

connect

La revista de viajes de negocios de CWT | España | Primavera 2019



PREPARÁNDOSE PARA EL DESPEGUE

La generación Z modela ya los viajes
de negocios del futuro

Osaka

Un motor económico
y cultural

Estado del mercado hotelero

Consecuencias de las
fusiones y nuevas
tecnologías

Salud y viajes

Cómo mantenerse en forma
durante los viajes

CWT

Vuele a Asia vía Moscú



Colombo*, Denpasar*, Bangkok

y otros destinos con Aeroflot

* Vuelos operados por Rossiya Airlines JSC

Para más información y reservas contacta con tu agencia CWT

El horario de invierno es válido desde el 28.10.18 hasta el 30.03.2019. Es posible que haya cambios en el horario del vuelo. En los vuelos se aplican las normas y los estándares de servicio de Rossiya Airlines JSC.

CWT

¡Bienvenidos a la edición de primavera de la revista Connect!

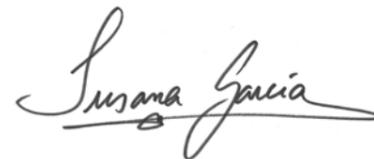
Los lectores habituales se habrán dado cuenta de que no soy la persona que suelen ver cuando abren su Connect. A partir de este número, empezaremos a rotar en este espacio e invitaremos a empleados de todo CWT a formar parte de él. Me alegra poder contarme entre los primeros en ocupar esta codiciada posición.

Como directora de ventas estratégicas para Europa, Oriente Próximo y África de RoomIt by CWT, mi función es asegurar que ofrecemos a cada viajero la habitación adecuada con la mejor tarifa, y que ayudamos a las empresas a controlar sus presupuestos y a mejorar esta actividad. El artículo sobre el mercado hotelero de la página 20 aborda este tema. En él, mostramos cómo los gestores de viajes innovadores pueden ahorrar más allá de las tarifas negociadas, al tiempo que respetan la política de viajes de su empresa.

En la página 8, comparamos la generación milénica con su sucesora, la generación Z, y descubrimos cómo esta última modelará el futuro de los viajes de negocios y qué espera de los programas de viaje, las estancias en hoteles y los vuelos de larga duración.

Y a propósito de vuelos de larga duración, en la página 13 compartimos algunas curiosidades sobre los vuelos de largo recorrido, mientras que en la 14 volamos hacia el Este y aterrizamos en Osaka, una metrópoli apasionante tan entregada al trabajo como a la diversión. Nos ponemos culturales con el 'top five' de los hoteles museo de la página 22 y ofrecemos un par de recomendaciones sobre cómo mantenerse en forma durante los viajes de negocios en la 26. Igualmente interesante: los aparatos que nos ayudan a conciliar el sueño y las noticias de la industria.

Espero que disfrutéis de este número y me encantaría conocer a algunos de nuestros lectores durante este año. Muchas gracias por apostar por RoomIt.



Susana García Merino,
Strategic Sales Director EMEA,
RoomIt by CWT



“Aterrizamos en Osaka, una metrópoli apasionante tan entregada al trabajo como a la diversión”.

Editado por CWT España

CWT
c/ Julián Camarillo, 4
Edificio II
Madrid 28037
España
Email: comunicacion@carlsonwagonlit.es
carlsonwagonlit.es

Edición:
Mari Carmen Pascual
Responsable de Comunicación CWT España

Concepción y creación:
Journal International
The Home of Content, www.the-home-of-content.de

Traducción: Irene Martínez
Diseño: Bernhard Biehler

Colaboradores: Karen Bamford, Rob Gill, Brooke Larsen, Nicole Knaupp, Sian Lewis, Vicki Sussens y Paul Wheatley
Impresión: Mayr Miesbach, Germany

Índice



06 Breves

Últimas noticias de la industria, legislación para drones y la reciente actualización de la marca de CWT



14 Osaka

Famosa por su población trabajadora y carácter innovador, la metrópoli nipona se jacta de ser una celebrada ciudad cultural



20 El mercado hotelero

Las fusiones y las innovaciones tecnológicas transforman el mercado hotelero. Un reto factible para los gestores de viajes

08 Generación Z

Todavía no se ha incorporado al mundo laboral, pero tendrá un papel fundamental en el futuro de los viajes de negocios

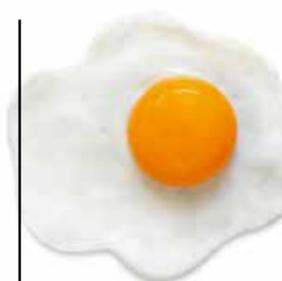


26 Viajar de forma saludable

Se puede vivir de forma saludable también durante los viajes de negocios. Descubre cómo

13 Largo recorrido

Curiosidades y consejos sobre los vuelos de largo recorrido



30 Empujón matutino

Un desayuno saludable durante los viajes de trabajo y las estancias en hoteles

24 Aparatos para dormir

No siempre es fácil dormir bien, pero la tecnología puede venir en nuestra ayuda



22 Hoteles museo

¿Un toque cultural en tu viaje de negocios? Con estos hoteles, ningún problema

Breves

Nueva normativa sobre drones en aeropuertos

El pasado diciembre de 2018 los periódicos informaron en reiteradas ocasiones sobre drones vistos en el espacio aéreo sobre el aeropuerto de Gatwick. Durante más de dos días, la presencia de drones forzó al aeropuerto a cerrar su pista de salida y aterrizaje y a cancelar cientos de vuelos. En respuesta, el gobierno de Reino Unido está dotando a la policía de las atribuciones necesarias para restringir el uso de estos aparatos en las inmediaciones de los aeropuertos. Con ello, las autoridades podrán aterrizar y buscar drones o incautarse de ellos si los encuentra en la zona –ahora ampliada– en la que se prohíbe su uso.



Posible despegue de Virgin Galactic

Virgin Galactic ha dado un paso más en su proyecto de llevar clientes privados al espacio, después de convertirse en la primera empresa que realiza este viaje con una nave comercial. El SpaceShipTwo, tripulado por dos pilotos, alcanzaba en un vuelo de prueba realizado en diciembre de 2018 una altitud de 82,7 kilómetros sobre la Tierra. Virgin Galactic pretende operar vuelos desde el Puerto Espacial América, en Nuevo México, y cobrará 250 000 dólares estadounidenses (algo más de 220 000 euros) a cada pasajero por un vuelo de 90 minutos. La empresa espera poder lanzar sus primeros vuelos comerciales a finales de este año.



Los compromisos de CWT

En línea con su nueva marca e identidad, CWT ha anunciado la siguiente fase de su estrategia CWT 3.0, cuyo objetivo es conectar negocios para contribuir al éxito de los mismos. CWT quiere ayudar a sus clientes a mantener la productividad, el compromiso y el éxito de sus plantillas. Esto es lo que se llama B2B4E ('business-to-business for the employee'). Los compromisos de CWT para con sus clientes, empleados y proveedores son los siguientes.

#1:

Simplificar los viajes de negocios y ofrecer una experiencia de gestión de viajes sencilla e impecable para las empresas y sus empleados viajeros. CWT simplifica el a menudo complejo mundo de los viajes corporativos para que las compañías puedan dedicarse a sus competencias centrales.

#2:

Ofrecer nuevas oportunidades de desarrollo. CWT crea ofertas integradas que proporcionan más servicios y favorecen las relaciones con los clientes. Al conectar personas, sistemas y recursos, CWT ayuda a empresas y empleados a cumplir sus objetivos.

#3:

Avanzar, juntos. CWT ayuda a las empresas a abordar el futuro mediante su extensa experiencia y la tecnología más puntera. Se convierte así en un socio imprescindible que pone al servicio de sus clientes su destreza y sus recursos.

“El cambio es la única constante hoy en día, y un liderazgo continuo requiere de una evolución continua”, afirma Kurt Ekert, presidente y director ejecutivo de CWT. “Nuestra pasión guía nuestro camino hacia la excelencia y nos ayuda a potenciar nuestro rendimiento. Ella será la que marque la diferencia a medida que sigamos avanzando”, concluye Ekert.

Un buen año para las líneas aéreas

La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA por sus siglas en inglés) prevé un beneficio global de todas las aerolíneas del mundo de 35 500 millones de dólares estadounidenses (31 427 millones de euros) en 2019. Esto supondría un aumento de 3200 millones de dólares estadounidenses (2832 millones de euros) sobre el beneficio neto estimado de 32 300 millones (28 595 millones EUR) en 2018. El beneficio de 2019 vendría a completar la serie de diez años consecutivos de rentabilidad para la industria aérea. Se espera que el transporte de pasajeros aumente este año un 6 %, algo más del 5,8 % pronosticado. Los ingresos por pasajeros, sin contar con las ventas de productos secundarios, aumentarán de 564 000 millones de dólares (499 000 millones de euros) en 2018 a 606 000 millones de dólares estadounidenses (536 000 millones de euros) en 2019.



Ver el futuro a través de la generación Z

En la última década se han escrito incontables artículos y se ha discutido hasta la saciedad sobre el impacto de los milénicos. Ahora la atención también se dirige hacia la siguiente generación, conocida como Generación Z. Nos interesa cómo este nuevo grupo de gente joven se comunicará, viajará y se alojará.

TEXTO: Rob Gill

Durante los últimos diez años más o menos se ha dedicado mucha atención al impacto y la influencia de la generación milénica. Por ejemplo, qué viajes de negocios prefiere y cómo esto ha transformado la gestión de los viajes corporativos. Pero, ¿qué pasa con los empleados más jóvenes, aquellos que acaban de incorporarse al mundo laboral y pronto serán viajeros de trabajo?

A este grupo se le llama generación Z y comprende a quienes nacieron después de 1995 y acaban de empezar la veintena. La influencia de esta nueva generación en la forma y el suministro de servicios de viajes de negocios es un tema de creciente importancia en la industria. ¿Cómo querrán reservar sus viajes de negocios? ¿Y en qué alojamientos? ¿Evitarán las cadenas hoteleras en favor de establecimientos más personales o buscarán opciones 'peer-to-peer' en Airbnb y semejantes?

Reservar con el 'smartphone'

An Hodgson, responsable global de análisis de ingresos y gastos para Euromonitor Internacional, señala que "a pesar de su corta edad y limitados ingresos hoy, la generación Z determinará el modo en el que las empresas crean y comercializan sus productos mañana". Su creciente importancia se hace

evidente en el hecho de que en 2020 el 40 % de los consumidores pertenecerá a esta generación. Y en 2030, los milénicos y la generación Z constituirán la mayor parte de viajeros de negocios del mundo.

La WYSE Travel Confederation se especializa en el mercado de viajes para estudiantes y lleva a cabo una encuesta sobre sus preferencias. El informe de la WYSE New Horizons IV de 2018 comparaba la generación venidera con la milénica y concluía que, si bien ambas realizan sus reservas de viajes online, los miembros de la generación Z utilizarán menos agencias de viaje online y páginas web de terceros que sus antecesores.

La reserva de viajes a través del 'smartphone' ha sido lo habitual para la generación Z. Casi un 75 % de sus miembros ha realizado al menos una reserva por esta vía en 2017, mientras que los milénicos superan la cifra, con un 82 %. "Estos nativos digitales han crecido con 'smartphone' y wifi", indica el informe. "El uso de las redes sociales para la búsqueda de información y reserva también podría aumentar y cambiar a medida que surgen nuevos canales", concluye.

El estudio sugiere que, comparada con los 'millennials', la generación Z "está más interesada en »

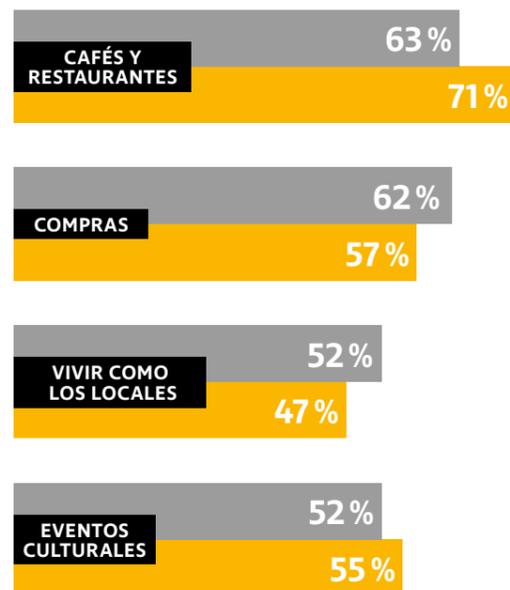
Las tres mayores motivaciones del viaje

● Generación Z ● Milénicos



Actividades preferidas durante el viaje

● Generación Z ● Milénicos



conectar con gente local” durante los viajes, mientras que, paradójicamente, son más reacios al riesgo que generaciones anteriores y están más preocupados por el terrorismo. Además, los miembros de la generación Z prefieren gastar más dinero en comida y bebida que en lujos como un ‘upgrade’ en el avión. Estas conclusiones se vieron confirmadas por una encuesta adicional realizada por una página de descuentos para estudiantes, UNiDAYS, que constató que salir a comer era la actividad más importante durante los viajes de la generación Z, mientras que –para sorpresa de algunos– el 58 % aseguró que prefería un alojamiento en hotel a quedarse en propiedades Airbnb o de alquiler.

Cuidado con las generalizaciones

Estas constataciones ofrecen una primera impresión sobre posibles tendencias derivadas de la incorporación de los viajeros de negocios de la generación Z al mundo laboral. Sin embargo, no sería acertado hacerla extensiva a toda una generación de gente joven, especialmente teniendo en cuenta que la mayoría de ellos aún no trabaja a tiempo completo.

Lo que sí sabemos es que la “generación Z es la primera nacida en un mundo digital”, escribe Hodgson, de Euromonitor International. “Por su destreza digital, la generación Z espera que las marcas actúen también como nativos digitales y ofrezcan la misma experiencia en tienda, online o en el móvil”, asegura. A fin de estar preparada para el impacto de los viajeros de la generación Z en la próxima década, una empresa de gestión de viajes necesita en primer lugar una herramienta de reserva digital (OBT por sus siglas

Datos para responder preguntas de viaje

A medida que la generación Z se vaya incorporando al mercado laboral en los próximos años, **el uso de datos se convertirá en un método fundamental para identificar las preferencias de viaje de estos recién llegados**. Hasta hace poco, sin embargo, servirse de los datos de viaje de la empresa para llegar a conclusiones útiles era todo un desafío para los responsables de viaje, que tenían que vérselas con complejas hojas de cálculo e incómodas herramientas manuales. Gracias al uso de la inteligencia artificial (IA), la solución AnswerIQ de CWT facilita el proceso considerablemente al proporcionar respuestas a las consultas más detalladas de los gestores.

Muchos viajeros de la generación Z darán por supuesto que, gracias a estos datos, sus gestores personalizarán el viaje hasta satisfacer plenamente sus expectativas. El responsable de datos de CWT, Erick Tyree, explica que AnswerIQ **“permite al gestor de viajes ofrecer respuestas tanto a las preguntas más generales como a las más detalladas**. Por ejemplo, por cuestiones fiscales se desea hacer un informe con todas las personas que han volado a Japón en ‘business’ y residen en Francia. Nuestra herramienta puede dar respuesta a este tipo de consultas tan concretas”, asegura Tyree.

Funciona como un buscador de Internet que se conecta a los datos del cliente. Como cuando se busca algo en Amazon. “Se puede afinar la búsqueda hasta obtener los datos deseados”, explica Tyree. La herramienta permite ver tres años de datos de viaje y se actualiza varias veces al día, proporcionando así siempre información actual. Este sistema que integra la IA se adapta constantemente y mejora las búsquedas para volverse cada vez más personalizado con el tiempo. “Tenemos una serie de clientes piloto y primeros usuarios que aseguran que el sistema se está volviendo indispensable”, añade Tyree. “Está transformando el modo de trabajo de la gente”, concluye.

en inglés) que responda a sus expectativas y exigencias. Cualquier OBT tiene que funcionar a la perfección en todas las plataformas, y especialmente en el móvil, como myCWT.

El jefe de datos de CWT, Eric Tyree, asegura que tanto los milénicos como la generación Z “están acostumbrados a experiencias digitales y esperan experiencias móviles”, y dice que “no quieren tener que hacer sus reservas en el portátil”. Para este grupo “es perfectamente normal utilizar el chat y no quieren tener que hablar por teléfono con un agente”, concluye Tyree. Incluso va más allá. “Las empresas de gestión de viajes han de disponer de herramientas de reserva en móvil que se parezcan a Amazon lo más posible” advierte. “Tienen que estar personalizadas y automatizadas; solo tiene que ser necesario introducir el destino y las fechas y la herramienta confeccionará el itinerario en función de las preferencias del usuario”, explica. Tyree indica que para captar a la gene- »



ración Z será fundamental ofrecer más contenidos de viaje, como una mayor oferta de hoteles, incluidos los boutique (ahora disponibles en RoomIt by CWT), además de recomendaciones de restaurantes, ocio y otras actividades localizadas en el destino.

“La tecnología ya nos permite hacer todo esto a través de las herramientas de reserva”, asegura Tyree. “La tendencia que combina el viaje de negocios con el ocio está de moda entre la gente joven, y sería conveniente que las herramientas de reserva incluyeran una opción de ‘bleisure’. Para conseguir retener a los trabajadores muy cualificados, el responsable de viajes tendrá que pensar en qué puede hacer su departamento para tenerlos contentos”, apunta.

Pese a todo, Tyree nos insta también a la cautela. Es importante no centrarse exclusivamente en este aspecto generacional, ya que las preferencias individuales de un viajero pueden estar más condicionadas por su sexo, estado civil o nivel de ingresos, siendo la edad al final el factor menos crucial. Para tener siempre controlado el impacto de los trabajadores de la generación Z sobre sus programas, la nueva plataforma de CWT AnswerIQ permite a los gestores de viajes sumergirse en sus datos de viajes para rastrear cualquier tendencia emergente. ■

Una sola herramienta para todas las reservas

Los viajeros jóvenes, nacidos en una era móvil de alta tecnología, esperan una experiencia de viaje cómoda e integrada. Y cuanto más ‘nativos móviles’ son, más elevadas son sus expectativas. Así, los desarrolladores entienden que la generación Z exigirá que las plataformas de viajes no solo funcionen bien, sino que sean además sencillas y se pueda acceder a ellas sin dificultad desde cualquier dispositivo.

myCWT es una única herramienta con el mismo aspecto y modo de uso en todas las plataformas. Permite reservar y organizar viajes de negocio y está concebida para los viajeros y gestores de viaje de CWT. El sistema guía al usuario de principio a fin, con ofertas de hotel, reservas y alertas de vuelos, itinerarios, ‘check-in’ móvil y la posibilidad de revisar la política de viaje en todo momento. También incluye CWT Alerts, alertas que advierten a los viajeros sobre todo lo que pudiera afectar a su viaje o suponer un riesgo para su salud o seguridad.

La plataforma también fomenta el ahorro de sus clientes proponiendo reservas online más baratas. Las empresas que han implantado ya myCWT han constatado una migración del 30 % de las reservas de offline a online. A pesar de que quizá podría pensarse que las reservas online solo aumentarían considerablemente cuando la generación Z de “nativos digitales” se incorpore al mercado laboral.



Fotos: Bonifanti Diego/Getty, Westend61/Getty, unsplash

18 HORAS, 45 MINUTOS es lo que tarda el vuelo de Singapore Airlines en recorrer los más de 16 700 km que separan Singapur y Nueva York, lo que le posiciona como el vuelo sin escalas más largo del mundo. Le sigue, en este particular listado, el vuelo de Qatar Airways entre Auckland, en Nueva Zelanda, y Doha, en Qatar, con 16 horas y 35 minutos. En España, los vuelos directos de mayor duración son los que unen Madrid con Tokio (13 horas y 45 minutos), Madrid con Santiago de Chile (13 horas y 30 minutos) y Barcelona con Buenos Aires (13 horas y 35 minutos).

EN EL AIRE 1

En la cabina el aire es seco, por eso es importante beber mucho. Lo mejor es comprar dos botellas de agua después del ‘check-in’. También conviene llevar bálsamo labial, crema hidratante y toallitas húmedas.

AVIONES CON MUCHO AGUANTE

El nuevo avión de largo recorrido Airbus A350-900 ULR hace ya el vuelo más largo de Singapore Airlines, pero podría recorrer hasta 1000 km más y estar en el aire 20 horas seguidas. El récord en largo recorrido lo ostenta desde 1994 el Airbus A340-200, con un vuelo de prueba de París a Auckland con más de 19 000 km.

Laaaargo recorrido

TEXTO: Nicole Knaupp

EN EL AIRE 2

La mayoría de las aerolíneas ofrece un programa de ocio en sus vuelos de largo recorrido. Sin embargo, es aconsejable descargarse antes del vuelo libros, vídeos o música en el dispositivo propio. También es recomendable llevar unos auriculares propios con reducción del ruido. Si quieres dormir durante el vuelo, llévate tapones para los oídos, antifaz y un cojín. Y cuando te despiertes, refrescate el aliento con un chicle.

VUELOS HACIA EL OESTE

El problema de los vuelos largos es el jet lag. El que vuela hacia el oeste debe tratar de mantenerse despierto durante el vuelo. A la llegada hay que intentar resistir el cansancio y no irse a la cama hasta que se haya puesto el sol en el país de destino. Siempre es bueno estar en sitios con luz. La luz frena la creación de melatonina, que prepara al cuerpo para el descanso y el sueño. Y es recomendable organizar las citas importantes a primera hora de la mañana, que es cuando más despierto se está.

VUELOS HACIA EL ESTE

Quien vuela hacia el este debe aprovechar el vuelo para dormir. Los alimentos ricos en hidratos de carbono, como la fruta, la pasta, las patatas o el yogur estimulan el sueño. El entrenamiento autógeno ayuda a dormir. Pero no hay que obsesionarse con ello y es mejor no pensar en las citas del día siguiente. Intenta visualizar un objeto con todos sus detalles, por ejemplo, una manzana. Y planifica las citas del primer día a última hora, porque estarás más despierto que por la mañana.

Foto: iStockphoto



Osaka es famosa por su multitud de rótulos luminosos y luces de neón.

Osaka, una ciudad tan entregada al trabajo como a la diversión

La vibrante Osaka es para muchos la más amable y peculiar ciudad de Japón. Llamativos rótulos, puestos callejeros y todos los centros de ocio imaginables llenan de color esta frenética metrópoli. Pese a estar en movimiento a todas horas, al caer la noche es cuando verdaderamente todo comienza. Los osaqueños viven para el momento en el que se desatan las corbatas y termina la jornada laboral. En esta ciudad se trabaja todo el día y se está en pie toda la noche.

TEXTO: Brooke Larsen

Situada al oeste de la principal isla japonesa, la prefectura de Osaka (y la metrópoli homónima) es el centro geográfico y económico de Kansai, un área con ciudades como Kioto, Kobe y Nara. Aunque es la segunda prefectura más pequeña del país, residen aquí más de ocho millones de personas, aproximadamente 2,7 de ellas solo en Osaka ciudad. De hecho, el área metropolitana tiene una población tan densa que solo Tokio, la capital del país, rivaliza con ella.

La población aumenta durante el día, con los trabajadores que se desplazan allí. Se estima que en la prefectura hay 410 000 centros de negocios. De ellos, unos 190 000 están en la ciudad de Osaka, que representa el 7 % de la economía total del país y genera más del 25 % del comercio de la nación.

Entre las industrias más importantes de Osaka se cuentan la producción, el comercio al por menor, los servicios y la industria farmacéutica. Empresas »

THINGS-AS-THEY



Cafés y restaurantes en el barrio de Dotonbori.



El edificio Umeda Sky, con 170 metros de altura y una plataforma de observación sobre un jardín flotante.

como Panasonic, SHARP, Nippon Life (seguros), Suntory (whisky) y Glico (el gigante de los dulces creador de la golosina Pocky) nacieron y tienen sus sedes en esta ciudad. Un reflejo de su importancia económica y empresarial es el hecho de que más de 400 empresas que cotizan en bolsa tienen sus sedes centrales en la prefectura de Osaka. Muchos inventos surgieron aquí, como el robot, los bolígrafos de gel, la pasta instantánea, el karaoke y el 'running sushi'.

Según la Economist Intelligence Unit, Osaka fue en 2018 la tercera "ciudad más atractiva del mundo para vivir", por delante de Tokio, que quedó séptima. En realidad, ambas metrópolis son extraordinarios destinos para viajeros de negocios y otros visitantes, pero hay importantes diferencias entre ellas. Los tokiotas tienen fama de ser educados, mientras que se dice que los osaqueños son más directos y tenaces. En lo que respecta a los negocios, muchos extranjeros consideran que Tokio establece los estándares para Japón. Los osaqueños, sin embargo, lo niegan y tachan a la capital de aburrida y conformista. Y como a veces parecen algo rudos, se les considera negociadores duros pero eficientes.

El aumento del comercio

Osaka siempre ha gozado de importancia en el ámbito político y económico, e incluso fue brevemente la capital de la nación, entre 645 y 655. En 1583, Toyotomi Hideyoshi, un famoso señor feudal, construyó su castillo aquí después de unificar los clanes rivales de la nación tras décadas de guerra. El Castillo de Osaka todavía existe hoy día, y, debido al hecho de que el original fue destruido y reconstruido en numerosas ocasiones, se ha convertido en el símbolo de la perseverancia de esta ciudad.

Ciudad portuaria desde sus comienzos, sus vías fluviales han contribuido de tal manera al desarrollo de la Osaka mercantil que con frecuencia se la denomina 'aquopolis'. Efectivamente Osaka alcanzó una gran prosperidad gracias al uso de sus ríos para el comercio. Ya en el siglo III, Ninwaz (el antiguo puerto de la ciudad) era punto de partida y llegada de mensajeros extranjeros a y desde China y Corea. Desde aquí entraron a todo Japón nuevas ideas culturales y tecnologías procedentes del extranjero. Con el florecimiento del tráfico comercial se construyeron canales y almacenes.

Ahora que Osaka es reconocida en los ámbitos nacional e internacional, el desarrollo es imparable. Cada día surgen nuevos centros comerciales, edificios de oficinas y hoteles. El edificio más alto de Japón, Abeno Harukas, se inauguró aquí en 2014. Con 60 plantas y un observatorio panorámico a 300 metros de altura, hace que otros rascacielos parezcan insignificantes. Los actuales planes de construcción de la ciudad recibieron otro empujón cuando en noviembre de 2018 Osaka fue elegida sede de la Exposición Universal de 2025. Ya se está construyendo una isla artificial nueva para acoger el evento.

Historia de dos ciudades

La fascinante cultura osaqueña ha evolucionado durante milenios. Pero solo en los últimos años la gente de fuera ha empezado a darse cuenta. Osaka tiene dos centros urbanos: el centro de la fiesta, Minami, al sur, y el distrito de negocios, Kita, al norte. Visitantes y oriundos acuden a Minami para disfrutar de Dotonbori y de la zona colindante de Namba, ambos paraísos del ocio. Aquí se puede ver lo que habitualmente se asocia con Japón, como enormes rótulos y luces de neón (a menudo se compara Dotonbori con Times Square), templos antiguos y espectáculos como el 'kabuki', una forma tradicional de teatro con elaborados trajes y un drama estilizado. Dotonbori se funde con el cercano Nipponbashi, apodado Den Town. Enormes pórticos, 'maid cafés', sex shops, tiendas de hobbies y establecimientos descuento de electrónica confieren un aire circense a lo que se conoce como 'otaku' o barrio 'nerdy'. Al otro lado de Dotonbori está Amerikamura (la ciudad americana) o Amemura abreviado. Las tiendas de >>



Participantes del Otue, el tradicional festival anual de la siembra del arroz.



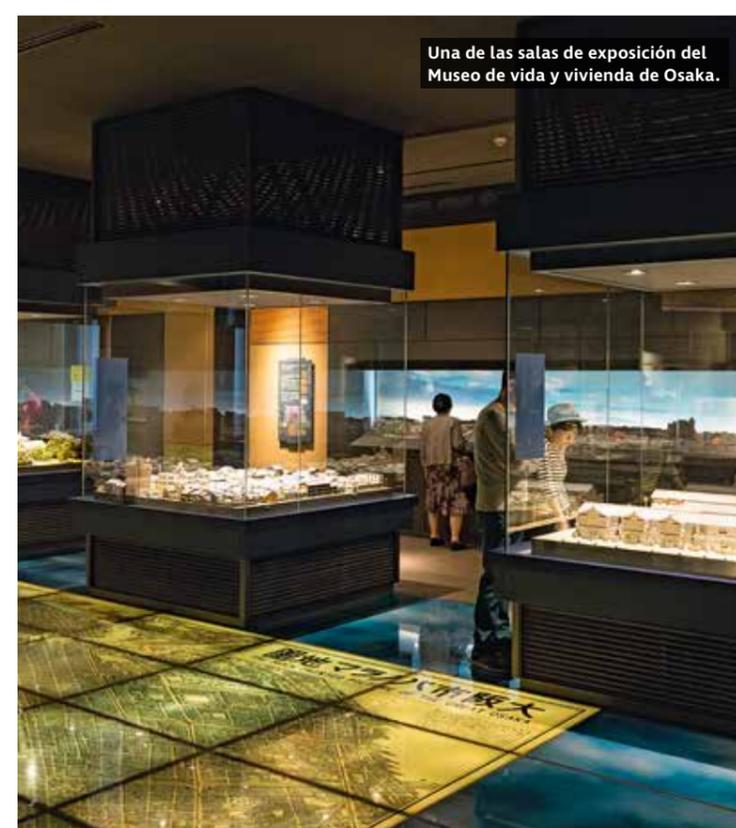
Lo que no te puedes perder en Osaka

El museo de vida y vivienda de Osaka: Este museo no solo explica el pasado de Osaka, sino que te transporta allí. En una réplica a tamaño natural de una sección del periodo Edo de Osaka (1603-1868) los visitantes pueden pasear entre los edificios y las callejuelas de antaño. Situado cerca de Tenjinbashi-suji, la calle de compras más larga de Japón, el museo está rodeado por la historia que muestra.

Shinsekai: El barrio Shinsekai, que significa Nuevo Mundo, surgió en 1912 a semejanza de ciudades como Nueva York y París. Hoy alberga calles llenas de color, fachadas llamativas, animados restaurantes e intensa vida nocturna. En el centro de todo ello, Tsutenkaku, una torre iluminada con LED que fue en su momento la más alta de Asia.

Sumiyoshi Taisha: Fundado en el siglo III, Sumiyoshi Taisha es uno de los santuarios más importantes de Japón. Se encuentra cerca de la estación Sumiyoshi Taisha en el sur de Osaka. Allí, los visitantes pueden pasear por las zonas verdes y cruzar el Puente del Tambor, así llamado por el reflejo redondo que crea sobre el agua. Más de dos millones de personas acuden aquí cada año para pedir salud y prosperidad.

Misono Building: En sus mejores días, el edificio Misono, construido en 1956 en lo que hoy es Minami, acogía suntuosas habitaciones de hotel y salas de banquetes. Hoy alberga numerosos locales pequeños con carácter propio. La fachada está decorada con enormes luces de neón y una cascada.



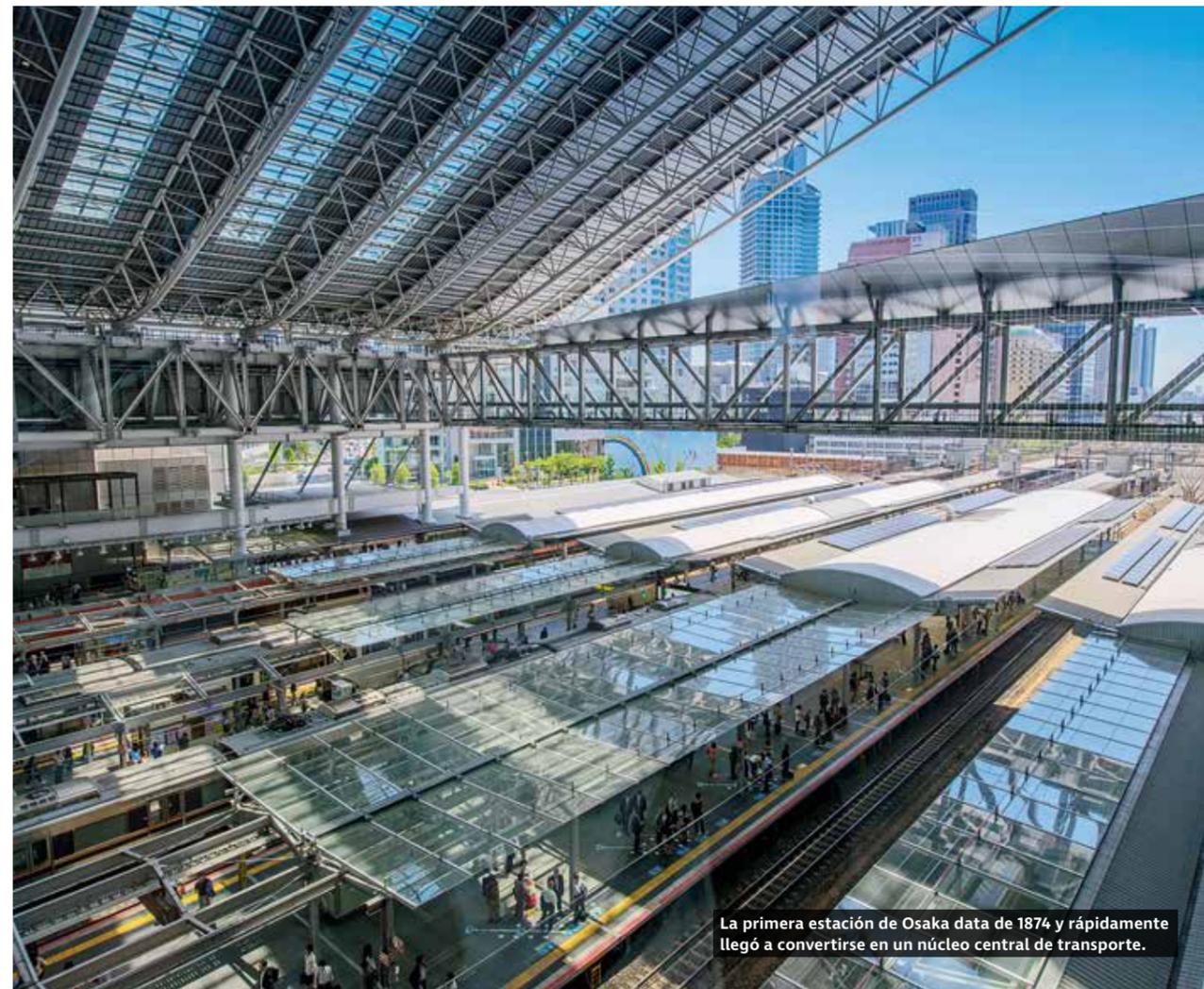
Una de las salas de exposición del Museo de vida y vivienda de Osaka.

aparatos de segunda mano y los restaurantes extranjeros atraen a la juventud rebelde e incluso hay una réplica de la Estatua de la Libertad.

Kita es más refinado que su equivalente del sur. El barrio principal es Umeda, el mayor núcleo de negocios de Osaka y su intersección vial más importante. La estación de Osaka se construyó en 1874, cuando Umeda no era sino un gran campo de arroz. De hecho, fue su situación rural espaciosa y la proximidad a Kobe lo que llevó a la elección de esta área. La estación convirtió a Umeda en el centro de tránsito más prominente de la ciudad y favoreció el rápido desarrollo y la prosperidad económica del entorno hasta convertirla en el núcleo de negocios actual.

En el trabajo, diligentes y agotados

Osaka tiene fama de festejar duro y de trabajar más duro aún. Visto desde fuera, los negocios en Japón parecen dominar todo. Captan a los empleados ya en la universidad y la gente se queda en la misma



La primera estación de Osaka data de 1874 y rápidamente llegó a convertirse en un núcleo central de transporte.



Desplazarse por la ciudad

Osaka no solo está llena, sino que además es compacta. La gente se desplaza en coche, taxi, bici y a pie (ir a pie es muy seguro, incluso de noche). Sin embargo, los grandes gigantes del transporte son los ferrocarriles locales. Muchos ferrocarriles privados poseen incluso grandes almacenes o equipos deportivos. La ciudad posee una compleja y sofisticada red de ferrocarriles privados dirigidos por cinco empresas: Keihan, Kintetsu, Hanshin, Nankai y Hankyu. Estas redes conectan Osaka con Kobe, Kioto, Nara y otras ciudades.

Osaka tiene también un sistema de ferrocarril suburbano con ocho líneas, que en abril de 2018 fue rebautizado como el Metro de Osaka, tras pasar de manos municipales a manos privadas. Para dar mejor respuesta al creciente número de turistas, los avisos se dan ahora también en inglés y las estaciones tienen números, ya que los nombres japoneses son difíciles de leer y pronunciar para los visitantes internacionales. Estos cambios evidencian que el turismo en Osaka crece y que la ciudad está más abierta a los negocios y visitantes internacionales.



Restaurante de comida rápida que sirve 'kushikatsu', una especialidad osaqueña.

empresa toda su vida. Las largas jornadas laborales se dan con frecuencia por sentado y raramente se toman vacaciones o bajas por enfermedad. Las ideas de Confucio de que el grupo es más sagrado que el individuo y de que los líderes han de ser venerados prevalecen en los centros de trabajo modernos.

Mientras que este modo de vida tiene ventajas –todo el mundo es susceptible de ascender en su profesión y los salarios aumentan a medida que pasa el tiempo–, también tiene lados oscuros. A mucha gente le ha resultado difícil encontrar un trabajo después de haber dejado una empresa, porque su experiencia laboral anterior no se considera como un beneficio sino como una traición. Hay quienes afirman haber trabajado demasiado, lo que les ha llevado a la depresión, el agotamiento y en algunos casos extremos, al 'karoshi', muerte por exceso de trabajo. Se dice, por otro lado, que las jerarquías firmes e inamovibles se pueden traducir en el entorno laboral en 'bullying' o acoso sexual. Incluso la imperante cultura de exceso de alcohol después del trabajo que tanto se asocia a Japón se ve más como un requerimiento social que como un modo de diversión para desahogarse. Por otro lado, sin embargo, incluso el gobierno ha reconocido que hay que reformar la

Fotos: Getty Images, iStock (5), Body/hemis/laif, Mauritius Images



La cocina japonesa

Quizás Tokio tenga más restaurantes con estrellas Michelin, pero la reconocida cocina de Osaka le ha valido el título de 'tenka no daidokoro', o La cocina de Japón. Entre los platos favoritos se incluyen el 'takoyaki', 'okonomiyaki' y 'kushikatsu'. Los 'takoyaki' son bolas de masa y pulpo fritas rellenas de jengibre y cebolletas. Los 'okonomiyaki' se hacen a partir de una masa de harina tostada con huevo y col, mezclada con carne y verduras y con salsa. A menudo se le llama 'pancake' japonés. Los 'kushikatsu' son brochetas fritas, generalmente de carne, marisco o verdura, que se mojan en una salsa ácida.

política de trabajo del país. En 2018 se aprobó una ley para limitar las horas extraordinarias a 100 al mes y se establecieron multas para las empresas que no se atengan a esta nueva regulación.

Mientras que los efectos de esta legislación todavía están por ver, el futuro de Osaka está ya bastante claro. Impulsada por su economía innovadora y dinámica, y con el apoyo de su pujante escena cultural, la ciudad de Osaka no solo continúa labrándose la fama internacional de trabajar duro sino también de divertirse a lo grande.



Más posibilidades en el mercado hotelero gracias a la tecnología

Podría parecer que, con la ventaja conseguida gracias a la consolidación de las cadenas, los grandes hoteles tienen la sartén por el mango. Sin embargo, un gerente de viajes innovador e inteligente puede ahorrar más allá de las tarifas negociadas al tiempo que respeta en su programa de viajes las políticas de empresa.

TEXTO: Karen Bamford

Algunos avances tecnológicos, como los agregadores de contenidos y las herramientas de rastreo y comparación de precios, están cambiando el panorama de los viajes corporativos. La tecnología posibilita hoy disponer de numerosas ofertas y diferentes tarifas dentro de los canales permitidos por las empresas. El resultado es más satisfactorio tanto para los gestores de viaje como para los propios viajeros. Según CWT Solutions Group, las tarifas fijas negociadas son las más convenientes para aquellas empresas que pueden garantizar grandes volúmenes en ciudades determinadas. El estudio de la consultora revela que las compañías que compran un mínimo de 150 noches de hotel en una ciudad determinada pueden obtener hasta un 23 % de descuento sobre la mejor tarifa disponible. Pero si no se alcanza esta cifra mágica, los descuentos serán mucho menos atractivos.



contenido de los grandes agregadores, estás aumentando significativamente las opciones para tus viajeros”, explica Bilars.

Las empresas también pueden ahorrar más utilizando herramientas de rastreo que buscan constantemente tarifas más bajas y las reservan de nuevo en cuanto quedan disponibles en el mismo hotel y en el mismo tipo de habitación. “La tecnología está mejorando la experiencia de viajeros y compradores”, afirma Studer. “Los viajeros encuentran hoteles más fácilmente gracias a la personalización. Y la tecnología nos permite consolidar en nuestra plataforma todos esos hoteles de diferentes fuentes y volver a venderlos a un precio mejor”, explica.



La consolidación hotelera y su impacto

Los últimos años han sido duros debido al impacto de las fusiones y adquisiciones en las que se han visto envueltas algunas de las mayores cadenas hoteleras del mundo. Todo empezó con la gran fusión Marriott-Starwood, que descompensó el sector y dejó a muchos de sus actores fuera de combate.

Descubriendo cómo crecer

“Todas las compañías hoteleras tuvieron que encontrar un modo de crecer”, recuerda Jaclynn Reinhard, consultora de CWT Solutions Group. “No era cuestión de ganar participación de mercado, sino de tener la mayor presencia posible, lo cual supuso un gran cambio”, añade. Algunas cadenas, como Hilton, Wyndham o Hyatt, apostaron por el crecimiento orgánico expandiendo su propia marca y creando más hoteles. Otros, sin embargo, como IHG o Accor, optaron por la vía de las fusiones y adquisiciones. El año pasado, los dos adquirieron incansablemente marcas más pequeñas en mercados en los que hasta entonces no tenían presencia alguna.

El efecto sobre los viajes de negocios

En el ámbito de los viajes de negocios, el impacto se traduce en una disminución de la competitividad dentro de ciertos mercados. El responsable de una cuenta, por ejemplo, puede tener a su cargo los contratos de diez hoteles distintos dentro de un mismo grupo, y saber así qué propuestas reciben y asesorarles en consecuencia. Por eso, el pasado año CWT puso toda su atención en la diversidad a la hora de buscar hoteles para sus clientes, para cerciorarse de que no todos los establecimientos en una ciudad, como Nueva York, por ejemplo, pertenecen al mismo grupo. El reto futuro consistirá en garantizar la diversidad en los programas.

Poder para cambiar la política hotelera

Otro aspecto de esta evolución es el poder que las grandes cadenas tienen ahora para cambiar sus políticas. Por ejemplo, después de que durante décadas se admitieran cancelaciones hasta las 18:00 h del día de llegada, Marriott introdujo la norma de cancelación con 24-48 horas de antelación. Otros hoteles se unieron a él y en solo 18 meses esta regulación se había convertido en estándar de la industria.

Tres consejos para la reserva de hoteles

- #1 Añadir más contenido**
Si se ofrecen varias fuentes de contenido en una herramienta, los viajeros pueden reservar más fácilmente lo que quieren al tiempo que mantienen la conformidad con las regulaciones de la empresa para viajes.
- #2 Permitir las tarifas no reembolsables**
La mayoría de los viajeros prefiere tarifas reembolsables, pero las tarifas no reembolsables permiten ahorrar hasta un 20 %. Si se tiene en cuenta que al final solo se producen entre un 5 % y un 6 % de cancelaciones, el ahorro sigue siendo mayor que las pérdidas.
- #3 Utilizar herramientas de rastreo**
Según datos de una encuesta de la Asociación Mundial de Viajes de Negocios (GBTA, por sus siglas en inglés), el 77 % de los compradores europeos no utiliza herramientas de rastreo de precios y ofertas. Sin embargo, los clientes de CWT que utilizan su herramienta de rastreo y comparación de precios ahorran entre un 1 % y un 2 % de su gasto total en viajes, de media.

“Si no tienes un volumen importante, tampoco te van a afectar tanto las grandes fusiones porque te beneficiará más buscar tus contenidos en otras fuentes”, afirma Peggy Studer, vicepresidenta de marketing de RoomIt by CWT. “Una tarifa RoomIt o la tarifa no reembolsable de un agregador con hasta un 20 % de descuento es seguramente más barata que cualquier tarifa que pudieras negociar si no alcanzas o sobrepasas esas 150 noches”, concluye.

Y menos negociaciones suponen también menos trabajo en el proceso de solicitud de propuestas, como señala Valentijn Bilars, director senior de RoomIt by CWT, que recomienda incorporar nuevas fuentes de ofertas. “Si tu empresa de gestión de viajes de negocios ofrece hoteles que no están incluidos en los sistemas de distribución global y añade el

El ‘arte’ de dormir

Si se planea adecuadamente, la elección del hotel puede proporcionar una experiencia cultural de primera clase. Echemos un vistazo a algunos de los mejores hoteles artísticos del mundo. **TEXTO:** Paul Wheatley

Art Hotel Atelier sul Mare

El hotel museo Atelier sul Mare es un hotel de idílico emplazamiento costero en Sicilia, Italia. Las veinte habitaciones le fueron confiadas a una serie de artistas internacionales a quienes se les pidió que las convirtieran en espacios artísticos. Los visitantes pueden alojarse en habitaciones con esculturas de madera, mobiliario hecho a mano y paredes decoradas con obras de arte contemporáneas, o en habitaciones con temas geográficos, como el baño turco inspirado en Oriente Próximo.



Sicilia

Hotel du Petit Moulin

Cuando la gente va a París quiere ver historia, cultura y entorno. En este hotel boutique del Marais de París lo tienen todo junto. Construido dentro de una antigua panadería (de la que aún se conserva la fachada), frecuentada aparentemente por Victor Hugo, cada una de las 16 habitaciones de este hotel privado del siglo XVII ha sido diseñada de forma individual con fantásticos murales.



París



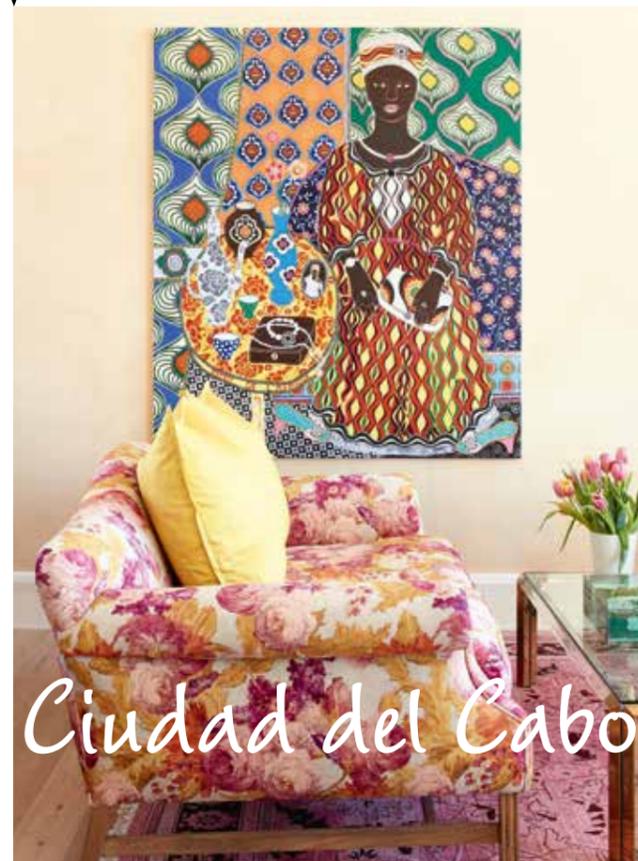
Londres

The Exhibitionist Hotel

Kensington es uno de los puntos culturales de Londres. Allí conviven estrellas del pop, artistas y dos de los mejores museos de la metrópoli: el Museo de Victoria y Alberto y el Museo Nacional de Historia. A solo unos metros de los mismos se encuentra The Exhibitionist Hotel, albergado en un edificio del siglo XVIII restaurado. Allí se pueden admirar arte y diseño contemporáneos, ver habitaciones sobre diversos temas y cuestionar nuestra relación con el planeta, la naturaleza, la historia y la política.

The Silo Hotel

Etiquetado como “el hotel de lujo más exclusivo de Ciudad del Cabo”, The Silo tiene mucho de lo que jactarse y con razón. Está situado en un antiguo silo de la ciudad más antigua de Sudáfrica. El diseñador Thomas Heatherwick lo transformó en un moderno hotel de alta categoría. El hotel se encuentra situado sobre el Museo de Arte Contemporáneo de África, mientras que, en su propia galería subterránea, el Vault, exponen artistas contemporáneos nacionales.



Ciudad del Cabo

Foto(s): RRP, Andy Tyler, Alexandre Moulard, Mark Williams, Alamy



Tasmania

Henry Jones Art Hotel

Con unas 500 obras de arte expuestas, el Henry Jones Art Hotel de Tasmania (Australia) se toma el arte muy en serio y lo integra en los espacios públicos, bares, restaurantes, y en todas las habitaciones y suites. Este edificio junto al mar fue construido en 1823 y su autenticidad es al mismo tiempo la clave de su atractivo. No hay grandes nombres, solo las obras de artistas prometedores o ya reconocidos de la isla.

Sueño, bendito sueño

Parece que hoy día existe una aplicación o un aparato para todo. Sin embargo, no todos merecen la pena. Donde sí conviene invertir tiempo y esfuerzo es en todo aquello que nos garantice un sueño de calidad por la noche. Sobre todo si estás en un viaje de trabajo y no tienes la comodidad de tu propia cama. A continuación, algunas de las mejores ideas.

TEXTO: Sian Lewis

1 No más ronquidos

Los ronquidos son incompatibles con el sueño. Olvídate de las férulas dentales o las tiras nasales adhesivas. Smart Nora es una sencilla solución que se hincha ligeramente dentro de la almohada en cuanto percibe el más mínimo ronquido. Así, te mueve imperceptiblemente la cabeza y el cuello, y te permite volver a respirar sin obstáculos. El dispositivo consta de una pieza para deslizar en la almohada y de un receptor que cabe en la palma de la mano. Los usuarios satisfechos aseguran que esta solución está salvando relaciones por todo el mundo smartnora.com, EUR 264 (aprox.)



2 Cómo dormir mejor

El equipo que se oculta tras el antifaz Remeo no solo quiere que duermas mejor, sino que pretende además que tus sueños sean mejores. Diversos estudios han demostrado que procesamos nuestros pensamientos en los sueños durante la fase REM. Remeo está provisto de pequeñas luces led que se encienden siguiendo patrones personalizables para mejorar el sueño REM. El antifaz pesa menos de 28 gramos y funciona gracias a un circuito extra fino y flexible alojado en una máscara de goma espuma. Es lo suficientemente elegante como para usarlo a 9000 metros en un avión y lo suficientemente pequeño como para llevarlo a todas partes. sleepwithremeo.com, EUR 84 (aprox.)

Con la luz adecuada

Quién mejor que un trío de amigos insomnes para desarrollar una aplicación que ayude a dormir. My Dodow se basa en la tecnología del metrónomo: la respiración se sincroniza con la leve luz azul que se proyecta rítmicamente sobre el techo, y las expiraciones se van prolongando; una conocida técnica de relajación. Pulsando una vez, el pequeño aparato ofrece el programa de ocho minutos; pulsando dos, el programa de veinte minutos. My Dodow se apaga automáticamente después. La luz se puede atenuar para no perturbar el sueño de quienes duermen a nuestro lado. mydodow.com, EUR 49



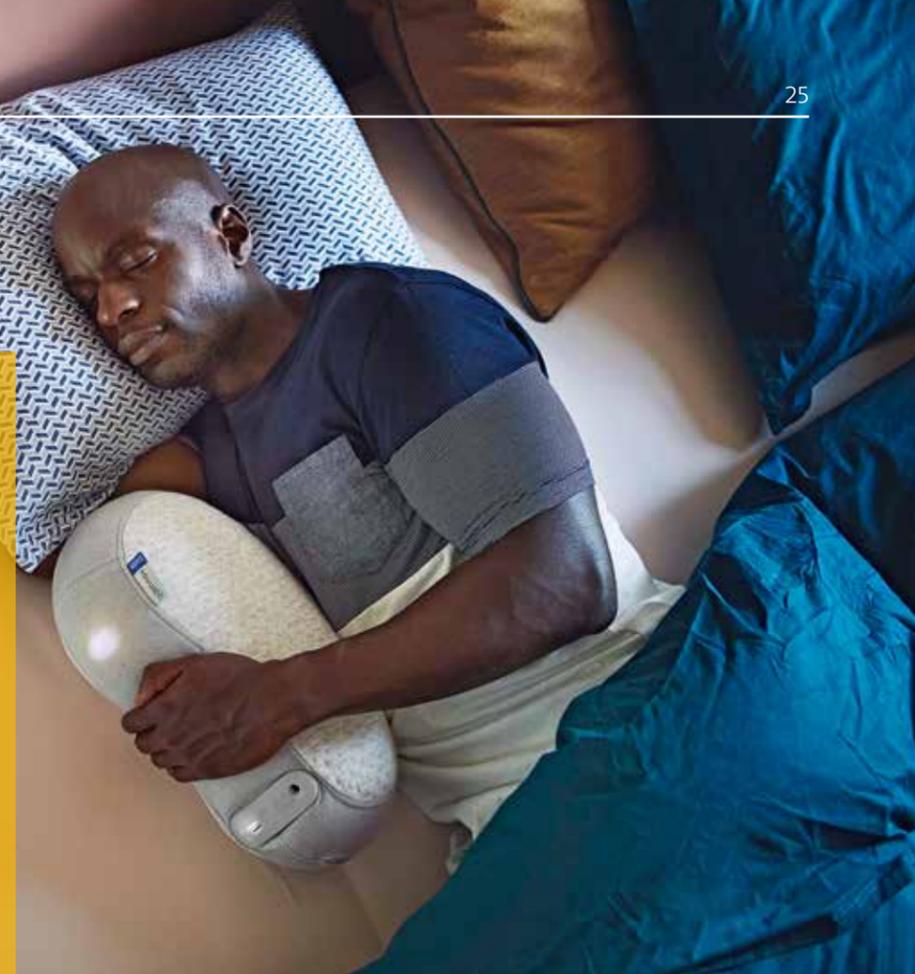
3

4

Un robot inductor del sueño

Suena un poco raro decir que uno se acostaba con la tecnología. Pero Somnox no es un robot cualquiera. Con forma de alubia y forrado de una suave tela, este aparato 'respira' entre tus brazos. Una vez que tu respiración se sincroniza con su ritmo, Somnox te hace conciliar el sueño suavemente. Sus creadores, estudiantes de ingeniería de los Países Bajos, han desarrollado una aplicación personalizada que permite al usuario decidir si lo que quiere es 'echar una siesta', 'dormir' o 'relajarse'. Este robot compañero de cama también puede guiarte durante la meditación y ponerte nanas o ruido blanco.

meetsomnox.com, 549 EUR



5

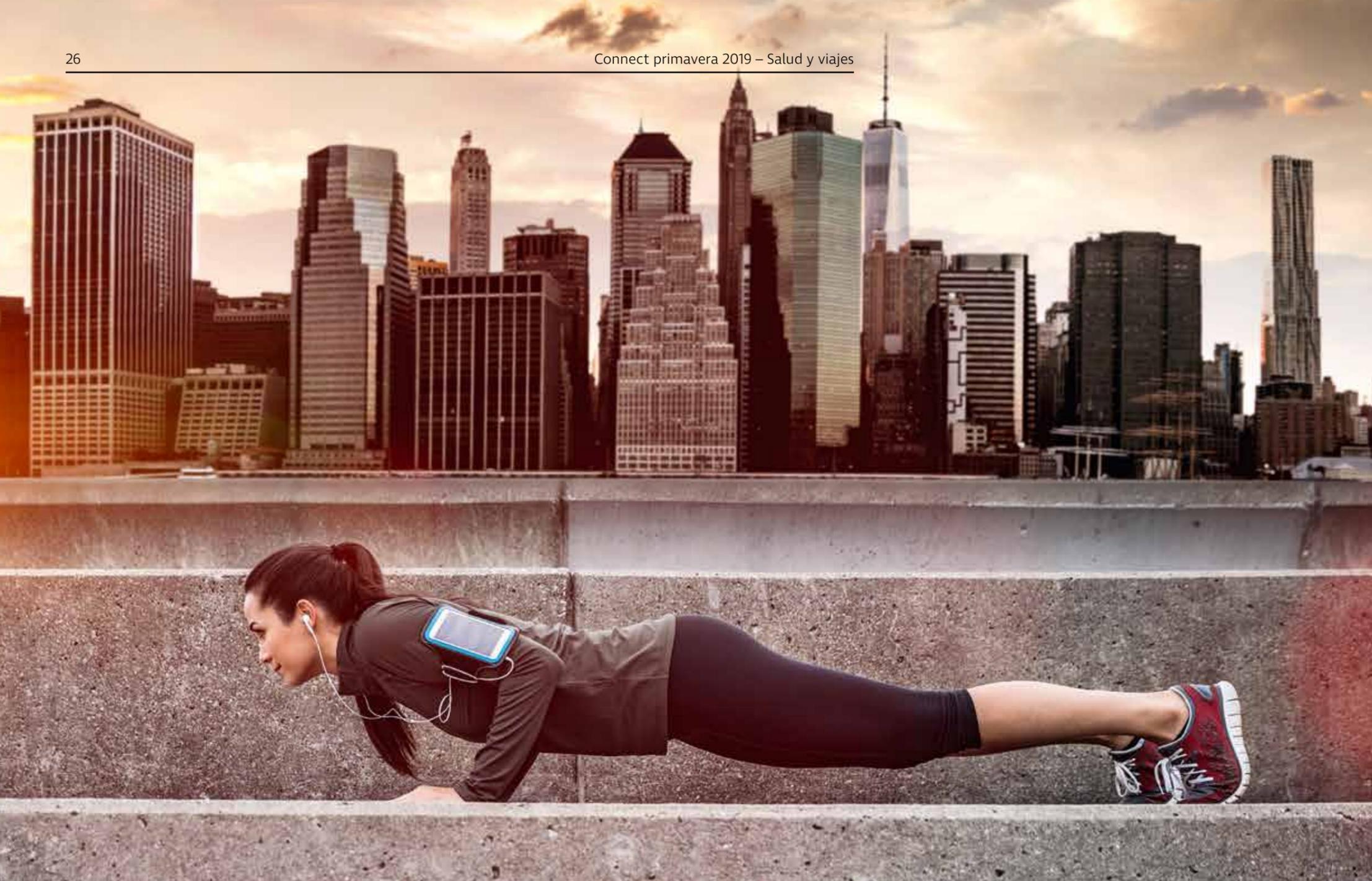
Un sueño con esencia

En la antigua Grecia, Hipócrates ya creía firmemente en las propiedades relajantes y regeneradoras de los aceites esenciales. Es lo que llamamos aromaterapia. Hoy esta forma de terapia utiliza modernos difusores de esencias. El difusor portátil Scent Well, de This Works, perfuma tu habitación de hotel con una esencia inductora del sueño. Las mezclas de aceites han demostrado funcionar mejor que las esencias aisladas. ¿Por qué no probar lavanda y naranja, o madera de cedro y bergamota como solución del todo natural para dormir mejor? thisworks.com, EUR 63,45

Adiós a los cerebros ocupados

Cuando nuestro cerebro está despierto y funcionando a toda máquina, conciliar el sueño puede convertirse en una auténtica pesadilla. Si pudiéramos pulsar nuestro botón mental de apagado... No sigas buscando. Clasificada por el Center for Humane Technology como la aplicación "más feliz del mundo", Calm es idónea para todos los que se inician en el 'mindfulness'. Con más de cien meditaciones guiadas todo el mundo puede encontrar la calma; desde los más profanos hasta los maestros zen. La aplicación ofrece también ligeras sesiones de estiramiento para eliminar tensiones antes de ir a la cama, además de historias para dormir o música relajante. calm.com, versión de prueba gratuita o 49,99 EUR anuales por suscripción





Viajar por negocios de forma saludable

Los viajes de negocios pueden ser extremadamente fatigosos. Sobre todo cuando se duerme con frecuencia en hoteles. No obstante, es posible llevar un estilo de vida mínimamente saludable también mientras se está de viaje. Solo es cuestión de planear un poco por adelantado.

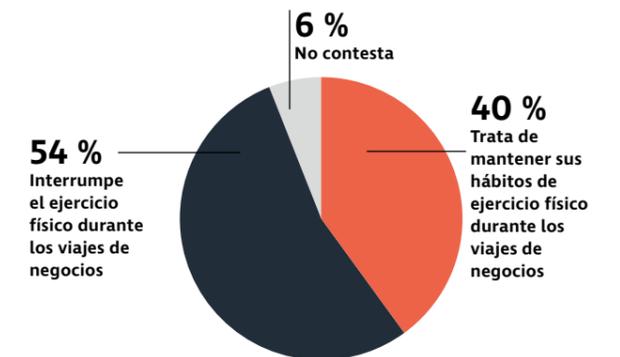
TEXTO: Vicki Sussens

Un viaje de negocios puede dar al traste con los mejores propósitos. Y no es de extrañar, si se tienen en cuenta el estrés del desplazamiento, el jet lag, las muchas reuniones y la presión por comer, beber y mostrarse feliz con los colegas de trabajo. Apenas queda tiempo para el deporte.

“Hacer ejercicio con regularidad mientras se está de viaje no es cuestión de tiempo, es cuestión de hacer de la salud una prioridad”, afirma Julie Dennis, entrenadora personal en Reino Unido para la consultora de salud en viaje ‘Extra Travel Vitality’.

Afortunadamente los hoteles nos lo ponen cada vez más fácil, y algunos no se limitan a un gimnasio. Ofrecen una experiencia completa de ‘wellness’ a la medida de las necesidades de sus clientes. Algunos

Mantenerse en forma durante los viajes de negocios



establecimientos están transformando la oferta tradicional para satisfacer a los viajeros de negocios del siglo XXI y cuentan, por ejemplo, con mercados o cafeterías como alternativa al servicio de habitaciones. O aceleran sus programas de deporte, belleza y salud para ajustarse a las agendas más apretadas.

Un ejemplo de esta tendencia es la habitación ‘Stay Well’, desarrollada por Delos y que está ya disponible en varios hoteles de Estados Unidos, como el MGM Grand Hotel & Casino en Las Vegas. Estas habitaciones cuentan con ‘simulador de amanecer’, luces energéticas, una ducha que reduce el cloro, aromaterapia y purificador de aire para reducir alérgenos y contaminantes.

‘Fitness’ a tu gusto

Con el aumento de los viajes de negocios, muchos hoteles hacen una ventaja competitiva de su oferta deportiva, al tiempo que algunos de los mejores balnearios del mundo han adaptado sus programas »



No pierdas de vista el ‘fitness’

A continuación, algunos de los mejores consejos de Julie Dennis, entrenadora personal en ‘Extra Travel Vitality’:

- No te sientes en el tren o el autobús. Quédate de pie y trata de mantener el equilibrio poniendo en tensión los músculos del estómago. Este entrenamiento es mucho mejor que los abdominales de toda la vida.
- Lleva zapatillas de deporte cuando vayas a volar y aprovecha para dar unas vueltas por la terminal del aeropuerto.
- Elije el mejor momento para hacer ejercicio. La mañana es mejor para perder peso, mejorar el estado de ánimo y aumentar la fuerza. De noche, sin embargo, es más fácil evitar lesiones y el cuerpo está en su rendimiento máximo.
- Si el viaje ha sido largo, el ejercicio matutino te ayudará a reajustar tu reloj biológico.
- Camina siempre que puedas. Esto dirige tu poder mental a todos los asuntos interiores.



Los deportistas más diligentes del globo

¿Quiénes mantienen su actividad deportiva con la mayor efectividad también durante los viajes?



a las necesidades de estos viajeros. El Saxon Hotel, en Johannesburgo, Sudáfrica, por ejemplo, estuvo nominado en 2018 al premio World Spa Award. Su centro de 'fitness' está abierto 24 horas al día para que los viajeros de negocios puedan continuar con sus programas deportivos según les convenga. Los entrenadores del hotel ofrecen tratamientos como el 'estiramiento posvuelo' y terapias rejuvenecedoras para cuerpo y rostro.

Entre otros de los mejores hoteles con zona termal está el Hotel Café Royal, en el corazón de Londres, frecuentado en su tiempo por Oscar Wilde, DH Lawrence, los Rolling Stones o Muhammad Ali. Su zona 'wellness' tiene piscina, baño turco, sauna y jacuzzi, y sus tratamientos combinan las tradiciones de Oriente y Occidente.

El ganador entre los mejores hoteles con 'spa' en 2018, el Armani Hotel en Dubái, permite disfrutar de deporte y tratamientos de belleza en la cima del edificio más alto del mundo, el Burj Khalifa.

Pero no todos los viajeros tienen tiempo de ir al gimnasio y prefieren que les lleven el gimnasio a su habitación, gracias a bandas de resistencia, esteras de yoga, pelotas para ejercicios o pesas. Algunas habitaciones cuentan incluso con zonas de entrenamiento.

Los viajeros más estresados también pueden entrenar por su cuenta, con vídeos de deporte o aplicaciones para 'fitness' que el propio hotel desarrolla en colaboración con gimnasios y entrenadores deportivos. Un importante hotel de Estados Unidos, por ejemplo, le pidió a un entrenador personal de Hollywood que diseñara ejercicios breves en formato tarjeta para distribuirlos a sus huéspedes.

También aumentan las ofertas de ejercicio al aire libre. Algunos hoteles cuentan entre sus empleados con un 'running concierge', que acompaña a los clientes que salen a correr, llevándoles por zonas turísticas y haciéndoles absolver tablas de ejercicios TRX. Otros hoteles ofrecen 'paddle board', senderismo o tablas de ejercicios dentro de sus instalaciones. A veces tienen incluso servicio de alquiler y lavado inmediato de ropa deportiva.

Por tu cuenta

En las grandes ciudades muchos hoteles ofrecen mapas para ir a correr e información sobre carreras locales, a veces incluso con iPods y todo. Pero, ¿qué pasa cuando un hotel no tiene oferta deportiva? En ese caso, los clientes pueden hacerlo por su cuenta. Los amantes del footing disponen de aplicaciones que les permiten encontrar rutas locales, como Runkeeper o Map my Run, o con las que incorporarse a grupos locales de corredores, como Parkrun, en Reino Unido. Los que prefieren ejercicios personalizados pueden recurrir a Traze Travel, una web que ofrece una lista con las mejores aplicaciones de 'fitness' para la habitación del hotel. Y, gracias al crecimiento de la industria en torno a la salud en los viajes de negocios, se ofrece el equipamiento necesario también en tamaño equipaje, como pulseras de 'fitness', esterillas de yoga extra ligeras, podómetros y bandas de resistencia. ■

Sé bueno contigo mismo



La salud en los viajes de negocios no se limita al ejercicio del cuerpo y de la mente. La alimentación es igualmente esencial para equilibrar el estado de ánimo, los periodos de concentración y los niveles de energía. "Con frecuencia, un viaje de trabajo implica que llegas al destino habiendo bebido y comido demasiado y con falta de sueño", explica la doctora Rachel Allen, nutricionista británica. "A continuación, más comidas de negocios, en las que de nuevo se come y se bebe demasiado, nada de ejercicio y horas de estar sentados en reuniones. Y todo esto, habiendo viajado quizá a otra zona horaria", prosigue. Ella dice que la clave de un comportamiento saludable durante los viajes es hacer lo contrario de lo que hacen todos:

- **Hay que evitar comidas y bebidas** alcohólicas, cafeína, sal o azúcares añadidos antes y durante el vuelo. Así nos aseguramos de estar bien hidratados y de poder dormir profundamente.
- **Para dormir bien** es necesario incluir en nuestra dieta alimentos ricos en proteínas, como pescado, carne, huevos, frutos secos y legumbres, ya que ayudan a generar melatonina y serotonina, hormonas inductoras del sueño.
- **Estés donde estés, haz tres comidas saludables al día** (carbohidratos ricos en fibra, proteínas magras, frutas y verduras) con intervalos de entre cuatro y cinco horas.

Desayunos para potenciar el cerebro

“Los estudios demuestran que una de cada tres personas no desayuna, por falta de tiempo o apetito”, dice la nutricionista Kathy Lewis, experta de ‘Executive Travel Vitality’ en Reino Unido, quien asegura que un buen desayuno “mejora la concentración y el estado de ánimo, regula los niveles de azúcar en sangre, controla el jet lag y reduce las enfermedades cardiovasculares, la tensión alta y la diabetes. Todas estas dolencias afectan más a los trabajadores que viajan mucho que a los que están en una oficina”. Estos son los consejos de Lewis para un desayuno saludable mientras se viaja.

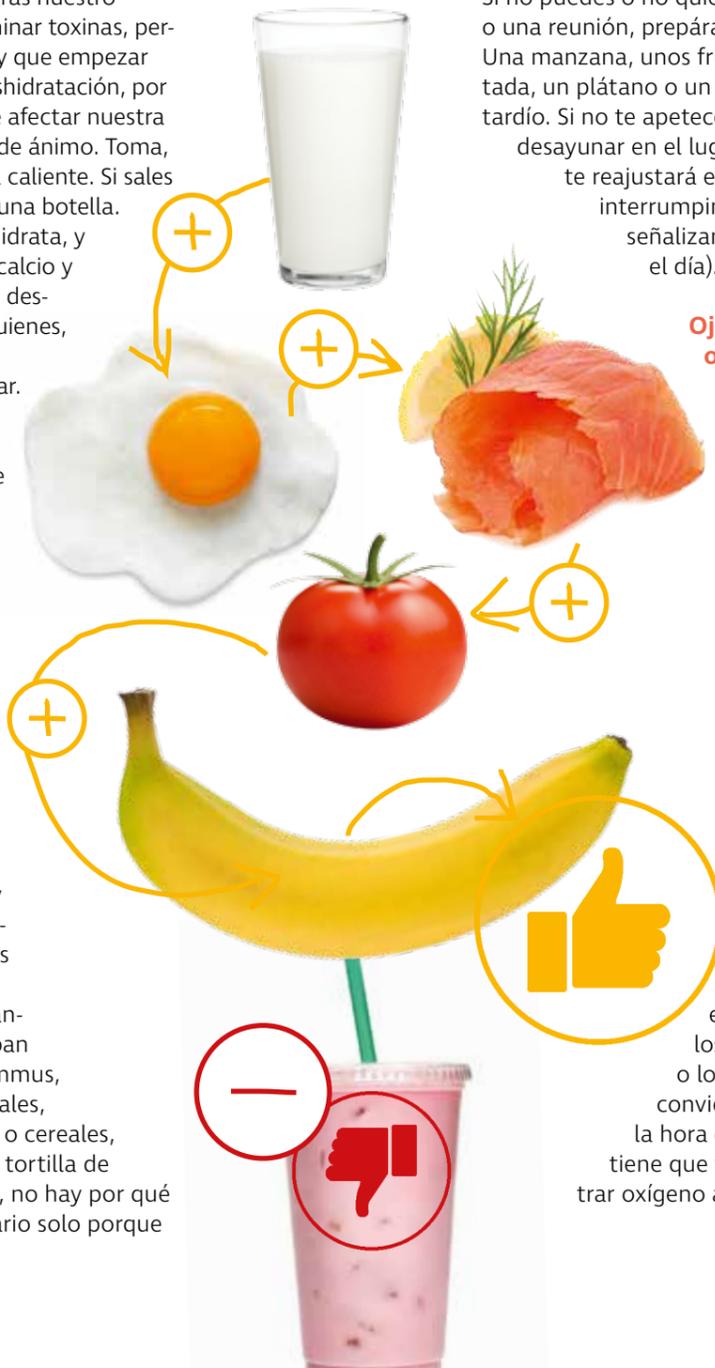
TEXTO: Vicki Sussens

Para empezar, bebe algo

Durante la noche, mientras nuestro cuerpo trabaja para eliminar toxinas, perdemos agua. Por eso hay que empezar el día con líquido. La deshidratación, por pequeña que sea, puede afectar nuestra concentración y estado de ánimo. Toma, por ejemplo, una bebida caliente. Si sales a correr, llévate algo en una botella. La leche es lo que más hidrata, y contiene además yodo, calcio y proteínas esenciales que des-cuidan con frecuencia quienes, por falta de tiempo, no acostumbran a desayunar.

El desayuno ideal

Un buen desayuno debe contener varios grupos de alimentos y proporcionar entre el 20 % y el 25 % de las necesidades nutricionales del día. Apuesta por lo integral, como avena, centeno, panes y otros cereales. Incluye además proteínas, como huevos, salmón, alubias, leche o quesos desnatados para estar saciado. Y añade fruta y verdura. Algunas combinaciones recomendables son, por ejemplo, una tostada integral con mantequilla de cacahuete, pan de pita integral con hummus, gachas con leche y cereales, yogur griego con avena o cereales, tostada con aguacate o tortilla de verduras. Pero recuerda, no hay por qué comer más de lo necesario solo porque haya buffet en el hotel.



Desayuno para llevar

Si no puedes o no quieres comer antes de un vuelo o una reunión, prepárate un desayuno para llevar. Una manzana, unos frutos secos, fruta deshidratada, un plátano o un sándwich para el desayuno tardío. Si no te apetece comer en un viaje largo, desayunar en el lugar de destino a la hora local te reajustará el reloj biológico (cuando interrumpimos el ayuno de la noche, señalizamos al cuerpo que empieza el día).

Ojo con el azúcar y la sal ocultos en los desayunos 'sanos' de moda

La mayoría de las cafeterías, supermercados y restaurantes de aeropuerto ofrecen ahora cosas tan apetecibles como yogur griego con galleta y compota de fruta. Pero sabemos también que algunas de estas cosas pueden contener entre cinco y seis cucharaditas de azúcar. Los batidos publicitados como “Detox” o “Energizer” tienen hasta 500 calorías por botella y un elevado contenido en azúcares añadidos. Controla los ingredientes si puedes, asegúrate de que el contenido en sal no supera los 0,5 gramos por 100 gramos o los 1,5 gramos por porción. No conviene consumir mucha sal a la hora de volar porque el corazón tiene que trabajar más para suministrar oxígeno a su entorno. ■

Fotos: iStock (9)



Más rutas para el Airbus A350

En 2019 Iberia tiene previsto recibir otras cuatro unidades del Airbus A350, el cuarto avión comenzará a volar en el primer trimestre de 2020. Gracias a estas incorporaciones, el A350 volará, además de a Nueva York, a otro destino en Estados Unidos, Chicago, a partir del mes de mayo.

El A350-900 es un modelo de última generación, equipado con la más moderna tecnología y diseñado para ser más eficiente y respetuoso con el medioambiente, pues consume un 25% menos de combustible y emite menos CO₂.

En la clase ejecutiva del nuevo avión los pasillos son más anchos, las pantallas individuales son de 18”, las butacas ofrecen más espacio y protección para los pies y disponen de espacios adicionales para los objetos personales, así como una luz giratoria de lectura más luminosa.

Más opciones para sus viajes internacionales

Nuevos aviones de Madrid a Nueva York con American Airlines.

Un nuevo nivel de confort entre Madrid y Nueva York (JFK) a bordo de un Boeing 777-200 de última generación a partir del 1 de abril en consonancia con la introducción del nuevo A350 de Iberia en la misma ruta.



Los vuelos de American ofrecen a los clientes tres clases de servicio: Flagship™ Business, Premium Economy y Main Cabin. Los clientes de Flagship™ Business disfrutan de una comida de varios platos acompañada de nuestros galardonados vinos, así como de almohadas y mantas creadas en exclusiva para nosotros por Casper, expertos en la tecnología del sueño. También tienen acceso en exclusiva a las salas Flagship Lounge.

Y como novedad en esta ruta, American incorporará Premium Economy, que ofrece asientos ajustables más anchos, más espacio para las piernas y reposapiés y reposacabezas ajustables.



Haga negocio con sus viajes de negocio

El programa tap|corporate en España suma ventajas para empresas.

- La empresa puede acumular saldo en euros al volar con TAP.
- El saldo podrá utilizarse para adquirir cualquier servicio TAP, incluido acceso a Salas VIP, fastrack, reserva de asientos, equipaje extra, etc.
- Los colaboradores de la empresa continuarán acumulando millas en su programa TAP Miles&GO.

Nuevas rutas y nuevas oportunidades en 2019:

Chicago, Washington y San Francisco en EEUU
Tel-Aviv, Dublín, Basilea y Nápoles en Europa.

Salidas de Madrid, Barcelona, Bilbao, Alicante, Valencia, Málaga, Sevilla, Gran Canaria y a partir de Junio también de Tenerife.