

2019
ENERO / MARZO

NotiTur

ACTIVIDADES DE
AMDETUR

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

OPINIÓN

TRES PRIORIDADES DE LA **ALTA DIRECCIÓN** PARA IMPULSAR **LA COMPETITIVIDAD**

AMDETUR

LIC. JUAN IGNACIO RODRÍGUEZ LIÑERO,
ELECTO POR UNANIMIDAD COMO PRESIDENTE
EL CONSEJO DIRECTIVO DE AMDETUR PARA
EL PERIODO 2019-2020

INDUSTRIA

DISRUPCIÓN POR OBLIGACIÓN

AMDETUR

ACTIVIDADES DICIEMBRE - MARZO





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



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



2019 AMDETUR Awards "La Palmera de Oro"

www.amdetur.org.mx

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

CONTENIDO

ENERO / MARZO 2019

- 03 **EDITORIAL**
MENSAJE EDITORIAL
El Lic. Juan Ignacio Rodríguez Liñero nos habla de sus nuevos compromisos como Presidente del Consejo Directivo.
- 04 **AGENDA**
ACTIVIDADES DE AMDETUR
Las actividades de AMDETUR llevadas a cabo de diciembre de 2018 a marzo de 2019.
- 06 **AMDETUR**
LIC. JUAN IGNACIO RODRÍGUEZ LIÑERO, ELECTO POR UNANIMIDAD COMO PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DE AMDETUR PARA EL PERIODO 2019-2020.
Por votación unánime, el Lic. Juan Ignacio Rodríguez Liñero encabezará la nueva Presidencia del Consejo Directivo de AMDETUR.
- 10 **FORMACIÓN**
INICIA EL 5° DIPLOMADO EN TIEMPO COMPARTIDO AMDETUR-ANÁHUAC 2019
El Diplomado está dirigido a ejecutivos de mandos medios y superiores así como alumnos y maestros de carreras relacionadas con el turismo y la hotelería.
- 12 **OPINIÓN**
TRES PRIORIDADES DE LA ALTA DIRECCIÓN PARA IMPULSAR LA COMPETITIVIDAD
El éxito de las organizaciones está ligado a la innovación, la eficiencia y el desempeño.
- 16 **INDUSTRIA**
DISRUPCIÓN POR OBLIGACIÓN
Nuestra industria ya está obligada al uso de aplicaciones en internet y en dispositivos móviles.

NotiTur

 **AMDETUR**
Asociación Mexicana
de Desarrolladores Turísticos

DIRECTORIO AMDETUR

PRESIDENTE DEL CONSEJO	Juan Ignacio Rodríguez Liñero RCI Latinoamérica
VICEPRESIDENTE	Felipe Ramírez Gutiérrez Grupo Vidanta
SECRETARIO	Fernando Azcona Lizárraga. TAFER Resorts
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

PRESIDENTE DEL CONSEJO	Juan Ignacio Rodríguez Liñero RCI Latinoamérica
VICEPRESIDENTE	Felipe Ramírez Gutiérrez Grupo Vidanta
PRESIDENTE EJECUTIVO	Carlos Trujillo Balmaseda
EDITOR	Paul Sánchez Acosta
DISEÑO	Eduardo Maldonado eduardo@gulpdisenio.com
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. (COSTA PACÍFICO), 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 Socios:

El pasado mes de enero, durante la XXXII Asamblea General Anual Ordinaria de nuestra Asociación, asumí la responsabilidad como Presidente del Consejo Directivo para el periodo 2019-2020. Este nuevo compromiso me llena de orgullo, pero sobretodo me impulsa a brindar lo mejor de mí y trabajar con todos ustedes para seguir fortaleciendo nuestra gran industria.

Sabemos que nos enfrentamos a nuevos retos, pero con la unión de todos, daremos continuidad a nuestros objetivos para así seguir manteniendo el ritmo de crecimiento que hemos alcanzado.

Los invito a participar en nuestra XXXIII Convención AMDETUR 2019 "México en las Grandes Ligas - El Turismo como Plataforma de Liderazgo y Desarrollo", que se llevará a cabo los días 21, 22 y 23 de mayo en el Mazatlán International Center (MIC).

En esta edición, nuestro compromiso será el lograr que la Convención sea memorable. Por lo anterior, hemos

trabajado de manera importante para lograr un programa con contenidos de alta calidad e interés actual, por lo que estamos seguros el que se compartirá experiencia y conocimiento en todo momento. A su vez, buscando innovar y mostrar un poco de las maravillas que el destino ofrece, podremos experimentar una de nuestras conferencias magistrales en un ícono de la cultura y arquitectura de Mazatlán, como lo es el "Teatro Ángela Peralta" ubicado en la ya conocida y reconocida "Plaza Machado".

Dentro del marco de nuestra convención llevaremos a cabo la 3ª edición de los Premios La Palmera de Oro y organizaremos de manera conjunta con la Asociación de Clubes Vacacionales de Sinaloa, A. C. (COSTA PACÍFICO), el 2º Foro del Pacífico de Mercadotecnia y Ventas.

Estoy seguro que, gracias a su importante participación, haremos de esta convención un evento sin precedentes.

Me dará mucho gusto saludarlos en persona.

Reciban un afectuoso saludo,

LIC. JUAN IGNACIO RODRÍGUEZ LIÑERO

Presidente del Consejo Directivo

ACTIVIDADES DE AMDETUR

DICIEMBRE 2018 - MARZO 2019



03 de Diciembre

OXFORD BUSINESS GROUP

Entrevista a nuestro Presidente Ejecutivo



06 de Diciembre

ENTREVISTA

Medios locales de Cancún, entrevistaron a nuestro Presidente Ejecutivo Lic. Carlos Trujillo Balmaseda. Se habló de la clausura del 3^{er} Master de Comercialización 2018 en coordinación con ACOTUR y en alianza con la Universidad La Salle de Cancún. Se tocaron temas relevantes sobre el Tiempo Compartido y la Propiedad Vacacional así como la publicación de su libro.



05 de Diciembre

CEREMONIA DE CLAUSURA

Clausura del 3^{er} MASTER en Comercialización ACOTUR, AMDETUR y la Universidad La Salle Cancún.



15 de Enero

REUNIÓN SECTUR - CNET



16 de Enero

CONVERSANDO SOBRE INFRAESTRUCTURAS

Evento organizado por Oxford Business Group y Deloitte.



31 de Enero

XXXII ASAMBLEA GENERAL ANUAL ORDINARIA

Asistentes a la Asamblea con el nuevo Presidente del Consejo Directivo.



18 de Enero

8A. CONFERENCIA ANÁHUAC NRM COMUNICACIONES

Con el tema "Perspectivas Turísticas para México 2019".



23 de Enero

ENTREGA DE DIPLOMA

A Esmeralda Hernández de PROVAC su diploma como mejor trabajo recepcional en el 3er Master en Comercialización AMDETUR, ACOTUR y La Universidad La Salle Cancún.

12 de Febrero

REUNIÓN DE TRABAJO

Con la participación del Secretario de Turismo de la CDMX, Mtro. Carlos Mackinlay Grohmann rumbo a nuestra Convención 2020.



LIC. **JUAN IGNACIO RODRÍGUEZ LIÑERO**,
PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DE
AMDETUR PARA EL PERIODO 2019-2020.

Ciudad de México, enero 31 de 2019

Durante la pasada XXXII Asamblea General Anual Ordinaria de la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos A.C. (AMDETUR) celebrada en las instalaciones de nuestro organismo, se eligió al nuevo Consejo Directivo para el periodo 2019-2020.

Por votación unánime, el Lic. Juan Ignacio Rodríguez Liñero encabezará la nueva Presidencia del Consejo Directivo de AMDATUR.

En su intervención después de ser electo, el Lic. Juan Ignacio Rodríguez destacó que la industria del Tiempo Compartido y la Propiedad Vacacional en nuestro país representa el 25% de las ventas del sector a nivel mundial. Subrayó que existe un desconocimiento generalizado de la derrama económica directa, indirecta e inducida que genera la industria del Tiempo Compartido y Propiedad Vacacional en México, por lo cual es necesario unir esfuerzos para dar continuidad a los trabajos y objetivos planteados para mantener el crecimiento sostenido que ha mostrado en los últimos años.

El Lic. Rodríguez presentó al nuevo Consejo Directivo los objetivos que desea alcanzar durante su gestión, dentro de los que sobresalen los siguientes:

- Continuar con los trabajos en todos los comités que integran la Asociación.
- Modernizar los Estatutos de la Asociación.
- Lograr la unidad del sector.
- Llevar a cabo una XXXIII Convención AMDATUR 2019 exitosa e inolvidable.
- Continuar con los esfuerzos del Programa Comunidad AMDATUR.

La evolución de la Industria del Tiempo Compartido y la Propiedad Vacacional y por ende de AMDATUR, serán posibles siempre y cuando se cuente con el apoyo y la participación de todos los agremiados. El nuevo Presidente de AMDATUR para el periodo 2019-2020, comentó que debe haber un resurgimiento de más destinos turísticos, como es el caso de Mazatlán, el cual ha recibido recientemente fuertes inversiones lo que lo posiciona nuevamente en el mapa turístico del país. Hizo un llamado a los agremiados a participar en la Convención 2019 para que esta sea exitosa.

Resaltó que, continuando con el legado del Lic. Ricardo Montaudon Corry (Q.E.P.D.), en todo tipo de industria es importante “devolver algo a la Comunidad”, por lo que se buscará la manera de concluir el Proyecto de Remodelación del Laboratorio de Hospitalidad del CONALEP plantel Álvaro Obregón I que en honor de Ricardo llevará su nombre, y como primer paso solicitó el apoyo del Consejo Directivo para lograr dicho objetivo.

Cabe destacar que durante la celebración de la XXII Asamblea General Anual Ordinaria se concluyó que AMDATUR cuenta con unas finanzas sanas, resultado de un esfuerzo institucional por la aplicación de un manejo transparente de los recursos, lo que ha permitido mantener una economía estable bien cimentada desde hace varios años, y que dio como resultado la aprobación unánime de todos los informes presentados.

La toma de protesta del Consejo Directivo 2019 - 2020 se hará dentro del marco de la XXXIII Convención AMDATUR 2019 “México en las Grandes Ligas - El Turismo como Plataforma de Liderazgo y Desarrollo”, que se llevará a cabo los días 21, 22 y 23 de mayo en el Mazatlán International Center en Mazatlán, Sinaloa.

El Lic. Juan Ignacio Rodríguez Liñero presentó a los integrantes de su nuevo Consejo Directivo:

VICEPRESIDENTE

Felipe Ramírez Gutiérrez
Grupo Vidanta

SECRETARIO

Fernando Azcona Lizárraga
TAFER Resorts

TESORERO

Gerardo Rioseco Orihuela
Posadas/ PROVAC

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

ASOCIACIONES LOCALES:

Asociación de Clubes Vacacionales de Quintana Roo, A.C. (ACLUVAQ)

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. (COSTA PACÍFICO)

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

Asociación de Desarrolladores Turísticos de Manzanillo y La Costa Alegre, A. C. (ADETUMAC)

Asociación de Complejos Vacacionales y Turísticos A.C. (ACOTUR)

El Lic. Juan Ignacio Rodríguez Liñero es Director Ejecutivo de RCI Latinoamérica con más de 20 años de experiencia en la industria del Tiempo Compartido y la Propiedad Vacacional y ha tenido base en otros países como Irlanda y España, además de poseer amplia experiencia en proyectos de mejora continua. 🌟



¡Una nueva comunidad se ha formado!



NUESTRO OBJETIVO

Contar con un programa de ayuda a la Comunidad, que dé respuesta inmediata a contingencias en los destinos afectados por fenómenos hidrometeorológicos o por desastres naturales en donde AMDETUR y sus socios tienen presencia; así como también, impulsar la calidad educativa de las instituciones de turismo, tanto de nivel medio superior como superior del país.

NUESTRA MISIÓN

Apoyar a los grupos vulnerables que tengan una relación directa con el sector, para recuperar ya sea niveles de calidad de vida aceptables o para alcanzar niveles de calidad educativa deseables.

NUESTRA VISIÓN

Ser un programa de enlace entre AMDETUR y la comunidad afectada, así como un medio para fomentar la calidad de las instituciones educativas de turismo.

NUESTRO PRIMER PROYECTO

Remodelación del Laboratorio de Hospitalidad CONALEP Plantel Álvaro Obregón I.
La meta \$1'100,000.00 MXN.

Más información en:

www.amdetur.org.mx

Asociación Mexicana De Desarrolladores Turísticos, A.C.

Torre WTC. Montecito N° 38, Piso 32 Oficinas 13 y 14 Col. Nápoles C.P. 03810, Ciudad de México.

Teléfonos: 01 55 5488 2028 al 31, contacto@amdetur.org.mx



50 ANIVERSARIO DIPLOMADO EN TIEMPO COMPARTIDO

AMDETUR
ANÁHUAC

2019

Con valor curricular

www.amdetur.org.mx

Modalidades: Presencial y en línea

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

 **AMDETUR**

 /amdeturmex

 @AMDETUR



INICIA EL 5° DIPLOMADO EN TIEMPO COMPARTIDO AMDETUR-ANÁHUAC 2019

Para AMDETUR, la profesionalización del sector es fundamental, es por ello que a través de su área de capacitación, el próximo 18 de febrero iniciamos el 5° Diplomado en Tiempo Compartido AMDETUR 2019.

Este programa de capacitación contará nuevamente con el aval de la Universidad Anáhuac Norte donde se conocerá y analizará a la industria del Tiempo Compartido, desde sus antecedentes históricos, estructura y operación para apoyar en la toma de decisiones a las empresas, comercializadoras y de servicios con el objetivo de generar valor y crecimiento para obtener un modelo de negocio exitoso.

El 5° Diplomado en Tiempo Compartido AMDETUR-ANÁHUAC, contará con los siguientes módulos:

- El Turismo y la Propiedad Vacacional.
- Estructura de la Industria.
- Modelo de Negocio.
- Comercialización de un Tiempo Compartido.

Dicho Diplomado se llevará a cabo de manera presencial y a distancia en las instalaciones de AMDETUR con expositores expertos en la industria del Tiempo Compartido y la Propiedad Vacacional.

Este Diplomado está dirigido a los ejecutivos de mandos medios y superiores de los diferentes desarrollos a nivel nacional e internacional, así como alumnos y maestros de las diferentes universidades relacionadas con las carreras de turismo y hotelería.

La 5ª Edición de nuestro Diplomado AMDETUR-ANÁHUAC 2019 consolida una vez más el prestigio que ha adquirido a lo largo de los años y busca que los profesionales interesados en el Tiempo Compartido y la Propiedad Vacacional conozcan a fondo esta industria que se ha tenido un crecimiento sostenido y que es parte fundamental del sector turístico mexicano. ✨

TRES PRIORIDADES DE LA ALTA DIRECCIÓN PARA IMPULSAR LA COMPETITIVIDAD



Por **Roberto Cabrera**,
Socio Líder Nacional de Asesoría de KPMG en México
asesoria@kpmg.com.mx, www.delineandoestrategias.com

En un ambiente de negocios dinámico y retador, caracterizado por la volatilidad y la transformación constante, la Alta Dirección muestra una gran consistencia en cuanto a las acciones que se llevarán a cabo para que las empresas crezcan y sean más competitivas en los siguientes tres años, de acuerdo con los resultados de Perspectivas de la Alta Dirección en México, estudio de KPMG que en 2019 llega a su 14ª edición.

Los directivos aseguran que la centralidad en el cliente, la innovación y el desarrollo y la retención del talento serán las principales variables para incrementar la competitividad, el crecimiento y las utilidades de sus empresas, es decir, garantizar el éxito.

Para seis de cada diez líderes de empresa, centrarse en el cliente es la principal estrategia para ser más competitivo. Al buscar satisfacer las expectativas del consumidor confluyen acciones como promover la innovación, invertir en tecnologías de la información y transformar los modelos de negocio.

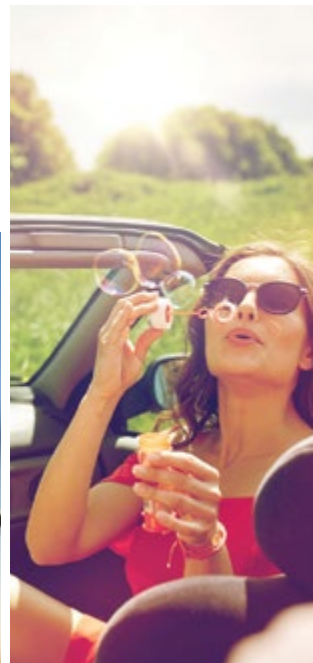
Generar mayores utilidades es una medida del éxito en las organizaciones. Para lograrlo, los tres factores prioritarios que la Alta Dirección identifica son centrarse en el cliente, la innovación (de-

sarrollo de nuevos productos o líneas de negocio), así como la eficiencia (mejoramiento de los procesos y el desempeño).

Sin duda, la eficiencia es clave para la rentabilidad de las empresas. Para ello, la disrupción digital aporta herramientas como robotic process automation (RPA), inteligencia artificial e internet de las cosas (IoT), que impulsan la productividad. Pensar en el front, middle y back office al implementar estas iniciativas es vital.

Cuando se les pregunta a los líderes empresariales acerca de las acciones más relevantes para impulsar el crecimiento, algunas de las principales son construir relaciones cercanas con clientes, desarrollo y retención del talento, innovación, gestionar riesgos de forma preventiva y asegurar el cumplimiento regulatorio.

Nota: las ideas y opiniones expresadas en este escrito son del autor y no necesariamente representan las ideas y opiniones de KPMG en México.



EXPERTOS

EN VIAJES Y ESTILO DE VIDA

400+ **AEROLÍNEAS** • 30,000+ **RENTA DE AUTOS** • 285,000+ **HOTELES**
200,000+ **RESORTS DE LUJO** • 7,000+ **RESTAURANTES** • 400+ **VINOS**
10,000+ **MARCAS DE EXCLUSIVAS** • 5,500+ **EXCURSIONES**



GENERA CLIENTES POTENCIALES ALTAMENTE CALIFICADOS

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.



De lo anterior se puede concluir que satisfacer las expectativas de los clientes por medio de la innovación y generar nuevos modelos de negocio son dos estrategias esenciales para la Alta Dirección, y en esta tarea la evolución de las nuevas tecnologías es favorable para las empresas, pues se ha facilitado su acceso y se han reducido los costos.

Talento y expansión, pilares de las empresas

El talento, por otra parte, involucra grandes retos en términos de cambio organizacional, desarrollo, retención, diversidad y convivencia generacional. Por ello, la diversidad es muy relevante para siete de cada diez líderes de empresa, un porcentaje bajo en comparación con países más desarrollados. Por otro lado, a pesar de la cautela de las empresas, más de la mitad piensa invertir en algún estado de la República, y tres de cada diez planean hacerlo en el extranjero. Las oportunidades de crecimiento para las organizaciones residen en mercados favorables, con factores como el incremento de los índices de consumo.

Los principales destinos nacionales de inversión que señala la Alta Dirección dentro del estudio son Querétaro (33%), Guanajuato (28%), Nuevo León (27%), Jalisco (27%) y Estado de México (26%). Si se aplica la misma pregunta, pero con respecto a la expansión en otros países, figuran Estados Unidos (40%), Colombia (25%), Perú (15%), Brasil (14%) y España (13%). La aparición de un país europeo revela una posible tendencia favorable de diversificación.

Sobre KPMG International. KPMG es una red global de firmas profesionales que proveen servicios de auditoría, impuestos y asesoría. Operamos en 153 países y tenemos más de 207,000 profesionales que trabajan en las firmas miembro alrededor del mundo. Las firmas miembro independientes de la red de KPMG están afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), una entidad suiza. Cada firma miembro de KPMG es una entidad legal separada e independiente y cada una se describe a sí misma como tal.

Sobre KPMG en México. KPMG en México cuenta con 190 Socios y 3,000 profesionales en 18 oficinas ubicadas estratégicamente en las ciudades más importantes, para ofrecer servicios de asesoría a clientes locales, nacionales y multinacionales. Para más información visite: www.kpmg.com.mx

A pesar de una ligera caída en la demanda de fuentes de financiamiento externo, que podría deberse a la volatilidad de los mercados, la paridad cambiaria y las tasas de interés, las instituciones financieras son la fuente preferida por el 70% de la Alta Dirección, seguidas de los socios estratégicos (44%) y los fondos de capital en el mercado bursátil (23%), según el estudio.

En suma, la estrategia empresarial de la Alta Dirección residirá en pilares como la experiencia del cliente, la gestión del talento y la innovación; asimismo, extenderse a nuevas geografías seguirá siendo atractivo, por lo que las fuentes de financiamiento serán necesarias, así como incluir a las nuevas generaciones y promover la diversidad como puntos clave en el futuro de las organizaciones. ✨

Sobre la encuesta: "Perspectivas de la Alta Dirección en México 2019. Esfuerzos colaborativos para el crecimiento" es la decimo-cuarta edición de la encuesta este estudio, que batió nuevamente el récord de encuestados: 933 directivos distribuidos a nivel nacional en empresas establecidas en México. Los resultados de esta edición fueron levantados del 1 de octubre de 2018 al 18 de enero de 2019. El perfil de los encuestados: 43% director, 15% presidente, 14% gerente, 10% miembro de comité o consejo, 5% subdirector, 4% vicepresidente y 9% otro. El perfil de las industrias: 16% servicios, 11% servicios financieros, 10% manufactura / industrial, 7% inmobiliaria / real estate, 6% energía y recursos naturales, 6% construcción / infraestructura, 5% automotriz, 5% alimentos y bebidas, 4% consumo / retail, 4% química / farmacéutica, 3% electrónicos / software, 3% salud, 3% transporte, 2% telecomunicaciones, 2% hotelería y turismo, 2% entidades no lucrativas, 1% comunicaciones, 1% outsourcing, 1% medios de comunicación, 1% gobierno, y 7% otra.



DISRUPCIÓN POR

OBLIGACIÓN

Por **David Fuentes**, RCI Latinoamérica



Durante la última década y en especial en los últimos cinco años hemos visto en la industria de los viajes y el turismo una gran evolución y grandes cambios.

No hay sector en la industria turística que se haya salvado de verse afectado por esta evolución. No hace mucho todavía veíamos una gran batalla por el desarrollo de los destinos de ciudad y de la hotelería de negocios. Y en los últimos dos años este efecto se ha visto disminuido en algunos casos por la saturación y algunos otros casos porque se ha descubierto que el negocio del hotel de ciudad no resultó ser tan atractivo como parecía un inicio.

Los desafíos básicos

La distribución y la operación de los inmuebles hoteleros ha tomado también gran importancia. Para aquellos sin experiencia que entraron al negocio pensando que se trataba solo de hospedar gente y dar un buen servicio, ha sido una lección muy dura encontrarse que antes que para llegar a ese punto había primero que llenar los cuartos y ante una competencia tan intensa, esa se convierte en la tarea de mayor complejidad.

Por otro lado, la proliferación de hoteles en el país ha puesto en evidencia la necesidad de crear mayores recursos humanos con talento para la adecuada operación y administración dentro del sector.

No se puede dejar de lado el crecimiento de algunos destinos que no se ha detenido en ningún momento durante los últimos años siendo el caso más notable la zona del caribe mexicano en donde Cancún y Riviera Maya ha mantenido un crecimiento sostenido de aproximadamente cuatro mil a cinco mil cuartos cada año, lo cual requiere de alrededor de ocho mil empleos directos para operar de manera adecuada estos proyectos turísticos. Mismo caso es el de Los Cabos que aún en magnitudes menores ha venido agregando a su oferta entre mil quinientos y dos mil cuartos de alta calidad por año durante los últimos tres años. Lo anterior ha provocado que el desafío más importante en estos momentos sea el de poder entender el comportamiento de los mercados en esta nueva generación.

Las nuevas generaciones y la tecnología

Recientemente se publicó que la generación de Millennials había sobrepasado a la generación de Baby Boomers en el número de personas, en otras palabras, tenemos en el mercado mayor número de consumidores jóvenes que de Baby Boomers, y muy pronto se acercarán al número de personas en la Generación X. Esto está obligando a que todos los jugadores de la industria de los viajes volteen a revisar profundamente cómo están ejecutando su negocio y si esto se acopla al estilo de viaje y las demandas de esta nueva generación.



Lo que de manera natural ha venido presentándose en nuestra industria es el uso incremental de la tecnología, obligados principalmente por el extenso uso de aplicaciones sobre Internet y dispositivos móviles por parte de las generaciones sucesoras de los Baby Boomers. No es ningún secreto que hoy en día cerca del 95% de los viajes se generan desde algún tipo de acceso a información electrónica y adicionalmente, cada día aparecen nuevas herramientas enfocadas a la reservación de viajes, evaluación de experiencias y hoteles, guías turísticas, foros de discusión, redes sociales y muchas más han venido ocupando espacios importantes en la promoción y gestión de viajes ya sea de vacaciones o de esparcimiento.

Las nuevas experiencias como principal motivador

Recientemente también hemos volteado a ver la manera en que estamos diseñando los inmuebles, las experiencias que ofrecemos a los visitantes y la manera en que posicionamos nuestro producto una vez que el usuario ha llegado al destino.

El comportamiento de las nuevas generaciones está altamente orientado a vivir experiencias y en el caso de los Millennials es mucho más evidente que hay poca preocupación por la pertenencia y mucha mayor orientación al vivir nuevos momentos, más personales y obtener aprendizaje de ellos.

Las generaciones anteriores estaban más preocupadas por pasar un tiempo de vacaciones en un lugar popular o de moda que por vivir diversas experiencias en un solo viaje, sin embargo, el día de hoy la gente joven está pensando mucho más en vivir diferentes experiencias sin importar el número de días que les tome, la distancia al destino o que éste sea famoso, popular e incluso conocido.

La proliferación de hoteles en el país ha puesto en evidencia la necesidad de crear mayores recursos humanos con talento para la adecuada operación y administración dentro del sector

Los viajes ya no se destinan de manera exclusiva para ir a descansar o vacacionar. Hoy la gran tendencia es combinar los viajes de trabajo con algunos días de esparcimiento o de vivir nuevas experiencias y sacar el mejor provecho de ese tiempo.

La industria hotelera tradicional fue la primera en prestar atención a esto y hoy podemos ver en el mercado conceptos hoteleros que combinan no solamente el descanso, la vacación, o la distracción sino también el espacio para trabajar, el espacio para convivir y conocer nuevas personas o el espacio para vivir una experiencia culinaria, todo ello en un mismo entorno.

Si bien la industria de la propiedad vacacional no ha llegado a ese punto principalmente porque sus productos están enfocados a la vida en familia, se está perdiendo la oportunidad de generar opciones que puedan ser atractivas a estas nuevas generaciones, y para ello hace falta modificar muchas de las prácticas que hoy en día son estándar dentro de esta industria.

Si tomamos en cuenta que el día de hoy en la industria de la propiedad vacacional uno de los principales desafíos es obtener nuevos prospectos para la compra de los productos, ¿por qué no enfocarse en abordar a esas nuevas generaciones que eventualmente caerán dentro del perfil que normalmente se está buscando para la venta de un producto vacacional?

Quizás no estamos hablando de productos que se puedan vender al precio promedio en que se comercializan hoy las propiedades vacacionales, o con modelos de uso diferente, o en los destinos donde tradicionalmente se han desarrollado estos negocios, sin embargo, parece una buena inversión para poder garantizar una

parte de esa está población como prospectos para una venta futura. En este sentido vale la pena ver los conceptos hoteleros que se han desarrollado en otras partes del mundo que van orientados precisamente a este tipo de generaciones. Ejemplos muy concretos pueden ser algunas cadenas que han crecido exponencialmente en países de medio oriente o Asia e incluso algunas que ya han incursionado en México cómo Selina y el nuevo concepto de Hilton con su marca Motto, que parecen ser opciones muy adecuadas para lo que demanda hoy el mercado joven que gusta de viajar.

Nada nos garantiza que, así como se han modificado los hábitos de viaje de la gente joven, no se modifiquen muy pronto los hábitos de viaje en familia, y hay que estar preparados para ese momento. •





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



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

