

2017

JULIO / SEPTIEMBRE

NotiTur

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

ACTIVIDADES DE
AMDETUR



AMDETUR

**AMDETUR CELEBRA SU
30 ANIVERSARIO EN
EL MARCO DE
LA XXXI CONVENCION
& 27ª EXPO**

OPINIÓN

**LA RENEGOCIACIÓN DEL TLCAN,
UNA CARRERA CONTRA EL TIEMPO**

ESTRATEGIA

**PLAN DE BENEFICIOS FLEXIBLES.
COMPENSACIÓN A LA MEDIDA DE
CADA COLABORADOR**

30 AMDETUR
aniversario



DIRECTORIO AMDETUR

PRESIDENTE	Mtro. Jorge Herrera Rivadeneyra Unlimited Vacation Club
DEL CONSEJO	
VICEPRESIDENTE	Ing. Gerardo Rioseco Orihuela PROVAC Posadas
PRESIDENTE EJECUTIVO	Lic. Carlos Trujillo Balmaseda
SECRETARIO	Lic. Roberto Chapur Duarte RCD Resorts
TESORERO	Lic. Francisco Javier Aranda Bezaury Club Real Resorts
VOCALES	Lic. Daniel Arroyo Schoener Lic. Fernando González Ortega Lic. Francisco Medina Elizalde Lic. Jorge Ocaranza Freyria Lic. Juan Ignacio Rodríguez Liñero Lic. Marcos Agostini Lic. Rosario Rodríguez Rojo
DIRECTORA	Sra. Rosa de Jesús Lugo Dorantes

DIRECTORIO NOTITUR

PRESIDENTE	Mtro. Jorge Herrera Rivadeneyra Unlimited Vacation Club
DEL CONSEJO	
VICEPRESIDENTE	Ing. Gerardo Rioseco Orihuela PROVAC Posadas
PRESIDENTE EJECUTIVO	Lic. Carlos Trujillo Balmaseda
EDITOR	Lic. Paul Sánchez Acosta
DISEÑO	Eduardo Maldonado www.gulpdiseño.com
PUBLICIDAD	Lic. Paul Sánchez Acosta paul.sanchez@amdetur.org prensa@amdetur.org

ASOCIACIONES LOCALES

Lic. Diego Romero Sedas, Asociación de Clubes Vacacionales de Quintana Roo, A.C. / Lic. Eduardo Flores Peña, Asociación Sudcaliforniana de Desarrolladores de Tiempo Compartido, A.C. / Ing. José Luis Centeno Vélez, Asociación de Promotores de Clubes Vacacionales del Estado de Guerrero, A.C. / C.P. Fernando Alaniz Cárdenas, Asociación de Clubes Vacacionales de Sinaloa, A.C. / Lic. Claudio Balderrama, Asociación de Desarrolladores y Operadores Turísticos de Ixtapa y Zihuatanejo, A.C. / Ing. Guillermo Dávila Espinosa, Asociación de Desarrolladores Turísticos de Manzanillo y Costa Alegre, A.C. / Lic. María de Lourdes Ayala Ochoa, Asociación de Desarrolladores y Promotores Turísticos de Tiempo Compartido, A.C. (Puerto Vallarta).

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



**COMPARTI
ESTA REVISTA**

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/



CONTENIDO

JULIO / SEPTIEMBRE 2017

- 02 **CARTA DEL PRESIDENTE**
- 04 **AGENDA**
ACTIVIDADES DE AMDETUR
Las actividades de AMDETUR realizadas desde Mayo hasta Septiembre de 2017.
- 08 **ARTÍCULO**
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SUSTENTABILIDAD, RETO EN LOS DESARROLLOS DE LA PROPIEDAD VACACIONAL
Sobre el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo en México.
- 10 **CAPACITACIÓN**
2º MÁSTER EN COMERCIALIZACIÓN AMDETUR-ASUDESTICO 2017
El objetivo primordial de este Máster será conocer y analizar el proceso comercial de un tiempo compartido.
- 14 **AMDETUR**
AMDETUR CELEBRA SU 30 ANIVERSARIO EN EL MARCO DE LA XXXI CONVENCION & 27ª EXPO
Un hecho inédito e histórico, con lleno total y en un ambiente de camaradería.
- 28 **NOTICIAS**
INDICADORES DEL TURISMO Y DEL TIEMPO COMPARTIDO
- 29 **OPINIÓN**
LA RENEGOCIACIÓN DEL TLCAN, UNA CARRERA CONTRA EL TIEMPO
Un acuerdo rápido en la renegociación del TLCAN es beneficioso para todos.
- 29 **ESTRATEGIA**
PLAN DE BENEFICIOS FLEXIBLES. COMPENSACIÓN A LA MEDIDA DE CADA COLABORADOR
Retos y nuevas propuestas por parte de las empresas.



CARTA DEL PRESIDENTE

Es un placer saludarlos y expresarles mi agradecimiento por su participación en la pasada XXXI Convención & 27ª Expo AMDETUR 2017 “Tres Décadas Transformando el Turismo de México”, así como en el Foro de Marketing y Ventas “Despertar y Trascender”, donde además llevamos a cabo la celebración del 30 aniversario de la fundación de AMDETUR.

Fue una jornada donde tuvimos la oportunidad de intercambiar ideas y compartir experiencias para el fortalecimiento de nuestra industria. Tuvimos una gran asistencia en la cual superamos las expectativas y metas que nos habíamos planteado.

Los logros que alcanzamos en esta convención, nos dan la pauta para seguir trabajando con entusiasmo y mantener a nuestra industria con altos niveles de calidad; el trabajo de todos y cada uno de nosotros aporta en gran medida al desarrollo y crecimiento de la industria del tiempo compartido.

Quisiera compartir los logros que de manera conjunta con ustedes se alcanzaron en esta Convención:

- Contamos con la participación de un Presídium con gran representación, ya que estuvo presente el Mtro. Enrique De la Madrid Cordero, Secretario de Turismo del Gobierno de la República; Mtro. Jorge Aristóteles Sandoval Díaz, Gobernador del Estado de Jalisco; Lic. Jesús Enrique Ramos Flores, Secretario de Turismo del Estado de Jalisco; Ing. Arturo Dávalos Peña, Presidente Municipal de Puerto Vallarta; Mtra. Sonia Salgado Vargas, Sub-Procuradora de Servicios de la PROFECO, Sr. Pablo Azcárraga Andrade, Presidente del CNET; Lic. Álvaro Garciarce Monraz, Presidente del Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta; Lic. Fernando González Ortega, Presidente de la Oficina de Visitantes y Convenciones de la Riviera Nayarit así como la Lic. Maria de Lourdes Ayala Ochoa Presidente del Consejo de ADEPROTUR.
- También contamos con la presencia de grandes desarrolladores de nuestra industria.
- Rompimos récord de asistencia en cuanto a registros pagados, y esto aunado a los registros de conferencistas y panelistas, dio como resultado una de las convenciones con mayor asistencia en la historia.
- Como pudieron observar todos los stands de la EXPO se vendieron, además de contar con una gran participación de media sponsors, los cuales hicieron gran cobertura a nivel nacional e internacional. Destacamos la participación de Grupo ACIR, los cuales transmitieron totalmente en vivo durante nuestro evento.
- En cuanto a patrocinios también establecimos un récord al contar con 36 empresas participantes.
- Celebramos por primera vez una Cena de Gala con motivo de la celebración del 30 aniversario de nuestra asociación.
- Llevamos a cabo la entrega de los Reconocimientos a Ejecutivos y Desarrolladores que por su trayectoria han contribuido en fortalecer nuestra industria.

- Hicimos entrega de los Premios La Palmera de Oro, cuyo objetivo fue reconocer a las grandes empresas con iniciativas y programas que fomentan el desarrollo y crecimiento de nuestra industria.
- Llevamos a cabo de manera conjunta el Foro de Marketing y Ventas “Despertar y Trascender”, dirigido a la fuerza de ventas y mercadotecnia que integran nuestros grandes desarrollos impartido por Alejandra Llamas y Jeffrey Gitomer.
- En cuanto a participación internacional estuvieron presentes las asociaciones hermanas internacionales como la American Resort Development Association (ARDA), Cooperative Association of Resort Exchangers (C.A.R.E), Canadian Vacation Ownership Association (CVOA), National Timeshare Owner Association, así como también Jamaica Promotions Corporation (JAMPRO), Agencia del Ministerio de Crecimiento Económico y Creación de Empleo del Gobierno de Jamaica quienes nos acompañaron durante nuestro evento.

Reconozco la participación de nuestros grandes pioneros que iniciaron colocando la primera piedra de este gran sector, así como también a las nuevas generaciones que han venido con gran empuje enfrentándose a los desafíos que día con día se presentan.

Cabe destacar que las cifras del turismo han sido muy favorables ya que tan solo en lo que va del año, nuestro PIB Turístico llegó al 8.7% superando al petróleo, la minería, la construcción y los servicios financieros, esto nos habla de que la industria turística se encuentra en uno de sus mejores momentos.

Agradezco a la Asociación de Desarrolladores y Promotores Turísticos de Tiempo Compartido de Puerto Vallarta (ADEPROTUR), encabezada por la Lic. Lourdes Ayala Ochoa, ya que sin su valioso apoyo y colaboración, no hubiera sido posible llevar a cabo este magno evento. A nuestros patrocinadores Master, Diamante, Oro, Plata, Bronce así como a los Media Sponsors, a los expositores por todo el apoyo que año con año recibimos de su parte.

Felicito a todos y cada uno de los Desarrolladores y Ejecutivos reconocidos en nuestra cena de gala así como también a los ganadores de los Premios La Palmera de Oro y expreso mi respeto a los homenajeados que dejaron gran huella en nuestra industria.

MTRO. JORGE HERRERA RIVADENEYRA

PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO

NotiTur



ACTIVIDADES DE AMDETUR

MAYO - SEPTIEMBRE 2017



23 de Mayo 2017
2ª REUNIÓN DE TRABAJO CON EL BETTER BUSINESS BUREAU MÉXICO



2 de Junio 2017
2º DÍA DEL 4TO FORO INTERNACIONAL DE MARKETING Y VENTAS DE LOS CABOS



24 de Mayo 2017
ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL
Lilia Anciola nos expone el tema en nuestro 3er Diplomado en Tiempo Compartido.



7 de Junio 2017
CONFERENCIA DE PRENSA
Se anuncia la XXXI Convención & 27ª Expo "Tres Décadas Transformando el Turismo de México" y el Foro de Marketing y Ventas: "Despertar y Trascender" a celebrarse los días 20, 21 y 22 de junio en el Hotel Sheraton Baganvillas Resort & Convention Center, Puerto Vallarta, Jalisco.



30 de Mayo 2017
DESARROLLO ORGANIZACIONAL
Presentación de Miguel Ortiz en nuestro 3er Diplomado en Tiempo Compartido.

8 de Junio 2017
SEGUNDA SESIÓN ORDINARIA 2017

Sesión de la Junta de Gobierno del Consejo de Promoción Turística de México con la participación del Mtro. Jorge Herrera Rivadeneyra, Presidente de nuestro Consejo Directivo.



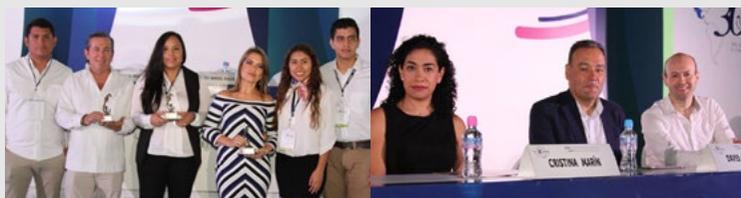
31 de Mayo 2017
DELINEANDO ESTRATEGIAS 2017
Edición Número de 12 del Foro de KPMG.

19 de Junio 2017
2ª ASAMBLEA GENERAL DEL CONSEJO NACIONAL EMPRESARIAL TURÍSTICO



1 de Junio 2017
4º FORO INTERNACIONAL DE MARKETING Y VENTAS DE LOS CABOS.
Extraordinario Programa de Conferencistas en su primer día.


Nuestro Presidente del Consejo Directivo, Mtro. Jorge Herrera Rivadeneyra, participó en la 2a Asamblea General del Consejo Nacional Empresarial Turístico que preside el Sr. Pablo Azcárraga Andrade.



20 de Junio 2017

PROGRAMA DE VINCULACIÓN 2017

Damos inicio a nuestra Convención Amdetur 2017 con el programa de vinculación Universidad -Empresa.



20 de Junio 2017

CEREMONIA DE INAUGURACIÓN XXXI CONVENCION & 27ª EXPO AMDETUR 2017

Corte de listón, Panel "Pioneros: La Evolución de una Visión y Cena de Gala.



21 de Junio 2017

2º DÍA CONVENCION AMDETUR 2017

Actividades, mesas de trabajo y ponencias en las que contamos con destacadas personalidades del medio turístico.



22 de Junio 2017

3ER DÍA CONVENCION AMDETUR 2017

Ponencias y ceremonia de clausura a cargo del Mtro. Jorge Herrera Rivadeneira.

22 de Junio 2017

ENTREVISTA GRUPO ACIR-PANORAMA INFORMATIVO PUERTO VALLARTA

Karla Macías de Grupo ACIR entrevista a Jorge Herrera Rivadeneira, Presidente del Consejo Directivo AMDETUR.



30 de Junio 2017

REUNION DE ESTADISTICAS SECTUR - INEGI



4 de Julio 2017

FORO DE TURISMO SUSTENTABLE

Mesa de Trabajo 2 - Recaudación y Administración de Recursos para los Destinos Turísticos.



7 de Julio 2017

INNOVACION, MÁS ALLÁ DE LA TECNOLOGÍA

Séptimo Seminario impartido por la Mtra. Patricia Miralles Marugán, Jefe de Proyectos del Instituto Tecnológico Hotelero en España organizado por Concanaco Servytur.



7 de Julio 2017

REUNION CON PROFECO

AMDETUR fue invitado a una reunión de acercamiento para conocer al nuevo Sub-Procurador de Verificaciones, el Mtro. Raymundo Rodríguez Diego.



12 de Julio 2017

ESTRATEGIAS PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURISTICAS

Conferencia impartida por el Dr. Einar Moreno Quesada del Instituto de Competitividad Turística.

13 de Julio 2017

DESAYUNO CON INTERVAL INTERNATIONAL

Con motivo de nuestro 30 aniversario.





31 de Julio 2017
VIAJEMOS TODOS POR MÉXICO

Lanzamiento de la plataforma.



8 de Septiembre 2017
REAL ESTATE BUSINESS SUMMIT RIMERA MAYA 2017

Con la participación de representantes de la industria.



3 de Agosto 2017
COMISIÓN DE TURISMO, CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO DE LA CDMX

Desayuno de Trabajo



9 de Septiembre 2017
1ER INFORME DE CARLOS JOAQUÍN GONZÁLEZ

Informe del Gobernador

Constitucional de Quintana Roo. Estuvo presente el Mtro. Jorge Herrera Rivadeneira.



10 de Agosto 2017
DONACIÓN DE ÚTILES ESCOLARES

Agradecemos a Timeshare Equity Services su donativo para la Campaña de Donación de Útiles Escolares. AMDETUR también puso su granito de arena.



12 de Septiembre 2017
3ER DIPLOMADO EN TIEMPO COMPARTIDO AMDETUR 2017

Entrega de diplomas en Manzanillo a participantes.



17 de Agosto 2017
EXPO DELEGACIONES (CANACO) CDMX



13 de Septiembre 2017
TERCERA SESIÓN ORDINARIA DE LA JUNTA DE GOBIERNO 2017 DEL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO

Con la presencia del Mtro. Jorge Herrera Rivadeneyra.



17 de Agosto 2017
"LA LLAVE DEL PROGRESO" AMAIT 2017.



21 de Septiembre 2017
JUNTA ESPECIAL CPTM-CNET

Junta especial CPTM - CNET por motivo de los recientes eventos naturales y sociales que afectan al turismo. Presidida por el Secretario De la Madrid, por el Mtro. Pablo Azcárraga y por el Lic. Héctor Flores.



23 de Agosto 2017
ENTREGA DE DIPLOMAS

En el Diplomado en Tiempo Compartido.



2 de Septiembre 2017
DONATIVOS DE VALUE TRADES Y TIMESHARE EQUITY SERVICE

Donativos por las afectaciones del huracán Lidia.



8 de Septiembre 2017
REUNIÓN DE CONSEJO CONSULTIVO NACIONAL DE NORMALIZACIÓN TURÍSTICA

21 de Septiembre 2017
CEREMONIA DE INAUGURACIÓN 2º MASTER EN COMERCIALIZACIÓN 2017

Iniciamos nuestro 2º Master en Comercialización 2017 con la participación de José Antonio Villavicencio quien nos expone el tema: "Imagen más allá de las Ventas"





EXPO
**NEGOCIOS
INMOBILIARIOS**
EXPOSICIÓN & CONGRESO

EXHIBE TU DESARROLLO AQUÍ

**8 y 9
NOV 2017**
HOTEL CAMINO REAL
POLANCO, MÉXICO

CONGRESO+EXPO+WORKSHOPS+NETWORKING

**MÁS DE 5,000
INVERSIONISTAS**

**120
STANDS**

+

**30
WORKSHOPS**

+

**50
SPEAKERS**

www.exni.mx

+52 (55) 55147914

ORGANIZADO POR



INM•BILIARE

www.amdetur.org.mx | 7

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SUSTENTABILIDAD

RETO EN LOS **DESARROLLOS** DE LA **PROPIEDAD VACACIONAL**

Por Paul Sánchez
Gerente de Comunicación y
Prensa en AMDETUR
paul.sanchez@amdetur.org.mx



La Asamblea General de las Naciones Unidas designó este año 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo cuyo objetivo es: promover una mejor comprensión entre los pueblos en todas partes, conducir a que se tome una mayor conciencia de la riqueza del patrimonio de las diversas civilizaciones y llevar a una mejor apreciación de los valores inherentes de las diversas culturas, contribuyendo así al fortalecimiento de la paz en el mundo.

La sociedad día con día toma conciencia de la problemática ambiental que existe, así como los efectos que algunos productos o servicios pueden ocasionar dentro del entorno de los destinos o las comunidades. Esto por consecuencia hace que los usuarios o consumidores exijan a los hoteles un mayor desarrollo sustentable para el cuidado del medio ambiente y así minimizar los impactos negativos que la operación del hotel pueda generar.

Las buenas prácticas de los desarrollos hoteleros como la utilización de inodoros ecológicos, incorporación de

México cuenta con potencial para crecer como destino turístico sustentable y se encuentra en un gran momento para desarrollarse ampliamente.

plantas de riego con agua tratada, colocación de lámparas de bajo consumo, contenedores para la separación de residuos que puedan ser reciclados y reutilizados, así como productos de limpieza biodegradables entre otros, son acciones las cuales benefician a la sociedad y al medio ambiente.

Los programas de destinos turísticos inteligentes hoy en día es una realidad, ya que están contruidos sobre bases e infraestructura tecnológicamente avanzada que garantizan el desarrollo sostenible del destino, además de ser accesibles para los consumidores y a su vez se traduce en experiencias únicas.

México cuenta con potencial para crecer como destino turístico sustentable y se encuentra en un gran momento para desarrollarse ampliamente. El uso óptimo de los recursos medio ambientales es una responsabilidad conjunta entre autoridades, empresarios y la sociedad.

Sin embargo, no debemos olvidar que la sustentabilidad se basa en tres ejes: la ecología, la responsabilidad social y el impacto en la comunidad, es en estos últimos dos rubros donde debemos de trabajar mucho más, ya que sigue existiendo un contraste muy marcado entre los destinos de primera y las zonas marginadas donde vive el personal que presta sus servicios a los grandes desarrollos. Otro punto a observar es que hemos sido víctimas de nuestro propio éxito donde la saturación de destinos se hace cada vez mayor, claro ejemplo es el caso de Holbox y Barcelona.

En AMDETUR, el 72% de nuestros afiliados cuenta con programas de asistencia social o fundaciones con las que apoya a sus colaboradores con programas como: apoyo a las madres solteras trabajadores, apoyo a comunidades rurales de la zona, apoyo a los hijos de los colaboradores, así como apoyo en casas de asistencia.

El turismo en nuestro país, es uno de los principales sectores de nuestra economía el cual tiene un gran poder de transformación que permite a las comunidades turísticas desarrollarse y por consecuencia disminuir la desigualdad social y mitigar la pobreza.

El fortalecimiento del turismo sustentable requiere la construcción de marcos normativos de protección al ambiente y a la biodiversidad en las áreas naturales protegidas, implica la participación de la sociedad y se necesita impulsar las buenas prácticas con una visión social de respeto al entorno y al medio ambiente. 🌱



2^o MÁSTER en COMERCIALIZACIÓN

AMDETUR – ASUDESTICO 2017.

SEPTIEMBRE-NOVIEMBRE

 /amdeturmx
/asudestico.ac

 @AMDETUR

Inicio: 21 de septiembre

INSCRIPCIONES ABIERTAS

Información: virginia@amdetur.com.mx Tels.: 5488 2028 al 31

Sede: Asociación Sudcaliforniana de Desarrolladores de Tiempo Compartido ASUDESTICO. Cabo San Lucas, B.C.S.





Graduados presenciales del 1^{er} Máster en Comercialización AMDETUR 2016, celebrado en la Ciudad de Cancún, Quintana Roo.

2° MÁSTER EN COMERCIALIZACIÓN AMDETUR-ASUDESTICO 2017

Como parte de los programas de capacitación que existen dentro de la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos (AMDETUR), el Comité Educativo que preside el Lic. Francisco Aranda Bezaury, se dio a la tarea de preparar el 2° Master en Comercialización 2017.

Con el respaldo de la Universidad del Golfo de California, la Asociación Sudcaliforniana de Desarrolladores de Tiempo Compartido (ASUDESTICO), Consejo Nacional Empresarial Turístico y la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California Sur, arrancamos la segunda edición de este exitoso Máster. Los Cabos, Baja California Sur, será la sede donde se darán cita ponentes y alumnos para tomar de manera presencial este 2° Máster en Comercialización 2017.

Del 18 de septiembre al 28 de noviembre, nuestros instructores capacitarán a los grandes profesionales de la industria del tiempo compartido y de la propiedad vacacional. Dirigido a supervisores, jefes de área, ejecutivos, gerentes y directores de los grandes desarrollos en las principales áreas como ventas, marketing, operación y administración.

El objetivo primordial de este Máster, será conocer y analizar el proceso comercial de un tiempo compartido en cualquiera de sus modalidades, desde sus orígenes así como la evolución que ha tenido este producto y el desarrollo que ha ocurrido en el Capital Humano, para un mejor entendimiento del funcionamiento de la industria, en sus áreas torales como son la comercialización y las ventas.



Durante 120 horas de estudio constante, los profesionales de la industria del tiempo compartido y la propiedad vacacional, serán llevados de la mano por instructores nacionales e internacionales como: Linda Clemons, Jim Madrid, Madeline Berges, Jim Wehrle, Jose Antonio Villavicencio, Carlos Pérez y Perez, Esteban Arce Riqué, Miguel Ortiz, Miguel Osuna, Gonzalo Maqueda, Cristina Marín, Guillermo Dávila, Arturo Ruíz-Velasco, Carlos Salinas, Ana María Díaz, Miguel Ortiz, John Jonch, Erick Rodríguez y Alejandro Carrillo asimismo como los Profesores con Doctorado de la Universidad del Golfo de California Ramon Ojeda Mestre, Jorge Quiroz Rodríguez

La tecnología nos permite llevara a cabo este 2do. Máster no solo de manera presencial, sino también en línea, a través del sistema de webinars de AMDETUR.

México cuenta con un gran potencial en cuanto al turismo se refiere, es por ello que nuestra industria necesita de gente capacitada y preparada en temas del club vacacional para estar a la vanguardia para ofrecer los mejores servicios de calidad.

Este Máster en Comercialización 2017 se encontrará estructurado de la siguiente manera:

Módulo 1	Módulo 2
El Origen del Producto y la Mercadotecnia	Proceso de Ventas
<p>Imagen en las Ventas José Antonio Villavicencio Acosta Septiembre 21</p>	<p>¿Cómo Venderle a la Mente? Alejandro Carrillo Octubre 11 y 12</p>
<p>Evolución del Producto Gonzalo Maqueda Cornejo Septiembre 28*</p>	<p>Closer Workshop John Jonch Octubre 23 y 24</p>
<p>Perfil del comprador Mexicano • <i>Perfil del Comprador Mexicano</i> Guillermo Dávila Espinosa Septiembre 25</p>	<p>Body Lenguaje Linda Clemonds Octubre 30 y 31</p>
<p>• <i>Perfil del Comprador Extranjero</i> Ana Cristina Marín Septiembre 26</p>	<p>Tecnología avanzada en Mental Training Jim Madrid Noviembre 1 y 2</p>
<p>Marketing Digital Madeline Berges Septiembre 27</p>	
<p>Prospección Miguel Osuna Bertotti Octubre 2, 3 y 4</p>	

Módulo 3

La Operación del Club Vacacional**Consolidando Relaciones**

Erick Rodriguez

Noviembre 6

Revenue Managment

Carlos Pérez y Pérez

Noviembre 7

El ABC de una Operación eficiente del Club

Esteban Arce Riqué

Noviembre 8

Innovación Tecnológica

Jim Wehrle

Noviembre 9

Módulo 4

Capital Humano**Técnicas de Contratación-Perfiles**

Ana María Díaz

Noviembre 15

Neuroliderazgo

Arturo Ruiz-Velasco Romero

Noviembre 16

Ética y Responsabilidad Social

Ramón Ojeda Mestre

Noviembre 21

Desarrollo Organizacional

Miguel Ortiz

Noviembre 22

Tecnológica Humana

Carlos Salinas

Noviembre 27 y 28

El éxito de la primera edición del Máster en Comercialización, es una muestra de la labor constante que realiza AMDETUR por llevar capacitación de calidad a sus asociados para que brinden a sus clientes servicios de calidad. ☀

¡INSCRÍBETE YA Y FORMA PARTE DE LA SIGUIENTE GENERACIÓN!

2^o MÁSTER en COMERCIALIZACIÓN
AMDETUR – ASUDESTICO 2017.

Más información al e-mail virginia@amdetur.com.mx y a los teléfonos 5488 2028 al 31. La sede es en la Asociación Sudcaliforniana de Desarrolladores de Tiempo Compartido, ASUDESTICO en Cabo San Lucas, B.C.S y a distancia.

30 @ AMDETUR

aniversario



TRES DÉCADAS TRANSFORMANDO
EL TURISMO DE MÉXICO



TR
EL

AMDETUR CELEBRA SU 30 ANIVERSARIO EN EL MARCO DE LA XXXI CONVENCION & 27ª EXPO

La Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos, (AMDETUR) y la Asociación de Desarrolladores y Promotores Turísticos de Tiempo Compartido, (ADEPROTUR) suman esfuerzos para llevar a cabo la XXXI Convención, la 27ª Expo y el Foro de Marketing y Ventas “Despertar y Trascender”.

“Trabajar
juntos para ser
competitivos”
Enrique De la Madrid
Cordero
*Secretario de Turismo del
Gobierno de la República*

“Trabajar de
manera unida e
incluyente”
Jorge Herrera
Rivadeneira
*Presidente del Consejo
Directivo de AMDETUR*

“Propiedad
Vacacional, sector
innovador”
Aristóteles
Sandoval
*Gobernador Constitucional
del Estado de Jalisco*

“Industria de la
Propiedad Vacacional,
sólido contribuyente del
PIB Turístico”
Pablo Azcárraga Andrade
*Presidente del Consejo Nacional
Empresarial Turístico (CNET)*

“Propiedad Vacacional es
un medio para transformar
unas simples vacaciones
en experiencias de vida”
María de Lourdes Ayala
*Presidente del Consejo Directivo de
ADEPROTUR*

En el marco de los festejos con motivo del 30 aniversario de la fundación de la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos (AMDETUR), en un hecho inédito e histórico, con lleno total y en un ambiente de camaradería, se llevó a cabo la XXXI Convención, la 27ª Expo AMDETUR 2017, “Tres Décadas Transformando el Turismo de México” y el Foro de Marketing y Ventas Puerto Vallarta y Riviera Nayarit “Despertar y Trascender”. La Asociación de Desarrolladores y Promotores Turísticos de Tiempo Compartido de Puerto Vallarta (ADEPROTUR), además de ser uno de los fundadores de AMDETUR, ha sido pieza fundamental en el desarrollo de la industria del tiempo compartido y la propiedad vacacional de la región de Puerto Vallarta y la Riviera Nayarit. Por ello, sumaron esfuerzos para la organización, operación y logística de nuestro magno evento, que culminó como uno de los más exitosos que se haya tenido registro.



CEREMONIA DE INAUGURACIÓN

Durante la inauguración de este magno evento, se contó con la presencia del Secretario de Turismo del Gobierno de la República, Mtro. Enrique De la Madrid Cordero, quien destacó que el turismo en nuestro país es una política de combate a la pobreza. Indicó que los 3 países más importantes en materia de propiedad vacacional son Estados Unidos, México y Canadá, los cuales son ejemplo de la importancia que tiene esta región. Llamó a los empresarios a trabajar juntos para evidenciar que la zona está destinada a ser competitiva a nivel mundial por sus recursos naturales y humanos. Resaltó que se debe trabajar en unidad para lograr un país en mejores condiciones y dijo: "juntos logramos más y juntos valemos más". Destacó la presencia y participación de las asociaciones internacionales como la American Resort Development Association (ARDA), Cooperative Association of Resort Exchangers (C.A.R.E),



Enrique De la Madrid

Canadian Vacation Ownership Association (CVOA), así como también Jamaica Promotions Corporation (JAMPRO), Agencia del Ministerio de Crecimiento Económico y Creación de Empleo del Gobierno de Jamaica.

En su intervención el Gobernador Constitucional del Estado de Jalisco, Aristóteles Sandoval, reconoció que la propiedad vacacional es un sector innovador gracias al compromiso, liderazgo y profesionalismo de los empresarios. Indicó que como gobierno les toca comprometerse con la industria para que en conjunto "logremos co-crear lo que necesitan nuestros clientes, los turistas y lo que falta en infraestructura". Hizo un llamado a crecer como país y competir a nivel global y además destacó que México puede crecer al doble en lo que se refiere a la actividad turística.



Aristóteles Sandoval

Pablo Azcárraga Andrade, Presidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) manifestó que la industria de la propiedad vacacional es relativamente joven. No obstante, ha mostrado un impresionante dinamismo durante los últimos años y ha sido un sólido contribuyente al PIB turístico de México.

El desarrollo de la industria de la propiedad vacacional dijo: "ha resultado ser casi de forma natural, complementario y altamente compatible con el propio crecimiento de la industria hotelera". Dio a conocer que la hotelería y la industria de la propiedad vacacional, se fortalecen mutuamente y las cadenas hoteleras nacionales e internacionales que operan en nuestro país han tenido un enorme éxito en el segmento de la propiedad vacacional.



Pablo Ascarraga Andrade

convención es una oportunidad para reflexionar y demostrar que con unidad se generarán las acciones que permitirán trascender y legar a las nuevas generaciones una industria fuerte y en mejores condiciones. Agregó que la industria de la propiedad vacacional tiene los medios para transformar unas simples vacaciones en experiencias de vida.



María de Lourdes Ayala



Jorge Herrera Rivadeneyra

PROGRAMA DE VINCULACIÓN UNIVERSIDAD-EMPRESA

Jorge Herrera Rivadeneyra, Presidente del Consejo Directivo de AMDETUR, detalló que a lo largo de 30 años, AMDETUR se ha posicionado como una organización líder en nuestro país, gracias a la dedicación y entrega de los 16 presidentes que han encabezado esta Asociación y dijo: "todos y cada uno de ellos se han enfrentado a retos para defender los intereses de nuestra industria". Reconoció el apoyo de los desarrolladores, asociaciones locales y autoridades y destacó de manera muy especial la colaboración del Sr. Procurador Federal del Consumidor en funciones, Lic. Rafael Ochoa, en las gestiones que se llevaron a cabo ante la Comisión de Comercio y Fomento Industrial del Senado de la República sobre la nueva Ley Federal de Protección al Consumidor, en donde se logró conservar el periodo de rescisión de 5 días hábiles y evitar el nuevo Registro Público de empresas de tiempo compartido, similar al que tienen las casas de empeño. Añadió que AMDETUR seguirá trabajando de manera unida e incluyente para lograr todos y cada uno de los objetivos planteados.

María de Lourdes Ayala, Presidente del Consejo Directivo de ADEPROTUR, comentó que la

Las actividades de nuestra Convención dieron inicio con el programa de vinculación universidad-empresa, patrocinado por Fiesta Americana Vacation Club, en donde se dieron cita más de 300 estudiantes de diversas universidades de la región de Puerto Vallarta y Riviera Nayarit, a quienes se les mostró un panorama general del turismo, así como de lo que representa la propiedad vacacional alrededor del mundo y en particular en nuestro país.



En el primer bloque, David Fuentes y Leonel Matiz, ambos de RCI y Cristina Marín de Interval International, expusieron temas como: Panorama General de la Industria de la Propiedad Vacacional y Perspectivas a Futuro, La Importancia de la Industria de la Propiedad Vacacional y Perfil del Comprador de la Propiedad Vacacional.



En el segundo bloque, Arleth Ávalos de Royal Holiday, Beatriz Mora de Real Club Resorts y Miguel Osuna de Unlimited Vacation Club presentaron interesantes ponencias como: Ventajas de Trabajar en la Industria de la Propiedad Vacacional, Visión Global de la Nueva Demanda Laboral y Retos para el Profesionalista de la Industria de la Propiedad Vacacional, a través de las cuales mostraron a los estudiantes la parte del capital humano dentro de los clubes vacacionales. Los estudiantes se mostraron muy participativos e intercambiaron puntos de vista con los expositores.



PANELES

Pioneros. La Evolución de una Visión

En el Panel "Pioneros - La Evolución de una Visión", el cual fue moderado por Ricardo Montaudon Corry, Presidente y Director Ejecutivo de RCI Latinoamérica, contó con la participación de Pablo González Carbonell, Presidente del Consejo de Royal Holiday; Fernando González Corona, Presidente del Consejo de Grupo Villa; Ernesto Coppel Kelly, Presidente del Consejo de Grupo Pueblo Bonito



y Kemil Assad Rizk Aziz, Presidente y Director General de Royal Resorts. Los panelistas platicaron sobre la evolución y transformación de la Industria de la Propiedad Vacacional. Recordaron que en sus inicios en México se desarrolló la unidad fija y después la flotante. Destacaron que nuestro país es el segundo lugar en ventas a nivel mundial, únicamente porque Estados Unidos tiene una economía mayor, pero en realidad por innovación y valor, México es el número uno. Coincidieron que a lo largo de más de 30 años se ha trabajado arduamente para posicionar a la industria en niveles de calidad muy sobresaliente, tanto en productos como en servicios, además de que la satisfacción del consumidor es lo más importante para que la industria pueda funcionar de manera óptima.

Rompiendo Paradigmas, Creando Experiencias Únicas

El Panel "Rompiendo Paradigmas, Creando Experiencias Únicas", patrocinado por Sell A Timeshare estuvo moderado por David Fuentes, Director de Consultoría y Asesoría en Bienes Raíces Orientados al Turismo, TORE de RCI Latinoamérica y contó con los siguientes panelistas: Jean Pierre Juanchich, Gerente - México de Crystal Lagoons; Oscar Moreno Leyva, Gerente de Grupos de Vallarta Adventures y Roberto Valdés, Director General de Grupo Valcas (Vívelo Rancho Tecate). Cada uno compartió experiencias de cómo han ido evolucionando e innovando las actividades y amenidades dentro de sus



empresas para crear experiencias únicas y lograr que los consumidores no solo se lleven las vivencias de conocer el destino turístico, sino que también experimenten vivencias que sobrepasen lo cotidiano. Destacaron la importancia de contar con amenidades que generen un valor agregado.

Nuevas Oportunidades y Desafíos en la Era Digital



En el Panel “Nuevas Oportunidades y Desafíos en la Era Digital”, moderado por Jim Wehrle, Vicepresidente de Cooperative Association of Resort Exchangers (C.A.R.E.) y los panelistas: Ryan Williams, Vicepresidente de Desarrollos de Negocios de Track Results; Leonel Matiz, Gerente de Asesoría y Consultoría para Bienes Raíces Orientados al Turismo, TORE de RCI Latinoamérica; Kevin Schneider, Presidente de SaveOnResorts; y César Ramírez, Socio Líder Nacional del Sector Turismo y Hotelería de KPMG Cárdenas Dosal, concluyeron que el área que genera una gran oportunidad de desarrollo dentro de la industria de la propiedad vacacional es la tecnología que se relaciona con el big data, ya que permite conocer mejor a los clientes y adelantarse a sus necesidades. Señalaron también que actualmente se vive una “cuarta revolución industrial”, lo que significa la digitalización de los negocios, que está llevando a las empresas a crear innovadores modelos para afrontar la nueva era digital, que se maneja a través de los dispositivos móviles. Claros ejemplos han sido Uber y Airbnb.

Perspectiva Regional del Turismo

En el Panel: “Perspectiva Regional del Turismo”, en el cual tuvimos como moderador a John McCarthy Sandland, Socio Director de Leisure Partners y como Panelistas: Jesús Enrique Ramos Flores, Secretario de Turismo del Estado de Jalisco; Álvaro Garciarce Monraz, Presidente



del Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta; y Fernando González Ortega, Presidente de la Oficina de Visitantes y Convenciones de la Riviera Nayarit. Destacaron que en la región de Puerto Vallarta y la Riviera Nayarit los niveles de ocupación hotelera superan el 80%, lo que significa que la región está creciendo en muy buenos niveles y les permite invertir en infraestructura hotelera. Hicieron referencia también que el INEGI los catalogó como la región más segura del país y añadieron que cuando les llegó “la tormenta perfecta”, ambos destinos, Puerto Vallarta y Riviera Nayarit, se unieron para reactivarse en tiempo record.

Nuevos Enfoques en la Industria de la Propiedad Vacacional



En el Panel: “Nuevos Enfoques en la Industria de la Propiedad Vacacional”, patrocinado por Concord y moderado por Gerardo Rioseco Orihuela, Vicepresidente de Provac-Grupo Posadas, tuvo como panelistas a Alejandro Zozaya, Presidente de Apple Leisure Group; Alejandro Martín, Director General de Palladium Travel Club; Luis Lara González, Director General de Travel Smart VIP Vacations; y Marcos Agostini, Vicepresidente Ejecutivo de Ventas Globales y Desarrollo Comercial de Interval International. Sostuvieron que el producto de la propiedad vacacional ha evolucionado porque los clientes actuales tienen diferentes necesidades, por lo que las empresas se han ido adaptando a lo que los consumidores requieren. Destacaron también

que el producto de semana flotante se vende con mucho éxito y aseguraron que se tienen que reinventar con beneficios y productos que puedan aportar más valor al proceso de venta.

CENA DE GALA, RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS LA PALMERA DE ORO



El primer día de actividades cerró con una espectacular Cena de Gala, en donde se entregaron reconocimientos a las asociaciones locales, a los ejecutivos con amplia trayectoria en la industria, así como a los desarrolladores que han colaborado en esta industria desde sus inicios. Mención especial fue el hecho de que, por primera vez en la historia de AMDETUR, se entregaron los Premios "La Palmera de Oro 2017", cuyo objetivo es reconocer a las grandes empresas con iniciativas y programas que fomenten el desarrollo y crecimiento de la industria del Tiempo Compartido y la Propiedad Vacacional.

Reconocimiento a las asociaciones locales

- Asociación de Clubes Vacacionales de Quintana Roo, A.C. (ACLUVAQ)
- Asociación de Clubes Vacacionales de Sinaloa, A.C. (COSTA PACÍFICO)
- Asociación de Desarrolladores y

Operadores Turísticos de Ixtapa y Zihuatanejo, A. C. (ADOTIZ)

- Asociación de Desarrolladores y Promotores Turísticos de Tiempo Compartido, A.C. (ADEPROTUR)
- Asociación Sudcaliforniana de Desarrolladores de Tiempo Compartido, A.C. (ASUDESTICO)

Reconocimientos a Ejecutivos con más de 20 años

- Luis Lara González
- Marcos Agostini

Reconocimientos a Ejecutivos con 30 años

- Alejandro Lemus Mateos
- Barry Cohen
- Colette Ann Comeau
- Fernando Azcona Lizárraga
- Francisco Aranda Bezaury
- Gabriel Oropeza Griffith
- Gustavo Ripol Bermúdez
- John McCarthy Sandland
- Jorge Ocaranza Freyría
- Luis Ángel Cantú Treviño
- María de Lourdes Ayala Ochoa
- Ricardo Montaudon Corry
- Rosa de Jesús Lugo Dorantes
- Rosario Rodríguez Rojo

Reconocimiento a Desarrolladores con más de 20 años

- Robert Louis Kistner
- José Carlos Azcárraga Andrade
- Pablo Azcárraga Andrade

Reconocimiento a la Trayectoria de Desarrolladores con 30 años

- Pablo González Carbonell
- Abelardo Garciarce Ramírez
- Ernesto Coppel Kelly
- Fernando González Corona
- Kemil Assad Rizk Aziz
- Abelardo Vara Rivera
- Armando Millet Molina
- Carlos Berdegué Sacristán
- Carlos Vázquez Zepeda
- Daniel Chávez Morán
- Eduardo Sánchez
- Navarro Redo
- Eduardo Vela Ruíz
- Francisco Bulnes Malo
- Graziano Sovernigo



- José Chapur Zahoul
- Juan Vela Ruíz
- Luz María Torres González
- Owen Perry
- Richard Sutton
- Roberto Chapur Zahoul
- Romárico Arroyo Marroquín

Reconocimientos "La Palmera de Oro"

- MEJOR INICIATIVA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
Royal Holiday
- MEJOR PROGRAMA DE REFERIDOS
Posadas
- MEJOR INNOVACIÓN DE PRODUCTO
Unlimited Vacation Club
- MEJOR PAQUETE DE BIENVENIDA
Solaz Los Cabos
- MEJOR PRODUCCIÓN DE VIDEO
Solaz Los Cabos
- MEJOR CAMPAÑA DE MARKETING
Posadas
- MEJOR PROGRAMA DE LEALTAD
Interval International

Reconocimiento al Mejor Trabajo Recepcional en el 1^{er} Máster en Comercialización 2016

- Mariano Fernández con el tema:
"Timeshare en Tiempos de Twitter"

Para la entrega de los premios se contó con la presencia de: Jesús Enrique Ramos Flores, Secretario de Turismo del Estado de Jalisco; Álvaro Garciarce Monraz, Presidente del Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta; Fernando González Ortega, Presidente de la Oficina de Visitantes y Convenciones de la Riviera Nayarit; María de Lourdes Ayala Ochoa, Presidente del Consejo Directivo de ADEPROTUR y Jorge Herrera Rivadeneyra, Presidente del Consejo Directivo de AMDETUR.

Homenaje Póstumo

Se aprovechó la ocasión, para llevar a cabo un homenaje póstumo a quienes dejaron una huella en la industria de la propiedad vacacional. Las personalidades recordadas fueron:

- Alfredo Arvizu
- Gastón Azcárraga Tamayo
- Fernando García Zalvidea
- Juan Espina Palacio
- Julio Berdegué Aznar
- Luis Bulnes Molleda
- Mario Muro Aguirre
- Sigfrido Paz Paredes
- María Elena Urrea
- Max Page
- Miguel Lliteras
- Isaac Valencia



CONFERENCIAS MAGISTRALES

Panorama del Turismo en México

El día 21 de junio inició con la Ponencia: "Panorama del Turismo en México" a cargo de Pablo Azcárraga Andrade, Presidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico, quien destacó que la participación de AMDETUR en la industria turística es crucial en el desarrollo del país. Recalcó que México tiene muchas ventajas competitivas que lo diferencian de otros países como el acceso al turismo internacional y un mercado interno de grandes dimensiones, que nos coloca en una situación privilegiada.



Jorge Herrera y Pablo Azcárraga

Aseguró que el 90% del turismo internacional viaja por vía aérea a los principales destinos turísticos de sol y playa. Dijo que "se deben considerar las ventajas competitivas como el turismo médico", en donde es muy conveniente establecer acuerdos con Estados Unidos y Canadá para que usuarios de esos países vengan a México a recibir tratamientos médicos de calidad. Reveló que se tiene que abrir el abanico turístico para ofrecer el tiempo compartido como complemento, a personas que viajan a México para atenderse por alguna cuestión médica. Es un momento para entender cuál es el verdadero negocio y aprovechar las oportunidades que se presentan finalizó.

Destinos Inteligentes - El Futuro de la Industria

Juan Ignacio Rodríguez, Vicepresidente Senior de Desarrollo de Negocios y Operaciones de RCI Latinoamérica, expuso el tema: "Destinos Inteligentes - El Futuro de la Industria" Claro ejemplo es España con este concepto y resaltó que México tiene la

capacidad y la inversión para ser también un importante destino inteligente.



Juan Ignacio Rodríguez

El Poder del Marketing Digital

Madeline Berges, Vicepresidente de E-Commerce y Marketing Digital de Interval International, impartió el tema: "El Poder del Marketing Digital". Comentó la importancia de cómo utilizar la tecnología y la manera de que actualmente la información, un evento o una foto en la era digital se viraliza.



Madeline Berges

El Poder del Servicio

En la conferencia patrocinada por Interval International, Miguel Uribe Maeda, Conferencista-Serviciólogo expuso el tema: El Poder del Servicio, destacando las estrategias del servicio al cliente, ventas y desarrollo empresarial. El serviciólogo explicó las claves de éxito para que las empresas generen mejores resultados en su operación y la manera de incrementar las ventas, ahorrar recursos y a su vez generar más clientes.



Miguel Uribe

Universal: Viviendo Experiencias Extraordinarias

Este día culminó con la ponencia de Fernando Flores Kato, Vicepresidente de Universal Parks & Resorts Vacations, titulada "Universal: Viviendo Experiencias Extraordinarias", patrocinada por Resort Condominiums International (RCI). Fernando explicó el origen de los parques temáticos, en particular de Universal Studios, que surge de la parte de la cinematografía. En 1915 encontraron la oportunidad de complementar el negocio para que los consumidores vivieran la experiencia de las filmaciones de las películas. Comentó que a partir de 1960 se consolidaron los parques temáticos como se conocen en la actualidad y que han continuado evolucionando a lo largo del tiempo. Indicó que se necesita contar con una cultura organizacional en la empresa para desarrollar estrategias para innovar y cambiar la experiencia del cliente y reiteró "si no existe una cultura ni el clima organizacional en la empresa, no se puede lograr el mismo nivel de éxito".



Fernando Flores Kato

Transformación Digital de la Empresa a través de la Transformación Cultural

Para cerrar con broche de oro las actividades de nuestra convención, el día 22 de junio contamos con la participación de Jorge Molina, Gerente de Google Cloud de Google México, patrocinada por Holiday Systems International, con el tema: Transformación Digital de la Empresa a través de la Transformación Cultural. Jorge comentó que no estar presentes en el mundo digital, representa la pérdida del 90% de las oportunidades. La transformación digital permite a las empresas mantenerse frescas, innovadoras e interesantes. Aseguró que el ser innovador y desarrollar nuevas ideas no implica no tener límites, implica identificar cuáles son los límites reales y artificiales. Enfatizó que si

se desea desarrollar nuevas oportunidades de negocio, se debe empezar por trabajar por la cultura empresarial del negocio y señaló que el liderazgo es la clave para acelerar la transformación digital en la empresa.



Tania Yanger y Jorge Molina

MESAS DE TRABAJO

Se contaron con 3 mesas de trabajo con temas específicos como: "El Nuevo Consumidor - Más Allá de los Millenials", que moderó Lourdes Ayala Ochoa, Directora de Proyecto de Royal Holiday Vacation Club; "Nuevos Productos: Marcando la Diferencia en el Mercado" moderada por Rosario Rodríguez Rojo, Directora General de Royal Holiday Vacation Club y "Multicanalidad en el Servicio de Postventa", la cual estuvo a cargo de Esteban Arce Riqué, Director de Desarrollo de Negocios RSS y Cuentas Estratégicas de RCI Latinoamérica. El resultado fue un interesante intercambio de opiniones y el compartir experiencias para un innovador desarrollo del producto, el conocimiento de los nuevos consumidores y mejores estrategias en el servicio de postventa.



FORO DE MARKETING Y VENTAS "DESPERTAR Y TRASCENDER"



Alejandra Llamas

De manera paralela se llevó a cabo el Foro de Marketing y Ventas "Despertar y Trascender", patrocinado por Mas Vacations, Resort Condominiums International e Interval International. Se tuvieron dos reconocidos expositores: Alejandra Llamas, quien con el tema de marketing, habló sobre liderazgo, la productividad y el buen ambiente de trabajo, que van de la mano con la capacidad de la comunicación. En la parte de ventas, Jeffrey Gitomer expuso temas de crecimiento personal, preparación profesional y capacitación en las empresas para aprovechar las oportunidades del turismo mundial, en especial de México.



Alejandro Lemus y Jeffrey Gitomer

Con una asistencia de poco más de 550 personas, esta capacitación se ofreció a promotores, vendedores, coordinadores, gerentes y directores que se encuentran en áreas estratégicas de los principales complejos hoteleros de tiempo compartido y la propiedad vacacional tanto de Vallarta como de Riviera Nayarit.

RECONOCIMIENTO ESPECIAL

Interval International otorgó un reconocimiento a AMDETUR por la conmemoración de su 30 aniversario. ¡GRACIAS INTERVAL INTERNATIONAL!



Jorge Herrera y Marcos Agostini

Nuestro magno evento que tuvo lugar los días 20, 21 y 22 de junio en el hotel Sheraton Baganvillas Resorts & Convention Center, en Puerto Vallarta, Jalisco, reunió a las personalidades más importantes de la industria del tiempo compartido y la propiedad vacacional. Desarrolladores como: Abelardo Garciarce Ramírez, Ernesto Coppel Kelly, Fernando González Corona, Kemil Assad Rizk Aziz, Pablo González Carbonell, Pablo y José Carlos Azcárraga, Owen Perry, Gabriel Macías Dueñas y Alejandro Zozaya estuvieron presentes y compartieron sus experiencias con los asistentes.



27ª EXPO AMDETUR 2017

De igual manera, nuestra ya tradicional EXPO AMDETUR fue el marco perfecto para que las empresas líderes proveedoras de nuestra industria promovieran sus productos y servicios.

Un especial agradecimiento a nuestros expositores:

- Bancomext
- Mas Vacations
- Save On Resorts
- ResortCom International
- Resorts Advantage
- Beyond Experience
- Eagle Eye
- Holiday Systems International
- Concord Servicing
- SPI Software
- Resort Condominiums International (RCI)
- Oficina de Convenciones y Visitantes de Puerto Vallarta
- Oficina de Visitantes y Convenciones de la Riviera Nayarit
- Grupo Acir
- Eventus
- Fonatur
- Diario Vallarta Opina
- Diario Tribuna de la Bahía

Es importante destacar la colaboración que tuvimos este año de nuestros patrocinadores para lograr un evento fuera de serie.

Un sincero agradecimiento a nuestros patrocinadores

Master

- Oficina de Convenciones y Visitantes de Puerto Vallarta
- Fideicomiso de Puerto Vallarta
- Oficina de Visitantes y Convenciones de la Riviera Nayarit

Diamante:

- Interval International
- Resort Condominiums International (RCI)

Oro:

- Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET)
- Consejo de Promoción Turística de México (CPTM)

Plata:

- American Resort Development Association (ARDA)
- Canadian Vacation Ownership Association (CVOA)
- Cooperative Association of Resorts Exchangers (C.A.R.E)
- Concord Servicing
- Eventus
- Fonatur
- Holiday Systems International
- SECTUR

Bronce:

- Alfabai
- Bancomext
- Crystal Lagoons
- Customer Count
- Dolphin Discovery
- Fiesta Americana Vacation Club
- Mas Vacations
- OOKII Sushi
- Sell A Timeshare
- Vallarta Adventures

Diamond Media:

- Perspective

Media Sponsors:

- Alta Hotelería
- Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC)
- Hospitalitas
- Inmobiliare
- Mexico Infrastructure & Sustainability Review
- Resort Trades
- Grupo Acir
- Vallarta Opina
- Tribuna de la Bahía

Research Partner:

- Oxford Business Group 🌞

La Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos, A.C.
La Asociación de Desarrolladores y Promotores Turísticos de Tiempo Compartido A.C.
agradecen el apoyo de nuestros **patrocinadores** durante la
**XXXI CONVENCIÓN & 27ª EXPO Y
FORO DE MARKETING Y VENTAS “DESPERTAR Y TRASCENDER”**



20, 21 y 22 de junio, Hotel Sheraton Baganvillas Resort & Convention Center, Puerto Vallarta, Jalisco.

¡MUCHAS GRACIAS!

PATROCINADORES MASTER



PATROCINADORES DIAMANTE



PATROCINADORES ORO



PATROCINADORES PLATA



PATROCINADORES BRONCE



DIAMOND MEDIA

MEDIA

RESEARCH PARTNER





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



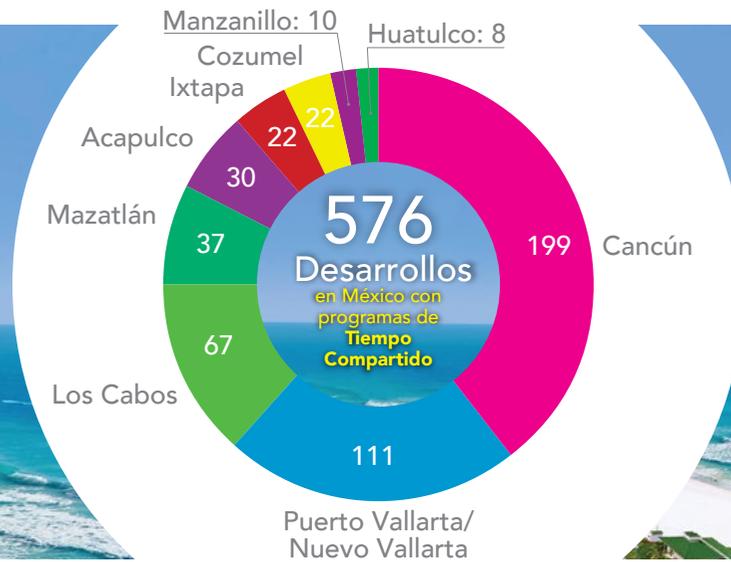
Indicadores de Turismo y Tiempo Compartido



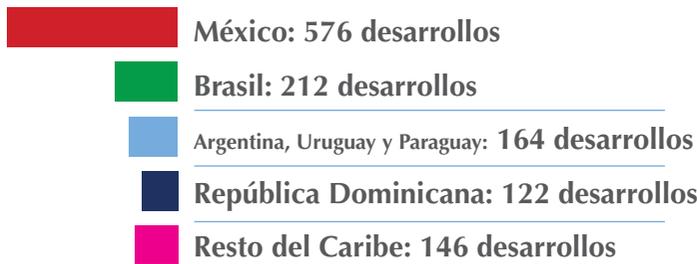
El Tiempo Compartido es Primer Lugar en Calidad de la Oferta y Servicio



México es Segundo Lugar en ventas a **Nivel Mundial**



TOP FIVE LATINOAMÉRICA



DATOS ECONÓMICOS



8° lugar en la clasificación de llegada de turistas internacionales de la OMT
35.0 millones de turistas internacionales



82% de satisfacción de propietarios de Tiempo Compartido
73% de usuarios recomiendan compra de Tiempo Compartido



223,011 Semanas Vendidas
52,282 Mexicanos (23.4%)
170,729 Extranjeros (76.6%)
7% de Crecimiento en ventas

FUENTES





LA RENEGOCIACIÓN DEL **TLCAN**, UNA CARRERA CONTRA **EL TIEMPO**

Por **César Buenrostro**

Socio Líder de Comercio Internacional y Aduanas de KPMG en México.
asesoria@kpmg.com.mx, www.delineandoestrategias.com

*Para **México** la renegociación del **TLCAN** debería realizarse de la manera **más ágil** y conciliatoria posible*

legar a un acuerdo rápido en la renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) es beneficioso para Canadá, México y Estados Unidos, considerando que todos tienen razones particulares para no dejar que la renegociación se extienda más allá del próximo verano.

Para México, así como para Estados Unidos y Canadá, la renegociación del TLCAN debería realizarse de la manera más ágil y conciliatoria posible, con la finalidad de que ésta se concluya durante el primer trimestre de 2018. Es muy relevante conservar los logros y beneficios que a la fecha se han obtenido con el tratado para considerarlos como piedra angular del desarrollo del nuevo TLCAN.

El gobierno estadounidense tiene metas generales y específicas. En general, Trump y su equipo buscan encontrar un equilibrio, haciendo cambios reales a un acuerdo comercial que consideran que debería beneficiar más directamente a los trabajadores de su país, sin alterarlo de forma que afecte sus negocios. Para tal fin, la meta general es un nuevo tratado que haga revisiones importantes pero que esté suficientemente limitado para ser aceptable por parte de las industrias nacionales y que se concluya en el periodo esperado.

Segunda Ronda

El pasado 5 de septiembre, se finalizó la segunda ronda de negociación del TLCAN en la Ciudad de México. En general, las negociaciones se llevaron a cabo según lo previsto, pero sin avance significativo en cuestiones fundamentales.

Entre los aspectos positivos a destacar, los representantes de los tres países se pudieron reunir a pesar de las recientes amenazas del presidente Donald Trump de abandonar el TLCAN y la preocupación de que no se conseguiría un consenso. Lo anterior demuestra el compromiso de los equipos de negociación para avanzar y concentrarse más en discusiones de tipo técnico.



No obstante, la segunda ronda no logró un avance sustancial. Los tres países publicaron una declaración conjunta anunciando que habían reunido los acuerdos en un solo texto que incluía nuevas ideas y la consolidación de las propuestas existentes (las negociaciones en sectores como energía, telecomunicaciones y servicios financieros se desarrollarán sin tantos problemas), pero los negociadores estadounidenses, si bien promueven la modificación del tratado, no han dado los detalles específicos sobre los cambios que desean implementar.

Planes en el mediano plazo

A continuación presentamos una “Guía de Supervivencia” para los siguientes seis meses:

- Decida si desea tener una opinión. Sin que se puedan saber los resultados exactos, las empresas pueden participar en el debate, compartiendo sus inquietudes y evaluación de las implicaciones prácticas con las asociaciones industriales y demás grupos de interés. Es esencial para cualquier negocio relacionado con el TLCAN vía vínculos comerciales México, Estados Unidos y Canadá, entender las implicaciones de los distintos resultados posibles. La participación implica tiempo, esfuerzo, costo y riesgo, así que posiblemente decida que no vale la pena, pero deje que esa sea una elección activa con los ojos bien abiertos
- Si aún no ha planeado escenarios, hágalo. Es posible que piense que las renegociaciones del TLCAN probablemente no representen una amenaza importante para su negocio, pero en estos momentos de incertidumbre los riesgos son impredecibles. Si bien es improbable, la posible eliminación del TLCAN incrementa la incertidumbre sobre prospectos, costos y obligaciones de cumplimiento para negocios en América del Norte y en el mundo. Considere el impacto que podría tener en sus clientes, proveedores o incluso empleados para desarrollar planes de contingencia que hagan frente a cambios potenciales para la empresa y las cadenas de distribución. Esto no necesariamente tiene que ser exhaustivo o complejo, simplemente se requieren reflexiones informadas y cuestionamiento, tanto interna como externamente
- Planee con flexibilidad. Somos grandes propulsores de la planeación para afrontar contingencias. La clave es separar lo conocido de lo desconocido, para contar con un conjunto razonable de posibles respuestas de negocios. Un ejemplo de ello sería tener un plan alternativo trazado en la medida de las posibilidades, en caso de que se dé un incremento X en aranceles, así como un cambio Y de contenido regional (o específicamente por país). El equipo de profesionales de KPMG están preparados para compartir su experiencia para elaborar dichos planes de contingencia con empresas grandes y pequeñas de todos los sectores.

Para Canadá y México, el objetivo principal es la conservación del TLCAN. El tratado ha sido de gran ayuda para ambos países, particularmente para México, que ha capitalizado años de crecimiento. La sobrevivencia del TLCAN como base de un mercado norteamericano integrado será el objetivo principal. ☀



Plan de beneficios flexibles

Compensación a la medida de cada colaborador

Por: Iván Imperial

3 Estructura Financiera,
Fiscal y Legal





**¿Flexibilización? ¿Trabajo a distancia?
¿Beneficios individualizados para
cada colaborador? Los *millennials*
y colaboradores de generaciones
anteriores, buscan retos y nuevas
propuestas por parte de las empresas.**

**Ante esta realidad, las organizaciones
tienen en sus manos la posibilidad de
innovar en cuanto a la remuneración que
dan a sus trabajadores permitiéndoles
seleccionar las compensaciones
variables que mejor se ajustan a
sus necesidades.**

**Un plan de beneficios flexibles genera,
además, el sentimiento de que la
compañía está al tanto de los
requerimientos de su fuerza laboral,
optimizando el flujo de efectivo real
a cada individuo.**

Nuevas formas de impulsar el talento

Los cambios generacionales han ocasionado que la fuerza laboral tenga nuevas necesidades y expectativas. Con el objetivo de impulsar realmente el talento de la organización, el área de Recursos Humanos tiene a su alcance opciones no tradicionales en cuanto a los esquemas de compensación.

Actualmente se vive una coyuntura propicia para transformar los sistemas de remuneración rígidos para convertirlos en planes de beneficios flexibles, que generan una solución personalizada para definir cómo debe retribuirse la actividad de cada persona.

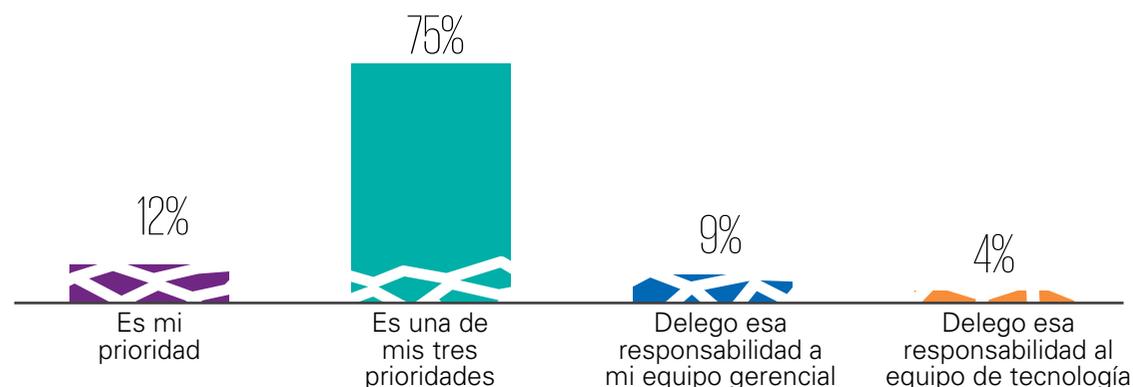
Por otra parte, un plan de compensaciones acorde con el perfil de la fuerza laboral de cada empresa permite generar indicadores para medir la rentabilidad del negocio. ¿Cómo? Aumentando la satisfacción y lealtad del personal de forma cuantificable en función de su desempeño, reconociendo las habilidades y preferencias de los colaboradores para saber qué tipo de prestaciones requieren y alinearlas a la estrategia del negocio.

Una oportunidad para innovar

Hoy, el común denominador de las conversaciones de negocio es cómo ser más innovadores. De acuerdo con *Perspectivas de la Alta Dirección en México 2017*, poco más de la mitad de los directivos en México (51%) tienen a la innovación como una de las tres principales estrategias hacia donde su organización dirigirá sus esfuerzos para mejorar su competitividad a mediano plazo.

En el mismo sentido, no es sorprendente que la innovación sea una de las tres prioridades para 75% de los líderes de negocio, y los esquemas de compensación constituyen, sin duda, una gran oportunidad para innovar.

Como parte de la Alta Dirección, ¿qué tan importante es la innovación en su organización?



Fuente: *Perspectivas de la Alta Dirección en México 2017*, KPMG.

Se trata de conceptos amplios de gran alcance que han permitido el surgimiento y crecimiento de corporaciones globales que hace apenas unos años no existían y, quizá, ni siquiera podían imaginarse.

Dichos modelos de negocio basados en aplicaciones móviles se han combinado con el análisis de grandes bases de datos, la flexibilidad de las relaciones laborales y el reclutamiento de nuevas generaciones de trabajadores, particularmente de *millennials*.

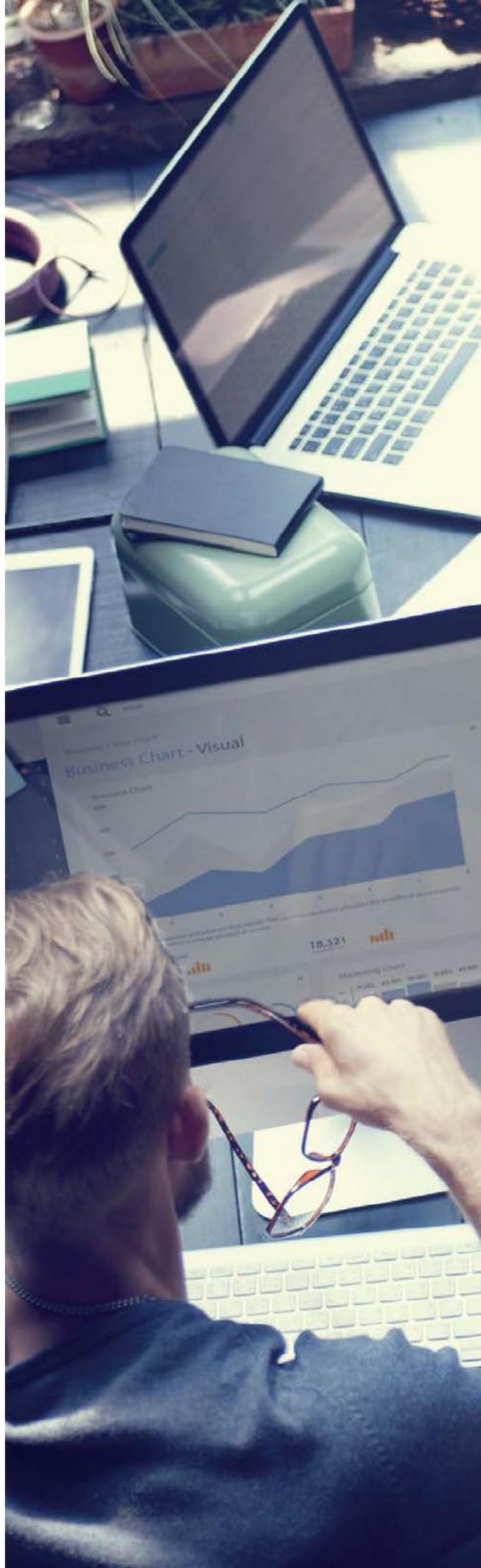
No se trata de un tema de negocios trivial. La innovación es capaz de transformar industrias enteras empleando recursos tan cotidianos como el rediseño de los lugares de trabajo, sustituyendo las oficinas y cubículos convencionales con espacios flexibles sin jerarquizar, que ofrecen mayor funcionalidad y permiten ahorros considerables en costos.

Asimismo, destaca en esta tarea la posibilidad de dar a cada trabajador la compensación variable que mejor satisfaga sus requerimientos como estudiantes recién egresados, integrantes relativamente nuevos de la fuerza laboral, o padres de familia que deben solventar gastos médicos o escolares.

¿Qué es un plan de beneficios flexibles?

En términos prácticos un plan flexible significa darle al trabajador el poder de decisión sobre las compensaciones superiores a las de la ley que le ofrece la empresa. En principio, parece un tema exclusivamente fiscal; sin embargo, también incide en temas relacionados con la retención del talento y el alto desempeño de la fuerza laboral.

Con base en la información que se desprende de las prestaciones que solicitan los colaboradores es posible hacer un mapeo para identificar los grupos poblacionales que prefieren una u otra en términos de área, edad o sexo, lo que da a la Alta Dirección un conocimiento profundo de la gente que hace realidad los objetivos del negocio.



Cuando un Consejo de Administración cuenta con este robusto marco de información puede aprovecharlo al diseñar la estrategia de crecimiento de la compañía, teniendo la seguridad de que los trabajadores cuentan con los incentivos óptimos para llevarla a cabo.

En un lapso de 12 meses, una organización ya tiene a su disposición información comparable que le permite tomar mejores decisiones, para analizar a profundidad los gustos, preferencias y expectativas de sus

empleados, así como el departamento menos productivo para proveerle prestaciones más alineadas a sus necesidades o, en el caso del que tiene mayor desempeño, corroborar que posee una recompensa óptima.

Los mercados se transforman a un ritmo exponencial debido a las tecnologías disruptivas, las empresas actúan en consecuencia modificando sus estrategias de centralidad en el cliente, ¿por qué no cambiar asimismo el enfoque que dan a sus planes de compensación?

Esquema tradicional y plan flexible

Fundamentalmente, los sistemas de compensación tradicionales cubren una mayor proporción de la remuneración de forma fija, mientras que la porción variable se alinea a la generación de valor con base en objetivos concretos y medibles, en una proporción aproximada de 70/30.

Sin embargo, los bonos por antigüedad o por puntualidad y asistencia no son compensaciones variables que aporten valor a la organización, dado que implican temas de responsabilidad básica por parte de los colaboradores.

En contraste, un plan de beneficios flexibles incorpora a la compensación variable temas relacionados con el desempeño, mostrando a la fuerza laboral que entre mejores son sus resultados mayores serán los beneficios que percibirá por parte de la empresa.

En México y América Latina el ritmo ha sido lento al momento de adoptar un nuevo enfoque en los paquetes de prestaciones; no obstante, la tendencia global se encamina hacia soluciones de este tipo, así que las empresas de la región tienen la responsabilidad de comenzar a transformar su modelo de negocio.

Es común que solo hasta que una compañía ve casos de éxito en el mercado considere realmente la implementación de un plan de beneficios flexibles. En el mercado local se han identificado empresas de vanguardia que han sido las pioneras en esta clase de esquemas. Estas organizaciones han abierto una brecha para que otros actores no dejen pasar más tiempo y aprovechen las ventajas competitivas que ofrecen los planes flexibles.

¿Mi empresa podría adoptar un plan flexible?

Cualquier organización es capaz de implementar un modelo flexible de compensación, desde las empresas dedicadas a la energía y el aprovechamiento de recursos naturales, hasta instituciones financieras o empresas dedicadas a proveer servicios.





¿Qué dice la ley sobre los planes flexibles?

Desde el propio marco regulatorio en materia laboral ya se contempla la posibilidad de llevar a cabo este tipo de planes de compensación mediante una comisión instituida expresamente con dicho propósito, transformando el cumplimiento en un trampolín para alcanzar oportunidades potenciales.

Una comisión mixta de productividad es el organismo interno responsable de diseñar e implementar el plan de beneficios flexibles; se trata de una figura que aparece en la Ley Federal del Trabajo vigente a partir de la reforma llevada a cabo en 2012.

A pesar de ser un ente plenamente reconocido en la legislación laboral, quizá debido a lo reciente de esta figura las empresas no han alcanzado a ver todo el valor que les puede aportar.

De acuerdo con la legislación, en conjunto los representantes patronales y de la fuerza laboral tienen plena facultad para constituir un sistema de compensaciones que incentive la productividad, en el que se tengan que definir objetivos claros, lo cual es, en esencia, el plan de beneficios flexibles que proponemos como solución para las organizaciones.

El papel de la tecnología

La tecnología asimismo desempeña un papel fundamental en la implementación de un plan de beneficios flexibles. Por un lado, los monederos o tarjetas electrónicas permiten que el trabajador tenga acceso a los diferentes tipos de compensación que mejor responden a sus necesidades.

Por otro, en términos de contabilidad, la plataforma tecnológica que se requiere se hace a la medida de cada organización, lo que le da aún más valor al esquema de compensación variable, llegando incluso a la disminución de la carga administrativa en empresas que tienen grandes volúmenes de trabajadores.

¿Cómo llevarlo a cabo?



1. Diagnóstico

En primera instancia es necesario diagnosticar a la empresa y su plantilla de colaboradores. En esta fase inicial hay que enfocarse en la recopilación de información y en el conocimiento de la empresa y de su modelo de negocio, derivando en dos fases subsecuentes.

En primer lugar hay que determinar la factibilidad conceptual por medio de una entrevista con el director de Recursos Humanos y su equipo, aplicando preguntas como:

- 1) ¿Cuál es el giro o actividad de la empresa?
- 2) ¿Cuál es la estrategia general del negocio?
- 3) ¿Cuál es la estrategia de Recursos Humanos?
- 4) ¿Cuáles son los diferentes tipos de personal de la empresa?

Asimismo, es necesario identificar todas las prestaciones que otorga la empresa, identificando las aplicables a cada una de las categorías (generaciones), señalando la naturaleza de la prestación.

Una vez realizado lo anterior, se pueden esquematizar las áreas de oportunidad que tiene la organización en función de su giro, ya sean estímulos fiscales o subsidios, y podrán perfilarse las prestaciones que se podrían incluir dentro del plan de beneficios flexibles.

En segundo término hay que determinar la factibilidad económica, llevando a cabo una simulación de cinco casos como muestra, para validar los efectos económicos para el trabajador en su flujo neto y en su carga fiscal, así como la carga fiscal para la empresa, efectuando una proyección anual de la carga total de los trabajadores.



2. Evaluación

Con base en los resultados del diagnóstico se elabora el caso de negocio del plan flexible, donde se identifican los beneficios económicos e intangibles, así como los costos y riesgos asociados al mismo.



3. Planeación

Una vez que se han evaluado las ventajas y desventajas de implementar un plan de de beneficios flexibles, y se ha decidido implementarlo por parte de la Alta Dirección, hay que definir las actividades a realizar para hacerlo.

Posteriormente, se establece la secuencia a seguir de dichas actividades, se estiman los recursos necesarios para completar el proyecto en tiempo y de forma adecuada, se determina la duración de las actividades y finalmente se establece el programa del proyecto.

4. Implementación



Ejecutar el plan trazado en el apartado anterior se realiza bajo el mando de un líder del proyecto tanto por parte de los asesores como de la empresa que está implementando el plan flexible, manteniendo una comunicación adecuada con los miembros del equipo, así como con los grupos de interés asociados al proyecto.

Para que la implementación sea exitosa, debe mantenerse una vigilancia constante sobre la calidad del desempeño de los miembros del equipo, estando atentos a reaccionar ante cualquier imprevisto que incida en tiempo, calidad o riesgos potenciales para el desarrollo del mismo.



5. Monitoreo

Una vez concluida la implementación del plan de beneficios flexibles, se deben tener visitas periódicas cada 15 días para corroborar la operatividad y funcionalidad del mismo.

Los primeros resultados permitirán conocer tendencias internas de la empresa como la identificación general de las proporciones de prestaciones elegidas por los trabajadores identificadas por cada uno en cuanto a generación, género, departamento o área, entre otros puntos de comparación.

Fases del proyecto	1. Diagnóstico	2. Evaluación	3. Planeación	4. Implementación	5. Monitoreo
Objetivo de cada fase	Evaluar la factibilidad conceptual y económica	Revisar con RR.HH. viabilidad del plan	Detallar actividades para implementación	Ejecutar el plan KPMG empresa	Dar seguimiento a cambios y beneficios
Elementos esperados en cada fase	Análisis <ul style="list-style-type: none"> • <i>Business case</i> • Análisis de costos y riesgos • Planificación y programación de proyectos 				
	Entregables <ul style="list-style-type: none"> • Plan de implementación • Soporte legal • Soporte fiscal • Plan de prestaciones • Políticas del plan • Acuerdos bilaterales 				
Comunicación continua a lo largo de todo el proceso					

MODELO PARA IMPLEMENTAR UN PLAN FLEXIBLE

Tiempos y riesgos

Considerando que el plan flexible se elige por ejercicios fiscales, en su fase de nacimiento se estará generando información muy valiosa, pero que es únicamente el punto de partida. A partir del segundo ejercicio se podrá efectuar una comparación para tener mayor claridad de las tendencias internas de la empresa.

Un paso posterior será profundizar el conocimiento que se tiene de las tendencias y explicar el porqué de cada indicador para contar con las herramientas necesarias para predecir comportamientos que impacten al negocio.

Uno de los potenciales riesgos radica en el

hecho de que al flexibilizar el excedente de una prestación obligatoria por ley como el aguinaldo, por ejemplo, los colaboradores deben renunciar explícitamente a dicho excedente, surgiendo así el concepto de “bolsa flexible” de donde el trabajador escoge sus opciones de compensación variable.

Sin embargo, observando un estricto apego a la ley laboral y un análisis especializado de los temas aplicables es posible preparar toda la documentación necesaria para que tanto los trabajadores como la empresa tengan claros los alcances del proyecto y los beneficios que comenzarán a percibir a partir de que se implemente.

PLAN DE BENEFICIOS FLEXIBLES COMPENSACIÓN A LA MEDIDA DE CADA COLABORADOR

Un plan de beneficios flexibles permite demostrar a la fuerza laboral que la compañía está al tanto de sus necesidades optimizando el flujo de efectivo real de cada trabajador posibilitando que cada uno escoja las prestaciones que más les convienen de un menú con diferentes opciones. Y, por otro lado, hace más eficiente a la organización en términos de retención de talento y cumplimiento fiscal.

¿QUÉ ES UN PLAN DE BENEFICIOS FLEXIBLES?

Un plan de beneficios flexibles incorpora a la compensación variable temas relacionados con el desempeño: entre mejores son los resultados mayores son los beneficios.

VENTAJAS DE UN PLAN FLEXIBLE

- Los trabajadores cuentan con los incentivos óptimos para llevar a cabo la estrategia de la empresa
- Mejora la retención de talento y el alto desempeño
- Después de 12 meses ya se tiene información comparable para tomar mejores decisiones

¿MI EMPRESA PUEDE ADOPTAR UN PLAN FLEXIBLE?

Cualquier organización es capaz de implementar un modelo flexible de compensación, sin importar su tamaño o sector.

EL MARCO LEGAL

La Ley Federal del Trabajo contempla la posibilidad de implementar planes flexibles mediante una comisión mixta de productividad responsable de diseñarlo e implementarlo.

EL PAPEL DE LA TECNOLOGÍA

Monederos y tarjetas electrónicas permiten que el trabajador tenga la compensación más adecuada a sus necesidades.
Una plataforma de contabilidad a la medida de cada organización da más valor al esquema de compensación variable.



PASOS A SEGUIR

1



DIAGNÓSTICO

2



EVALUACIÓN

3



PLANEACIÓN

4



IMPLEMENTACIÓN

5



MONITOREO



REFLEXIÓN

Con un plan de beneficios flexibles una empresa da a sus colaboradores la libertad de seleccionar en un menú de opciones qué compensaciones superiores a las de la ley desean aprovechar, identificando las más utilizadas por área, edad o sexo, convirtiendo un tema aparentemente fiscal en una oportunidad para incrementar la competitividad de la empresa a largo plazo.

Historia de éxito



Flexibilizar la compensación para generar valor

Una organización del giro de electrodomésticos sufría una baja en la rentabilidad de diversas áreas. Asimismo, la productividad de los trabajadores se encontraba por debajo del promedio observado en los tres años previos.

Con la asesoría de KPMG, la empresa realizó un diagnóstico para segmentar la fuerza laboral por edad y género. Se identificó una clara tendencia que mostraba que las áreas y departamentos con baja productividad contaban con gran cantidad de *millennials*.

Se planteó al Consejo de Administración la implementación de un plan de beneficios flexibles, mediante el cual cada trabajador

podría intercambiar parte de su aguinaldo por alguna de las prestaciones listadas en un menú de opciones para satisfacer sus necesidades particulares.

De esta manera, los trabajadores incrementaron su satisfacción laboral, y apreciaron que la empresa buscaba comprenderlos y ayudarlos con sus requerimientos específicos.

Este ejercicio detonó una mejora en el estado de ánimo de las personas, en la lealtad hacia la organización y, como resultado, la productividad mejoró 11% en los departamentos que habían tenido afectaciones en la producción. A mediano plazo, la rentabilidad de los mismos mejoró 4%.

Conclusiones

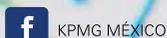
La mayoría de los sistemas de compensación actuales son rígidos y dificultan la identificación clara de los patrones de desempeño de la fuerza laboral. Las condiciones del mercado local y global han obligado a algunas empresas a moverse rápido para adaptarse a los nuevos tiempos y a las necesidades de sus propios colaboradores.

Al tener diferentes generaciones con necesidades particulares, las empresas necesitan ir a la vanguardia para prever el futuro y actuar, no esperar a recibir los golpes para reaccionar.

Si la innovación está dentro de sus prioridades, este es un momento propicio para explorar y aplicar uno de los modelos más novedosos que existen en el mercado en cuanto a compensación de los trabajadores: el plan de beneficios flexibles.

Esperar resultados distintos implica realizar acciones innovadoras; las ventajas competitivas que ofrece el plan flexible solo están esperando el momento en que usted se decida a emprender las medidas necesarias para cambiar el rumbo de su negocio.

kpmg.com.mx
01 800 292 KPMG
delineandoestrategias.com



KPMG MÉXICO



@KPMGMEXIC



KPMG MÉXICO



KPMGMX



La información aquí contenida es de naturaleza general y no tiene el propósito de abordar las circunstancias de ningún individuo o entidad en particular. Aunque procuramos proveer información correcta y oportuna, no puede haber garantía de que dicha información sea correcta en la fecha que se reciba o que continuará siendo correcta en el futuro. Nadie debe tomar medidas basadas en dicha información sin la debida asesoría profesional después de un estudio detallado de la situación en particular.

"D.R." © 2017 KPMG Cárdenas Dosal, S.C., la firma mexicana miembro de la red de firmas miembro de KPMG afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), una entidad suiza. Blvd. Manuel Ávila Camacho 176 P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo, C.P. 11650, Ciudad de México. Impreso en México. Todos los derechos reservados.



Cuenta con más de 15 años de experiencia dando consultoría fiscal a importantes organizaciones nacionales e internacionales de sectores como manufactura, maquila, construcción, educación, salud, medios, entretenimiento y tecnología. Esta asesoría se ha enfocado en impuestos y cargas sociales de la nómina, como impuestos estatales, Seguro Social e Infonavit, así como en el impuesto sobre la renta de salarios y prestaciones. Su especialidad radica en el análisis de reingeniería de prestaciones, logrando eficiencias fiscales tanto para la empresa como para el trabajador, ayudando a que las organizaciones alcancen una ventaja competitiva por medio de un manejo efectivo de su personal.

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

