



MEMORIA MENDOZA BUREAU
ASOCIACION CIVIL
PERIODO 2012

COMISIÓN DIRECTIVA
Período 2011-2013

Presidente

Silvana Biagiotti

Vicepresidente

Pablo Arroyo

Secretaria

Beatriz Barbera

Prosecretaria

Pilar Longas

Tesorero

Santiago Alsina

Protesorero

Marcelo Rosental

Vocal Titular Primero

Jose Luis Serer

Vocal Titular Segundo

José Tapia

Vocal Suplente

Gustavo Quercetti

Vocal Suplente Segundo

Verónica Sottano

Comisión Revisadora de Cuentas

Gustavo Ledesma

Carolina Tripodi

STAFF

Estefania Peretti – Directora Ejecutiva

Fernanda Aleman - Coordinadora

Capítulo 1 - INSTITUCIONAL

Continuamos nuestra gestión desde la Asociación para el posicionamiento de Mendoza a nivel mundial con la implementación de las acciones y postulaciones concretas para afianzar a Mendoza como destino elegido de Turismo de Reuniones. Se ha continuado trabajando junto Ministerio de Turismo de Mendoza, siguiendo AOCA y participando de ferias y capacitaciones desde INPROTUR.

A- Convenio Mendoza Bureau y Ministerio de Turismo de Mendoza.

Realización del Convenio 2012 entre el Mendoza Bureau y el Ministerio de Turismo de Mendoza para la promoción del Turismo de Reuniones en Mendoza. Mendoza crece de esta manera en un trabajo comprometido entre los sectores público y privado como Sede de eventos tanto nacionales como internacionales. Dicho Acuerdo facilita la participación de las acciones promocionales determinadas por INPROTUR como Ferias, Site Inspeccion y Fam tour en la provincia así como también para las postulaciones de Mendoza en congresos, viajes de incentivos y demás eventos corporativos y de asociaciones. Lo firma la Comisión Directiva Actual y el Ministro Javier Espina.

B- Afiliación ICCA -Afiliación ICCA e I & MI MEDIA 2012

Se decidió para el año 2012 la afiliación del Mendoza Bureau a I & MI MEDIA para poder conseguir un Importante FAM TOUR que se llevo a cabo en Mendoza con profesionales del Turismo de Reuniones de todo el mundo. Fueron 20 Hosted Buyers de reconocidas empresas internacionales.

Con referencia a la Membresia ICCA, la afiliación se continuó. Esta membresia le permite al Mendoza Bureau la participación en capacitaciones internacionales con los profesionales más importantes de la industria del turismo de reuniones y su base de datos exclusiva para miembros genera contactos directos adecuados para eventos, congresos, conferencias, jornadas internacionales de acuerdo a la realidad y facilidades de Mendoza. Permite contactar a los referentes nacionales de una base de datos de asociaciones científicas, medicas, profesionales, religiosas, etc. para poder colaborar con ellos en la postulación de Mendoza para congresos nacionales e internacionales y también para que poder ayudarlos en la realización de dichos eventos consiguiendo posibilidades y oportunidades para todos los socios.

C- Sede y oficina del Mendoza Bureau

Se decidió la Sede legal de la Institución en el estudio del Contador Martín Aguirre, sita en calle Colón 531, segundo piso de la ciudad de Mendoza.

Las oficinas del Mendoza Bureau para su trabajo diario se encuentran gracias al Acuerdo firmado con el Ministerio de Turismo en el segundo piso del Centro de Congresos y Exposiciones Emilio Civit, sito en Peltier 611. Se consta de mobiliario e instalaciones para su trabajo así como también se encuentran carteles que designan la oficina. Esta ubicación es estratégica y permite un trabajo eficaz de sector público y privado.

Capítulo 2 – POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL Y COMERCIAL NACIONAL E INTERNACIONAL

2.1 Ferias en las que se participó

A- Feria Meeting Place Guadalajara-México: Olimpiadas del Turismo de México

Informe Viaje a Guadalajara – México: Olimpiadas del Turismo de México

Confeccionado por: Silvana Biagiotti -Presidente del Mendoza Bureau

Se trata de 3 eventos relacionados al turismo de reuniones, que decidieron llamarlo Olimpiadas del Turismo de Reuniones:

Meeting Professional International, los destinatarios son del segmento de Meeting Planners

Meeting Place México, expo donde se presentan destinos, proveedores, citas con hostedbuyers, a la fecha nos ha

llegado una agenda repleta con 27 citas ocupando la totalidad del tiempo de las reuniones

ARLAG 2012, .

A la llegada fui recibida personalmente en el aeropuerto por el Director del Convention&Visitors Bureau de Guadalajara Lic. Luis Felipe Nuño, quien es referenciado en el mercado mexicano como una de las personas más reconocidos y destacadas en conocimientos del turismo de reuniones en México:

Director del GUADALAJARA CONVENTION AND VISITORS BUREAU (México). Este organismo es dependiente de la Cámara de

Comercio, Turismo y Servicios de Guadalajara

Doctorado en Gestión y Desarrollo Turístico Universidad de Málaga, España Universidad de Guadalajara 2003- 2009

Certificado Diploma de Estudios No. 001728 Doctorado Tesis: "La Constelación de los Congresos y Convenciones en Viena Austria".

Master con el Titulo de Especialista en Gerencia y Dirección Hotelera Universidad Politécnica de Madrid

Como algo muy importante es para destacar que muchos de los participantes sabían de la presencia de

MENDOZA, en Guadalajara y todos cuando se presentan personas de Argentina preguntaban si eran de Mendoza. Razón por la que creo que nuestra presencia en las pocas ferias en las que hemos participado han colaborado con en el posicionamiento del nombre del Destino, lo que es muy destacable, considerando los escasos recursos aplicados, pero que son fructíferos.

Luego tuve oportunidad de participar junto al Presidente de Rosario Bureau, Miguel Harraca, como Invitados Especiales por Argentina de una conferencia de Prensa muy concurrida donde mencionaron a Mendoza y Rosario todos los medios de prensa que participaron de la misma, ya que tuvimos un lugar destacado en la misma, y todos los presidentes de los Eventos MPI, MPM y ARLAG

Informe del Presidente del Consejo Federal de Promoción Turística:

Turismo de Reuniones en México:

Industria, Estrategia, a nivel país

Ingresos Directos: 18 mil millones

Ingresos Indirectos: 32 mil millones

Tienen oficina en Bruselas para captación de Eventos, donde se encuentra el 70% de los eventos internacionales

Turismo de Reuniones es parte esencial de la estrategia de promoción

Resumen de las acciones que se realizan en México para fortalecer un Destino

Turismo de México con acciones de promoción del país.

LO PRIMERO ES GENERAR CONFIANZA, EN EL DESTINO EN SUS PROFESIONALES, SEGURIDAD

Generar
Confianza, para eso es importante ese vínculo personal, si cambian ala persona cada 8 meses, es imposible dar continuidad al plan .

Para ello hay que definir:

Dónde estamos

A dónde vamos

Inventario Infraestructura

Discusión x cluster x mercado

Situación Actual

RESUMEN DE LO MÁS IMPORTANTE EXTRAÍDO DE LA PARTICIPACIÓN EN LAS CONFERENCIAS

ELEGIR:

MERCADO GEOGRÁFICO REAL Y POTENCIAL

MERCADO TEMÁTICO REAL Y POTENCIAL

COMO NOS VEMOS COMO DESTINO

LOCAL / REGIONAL/ NACIONAL/ INTERNACIONALMENTE

CUÁLES SON LAS ASOCIACIONES EN EL DESTINO / GREMIOS FUERTES /

PETRÓLEO

GASTRONOMIA

AUTOMOTRIZ

MEDICINA

MERCADO META

Convenciones USA/ Canadá (HB, MPI, GTB, PCMA, Experient, ConferenceDirect

Asociaciones (ICCA, ASAE, PCMA) -Incentivos (Site, Maritz, BCD)

Americanas

Internacionales

Nacional

TRATO DE EMBAJADORES A NUESTROS DELEGADOS DE ASOCIACIONES: MUY IMPORTANTE

INTELIGENCIA COMERCIAL:

Research, búsquedas

Cuál es mi producto

Cuál es mi mercado

Desarrollo de Inteligencia comercial

Cuánto presupuesto tengo

Cuánto invierto en publicidad y shows

Trasparentar todo lo que hacemos,

Con cuánto personal cuento y para qué?

PUNTOS DE REFLEXION:

Habrá cambio de gobierno en mi destino?

Quiénes son los jugadores del destino?

Confianza: Hay que estar en la Ferias, tienen que conocernos, tienen que tener confianza en nosotros para mandarnos los negocios

Público o Privado

Quién es la cara del destino? CONTINUIDAD, genera confianza, personajes conocidos a nivel internacional, cara que el mercado reconoce. Eso están haciendo bien los destinos.

Cuenta con CSR (Responsabilidad social) y política verde? Hay potencial publico dispuesto a pagar más por el evento? Está

previsto, empaquetado. Vínculo cliente-comunidad local, donde se acercan las dos partes.

VINCULACION OFERTA

1.- HERRAMIENTAS DE PROMOCION: web/ campañas promoción/ manual postulaciones

2.- ALIANZAS

3.- EVENTOS Y FERIAS

4.- ROI

LINEAS ESTRATÉGICAS

1. Posicionar marca México en la industria de Reuniones Internacionales
2. Prospeccionar destinos competitivos para elevar el ranking ICCA
3. Diversificar mercados geográficos
4. Desarrollar un plan de turismo de reuniones por destino
5. Elevar la certificación de prestadores, (esenciales para que el mercado europeo nos reconozca como servicios de calidad)
6. Insistir el balance de la infraestructura (m2, cuartos, y conectividad aérea)
7. Sinergia en la industria de reuniones

PALABRAS FUNDAMENTALES

1. Confianza en el Destino
2. Continuidad en las acciones
3. Consistencia
4. Estrategia

PARTICIPACION EN RONDAS DE NEGOCIOS EN MPM (Meeting Place México)

En estas rondas tuvimos oportunidad, junto a la Sra. Subsecretaria de Promoción Turística de Mendoza, de reunirnos con compradores de eventos, meetings e incentivos del mercado mexicano y algunos del mercado norteamericano. Mantuvimos 28 reuniones y en ellas pudimos ofrecer nuestro destino, y brindarles material para que nos elijan en Argentina.

Varios de ellos concurrirán a Expoeventos, dado que hemos firmado un acuerdo con José Farreras IMI Media, quien traerá a nuestra provincia los mejores HostedBuyers que vendrán a la Argentina.

REUNIONES MANTENIDAS CON LOS CVB DE MEXICO

INFORME INTERCAMBIO ENTRE LOS BUREAUX DE MÉXICO Y ARGENTINA

México tiene 56 CVB. Todos los CVB tienen un sistema de recaudación por Fideicomiso, que oscila entre el 2% y el 3% del hospedaje y es obligatorio. Esto genera destinos más competitivos y fuertes, con la intención de generar un Bloque Latinoamericano que se promocione conjuntamente.

GUADALAJARA: Se creó el 17/06/70, tiene 42 años

Tasa que paga el pasajero: 3% -

Presupuesto: USD 5.000.000.+ otros recursos y fuentes-

Personal a cargo: 35

Integrado por 10 consejeros: 6 privados y 4 públicos

Club de productos unidos por segmentos de promoción, zonas y hoteles.

MONTERREY:

Tasa que paga el pasajero: 2% -

Presupuesto: USD 2.500.000 A 3.000.000.-

Personal a cargo: 21

PUERTO VALLARTA

Tasa que paga el pasajero: 2% -

Presupuesto: USD 3.000.000

Personal a cargo: 15

RIVIERA MAYA:

Tasa que paga el pasajero: 2% -

Presupuesto: USD 2.000.000

Personal a cargo: 30

TABASCO: □ Tasa que paga el pasajero: 2% -

Presupuesto: USD 1.000.000

Personal a cargo: 5

CHIHUAHUA:

Tasa que paga el pasajero: 2% -

Presupuesto: USD 1.700.000

Personal a cargo: 6

LEÓN:

Tasa que paga el pasajero: 2% - Mixto: municipio, Privados (40 socios) y Estado

Presupuesto: USD 1.075.000

Personal a cargo: 9

TIJUANA:

Tasa que paga el pasajero: 3% - Más antiguo desde 1966
Presupuesto: USD 1.500.000
Personal a cargo: 13 -
Conformado por 30 asociaciones +Gobierno+Cámaras

QUERÉTARO:

Tasa que paga el pasajero: 2,5%
Presupuesto: USD 1.000.000
Personal a cargo: 4

CHIAPAS

Tasa que paga el pasajero: 2,5% - 3 Años
Presupuesto: USD 1.000.000
Personal a cargo: 12
Trabajan en conjunto con las Cámaras

MEDELLÍN – COLOMBIA:

Financiado en un 70% por el gobierno y un 30% los privados
Presupuesto: USD 5.000.000 - Promocionan todo (convencional, de reuniones y ferias)
Personal a cargo: 9(3comerciales 1 en Bogotá y 2 en Colombia)
Acompañados por PROEXPORT para candidaturas que pagan esos costos

ROSARIO:

Financiado en un 70% Municipio y gobierno provincial y un 30% los privados
Presupuesto: USD 120.000 - Promocionan todo (convencional, de reuniones y ferias)
Personal a cargo: 2(3comerciales 1 en Bogotá y 2 en Colombia)
Programa Embajadores

USHUAIA:

Instituto Público con Consejo Asesor de Privados- Mixto- 7 años
Presupuesto: USD 300.000.-
Personal a cargo: 3

BARILOCHE:

Sector Privado -
Presupuesto: USD 12.000.-
Personal a cargo: 2

CORRIENTES: No tiene bureau, la estrategia por ahora el ministerio de turismo

CÓRDOBA: No brindó información porque dijo desconocer la forma de financiamiento- 5 años

VILLA LA ANGOSTURA:

Sector Privado –Socio el Estado Municipal
Presupuesto: USD 20.000.-
Personal a cargo:1

B- Encuentro de Sedes X. Bariloche

Participante: Fernanda Alemán

Mendoza Bureau representado por su Coordinadora Ejecutiva participa del Encuentro de Sedes que se realizó en Bariloche .

c- COCAL 2012 San Pedro Sula & Realización Cena Mendoza de Próximo Destino COCAL 2013.

Participante: Fernanda Alemán & Silvana Biagiotti

Mendoza Bureau participa de COCAL 2012 y junto al Ministerio de Turismo de Mendoza realizan en este marco la requerida cena del próximo destino de Cocal 2013, Mendoza.

Esta cena se realizó con éxito y contó con presentación de bailarines de Mendoza, la Reina de la Vendimia, el Ministro de Turismo, Javier Espina y una destacada muestra de gastronomía Argentina que maravillo a todos los participantes.

D- ExpoEventos 2012 y Fam Tour Mendoza I & MI Media

Mendoza Bureau presente en Expoeventos 2012

Confecionado por Estefania Peretti, Director Ejecutivo de Mendoza Bureau

Mendoza Bureau participó de la feria Internacional más importante del sector de Turismo de Reuniones en Argentina "**Expoeventos-2012**". Es el encuentro anual que nuclea a los mejores organizadores y proveedores de nuestro país, destinos nacionales e internacionales.

El Ministerio de Turismo de Mendoza, junto al Mendoza Bureau representado por Silvana Biagiotti, Presidente del Mendoza Bureau, Pablo Arroyo, Vicepresidente, socios participantes como Aymara, Hyatt, Estefania Peretti, Directora, Fernanda Alemán, Coordinadora estuvieron físicamente en el **Stand B 123**, con una excelente ubicación estratégica. Se trabajó coordinadamente y fuertemente exponiendo las potencialidades que la provincia vitivinícola por excelencia, brinda para la organización integral de Congresos Nacionales e Internacionales, Ferias y Exposiciones, Meetings e Incentivos, fortalecidos con los atractivos turísticos y aludiendo al lema "**Congresos y Eventos en la tierra del vino**".

Se contó con la presencia de la Reina de la Vendimia de Mendoza y al finalizar cada día se otorgaba a los presentes en la Feria una degustación de vinos mendocinos lo cual de manera muy comercial atraía mucha gente sobre todo a los HB internacionales que se veían tentados con los vinos mendocinos.

La presencia de 60 hosted buyers de prestigio internacional permitió al Bureau de Mendoza en ronda de negocios durante los 3 días de feriareunirse y mostrar las bondades y posibilidades de Mendoza en el turismo MICE con alrededor de 50 de ellos. La ronda de negocios fue enteramente realizada por el Mendoza Bureau, la coordinadora Fernanda Alemán y la reciente directora Estefanía Peretti llevaron a cabo reuniones representando al Bureau según los requerimientos de cada uno de los HB, lo cual permitió una red de contactos que darán la posibilidad de nuevas oportunidades de eventos, incentivos y congresos. Se realizó también un fuerte trabajo post feria con todos los contactos directos obtenidos gracias a la Ronda De Negocios. Se enviaron presentaciones de nuestro Bureau a organizadores de congresos, agencias de viajes de incentivos, grandes corporaciones internacionales que realizan reuniones internacionales para sus compañías, organizadores de eventos, etc. Se percibió un gran interés en Mendoza ya que muchos inmediatamente mostraron su agradecimiento por la información enviada y su deseo de contactar al Bureau tan pronto tengan necesidades de destinos en Argentina.

Mendoza Bureau participó también durante EXPOEVENTOS de la primera reunión de la Mesa Federal de Burós coordinada por AOCA. En esta reunión nuestra Presidente del Mendoza Bureau, Silvana Biagiotti fue seleccionada como Representante de Cuyo. Simultáneamente se realizó el Encuentro Nacional de Sedes de todos los Bureaus de Argentina con capacitaciones relativas al trabajo para bidding books y presentaciones.

E- Feria IMEX Las Vegas 2012

Mendoza Bureau presente en IMEX AMERICA Las Vegas 2012

Confecionado por Estefania Peretti, Director Ejecutivo de Mendoza Bureau

Del 9 al 11 de Octubre pasado Mendoza Bureau participó junto a 1.800 expositores de países de todo el mundo, de la feria más importante de EEUU del Sector Turismo de Reuniones, IMEX América anualmente reúne alrededor de 2.000 compradores calificados entre ellos un 80% provenientes de Norteamérica y el 20% del resto del mundo.

Dentro del stand Argentino, Mendoza Bureau fue representado por la Presidenta del Mendoza Bureau, la Silvana Biagiotti y la Directora Ejecutiva, Estefanía Peretti quienes no sólo concretaron en la Ronda de Negocios durante los 3 días reuniones con potenciales compradores sino que la presencia en el Stand generó el contacto y la posibilidad de promocionar Mendoza con prestigiosos Hosted Buyers internacionales quienes demostraron un especial interés en Mendoza como destino para sus próximos eventos o viajes de incentivos.

La Ronda de Negocios de la Feria permitió 15 Reuniones Específicas de Compradores Internacionales que eligieron Mendoza para reunirse ya que muchos se encontraban planeando en Mendoza Fan Tours para este año y el siguiente o bien querían conocer más de nuestro destino para poder organizar alguna visita por que en su mayoría ya tenían en su agenda a Santiago de Chile o Buenos Aires y querían ver la posibilidad de agregar a Mendoza a dicha agenda debido a la popularidad que Mendoza tiene por ser cuna del Vino Malbec Argentino que es conocido a nivel internacional. Las nacionalidades de los Hosted Buyers de las reuniones fueron: brasilera y americana en su mayoría, luego mexicana, colombiana, italiana, inglesa, española y canadiense.

Las reuniones se dividieron dentro del Turismo de Reuniones en:

Corporativo: con empresas y asociaciones internacionales desde laboratorios, asociación de aduaneros hasta bufetes de abogados con subsidiarias y bases en distintos lugares del mundo que buscan nuevos destinos continuamente para eventos de tipo Corporativo y que se encuentran interesados en Mendoza por ser un destino atractivo debido a su conectividad y al ser región vitivinícola.

Incentivos: Agencias internacionales DMC que buscan a DMC locales, agencias, Hoteles y sobre todo Bodegas o actividades que distingan a Mendoza y marquen la diferencia con otros destinos para poder ofrecer a sus grupos. Estos DMC planean Fam Tour para poder agregar a Mendoza como posible destinación para sus grupos en su mayoría de alto target.

La participación en la Feria y el Stand también nos proveyó de un listado de más de 360 contactos que fue enviado sólo a quienes participaron de la feria y el stand de Argentina. Estos contactos- Hosted Buyers pasaron y visitaron el Stand de Argentina por estar interesados en el país, por tener reuniones con cualquiera de los privados o de los distintos destinos que se encontraban dentro del stand o bien por que participaron de las exposiciones que realizó durante los tres días IMPROTUR promoviendo Argentina en general como destino de Turismo de reuniones. Fue muy positivo esta acción de Improtur porque nos permitió una mayor cantidad de contactos que luego de las distintas presentaciones de Argentina querían conocer más de algunos destinos.

La acción de Mendoza Bureau post Feria para poder evaluar completamente la misma será la de contactar a todos los Hosted Buyers y realizar un seguimiento minucioso y comercial para conseguir posibilidades concretas para Mendoza.

F- Encuentro ICCA 2012

Reporte 51th ICCA Congress San Juan Puerto Rico Confeccionado por Diego Lovello.

Representantes Argentina: Buenos Aires: Pablo Sismanian, (Inprotur), Mercedes Lanzani, Delfina Canton (Uniline Exhibitions), Mariano Castex (MCI, Miembro del directorio de ICCA), Monica Maturano (Buenos Aires Bureau de Congresos), Sofia Ganduglia (Secretaria de Turismo Buenos Aires), Juan Jose (Eurotour), Mariano Arriete (La Rural), Valeria Mendez (Secretaria de Turismo Mar del Plata), Mariana Pando (Messe Frankfurt). Mendoza: Diego Lo Bello (Bureau de Congresos Mendoza). El Congreso se desarrolló íntegramente en el Centro de Congresos de San Juan de Puerto Rico con una asistencia de más de 700 participantes. Centro de Convenciones

1ra Jornada, Sábado 20 de Octubre.

Esta primera y breve jornada está diseñada básicamente para los que asisten al Congreso por primera vez, First Time Attendees Introduction Programme. En esta jornada no se transmiten contenidos sino que es de carácter motivacional para quienes participan del congreso por primera vez. Si bien era nuestra segunda edición participé de esta charla.

2da Jornada, Domingo 21 de Octubre.

Asistimos a la primera sesión de nuestro sector, Destination Marketing Sector, la misma con carácter de introductoria se presentaron a los miembros del directorio que representan a nuestro sector donde principalmente se presenta la propuesta y fundamentos un incremento de 2.1% en el valor de las

membresías. Esto será más adelante aprobado en la asamblea general a través de votación de todos los asistentes al Congreso. Entre otras una de las principales acciones a futuro es la apertura de oficinas de ICCA en África y en Medio Oriente.

Además se realizan presentaciones de diferentes Alianzas de Bureaus del mundo, que asociándose buscan sinergiar energías en general en torno al concepto de "coopetición" (colaboración with the competition). Las presentaciones estuvieron a cargo de FCCI (Future Convention Cities Initiative), Global Science Convention Alliance, Energy Cities Alliance y Best Cities Alliance. Esta última formada por Vancouver, Edimburgo, Copenhague, San Juan de Puerto Rico, Dubai, Berlin, Houston, Cape Town, Melbourne y Singapur resultó ser la más interesante en mi opinión. Utilidad Marginal 90 92 Costos Fijos 80 80 Ganancia 10 12 (aumento de un 20% en la ganancia) Un aumento de un 2% en el precio puede representar un 20% de aumento en nuestras utilidades. Posteriormente asistí a "Times of turbulence are always the best times, because everything changes". Resumidamente fue una charla de los efectos de la crisis mundial en diferentes regiones y ciudades y como la industria de los eventos puede adaptarse para seguir atrayendo Congresos. Luego asistí a la reunión del Capítulo Latinoamericano, donde entre otras cosas se menciona a todos los miembros de la realización de Cocal y donde pude muy brevemente explicar el porqué de las fechas en Marzo y de la posibilidad de los asistentes de participar de la fiesta de la Vendimia en la noche previa al inicio del congreso. Pude observar mucho interés de representantes de Brasil, Colombia, Puerto Rico entre otros, todos con muchas intenciones de asistir por lo que se puede anticipar una gran concurrencia a Mendoza. También demostrando interés en nuestros atractivos turísticos. Luego se realizó la Asamblea General con votaciones varias entre ellas el aumento del Membership fee en un 2.1% anual.

3ra Jornada, Lunes 22 de Octubre.

Esta jornada estuvo principalmente orientada en lo particular al entrenamiento en la Base de Datos de ICCA, primero asistiendo a clases grupales y luego a un entrenamiento individual. Todo lo aprendido será compartido y transmitido a nuestra Directora para que a partir de esto se pueda de inmediato comenzar a realizar búsquedas en la Base de Datos y así aprovechar este recurso que ICCA nos provee. Particularmente estaré disponible para cualquier tipo de consultas respecto a esto. Reunión con el capítulo Latinoamericano.

4ta Jornada, Martes 23 de Octubre.

La primera sesión fue "Models for structuring city convention bureaus and other destination marketing organizations" donde se presentaron tres casos en particular, Bureau de Oslo o "Visit Oslo", Toronto y Kuala Lumpur. Esto a mi entender es una de las principales áreas donde el Bureau de Mendoza debe trabajar. Es bueno y muy importante saber que no hay Bureau en el mundo que no tenga o haya tenido dificultades para financiarse. Los ejemplos son infinitos y las situaciones particulares de cada ciudad en ocasiones se pueden asimilar mucho a la nuestra y a nuestro entorno. Varios bureaus también han sufrido cambios drásticos en sus estructuras de financiamiento debido fundamentalmente a cambios en políticas públicas que obligan a los bureaus a buscar alternativas para seguir subsistiendo. Conceptos a destacar y para evaluar de nuestra parte serían: Room tax. Existen en el mundo de los más variados ejemplos y modelos, lo más interesante y considero IMPORTANTE para trabajar en esta dirección es el ejemplo de Toronto, y que también siguen otras ciudades. Ellos específicamente NO LLAMAN a esto room tax, **o impuesto**, sino que lo llaman Destination Marketing Fee, o Arancel de Promoción del Destino. Esto principalmente motivado porque en otras ciudades ya tuvieron los problemas relacionados con cambios de autoridades de gobierno quienes sin mediar negociación cambian sus políticas respecto al room tax y comienzan a utilizar los fondos recaudados para otros fines y no para los que estaba previsto y creado, perjudicando así gravemente a los Bureaus y organizaciones que utilizamos estos fondos de promoción.

El cobro de un porcentaje de arancel a cada hotel por las noches producidas a través de un congreso. Este es el caso de Barcelona que obtiene

solo un 2% de financiamiento público y el resto de parte de los privados. En su caso aplican un arancel de un 2% sobre las noches de alojamiento producidas a cada hotel. El Bureau de Puerto Rico posee un presupuesto de usd 5 millones por año, recibiendo solo el 30% de lo que se recauda a través de los room tax. El modelo de Oslo, a mi entender ejemplar, ya que funcionan desde 1929 y en el año 1992 el gobierno les cortó casi en su totalidad el financiamiento que recibían. A partir de allí se transformaron en una S.R.L con socios accionistas y el gobierno dejó de tener participación en

la estructura del Bureau. Hoy en día se financian en un 48% a través de tasas municipales, un 22% con membresías de los socios, y un 30% con actividades que ellos mismos organizan.

El beneficio es que no tienen que estar persiguiendo al gobierno para financiarse y la relación que tienen es empresarial y no política con el mismo. La contra es que aún dependen en un 50% de dineros provenientes del gobierno y la incertidumbre que esto produce. Posterior a esto asistí a la charla de "How to find events

you never knew existed” donde principalmente se comentan casos de eventos de Asociaciones muy poco comunes y que generan eventos de gran envergadura. En la noche fue la Cena de Gala.

5ta Jornada, Miércoles 24 de Octubre.

Atendimos a la sesión plenaria donde un Gurú de Price WaterhouseCoopers disertó sobre como deberán ser las ciudades del futuro. Posteriormente atendí a las sesiones de “Dealing with an overload of RFP’s” y “How to apply Social media to destination Marketing” Luego se realizó la ceremonia de cierre donde se realizó una presentación de del destino del próximo congreso Shanghai.

Conclusiones

Fue muy importante el haber participado, este año solo Mar del Plata y Mendoza estaban presentes representando ciudades aparte de Buenos Aires. Considero que Mendoza se está posicionando muy bien como destino en Argentina y Sudamérica, nuestros atractivos turísticos son muy bien apreciados lo que hace nuestra ciudad también muy atractiva a nivel continental y también Internacional. Se hizo contacto con la Directora del Bureau de Cape Town, otra de las Great Wine Capitals con quien estuvimos conversando para realizar eventos no tradicionales en torno a la gastronomía y vino. Mostró mucho interés en esta idea y en la posibilidad de que contemos con apoyo de ICCA para la realización y difusión del mismo. Además siendo Cape Town parte de la Alianza de “Best Cities” también mostró interés en que Mendoza sea miembro de esta Alianza. La información para seguimiento será transferida a nuestra Directora. Refuerzo al igual que en la edición anterior la importancia de la utilización de la Base de Datos, es vital para nuestro crecimiento. Todos los conocimientos adquiridos serán transmitidos a nuestra Directora para lograr una mejor utilización de esta herramienta. Si bien no pudimos participar del Business Exchange, donde se intercambian leads de Congresos, logramos obtener un contacto de un posible congreso la cual se le dará seguimiento de inmediato. En mi opinión es vital que de participar en algún futuro congreso ICCA sea excluyente nuestra participación del Business Exchange donde realmente se pueden traer posibilidades concretas de negocio a nuestra provincia.

G- Feria ICOMEX 2012

Informe ICOMEX 2012

Confeccionado por Fernanda Aleman, Coordinador de Mendoza Bureau

Mendoza Bureau junto al Ministerio de Turismo de Mendoza participó por segunda vez consecutiva de la feria ICOMEX 2012 del 7 al 9 de

noviembre en el centro de exposiciones WTC de la Ciudad de México. ICOMEX es la plataforma que une a los expertos en Turismo de Reuniones con los principales compradores del sector MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) para generar networking y el cierre de nuevos negocios. Dicha feria contó con un área de exposición de 5.546 m² con más de 150 stands entre ellos la presencia de Argentina a cargo de INPROTUR con un imponente stand donde Mendoza Bureau tuvo su espacio junto a los destinos Buenos Aires, Ushuaia y Bariloche representados por sus respectivos Bureaux. A diferencia del año anterior, y con una notable mejora en la coordinación de reuniones, los compradores debían acercarse al stand argentino para concretar su reunión de 30 minutos de duración. Mendoza Bureau tuvo 3 días de agenda plena de citas (en el horario de feria, 10am a 6pm) con importantes compradores de USA, Europa y Latinoamérica. Agencias de incentivos, empresas y agencias de viajes, organizadores de eventos y congresos, responsables de marketing y relaciones públicas, agencias de publicidad y directivos de importantes empresas internacionales quienes tienen la responsabilidad de elegir entre diversos destinos para realizar sus acciones de marca y convenciones, estuvieron presentes en ICOMEX y en el stand mendocino para conocer nuevas oportunidades de negocios.

Dicha exposición es la más importante de México y muy reconocida en Latinoamérica en materia de viajes de incentivo, reuniones y eventos.

Año a año expositores e importantes compradores concretan reuniones para descubrir nuevos horizontes donde realizar sus eventos, como así también aprender sobre las últimas tendencias en la industria del Turismo de Reuniones. Con una importante presencia en el stand Argentino, Mendoza fue uno de los destinos mas consultados por prestigiosos compradores internacionales quienes demostraron un especial interés en nuestra provincia como destino M.I.C.E, para la realización de eventos corporativos, bodas e incentivos en su gran mayoría. Se concretaron alrededor de 35 reuniones entre agenda de compradores ya programada y aquellos interesados que concurrían al stand, mayormente provenientes de USA, MEXICO y BRASIL.

Priorizaron entre las consultas e intereses sobre nuestro destino, sedes de eventos para bodas de entre 100 y 150 personas, eventos corporativos de diversas dimensiones, grupos de incentivos, alojamientos boutiques (casonas, bodegas, petit hoteles, circuitos de spa, et c). Asimismo generó mucho interés sobre todo en la prensa la realización del congreso Cocal 2013 en marzo, solicitando información sobre el mismo y planeando no solo la cobertura y promoción previa del Congreso mediante notas y avisos sino también el interés de algunos grupos de poder combinar la asistencia a dicho congreso con un pre o post tour. Se brindó información sobre Cocal 2013 a los medios Mas Expos (México), Empresas & Eventos (Peru), Noti Turismo (Mexico) y Revista Eventos y Turismo de Reuniones (Argentina), quienes realizarán una promoción del congresos en sus respectivos medios gráficos y digitales como así también una cobertura post congreso en caso de poder asistir al mismo.

H- XIV Encuentro de Sedes Jujuy 2012

Mendoza Bureau presente en EIBTM BARCELONA 2012
Confeccionado por Estefania Peretti, Director Ejecutivo de Mendoza Bureau

Mendoza Bureau participó con la presencia de la Sra. Presidente del Mendoza Bureau, Silvana Biagiotti, y la Directora Ejecutiva Estefania Peretti conjuntamente con el Ministerio de Turismo de la provincia representado por la Sra. Subsecretaría de Promoción Turística, Alejandra Rapacioli y la Directora del Centro de Congresos y Exposiciones, M. Flor Destefanis d el XIV Encuentro Nacional de Destinos Sede de Eventos en Jujuy.

El mismo fue oficialmente inaugurado con la presencia del ministro de Turismo de la Nación, Enrique Meyer, y autoridades de INPROTUR y AOCA, participaron destinos y bureaus de toda Argentina. El encuentro se desarrolló en tres partes siendo la primera las Rondas de Negocios donde se debatió sobre la actualización de los lineamientos del Plan de Marketing 2012-2016 y se contó con la presencia de Arnaldo Nardone, Presidente de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones cuyos lineamientos fueron muy interesantes como capacitación; la segunda, fue una reunión con los referentes del Observatorio Económico del Turismo de Reuniones con el fin de concientizar sobre la importancia de las mediciones y las estadísticas ; y la tercera y última parte, fue el tradicional Espacio de Intercambio entre destinos. Antes del intercambio como último tema se mencionó el Calendario de Improtur para Turismo de Reuniones 2013.

I- Feria EIBTM 2012

Mendoza Bureau presente en EIBTM BARCELONA 2012
Confeccionado por Estefania Peretti, Director Ejecutivo de Mendoza Bureau

Mendoza Bureau participó de la Feria más Importante de Turismo de Reuniones junto a más de 3.100 Expositores Internacionales y un total de alrededor de 15.200 profesionales de la industria de todo el mundo que visitaron Barcelona y la Feria los días 27, 28 y 29 de Noviembre pasado. La participación fue dentro del stand de Argentina de la mano de IMPROTUR, Mendoza estuvo representado por la Cdora Alejandra Rapacioli, Subsecretaria de Promoción Turística y el Mendoza Bureau por la Directora Ejecutiva, Estefanía Peretti. Debido a la importancia de esta Feria dentro del Stand se encontraban representados los siguientes destinos: Buenos Aires Ciudad, Buenos Aires Provincia, Buenos Aires Bureau, Ushuaia, Foz de Iguazú Bureau, Córdoba Bureau, Vi Ila La Angostura Bureau y Salta Bureau. El booth estuvo compuesto también por más de 20 privados entre Hoteles, Agencias de Turismo y afines. Así como también se contó con la presencia de autoridades y representantes de la Cámara Argentina de Comercio, AOCA y por supuesto IMPROTUR. La Ronda de Negocios concretó 20 Reuniones durante los 3 días con potenciales Hosted Buyers y Asociaciones Internacionales que se encontraban especialmente interesados en Mendoza para la realización de Corporativos, Congresos o Viajes de Incentivos. También la presencia en el Stand generó el contacto y la posibilidad de promocionar Mendoza con Hosted Buyers que provenían de reuniones de los demás destinos, traídos por IMPROTUR o con que pasaron por el Stand para conocer las facilidades de Argentina y por lo tanto de Mendoza. La participación en

la Feria por el trabajo Previo del Mendoza Bureau con todos los contactos de su base de datos permitió reuniones con Hosted Buyers y Asociaciones aparte de la Ronda y una **PRESENTACION GRUPAL con más de 15 Operadores Turísticos de Brasil que se encontraban interesados en Mendoza.** Desde el Mendoza Bureau debimos pedir al Improtur las instalaciones para una exposición grupal de solamente Mendoza ya que fue el único Destino con una presentación de este estilo. También destacamos la importancia que se percibe que Mendoza se encuentra teniendo en Turismo de Reuniones ya que después de Buenos Aires fuimos el destino más consultado y con más reuniones si lo comparamos con el resto de los destinos de Argentina. La participación en la Feria y el Stand también nos proveerá de un listado por medio de IMPROTUR de todos los contactos que pasaron por el Stand de Argentina ya sea por estar interesados en el país, por tener reuniones con cualquiera de los privados o de los distintos destinos o bien por que participaron de las exposiciones que realizó durante los tres días IMPROTUR promoviendo Argentina en general como destino MICE. Mendoza participó en el marco de EIBTM invitado por la Cámara Argentina de Comercio, el Instituto Nacional de Promoción Turística y la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones y Congresos, con el Auspicio del Programa AI-Invest de la Comisión Europea, del Seminario "*Claves para sobrevivir exitosamente a los constantes cambios del turismo de reuniones*" a cargo de Alejandro Verzoub, Presidente de Society of. Incentive & Travel Executives (SITE) y luego de una Cena para todos los asistentes al Seminario. Como parte de ICCA durante la Feria también se participó del Coctel ICCA que se realizó en el Stand de ICCA de EIBTM 2012, lo cual permitió el contacto con otros miembros de ICCA y la promoción a COCAL 2012. También como medida de promoción a COCAL se visitaron todos los stands de Latinoamérica dejando flyers del Encuentro próximo a realizarse en Mendoza. Destacamos dentro de las reuniones una con la Comisión Organizadora del Congreso de Ingenieros Geocientíficos quienes se encuentran interesados en Mendoza y es una postulación segura para 2013 o 2014 trayendo más de 100 participantes. Seguiremos el contacto y tan pronto confirmen sus requerimientos para el mismo solicitaremos las cotizaciones acordadas. También fuimos consultados por un corporativo muy importante de Telefónica que se realizará en Mendoza y dos importantes congreso y evento corporativo de Radiology Internacional y de Biolab Sanus que han escogido Mendoza para próximos eventos. Sin mencionar todo el resto de reuniones vinculadas a Turismo de Incentivos principalmente y los más de 15 Operadores de Brasil que se encontraban focalizados en incluir Mendoza como destino. La acción de Mendoza Bureau post Feria será la de seguir muy de cerca a todas las posibilidades arriba mencionadas y otras que se han presentado gracias a esta feria. Contactando a todos los Hosted Buyer y Contactos de Asociaciones para poder concretar así posibilidades para todos los socios.

2.2 Debajo listado de Sites Inspections Realizados en Mendoza

A- Sites Inspections COCAL 2013

Se realizaron dos Sites de directivos que concurrieron a Mendoza para analizar las opciones de hotelería y locaciones para el desarrollo de COCAL 2013, desarrollándose satisfactoriamente.

B- Site Inspection: Mundial Ondas de Choque y Congreso Internacional Hombro y Codo

Se realizó por parte de directivos internacionales y nacionales de la institución que los nuclea, quienes concurrieron a Mendoza para analizar las opciones de hotelería y locaciones para el desarrollo de dos congresos en nuestra ciudad para 2014 y 2015, desarrollándose satisfactoriamente.

C- Site Inspection. Incentivos Canada/USA.

Visitaron Mendoza dos empresas de Viajes de Incentivos de Canadá y USA en búsqueda de conocer las facilidades de Mendoza en Hotelería y Bodegas. Se realizó muy favorablemente.

2.3 Postulaciones realizadas

A- VIII ENCUENTRO 2015 LATINOMERICANO DE CONVENTIONS AND VISITORS BUREAUS- CVB ´S

B- CERTAMEN PANAMERICANO IBA 2015 EN MENDOZA.

C- -CONGRESO INTERNACIONAL GERMANO - ARGENTINO DE CIRUGIA Y REHABILITACION 2014

D- -CONGRESO MUNDIAL DE LA SOCIEDAD INTERNACIONAL DE ONDAS DE CHOQUE 2015

Capítulo 3 – GESTIONES DIRECTAS

A- Congreso Nacional de Calidad Turística.

El Congreso de Calidad Turística Nacional de 2012 estaba programado para realizarse en Córdoba, pero por problemas políticos se cambió la sede a San Rafael. El ministro de Turismo de Mendoza, Javier Espina mostrando su apoyo a la gestión del Mendoza Bureau. Decidió que nuestra entidad fuera un "administrador" de los recursos para la realización de este Congreso". Este congreso se realizaba con aporte nacional y provincial. El Bureau recibirá un subsidio por ser administrador de \$ 500.000 (quinientos mil pesos) y se encargó de pagar todos los proveedores de San Rafael y Mendoza involucrados en la realización del Congreso de Calidad. Esta gestión dejará al Mendoza Bureau entre 50 y 70 mil pesos para la institución. Se informó que aún el Mendoza Bureau no recibe el subsidio para el pago de proveedores ni tiene el resto correspondiente, pero se obtendrá en breve ya que se realizaron rendiciones correspondientes a Nación.

B- Organización de COCAL 2013 en Mendoza junto a AOCA y Ministerio de Turismo de Mendoza

Se realizó del 4 al 8 de marzo COCAL 2013 en Mendoza. Postulación conseguida por al gestión anterior del Mendoza Bureau pero fue llevada a cabo gracias a la gestión de la comisión presente que pudo concretar el apoyo del Ministerio de turismo de Mendoza. Este congreso se realizó con el trabajo del Mendoza Bureau, Ministerio de Turismo de Mendoza y AOCA. La Presidente del Mendoza Bureau fue la OPC a cargo del mismo, brindando sus servicios AD HONOREM.

La realización de este evento en Mendoza tuvo importancia y trascendencia internacional y contó con la oportunidad de incluir una repetición de La Fiesta de la Vendimia de Mendoza.

C- Plan estratégico

Se continúa y actualiza el plan estratégico 2011-2013.

D- Incorporación de Nuevos Socios

Se trabaja desde comisión directiva para la incorporación al Mendoza Bureau de nuevos socios y se amplía las categorías de los mismos incorporando Bodegas, Transportes y Centros Comerciales.

E- Selección de Staff

Se comienza la búsqueda y proceso de selección de una Directora Ejecutiva para el Mendoza Bureau.

Luego de haber cumplimentado los pasos necesarios y luego de un exhaustivo análisis de los curriculums vitae recibidos se contrata a la MIB Estefania Peretti.

Silvana Biagiotti
Presidente Mendoza Bureau