidad y el acceso a los mismos para las personas asistentes.

Otro de los proyectos es el desarrollo de nuevos productos de servicios opcionales como *adver-*

tising, montajes de exposiciones, apoyo tecnológico a eventos y nuevos servicios técnicos. El cuarto es la implantación de un nuevo sistema de gestión de proyectos basado en la metodología PMI. El quinto proyecto es la separación de los entornos *web* de los dos grandes ámbitos de actividad del palacio (música y congresos), con sus correspondientes estrategias de comercialización.

Euskalduna también trabajará

en la mejora de la gestión de entradas con una nueva carta de servicios de *ticketing* y taquillas. El séptimo proyecto es el desarrollo de una nueva estrategia y nuevas herramientas B2B digitales para tratar de ser el mejor escenario para los negocios. El octavo tiene que ver con el compromiso del Euskalduna con el entorno, implantando una plataforma online a través de la cual el personal del palacio podrá realizar los trámites y gestiones relativos a su entorno laboral de manera ágil y minimizando el soporte físico en papel.

El noveno proyecto del Euskalduna tratará de favorecer la movilidad y el trabajo en equipo de su personal a través de herramientas tecnológicas y digitales que permitan el desarrollo del trabajo diario y la comunicación desde cualquier lugar y en cualquier momento. Por último, el décimo proyecto desarrollará nuevos servicios de catering sostenible.



El Palacio de Congresos Euskalduna de Bilbao.

CALENDARIO

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
Julio 2020					
Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
XVII Congreso Nacional de Pedagogía	Facultad de Educación	Sant. de Compostela	1-3/VII	----	----
Congreso de la RESP	Bizkaia Aretoa	Bilbao	1-3/VII	----	----
XXV Congreso Anual ECSS	Palacio de Congresos	Sevilla	1-3/VII	----	----
IX Congreso Iberoamericano de Pedagogía	Facultad de Educación	Sant. de Compostela	1-3/VII	----	----
IDP Conference Cybercrime	CosmoCaixa	Barcelona	2/VII	----	----
ECVS European Colleague of Veterinary Surgeons 2020 Congress	Palacio de Congresos	Valencia	2-4/VII	1.000	----
Congreso Internacional de Ciencia y Literatura	Palacio de Congresos	Gerona	2-4/VII	350	----
IX Congreso Nacional SETOC	Barcelona	Barcelona	2-4/VII	----	----
XX Jornadas de Revisión del Congreso Americano de Oncología	La Pedrera	Barcelona	3/VII	----	----
28th European Congress of Psychiatry [EPA 2020]	IFEMA	Madrid	4-7/VII	----	----
Food Oral Processing 2020 FOP 2020	Palacio de Congresos	Valencia	5-8/VII	400	----
III Seminario de Investigación en Educación Musical	Bizkaia Aretoa	Bilbao	6-8/VII	----	----
International Congress on Neuromuscular Diseases (ICNMD)	Palacio de Congresos	Valencia	6-10/VII	1.500	----
SIG14 Conference	Casa Convalescència	Barcelona	7-10/VII	150	----
Congreso Anual de Biotecnología BAC 2020	Facultad de Ciencias	Zaragoza	8-10/VII	----	----
International Conference on Conversational Users Interfaces	Bizkaia Aretoa	Bilbao	9-10/VII	----	----
Asma Meeting Point AMP 2020	Hospital La Paz	Madrid	10/VII	----	----
16 International Congress on Neuromuscular Diseases	Valencia Conference Center	Valencia	10-14/VII	----	----
XVI Congreso LED	CENIEH	Burgos	12-17/VII	----	----
XXVII Congreso Internacional sobre Aprendizaje	Universidad de Valencia	Valencia	13-15/VII	----	----
IV Congreso de Jóvenes Investigadores de la SECAT	Bizkaia Aretoa	Bilbao	13-15/VII	----	----
VII ISBEE Congress International Society of Business, Economics and Ethics	Bizkaia Aretoa	Bilbao	15-18/VII	----	----
11th Conference on Broadband Dielectric Spectroscopy and ITS Applications	Camara de Comercio	San Sebastián	23-28/VII	----	----
13 European Conference on Python in Science - EUROSIPY	Bizkaia Aretoa	Bilbao	27-30/VII	----	----
Agosto - Septiembre 2020					
Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
36th European and 12th International Peptide Symposium	Hotel Meliá	Sitges	30/VIII-4/IX	----	----
XIII Congreso Internacional de la Asociación Española de Historia Económica	Bizkaia Aretoa	Bilbao	1-4/IX	----	----
XXX European College Veterinary Internal Medicine Congress (ECVIM 2020)	Centro de Convenciones	Barcelona	2-4/IX	400	----
27 Symposium Internacional sobre Controversias en Psiquiatría	Auditorio AXA	Barcelona	2-4/IX	----	----
26th International SERCIA Conference	Centro Joaquín Roncal	Zaragoza	2-4/IX	----	----
XXV Reunión Sociedad Española de Urgencias de Pediatría	Palacio de Congresos	Guipuzcoa	3-5/IX	----	----
Congreso Internacional Asociación Española Estudios Literarios Hispanoameri.	Bizkaia Aretoa	Bilbao	3-8/IX	----	----
22nd EMMA 2020 Meeting	Hotel Hilton Aeropuerto	Madrid	4-5/IX	----	----
XVI Reunión Nacional de la Sociedad Española de Geomorfología	CaixaForum	Zaragoza	8-11/IX	----	----
I Congreso Internacional y IV de las Américas sobre Factores Psicosociales	Facultad de Medicina	Zaragoza	8-11/IX	----	----
33 Congreso Nacional de la Sociedad Española de la Fertilidad	Palacio Euskalduna	Vizcaya	9-11/IX	----	----
IV Congreso Internacional sobre Libro Medieval y Moderno		Zaragoza	9-11/IX	----	----
VIII Congreso Nacional de Enfermería Reproductiva	Palacio Euskalduna	Vizcaya	9-11/IX	----	----
XXIV Congreso Nacional de la Asociación Española de Coloproctología	Baluarte	Navarra	9-11/IX	----	----
23 Congreso Ibero Latino-Americano de Dermatología	Palacio de Congresos	Madrid	9-12/IX	----	----
VII Reunión del Grupo de Trabajo de Cardiopatías Familiares y Genética Cardi.	Hotel NH Málaga	Málaga	10-11/IX	----	----
XVIII Reunión Anual del SESOC 2020	Hotel Novotel Madrid	Madrid	13/IX	----	----
XXV Congreso Neumomadrid 2020	Hotel Novotel Madrid	Madrid	13-15/IX	----	----
XVII International Society of Amyloidosis (ISA)	Palacio de Congresos	Tarragona	13-17/IX	----	----
Congreso Mundial de Farmacia y Ciencias Farmacéuticas	Palacio de Congresos	Sevilla	13-17/IX	----	----
XIX Congreso de Tecnologías de la Información Geográfica		Zaragoza	14-16/IX	----	----
Congreso LEQUIA EU-ISMET	Palacio de Congresos	Gerona	14-16/IX	350	----
VI Congreso Ciudades Inteligentes	Nave Ayto. Madrid	Madrid	15/IX	----	----
XV Congreso Anual Asociación Madrileña de Hematología y Hemoterapia	Auditoría Mutua Madrileña	Madrid	16-18/IX	----	----
XVII Congreso de la SED	Palacio Euskalduna	Vizcaya	16-19/IX	----	----
XX Congreso SCMGG	Palacio de Congresos	Albacete	17-19/IX	----	----
XLIII Reunión anual de la Sociedad Española de Neurología Pediátrica	Palacio de Congresos	Sant. Compostela	17-19/IX	----	----
III Reunión CIBERFES	Palacio de Congresos	Albacete	17-19/IX	----	----

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
IX Reunión de la Sociedad Española de Medicina Geriátrica	Palacio de Congresos	Albacete	17-19/IX	----	----
Reunión Anual de la Sección de Riesgo Vascular y Rehabilitación Cardíaca	Hotel Córdoba Center	Córdoba	18-19/IX	----	----
Congreso ESMO	Madrid	Madrid	18-22/IX	----	----
3as Jornadas Hispalenses de Medicina Estética	Hotel Silken Al Andalus	Sevilla	18-20/IX	----	----
25th Congress of the European Sleep Research Society	Fibes	Sevilla	22-25/IX	----	----
IV Congreso PEDPAL	Hotel Novotel	Madrid	23-24/IX	----	----
XXXV GUO Reunion Nacional del Grupo de Urología Oncológica	Palacio de Congresos	Castellón	24-25/IX	----	----
III Jornada de Actualización en Riesgo Cardiovascular Somimaca	Hospital Infanta Leonor	Madrid	24-25/IX	----	----
25 Congreso de la Sociedad Europea del Sueño	Palacio de Congresos	Sevilla	22-25/IX	----	----
VI Congreso Español de Informática	E.T.S.I. Informática	Málaga	23-25/IX	----	----
96 Congreso de la Sociedad Española de Oftalmología	Palacio de Congresos	Santiago de C.	23-26/IX	----	----
43 Congreso Neumosur	Hotel Barceló	Granada	24-26/IX	----	----
XXV Congreso Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia (SEMA)	Colegio Oficial de Médicos	Navarra	25-26/IX	----	----
LXXIV Reunión Sección Astur-Cantabro-Castellano-Leonesa de la AEDV	Palacio de Congresos	Santander	25-26/IX	125	----
48º Congreso Nacional de Dermatología y Venerología	Palacio Euskalduna	Vizcaya	26-29/IX	----	----
CARDIOTOX 20	Hospital Univ. La Paz	Madrid	28-29/IX	----	----
XXIV Congreso Naciona SEIMC 2020	Palacio de Congresos	Zaragoza	28-30/IX	----	----
Congreso BIOSpain	Baluarte	Pamplona	29/IX-01/X	----	----
Reunión Anual de la Sociedad Española y Portuguesa de Epidemiología	Bizkaia Aretoa	Bilbao	29/IX-02/X	----	----
XIV International Ontolgy Congress	Espacio Chillida-Leku	San Sebastián	29/IX-03/X	----	----
26ª Reunión Anual ESRA	Hotel Hiberus	Zaragoza	30/IX-02/X	----	----
57 Congreso SECOT	Palacio de Congresos	Sevilla	30/IX-02/X	----	----
European Breast Cancer Conference EBCC	CCBI	Barcelona	30IX/02/X	----	----
BIRTH 2020	Palacio de Congresos	Valencia	30/IX-03/X	700	----

Octubre 2020

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
XVI Forum Multidisciplinar de la Enfermedad Tromboembólica Venosa	Palacio de Congresos	Córdoba	1-2/X	----	----
II Jornada Formativa en Enfermería Oncológica	Weare Chamartín Hotel	Madrid	1-2/X	----	----
XXVII Congreso Nacional Catalán de Urgencias y Emergencias	Hotel Meliá Sitges	Sitges	1-2/X	----	----
IV Congreso de Dolor y Cáncer	Hotel Meliá Avda. América	Madrid	1-2/X	----	----
35º Congreso Nacional de la SEGO	Parador-Palacio Congresos	Cádiz	1-3/X	----	----
Jornadas Nacionales Preventivas para Higienistas Bucales	Bizkaia Aretoa	Bilbao	2-3/X	----	----
XXVII Congreso de la Sociedad Valenciana de Neumología	Hotel AGH Canet	Valencia	2-3/X	----	----
27 Congreso de la Sociedad Gallega de Hipertensión	Sanxenxo	Pontevedra	2-3/X	----	----
XI Simposio de Artritis Reumatoide	Palacio de Congresos	Gijón	2-3/X	----	----
18 Congreso de la Sociedad Gallega de Riesgo Vascular	Sanxenxo	Pontevedra	2-3/X	----	----
CONXEMAR	Ifevi	Vigo	6-8/X	----	----
XXVII Reunión Científica del Club de Nefropatología	Rafael Hoteles Atocha	Madrid	7-9/X	----	----
XIII Reunión del Grupo de Enfermedades Glomerulares de la S.E.N.	Rafael Hoteles Atocha	Madrid	7-9/X	----	----
Congreso ESSD (International Society of Swallowing Disorders)	Palacio de Congresos	Gerona	7-10/X	600	----
XXXVII Congreso Nacional de Enfermería de Salud Mental (AEESME)	Hotel Iruña Park	Navarra	7-10/X	----	----
II Congreso de la Sociedad Catalana de Oncología	Auditorio de la Pedrera	Barcelona	8-10/X	----	----
Bilt Europe 2020	Palacio de Congresos	Valencia	8-10/X	800	----
XI Encuentros Nacionales en Psiquiatría: Conducta Suicida	Hotel Meliá Lebreros	Sevilla	9-10/X	----	----
International Symposium on Rice Functional Genomics 2020	Hotel Campus	Barcelona	12-14/X	400	----
Congreso de Robótica WeRob - ICNR	Vigo	Vigo	13-16/X	----	----
Jornadas de Ginecología	Palacio de Congresos	Gerona	14-15/X	700	----
World Congress of Colleges and Polytechnics	Kursaal	San Sebastián	14-16/X	----	----
42 Congreso de la Sociedad Española de Endocrinología Pediátrica	Hotel Reina Petronila	Zaragoza	14-16/X	----	----
61 Congreso Nacional de la Sociedad Española de Endocrinología y Nutrición	Fibes II	Sevilla	14-16/X	----	----
XXII Reunión de Insuficiencia Cardíaca y Fibrilación Auricular	Hotel Barceló Marbella	Marbella	15-16/X	----	----
XXIV Annual Meeting of the Eating Disorders Research Society	Hotel Sitges Terramar	Sitges	15-17/X	250	----
International Marxist Feminist Conference	Bizkaia Aretoa	Bilbao	15-17/X	----	----
XIX Congreso FAME	Rioja Forum	La Rioja	15-17/X	----	----
XIV Jornadas Neumología de Ibiza	Hotel Torre del Mar	Ibiza	15-17/X	----	----
Encuentro de Editores Mediterráneos y Traductores	Olarain	San Sebastián	15-17/X	200	----
Sine Dolore European Pain Foundation Annual Meeting 2020	Hotel Menorca Occidental	Palma de Mallorca	15-18/X	----	----
VIII Congress of The European Academy of Paediatric Societies EAPS 2020	CCIB	Barcelona	16-20/X	----	----

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
13º Congreso Nacional de ASEEMA	Hotel Novotel	Madrid	17-19/X	----	----
III Congreso Europeo de la Asociación Internacional de Cirugía Ambulatoria	Hotel Novotel	Madrid	17-19/X	----	----
IX Congreso Ibérico de Cirugía Mayor Ambulatoria	Hotel Novotel	Madrid	17-19/X	----	----
IV Congreso Nacional de Rehabilitación Multimodal	Hotel Meliá	Alicante	19-21/X	----	----
FORCE 11 Conferencia Anual	Kursaal	San Sebastián	19-21/X	350	----
Jornadas sobre Tecnologías y Soluciones para la Automatización Indust. (JAI 2020)	Escola Inxeniería Ind.	Vigo	19-23/X	----	----
NANOGE Fall Meeting	World Trade Center	Barcelona	19-23/X	200	----
Congreso SEMERGEN	Palacio de Congresos	Zaragoza	19-23/X	----	----
COETUR 2020	Aránzazu	Guipuzcoa	21-22/X	----	----
Congreso Nacional de Auditoría	Palacio Euskalduna	Bilbao	21-23/X	----	----
4º Congreso de Servicios Sociales del Colegio de Pedagogos de Cataluña	Palacio de Congresos	Gerona	21-23/X	400	----
XXXIII Congreso de la Sociedad Española de Arteriosclerosis	Museo Reina Sofía	Madrid	21-23/X	----	----
Congreso Nacional de Hematología	Baluarte	Pamplona	21-24/X	1000	----
Congreso de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria SEMERGEN	Palacio de Congresos	Zaragoza	21-24/X	----	----
51 Congreso Mundial de Salud Pulmonar	Palacio de Congresos	Sevilla	21-24/X	----	----
Congreso SEDIA	----	----	22-23/X	----	----
Encuentro Anual de las Organizaciones que componen ISEM	Bizkaia Aretoa	Bilbao	22-23/X	----	----
65 Congreso de la Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria (SEFH)	CCIB	Barcelona	22-24/X	----	----
LXII Congreso Nacional de la SEHH	Baluarte	Navarra	22-24/X	----	----
XXXVI Congreso Nacional de la SETH	Baluarte	Navarra	22-24/X	----	----
24ª Jornadas AndAPap 2020	Hotel El Fuerte	Huelva	23-24/X	----	----
51 Congreso Nacional de Podología	Palacio de Congresos	Valencia	23-24/X	800	----
XXVI Congreso SEociedad Española de Epidemiología y Salud Pública Oral		Zaragoza	23-24/X	----	----
VIII Jornadas Nacionales de Diabetes SEMERGEN	Forum Evolución	Burgos	25-26/IX	----	----
XXIII Congreso Nacional de la Empresa Familiar	Baluarte	Pamplona	25-27/X	600	----
Simposio Latinoamericano de Polímeros (SLAP)	Kursaal	San Sebastián	25-29/X	400	----
Congreso Iberoamericano de Polímeros (CIP)	Kursaal	San Sebastián	25-29/X	400	----
32th Symposium on Molecular Targets and Cancer Therapeutics	Barcelona	Barcelona	28-30/X	1000	----
XXXVIII Congreso de la Sociedad Española de Calidad Asistencial	Palacio de Congresos	Zaragoza	28-30/X	----	----
XXVI Reunión Nacional del Grupo de Urología Funcional Femenina y Urodinámica	Fira Sabadell	Barcelona	29-30/X	----	----
Congreso AEROTRENDS 2020	Bizkaia Aretoa	Bilbao	29-30/X	----	----
13th Biennial Alpha Conference	Barceló Sevilla Renacimiento	Sevilla	29/X-01/IX	----	----
Noviembre 2020					
Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
World Hospital Congress	Palau de Congresos	Barcelona	3-5/XI	----	----
IV Congreso FESNAD 2020	Auditorio	Zaragoza	3-5/XI	----	----
XXXII Congreso de la Soc. Española de Alergología e Inmunología Clínica	Palacio de Congresos	Zaragoza	4-7/XI	----	----
Reunión Anual del GETH	Hotel Ilunion	Malaga	5-6/XI	----	----
Jornadas de Imagen e Investigación (Jornadas Antoni Varés)	Palacio de Congresos	Gerona	5-6/XI	300	----
68 Congreso Asociación Española de Pediatría	Palacio de Congresos	Palma de Mallorca	5-7/XI	----	----
55 Congreso Nacional AVEPA	Barcelona	Barcelona	5-7/XI	----	----
50 Congreso de la Sociedad Española de Nefrología	Palacio de Congresos	Granada	6-9/XI	----	----
29 Congreso SAHTA	Hospital de Santiago	Jaén	7-11/XI	----	----
58 Congreso SERMEF	Auditorio de Palma	Palma de Mallorca	9-11/XI	----	----
Encuentro Internacional de Investigación de Cuidados	Baluarte	Pamplona	10-13/XI	500	----
15º Congreso Nacional de la Sociedad Española de Hospitalización a Domicilio	Hotel Meliá	Alicante	12-13/XI	----	----
64 Congreso AEPNYA	Palacio de Congresos	Cádiz	12-14/XI	----	----
22º Congreso de la Sociedad Española de Patología Dual (SEPD)	Hotel Meliá Sevilla	Sevilla	14-17/XI	----	----
Congreso de la Sociedad Española de Biología y Desarrollo	Bizkaia Aretoa	Bilbao	16-20/XI	----	----
XVIII Congreso SECIB	Baluarte	Pamplona	17/XI	800	----
HR Congress	Palacio de Congresos	Valencia	17-18/XI	1200	----
Expo World Congress SMART CITY	Gran Vía	Barcelona	17-19/XI	----	----
147th Slot Conference IATA 2020	Barcelona	Barcelona	17-20/XI	----	----
7th International Symposium on Food Packaging	Barcelona	Barcelona	18-20/XI	300	----
XXVII Congreso de Medicina General y Familia	Palacio de Congresos	Palma de Mallorca	19-21/XI	----	----
Congreso Internacional Educación, Arte, Neurociencia e Innovación	Palacio Congresos Europa	Vitoria	20-21/XI	----	----
XVIII Reunión anual del GEMD Grupo Español de Motilidad digestiva	Caja Rural de Aragón	Zaragoza	20-21/XI	----	----
VIII Jornadas Nacionales Nefrourológicas	Hotel Tryp La Caleta	Cádiz	20-21/XI	----	----
Jornadas de Divulgación Científica DDD	Centro Arte Etiopía	Zaragoza	21-22/XI	----	----

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
62 Congreso de la SEGG	Hotel Meliá Castilla	Madrid	23-25/XI	----	----
Congreso NEV	Afundación	Vigo	25-26/XI	----	----
XIV Congreso Nacional AMIFE	Barcelona	Barcelona	25-27/XI	----	----
V Congreso CROG	Hospital de La Fe	Valencia	25-27/XI	----	----
VII Congreso Conjunto AEA	Centro Congre. Victor Villegas	Murcia	25-27/XI	----	----
41 Congreso Nacional de la Sociedad Española de la Medicina Interna	Palacio de Congresos	Santiago de C.	25-27/XI	----	----
Congreso Nacional de la Sociedad Española de Traumatología Laboral	Palacio de Congresos	Zaragoza	26-27/XI	----	----
XXXVII Congreso de la Sociedad Andaluza de Medicina Intensiva	Hotel Meliá Lebreros	Sevilla	26-28/XI	----	----
IX Congreso Nacional de Farmacéuticos Comunitarios SEFAC	Palacio Euskalduna	Vizcaya	26-28/XI	----	----
XII Jornadas de Enfermería de UCI	Hotel Meliá Lebreros	Sevilla	26-28/XI	----	----
XXXIII Reunión Grupo Español Dermato-Oncología y Cirugía de la AEDV	NH Collection	Sevilla	27-28/XI	----	----
XXXI CONGRESO AEPC	Palacio de Euskalduna	Bilbao	28-30-XI	----	96 072 82 12

Diciembre 2020

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
IBTM World 2020	Fira Gran Via	Barcelona	1-3/XII	15000	----
2nd International Congress Sociadrogalcohol	Hotel Puerta de América	Madrid	2-4/XII	----	----
38º Congreso Nacional de la SEMNIM	Palacio de Congresos	Granada	2-4/XII	----	----
XIII Reunión de Dermatología Privada y Nuevas Tecnologías 2020	Hotel Marriott Auditorium	Madrid	3-5/XII	----	----
Encuentro anual de la Asociación Europea Cardiovascular EACVI 2020	Fira Gran Via	Barcelona	9-12/XII	----	----
VII Jornadas de Ecografía Semergen	Univ. Católica San Antonio	Murcia	17-19/XII	----	----

Año 2021

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
3rd International Conference EBART	Palacio de Congresos	Barcelona	18-19/II	----	----
18th Annual Conference for the Diagnosis and Treatment of Neuro. ENETS 2021	Barcelona	Barcelona	3-5/III	2000	----
ARSAD 2021	Universidad Autónoma	Barcelona	20-21/III	----	----
XII Jornadas Cardiovasculares SEMERGEN	Palacio Congr. Cabo de Gata	Almería	16-17/IV	----	----
Simposio Internacional GEICAM	Kursaal	San Sebastián	21-23/IV	600	----
Congreso ESTRO	Madrid Convention Boreau	Madrid	7-11/V	----	96 072 82 12
X Jornadas Nacionales de respiratorio Semergen	Palacio Cong. Manuel Rojas	Badajoz	14-15/V	----	----
XXVI Congreso Nacional AEER	Centro Int. Ferias y Congresos	Tenerife	14-15/V	----	----
XII Biennial Conference - Barcelona/Pittsburgh	World Trade Center	Barcelona	20-22/V	----	----
World Blindness Summit 2021	Madrid	Madrid	21-26/V	----	----
18º Salón Internacional SMOPYC 2020	Feria de Zaragoza	Zaragoza	26-29/V	----	----
38th International Symposium on Diabetes and Nutrition	Hotel Cap Roi	Girona	7-9/VI	----	----
XIV Congreso Internacional de la Sociedad Española de Cuidados Paliativos	Auditorio Palma de Mallorca	Palma de Mallorca	10-12/VI	----	----
18º Congreso Mundial de Cirugía Endoscópica	Barcelona	Barcelona	7-10/VII	----	----
XVIII Congreso de la Sociedad Española del Dolor (SED)	Palacio de Congresos	Valencia	10-12/V	1000	----
Congreso Internacional Ciencias Sociales	----	San Sebastián	10-12/VII	----	----
30 Congreso Anual ECVIM	CCIB	Barcelona	3-5/IX	----	+31 (0)43 325 05 21
19 Conferencia Europea de Biología Computacional	Sitges	Barcelona	5-9/IX	----	93 882 38 78
Encuentro Anual de la Sociedad de Meteorología Europea	Barcelona	Barcelona	6-10/IX	----	----
Conference on Methods and Applications of Fluorescence	Palacio de Congresos	Valencia	10-13/IX	500	----
28 Conferencia Internacional de Computación Lingüística	Barcelona	Barcelona	13-18/IX	----	----
23 Simposio Europeo en Estructuras Cuantitativas EuroQsar	Barcelona	Barcelona	20-24/IX	----	----
47 Encuentro anual de la International Skeletal Society	Hotel Arts	Barcelona	7-9/X	----	----
Encuentro anual científico de la Sociedad Europea de Resonancia Magnética	Barcelona	Barcelona	7-9/X	----	----
Simposio espondiloartritis de la SER	Kursaal	San Sebastián	8-9/X	----	----
4th International Conference on Materials ICM 2020	Facultad de Biología	Barcelona	14-16/X	----	----
8th Congress of The European Academy of Paediatric Societies	Centro de Congresos	Barcelona	16-20/X	----	----
Nanogen Fall Meeting 2020	World Trade Center	Barcelona	19-23/X	----	----
43 Conferencia anual IATUR 2021	Barcelona	Barcelona	27-29/X	----	----
44 World Hospital Congress IHF Barcelona	Palacio de Congresos	Barcelona	3-5/XI	1200	----
IBTM World 2021	Barcelona	Barcelona	30/XI-2/XII	----	----

Año 2022

Denominación del congreso o reunión	Lugar	Ciudad	Fecha	Pax	Teléfono
VI Congreso Nacional de Áridos	Palacio de Congresos	Oviedo	23-27/V	----	----
VII Conferencia Internacional IATIS	Universidad Pompeu Fabra	Barcelona	29/VI-1/VII	----	----
International Zeolite Congress	Palacio de Congresos	Valencia	4-8/VII	1200	----



Transferencia del conocimiento

Las publicaciones profesionales y generales son el principal vehículo para la transferencia del conocimiento, ayudando así a la formación continua de los profesionales, al progreso de los sectores y a la mejora de la economía. Conocimiento de las ideas y de las opiniones que son la transferencia cultural necesaria para la identidad y continuidad de nuestra sociedad.

publicaciones profesionales y generales

Nuestras más de 300 cabeceras en el mercado, forman el más importante grupo dedicado a cumplir con los compromisos de informar, formar, entretener, servir y dinamizar.

Solicite la guía de publicaciones (aepp@aepp.com)

Diseño: J.A. Diseño Editorial, S.L.

FIPP

Federación Internacional de Prensa Periódica

FAEP

Federación Europea de Editores de Revistas



Confederación Española de Organizaciones Empresariales



Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas

DIRECTORIO

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

INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL DIRECTORIO
Solicite condiciones en el Departamento de Suscripciones

91 369 41 00

Organizadores Profesionales

ARCO EVENTOS Doctor Castelo, 5. MADRID	91-5770708 Fax 91-5781803
ATLANTICO CONGRESOS Senra, 7-9 1ºE. SANTIAGO COMPOSTELA	981-572880 Fax 981-572867
CONGRESOS GESTAC C/ San Antón, 72 - 1º Dcha. GRANADA	958-132949 Fax 958-134480
CONGRESOS IBERIA Fontanella, 21-23, 4º 1º. BARCELONA	93-4955306 Fax 93-4051390
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
MATEO: MATEO COMUNICACIÓN CASTILLA-LA MANCHA www.mateomateo.com	969-229115 Fax 969-24 09 42
NOVA DE CONGRESOS República de El Salvador, 34, 1º. Santiago Compost	981 574 348 Fax 981 561 199
SEATRA C/ del Arte, 21, 1º. MADRID	902-889737 - 91-535-9617 Ext.108 Fax 91-4560877
SEPROTEC CONGRESOS Glorieta Bilbao, 1. 2ª pta. MADRID	91-2048700 Fax 91-2048704
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
VIAJES Y CONGRESOS Gran Vía, 71, 3º Izda. Ext.MADRID	91- 547 37 47 Fax 91-559 58 81
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Agencias de Viajes Especializadas

AMERICAN EXPRESS VIAJES S.A. Juan Ignacio Luca de Tena, 17. MADRID	91-7437666 Fax 91-4209436
CARIBE INTERNACIONAL TOURS c/ Cartagena, 241. BARCELONA	93-4359848 Fax 93-4350185
EUROPA TRAVEL S.A. c/ de la Paz, 35. VALENCIA	96-3529353 Fax 96-3940035
SIASA VIAJES Pº de la Habana. MADRID	91-4574891 Fax 91-4581088
VIAJES EL CORTE INGLÉS Alberto Bosch, 13. 28014 MADRID	91-2042600 Fax 91-5414640
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Empresas de Catering

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Convention Bureau

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
MURCIA CONVENTION BUREAU Avda. 1º de Mayo, s/n. MURCIA	968-341818 Fax 968-250793
SERVICIO MPAL. DE CONGRESOS DE VITORIA Av. de Gasteiz, s/n. VITORIA	945-161279 Fax 945-228009
VALLADOLID OFICINA DE CONGRESOS Acera de Recoletos, s/n. VALLADOLID	983-219438 Fax 983-217860
ZARAGOZA CONVENTION BUREAU Pza. Eduardo Ibarra / esq. C/ Jerusalén ZARAGOZA	976-721333 Fax 976-721327
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Palacios y Centros de Congresos

ATT Del Agua, 2. GIJÓN	98-5343534 Fax 98-5344745
AUDITORIUM PALMA DE MALLORCA Paseo Marítimo, 18. PALMA DE MALLORCA	971-735328 Fax 971-289681
CENTRO DE CONVENCIONES MAPFRE Av. General Perón, 40. MADRID	91-5811627 Fax 91-5812597
OFICINA DE CONGRESOS DE OVIEDO Pza. de la Gesta. OVIEDO	985-246217 Fax 985-246216
PALACIO DE CONGRESOS DE BARCELONA Av. Reina María Cristina, s/n. BARCELONA	93-2332000 Fax 93-2332386
PALACIO DE CONGRESOS DE CANARIAS Playa de las Canteras, s/n. LAS PALMAS	928-491770 Fax 928-262696
PALACIO DE CONGRESOS DE MÁLAGA José Ortega y Gasset, 201. MÁLAGA	952-045500 Fax 952-045519
PALACIO DE CONGRESOS DE GIJÓN Parque Isabel La Católica, s/n. GIJÓN	985-180105 Fax 985-337711
PALACIO DE CONGRESOS DE GRANADA Pº Violón, s/n. GRANADA	958-246700 Fax 958-246702
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
FRAREUS, CENTRO FERIAS Y CONVENCIONES Avda. Bellissens, 40. REUS	977-326363 Fax 977-316359
PALACIO DE CONGRESOS 'EUROPA' Av. de Gasteiz, s/n. VITORIA	945-161279 Fax 945-228009

PALACIO MUNICIPAL CONGRESOS MADRID Av. de la Capital de España Madrid, s/n. MADRID	91-7220554 Fax 91-7210607
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Cadenas Hoteleras

BEST WESTERN Reservas	900-993900
BEST WESTERN Oficinas Paseo de la Habana, 54-2º Dcha. MADRID	91-5614622 Fax 91-5618625
PLAYA HOTELES Ed. Playa Hoteles. ROQUETAS DE MAR	950-627010 Fax 950-333151
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Hoteles ★★★★★

HOTELES TRYP	902-11 92 92
MARE NOSTRUM RESORT Av. de las Américas, s/n. TENERIFE	922-757500 Fax 922-757510
MELIA DE MAR Pº Illetas, 7. CALVIA (MALLORCA)	971-402511 Fax 971-405852
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Hoteles ★★★★★

BEATRIZ, HOTEL Ctra. de Avila, Km. 2.750. TOLEDO	925-269100 Fax 925-215865
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
DOMENICO, HOTEL Cerro del Emperador, s/n. TOLEDO	925-280101 Fax 925-280103
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
LA MORALEJA Av. Europa, 17. La Moraleja MADRID	91-6618055 Fax 91-6612188
H-10 ANDALUCIA PLAZA Urb. Nueva Andalucía. MARBELLA	952-812000 Fax 952-814792
HOTEL ALCORA Ctra. Juan de Alfarahe. SEVILLA	95-4769400 Fax 95-4130128
HOTEL MELIA BARCELONA Avda. Sarriá, 50. BARCELONA	93-4106060 Fax 93-3215179
HOTEL MELIA CONFORT APOLO Avda. Paralelo, 57-59. BARCELONA	93-4431122 Fax 93-4430059
HOTEL MELIA SITGES Joan Salvat Papasseit, 38. SITGES	93-8110811 Fax 93-8949034
HOTEL MONASTERIO SAN MIGUEL Larga, 27. EL PUERTO DE SANTA MARÍA	956-540440 Fax 956-542604
HOTEL CONFORT GIRONA Barcelona, 112. GIRONA	972-400500 Fax 972-243233
HOTEL TRYP INDALO Avda. del Mediterráneo, 310. ALMERÍA	950-183400 Fax 950-183409
HOTELES C México, 3. Torremolinos MALAGA	952-051308 Fax 952-050581
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
MELIA MADRID SERRANO Claudio Coello, 139. MADRID	91-5626600 Fax 91-5617662
HOTEL TRYP GRAN SOL Rambal de Méndez Núñez, 3	965-203000 Fax 965-211439
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Hoteles ★★★

EXPO HOTEL VALENCIA Av. Pío XII, 4. VALENCIA	96-3470909 Fax 96-3483181
HOTEL MONASTERIO DE PIEDRA Añuros, s/n. Nuévalos ZARAGOZA	976-849011 Fax 976-870712
HOTEL TRYP BOSQUE Camilo José Cela, 5. PALMA DE MALLORCA	902 144 440 Fax ---
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Compañías de Autocares

AGREDA AUTOMOVIL S.A. Ctra. de Madrid km. 315,700. ZARAGOZA	976-300085 Fax 976-328342
AUTOCARES JULIA S.A. Puerto de Used, 20-2º. MADRID	91-7791860 Fax 917774086
TRAPSA Avda. Manoteras, 32. Edif. B. 3º. MADRID	91-3024526 Fax 91-3021709
TRAPSA Morabos, 24. Bajo 2º. BARCELONA	93-4261639 Fax 93-4250278

Alquiler de Automóviles

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
--	------------------------------

Oficinas Turismo Extranjeras

OFICINA NACIONAL TUNECINA Pza. España, 18. MADRID	91-5481843 Fax 91-5483705
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Compañías Marítimas

Vision Cruceros www.visioncruceros.com	91-7896400 Fax 91-3107215
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Instituciones Feriales

FRAREUS, CENTRO FERIAS Y CONVENCIONES Avda. Bellissens, 40. REUS	977-326363 Fax 977-316359
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

MADRID ESPACIOS Y CONGRESOS Avda. Capital de España Madrid, 7. 28042 MADRID	91-7220554 Fax 91-7220554
CAJA MAGICA RECINTO FERIAL CASA DE CAMPO	93-4740202 Fax 93-3776655
PRECSA Albert Einstein, s/n. CORNELLA DE LOBREGAT	93-4740202 Fax 93-3776655
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Empresas Audiovisuales

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
ABALOS SL Luis I, 71 Nave 17-18 Pl. Vallecas. MADRID	91-5522160 Fax 91-3311888
AUDIO VIDEO RENT S.L. San Ciriaco, 3. Local 28032 MADRID	91-3112660 Fax 91-3115352
AYSAV, S.L.U. Manuel Tovar, 24. 28034 MADRID	91-4682850 Fax 91-4684380
BIENVENIDO GIL SL P.1 Malpica,F Oeste,G Quejido100. ZARAGOZA	976-574070 Fax 976-574554
CHAPLIN AUDIOVISUALES Camino de los sastres, 1. 14004 CÓRDOBA	902-197631 Fax 957-412600
DISERCO Arquímedes, 55-Bajo. BARCELONA	93-3492016 Fax 93-4082273
EIKONOS S.A. Marina, 20-22. Cornellá de Llobregat	93-4397305 Fax 93-4051828
IMAS Doctor Trueta, 44 Bajo. BARCELONA	93-2255100 Fax 93-2250346
INSTALACION Y MANTENIMIENTO Doctor Trueba, 44. BARCELONA	93-2255100 Fax 93-2250346
MILAN ACUSTICA Luis I, 60. MADRID	91-3801010 Fax 91-7780142
OISA TRADUCCION SIMULTANEA S.L Conrado del Campo, 5. Loc. 7 y 8. MADRID	91-5640644 Fax 91-5641921
SERV. AUDIOVISUALES DE MALLORCA Pº. Marítimo, 15. P. MALLORCA	971-735344 Fax 971-452431
SINCRONVIDEO Virgilio, 11 Ciudad de la Imagen. MADRID	91-5189283 Fax 91-5189379
SONO (GRUPO EUPHON) MADRID	91-6624217 Fax 93-4801000
STEREO RENT C/ Fra Juniper Serra, 44. BARCELONA	93-4980980 Fax 93-2788259
TESEC S.A. Concepción Arenal, 9 Bajo S. COMPOSTELA	981-580199 Fax 981-564854
TEC Y MULTIMEDIA S.L. Alfonso Gómez, 23. MADRID	91-3049970 Fax 91-3042719
VIDEO PROMOCION S.L. Costa del Sol.	952-378391 Fax 952-378392
VIDYSON AUDIOVISUAL Par. Ind. Nuevo Calonge, D-3. SEVILLA	954-367920 Fax 954-358464
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Guías de Turismo

BGB BARCELONA GUIDE BUREAU Via Laietana, 54. BARCELONA.	93-3107778 Fax 93-2682211
ACHE Fdez. de la Hoz, 33. 3º centro izqda MADRID	91-4440123 Fax 91-4440710
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Traductores e Intérpretes

ABACONGRESS S.L. León XIII, 2. CORNELLA. BARCELONA	902-103136 Fax 902-103136
ABACONGRESS S.L. Pza. Patricio Martínez, 4. MADRID	902-103136 Fax 902-103136
ABACONGRESS S.L. Dr. Fleming, 5A-3º izda. ZARAGOZA	902-103136 Fax 902-103136

ACHE TRADUCTORES Boix y Morer, 9. Of. 6 MADRID	91-4440123 Fax 91-4440710
ESOC Poeta Vila y Blanco,8. ALICANTE	96-5229940 Fax 96-5922346
GLOBAL CONGRESOS - AZAGA Torreiro, 13-15 6ºD. A CORUÑA	981-208932 Fax 981-208701
IBERTRAD SERVICIOS EMPRESARIALES Condado de Treviño, 2 15ºD. MADRID	91-3029130 Fax 91-7663731
INTERNACIONAL DE CONGRESOS Olivar, 8 1º C. BARGAS	925-358109/919770 Fax 925-358109
INTERPRETES DE BARCELONA Avinguda Icaria, 200, 4 1º. BARCELONA	93-2218535 Fax 93-2218534

LETRAS Antonio Leiva, 8 1ºC. MADRID	91-5603549 Fax 91-5603549
LINK, TRADUCCIONES I SERVEIS Gran Via Jaume I, 40. GERONA	972-221721 Fax 972-220689
MEETING POINT Av. Hernán Cortés, 80 entlo. CACERES	927-214420 Fax 927-214420
NATURELLENGUA Campoamor, 11 entlo. A. OVIEDO	98-5203984 Fax 98-5203984
PSP TRADUCCIONES E INTERPRETES Ctra. de Guadarrama, 7. GALAPAGAR	91-8585768 Fax 91-8582747
RC. BARCELONA TRADUC SIMULTANEA Ausias March, 26 Of.64-65. BARCELONA	93-3017181 Fax 93-4124433
SEPROTEC TRADUCCIONES Glorieta Bilbao, 1. 2º pta. MADRID	91-2048700 Fax 91-2048704
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Azafatas de Congresos

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
CONFICON HOSTESSES Vergés Paulí, 26 Esc.4 3ºB. TORTOSA	977-443174 Fax 977-443174
CONFICON HOSTESSES August, 8 Entresuelo 1º. TARRAGONA	977-219764 Fax 977-443174
FORMATIK CONGRESS Asura, 40. MADRID	91-3881345 Fax 91-7219370
OLEAGA AZAFATAS Y COMUNICACIONES General Moscardó, 3. 2ºH. MADRID	91-5530755 Fax 91-5530755
PLOT AGENCIA Pedro Muguruza, 1. 4ºD. MADRID	91-3504994 Fax 91-3505440
SEPROTEC INTERPRETACION Glorieta Bilbao, 1. 2º pta. MADRID	91-2048700 Fax 91-2048704
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Montadores de Stands

DECOPLUMA, S.L. Cº. de Hormigueras, 175. Nave 1. MADRID	91-7782767 Fax 91-3805302
MODISEÑO C/ Fragua, 16. Pl. La Cantueña. Fuenlabrada	91-6214741 Fax 91-6214740
SERVISFERIAL Avda. Las Américas, 10. Coslada. MADRID	91-6699480 Fax 91-6715175
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Empresas de Servicios

INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839
ELECTRONICA Y SISTEMAS PERIFERICOS General Lacy, 21. MADRID	91-4670445 Fax 91-4684380
TRANSFEREX S.A. General Moscardó, 32. MADRID	91-5541202 Fax 91-5537464
E.G.L. (Carteras para congresos) Montesa, 31; bajo 4. 28006 MADRID	91-3092530
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Organización Actos Empresa

ARCO EVENTOS Doctor Castelo, 5. MADRID	91-5770708 Fax 91-5781803
TALISMÁN Via Augusta, 251. BARCELONA	93-2090919 Fax 93-2006296
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839

Pulseras de Acreditación

ART & BEAT, SUNNY BCN www.worldsunny.com.	93-2741191 Fax 93-2743394
INSCRIBA A SU EMPRESA EN el Directorio de CONEXO	91-3694100 Fax 91-3691839



"La información profesional que me interesa está en CONEXO"

CONEXO es el **único** Periódico de los Organizadores de Congresos, Convenciones y Viajes de Incentivo, que leen los responsables de reuniones y business travel de empresas, y de congresos en asociaciones y colegios profesionales

CONEXO

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **Nexo**

MARZO 1999
NÚMERO 121 II AÑO

DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE REUNIONES
(% según número de participantes)

100/249

250/499

+1.000

Solicite información y tarifas de publicidad de CONEXO

DEPTO. PUBLICIDAD
Lópe de Vega, 13
28014 Madrid



91 369 41 00
(16 LINEAS)



91 369 18 39

grupo@nexo.es

SIMET 2000 será, una vez más, el "encuentro" de Iberoamérica junto a los...



Locale ofrece un nuevo espacio multimedia para realizar eventos no presenciales

Gestiona un nuevo espacio con toda la tecnología, medios y personal necesarios para realizar actos en 'streaming'

La empresa gestora de espacios para eventos Locale Events & Soul se ha adaptado a las necesidades de la situación actual de confinamiento y cancelación de todo tipo de eventos presenciales ofreciendo un nuevo espacio y todos los servicios necesarios para hacer eventos *online*.

La llegada del coronavirus ha obligado al Sector a reinventarse y buscar soluciones para tratar de minimizar el impacto y trastorno empresarial y económico que supone la total cancelación de eventos, congresos, presentaciones o grabaciones. Es ahora, en situaciones adversas, cuando hay que encontrar salidas y soluciones factibles para que esta situación no pueda paralizar la creatividad. Adaptarse y convertir la crisis en una oportunidad es la mejor opción para evolucionar y crecer.

Así, en Locale Events & Soul se han puesto a disposición de las empresas, adoptando diferentes formatos, un nuevo espacio que incluye toda la tecnología, medios y personal necesarios para la producción de contenidos, grabación y retransmisión en *streaming* de eventos. Un nuevo servicio que en el que Locale, como ayuda y apoyo al Sector, ofrecerá el alquiler del espacio de manera totalmente gratuita, debiendo abonar únicamente el equipamiento técnico y los gastos de mantenimiento.

Los servicios de Locale Events & Soul incluyen, por un lado, el Live Streaming, que permite



Locale Events & Soul ofrece todo lo necesario para que las empresas sigan realizando sus eventos durante la pandemia del coronavirus.

difundir contenidos a través de Internet a audiencias millonarias de forma fácil y económica; las videoconferencias, ya que al no poder celebrar reuniones o congresos de forma presencial, este sistema permite contar con los ponentes en sus domicilios listos para participar en una mesa redonda.; y por último, congresos *online*, sin presencia física de po-

ponentes ni de público, solo con un registro de usuario y contraseña o en abierto, ofrecen a los ponentes la participación vía *streaming*.

Este espacio multimedia dispone de todos los medios y servicios necesarios, pudiendo además realizar su instalación integral en cualquier otro lugar tras estudiar la ubicación para ofrecer la mejor solución técnica

adaptada a las necesidades del cliente: sistema de producción de *streaming* multicámara, *web* personalizada para la emisión del evento, dos cámaras robotizadas y una cámara con operador, una pantalla ultrapanorámica para contenidos dinámicos y la creación y producción de contenidos (ppt/keynote, vídeos, infografías, contenido virtual...).

Locale Events & Soul gestiona en exclusiva algunos de los espacios más singulares y emblemáticos de Madrid, disponibles por primera vez para eventos corporativos, tales como el Palacio de Gaviria o el recién inaugurado Gran Teatro Bankia Príncipe Pío.

Información:
<http://localevents.es>

EventsCase ayuda a realizar reuniones a través de la Red

La plataforma de gestión de eventos *online* EventsCase ha desarrollado un nuevo interfaz para facilitar la celebración de eventos virtuales ante la imposibilidad de celebrar reuniones físicas por la pandemia del coronavirus y evitar, en la medida de lo posible, los efectos adversos de esta situación tan crítica para muchos profesionales y corporaciones.

Para ello, EventsCase ha desarrollado dentro de su plataforma un nuevo interfaz que permitirá pasar de los eventos tradicionales a esta nueva versión de un modo inmediato, ágil e intuitivo. En este sentido, los organizadores del evento solo tendrán que añadir el enlace al *webinar* o *streaming* en cada sesión de la agenda. Este *link* aparecerá tanto en la *app* como en la *web* como un botón de '(Play) live'.

El nuevo interfaz del módulo de la agenda, tanto para la *web* como la *app*, permitirá realizar esa tarea de un modo intuitivo, como si se tratara de un menú de

una *smart tv*. Además, también es posible hacer *networking*, ya que la funcionalidad de reuniones 1-2-1 llevará asociada un enlace para que los asistentes puedan realizar videollamadas.

De esta forma, los profesionales de eventos solo tendrán que encargarse de elegir a su proveedor de videoconferencia favorito e insertar el enlace para conectarse en el módulo de la plataforma EventsCase. Además de la *web* y la *app*, el resto de funcionalidades *online* siguen operativas (registro, *emailing*, *abstracts*).

El CEO de EventsCase, Jose Bort, ha comentado que "sabemos que los eventos cara a cara volverán, igual que volverán muchas actividades rutinarias que ahora están suspendidas, pero como siempre hemos defendido, la tecnología está de nuestro lado para ayudarnos en nuestro día a día y ahora, y dadas las circunstancias, más si cabe".

Información:
<https://eventscase.es>

Globalia Meetings & Events lanza un servicio de eventos 'online'

Ofrece dos opciones para que las empresas sigan en contacto con su audiencia

Globalia Meetings & Events (M&E) ha lanzado al mercado un nuevo servicio de eventos *online* dirigido al mercado MICE para que las empresas o cualquier organismo pueda seguir celebrando sus reuniones y estar en contacto con su audiencia.

La agencia de eventos y viajes de incentivo de Globalia asegura que con este nuevo servicio se cambia el espacio clásico por el entorno digital, pero se mantienen todas las posibilidades de interacción y presentación de contenidos de forma creativa.

Globalia M&E ofrece este servicio en dos formatos. Por un lado, Eventos Streaming, donde el evento se graba en un plató profesional, como antes pero sumando nuevas opciones que proporciona la tecnología. En esta opción

solo asistirán el equipo técnico, los ponentes y los presentadores imprescindibles, y el evento se retransmitirá a todas las pantallas de la audiencia sin perder calidad. Y por otro lado, Eventos in Hou-



Además de hacer posible que el evento se disfrute sin salir de casa, Globalia Meetings & Events lleva todo el contenido a la *app* del evento, es decir, el registro, la agenda, la posibilidad de verlo en directo, participar con comentarios, etc.

Con este nuevo servicio, la compañía se marca como objetivo adaptarse a las nuevas necesidades ofreciendo las mejores soluciones. Según Juan José Hernández, director nacional de Eventos de Globalia Meetings & Events, "ante este cambio de paradigma, con los eventos *online* nos reinventamos para continuar dando servicio a nuestros clientes".

Además de hacer posible que el evento se disfrute sin salir de casa, Globalia Meetings & Events lleva todo el contenido a la *app* del evento, es decir, el registro, la agenda, la posibilidad de verlo en directo, participar con comentarios, etc.

Con este nuevo servicio, la compañía se marca como objetivo adaptarse a las nuevas necesidades ofreciendo las mejores soluciones. Según Juan José Hernández, director nacional de Eventos de Globalia Meetings & Events, "ante este cambio de paradigma, con los eventos *online* nos reinventamos para continuar dando servicio a nuestros clientes".

Información:
<https://globaliaeventos.com>



El Sector ha cambiado y la Información también



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

HOTELETERÍA Y ALDARMENTO

Abre el Hotel Semáforo de Fisterra en el fin del mundo

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

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

Los destinos exitosos a finales de 2016

Meliá Llana Beach abre sus puertas en Cabo Verde

Radisson abre su segundo resort en Gran Canaria



**Date de alta en
Nexohotel.com**

Diario *online* de Hotelería

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

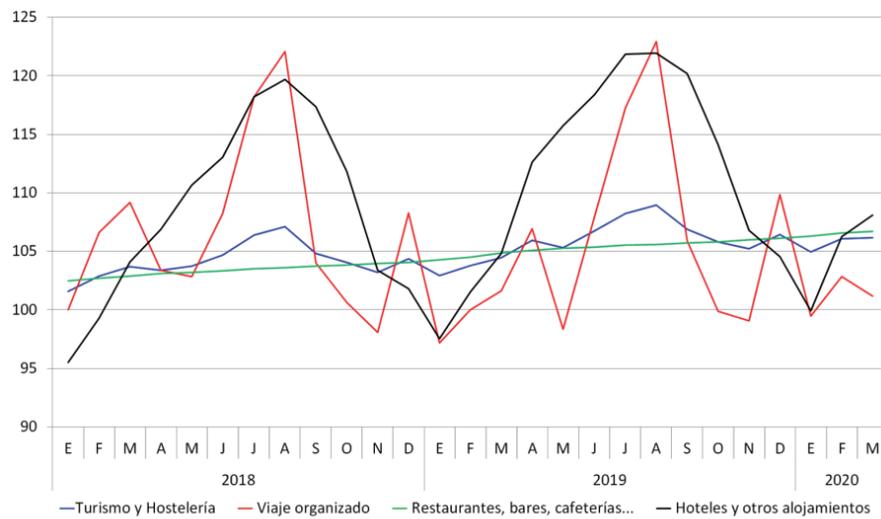
RANKING

Suben los precios

Los precios en el sector de Hostelería y Turismo han subido en marzo de 2020 un 1,6% respecto a hace un año y solo un 0,1% respecto al pasado mes de febrero. En cuanto a los precios del viaje organizado, estos han bajado un 1,6% respecto al mes anterior y un 0,5% en relación a marzo de 2019. Los hoteles y otros alojamientos han visto cómo sus precios se han incrementado un 1,8% mensual y un 3,1% anual. Los precios en la restauración han crecido solo un 0,1% respecto al mes anterior, subiendo un 1,8% respecto al mismo mes de 2019.

EVOLUCIÓN PRECIOS DE SERVICIOS CONGRESUALES

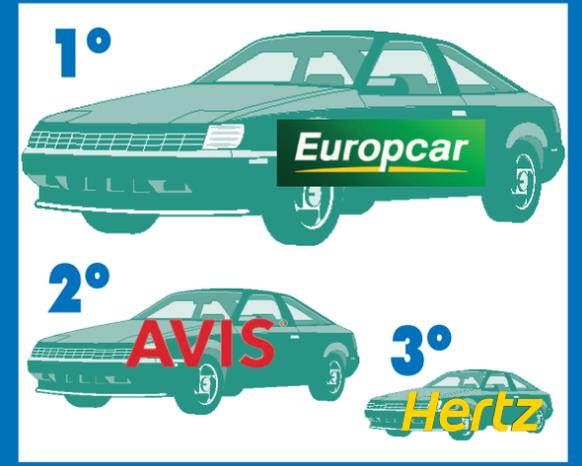
EVOLUCION DEL IPC SECTORIAL. 2018-2020



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

© CONEXO (Grupo NEXO)

RANKING ALQUILER COCHES



Fuente: CONEXO

© CONEXO (Grupo NEXO)

La crisis está afectando a los 'rent a car'

La situación provocada por la pandemia del coronavirus está afectando, también, al sector de los *rent a car*, empresas en su mayoría pequeñas y medianas, según la Asociación de Empresarios de Coches de Alquiler de Andalucía.

RANKING DE CADENAS HOTELERAS



Fuente: Base de Datos NEXOHOTEL.

© CONEXO (Grupo NEXO)

Pernoctaciones

Durante el mes de marzo las pernoctaciones en establecimientos hoteleros españoles superaron los 8,3 millones, un 61,1% menos que en el mismo mes de 2019, un fuerte descenso provocado por las restricciones de viaje y el cierre de hoteles producidos por la pandemia del coronavirus. Las pernoctaciones de viajeros residentes en España disminuyeron un 64,6% y las de los no residentes un 58,9%. La estancia media subió un 11,5% respecto a marzo de 2019, situándose en 3,2 pernoctaciones por viajero. Durante los tres primeros meses de 2020 las pernoctaciones descendieron un 21,6% respecto al mismo periodo del año anterior.

RANKING DEL AUTOCARISMO



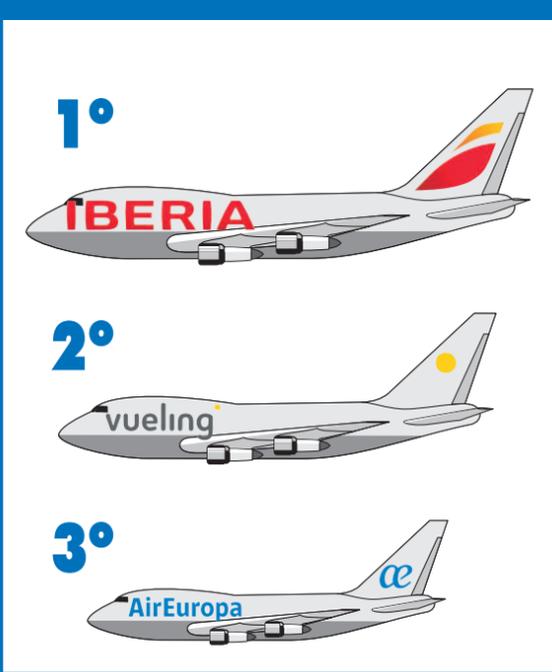
Fuente: Periódico NEXOBÚS

© CONEXO (Grupo NEXO)

Sube el transporte especial y discrecional

Más de 44,7 millones de usuarios utilizaron el transporte especial y discrecional en febrero de 2020, lo que supone un incremento del 0,2% en tasa anual. El número de pasajeros de transporte especial baja un 3,3% y el discrecional crece un 8,8%.

RANKING DEL AEREO



Fuente: Semanario NEXOTUR

© CONEXO (Grupo NEXO)

Bajan los pasajeros en la red de Aena
Más de ocho millones de pasajeros han pasado por los aeropuertos españoles en marzo de 2020, concretamente 8.128.859 personas, lo que supone un descenso del 59,3% respecto a hace un año, según los datos de Aena.

RANKING DE AGENCIAS



Fuente: Semanario NEXOTUR

© CONEXO (Grupo NEXO)

Aumentará el negocio en las agencias
Una vez haya finalizado la crisis del Covid-19 y las restricciones para viajar, las agencias de viajes tradicionales experimentarán una tendencia al alza, según las estimaciones del Barómetro Turístico de Braintrust.

RANKING DEL CRUCERISMO



Fuente: CONEXO

© CONEXO (Grupo NEXO)

Los cruceristas disminuyen en febrero

El número de cruceristas baja en España. Durante el mes de febrero se alcanzaron los 508.061 cruceristas. En el acumulado anual la cifra baja un 1,46% respecto al año pasado.

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

Nueva versión de la página oficial de Turismo en Vitoria y su entorno

Vitoria presenta una nueva versión *online* del área de Turismo que existe en la *web* de oficial de su Ayuntamiento, en la que amplía la información de los temas de interés para el viajero y ofrece el enlace con dos centrales para la gestión de alojamientos.



www.vitoria-gasteiz.org/turismo

El Ayuntamiento de Vitoria presenta una nueva versión de su página de Turismo en la que, con algunas modificaciones en su diseño, amplía la información sobre sitios a visitar, planes sugeridos y otros temas de Turismo en la ciudad, que incluye en la *web* oficial del Ayuntamiento, manteniendo el área de ayuda al viajero. En cuanto a servicios, ya no informa sobre alojamientos, para lo que presenta el enlace con dos centrales y para la gestión de eventos presenta la página de su Convention Bureau. Por otro lado, la *web* mantiene las versiones en castellano, euskera, inglés y francés.

INFORMACIÓN

Mantiene el acceso a sus recomendaciones de sitios a visitar, planes, naturaleza, gastronomía y deportes, de los que presenta una relación y la descripción general del seleccionado con fotografías y, en algunos casos, también incluye vídeos y vistas de 360°.

RESERVA

Ofrece el acceso a la reserva de entradas a la catedral y a la de las visitas guiadas que se proponen en la página. También incluye el enlace a la guía de alojamientos de Turismo de Euskadi con reserva en la *web* del alojamiento y a Nekatur, central de alojamientos rurales.

GENERAL

La página incluye una agenda de eventos en la ciudad y ofrece información sobre su oficina de Turismo, sobre turismo familiar y turismo accesible y un área dedicada a la gastronomía, sus restaurantes, mercados y bodegas, además del enlace con guías de restaurantes.

▲ Lo Mejor / Amigable

La página ofrece, con diseño y estructura amigables, un fácil acceso a una completa información de la ciudad y su entorno.

▼ Lo Peor / Descripciones

Cuando se accede información de la *web* del Ayuntamiento o a las centrales, no existen enlaces para volver a Turismo.

VITORIA / Destinos

Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
10	% DEL PRODUCTO									
6	ACTUALIZACIÓN									
10	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
10	IDIOMAS									
10	ENLACE CON OTROS PORTALES									
6	GESTION DE ALOJAMIENTOS									
6	GESTION DE TRANSPORTES									
4	GESTION DE OTROS SERVICIOS									

EVALUACION CONEXO

La nueva versión de la página oficial de Turismo en Vitoria es de más interés que la anterior para los profesionales de Turismo, ya que amplía la información de sus atractivos y servicios turísticos e incluye el enlace con su Convention Bureau para la organización de eventos.

6,5



Entrada / Con pocos cambios en la estructura, presenta el acceso a todas sus áreas de información y recomendaciones.



Producto / En la primera línea presenta algunos temas de interés en Vitoria, de los que ofrece una amplia descripción.



Reserva / Presenta el acceso a la guía de alojamientos de Turismo de Euskadi y a una central de alojamientos rurales.

Alompe Autocares presenta una nueva 'web' de diseño compatible

Alompe Autocares presenta una nueva versión de su *web* en la que, con un nuevo diseño *responsive*, mantiene un nivel de información semejante al anterior, ya que sigue sin incluir sus tarifas, limitándose a ofrecer un formulario de consulta.



www.alompe.com

La nueva página de Alompe Autocares, empresa que ofrece servicios discretos de transporte terrestre en Andalucía, sigue incluyendo —ahora disponible desde cualquier tipo de terminal— la información sobre la empresa y la relación de sus tipos de servicio con una limitada descripción, pero sin tarifas ni condiciones de contratación. Para la gestión de reservas ofrece únicamente un formulario de solicitud de presupuesto y un correo de contacto. En cuanto a idiomas, ya no presenta la versión en inglés que había en la página anterior y solo queda la de castellano.

INFORMACIÓN

Incluye un área con fotografías de los vehículos de su flota y una relación de los tipos de servicios de transporte terrestre que ofrece, con atención especial a su oferta para eventos y congresos, pero sin la relación de eventos que había en la versión anterior.

RESERVA

Sigue sin información sobre las condiciones de comercialización de sus servicios ni incluye sus tarifas. Ofrece únicamente un formulario de solicitud de presupuestos y una dirección de correo, sin ninguna referencia a las agencias de viajes ni a los organizadores de eventos.

GENERAL

Incluye información sobre la historia, los valores y las formas de contacto de la empresa, así como un formulario y un correo para consulta y de solicitud de presupuesto. También ofrece un *blog* con información de actualidad relacionada con la empresa.

▲ Lo Mejor / Sencillez

Sigue siendo una página de sencilla estructura con un fácil acceso a la escasa información que ofrece de sus servicios.

▼ Lo Peor / Utilidad

Mantiene una limitada información de sus servicios, sin sus tarifas ni otros temas de interés para las agencias.

ALOMPE / Transportes

Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
10	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
8	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
10	GESTIÓN DE RESERVAS									
10	CONFIRMACION INMEDIATA									
6	OTROS SERVICIOS									
10	GESTION ESPECIFICA AGENCIAS									

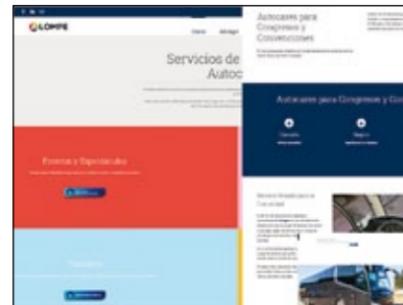
EVALUACION CONEXO

La nueva versión *responsive* de la *web* de Alompe Autocares sigue siendo de poco interés para los profesionales de Turismo y empresas, ya que ofrece una limitada información de sus servicios discretos de transporte, y sin información de gestión, excepto un formulario.

4,6



Entrada / Presenta sus tipos de servicio, la información de su flota y a otra información de la empresa.



Producto / Presenta la descripción de sus tipos de servicio y la fotografía de los distintos vehículos de su flota.



Reserva / En el área de reservas ofrece únicamente un formulario para la solicitud de presupuesto.

Wyndham presenta en su nueva 'web' los alojamientos de todas sus marcas

Wyndham presenta una página web de diseño compatible en la que ofrece una amplia información sobre los hoteles de todas sus marcas y su sistema de fidelización Rewards, además de una fácil gestión de reservas, pero que no es válida para las agencias.



www.wyndhamhotels.com

El grupo hotelero Wyndham presenta los más de 9.000 hoteles en todo el mundo de sus diferentes marcas en una página *responsive* en español de diseño amigable, que permite el acceso a una completa descripción de cada hotel seleccionándolo por país y destino, marca, servicios que ofrece o por su precio en puntos conseguidos de su programa de fidelización Wyndham Rewards. Incluye un sencillo sistema de reservas de estancia en sus hoteles, en el que ofrece diversas tarifas especiales, pero no está disponible para las agencias de viajes.

INFORMACIÓN

Permite acceder a los hoteles por destino, marca, servicios que ofrece y por su precio en puntos Rewards. Presenta la descripción del hotel en diferentes formatos según su marca, en la que también informa sobre la puntuación y las últimas opiniones en TripAdvisor.

RESERVA

Dispone de un rápido y sencillo sistema de reservas de estancias en sus hoteles, en solo tres pasos, en el que permite seleccionar entre varias tarifas y códigos de descuento y utilizar puntos de Wyndham Rewards, pero sin ninguna referencia a las agencias de viajes.

GENERAL

Presenta la relación y el acceso a la web de todas sus marcas, algunas integradas en esta página, e informa de los teléfonos de su central de reservas por países. También ofrece una amplia información a su programa de fidelización Rewards, para lo que enlaza con otra página.

▲ Lo Mejor / Amigable

Ofrece, desde cualquier tipo de terminal, un rápido y fácil sistema de información y reservas en los hoteles de todas sus marcas.

▼ Lo Peor / Acceso Hoteles

Debería ofrecer solo los países y destinos en los que hay hoteles de alguna de sus marcas e indicar los establecimientos.

WYNDHAM / Hoteles

Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
8	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
8	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
10	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
10	GESTIÓN DE RESERVAS									
8	CONFIRMACIÓN INMEDIATA									
6	OTROS SERVICIOS									
10	GESTIÓN ESPECIFICA AGENCIAS									

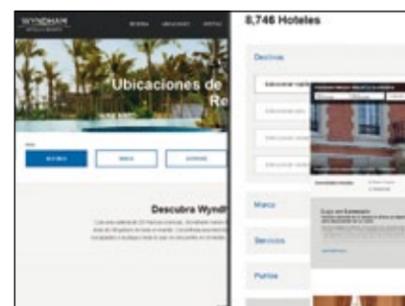
EVALUACION CONEXO

La versión actual de la página del grupo Wyndham, a pesar de su facilidad de uso, es de menos utilidad que la anterior para los profesionales de Turismo españoles, ya que no mantiene la posibilidad de realizar reservas desde las agencias de viajes, que existía anteriormente.

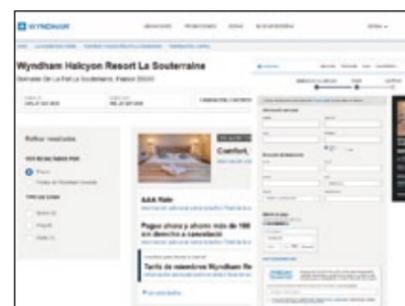
7,4



Entrada / Presenta el acceso a hoteles y promociones, la reserva, hoteles destacados e información complementaria.



Producto / Accediendo por destino, marca, servicios o precio en puntos, presenta la descripción del hotel.



Reserva / Ofrece un útil sistema de reservas en tres pasos, sin ninguna referencia a las agencias de viajes.

Gestión de diversos servicios en la versión actual de la 'web' de la EMT

La página *responsive* de la EMT ha añadido a la información sobre sus servicios de transporte urbano en la capital, la gestión de otros servicios como la recogida de vehículos de la grúa, al alquiler de aparcamientos, la recarga eléctrica o BiciPark.



www.emtmadrid.es

La Empresa Municipal de Transportes de Madrid ofrece una versión *responsive* de su web que, manteniendo una completa información sobre la empresa y sus servicios, con un amplio conjunto de ayudas sobre sus líneas, formas de utilización de los diferentes tipos de títulos de transporte y las condiciones de uso y tarifas, ha añadido la gestión de otros servicios del Ayuntamiento, como la grúa municipal, el alquiler de aparcamiento, BiciPark, la recarga eléctrica de vehículos y el bus al aeropuerto. En cuanto a idiomas, presenta versiones en castellano e inglés.

INFORMACIÓN

Informa de itinerarios por tipo de servicio y línea, cómo llegar entre dos puntos, tiempo de espera por parada y líneas que pasan por un punto. También incluye la gestión de recogida de vehículos de la grúa, aparcamientos públicos y recarga eléctrica de vehículos.

RESERVA

Informa sobre títulos y tarifas de la EMT sin ninguna gestión de venta. En la recogida del vehículo permite localizarlo e informa de las tarifas,informa de aparcamientos públicos disponibles y condiciones de alquiler de plazas, del servicio de BiciPark y sobre el bus al aeropuerto.

GENERAL

Mantiene un amplio conjunto de información sobre la empresa, su historia, servicios, flota, centros de operaciones, ayuda al usuario y enlaces de interés, entre otros. También incluye áreas de gestión de empleo, contacto con la empresa, objetos perdidos y varios formularios.

▲ Lo Mejor / Multipropósito

Además de la información de sus líneas regulares, gestiona otra serie de productos muy diferentes.

▼ Lo Peor / Heterogéneo

La información de los distintos productos, que en algunos incluye parte de su gestión, resulta de características muy diferentes.

EMT / Transportes

Ponderación de los Valores

Peso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	DISEÑO									
10	FACILIDAD									
8	ROBUSTEZ									
10	VELOCIDAD									
6	% DEL PRODUCTO									
8	ACTUALIZACIÓN									
8	CALIDAD INFORMACIÓN									
10	COBERTURA PRODUCTO									
6	IDIOMAS									
10	GESTIÓN DE RESERVAS									
10	CONFIRMACIÓN INMEDIATA									
6	OTROS SERVICIOS									
10	GESTIÓN ESPECIFICA AGENCIAS									

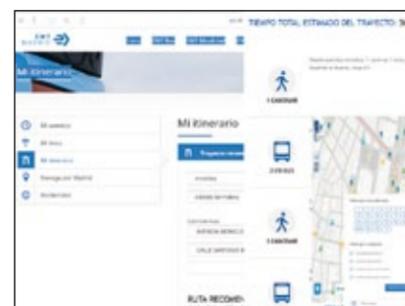
EVALUACION CONEXO

La página de la EMT, debido a las características de los servicios que ofrece, resulta de poco interés para los profesionales de Turismo, que sólo pueden utilizarla para asesorar a sus clientes sobre las tarifas y condiciones de los servicios municipales que ofrece.

6,5



Entrada / Presenta el acceso al servicio de bus, recogida de grúa, aparcamientos, recarga eléctrica y bus al aeropuerto.



Producto / En cada área ofrece información ajustada a los distintos tipos de servicio que ofrece en Madrid.



Reserva / Informa de tarifas y condiciones para la retirada de vehículos, gestión de aparcamiento y recarga eléctrica.



Habilidades directivas

Título: *Habilidades directivas* / Autor: Julio García del Junco / Edita: Pirámide / Tfno. 913 938 989 / Mail: piramide@anaya.es / Web: www.edicionespiramide.es

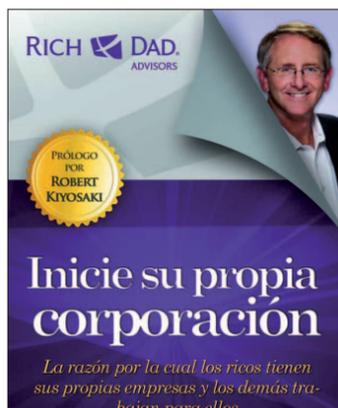
En esta obra se documentan y enseñan las habilidades imprescindibles para dirigir en cualquier tipo de organización. Enseña habilidades relacionadas con su entorno inmediato (dirigir equipos de alto rendimiento y gestión del tiempo), facilita un instrumento práctico y sencillo para conocer cómo hacerlo mejor (modelo L-J) y para saber cómo conectar con el exterior y hacerlo con éxito (hablar en público, persuasión y dinámica de reuniones). También penetra en el mundo interior del director para que se conozca mejor y pueda gestionar su propia felicidad y desarrollo profesional.



La economía de la experiencia

Título: *Economía y gestión de la experiencia de cliente* / Autores: Luis Rubalcaba y Laura Cortijo / Edita: Pirámide / Tfno. 913 938 989 / Mail: piramide@anaya.es

En esta obra se aborda el tema de la economía de la experiencia. Existen algunos libros que se han publicado circunscritos a la experiencia aplicada al diseño de páginas web, lo que solamente es un pequeño aspecto de la economía y gestión de la experiencia. En esta obra la visión empresarial, la económica y la antropológica se dan cita para explicar un fenómeno que está cambiando no solo el marketing, sino las marcas, las compañías, las organizaciones, el conjunto del funcionamiento económico y el mismo comportamiento de las personas cuando se disponen a consumir bienes o servicios.



La creación de una empresa

Título: *Inicie su propia corporación* / Autor: Garrett Sutton / Edita: Rich Dad Advisors / Mail: customerservice@richdad.com / Web: www.richdad.com

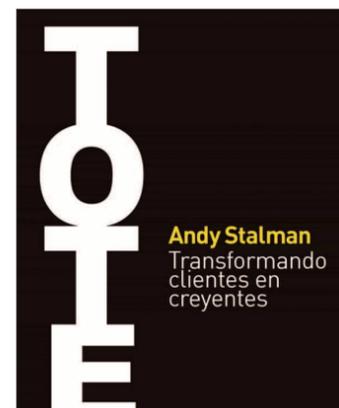
Vivimos en un mundo bastante litigioso. Usted debe mantenerse en guardia en el transcurso de su vida. Al generar riqueza, uno debe saber cómo protegerla. La incorporación y la responsabilidad limitada son claramente discutidos en el libro 'Inicie su propia corporación'. Garrett Sutton ha pasado los últimos treinta años protegiendo los bienes de sus clientes e implementando estructuras corporativas para limitar la responsabilidad. Esta extensa experiencia se refleja en un placentero libro sobre los cómo y porqués para lograr la protección de activos.



Comunicación en el turismo

Título: *Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo* / Autora: Soledad Carrasco / Edita: Paraninfo / Tfno. 914 463 350 / Mail: info@paraninfo.es

Este libro desvela las claves necesarias para lograr una comunicación óptima en la atención al cliente de hostelería y turismo. Analiza los elementos que favorecen una comunicación eficaz, se detiene en los posibles obstáculos y ofrece soluciones para resolverlos. Todo ello con atención específica a la comunicación personal, telefónica y también telemática. Expone con claridad y sencillez cada una de las técnicas y habilidades precisas para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Presenta un completo enfoque relativo a las quejas y reclamaciones.



El concepto del 'branding'

Título: *Tótem. Transformando clientes en creyentes* / Autor: Andy Stalman / Edita: Deusto / Tfno. 93 492 69 56 / Mail: info@centrolibrospapf.es / www.edicionesdeusto.com

En este libro, a través de la figura del tótem de la antigüedad, Andy Stalman hace resurgir una nueva concepción del branding, analizando cómo se construyen y se desarrollan las empresas más queridas, más exitosas, con mayor impacto y mayor relevancia en el mundo. Conceptos como branding o alma pueden parecer abstractos, pero cuando se analizan los motivos por los cuales un consumidor elige una marca, la dimensión y significado de dichos conceptos se vuelve tangible. Tótem es una lectura que ayudará a comprender mejor cómo funcionan las marcas de la nueva era.

N **BOLSA DE TRABAJO** *nexotur.com*

¿Necesita un profesional?

Ofertas y Demandas de Empleo para Profesionales de Agencias de Viajes

Inserte ahora sus ofertas y demandas en Internet, en la web: www.nexotur.com

Cumplimente AHORA sus demandas y ofertas de empleo en tiempo real

¿Busca trabajo?

Una iniciativa de NEXOTUR y Nexopublic



REURÓSCOPO

ARIES
21 de marzo - 20 de abril
Escucha detenidamente los consejos de los amigos, porque serán fundamentales para resolver alguna de tus dudas.

TAURO
21 de abril - 20 de mayo
Recuperarás parte de las fuerzas físicas, aunque tendrás que ejercitarlas un poco más si no quieres volver a flaquear.

GEMINIS
21 mayo - 21 de junio
No precipites los acontecimientos ni fuerces nada. Será mucho mejor que dejes que las cosas fluyan con naturalidad.

CANCER
22 de junio - 22 de julio
Serán esta vez los tiempos muertos y las conversaciones frívolas los que te reporten la relajación que necesitas.

LEO
23 de julio - 23 de agosto
Buena semana para actualizar u ordenar documentos o papeles atrasados, antes de que sean ellos los que te coman a tí.

VIRGO
24 de agosto - 22 de sepbre.
Aunque demuestres flexibilidad, mantén firmes tus propósitos o acabarán mareándote sin llegar nunca a buen puerto.

LIBRA
23 septbre. - 22 octubre
Semana relajada y estable. No deberías dejar pasar la mínima ocasión para profundizar las relaciones sociales.

ESCORPIO
23 octubre - 22 novbre.
No te quedes con dudas y consulta con tu superior. No pecarás de pardillo, y en cambio ahorrarás un disgusto posterior.

SAGITARIO
23 de nov. - 21 de decbre.
Aunque no te des cuenta, hay compañeros que buscan tu aprobación. Haz valer tu mayor experiencia sobre el terreno.

CAPRICORNIO
22 de decbre. - 20 de enero
No tengas dudas en dar el visto bueno a una operación por miedo al error. La huida de responsabilidad sería el error.

ACUARIO
21 de enero - 19 de febrero
Te sentirás aliviado de finalizar un trabajo iniciado hace tiempo, y para el que nunca acababas de ver el momento.

PISCIS
20 de febrero - 20 de marzo
La obsesión por los "grandes" temas te impedirá disfrutar de los placeres sencillos, que te pasarán inadvertidos.

NOMBRAMIENTOS

Cargos y reconocimientos

- La Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), dada la importancia que tiene el continente europeo en el Sector MICE a nivel internacional, se ha marcado como objetivos mejorar los servicios y la participación de sus miembros mediante la creación de nuevas plataformas. Para ello, ha nombrado a Tamara Bernstein como nueva gerente regional de la asociación para Europa.
- CWT ha nombrado a Michelle McKinney Frymire como directora de Finanzas y Estrategia, y a Patrick Andersen como director comercial y presidente de RoomIt.
- Airbus ha ratificado formalmente el nombramiento de René Obermann como nuevo presidente del consejo de administración en sustitución de Denis Ranque, quien solicitó abandonar el cargo cuando finalizara su mandato este mes de abril tras siete años en el puesto. También ha aprobado la propuesta de nombramiento de Mark Dunkerley y Stephan Gemkow como miembros independientes no ejecutivos de la junta directiva.

FORMACIÓN

Viajes de negocios

Encuentros 'online' de AEGVE



La Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE) está organizando cada semana un encuentro *online* con profesionales de distintos ámbitos de los viajes profesionales. "Desde AEGVE tenemos la intención de compartir, explicar situaciones y dudas que van surgiendo durante estos días de incertidumbre. El objetivo es crear un foro de trabajo y comunicación donde podamos semanalmente estar en contacto y ver diferentes puntos de vista sobre lo que estamos viviendo, cómo afrontarlo y cómo seguir adelante", según explican desde la entidad. Hasta ahora ya se han celebrado varias ediciones de estos encuentros en los que han pasado *travel managers*, medios de pago, agencias de viajes, compañías aéreas, hoteles o empresas de *rent a car*.

AEGVE
<http://aegve.org/>

LEGISLACIÓN

Ayudas a pymes Canarias

✓ La Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias ha publicado en el Boletín Oficial de Canarias las nuevas bases de su convocatoria de ayudas a la modernización y diversificación del sector industrial de las Islas. Además, está previsto un aumento de la dotación para este año hasta alcanzar un montante de 3.704.159 de euros, gracias a una reestructuración del presupuesto acometido desde la Dirección General de Industria. El departamento regional de Industria ha ampliado así en un 45% el presupuesto inicial del año 2020 para esta línea de subvención denominada 'Modernización y Diversificación del sector industrial'. Estas ayudas "tienen como objetivo de favorecer y acelerar la recuperación económica de las empresas en el menor tiempo posible", ha indicado la Consejera de Turismo del Gobierno de Canarias, Yaiza Castilla.

Boletín Oficial de Canarias
www.boc.es

Especialistas en Agencias de Viajes



Augusto Figueroa, 39-1º
28004 Madrid

☎ 91 521 53 15 - 521 46 92
Fax: 91 522 98 12

Asesoría Turística

- Contabilidad
- Socio-Laboral
- Fiscal
- Jurídico-Mercantil

Subvenciones

Servicios Jurídicos



El hotel VP Plaza España Design ha diseñado un plan de seguridad y salud para hacer frente al coronavirus.

Un hotel que mira a la seguridad y la salud

La cadena VP Hoteles, con el objetivo de ofrecer la máxima tranquilidad y seguridad a todos sus clientes y empleados, ha anunciado una serie de medidas que tomará en el hotel de lujo VP Plaza España Design, en Madrid, para hacer frente al coronavirus una vez pueda proceder a su reapertura.

De esta manera, el hotel VP Plaza España Design aumentará las medidas de seguridad, desinfección, higiene y realizará test rápidos homologados a todos los clientes que decidan acudir al establecimiento antes de entrar. Las personas que den negativo podrán entrar al hotel, pero deberán cumplir la normativa necesaria para la seguridad del resto de personas en el edificio. Además, recibirán un kit de Ame-

nities VP Covid Free compuesto por una mascarilla FFP2, guantes y un bote de gel hidroalcohólico para uso personal, ya que en todas las zonas comunes será obligatorio el uso de mascarilla y guantes.

Otras medidas serán la colocación de dosificadores de desinfectantes en todos los puntos donde haya botonas y en los descansillos de las plantas junto a los ascensores; se informará al cliente sobre



Javier Pérez
Director general de VP Hoteles

'100% de garantías'

"Hemos tomado la decisión de abrir solo con el 100% de las garantías, que nuestros clientes tengan la tranquilidad y seguridad de que, una vez se sometan al test y el resultado sea negativo, podrán hacer una vida normal".

el protocolo de limpieza que se ha seguido en la habitación, así como de otras medidas de precaución y sanitarias; se reducirán las mesas del restaurante/desayunador, dejando una distancia mínima de 1,5

metros; se habilitarán mamparas protectoras para separar las mesas de las zonas comunes y restaurantes; y se dispondrán termómetros que no tocan la piel para controlar la temperatura de los empleados.

ABRIL DE 2020

BARÓMETRO DE RESULTADOS

El Sector vive con eventos 'online'

El Turismo de Reuniones sigue paralizado. La propagación de la pandemia del coronavirus, que obligó al Gobierno español a decretar el estado de alarma el pasado mes de marzo, ha paralizado cualquier actividad de reuniones presencial, suspendiendo o aplazando —en su mayoría— los eventos para finales de este año o para 2021. Sin embargo, lo que sí está creciendo es la organización de reuniones *online*. Por un lado, algunos de los eventos afectados durante estos meses han elegido este formato para su celebración; y por otro, muchas asociaciones sectoriales están celebrando reuniones internas y seminarios a través de las herramientas digitales. La actividad presencial se ha parado en seco, pero el Sector sigue vivo y trabajando a través de las nuevas tecnologías.



INDICADOR DE EXPECTATIVAS

✓ CLAVES

¿Y mañana qué?

HABRÁ UNA ECLOSIÓN de actividad? O por lo contrario, ¿nos encontraremos con una situación de retroceso devastador? Esas no son las preguntas que nos tenemos que hacer. Muchísimo antes tenemos que considerar, con todo cuidado, otros ítems que son de una absoluta prioridad.

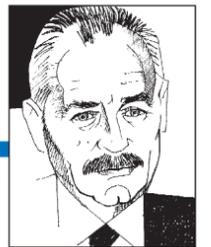
Es un hecho que el parón es de tal magnitud que el después va a ser distinto a todo lo pasado. Pero tenemos suficiente experiencia, conocimientos, datos y posibilidades para que, siempre desde una actitud positiva, encontremos el camino adecuado. Porque esto afecta a todos los actores del Sector, desde el prescriptor al cliente, desde el organizador a los asistentes pasando por todas las proveedurías.

Aceptamos el hecho que, en principio, habrá una lógica ralentización. No obstante, esto nos permite, desde ya, analizar todos y cada uno de los aspectos indispensables para la correcta y segura operatividad. Desde luego y en primer lugar, debemos trabajar desde el Asociacionismo. El 'sálvese quien pueda' no sirve para nada. Innovación y creatividad ya no serán ingredientes diferenciadores o valores añadidos. Serán elementos básicos que deberemos incorporar a cada una de las distintas actividades de la Industria de Reuniones.

Como ejemplo, es preeminente el análisis y propuestas de soluciones a todos los apartados que conllevan a la profilaxis sanitaria, que es lo que regirá todas nuestras actuaciones por mucho tiempo. Y no será un problema baladí. Pero de la más rabiosa necesidad futura. Ya hay grandísimos profesionales que están trabajando en ello.

Claudio Meffert

Director del Consejo Asesor de CONEXO





Suscríbese ahora al Periódico del Sector de Reuniones e Incentivos

...y consiga un excepcional regalo de bienvenida!

CONEXO ofrece a los responsables de la Organización de Congresos, Convenciones y Viajes de Incentivo un regalo excepcional con la Suscripción al Periódico: la 'Guía de Proveedores'.

La última edición, con los *bookings* actualizados de todas las Mayoristas, Cadenas Hoteleras, Centrales de Reservas, Compañías Aéreas, Marítimas, de Ferrocarril y Alquiler de Coches, así como Empresas de Servicios y Organismos.

✉ Enviar Boletín a suscripciones@nexotur.com

BOLETIN DE SUSCRIPCION CONEXO

Deseo suscribirme al Periódico CONEXO durante un año, recibiendo la nueva Guía de Proveedores, por sólo 57 euros.

D./D^a:

Empresa:

Dirección:

Ciudad: Prov.:

C.Postal: CIF:

☎: (.....) Fax:

e-mail:

Fecha de nacimiento: Firma:

Domiciliación Bancaria / Ruego carguen en mi cuenta los recibos que presente Nexo Editores SA correspondiente a mi suscripción al Periódico CONEXO.

Nº Cuenta

Banco:

Titular:

CIF:

Firma: