

2018

OCTUBRE / DICIEMBRE

NotiTur

ACTIVIDADES DE
AMDETUR

ÓRGANO INFORMATIVO DE LA ASOCIACIÓN MEXICANA DE
DESARROLLADORES TURÍSTICOS, A.C.

OPINIÓN

TECNOLOGÍA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

AMDETUR

CONCLUYE EL 3^{ER} MÁSTER
EN COMERCIALIZACIÓN
AMDETUR-ACOTUR 2018

ESTUDIOS

SE PRESENTA EL PRIMER LIBRO
DE TIEMPO COMPARTIDO
EN MÉXICO

NEGOCIOS

¿CUÁLES SON LAS INDUSTRIAS
MEJOR RANKEADAS EN
TÉRMINOS DE LA EXPERIENCIA
DEL CLIENTE?

 **AMDETUR**



MÉXICO

en las Grandes Ligas
El Turismo como Plataforma de
Liderazgo y Desarrollo.

21, 22 y 23 de mayo 2019
Mazatlán International Center,
Mazatlán, Sinaloa

MEXICO

in the Big Leagues
Tourism as Platform of
Leadership and Development.

May 21st, 22nd & 23rd 2019
Mazatlán International Center,
Mazatlán, Sinaloa



20 de mayo | May 20th



23 y 24 de mayo | May 23rd & 24th



2019 AMDETUR Awards "La Palmera de Oro"

www.amdetur.org.mx

[/amdeturmex](https://www.facebook.com/amdeturmex) [@AMDETUR](https://twitter.com/AMDETUR)



CONTENIDO

OCTUBRE / DICIEMBRE 2018

- 03 **EDITORIAL**
MENSAJE EDITORIAL
EL Ing. Fernando Azcona toma la palabra y nos habla de los retos y oportunidades de nuestro organismo.
- 04 **AGENDA**
ACTIVIDADES DE AMDETUR
Las actividades de AMDETUR llevadas a cabo de septiembre a diciembre de 2018.
- 12 **AMDETUR**
CONCLUYE EL 3er MÁSTER EN COMERCIALIZACIÓN AMDETUR-ACOTUR 2018
Participaron alumnos y docentes provenientes de importantes universidades y países latinoamericanos.
- 15 **EDUCACIÓN**
INFORME DEL AVANCE DE LOS TRABAJOS DE REMODELACIÓN DEL LABORATORIO DE HOSPITALIDAD "RICARDO MONTAUDON CORRY" DEL CONALEP PLANTEL ÁLVARO OBREGÓN I
- 16 **NEGOCIOS**
¿CUÁLES SON LAS INDUSTRIAS MEJOR RANKEADAS EN TÉRMINOS DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE?
Los analistas económicos han determinado que vivimos en la era del cliente.
- 20 **OPINIÓN**
TECNOLOGÍA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA
La robótica y la inteligencia artificial constituyen los nuevos productos y servicios del sector.
- 23 **INDUSTRIA**
INTERVAL INTERNATIONAL CELEBRA VIGÉSIMO ANIVERSARIO DE CONFERENCIA DE INVERSIÓN EN PROPIEDADES COMPARTIDAS
- 27 **INDUSTRIA**
SE PRESENTA EL PRIMER LIBRO DE TIEMPO COMPARTIDO EN MÉXICO
El autor, Carlos Trujillo Balmaseda, abre la posibilidad de contar con una fuente de información sobre el tema.
- 28 **INDUSTRIA**
RCI PRESENTÓ CON GRAN ÉXITO UNA EDICIÓN MÁS DE LASOS - THE LATIN AMERICAN SHARED OWNERSHIP SUMMIT 2018

NotiTur

 **AMDETUR**
Asociación Mexicana
de Desarrolladores Turísticos

DIRECTORIO AMDETUR

SECRETARIO	Fernando Azcona Lizárraga TAFER Resorts
VICEPRESIDENTE	Felipe Ramírez Gutiérrez Grupo Vidanta
TESORERO	Gerardo Rioseco Orihuela Posadas/ PROVAC
PRESIDENTE EJECUTIVO	Carlos Trujillo Balmaseda
VOCALES	Carlos Berdegué Sacristán El Cid Vacation Club Rodrigo de la Peña Segura Original Group Jorge Herrera Rivadeneyra Unlimited Vacation Club Carmen Carballido Starwood Vacation Ownership Carlos Vázquez Zepeda Grupo Solmar Marcos Agostini Interval International Fernando González Ortega Marival Group Alberto Coppel Tirado Grupo Pueblo Bonito Rosario Rodríguez Rojo Royal Holiday Kemil Rizk Aziz Royal Resorts Francisco Medina Elizalde Grupo Hotelero Santa Fe
DIRECTORA	Rosa de Jesús Lugo Dorantes

DIRECTORIO NOTITUR

SECRETARIO	Fernando Azcona Lizárraga TAFER Resorts
VICEPRESIDENTE	Felipe Ramírez Gutiérrez Grupo Vidanta
PRESIDENTE EJECUTIVO	Carlos Trujillo Balmaseda
EDITOR	Paul Sánchez Acosta
DISEÑO	Eduardo Maldonado eduardomaldonado.me
PUBLICIDAD	Paul Sánchez Acosta paul.sanchez@amdetur.org prensa@amdetur.org.mx

ASOCIACIONES LOCALES

Asociación de Clubes Vacacionales de Quintana Roo, A.C. (ACLUVAQ), Asociación de Complejos Vacacionales y Turísticos A.C. (ACOTUR), Asociación de Desarrolladores Turísticos de Manzanillo y La Costa Alegre, A. C. (ADETUMAC), Asociación de Desarrolladores y Promotores Turísticos de Tiempo Compartido, A.C. (ADEPROTUR), Asociación Sudcaliforniana de Desarrolladores de Tiempo Compartido, A.C. (ASUDESTICO), Asociación de Promotores de Clubes Vacacionales del Estado de Guerrero, A.C. (ASPROCLUB), Asociación de Clubes Vacacionales de Sinaloa, A. C. (ADTIC), Asociación de Desarrolladores y Operadores Turísticos de Ixtapa y Zihuatanejo, A. C. (ADOTIZ).



Si desea recibir la versión electrónica de Notitur, en español o inglés, solicítela a: paul.sanchez@amdetur.org.mx o descárguela directamente en: issuu.com/notitur/

Notitur es una publicación trimestral, editada por la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos, A.C. (AMDETUR), WTC, Montecito # 38, Piso 32, Oficinas 11 – 14, Col. Nápoles, Ciudad de México 03810, Teléfonos: (55) 5488 2028 al 31, cuyos registros son: Certificado de Licitud de Título No. 3856, de fecha 19 de abril de 1989. Certificado de Licitud de Contenido de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas No. 3172 de fecha 19 de abril de 1989. Número de Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor, Secretaría de Cultura: 04-2017-040715345500-203.

AMDETUR no se hace responsable por los anuncios y publirreportajes publicados en Notitur. En Notitur cumplimos con el tratamiento de datos personales, de acuerdo con la Ley Federal de Protección de Datos en Posesión de Personas Particulares. Para mayor información sobre este tema favor de visitar nuestra página en internet: www.amdetur.org.mx

MENSAJE EDITORIAL

Estimados lectores, es un gusto saludarlos. Sin duda 2018 significó un año de retos y oportunidades para nuestro organismo, pero también de gran tristeza por la pérdida de un gran líder y amigo de la industria, el Lic. Ricardo Montaudon Corry, nuestro Presidente del Consejo Directivo. Descanse en Paz.

La industria turística en México ha demostrado ser un pilar de nuestra economía, tan solo en el primer semestre de 2018, la expectativa en el arribo de turistas internacionales según cifras de la Secretaría de Turismo del gobierno de la República, será que alcanzaremos los 42 millones de visitantes extranjeros para el cierre del año. Esto nos indica que nuevamente el turismo sigue siendo un detonador de desarrollo y crecimiento económico para nuestro país. El sector del Tiempo Compartido y la Propiedad Vacacional, no es la excepción ya que seguimos con una tendencia positiva de evolución y crecimiento sostenido como ha sido en los últimos años.

Por lo anterior, en 2019 debemos sumar esfuerzos para que continuemos con el dinamismo que hemos venido observando en años anteriores. Los retos y objetivos que nos fijemos para un futuro inmediato, deben estar bien definidos con ideas frescas siempre con una visión innovadora.

Los invito a participar en XXXIII Convención & 29ª EXPO AMDETUR 2019 "México en las Grandes Ligas - El Turismo como Plataforma de Liderazgo y Desarrollo" la cual llevamos

a cabo los días 21, 22 y 23 de mayo de 2019 en el Mazatlán International Center, en Mazatlán Sinaloa.

En nuestro magno evento que hacemos año con año, tendremos una serie de actividades enfocadas a la labor social, la capacitación y el desarrollo de nuestra industria.

Primeramente, llevaremos a cabo el día 20 de mayo en las instalaciones del campo del golf El Cid, el 1er Torneo de Golf Comunidad AMDETUR cuyo objetivo es recaudar fondos para el Laboratorio de Hospitalidad "Ricardo Montaudon Corry" del CONALEP Álvaro Obregón I. Adicionalmente, en coordinación con la Asociación de Clubes Vacacionales de Sinaloa tendremos el 2º Foro del Pacífico de Mercadotecnia y Ventas, enfocado a los profesionales que laboran activamente en el sector del Tiempo Compartido y la Propiedad Vacacional.

Como cada año tendremos nuestro tradicional Programa de Vinculación Universidad-Empresa y nuestro Coctel de Gala con motivo de la Entrega de Premios La Palmera de Oro 2019.

Estamos seguros que nuestra Convención 2019 y los eventos que tendremos de manera alterna y conjunta, serán todo un éxito siempre, con la participación de toda nuestra industria.

Les deseo una FELIZ NAVIDAD y un PROSPERO 2019 lleno de armonía y trabajo.

Muchas Felicidades.

ING. FERNANDO AZCONA LIZÁRRAGA

SECRETARIO DEL CONSEJO DIRECTIVO

ACTIVIDADES DE AMDETUR

SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2018



4 de Septiembre

VISITA DE INSPECCIÓN A LOS RECINTOS DE LA SEDE DE NUESTRA CONVENCIÓN 2019

Mazatlán International Center, Teatro Ángela Peralta, Plazuela Machado y Campo de Golf El Cid.



10 de Septiembre

PANORAMA DEL TURISMO EN MÉXICO Y EL MUNDO

Impartido por Lic. Carlos Trujillo Balmaseda, Presidente Ejecutivo de AMDETUR, dándose inicio a nuestro 3^{er} Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



5 de Septiembre

1ª SESIÓN ORDINARIA DEL COMITÉ CONSULTIVO NACIONAL DE NORMALIZACIÓN TURÍSTICA DE LA SECTUR

Encabezada por el Subsecretario Salvador Sánchez.



10 de Septiembre

BECA INTERVAL INTERNATIONAL

Otorgada a Yahaira Mishelle Chikani de la Universidad La Salle Cancún para cursar el 3^{er} Máster en Comercialización.



10 de Septiembre

FORO NACIONAL DE TURISMO. SUSTENTABILIDAD EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA



12 de Septiembre

BUSCA EMPLEO Y CONÉCTATE AL TURISMO

Presidida por el Secretario de Turismo, Mtro. Enrique De la Madrid Cordero y José Manuel López Campos, presidente de Concanaco Serytur.



12 de Septiembre

BECA ROYAL HOLIDAY Y BECA ACOTUR

Otorgada para cursar el 3er Máster en Comercialización a exalumna de la Universidad La Salle Cancún.



12 de Septiembre

PERFIL DEL COMPRADOR MEXICANO

Tema impartido por Guillermo Dávila en el 3er Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.

PERFIL DEL COMPRADOR EXTRANJERO

Tema impartido por Manuel Palomera en el 3er Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



14 de Septiembre

2ª REUNIÓN DEL COMITÉ DE VINCULACIÓN DEL CONALEP ÁLVARO OBREGÓN I.

CONALEP agradeció a AMDETUR por la gran vinculación que ha existido tanto para alumnos como para maestros, además del ambicioso proyecto de Remodelación del Laboratorio de Hospitalidad "Ricardo Montaudon Corry".



17 de Septiembre

MARKETING DIGITAL

Tema impartido por Alejandro Sánchez en el 3er Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



19 de Septiembre

DESAYUNO DE TRABAJO DEL GRUPO ESPECIALIZADO DE TURISMO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO (CANACO)

Con la presencia del Secretario de Turismo designado para el próximo gobierno de la CDMX, Lic. Carlos Mackinlay.



18 y 19 de Septiembre

PROSPECTACIÓN

Tema impartido por Miguel Osuna en el 3er Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



20 al 23 de Septiembre

2º CANCÚN TRAVEL FORUM TURISMO 4.0



24 Septiembre

EVOLUCIÓN DEL PRODUCTO

Tema impartido por Gonzalo Maqueda en el 3er Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



1y 2 de Octubre

TECNOLOGÍA AVANZADA EN MENTAL TRAINING

Tema impartido por Jim Madrid en el 3er Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



25 al 27 de Septiembre

INTERNATIONAL SHARED OWNERSHIP INVESTMENT CONFERENCE (ISOIC)



1 de Octubre

VISITA OPERATIVA

A los diferentes recintos y sedes en Mazatlán para nuestra Convención 2019.



25 y 26 Septiembre

CLOSERS WORKSHOP

Tema impartido por John Jonch en el 3er Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



3 y 4 de Octubre

NEUROLIDERAZGO

Tema impartido por Arturo Ruiz-Velasco Romero en el 3er Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



27 de Septiembre

EL TURISMO Y LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

En el marco de la celebración del Día Mundial del Turismo.



4 y 5 de Octubre

XTREME SALES FORUM

REAL ESTATE SUMMITS

INM•BILIARE

2019



CONSTRUYENDO REDES DE NEGOCIOS PARA LOS LÍDERES DEL REAL ESTATE

LOS ÁNGELES	31 DE ENERO
NAYARIT	7 Y 8 DE FEBRERO
NEW YORK	1 DE MARZO
MAZATLÁN	28 Y 29 DE MARZO
GUADALAJARA	25 Y 26 DE ABRIL
MONTERREY	23 Y 24 DE MAYO
BAJA CALIFORNIA	20 Y 21 DE JUNIO
RIVIERA MAYA	5 Y 6 DE SEPTIEMBRE
CDMX	6 Y 7 DE NOVIEMBRE

+52 (55) 55147914

contacto@inmobiliare.com

RCI®

Tu Aliado Estratégico de negocio.

Somos la empresa líder mundial en la Industria de la Propiedad Vacacional y Bienes Raíces Orientados al Turismo, desarrollando productos para fortalecer y crecer su negocio a través del intercambio vacacional, soluciones de ventas y mercadotecnia, consultoría, generación de prospectos y servicios de tercerización.

3.9

millones de Socios
a nivel global.

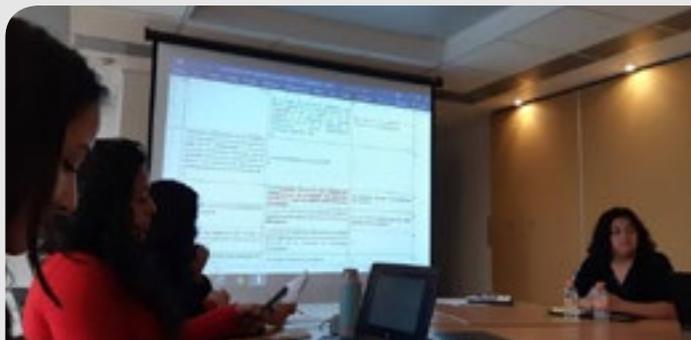
4,300

Desarrollos Afiliados
alrededor del mundo.

Presencia en más de

110 países.





8 de Octubre
REUNIÓN DEL COMITÉ CONSULTIVO NACIONAL DE NORMALIZACIÓN TURÍSTICA

Reunión del Sub-Comité de Seguridad Contractual, SECTUR.



17 de Octubre
REUNIÓN DEL COMITÉ DE MERCADOTECNIA DEL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO (CPTM)



8 y 9 de Octubre
NEUROVENTAS

Tema impartido por Alejandro Carrillo en el 3er Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



17 al 19 de octubre
LATIN AMERICAN SHARED OWNERSHIP SUMMIT (LASOS)



15 de Octubre
THE REPORT 2019

Oxford Business Group entrevista a nuestro Presidente Ejecutivo Carlos Trujillo Balmaseda.



24 de Octubre
INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Tema impartido por Jim Wehrle en el 3er Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



16 de Octubre
COMITÉ CONSULTIVO NACIONAL DE NORMALIZACIÓN TURÍSTICA

Subcomité de NOM 007 Seguridad Contractual, SECTUR.



25 de Octubre
3ª JUNTA DE GOBIERNO DEL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO

Con la presencia del Secretario de Turismo del Gobierno de la República.



29 y 30 de Octubre
BODY LENGUAJE

Tema impartido por Linda Clemons en el 3^{er} Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



5 de Noviembre
ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Tema impartido por Edgar López en el 3^{er} Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



30 de Octubre
XVIII CONGRESO INTERNACIONAL DE TURISMO DEL CONSEJO NACIONAL EMPRESARIAL TURÍSTICO
Y Décimo Foro Académico Turismo Anáhuac "Desarrollo Turístico Sostenible".



7 de Noviembre
MANEJO DE CONFLICTOS Y NEGOCIACIÓN

Tema impartido por Jorge Quiroz Rodríguez en el 3^{er} Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



31 Octubre
DESARROLLO ORGANIZACIONAL

Tema impartido por Miguel Ortiz en el 3^{er} Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.

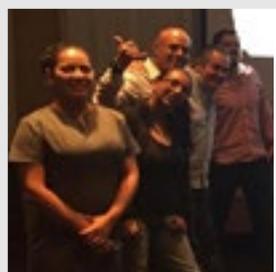


12 de Noviembre
TÉCNICAS DE CONTRATACIÓN- PERFILES

Tema impartido por Ana María Díaz en el 3^{er} Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



31 de octubre
SEGUNDA REUNIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO DE AMDETUR



13 y 14 de Noviembre
TECNOLOGÍA HUMANA

Tema impartido por Carlos Salinas en el 3^{er} Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



14 de Noviembre
LABORATORIO DE HOSPITALIDAD

Plática a los alumnos del CONALEP plantel Álvaro Obregón I sobre el Proyecto del Laboratorio de Hospitalidad "Ricardo Montaudon Corry".



21 de Noviembre
LABORATORIO DE HOSPITALIDAD
 Inicio de los trabajos de remodelación del Laboratorio de Hospitalidad "Ricardo Montaudon Corry" del CONALEP Álvaro Obregón I.



29 de Noviembre
REUNIÓN DE TRABAJO ALIANZA AMDETUR-ABASTUR



22 y 23 de Noviembre
12° CONGRESO INTERNACIONAL DE TURISMO DE LOS ALUMNOS
 Realizado para el 7° cuatrimestre de la Universidad del Golfo de California.



29 de Noviembre
EL ABC DE UNA OPERACIÓN EFICIENTE DEL CLUB
 Tema impartido por Ricardo Martínez Luna en el 3er Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR 2018.



22 de Noviembre
EN EL MARCO DEL 12° CONGRESO INTERNACIONAL DE TURISMO DE LA UNIVERSIDAD DEL GOLFO DE CALIFORNIA, el Lic. Carlos Trujillo Balmaseda hizo la presentación de su libro: "El Tiempo Compartido en México".



29 de Noviembre
3ª REUNIÓN DEL PROGRAMA DE VINCULACIÓN CONALEP



30 de Noviembre
LABORATORIO DE HOSPITALIDAD
 Segunda semana de trabajos de remodelación del Laboratorio de Hospitalidad "Ricardo Montaudon Corry" del CONALEP Álvaro Obregón I.



26 de Noviembre
SEMINARIO DE LA PROPIEDAD VACACIONAL
 Impartido a alumnos del CONALEP Álvaro Obregón I.



3 de Diciembre
OXFORD BUSINESS GROUP
 Entrevista a nuestro Presidente Ejecutivo Lic. Carlos Trujillo Balmaseda.



27 de Noviembre
SEGUNDA SESIÓN EXTRAORDINARIA 2018 DEL COMITÉ CONSULTIVO NACIONAL DE NORMALIZACIÓN TURÍSTICA SECTUR



6 de Diciembre
CEREMONIA DE CLAUSURA Y ENTREGA DE DIPLOMAS
 A los alumnos del 3er Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR LA SALLE 2018.

3^{er} MÁSTER en COMERCIALIZACIÓN

Alumnos presenciales graduados del 3er Máster en Comercialización



CONCLUYE EL 3^{er} MÁSTER EN COMERCIALIZACIÓN AMDETUR-ACOTUR 2018

El pasado 4 de diciembre de 2018, concluyó el 3^{er} Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR-UNIVERSIDAD LA SALLE, con una participación de 66 alumnos de manera presencial y en línea. Tanto profesionales de la industria del Tiempo Compartido y la Propiedad Vacacional, así como alumnos y docentes de las carreras de Turismo y Hospitalidad de la Universidad La Salle de Cancún, la Universidad del Valle de México (UVM) y el Instituto Politécnico Nacional (IPN) tomaron el Máster, además de contar con alumnos de Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Panamá, Perú, República Dominicana y Venezuela conectados de manera remota.

Este 3^{er} Máster en Comercialización 2018, se llevó a cabo en coordinación con la Asociación de Complejos Turísticos y Vacacionales (ACOTUR) en alianza con la Universidad La Salle de Cancún y el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) cuyo objetivo es profesionalizar a la industria del Tiempo Compartido y la Propiedad Vacacional.

La alianza para el 3^{er} Máster en Comercialización con la Universidad La Salle de Cancún, es solo una muestra del posicionamiento que ha tenido ese programa de capacitación.

Al finalizar el 3^{er} Máster en Comercialización AMDETUR-ACOTUR-Universidad La Salle Cancún, los alumnos realizaron una evaluación de conocimientos además del trabajo recepcional donde pusieron en práctica lo que aprendieron durante todo el Máster. Se realizó una selección de los mejores trabajos recepcionales evaluados por nuestro Comité Educativo en las categorías Ejecutivos de la Industria y Alumnos o Docentes.

En la categoría Ejecutivos de la Industria el mejor trabajo recepcional fue el de Esmeralda Hernández Martínez de Grupo Posadas con el tema Evolución del Marketing en la Industria de la Propiedad Vacacional y en la categoría Alumnos o Docentes el mejor trabajo recepcional fue el de Eréndira Torres Sánchez del Instituto Politécnico Nacional (IPN) con el tema Imagen, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas de Tiempo Compartido en México.

Los alumnos destacados en sus trabajos recepcionales serán acreedores a un *ticket full access* para la **XXXIII Convención & 29^a EXPO AMDETUR 2019 "México en las Grandes Ligas - El Turismo como Plataforma de Liderazgo y Desarrollo"** a celebrarse los días 2, 22 y 23 de mayo en el Mazatlán International Center en Mazatlán Sinaloa, donde serán galardonados en el coctel de gala de los Premios La Palmera de Oro 2019. 🌟

Bellafer

COLLECTION HOTEL & RESORTS

Bellafer Hotel & Resorts,
Con clase mundial para establecer proyectos de
alto nivel en exitosos desarrollos de Grupo Aries.

Escribanos a: info@bellafer.com

interval
INTERNATIONAL

INFORME DEL AVANCE DE LOS TRABAJOS DE REMODELACIÓN DEL **LABORATORIO DE HOSPITALIDAD** "RICARDO MONTAUDON CORRY" DEL CONALEP PLANTEL ÁLVARO OBREGÓN I

Uno de los retos más importantes que se fijaron al inicio de la Presidencia del Consejo Directivo del Lic. Ricardo Montaudon Corry, fue la creación de Comunidad AMDETUR iniciativa que cuenta entre algunas de su línea de acción, con el programa PROEDUCA, y cuya primera actividad formal fue el proyecto de mejora y remodelación del Laboratorio de Hospitalidad del CONALEP (Colegio Nacional de Educación Profesional) plantel Álvaro Obregón I.

Aquello que hasta hace unos días era un proyecto, hoy es ya una realidad, ya que con los donativos que otorgaron los asociados de AMDETUR, la obra avanza rápidamente lo que permitirá que se inaugure muy posiblemente en febrero de 2019. Este Laboratorio de Hospitalidad llevará el nombre de "Ricardo Montaudon Corry" en honor a nuestro Presidente del Consejo Directivo (Q.E.P.D.), ya que tuvo la visión de arropar e impulsar el proyecto hasta lograr concretar esta obra.

El diseño y equipamiento serán los adecuados para el desarrollo de las prácticas y actividades educativas de los alumnos de la carrera de Turismo y Hospitalidad que imparte actualmente el CONALEP Álvaro Obregón I. Con lo anterior, se pretende mejorar las condiciones de las instalaciones de manera exponencial para que los jóvenes experimenten de manera real como es la operación hotelera para que puedan integrarse más fácilmente al mundo laboral al concluir sus estudios.

La educación de calidad es fundamental para que México siga creciendo y evolucionando. Este proyecto de mejora y remodelación que tendrá el Laboratorio de Hospitalidad "Ricardo Montaudon Corry", será la punta de lanza para seguir trabajando en buscar mejorar otras obras que permitan mejorar la educación en nuestro país y en preparar a los futuros líderes del turismo. ✨



¿CUÁLES SON LAS INDUSTRIAS MEJOR RANKEADAS EN TÉRMINOS DE LA EXPERIENCIA DEL **CLIENTE?**



Por **Manuel Hinojosa**
Socio de Asesoría
en Innovación y Experiencia
del Cliente
KPMG en México
asesoria@kpmg.com.mx
www.delineandoestrategias.com

La era del cliente. Así es como los analistas definen el contexto socioeconómico en el que vivimos hoy en día, caracterizado por consumidores empoderados e informados, que no se conforman simplemente con comprar un producto, sino que desean vínculos más profundos con las marcas. La experiencia del cliente es la suma de las vivencias, emociones y recuerdos que un consumidor adquirió en su interacción con la marca en todas las fases de su ciclo de vida.

Hay industrias que han tenido resultados más tangibles que otras en cuanto a la implementación de estrategias que las ayuden a optimizar la conexión con sus públicos, logrando percepciones favorables hacia sus productos. ¿Cuáles son esas industrias con mayor calificación en términos de la experiencia del cliente en México? KPMG realizó el estudio El cliente: lo que realmente importa en el negocio, que identifica la relación entre la excelencia en la experiencia y los resultados económicos de las organizaciones, partiendo de los 6 pilares fundamentales:

Empatía

Entender las emociones y el contexto del cliente para impulsar y establecer una relación sólida y profunda con él.

Personalización

Demostrar que se conoce y se tiene información de las circunstancias del cliente para generar una conexión emocional.

Tiempo y Esfuerzo

Eliminar obstáculos innecesarios y minimizar el esfuerzo del cliente a través de procesos simples y fáciles de seguir.

Expectativa

Entender, gestionar, alcanzar e incluso superar las expectativas del cliente. Las mejores empresas entienden, entregan y exceden esas expectativas.

Resolución

Convertir una mala experiencia en una grandiosa. Una sincera disculpa o rápida intervención en una crisis es crucial para obtener una resolución exitosa.

Integridad

Ser confiable y proyectar esa confianza. Para el cliente es el grado en el que la empresa cumple con su promesa.

El estudio evaluó aquellos sectores que ofrecen vivencias de calidad a sus usuarios a partir de la



opinión de 2,501 encuestados en el país, generando como resultado el primer ranking local de industrias en cuanto a la experiencia del cliente, que aquí presentamos:

Entretenimiento

Fue la industria con los mayores resultados respecto a la experiencia del cliente, destacando específicamente en dos pilares, que son Tiempo y Esfuerzo y Personalización, lo que significa que este sector tiene una buena percepción en términos de la simplificación de procesos a seguir para acceder a sus servicios, así como también en ofrecer un servicio individualizado.

Uno de los subsectores evaluados dentro de esta industria fue Cine, uno de los más afectados a nivel global y local por los cambios tecnológicos y de portabilidad de contenido cinematográfico, debido a las nuevas apps, websites y soluciones que hacen que las personas no salgan de casa para ver películas. Aun así, este sector se ha enfocado en la experiencia que el usuario vive en el cine para atraerlo, retenerlo y ofrecerle un servicio diferenciado al de otras opciones.

Hotelería y transporte

La segunda industria con mayor puntaje por los encuestados fue Hotelería y Transporte, que logró indicadores favorables en todos los factores evaluados, incluso en el componente más sensible, que es valor versus precio.

Tres subsectores fueron incluidos en esta industria: Hotelero, Transporte Terrestre y Aerolíneas. Con respecto al segundo de ellos, destaca por estar en busca de una "experiencia de viaje única para el pasajero", con autobuses nuevos, servicios de wifi, y videos, entre otros. El sector de Aerolíneas es uno de los más dinámicos, mostrando un crecimiento por encima del promedio nacional.

Tiendas departamentales

Esta industria tuvo los mayores resultados en cuanto a excelencia en la experiencia del cliente, lealtad,

La segunda industria con mayor puntaje por los encuestados fue Hotelería y Transporte, que logró indicadores favorables en todos los factores evaluados, incluso en el componente más sensible, que es valor versus precio.

Net Promoter Score (que indica qué tanto tus consumidores están dispuestos a promover la marca) y omnicanalidad. Sin embargo, en cuanto al indicador valor vs precio obtuvo la calificación más baja frente a otros sectores de Retail evaluados (Autoservicios y Tiendas especializadas, que mencionaremos más adelante en el ranking). Destacó por los pilares de Integridad (es decir, que logra generar confianza hacia sus clientes) y Tiempo y Esfuerzo.

Salud

Este es uno de los más sensibles del estudio por la complejidad de sus servicios y por la criticidad que puede resultar en los evaluadores. El sector evaluado dentro de esta industria fue el de Hospitales Privados, que constituyen el segmento amplio dentro del Producto Interno Bruto (PIB) de la salud en nuestro país y además presenta el crecimiento más alto, superior al 5% anual. Los encuestados percibieron a los Hospitales Privados con muy buena experiencia al cliente y altos niveles de recomendación entre pacientes.

Restaurantes y Fast food

La industria de Restaurantes y Fast food se caracteriza por la gran competencia y crecimiento en los últimos 8 años en México. La entrada de nuevos jugadores nacionales e internacionales hace que la diversidad y la oferta gastronómica conviertan al cliente en un consumidor mucho más sofisticado, en busca de altos estándares no solo en los restaurantes top, sino en los diferentes niveles socioeconómicos. Tres subsectores fueron evaluados en esta industria: Cafeterías, Restaurantes y Fast food.

Tiendas especializadas.

Son las Tiendas especializadas las que logran mejores resultados en cuanto al valor vs precio, lo cual

nos hace entender que los clientes perciben que reciben mejores productos y servicios por su dinero. Los subsectores evaluados en esta categoría fueron: Farmacias y Papelerías.

Autoservicio

Esta industria tiene un alto índice de lealtad, demostrando que los clientes tienden a hacer sus compras en las mismas cadenas de autoservicio, ya sea por motivos de satisfacción y experiencia o por conveniencia en precio y ubicación. Los subsectores evaluados fueron Wholesale, Supermercados, Hipermercados y Tiendas de conveniencia

Servicios financieros

El sector financiero es uno de los que obtuvo más baja calificación en todo el estudio, en términos de excelencia en la experiencia del cliente, lealtad y NPS. Estos resultados revelan que es momento de que las organizaciones se enfoquen a cumplir las expectativas de sus clientes y con un portafolio de soluciones más seguro. Los subsectores evaluados en este caso fueron Seguros y Banca.

Telecomunicaciones

Es la industria con más baja calificación por parte de los encuestados, principalmente debido a dos factores: los servicios que ofrecen tienen un alto involucramiento con el cliente; y las compañías se han enfocado al producto o servicio, la tecnología y la operación, trabajando su estrategia de adentro hacia afuera, con esfuerzos -que apenas comienzan- en construir sobre la voz del cliente. Los subsectores evaluados fueron Móvil, Satelital y Fijo.

Diseña la experiencia:

Existe la percepción de que algunas industrias son más sensibles que otras a lo que piensa el cliente, sin embargo, ese poder que cada día más tiene el consumidor sobre las marcas hace entender que ninguna industria escapa del impacto de una buena o mala recomendación, por ejemplo.

El diseño de la experiencia del cliente es un factor fundamental hoy en día para las organizaciones, siendo uno de los elementos clave la capacidad de entender sus necesidades, no solamente las actuales, sino las que tendrán en el futuro. Las empresas que entiendan esto como una necesidad tienen una gran parte del camino ganado. ✨



Afíliate con nosotros

La Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos (AMDETUR) reúne al 90% de las empresas desarrolladoras dedicadas al Tiempo Compartido, actividad que se ha convertido en un pilar importante en el turismo en México.

Si usted es un desarrollador turístico o su negocio está involucrado con esta industria lo invitamos a ser parte de nuestra asociación. Favorezca el crecimiento de su empresa y disfrute de amplios beneficios al ser socio de AMDETUR.

www.amdetur.org.mx

 /amdeturmx  @AMDETUR

 AMDETUR



TECNOLOGÍA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA



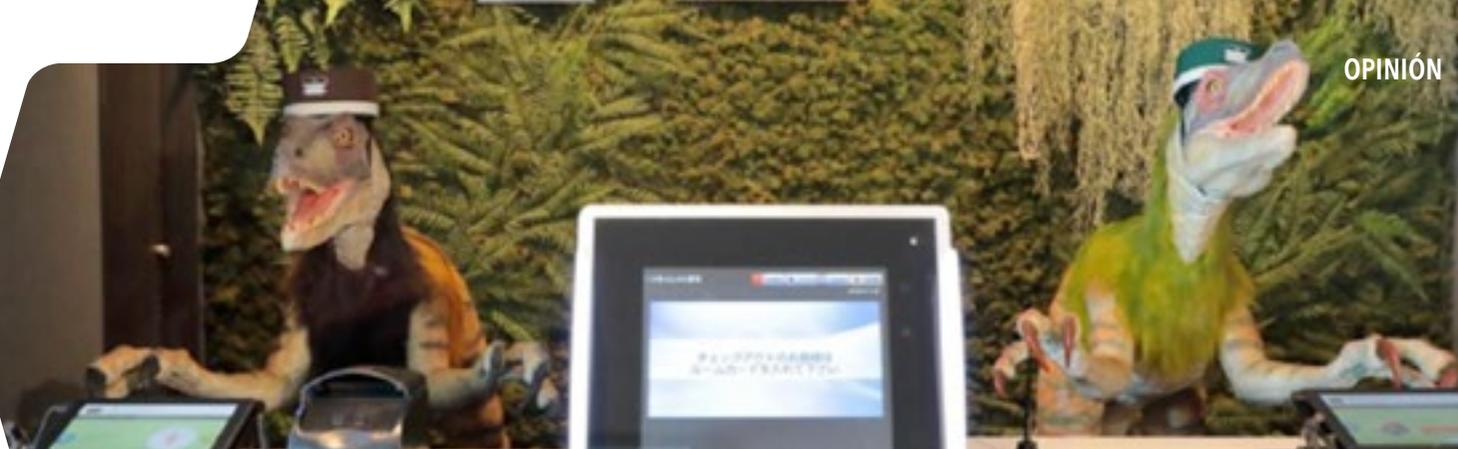
Por **Jim Wehrle** | Sunset World

La tecnología para la industria hotelera está creciendo, a veces más rápido que nuestra habilidad de encontrar la forma de utilizarla para mejorar y facilitar la venta de nuestros productos y/o servicios a nuestros clientes y socios. El problema es que la demanda de parte de nuestros clientes potenciales va casi de la mano con el crecimiento de la tecnología misma, arriesgándonos a quedarnos atrás en la generación de leads, la venta de productos, la rápida y eficiente prestación de servicios y el crecimiento mismo si no nos aprovechamos de esta gran herramienta.

Uno de los productos y servicios que debemos de tomar en cuenta es la robótica.

Sin mencionar los beneficios de aprovecharnos del "Big Data", lo cual todavía no dominamos bien, ya

existen concierges, meseros y la entrega de room Service todo por robots. Chatbots de Inteligencia Artificial contestan preguntas y atienden al huésped las 24 horas. El Front Desk está quedando en el pasado con "pre-arrival check in" check in mobile



La mayor parte del staff del Henn na Hotel, en Nagasaki, Japón, son robots. En la recepción, uno puede ser atendido por un robot dinosaurio o una recepcionista humanoide. También uno puede disponer de un robot que hace la función del “botones”, es decir, lleva el equipaje y guía a los huéspedes hacia su habitación. Para ingresar a las habitaciones, uno puede hacerlo a través de un sistema de reconocimiento facial (IA) o a través de una tarjeta.

con la “llave” de la habitación enviado a su teléfono todo controlado y automatizado, con aplicaciones personalizadas además de robots que te reciben en la puerta y te llevan las maletas a la habitación—todo sin extender la mano.

Además de robots en la operación hotelera, existe también la inteligencia artificial en correos electrónicos, chatbots, messenger y programas telefónicos. Estar a la vanguardia debe ser la meta ya que los clientes potenciales lo exigen.

Llaves o brazaletes con chip que no solo te abren la puerta sino que registran los gustos, movimientos y preferencias. In-house Messenger que ofrece promociones, la opción de reservar y comprar, además de mini-encuestas para ver como la pasaron y así poder atender cualquier inquietud antes de su salida.

Cada día es más difícil superar las expectativas del consumidor si no nos esforzamos en tener la tecnología que requiere el cliente. No nada más es tener WIFI, sino que sea de alta velocidad. No nada más

Además de robots en la operación hotelera, existe también la inteligencia artificial en correos electrónicos, chatbots, messenger y programas telefónicos. Estar a la vanguardia debe ser la meta ya que los clientes potenciales lo exigen.

es contar con live streaming para Netflix si no también que soporte 6 equipos para toda la familia. No solo es el servicio, si no uno mejor y más eficiente prestado por un robot o software que nunca falte y siempre esté atento.

¿Robot? ¿Ser Humano? ¿Inteligencia artificial? De las tres opciones, el ser humano queda en último lugar ya que un 62% de encuestados prefiere un programa de IA para la resolución de problemas, reservaciones y respuestas sencillas. Ni el robot ni la IA sale a comer o descansa.

Si como hoteleros es difícil, como hoteleros con programas de tiempo compartido es aún más difícil, ya que prometemos un mejor servicio, más personalizado, pero si no nos mantenemos actualizados, nos quedaremos atrás y la nueva competencia tendrá la ventaja sobre nosotros.

Propósito de año nuevo: inscribirnos en sitios, newsletters y blogs que hablan de lo más vanguardista en tecnología para estar al tanto de todas las nuevas herramientas que tenemos para la generación de leads, mercadotecnia, venta y servicio de nuestros productos y/o servicios... así sería un muy próspero año nuevo. 🌟



En la sala de ventas ¿Cuál sería más impactante: Wall Tour o Un Tour de Realidad Virtual?

The logo for Interval International, featuring the word "interval" in a white, lowercase, sans-serif font inside a blue circle, with "INTERNATIONAL" in a smaller, uppercase, sans-serif font below it, separated by a dotted line.

interval
INTERNATIONAL

¿Por qué Interval?

- Ofrecemos una extensa red de casi 3.200 complejos afiliados en 80 países.
- Nuestra cartera de complejos afiliados representa propiedades de calidad superior que incluyen marcas como Marriott®, Westin®, Sheraton® y Hyatt® en el segmento de propiedad vacacional.
- De intercambio vacacional a intercambio de cruceros y hoteles, así como económicos alquileres de vacaciones Getaway y descuentos de viaje y recreación, proveemos una variedad de beneficios que realzan la experiencia de propietario.
- En 2017 recibimos el galardón "Circle of Excellence" de ARDA por Excelencia en Servicio al Cliente.
- Tenemos tasas de satisfacción más altas que nuestro competidor entre miembros con afiliación dual.*

*Proveniente del Perfil de Afiliados de Estados Unidos, 2017, llevado a cabo por Interval en 2017.



INTERVAL INTERNATIONAL CELEBRA VIGÉSIMO ANIVERSARIO DE CONFERENCIA DE INVERSIÓN EN PROPIEDADES COMPARTIDAS

La evolución del producto de propiedad compartida y el mercadeo digital fueron algunos de los temas centrales de la 20ª Conferencia Internacional de Inversión en Propiedades Compartidas, organizada por Interval International, un destacado proveedor mundial de servicios de vacaciones, en el Hyatt Regency Aruba Resort and Casino del pasado 25 al 27 de septiembre. Un programa completo de sesiones educativas y eventos de contactos de negocios ofrecieron una perspectiva a fondo de este atractivo segmento hotelero y facilitaron oportunidades de comercio entre los asistentes.

“Además de ofrecer una visión general de lo que los nuevos participantes necesitan saber para maximizar el éxito de sus proyectos, el programa se enfocó en los diferentes centros de ingresos de un proyecto de propiedad compartida, al igual que en las tendencias actuales de la industria”, se-

ñaló Marcos Agostini, vicepresidente ejecutivo de ventas mundiales y desarrollo comercial de Interval. “Los asistentes también recibieron información sobre los cambios en el comportamiento del consumidor y cómo identificar los grupos objetivo en estrategias de mercadotecnia”.

En la fotografía: Marcos Agostini, Vicepresidente Ejecutivo de Ventas Globales y Desarrollo Comercial de Interval International; Ronella Tin Asjoe-Croes, CEO de la Autoridad de Turismo de Aruba; Howard Nusbaum, Presidente y CEO de la American Resort Development Association



Emma Cancio, Presidente y Consejero Jurídico General, We Manage LLC; Juan Luis Londoño, Director, Zuana Beach Resort, Constructora Bolívar; Fernando Salazar, Director General, Club Vacacional Fiesta; y Dmitri Pekhterev, Vicepresidente adjunto de Ventas y Servicio para Centro y Sur América de Interval International (moderador).

La conferencia comenzó con el “Estado de la Industria de 2018”, que ofreció observaciones del más reciente estudio de la Asociación Americana de Desarrolladores de Complejos Turísticos (ARDA, por sus siglas en inglés), seguido por un resumen de las tendencias de viajes en los Estados Unidos, el Caribe y América Latina. La esperada sesión de “Mercadeo en la Era Digital” examinó las últimas técnicas que los comercializadores expertos utilizan para destacarse en un panorama sobresaturado.

Otras sesiones destacadas del programa fueron el panel “Informe sobre América Latina”, en el cual prominentes desarrolladores y comercializadores hablaron sobre las oportunidades y las realidades del desarrollo de la propiedad compartida. Durante la sesión “Construyendo un Negocio que se Ajuste al Mercado” expertos en el sector turismo hablaron sobre cómo crear un negocio de acuerdo con las preferencias de vacaciones del cliente consumidor y la cultura vacacional del mercado que desea alcanzar.

Además de las sesiones educativas, los participantes tuvieron la oportunidad de visitar dos de las exitosas propiedades de tiempo compartido de Aruba y de reunirse con representantes en los complejos turísticos. También recibieron informes gratis de estudios creados específicamente para el sector de la propiedad compartida, entre ellos tres estudios de la Fundación Internacional

ARDA: Estado de la Industria del Tiempo Compartido Vacacional: Estudio de los Estados Unidos, Edición de 2018; Desempeño Financiero: Una Encuesta de las Compañías de Tiempo

Compartido y Propiedad Vacacional, Edición de 2018; e Impacto Económico de la Industria del Tiempo Compartido en la Economía de los Estados Unidos, Edición de 2018. Además, recibieron el reporte Sector Inmobiliario de los Complejos Turísticos de Propiedad Compartida en Norteamérica: 2018 de Ragatz Associates y el Perfil de Socios de Interval International 2018, Edición de los Estados Unidos.

Acerca de la Conferencia Internacional de Inversión en Propiedad Compartida

Producida y patrocinada por Interval International, la Conferencia Internacional de Inversión en Propiedad Compartida y sus seminarios ofrecen un foro para enseñar a los asistentes las tendencias y las oportunidades y explorar los diversos modelos comerciales de propiedad compartida. Desde 1998, estos eventos han ofrecido a los asistentes en África, el Caribe, Europa, el Medio Oriente, América del Norte y del Sur, y Asia un valioso conocimiento del sector en temas desde financiación, marketing y desarrollo hasta conversiones, complejos turísticos de uso mixto y regulaciones gubernamentales. Interval es un negocio operativo de Interval Leisure Group, Inc. (Nasdaq: ILG), un proveedor mundial líder de experiencias vacacionales ofrecidas profesionalmente.

Acerca de Interval International

Interval International opera programas de afiliación para personas de vacaciones y proporciona servicios de valor agregado a sus clientes desarrolladores en todo el mundo. La compañía, con sede en Miami, Florida, ha sido una pionera e innovadora en la atención al mercado de la propiedad vacacional desde 1976. Hoy, Interval tiene una red de intercambio de casi 3.200 complejos turísticos en más de 80 países. Desde oficinas en 15 países, Interval ofrece productos y beneficios de alta calidad a complejos turísticos clientes y a unos 2 millones de familias que están inscritas en diversos programas de afiliación. ✨





CÁMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MÉXICO

4^{to} FORO DE TECNOLOGÍA

“La forma fácil de integrarla a tu negocio”

TEMAS

Infraestructura tecnológica

Marketing 2.0

CRM ¿Software de ventas o filosofía?

Software administrativo

Inteligencia de Negocios

febrero
21

#TICsEnMiPyME

Informes:



Exts.
1410 y 1417

COSTO

Socios: Sin costo

No Socios: \$250

Incluye:

Cocktail,

Networking y

Constancia de participación



I DIPLOMADO
COMERCIO
EXTERIOR
Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES



CÁMARA DE COMERCIO
SERVICIOS Y TURISMO
CIUDAD DE MÉXICO

¡Te esperamos!



CANACOMexico

Próximamente



50

DIPLOMADO
EN TIEMPO
COMPARTIDO

AMDETUR
ANÁHUAC

2019

Con valor curricular
iInscripciones abiertas!

Febrero - Abril

Modalidades: Presencial y en línea

Teléfonos: 52 (55) 5488 2028 al 31
E-mail: virginia@amdetur.org.mx
www.amdetur.org.mx

 **AMDETUR**

 /amdeturmx

 @AMDETUR



SE PRESENTA EL PRIMER LIBRO SOBRE **EL TIEMPO COMPARTIDO** EN MÉXICO

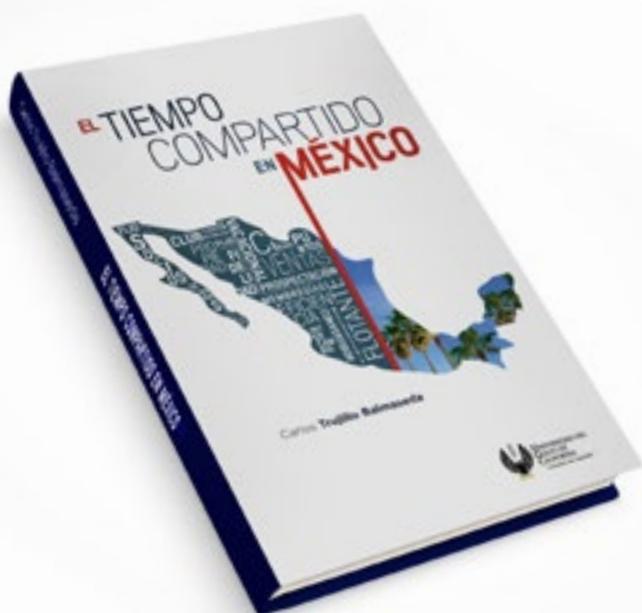


Después de varios años de trabajo, el pasado 22 de noviembre de 2018, dentro del marco del 12° Congreso Internacional de Turismo de la Universidad del Golfo de California en Los Cabos, Baja California Sur, se hizo la presentación del libro “El Tiempo Compartido en México”.

Escrito por Carlos Trujillo Balmaseda con el respaldo de la Universidad del Golfo de California, el libro titulado “El Tiempo Compartido en México” busca ser referencia y fuente de consulta sobre la Propiedad Vacacional.

Carlos Trujillo Balmaseda es Presidente Ejecutivo de AMDETUR, egresado de la licenciatura en Administración de Empresas con una amplia trayectoria profesional de más de 25 años en el sector del Tiempo Compartido, se ha desempeñado en cargos de alta dirección en empresas como RCI, Club Regina, Sol Meliá, Omni, CircleOne by Blue Bay, La Rinconada, Pacífica entre otras.

El autor comentó que el libro “El Tiempo Compartido en México” será una fuente de información y consulta sobre temas de Propiedad Vacacional, ya que no se tiene registro de que exista alguna bibliografía al respecto. 🌟





RCI PRESENTÓ **CON GRAN ÉXITO** UNA EDICIÓN MÁS DE **LASOS** - THE LATIN AMERICAN SHARED OWNERSHIP SUMMIT 2018

RCI®, líder mundial en la Industria de la Propiedad Vacacional y Bienes Raíces Orientados al Turismo, celebró los días 17 y 18 de octubre en el Hotel Grand Fiesta Americana de Puerto Vallarta, el foro más importante y reconocido de la Industria de la Propiedad Vacacional en Latinoamérica: LASOS - The Latin American Shared Ownership Summit.

LASOS reunió a más de 200 destacadas personalidades de la Industria del Turismo en México y América Latina, desde inversionistas, desarrolladores, empresarios y gobierno, quienes exploraron los retos y oportunidades que ofrece el mercado latinoamericano.

El eje temático de esta edición se basó en el concepto de "Experiencias", esto con el firme objetivo de transmitir acciones innovadoras y vanguardistas en la detección de oportunidades fundamentales para desarrollar e incrementar importantes actividades en el sector turístico.

Bajo el patrocinio oficial de TORE (Tourism Oriented Real Estate Advisory and Consulting), así como del Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta y el Fideicomiso de Turismo de Riviera Nayarit, LASOS

2018 - estuvo enfocado en diversos temas que día a día cobran más relevancia como lo son: Destinos Inteligentes, Marketing Digital, Personalización del Servicio, Comercialización, Creando Experiencias, El Mercado Latinoamericano, Neuro marketing, Perspectivas del Turismo, Eventos Destino, entre otros, que sin duda alguna fueron puntos de partida para compartir conocimiento y encontrar mejores soluciones y estrategias de negocio a toda la audiencia.

El evento contó con asistentes provenientes de más de 10 países como: Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Estados Unidos, Guatemala, México, Perú, República Dominicana y Venezuela, quienes tuvieron la oportunidad de participar en conferencias, paneles de discusión y mesas de trabajo con grandes personalidades, entre los que se destacan:



Federico de Arteaga, Director de Planeación de Grupo JB (José Cuervo), quien presentó su conferencia "Destinos Inteligentes, Proyecto Tequila", mediante la cual compartió su experiencia sobre cómo logró convertir este destino en un lugar accesible, innovador, sostenible y lleno de tecnología. En el mismo día, se presentó la conferencia "Arquitectura, la esencia de un concepto" impartida por el destacado arquitecto Ricardo Elías quien platicó sobre las razones para considerar la arquitectura como una pieza clave a la hora de crear experiencias y ofrecer productos de calidad, recalcando que es indispensable pasar de la imaginación a la realidad de manera fundamentada.

De la misma forma, Jorge Ostap presentó "Inmersión + Profunda, Hospitality Real Estate Innovation Trough the Customer Experience" quien con base en su experiencia en neuro marketing compartió con los asistentes las nuevas tendencias de venta y como estas pueden llevar hacia horizontes innovadores en la relación con los clientes. Finalmente, este memorable evento contó con la participación de Juan Musi, quien con la conferencia "Tendencias económicas en América Latina" brindó a los asistentes un excelente panorama de lo que le espera a México y al resto de los países de América Latina con los cambios económicos y políticos que se están viviendo en varios países de la región.

Un día previo a este importante evento, tal como en ediciones pasadas, se celebró Leisure Real Estate University, un foro en el cual se celebraron visitas técnicas a importantes desarrollos

hoteleros del destino sede. Dentro del mismo marco de LRE se celebró la conferencia "Fiesta Americana Vacation Club - Lo Mejor de 2 Mundos: Hotelería + Propiedad Vacacional" impartida por José Carlos Azcárraga, CEO y Director General de Grupo Posadas quien compartió cuales han sido las claves para el éxito de Grupo Posadas como una de las operadoras hoteleras más importantes y de más rápido crecimiento en México.

Al ser el sexto país más visitado por turistas internacionales de acuerdo al ranking de la OMT, México se encuentra en uno de sus mejores momentos en cuanto a sector turismo se refiere. Eventos como LASOS, que previamente se han realizado en Colombia, Panamá, República Dominicana y Argentina, demuestran que es una industria que sigue floreciendo y que coloca al país en un lugar privilegiado ya que en América Latina se reportaron más de 6 mil 600 millones de dólares en volumen de ventas durante 2017 y se espera un crecimiento del 6% para 2018.

Sin lugar a dudas, Puerto Vallarta y Riviera Nayarit fue el marco perfecto para tan importante evento que año tras año ofrece experiencias únicas para los asistentes, consolidándose como el foro más importante en materia de Propiedad Vacacional en Latinoamérica y el cual tendrá a Jamaica como su próxima sede. Con base en esto, y tal como lo ha venido haciendo desde hace más de cuatro décadas, RCI® continuará apostando por estrategias de esta índole en pro del crecimiento de la industria, así como para el fortalecimiento del turismo en México y en América Latina. 🌟

NotiTur

Las noticias más importantes del **sector turístico** a tu alcance.

Descarga todas las ediciones de **Notitur** en:
www.amdetur.org.mx



Asociación Mexicana
de Desarrolladores Turísticos

