

PURO INCENTIVO: GAMBIA

Sonrisas de África

Los gambianos se refieren a su país como “La Costa de la Sonrisa”, y no solo porque su geografía tiene la forma de esta expresión, también porque sus gentes se presentan ante el viajero alegre y pacífico. Los más poéticos defienden que Gambia es un país cuyos detalles y secretos hacen que pronto se dibuje una sonrisa en el rostro de quien lo descubre. En todo caso, este pequeño destino del África occidental sorprende de manera abrumadora.

Por **Rocío López Alemany**
Fotos **Eva López Álvarez**

Gambia es un lugar donde detenerse, tomar aire, mirar alrededor y tener la cámara fotográfica preparada. De repente, una caravana de monos puede cruzar la carretera y adentrarse en una jungla atestada de aves, cocodrilos, serpientes, hipopótamos... que viven plácidamente en árboles y zonas húmedas. Las vacas pastan a sus anchas en las grandes playas tropicales. Jabalíes, hienas, roedores gigantes y otros mamíferos hacen de este pequeño país

africano un paraíso alejado de los estereotipos de vida salvaje que ofrecen otros destinos del continente.

Accesible desde España

Iberia, en vuelo compartido con Binter, ofrece todos los sábados del año un vuelo entre Madrid y Banjul con escala en Las Palmas de Gran Canaria. Es la forma más sencilla de llegar desde España, vía más directa para quienes se desplacen



desde Latinoamérica. Poco más de dos millones de habitantes pueblan este destino, siendo musulmán el 90 % del censo. Prueba de ello es la gran cantidad de mezquitas que se erigen a lo largo del territorio.

El idioma oficial es el inglés, especialmente presente en los grandes núcleos urbanos. Sin embargo, fuera de ellos se hablan idiomas tribales: son hasta nueve lenguas y entre las más habladas están el mandinka, el wolof, el fula y el jola.

Banjul

La capital aglutina la oferta cultural y de ocio del país, además de ser una explosión de color y actividad. Banjul está plagada de mercados en los que se ofrecen artesanía, comida... y un caos lleno de encanto. Mercados como Albert Market, Serrekunda o Brikama son la versión reducida del más famoso: el **Tanji Fishing Village Market**, situado al lado de la playa de Tanji.

Los pescadores salen cada mañana a pescar en sus barcasas y regresan al atardecer. Su llegada es un auténtico desafío ante las gaviotas que luchan por arrebatar parte de la descarga: todo un espectáculo en el que niños, mujeres y hombres trabajan al unísono para lograr que la mercancía llegue

a su destino y el pescado pueda ser comercializado en la misma playa. Los olores no siempre son agradables.

Tanji es la única playa del país en la que ningún visitante desea bañarse pero sí ser partícipe de un ajetreo que la hace única.

El Tanje Village Museum es parada obligatoria para entender el estilo de vida y tradiciones locales

Durante la mañana, el reto es sortear a los vendedores que insisten en que sus productos son los mejores: regatear es el deporte más practicado en este mercado ideal para un *teambuilding* que consista en conseguir los productos necesarios para elaborar una receta local.

Tradiciones locales

En las cercanías se encuentra el **Tanje Village Museum**, parada obligatoria para comprender el estilo de vida de los gambiaños y sus tradiciones ancestrales. El sonido de los *djembe*s inunda el lugar. Hombres locales cantan y hacen una demostración de cómo se toca este instrumento de percusión tradicional en la cultura mandinga.

Una gran colección de *djembe*s se expone en el interior del museo, siendo algunos auténticas joyas milenarias.

Otros artesanos tejen bolsos y pañuelos en telares de inmensas proporciones, con estampados calculados al milímetro para que cada diseño sea único. También hay un horno del pan local *tapalapa* en el que se puede hornear y degustar al instante. Es decir, una visita experiencial que supone una inmersión en la vida local.

Vida nocturna

El dinamismo comercial y cultural es más que evidente en Banjul. Con el anochecer el ambiente se traslada a una de las avenidas más conocidas de la ciudad: Senegambia. Esta calle a la que los locales se refieren como “Las Vegas”, por sus carteles luminosos y música ininterrumpida, concentra la mayor cantidad de hoteles, restaurantes y áreas de ocio – desde casinos a teatros –, donde turistas y locales se mezclan al ritmo de la noche africana.

El **Senegambia Beach Hotel** es un complejo al más puro estilo caribeño en régimen de todo incluido. Cuenta con cuatro restaurantes, dos piscinas, acceso directo a playa y un jardín de palmeras, flores y plantas exóticas. Es habitual ver a buitres y monos en los árboles y terrazas de las 354 habitaciones construidas en los jardines. En el hotel vive una colonia de buitres de tamaño excepcional que los huéspedes pueden

alimentar. Varias veces a la semana protagonizan un espectáculo al que se suman otras aves de los alrededores.

Actividades como avistamiento de aves, paseos a caballo por la playa, competiciones de *volley*, clases de danza africana o *jet ski* forman parte de las propuestas ofrecidas por el recinto para grupos de hasta diez personas.

La calle Senegambia, en Banjul, es llamada “Las Vegas” por los locales, por su vida nocturna

Dura historia

Para adentrarse en ella es necesario alejarse de la capital y cruzar el río Gambia hasta llegar a Barra: en el muelle esperan pacientes niños que van a la escuela, mujeres que portan grandes cestos en sus cabezas, camioneros... Barra es la puerta de entrada a la vida gambiana más auténtica. El ferry desde Banjul hasta Barra, en un trayecto de aproximadamente una hora, es toda una experiencia y una buena oportunidad para interactuar con la gente local.

Una vez en Barra todo da un vuelco: ya no existen complejos turísticos sino campamentos “en primera línea de río”. La tierra es anaranjada, en lugar de carreteras solo hay caminos angostos y llenos de baches, la masa selvática rodea todos los espacios y los monos se dejan ver sin complejos. Algunas construcciones revelan que, en esta zona, colonos portugueses e ingleses sometieron al pueblo gambiano convirtiendo



al país en fuente de esclavos. Algunos se hicieron famosos gracias al cine, como el inspirado en la isla Kunta Kinteh.

El puerto de Albreda Jufureh es hoy una zona tranquila, con un prado que irradia brillantes verdes y una playa invadida por olas gigantes. Muchos niños juegan y ríen en torno a una estatua que recuerda la historia. Se trata de la esbelta figura de un esclavo que, despojándose de sus grilletes, alza los brazos al cielo. A sus pies se puede leer *Never again* (nunca más). La figura mira desafiante hacia la isla Kunta Kinteh.

Desde la orilla del río Gambia se percibe, aunque hoy en ruinas, la fortaleza que ocupa gran parte de la ahora llamada isla St. James. Rodeada por baobabs centenarios, parece un pedazo de edén. Pero lo cierto es que encierra uno de los episodios más tristes de Gambia. Grilletes y cadenas tirados por el suelo denuncian lo que los esclavos vivieron en este lugar.

La isla está abandonada desde hace tiempo pero una excursión en barca desde el puerto permite conocer más detalles sobre la diáspora africana que se extendió hasta el año 1807, cuando por fin se abolió la esclavitud.

Cultura ancestral

En esta zona del país también es posible descubrir las tradiciones ancestrales más arraigadas en el campo y la costa,

ritos ceremoniales y leyendas como la del Kankurang – “enmascarado” – : es un personaje mítico mandinga presente en rituales de iniciación y circuncisión. A pesar de su espantosa apariencia que emula a un árbol y lleva un machete en cada mano, es muy apreciado por los locales ya que consideran aleja a los malos espíritus.

La cultura es testimonio de una dura historia ligada a la esclavitud y dictadura militar hasta 2017

Los ritos de iniciación se realizan entre agosto y septiembre, momento en el que el Kankurang desfila profiriendo gritos con los que avisa a la población de su llegada y circula acompañado por un grupo que baila y canta a su alrededor.

En las playas de Gambia también se puede apreciar otra costumbre ancestral: la lucha senegalesa o *wrestling*. Dos vigorosos hombres, o también fornidas mujeres, miden sus fuerzas en una batalla cuerpo a cuerpo sobre la arena.

La marcada cultura que se aprecia en Gambia es testimonio claro de una dura historia dominada por años de esclavitud y autoritarismo militar. La última dictadura terminó en enero de 2017 y recortó durante 23 años las libertades de los habitantes.

Poco a poco la democracia abre un camino de esperanza y el cambio se aprecia cada día en las calles, sus gentes y la interacción con los visitantes que poco a poco pueden adentrarse





en un destino lleno de enigmas. Nuevas carreteras, hoteles de estilo europeo y zonas de ocio surgen cada vez con más frecuencia en un país que crece a un ritmo lento, pero constante.

Vida Salvaje

En el pueblo de Bakau, a poco más de media hora por carretera desde Banjul, se encuentra **Kachikally Museum and Crocodile Pool**. Es una piscina donde habitan más de 70 cocodrilos que gozan del don, al menos así lo afirma la creencia local, de hacer que las mujeres que se bañan en sus aguas se queden embarazadas. Si estas mujeres consiguen su deseo de dar a luz a un niño o a una niña deben ponerle el nombre de Kachikally – “cocodrilo” en mandinga –.

Ocean Bay Hotel & Resort, ubicado en Bakau, a poco más de 10 kilómetros de Banjul, se encuentra en una de las zonas más privilegiadas de Gambia: cuenta con una de las playas más extensas donde bañarse, descansar, practicar yoga y enfrentarse a las olas en sesiones de *windsurf*, vela o esquí acuático. Cuenta con 195 habitaciones y una sala para organizar cócteles de hasta 125 invitados.

El hotel organiza salidas para mostrar la parte más salvaje de Gambia. Además de los cocodrilos, se pueden observar serpientes en **Reptile Farm**, una granja situada al sur del país, en la ciudad de Kartong. Se las puede ver y tocar, incluso colgárselas alrededor del cuello. En Gambia viven 29 especies de serpientes, dos de las cuales se caracterizan por figurar entre las más venenosas del planeta. Aunque no son considerados animales sagrados, su preservación es importante para el control de la agricultura del país.

En Gambia viven 29 especies de serpientes, dos de ellas entre las más venenosas del planeta

A casi tres horas en coche de Banjul se encuentra **Tendaba Camp**, en una ubicación extraordinaria entre el Parque Nacional Kiang West y la Reserva Bao Bolong Wetland. Los hoteles en esta parte de Gambia brillan por su ausencia y en su lugar una serie de campamentos rurales ofrecen al visitante la experiencia, no lujosa pero sí confortable, de descubrir los secretos que encierran las riberas del río Gambia.

Son alojamientos que lejos de todo lujo material ofrecen experiencias ligadas a la tranquilidad, el silencio y la desconexión -no hay posibilidad alguna de conectarse a Internet.

Kiang West

Para quienes busquen más comodidad, en Alla Kunda, a casi tres horas de Banjul y una hora de Kiang West, **Sindola Safari Lodge**, es un alojamiento inspirado en 40 casitas típicas con techos de paja y estructura de hormigón. Completan un recinto que incluye piscina, campo de fútbol y pista de tenis. Cuenta con dos espacios para eventos, la sala más grande acoge 110 comensales en banquete.

Este hotel sirve de punto de partida para la observación de monos, chimpancés e hipopótamos. Además, el complejo alberga periódicamente la ceremonia del Futampaf, en la que un grupo de indígenas baila y canta mientras uno de ellos escupe fuego por la boca y otros dos cortan sus pieles (sus propias pieles) con machetes sin hacerse ni un rasguño gracias al talismán que los protege.

Kiang West es uno de los parques naturales más grandes de Gambia. La mayor parte del área protegida está cubierta por selva donde predominan baobabs, ceibas y acacias rojas.

El río genera un estuario navegable entre manglares donde cocodrilos, serpientes, lagartos y libélulas, así como todo tipo de pájaros, se dejan ver.

En la ceremonia del Futampaf los indígenas se cortan la piel con machetes sin hacerse ni un rasguño

Gambia no se caracteriza por ofrecer safaris en los que no despegarse de los prismáticos, pero su fauna y flora puede tocarse, sentirse y disfrutarse con intensidad. Solo cinco horas de coche son necesarias para recorrer este país del África occidental de punta a punta, con altos en el camino para fotografiar gratas sorpresas compuestas por ameneres únicos, animales exóticos y locales que, si bien a veces se esconden de la cámara, otras posan con una gracia tan natural como la misma tierra que habitan.

Experiencias culinarias

“Yabouy Home Cooking” es un *showcooking* para grupos que ofrece Ida Cham en su cocina. Se trata de una auténtica *masterclass* que empieza en el hogar de esta gambiana dedicada al turismo desde hace 30 años. Tras regentar varios hoteles, Ida decidió innovar y ofrecer al visitante una actividad que aporta valor cultural, y una gran experiencia, a cualquier viaje a Gambia.

La sesión incluye lecciones sobre vestimenta, cómo comprar y cómo cocinar un plato cien por cien gambiano como el *benachin*. En cinco horas de actividad los participantes se visten con prendas típicas como el *grandmuba* – tela que cubre todo el cuerpo –; el *malan* – una suerte de falda larga –; o el *fataro* – traje a todo color con estampados –. Después de ataviarse de pies a cabeza, la siguiente parada es el mercado de Tanji, donde se compran los ingredientes necesarios para preparar el plato.

De vuelta al hogar de Ida, el grupo de máximo diez personas, ayuda a la anfitriona a pelar, cortar y cocinar los ingredientes que más tarde degustarán en compañía de Ida y su familia. Muy pocos *showcookings* se ofrecen en esta parte de África, de hecho Ida es pionera en ofrecer este tipo de experiencias que mezclan gastronomía, cultura y vida local.



RECONOCIMIENTO

La participación en ferias de negocios requiere esfuerzo y dedicación. Es por eso que en FIEXPO Latin America tenemos un espacio especialmente dedicado a reconocer y premiar a los profesionales latinoamericanos que realizan acciones extraordinarias, mostrando como los eventos de negocios pueden jugar un rol transformador en la sociedad.



Language Champion: Español





Pódiums para campeones

Estadios, hipódromos, campos de golf, circuitos de carreras... los *venues* deportivos no solo atraen a miles de fans dispuestos a animar a sus favoritos semana tras semana, sino que también suponen una alternativa para la celebración de eventos corporativos con el efecto *wow!* garantizado.

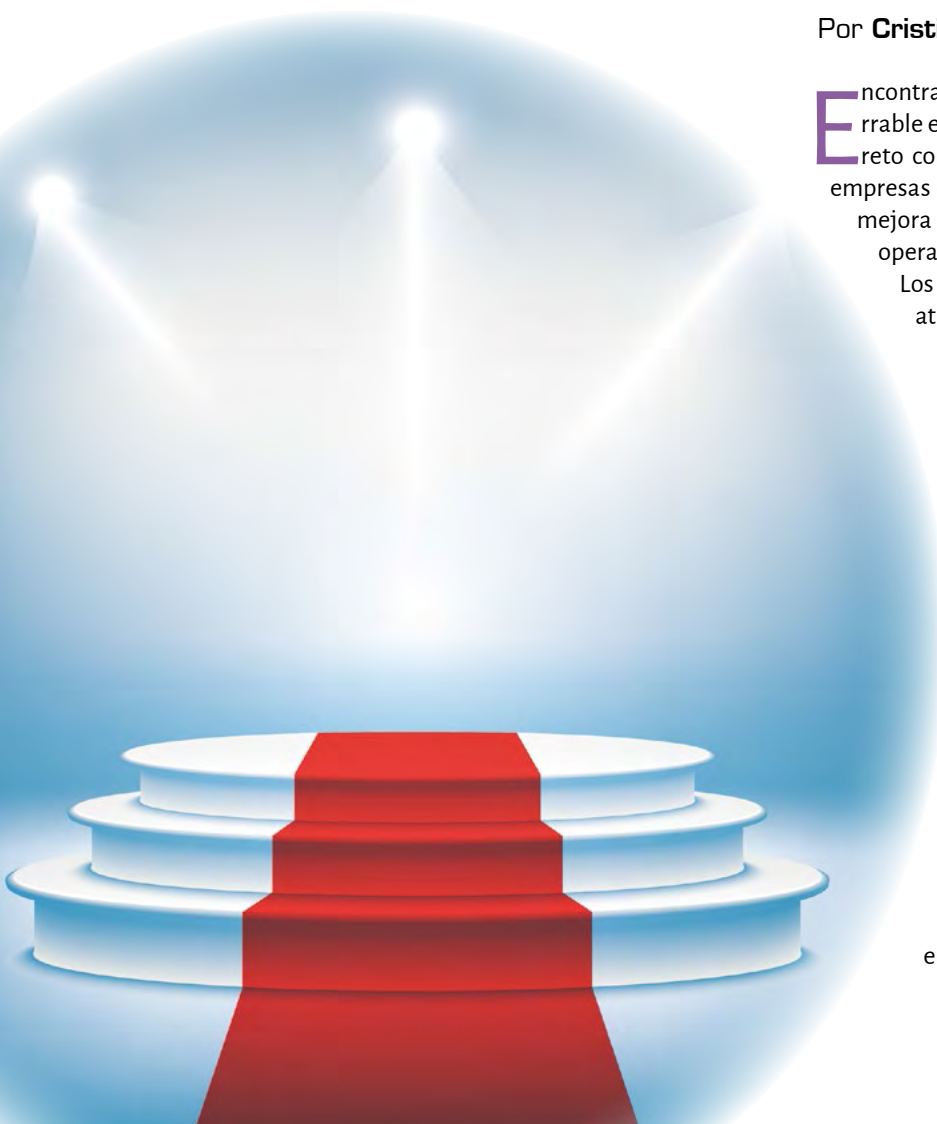
Por **Cristina Cunchillos**

Encontrar espacios únicos que dejen un recuerdo imborrable en asistentes ávidos de nuevas experiencias es un reto constante para los organizadores de eventos. Las empresas quieren impresionar a sus invitados y, conforme mejora la economía, están dispuestas a invertir más en operaciones más grandes y espacios más ostentosos. Los *venues* deportivos se presentan como una opción atractiva.

Los clubes de fútbol, hockey, rugby, béisbol, golf, etc..., atraen ya al cliente corporativo con su oferta de hospitalidad, con salas VIP donde los invitados pueden disfrutar de las mejores vistas del campo de juego mientras disfrutan de un cóctel en un momento de *networking* exclusivo. Pero su ambición va más allá y muchos ya han descubierto que el alquiler de sus espacios para eventos privados es una operación altamente lucrativa con la que complementar los ingresos de taquilla.

Para grandes eventos

Una de las principales ventajas es que pocos espacios pueden equipararse a estos *venues* en cuanto a capacidad, por lo que son ideales para la celebración de eventos a gran escala, como una cena de gala para 5.000 comensales en el césped de un campo de fútbol, por ejemplo.



Pero, además del espacio, disponen del personal y los servicios complementarios para la celebración de cualquier tipo de acto. Una plantilla con experiencia en atender las necesidades de los asistentes. Cocinas capaces de preparar miles de platos en un plazo mínimo de tiempo. Facilidades de acceso, con amplios aparcamientos. Sistemas de seguridad adaptados a grandes flujos. Todo ello forma parte de la naturaleza de los *venues* deportivos y ningún evento corporativo les supondrá un reto difícil.

Al mismo tiempo, también suelen disponer de salas donde celebrar reuniones para grupos más pequeños. Estas sesiones a menudo se complementan con actividades de *teambuilding* con el deporte como base. Un mini-torneo de golf o una carrera de *go-kart* sirven para incentivar al equipo y crear un ambiente relajado antes o después de las sesiones de trabajo.

Venues atractivos

En los últimos años, gobiernos y clubes de fútbol han invertido en la ampliación y modernización de sus estadios o la construcción de nuevas sedes para responder a la demanda de un público cada vez más numeroso. Son edificios atractivos, incluso obra de famosos arquitectos como el estadio que acogerá el Mundial de Fútbol en Qatar, diseñado por Norman Foster. La oportunidad de acceder a ellos de forma gratuita sin duda juega un papel importante a la hora de aceptar una invitación a un evento.

También son espacios modernos que cuentan con la tecnología más innovadora. El nuevo Wanda Metropolitano de

Madrid presume de ser el primer estadio 100 % LED del mundo, ofreciendo a las empresas la posibilidad de iluminar el edificio con sus colores corporativos o hacer impresionantes proyecciones sobre su cubierta.

Interés garantizado

Pero, por encima de la arquitectura o la tecnología, su mayor atractivo es que permiten adentrarse en escenarios donde los héroes del momento han cosechado triunfos.

Pisar el césped donde juega habitualmente Leo Messi, conducir en el circuito de carreras que vio triunfar a Fernando Alonso o correr en la pista en la que Usain Bolt consiguió sus medallas olímpicas es un sueño que, gracias a la disposición de estos espacios para eventos, está al alcance de todos.

El mayor impedimento es el coste, generalmente más elevado que el de otros *venues* convencionales

El mayor impedimento es el coste, que generalmente es más elevado que el de otros espacios convencionales. Asimismo, algunos clubes son auténticas marcas globales que deben proteger su imagen, por lo que pueden imponer restricciones. Las medidas de seguridad también pueden conllevar limitaciones.

Conviene no olvidar que el deporte despierta auténticas pasiones... y también las rivalidades más intensas. Un fan del equipo contrario puede no mostrar el mismo entusiasmo por un evento en la sede de sus adversarios. En definitiva, un *venue* deportivo puede no ser del gusto de todos, pero nunca pasará desapercibido. Y las facilidades que ofrecen a los organizadores de eventos, por no olvidar su incomparable capacidad, bien merecen su consideración.



QUEREMOS SABER...

- 🕒 ¿Qué se puede organizar en sus instalaciones?
- 🔪 ¿Cuál es la ventaja de elegir un *venue* deportivo ante otro tipo de espacios?
- ★ ¿Cómo está evolucionando la demanda?

Paula Prieto. Gerente de proyectos de eventos en **Barça Events** “Damos la oportunidad de vivir el Barça desde dentro”

🕒 El FC Barcelona dispone de un amplio abanico de salas y espacios en un ambiente singular y un elevado simbolismo. Entre las tipologías de evento que podemos realizar en el Camp Nou incluimos: eventos corporativos, comidas o cenas de empresa, reuniones, conferencias, presentaciones de productos, actividades de *teambuilding*, ferias y exposiciones, incentivos, torneos y partidos entre colegas y entrenamientos para equipos, entre otros. Las capacidades de nuestros espacios van desde grupos pequeños de diez personas hasta grandes eventos de 5.000 en la propia grada del estadio.

🔪 El estadio del FC Barcelona es un espacio único en el mundo ya que disponemos de zonas emblemáticas que marcaron momentos apasionantes en el mundo del deporte. Convertimos sueños en hechos reales, en un espacio donde millones de personas han compartido un sentimiento. Damos la oportunidad de vivir el Barça desde dentro, creando experiencias únicas e inolvidables para los clientes.

★ A nivel del volumen de eventos, esta temporada hemos notado un gran aumento en comparación con la temporada pasada, cuando registramos un descenso debido al conflicto político en Cataluña y al atentado terrorista en Barcelona. Si comparamos con otras temporadas anteriores, podemos observar que el cliente corporativo destina ahora menos presupuesto a realizar eventos en espacios como el nuestro.



Claude Delorme. Vice-presidente ejecutivo de operaciones y eventos de **Miami Marlins** (Estados Unidos)

“Marlins Park ofrece la sensación de estar viviendo algo único”

🕒 Marlins Park es un *venue* como ningún otro en el sur de Florida y tiene capacidad para eventos especiales desde 50 personas hasta 37.000. Ha acogido ferias, convenciones y conferencias de empresas, así como partidos internacionales de fútbol y, por supuesto, béisbol. Podemos organizar cenas de gala en el campo de juego para grupos de entre 300 y 4.000 invitados, por ejemplo. La decoración se puede ajustar a los objetivos o la imagen de la empresa.

🔪 Marlins Park, y otros *venues* deportivos similares, ofrecen la sensación de estar viviendo algo único, lo que mejora la experiencia asociada al evento. Además, los *venues* deportivos ofrecen los servicios necesarios para grandes eventos como el aparcamiento, concesionarios de venta de comida, aseos y un personal de apoyo que puede ejecutar estos eventos sin problemas ya que están acostumbrados a hacerlo en múltiples ocasiones.

★ El nuevo grupo propietario del equipo de los Marlins tiene como objetivo convertir Marlins Park en un destino para eventos de primera clase los 365 días del año. Y ciertamente hemos notado un aumento en la demanda de eventos corporativos, sobre todo cenas de gala en el campo. Esto ocurre desde que las empresas, tanto a nivel local como nacional e internacional, han visto mayor disposición por nuestra parte para acoger eventos. El tamaño y requisitos varían y cada evento exige un nivel diferente de apoyo.



Guilherme Birello. Gerente del circuito de Interlagos (Brasil)

“La variedad de usos de nuestros espacios es la mayor ventaja”

🚗 Acogemos todo tipo de eventos, desde reuniones, presentaciones y fiestas de empresa a carreras o días de circuito, como ejercicios de *teambuilding*. La capacidad de nuestros espacios varía de una a 400.000 personas, aprovechando los diversos usos del circuito de carreras. El modelo de alquiler de espacios que tenemos ahora nos permite acoger hasta seis eventos simultáneamente en el Autódromo.

🔧 La variedad de usos que permiten nuestros espacios es una de las mayores ventajas que ofrece Interlagos, ya que hace posible acoger diferentes tipos de actividades al mismo tiempo. Por ejemplo, podemos tener una presentación de coches antiguos a la vez que un *teambuilding* de *go-kart* y un espectáculo para 15.000 personas al mismo tiempo, sin que un evento afecte a otro.

★ En general, los eventos corporativos duran un día y, por término medio, son grupos de unas 200 personas. Actualmente organizamos numerosos eventos públicos como campeonatos o festivales, pero estamos desarrollando nuestra oferta corporativa y, en el futuro, Interlagos dispondrá de una estructura mejor para acoger un mayor número y variedad de eventos de empresa.



Rhiannon Kirk. Gerente de ventas de London Stadium Meetings and Events

“¿Qué mejor que los asistentes se sientan turistas en su ciudad?”

🚗 El London Stadium es un *venue* muy versátil que puede acoger una gran variedad de eventos, desde reuniones de empresa de todos los tamaños a fiestas de Navidad. Las reuniones con montaje en cabaret parecen ser particularmente populares actualmente y también recibimos muchas peticiones para exposiciones en espacios más pequeños e íntimos. Con capacidades que oscilan desde diez a 1.000 personas, podemos cubrir reuniones, convenciones, cenas y cócteles, pero también ofrecemos un lugar ideal para actividades de *teambuilding*, eventos solidarios, incentivos para la plantilla o exposiciones de todo tipo.

🔧 Según nuestra propia experiencia, *venues* especiales como los deportivos registran una demanda cada vez mayor, y con razón. Los estadios ofrecen un escenario excepcional para eventos, ya se trate de una cena para un cliente o de un *briefing* de la empresa. En el London Stadium se pueden seguir las huellas de leyendas del deporte como Usain Bolt o Mo Farah, siendo posible impregnarse de la historia del estadio, la magia de las Olimpiadas, el legado del West Ham y el patrimonio del East End londinense.

Muchos delegados conservan gratos recuerdos de los Juegos Olímpicos de 2012 y su evento se convierte en una experiencia nostálgica. Otra de las ventajas que ofrece trabajar con un espacio versátil y amplio como el nuestro es contar con un equipo involucrado y con experiencia en la gestión de enormes flujos, incluso de más de 50.000 asistentes como los que se acercan a partidos y eventos que tienen lugar aquí, garantizando un servicio excepcional y sin contratiempos.

★ Todos los organizadores quieren que su evento sea divertido, que involucre y excite a los participantes y sea memorable. Elegir un *venue* que sea único se ha convertido en algo cada vez más deseado. Con el ajuste de los presupuestos, las reservas se hacen con menos antelación y el enfoque se centra de manera cada vez más relevante en el valor añadido que ofrece el espacio, lo que convierte la elección de un sitio interesante y con un servicio excepcional en algo esencial. ¿Qué mejor que convertir un simple *briefing* en un día para el recuerdo fuera de la oficina, en el que los participantes se sientan como turistas en su propia ciudad?



QUEREMOS SABER...

- 🕒 ¿Qué se puede organizar en sus instalaciones?
- 🎤 ¿Cuál es la ventaja de elegir un *venue* deportivo ante otro tipo de espacios?
- ★ ¿Cómo está evolucionando la demanda?

Mayte Sierra. Directora de conferencias y eventos en **Estadio Wanda Metropolitano de Madrid**

“Podemos recibir hasta ocho eventos, cada uno con su entrada”

🕒 El diseño del estadio nos permite hacer todo tipo de eventos, desde ferias, convenciones y congresos a reuniones, formaciones, cenas de gala y actividades de *teambuilding*. Todos los espacios están dotados de televisiones LCD de gran formato, conexión multimedia, *wi-fi* de alta velocidad y acceso desde el *párking*. Contamos con 22 salas con terraza, un auditorio con capacidad para 400 invitados, salas anexas para exposiciones, 78 palcos privados y montajes en gradas. Nuestras capacidades abarcan desde un palco de 65 m² a 4.000 m² para exposición, pudiendo albergar cócteles de hasta 4.000 personas invitadas.

🎤 El estadio Wanda Metropolitano está concebido como un espacio multifuncional, que ofrece la posibilidad de recibir hasta ocho eventos en un mismo día, con entrada independiente para cada uno. Recorrer el estadio de la mano de nuestros guías, disfrutar del *show* de luces o elegir lugares icónicos, como el propio terreno de juego, son factores que añaden valor a una operación. A todo esto podemos sumar otras ventajas como la seguridad de un estadio preparado para evacuar rápidamente a 65.000 personas, un estacionamiento con 4.000 plazas exteriores y 1.000 plazas interiores y, sobre todo, cocinas al más alto nivel.

★ Desde la apertura del estadio hace un año y medio hemos registrado una demanda cada vez mayor, sobre todo de sectores como tecnología, automoción, consultorías, servicios e industria farmacéutica. El espacio más popular es el auditorio, así como recibimos muchos eventos grandes para más de mil personas. Dependiendo del montaje y características, las operaciones, sobre todo las convenciones, pueden durar de uno a varios días, siempre que lo permita el calendario de eventos deportivos y conciertos.



Juan José de la Bárcena. Gerente de eventos y patrocinios en Hipódromo de Las Américas (Ciudad de México)

“Ofrecemos estructuras que un salón convencional no puede ofrecer”

🚗 La amplitud de nuestros espacios, el equipamiento de mobiliario y electrónica con el que contamos, el estacionamiento ilimitado y nuestras instalaciones totalmente resguardadas, permiten casi cualquier evento que un productor pueda imaginar. De entrada, se pueden celebrar carreras de *team-building* con circuitos de cinco a diez kilómetros o demostraciones de vehículos todo terreno. Y en nuestros salones se pueden celebrar lanzamientos de producto, conferencias y todo tipo de eventos corporativos y sociales, desde quince hasta 20.000 asistentes.

🔧 En nuestro caso específico son varias las ventajas. En primera instancia somos el único hipódromo activo en México, lo que nos hace un *venue* atractivo tanto a nivel nacional como internacional ya que nuestras carreras se transmiten en los Sports Books de muchos países. Por otro lado, destaca la capacidad del *venue*. Nuestro complejo tiene una extensión de más de 52 hectáreas, con espacios cubiertos y al aire libre que incluyen todos los servicios para cubrir la más alta calidad en la ejecución y desarrollo del evento. Contamos con siete puertas de acceso y capacidad de hasta 3.500 vehículos. En nuestras gradas y restaurantes podemos recibir hasta 9.000 asistentes.

★ El crecimiento en eventos corporativos sigue en aumento, derivado de la necesidad e importancia que las empresas otorgan a ofrecer a sus potenciales clientes nuevas experiencias que creen lazos emocionales. Hoy día los organizadores se inclinan por recintos novedosos que rompan con el formato común de un salón de eventos y es por ello que el Hipódromo tiene una demanda importante que achacamos a la originalidad, versatilidad, ubicación y seguridad que ofrecen sus instalaciones.



Belén Carellán. Jefa de ventas MICE en La Manga Club de Golf (España)

“No somos solo un *venue*, ofrecemos alojamiento y muchas cosas más”

🚗 Ofrecemos un amplio abanico de formatos para muchos tipos de evento. No obstante, somos un *resort* de golf por excelencia y en todos nuestros eventos corporativos el golf es siempre uno de los protagonistas. Además, contamos con grandes salones para celebraciones y salas más pequeñas para reuniones privadas, así como varias localizaciones para eventos en el exterior con increíbles vistas a los campos de golf y el Mar Menor, junto a una excelente oferta de ocio y bienestar para desconectar y evadirse. En cuanto a capacidad, podemos albergar dos grandes eventos a la vez que reúnan a 750 personas en total.

🔧 La Manga Club no es solo un *venue* deportivo: reunimos en un solo lugar alojamiento, instalaciones deportivas y de ocio, un centro de bienestar y salud, gastronomía y espacios naturales. Pero, sobre todo, hablar de La Manga Club es hablar de golf y es uno de nuestros puntos fuertes a la hora de organizar eventos. La posibilidad de combinar reuniones de trabajo con un torneo corporativo de golf, por ejemplo, o recibir clases de golf personalizadas o en grupo son algunas de nuestras principales propuestas. Combinar las reuniones, congresos o conferencias con el golf, a medio camino entre lo deportivo y el ocio, siempre triunfa.

★ Por nuestra experiencia, hemos visto que la tendencia es que las empresas hagan cada vez menos eventos al año, pero cuando organizan una operación reúnen a grupos más grandes, en torno a 100-150 personas de media. Además, la duración de este tipo de reuniones es mayor: de 3 a 5 días. Esta tendencia a invertir mayor número de días en estos eventos MICE está en consonancia con la búsqueda de una experiencia personalizada. A eso se suma que muchos de los asistentes alargan su estancia más allá del evento para conocer el destino, la cultura, el entorno...



Guerra al plástico

Por **Cristina Cunchillos**

Dramáticas imágenes de fauna marina mortalmente herida por plásticos que flotan en los océanos o escenas de playas cubiertas por los desechos que arrastran las olas sirven para concienciar al público del impacto de sus hábitos consumistas. La industria MICE también es responsable, y debe actuar.

Botellas, recipientes, bolsas... el plástico no solo es omnipresente: más del 40 % se utiliza una sola vez y no se recicla. A menudo termina contaminando ríos y mares, e incluso llega a ser consumido en forma de microplásticos en el aire, el agua y los alimentos, con efectos desastrosos para el planeta y la salud.

Las cifras son alarmantes. Actualmente se generan 25 millones de toneladas de desechos plásticos en Europa y menos del 30 % es reciclado. En todo el mundo, el plástico representa el 85 % de los residuos que se encuentran en las playas. Según un estudio de la revista norteamericana *Proceedings of the National Academy of Sciences*, el 90 % de las aves marinas registran un 10 % de su peso en el plástico que han consumido y se espera que esta cifra se incremente al 99 % en 2050. Y se estima que, de seguir el nivel de consumo actual, para 2050 podría haber más plástico que peces en los océanos.

Un sector que contamina

Expertos como el naturalista británico David Attenborough alzan la voz de alarma en medios de comunicación o plataformas como el último Foro Económico Mundial en Davos. Es una llamada que va dirigida a todos: gobiernos, empresas y consumidores. También a los profesionales de la industria MICE.

Y es que es un sector en el que el uso de plástico es habitual, e incluso necesario. En las ferias, los *stands* más versátiles y



ligeros son construidos con PVC y los suelos se cubren con moquetas de polipropileno. En las reuniones no pueden faltar las botellas de agua para los participantes, y los asistentes a eventos, salones y convenciones están acostumbrados a llevar su identificación cubierta con plástico. Para muestra un botón: se estima que una convención con 500 asistentes puede producir hasta dos toneladas de desechos.

Tal vez por ello, este sector ha sido también uno de los primeros en tomar conciencia del problema y aplicar medidas para reducir el volumen de plástico, sobre todo el de un solo uso, que genera su actividad.

La regla de las cuatro erres

A la hora de considerar qué hacer con el plástico, los organizadores deben pensar en cuatro erres: rechazar, reducir, reutilizar y reciclar. Hay quienes hablan también de recuperar, “recomprar” o repensar. El principio, en cualquier caso, es el mismo.

Lo primero es plantearse si ese plástico es realmente necesario y no hay otra opción más ecológica. Los invitados pueden beber en vasos de vidrio, por ejemplo. Si no se puede evitar, al menos se debe intentar reducir la cantidad de desechos plásticos en la medida posible, calculando bien el número de asistentes o limitando los envoltorios en este material.

Y si se ha de usar plástico, que sea reutilizable, o al menos reciclable. Si los asistentes a una feria devuelven sus acreditaciones, se podrán volver a usar los contenedores de plástico al año siguiente. Y las botellas de plástico reutilizables pueden convertirse en un práctico —y ecológico— regalo corporativo.

Las respuestas del sector MICE

Organizadores de ferias multitudinarias como el Grupo IMEX ya están actuando. En sus salones en Fráncfurt y Las Vegas las

moquetas utilizadas son totalmente reciclables y no se utilizan cubiertas de plástico para las acreditaciones. La iniciativa más reciente es pedir a los asistentes que se impliquen con botellas de agua reutilizables que pueden rellenar en estaciones instaladas en el recinto.

En el centro de exposiciones ExCeL de Londres, los concesionarios de comida y bebida han eliminado el uso de muchos elementos de plástico. También se instalarán fuentes donde los delegados podrán beber o rellenar sus botellas con agua fresca, evitando así tener que comprar y posteriormente desprenderse de otro envase.

Se estima que una convención con 500 asistentes puede generar hasta dos toneladas de desechos

Por otro lado, para las empresas que contratan los eventos, el cumplimiento de una política de responsabilidad social corporativa es cada vez más relevante y por ello exigen cada vez más *venues* y proveedores que se preocupen por el medioambiente. También los contratantes contribuyen, por ejemplo organizando sesiones de *teambuilding* en las que los participantes limpian un paraje natural o liberan una playa de basura.

Iniciativas de los proveedores

Este tipo de iniciativas se extienden también a la hostelería y la aviación. Iberostar, por ejemplo, fue pionera en la eliminación de plásticos de un solo uso en las habitaciones de sus hoteles en España, así como en su sede corporativa, sustituyéndolos por alternativas naturales o biodegradables y ahorrando así 300 toneladas de desechos anuales en 2018. Este año extenderá las medidas a las habitaciones de todos sus hoteles y en 2020 a todos los espacios, incluyendo las salas de reuniones.

Ryanair ha prometido que eliminará todos los plásticos no reciclables de sus cabinas antes de 2023. Air New Zealand



ha eliminado ya elementos como cepillos de dientes y bolsas para antifaces en aviones y *lounges* de aeropuertos. En diciembre de 2018 partió el que aseguraba ser el primer vuelo sin plásticos del mundo, de la aerolínea portuguesa Hi Fly, con cubiertos y recipientes de bambú u otros materiales reciclados.

Pequeños gestos de gran alcance

Proveedores, organizadores y participantes, todos pueden contribuir a la reducción de residuos plásticos. No es necesario implementar grandes medidas que a veces pueden ser costosas. Se puede empezar por pequeños pasos, incluso en las más simples reuniones internas.

Ofrecer agua a los asistentes en dispensadores, jarras, botellas y vasos de vidrio y no de plástico; evitar las cápsulas monodosis de café, difíciles de reciclar al mezclar aluminio, plástico y restos orgánicos... son medidas sencillas de

implementar. El café, como la comida, sabe mejor servido en vajilla de porcelana y con cubiertos metálicos. Si no es viable, hay opciones más ecológicas como la cubertería de bambú.

Las bolsas de plástico se pueden sustituir fácilmente por otras más atractivas de tela o rafia que incluyan la imagen de la marca. Y realmente no es necesario que las acreditaciones de los delegados sean presentadas en cubiertas de plástico. Sea una sala de reuniones, un recinto ferial o la habitación de un hotel: si dispone de contenedores de basura diferenciados para distintos tipos de residuos, se facilitará el reciclaje sin apenas esfuerzo.

Realmente no es necesario que las acreditaciones de los delegados sean presentadas bajo plástico

Cuidar del planeta es responsabilidad de todos. Y si cada individuo, proveedor o empresa aporta su granito de arena, poco a poco se podrán ver cada vez más playas libres de desechos y algún día podrán formar parte del pasado las tristes imágenes de fauna intoxicada por nuestros desechos.



Entrevista

Kay England

Presidenta de MIA
(Meetings Industry
Association)

“Es útil hacer una lista de productos sin los cuales el evento funciona igualmente”

¿Qué es #20PercentLess?

Dentro de la estrategia de MIA para promover operaciones sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, la campaña #20PercentLess es una nueva iniciativa para animar a la industria MICE a reducir en un 20 % su consumo de plástico de un solo uso. Con el lema *Pequeños pasos, grandes ganancias* intentamos educar al sector demostrando cómo nuestros esfuerzos colectivos pueden tener un gran impacto y allanar el camino para un futuro sostenible. Ayudamos a *venues*, hoteles y proveedores a identificar áreas que se pueden mejorar y les ofrecemos soluciones. Aunque supone un reto, sabemos que es un objetivo realista que las empresas pueden lograr.

¿Por qué es un asunto que debería preocupar a la industria?

Es prácticamente imposible ignorar la creciente repercusión medioambiental del plástico en nuestros océanos. Hay estadísticas preocupantes como las del grupo Positive Impact, que revelan que el 50 % del plástico en hostelería se tira tras un solo uso y, lo que es peor, en el 15 % de los casos se tira por puro hábito, sin ser realmente necesario. Romper ese hábito podría generar más tiempo y dinero en las empresas. Si lo consiguen, entonces solo necesitan implementar una reducción adicional del 5 % para llegar al objetivo del 20 %.

¿Qué consejo daría a los organizadores para reducir los residuos plásticos en eventos?

El primer paso viene simplemente de una mayor concienciación. Es útil hacer una lista de todo el plástico de un solo uso que se utiliza, identificando productos innecesarios sin los cuales el evento funcionaría igualmente, como los agitadores de plástico. El impacto medioambiental de su eliminación puede ser difícil de medir inicialmente, pero sí se verá un ahorro económico. El siguiente paso es considerar alternativas a los productos identificados como esenciales en la lista; estudiar qué productos no plásticos existen y su coste y, finalmente, hablar con los proveedores. Es muy probable que ellos también estén buscando alternativas y puedan ofrecer una mayor gama de productos responsables con el medioambiente.



imex **FRANKFURT**
21-23 MAY 2019

WE CHALLENGE YOU, BE CURIOUS, ASK "WHAT IF..."

IMEX in Frankfurt's Talking Point for 2019 is 'IMAGINATION' and we'll be celebrating and encouraging this innate aspect of our humanity. We're challenging the global meetings and events industry to exercise more curiosity AND produce more worthwhile events as a result.

Following in the footsteps of innovators and change-makers, IMEX in Frankfurt will guide you to ask "What if..." in three areas that could transform your future events strategy:

TRANSFORMATION & COLLABORATION

What if... unusual partners work together, not apart?

DIVERSITY & INCLUSION

What if... we intentionally include all kinds of people?

SUSTAINABILITY

What if... we are really committed to cutting down on waste?

**THE WORLDWIDE EXHIBITION FOR INCENTIVE
TRAVEL, MEETINGS AND EVENTS**

2019
TALKING
POINT

IMAGINATION

We challenge your curiosity!

Register now at

imex-frankfurt.com/register