

XXXI Convención & 27ª Expo AMDETUR 2017



TRES DÉCADAS, TRANSFORMANDO
EL TURISMO DE MÉXICO.

Retos para el profesionalista de la Industria de la Propiedad Vacacional



Miguel Osuna Bertotti

Director Corporativo de Capacitación y Desarrollo

8 Retos:

1. Adaptación al Cambio

2. Ser Multicultural

3. Mantenerle el paso a la tecnología

4. Entender el Recurso Humano para trabajar en equipo

5. El Choque Generacional – Millenials

6. Entender el Modelo de Comercialización

7. Miedo a trabajar bajo comisiones

8. Saber Vender

1. Adaptación al Cambio



Industria muy cambiante...

Demográficos Cambiantes...



Familias de antes...

Demográficos Cambiantes...



Familias de antes...

Demográficos Cambiantes...



Familias de hoy...

Demográficos Cambiantes...



Familias de hoy...

Demográficos Cambiantes...



Familias de hoy...

Demográficos Cambiantes...



El tiene 41 años y vive con sus padres...

Demográficos Cambiantes...



Y su novia vive con su madre...

Demográficos Cambiantes...



Diferencia abismal entre la niñez de hoy y la de sus padres...

Demográficos Cambiantes...



Diferentes aspiraciones...

Mercados Emergentes...



Híper sensibles a las economías...

Los Productos...



No cambian lo suficientemente rápido...

Sea como el agua...



Se adapta a cualquier recipiente...

Sea como el agua...



Se congela a -13°C y es solida como la roca...

Sea como el agua...



Hierve a los 100°C y flota en la atmósfera...

Sea como el agua...



Un flujo persistente erosiona la roca...

Sea como el agua...



Un filo de agua a presión puede cortar el acero...

2. Ser Multicultural



Conocer, comprender y apreciar...

2. Ser Multicultural



Y ser compatible...

2. Ser Multicultural



Lugar de origen...

2. Ser Multicultural



Profesiones...

2. Ser Multicultural



Pasatiempos e intereses...

2. Ser Multicultural



Afinidades...

2. Ser Multicultural



Ideologías...

3. Mantenerle el paso a la tecnología



Y a las nuevas herramientas de trabajo...

3. Mantenerle el paso a la tecnología

Ayer...



Hoy...



3. Mantenerle el paso a la tecnología

Ayer...



Hoy...



3. Mantenerle el paso a la tecnología

Ayer...



Hoy...



3. Mantenerle el paso a la tecnología

Ayer...



Hoy...



3. Mantenerle el paso a la tecnología

Ayer...



Hoy...



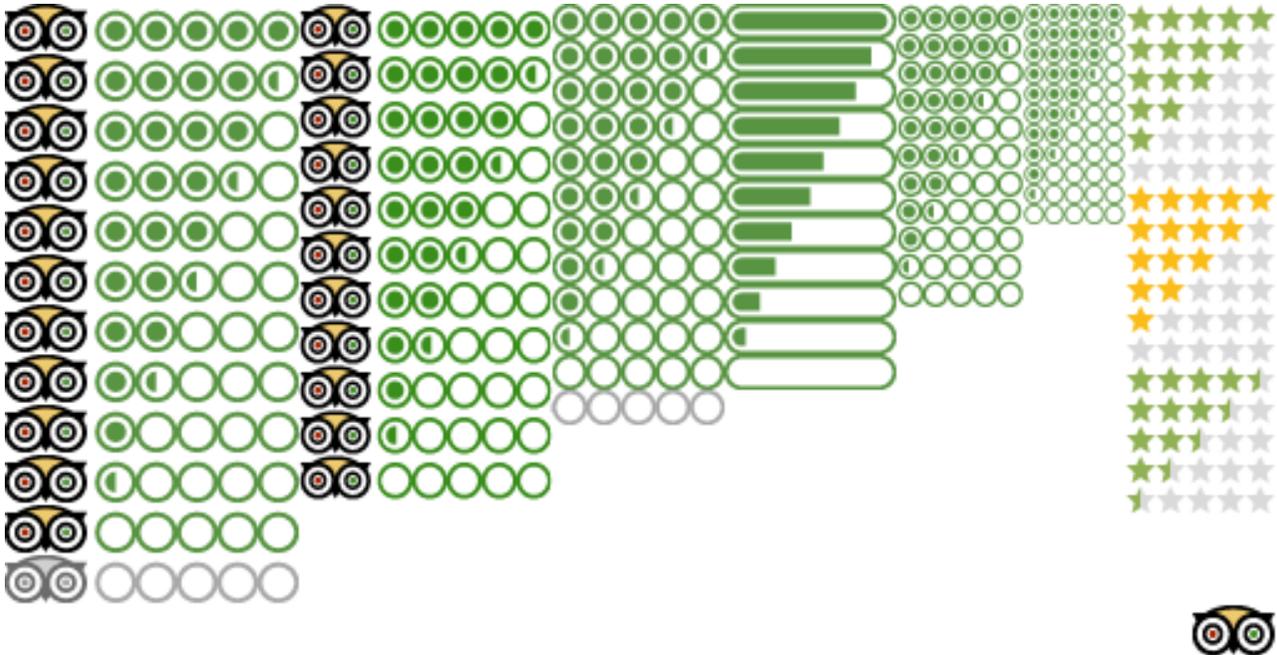
3. Mantenerle el paso a la tecnología

Google™



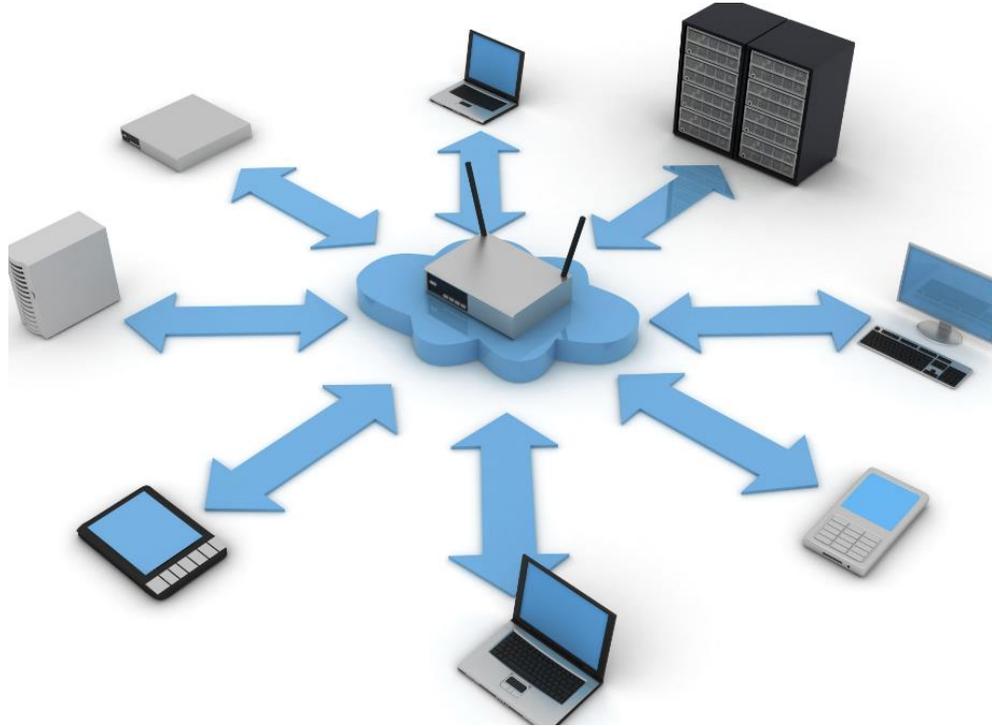
Conocimiento y aprovechamiento...

3. Mantenerle el paso a la tecnología



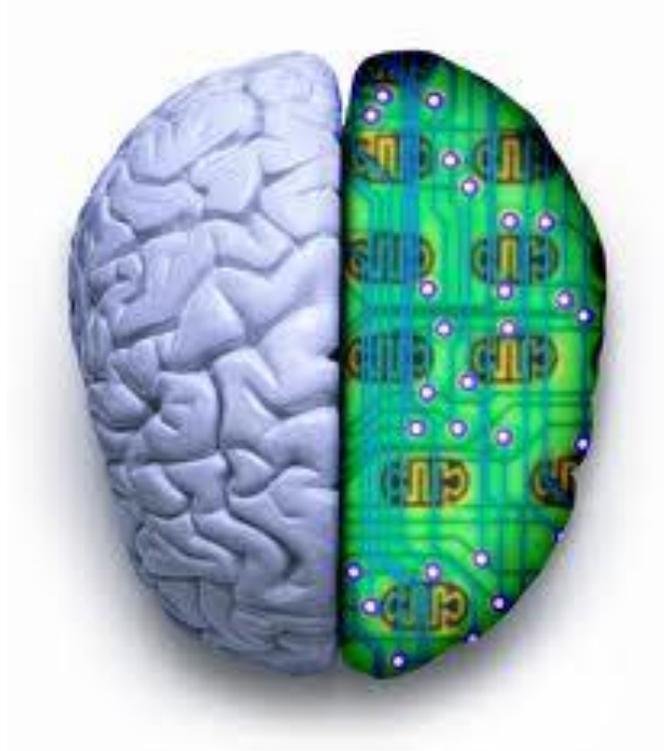
Conocimiento y aprovechamiento...

3. Mantenerle el paso a la tecnología



Sistemas Eficientes...

3. Mantenerle el paso a la tecnología



Software Inteligente...

3. Mantenerle el paso a la tecnología



Software Amigable, Intuitivo y Buena Conectividad...

3. Mantenerle el paso a la tecnología



Tecnología anti-frustración...

3. Mantenerle el paso a la tecnología

The collage features three main travel websites:

- Orbitz:** Shows a search interface with options for Flight only, Hotel only, Flight + Hotel, Flight + Car, Hotel + Car, Flight + Hotel + Car, and Cruises. It highlights a "SUMMER HOTEL SALE SAVE 40%" and an "INTERNATIONAL SALE" with a 10% discount on select hotels.
- PriceTravel.com.mx:** Displays a search bar for hotels, a "Reserva tu viaje" form with fields for destination, dates, and number of guests, and a table of hotel offers.
- Expedia.mx:** Features a search bar, a "EL PODER DE CREAR TU VIAJE" banner, and a "VENTA RELÁMPAGO PARA CANCÚN AHORRA hasta un 60%" promotion.

Playas	Desde	Ciudades	De
Cancun	\$405	Puebla	\$3
Riviera Maya	\$433	Guadalajara	\$3
Puerto Vallarta	\$436	Morelia	\$3
Acapulco	\$439	Ciudad de México	\$4
Los Cabos	\$749	Monterrey	\$5

» Paga como más te convenga

Sitio Web Rápido, Sencillo, Poderoso, Factor “WOW”

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



Entender el perfil de Directores / Gerentes / Vendedores / Admin...

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



La industria gira en torno a la comercialización...

(Promotores, Vendedores, Gerentes y Directores)

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



Su Actitud y su Estado de Ánimo...
(Industria emocional)

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



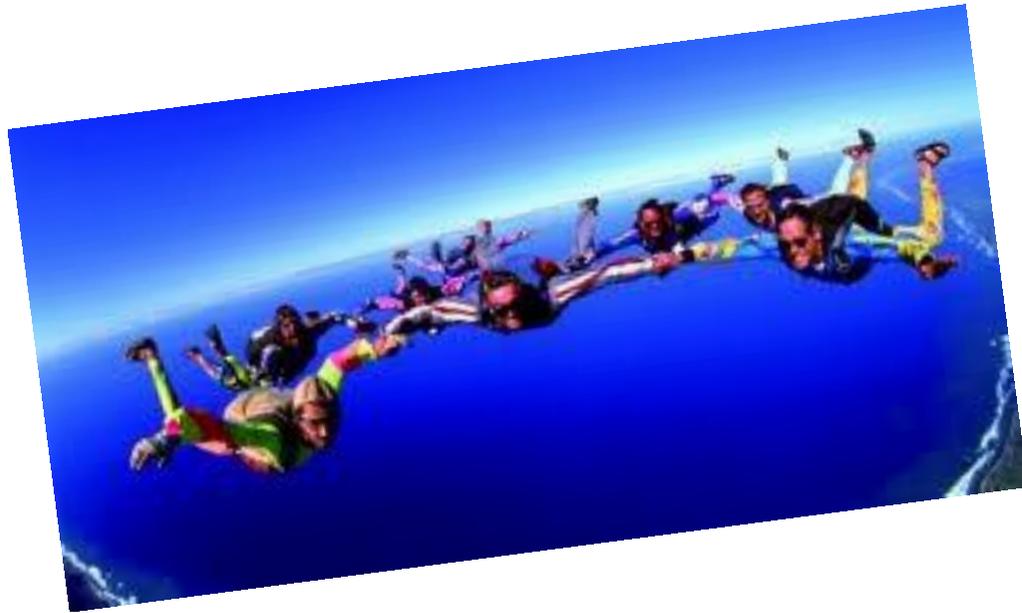
Integración de Ventas, Marketing, Operaciones, Admin...

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



El Ego impide ver más allá... (Old School vs. New School)

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



El equipo es como una cadena. Se rompe en el eslabón más débil.

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



Ponerse en los zapatos de los demás...

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



Selección, Reclutamiento y Profesionalización...

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



Perfil: Ayuda tener maestrías...

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



Perfil: Ayuda tener idiomas...

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



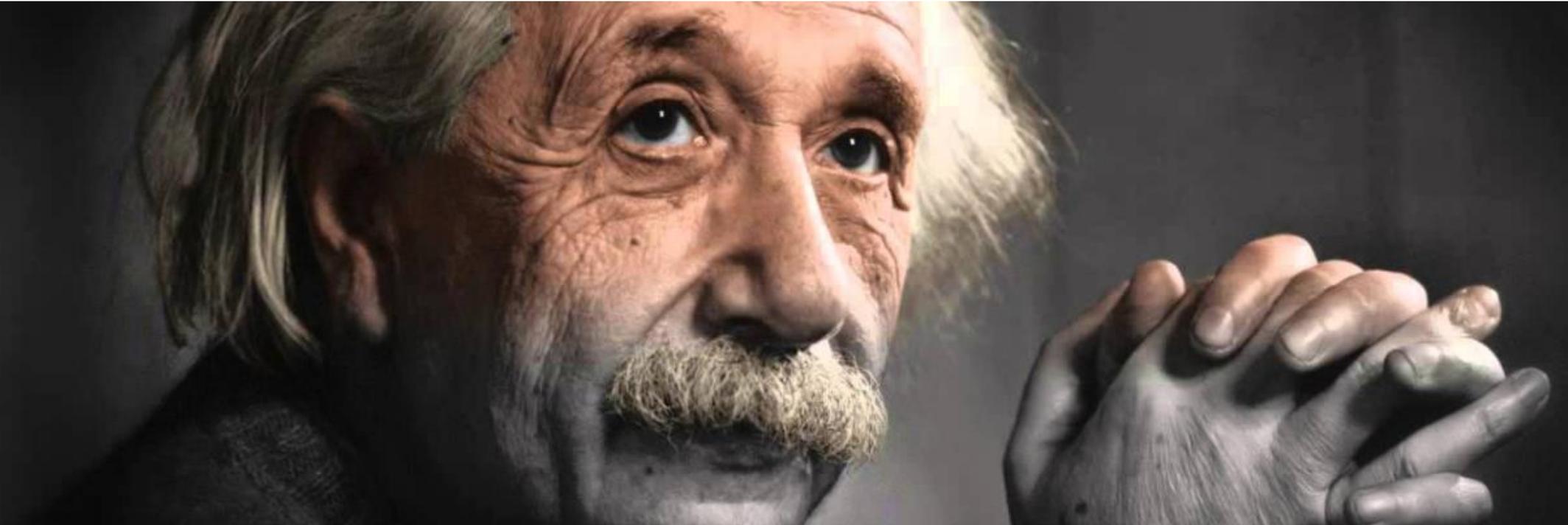
Perfil: Ayuda tener Excelente Presentación...

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



Perfil: Ayuda ser Filósofo...

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



O un gran físico matemático...

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



Perfil: Personas Ambiciosas...

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



Perfil: Mentalidad de Ganador...

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



Perfil: Carismático... (Gente con Ángel)

4. Entender al Recurso Humano para trabajar en equipo



Perfil: Persistente y Tenaz...

5. El Choque Generacional - Millenials



Perfil: Otras expectativas e intereses...

5. El Choque Generacional - Millenials

Generación	Periodo / Años	Características	Millones *USA
Baby Boomers	1946 a 1964	Primer cultura moderna después de la II Guerra Mundial (Cine – Auto – James Dean – The Beatles)	77
Generación X	1965 a 1987	American Dream – Géneros Musicales – Era del Rock y los autos – Nacimiento de Franquicias – Periodo clásico – Nacimiento de Internet – Era de la informática - MTV	61
Millenials	1988 a 2000	Globalización digital – dot.com - Aplicaciones	92

5. El Choque Generacional - Millenials



**No se encadenan a tradiciones o lugares...
(Asume que todo siempre existió)**

5. El Choque Generacional - Millenials



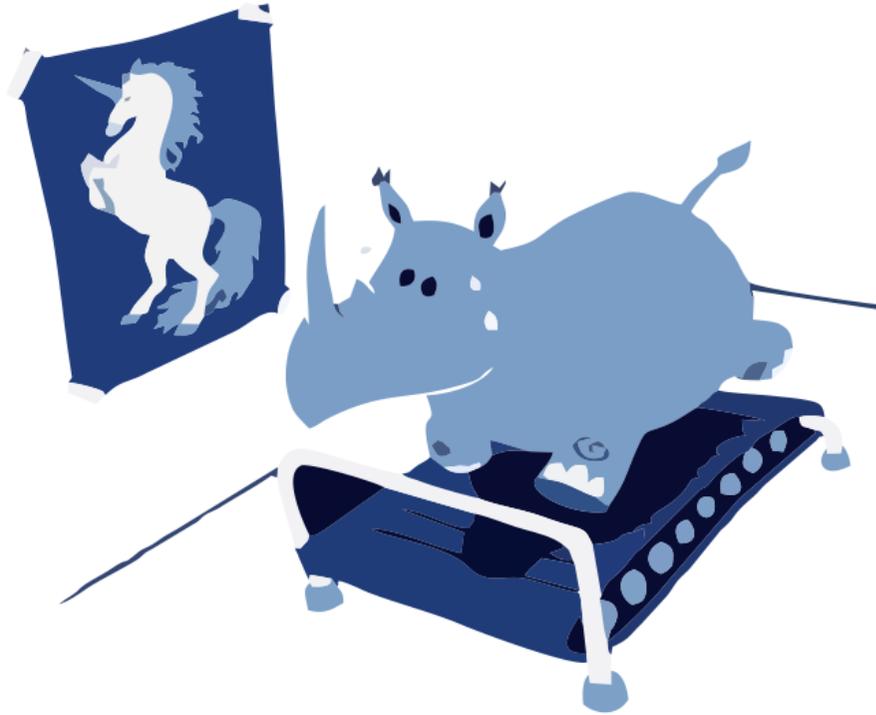
Buscan el No-Esfuerzo / Evitan lo innecesario...

5. El Choque Generacional - Millenials



El mercado mas grande... (92 millones en USA)

5. El Choque Generacional - Millenials



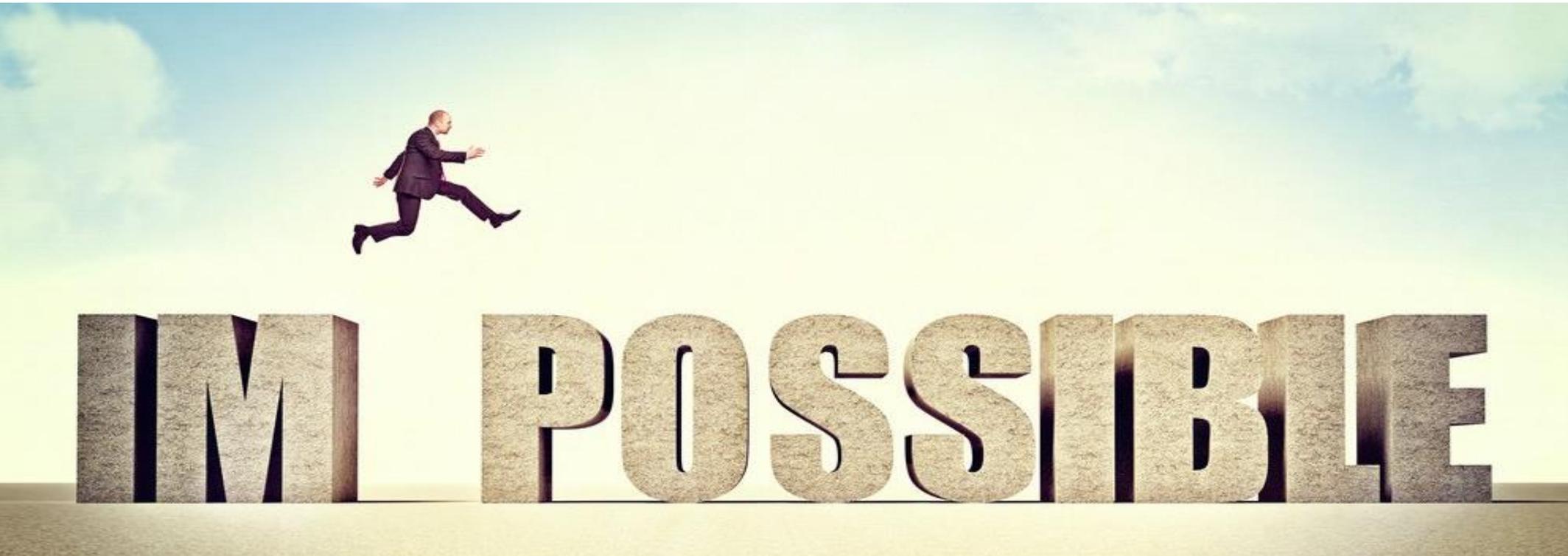
Grandes expectativas...

5. El Choque Generacional - Millenials



Narcisismo (Yo Yo y Yo)

5. El Choque Generacional - Millenials



¡Todo es posible!

6. Entender el modelo de comercialización...



Nadie quiere comprar un tiempo compartido...

6. Entender el modelo de comercialización...



Nadie percibe el producto como una necesidad...

6. Entender el modelo de comercialización...



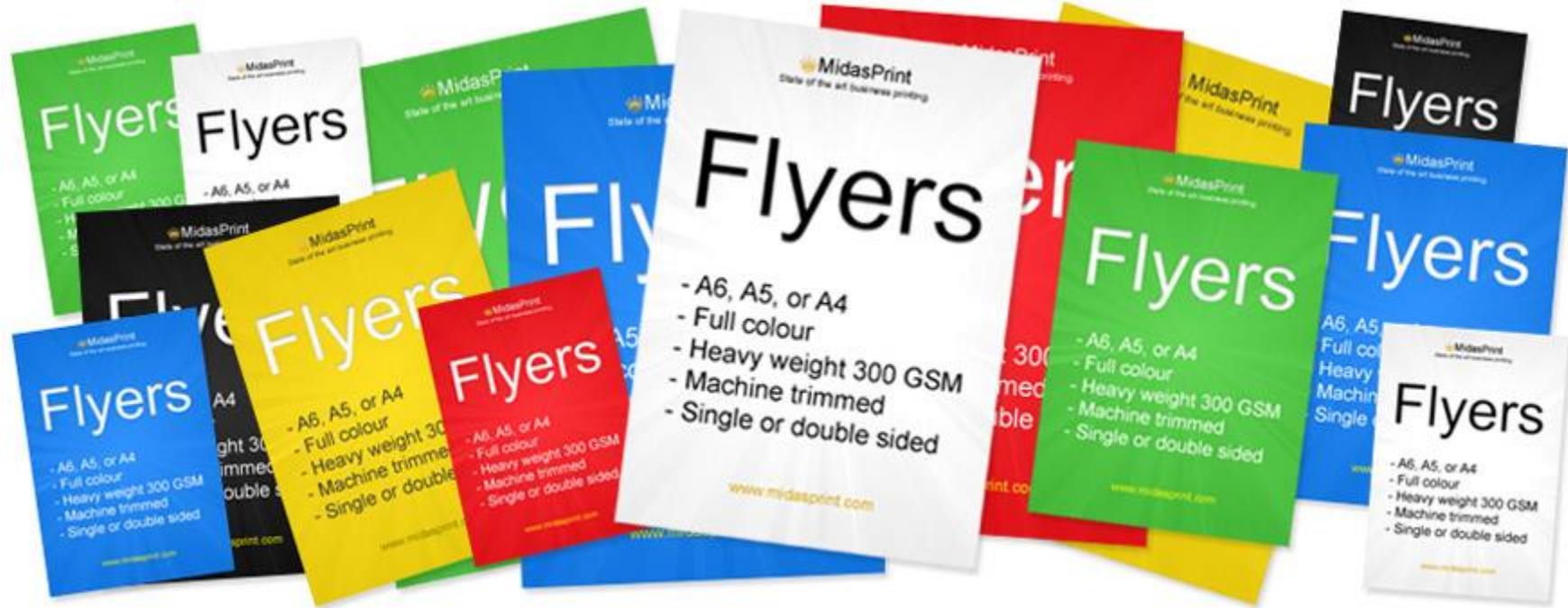
Ni siquiera quieren atender a una presentación...

6. Entender el modelo de comercialización...



Los modelos tradicionales NO funcionan...

6. Entender el modelo de comercialización...



Los modelos tradicionales NO funcionan...

6. Entender el modelo de comercialización...



Los modelos tradicionales NO funcionan...

6. Entender el modelo de comercialización...



Atraer / Prospectar...

6. Entender el modelo de comercialización...



Presentación del producto...

6. Entender el modelo de comercialización...



Cierre del Contrato...

7. Miedo a trabajar bajo comisiones



Confianza en ti mismo...

7. Miedo a trabajar bajo comisiones



Excelentes ingresos económicos...

8. Saber Vender



Sin importar la profesión, es necesario...

8. Saber Vender



Es saber comunicarte...

8. Saber Vender



Visual, Auditivo, Kinestésico...

8. Saber Vender



Grandes Comunicólogos = Grandes Personalidades...

8. Saber Vender



Grandes Comunicólogos = Grandes Personalidades...

8. Saber Vender



Grandes Comunicólogos = Grandes Personalidades...

Método de Ventas



Acercamiento...

Método de Ventas



Presentación del Producto...

Método de Ventas



Cierre...

¡Muchas Gracias!



Miguel Osuna Bertotti

Director Corporativo de Capacitación y Desarrollo

mosuna@Unlimitedvc.com

