

review

UNA PUBLICACIÓN DE ILG

Cortejando a **LAS PAREJAS** CON VACACIONES PARA DOS



¿CÓMO ATRAER A
LOS PROFESIONALES
MÁS BRILLANTES?

Cinco maneras de
reorganizar su lugar
de trabajo

PERFIL
Grand Solmar at
Rancho San Lucas

8



ARTÍCULOS ESPECIALES

Reuniones

ISOIC: 19.ª Conferencia Internacional de Inversión en Propiedades Compartidas **6**

Tendencias

Cortejando a las parejas **8**

Gerencia

¿Cómo atraer a los profesionales más brillantes? **12**

PERFIL

Grand Solmar at Rancho San Lucas **18**

18



publicada por
ILG

directora
Mónica Adams

escritores de planta
J.B. Bissell
Betsy Sheldon

editora de fotografía senior
Kimberly DeWees

vicepresidenta adjunta y
directora creativa
Ailis M. Cabrera

gerente de diagramación
George A. Sariego

diseñadora gráfica senior
María García-Aguilar

diseñadores gráficos
Frank Gonzalez
Cristina Mencia

vicepresidenta adjunta-
diagramación y producción
Janet L. Orr

directora de producción
Val Chiofalo

Vacation Industry Review
Latinoamérica
6262 Sunset Drive
Miami, FL 33143, EE. UU.
+305.666.1861 ext. 7328
Fax: +305.668.3408
monica.adams@intervalintl.com

Vacation Industry Review Latinoamérica está diseñada para proveer información correcta y autorizada con respecto al tema cubierto. Se publica con el entendimiento de que el editor no está involucrado en la prestación de servicios legales, de contabilidad ni otro tipo de servicio profesional. Si se requiere asesoría legal u otra clase de asistencia experta, deben solicitarse los servicios de un profesional competente.

©ILG, 2018. Todos los derechos reservados. Está prohibida la reproducción de cualquier parte de esta publicación sin consentimiento previo por escrito.

ENCUÉNTRENOS EN



Una bienvenida y un adiós



POR
Craig M. Nash

PRESIDENTE Y
DIRECTOR EJECUTIVO
ILG

Jeanette Marbert y yo nos conocimos hace más de 30 años cuando ella, una joven abogada, se integró a Interval International® como asesora corporativa. Yo también había egresado de la Escuela de Derecho unos pocos años antes y tenía poca experiencia legislativa a mi haber.

Rápidamente reconocí en Jeanette un alma gemela: alguien ansioso de crecer y contribuir de manera significativa a la compañía y la industria; una persona motivada por altos estándares y con una sólida ética laboral. Además, ella poseía rasgos que —confieso— no encabezaban mi lista de virtudes personales: más paciencia y una presencia tranquilizadora. No pasó mucho tiempo en darme cuenta que formábamos un excelente equipo.

Como ustedes saben, Jeanette ha tenido un papel integral en el éxito de Interval International y la evolución de ILG. Después de unirse a la compañía en 1984, ocupó varias posiciones de creciente alcance en la administración ejecutiva en los años siguientes. Ella ha sido nuestra directora de operaciones durante los últimos 18 años.

De manera que no podría estar más complacido de que Jeanette haya sido nombrada presidenta y jefa ejecutiva del segmento operativo de intercambios y alquileres de ILG. Su sólido liderazgo, profundo conocimiento del negocio y entendimiento de las necesidades de los clientes y afiliados de Interval serán recursos invaluables. Estoy seguro que ustedes me acompañan en mis felicitaciones y buenos deseos para su futuro ejecutivo.

En marcha

A la vez que damos la bienvenida a Jeanette, decimos adiós a un viejo amigo y colega, David Gilbert, quien se retiró de su puesto de presidente de Interval International en diciembre de 2017. Por más de 25 años, David se dedicó a abogar por los intereses de los desarrolladores de los complejos afiliados a

la compañía y a sus propietarios. Bajo su liderazgo, se lanzaron muchos de los productos y programas más exitosos de la compañía. Aunque David está dando inicio a un nuevo capítulo en su vida, esperamos seguir contando con su experta ayuda en un papel de consultor.

Mientras tanto, el talentoso grupo de ejecutivos de Interval continuará ofreciendo la misma excelencia en calidad de servicios y productos que los ha caracterizado por años.

El excepcional capital humano de ILG no se limita a un sector operativo. Cada una de las compañías que forman parte de ILG posee décadas de sólida historia y raíces empresariales —de VRI a Vistana™ Signature Experiences. Serge Rivera, uno de los ejecutivos más nuevos de ILG, trae años de experiencia en posiciones líderes con Starwood Hotels & Resorts y Starwood Vacation Ownership. Estoy sumamente complacido que sus amplios conocimientos de la industria estén ahora dirigidos a la conducción del segmento de la propiedad vacacional de ILG, como su presidente y director ejecutivo.

Fuerza laboral de larga trayectoria

A la vez que reflexiono acerca de mi buena suerte de haber disfrutado tantos años de trabajo con el equipo excepcional de ILG, reconozco que la permanencia de nuestro personal en sus cargos es igualmente digna de destacar. En una reciente celebración de varios significativos aniversarios, estaba presente un número considerable de empleados con 20, 30 e incluso 35 años con la compañía. Sacamos la cuenta de la cantidad total de años y sumamos 1.235. ¡Más de mil años de experiencia!

Así como me llena de orgullo esa larga trayectoria, también me complace que nuestras compañías continúen atrayendo empleados con una cultura progresista que acepta nuevos modelos comerciales y que buscan hacer cosas de manera diferente. Esta inyección de talento fresco, combinada con la continuidad y solidez de un equipo experimentado resulta en una fuerza formidable, dedicada a contribuir al continuo éxito de ILG. []

SUCEDA EN INTERVAL

Intercambio de Hoteles

Un éxito entre los afiliados de Interval



En junio de 2017 se lanzó al mercado el beneficio de Intercambio de Hoteles y hoy, a menos de un año, ya es un éxito entre los afiliados a Interval International®. "Ha tenido una respuesta muy positiva, con más transacciones de las esperadas y sin ninguna iniciativa de mercadeo", dice Sharon Freed, vicepresidenta senior de mercadeo para consumidores de Interval.

Freed atribuye el éxito del beneficio a su flexibilidad y a la amplia variedad de opciones de intercambio. Por medio del Intercambio de Hoteles, los afiliados a Interval Gold, Club Interval Gold e Interval Platinum pueden depositar sus semanas o puntos, o utilizar depósitos preexistentes y reservar un hotel en algunas de las ciudades más atractivas del mundo — incluso en destinos con disponibilidad de intercambio limitada — vía intervalworld.com.

Además, ella cree que con las iniciativas de mercadeo directo que se implementarán en 2018, una mayor cantidad de socios obtendrán provecho del beneficio. "Lo que nuestros socios valoran más en lo que respecta a su afiliación a Interval, es la flexibilidad. El intercambio de hoteles ofrece justamente eso", ella agrega.

LOS 10 PRINCIPALES DESTINOS INTERNACIONALES DE INTERCAMBIO DE HOTELES

1. París, Francia
2. Londres, Inglaterra
3. Roma, Italia
4. Cataratas del Niágara, Canadá
5. Barcelona, España
6. Melbourne, Australia
7. Florencia, Italia
8. Singapur
9. Tokio, Japón
10. Sidney, Australia



Jeanette Marbert

Nueva presidenta de Interval International

Jeanette Marbert fue nombrada presidenta y directora ejecutiva del segmento operativo de Intercambio y Alquiler de ILG, que incluye Interval International. Como tal, ella responderá ante Craig M. Nash, presidente, presidente del consejo directivo y director ejecutivo de ILG.

Jeanette se integró a la compañía en 1984 como asesora corporativa y posteriormente ocupó varios puestos ejecutivos de creciente responsabilidad dentro de Interval e ILG. Recientemente fue la directora de operaciones de ILG, dirigiendo las funciones globales de recursos humanos, legales y de tecnología informativa,

El viajero de hoy exige más flexibilidad y oportunidades. El poder del intercambio vacacional provee a los afiliados de Interval International la posibilidad de disfrutar vacaciones en complejos y destinos que antes estaban fuera de su alcance. Y cuando los afiliados a Interval Gold, Club Interval Gold o Interval Platinum desean una experiencia vacacional diferente tienen aún más opciones. A continuación, damos una mirada a la variedad de posibilidades de intercambio vacacional disponibles:

Intercambio de Complejos Todos los socios de Interval pueden disfrutar de la amplia red de más de 3.000 complejos, en más de 80 países, solicitando un intercambio que los llevará a los trópicos, las montañas, un parque temático o una ciudad cosmopolita. Y con los dos métodos de intercambio, exclusivos de Interval —Depósito Primero y Solicitud Primero— los socios tienen las herramientas para obtener el intercambio que desean, cuando lo desean.

Intercambios ShortStay Con esta opción, los socios con afiliaciones de categoría superior pueden intercambiar sus semanas por dos vacaciones de una a seis noches cada una. Los socios con programas basados en puntos pueden hacer tantos Intercambios ShortStay como se lo permitan sus puntos disponibles.

Opciones Interval*

Experiencias Interval Los socios con afiliaciones de categoría superior tienen la opción de participar en una variedad de aventuras únicas. Las experiencias incluyen conducir los vehículos más exclusivos del mundo en un recorrido automovilístico de ensueño, pasear por los viñedos de California en una limosina con chofer o tomar clases de cocina *gourmet*, entre otras.

Intercambio de Cruceros Desde una travesía a través de los fiordos de Alaska a una expedición por el Mediterráneo; con el intercambio de cruceros, prácticamente cualquier itinerario está a su alcance. Carnival Cruise Line, Celebrity Cruises, Disney Cruise Line, Holland America Line, Norwegian Cruise Line, Royal Caribbean y Viking Ocean Cruises son solo algunas de las líneas de calidad mundial disponibles.

Intercambio de Hoteles La más reciente adición a los beneficios de Opciones Interval provee a los socios acceso a miles de hoteles y también a alojamientos tipo condominio, que provienen directo de Interval. Nueva York, París, Roma, Sídney, Tokio y Aruba son solo una muestra de los destinos.

Intercambio de Golf El Intercambio de Golf brinda la oportunidad de jugar en algunos de los destinos internacionales más famosos como Escocia, la Florida y Arizona, en EE. UU. Los paquetes de golf incluyen, en general, alojamiento, desayuno y cuotas de juego (*greens fees*) y un carro de golf por ronda/por día.



Intercambio de Spa Este intercambio abre las puertas a algunos de los mejores locales holísticos del mundo. Los servicios podrían incluir terapias, masajes y faciales.

*Disponible para afiliados a Interval Gold, Club Interval Gold o Interval Platinum.

así como la supervisión de ciertas operaciones gerenciales de ILG.

Entre sus nuevas responsabilidades se cuentan la dirección de Interval International, una compañía líder en la industria del intercambio vacacional en el mundo; los clubes de propiedades de marca y Aqua-Aston Hospitality, una prominente compañía administrativa de hoteles y complejos turísticos, con base en Honolulu, Hawái.

El nombramiento de Jeanette sigue al anuncio de la jubilación de David C. Gilbert como presidente de Interval a fines de 2017, como estaba planificado. Ustedes recordarán que él regresó de su jubilación hace tres años para tomar la dirección de Interval, y en conjunto, dedicó más de 25 años a ampliar La Red de Intercambios Vacacionales de Calidad, desarrollando sólidas relaciones comerciales

y promoviendo la inversión internacional en la industria de propiedad compartida. David está iniciando un nuevo capítulo en su vida, sin embargo, esperamos continuar trabajando con él en un papel de consultor.

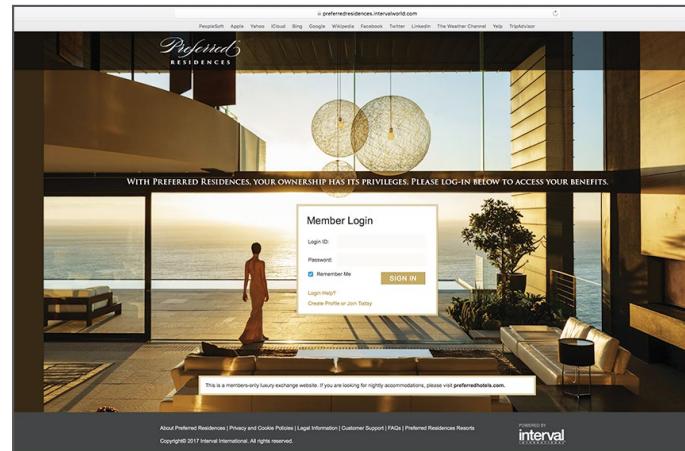
Jeanette y el equipo de ejecutivos de larga trayectoria en Interval a nivel global, seguirán igualmente dedicados a ofrecerles los mejores productos y servicios a sus propietarios y afiliados.

NOMBRES EN LAS NOTICIAS



Soraya González fue ascendida a la posición de vicepresidenta de asistencia a complejos y servicios a clientes de Interval International. En este papel, ella asume la dirección de los representantes de Interval en los sitios, los equipos de verificación de inventario, la división de asistencia a complejos de Latinoamérica, el apoyo a las juntas directivas de las asociaciones de propietarios (HOA, por su sigla en inglés) y la asistencia tecnológica a complejos. Ella se incorporó a Interval en 1989 como gerente de operaciones del departamento de viajes y desde entonces ha ocupado diversos cargos directivos, recientemente como vicepresidenta adjunta de asistencia a complejos.

Jane A. García fue nombrada directora de turismo para la municipalidad de Benito Juárez, Quintana Roo, en México. Ella tendrá la responsabilidad de impulsar estrategias a nivel municipal y fortalecer la relación entre el Ayuntamiento y todos los actores gubernamentales, además de promover la iniciativa privada del sector turístico. La nueva encargada de turismo realizó estudios en Gerencia de Negocios y Mercadotecnia, en la Escuela de Negocios de Londres y ha trabajado en posiciones directivas por más de 23 años en la industria del turismo.



Preferred Residences actualiza su sitio web

El nuevo sitio web preferredresidences.com, exclusivo para socios, facilita más que nunca la navegación de los propietarios de **Preferred Residences** al momento de buscar vacaciones memorables y valiosos beneficios. El sitio web de este programa de marca en la industria de la hospitalidad —rediseñado y actualizado— sirve de base digital para los complejos de propiedad compartida, los clubes de residencias privadas y los hoteles estilo condominio de lujo. Los socios también pueden gozar de las oportunidades de intercambio vacacional, beneficios de hoteles exclusivos y privilegios de viaje como experiencias de golf en campos de alta categoría. La marca Preferred Residences continúa creciendo, recientemente The Fives Luxury Residences en México y The Point at Petite Calivigny en Grenada se unieron a la red de complejos de lujo.

El valor multifacético de Dream Vacation Week

Los certificados Dream Vacation Week otorgan a los compradores potenciales el privilegio de vivir la experiencia de la propiedad vacacional antes de sellar un compromiso de largo plazo. Proveen acceso a alojamientos de una semana a un precio atractivo y pueden canjearse por una estadía en una selección de excelentes destinos alrededor del mundo.

Sin embargo, su flexibilidad es todavía mayor. Los certificados Dream Vacation Week son ideales como incentivos, premios de mercadeo o regalos de agradecimiento y pueden adaptarse para satisfacer las necesidades específicas del desarrollador. Para un producto de más alta calidad aún, los certificados Dream Vacation Week Prime entregan destinos selectos y fechas de viaje altamente solicitadas.

“No es fácil encontrar otro premio que provoque tanto entusiasmo entre los propietarios existentes y potenciales. Ofrecer la oportunidad de viajar a una variedad de fantásticos destinos a un gran precio es una propuesta ganadora, tanto ahora como en el futuro. Además, son fáciles de obtener y de canjear”, comenta Erika García, directora ejecutiva de mercadeo de Sunset Group.



APLICACIONES MÓVILES: ya no son solo una opción para la industria turística

POR RALPH FIOL

Hace una hora, usé Waze para navegar por el tráfico y llegar a mi cita de almuerzo a tiempo (la reservación hecha por medio de OpenTable), luego escribí una excelente reseña en el sitio del restaurante mientras esperaba por la cuenta y compré un café en Starbucks, en el camino de regreso a mi oficina. Y todo esto lo hice desde mi iPhone.

Seamos realistas —las aplicaciones móviles se han convertido en parte de la vida diaria y no es un fenómeno reciente. El uso de las aplicaciones se ha disparado en los últimos ocho años. De acuerdo con Statista, un portal de estadísticas en línea, entre julio de 2008 (el mismo año que la Tienda de Aplicaciones salió al mercado) y septiembre de 2016, se descargaron 140 millones de aplicaciones. Y, según el estudio *U.S. Mobile App Report 2016*, entre junio de 2013 y junio de 2016, el uso de las aplicaciones en los teléfonos inteligentes representó el 80% de todo el crecimiento en la interacción de medios digitales.

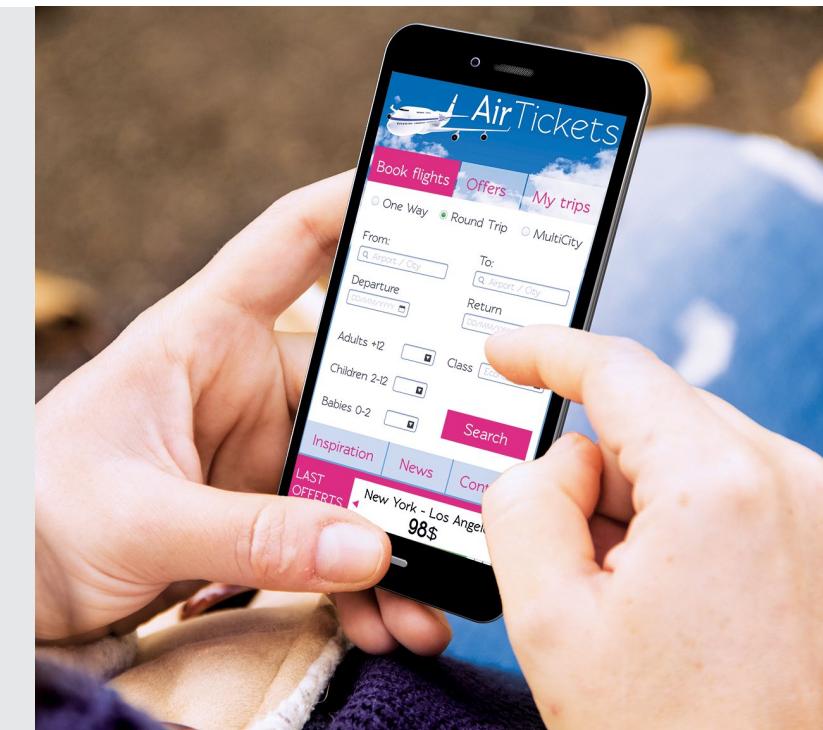
Si bien la mayoría de estos usuarios pasó la mayor parte de su tiempo en aplicaciones de las redes sociales, multimedia, tiendas minoristas y periódicos, las aplicaciones móviles relacionadas con viajes y turismo también se están volviendo cada vez más populares.

Planificación de viajes sobre la marcha

Un estudio llevado a cabo por Verto Analytics, una compañía de medición de audiencia de medios digitales, encontró que el 62% de los usuarios utiliza aplicaciones de viaje y navegación y un 42% descargó o utilizó una aplicación relacionada con viajes porque hacer una reservación aquí era más fácil que en un sitio móvil. Claramente, los clientes están expresándose y las compañías están prestando atención. Lo que me lleva a la aplicación de Interval International.

Con la aplicación gratis —disponible para usuarios de iPhone, iPad y Android— la planificación de viajes es tan simple como hacer clic. Los socios de Interval pueden buscar y reservar vacaciones Getaway, crear Alertas Getaway (avisos instantáneos que notifican a los socios cuando sus Getaways deseados están disponibles), buscar las 10 mejores ofertas Getaway, revisar la Guía de Complejos Turísticos y compartir información sobre complejos con amigos vía mensajes de texto y electrónicos, email, Facebook, Twitter o Pinterest.

Además, los usuarios pueden ubicar complejos cercanos usando el sistema GPS de sus teléfonos, guardar una lista de sus propiedades



favoritas, ver descripciones detalladas y fotos, mirar videos en Interval HD y leer la revista *Interval World*®.

Elevando el estándar

Interval está en medio de un proceso de actualización y perfeccionamiento de sus herramientas digitales y la aplicación no es una excepción. En 2018, Interval lanzará una versión modernizada con una serie de nuevas funciones y elementos, además de una imagen renovada.

Los socios que ya tienen este servicio gratis en sus dispositivos móviles recibirán una actualización automática con estos elementos nuevos. Y, como siempre, estará disponible gratis en la tienda de aplicaciones de Apple (Apple Store) y Google Play.

Y tal como lo demuestran las estadísticas, las aplicaciones móviles ya no son solo una opción adicional para ofrecer —son algo que los consumidores de hoy esperan.

De manera que la próxima vez que use su teléfono inteligente para ver lo último en Facebook, llamar un Uber o pagar su cuenta de tarjeta de crédito, recuerde que usted es, literalmente, uno en un millón que ha convertido las aplicaciones en la “nueva normalidad”. []

Ralph Fiol es el vicepresidente adjunto de innovación digital de Interval International. Él dirige los esfuerzos de desarrollo comercial a través de la tecnología y trabaja estrechamente con los departamentos de mercadeo y ventas de complejos con el fin de proveerles inteligencia de vanguardia en tecnologías emergentes.



Conferencia Internacional de Inversión en Propiedades Compartidas, un verdadero cofre de tesoros informativos

¿Demasiada información? Muy poca gente en la industria de la propiedad vacacional estaría de acuerdo con esa declaración.

“Nuestro negocio es muy complejo pero, afortunadamente, en él existe un mundo de experiencia y conocimientos. La Conferencia Internacional de Inversión en Propiedades Compartidas es una oportunidad de aprovechar esos recursos, que son valiosos tanto para los profesionales veteranos como los nuevos participantes”, expresa Marcos Agostini, vicepresidente ejecutivo de ventas globales y desarrollo comercial de Interval International.

La conferencia, que tuvo lugar en octubre, en el Eden Roc Miami Beach Resort, atrajo a más de 400 personas. Cerca de 40 oradores y panelistas compartieron sus conocimientos en áreas tan diversas como préstamos, investigaciones, desarrollo de complejos administración, tecnología y servicio al cliente.

Un abanico de oportunidades

¿Otro valioso recurso para los asistentes? Tres estudios con parámetros claves de la industria, de un valor combinado superior a los US\$1.000, se pusieron a disposición de todos los participantes de manera gratuita: *El Estado de la Industria de las Vacaciones Compartidas* y *El Rendimiento Financiero de la Industria de la Propiedad Compartida*, investigaciones llevadas a cabo por la Fundación Internacional de la ARDA (AIF, por sus siglas en inglés), más *La Industria Inmobiliaria de Complejos de Propiedad Compartida en Norteamérica*, vista por Ragatz Associates.

Otro aspecto de igual importancia para los profesionales de la propiedad compartida fue la oportunidad de relacionarse con sus colegas, cara a cara. Y hubo muchas ocasiones para hacer contactos de negocios, desde los

desayunos hasta las reuniones con cócteles, al término del día.

“El contenido de las reuniones fue interesante y valioso. Además, realicé excelentes contactos. De hecho, recibí una llamada al día siguiente de la conferencia, de un miembro de las organizaciones que conocí allí”, comentó David Sudeck, socio senior de JMBM Global Hospitality Group.

Conocimientos expertos

Sesiones destacadas incluyeron el panel “Vista desde la cumbre” con los líderes de la industria: Mike Flaskey, CEO de Diamond Resorts International®; Tom Nelson, presidente y CEO de Holiday Inn Club Vacations at Orange Lake Resorts; David Siegel, presidente y CEO de Westgate Resorts y Andy Stuart, presidente y CEO de Norwegian Cruise Line.

Otro acontecimiento importante fue la presentación del orador invitado, Jay Baer, autor del nuevo superventas “Abraza a sus enemigos”. El famoso autor, empresario y estratega cautivó a los asistentes con sus observaciones sobre la ciencia de las quejas y la manera cómo convertir el servicio al cliente en una ventaja de mercadeo.

En otra sesión que atrajo gran cantidad de público, los expertos ofrecieron consejos sobre la forma de trabajar con los líderes de opinión de los medios sociales para ayudar a difundir el mensaje y generar una presentación positiva de las compañías. Y los conferencistas en casi todas las sesiones recalcaron la importancia de desarrollar una sólida presencia en los medios sociales.

Compartir tal información y conocimientos sobre una industria en constante evolución en un foro tan inclusivo, no hubiese sido posible sin la ayuda de nuestros auspiciadores. Agradecemos los comentarios positivos que hemos recibido de los asistentes, así como el apoyo de las compañías que permitieron realizar este evento”, concluyó Agostini. []



ARRIBA: En la sesión dedicada a la industria de la propiedad vacacional en Latinoamérica y el Caribe, aparecen de izq. a der.: John Lancet, director administrativo senior, HVS Consulting & Valuation (moderador); Rinaldo Fernández, vicepresidente senior, Travelers Club Division, Karisma Hotels & Resorts; Luis Namurn, socio administrativo, Cayacoa Golf Club y Alejandra Padín, directora de ventas, Dawn Beach Club at Westin Resort & Spa, Sint Maarten. IZQUIERDA: Orador invitado, Jay Baer. DERECHA: Los participantes en el panel “Vista desde la cumbre”: Tom Nelson, presidente y CEO, Holiday Inn Club Vacations at Orange Lake Resorts; Andy Stuart, presidente y CEO, Norwegian Cruise Line; David Gilbert, expresidente de Interval International; David Siegel, presidente y CEO, Westgate Resorts; Mike Flaskey, CEO, Diamond Resorts International®.

CORTEJANDO A LAS PAREJAS

POR JOYCE HADLEY COPELAND



Los complejos de tiempo compartido han transformado las vacaciones familiares con sus ofrecimientos de unidades amplias, parques acuáticos en la propiedad y clubes infantiles. Pero, también están las parejas —desde recién casados hasta matrimonios mayores sin hijos que viajan para mantener encendida la chispa en sus relaciones— quienes toman seriamente estos escapes que a menudo son muy diferentes a los de unas vacaciones tradicionales.

Un porcentaje significativo de propietarios vacacionales viven en grupos familiares compuestos por dos personas. De hecho, ese es el caso de dos tercios de los afiliados a Interval International en Estados Unidos. Y los complejos de tiempo compartido, de forma astuta, les están haciendo la corte con piscinas solo para adultos, opciones de cenas románticas y tratamientos de spa para dos. Las bodas y la renovación de votos matrimoniales son ceremonias muy populares, pero las parejas además desean aventuras activas, eventos especiales, experiencias culturales y oportunidades para honrar su compromiso mutuo con el bienestar.

Más allá del spa

“Sin duda nuestro exclusivo Spa Helani, a Heavenly Spa by Westin™ se ubica en primer lugar entre las preferencias de las parejas”, comenta Angela Nolan, vicepresidenta de operaciones para Vistana™ Signature Experiences, en Hawái. Las parejas pueden realizar sus estadías en los complejos The Westin Ka'anapali Ocean Resort Villas o The Westin Nanea Ocean Villa, ubicados en la impresionante costa norte de Maui, disfrutando de la variedad de servicios que dispone el spa, entre ellos el Ritual para Parejas K'anapali, con masajes estilo hawaiano que incluye armoniosos movimientos y aceite de coco autóctono.

“El bienestar es uno de los pilares de la marca Westin, por lo que es primordial en términos de nuestro enfoque, ya sea que se trate de masajes privados o clases de yoga para parejas”, dice Nolan. (Un estudio conducido por Westin reveló que un 80% de los participantes indicó que habían realizado más actividades y estado más conscientes de su salud durante sus lunas de miel que cuando regresaron a sus casas). Los dos centros de acondicionamiento físico, WestinWORKOUT® Fitness Studios, abiertos las 24 horas del día en ambos complejos, por lo general, están llenos temprano en las mañanas con parejas que empiezan sus días con una buena sesión de ejercicios.

Aventuras consideradas servicios

De acuerdo con un estudio llevado a cabo por la Asociación de Viajes de Estados Unidos (USTA, por sus siglas en inglés), el 76% de parejas no casadas dice que la aventura es una razón importante para viajar juntos. Claramente, las parejas desean vivir experiencias que los vinculen aún más y buscan destinos, tales como Hawái que ofrece una amplia gama de emocionantes actividades y experiencias que tienen lugar solo una vez en la vida. Casi la mitad de los *baby boomers*

(personas nacidas entre mediados de 1940 y 1960) que respondieron a una encuesta reciente, llevada cabo por la AARP (asociación estadounidense que atiende las necesidades e intereses de las personas mayores de 50 años) mantiene “una lista de cosas que quieren hacer antes de morir” y Hawái está en primer lugar entre los destinos planeados para vacacionar en el país.

“Maui tiene toda clase de actividades diferentes. Independiente de la edad, los visitantes pueden ir a bucear o explorar la selva húmeda de Hana. Tenemos el volcán inactivo, Haleakala, que es un hermoso lugar para visitar al amanecer o durante el crepúsculo”, dice Nolan. Los complejos se han asociado con compañías confiables para ofrecer a las parejas acceso a una variedad de actividades y excursiones locales que pueden concertarse por medio del servicio de concierge; desde safaris en vehículos para todo terreno hasta tiroleza, entre otras.

Sumergiéndose en la cultura

“A medida que la forma de viajar ha cambiado con los años, las parejas ya no vienen a hacer las típicas actividades turísticas sino, más bien, a envolverse en la cultura local. Quieren conocer a los residentes e ir a los restaurantes donde elloscenan”, comenta Nolan.

Las parejas que se alojan en Hacienda Encantada Resort & Spa, situado en un impresionante acantilado con vistas fascinantes del mar de Cortés, cerca de Cabo San Lucas, México, participan en una ceremonia tradicional de purificación llamada temazcal, que combina la cultura ancestral con el bienestar. Su nombre proviene de la diosa Temazcaltoci, quien se cree sanaba dolencias físicas, espirituales, mentales y morales. El ritual, que consiste en un baño de vapor, tiene lugar en una pequeña estructura, generalmente redonda, donde un chaman o temazcalero arroja agua impregnada con hierbas sobre piedras calientes para liberar el vapor destinado a limpiar el cuerpo y el espíritu. Se dice que la ceremonia del temazcal, practicada por siglos en las culturas mexicanas y centroamericanas, puede profundizar el vínculo emocional de una pareja.

Al igual que Hawái, Los Cabos es el perfecto entorno para el romance y la aventura que las parejas buscan. “Estamos ubicados en el Corredor Turístico, cerca de Cabo San Lucas, donde tiene lugar toda la acción. Ofrecemos soledad, pero a la vez, estamos cerca del centro”, explica Gabriel Ibarra Macías, director de ventas y mercadeo de Mexico Grand Hotels. La propiedad, en estilo de hacienda mexicana cuenta con playa privada, villas de lujo y un spa, con todo tipo de tratamientos, que crea un santuario para quienes añoran un nido personal.

72% dice que viajar juntos inspira el romance

Para los aficionados a la buena mesa, el complejo con todo incluido tiene el plan “Dine Out Privilege” que incluye cenas a la carta en los seis restaurantes y bares de la propiedad, así como en seis restaurantes que opera en Marina Golden Zone, en la marina de Cabo San Lucas, con servicio de transporte gratis incluido. “Para una pareja es simplemente perfecto no solo estar en el complejo, sino también tener la opción de ir al centro, dar un paseo por la marina, disfrutar una cena romántica y después regresar a uno de los bares del complejo, que están abiertos hasta las 11 p. m.”, dice Ibarra.

Y para aquellos en busca de aventuras, el servicio de concierge puede concertar una variedad de actividades altas en adrenalina como paseos en *jet ski*, paracaidismo acuático, excursiones de exploración por senderos desérticos y playas solitarias en un *buggy*.



Odiseas urbanas

Las mejores aventuras no siempre suceden en la playa. Muchas parejas se sienten atraídas por la energía y las tentaciones como la cocina y la cultura ofrecidas en ciudades icónicas de Estados Unidos y destinos internacionales como París, Roma, Sídney y Tokio.

Marriott Vacation Club se encuentra entre un grupo de compañías de tiempo compartido con propiedades ubicadas en el centro de la acción. Con las mejores direcciones en cinco ciudades estadounidenses —Boston, Nueva York, Washington, D.C., Miami y San Diego— los hoteles Marriott Vacation Club PulseSM satisfacen las necesidades de viajeros que desean más que el turismo estándar y quieren sentirse “integrados” con la localidad, en lugar de turistas. Los concierges conocen los secretos de la ciudad y les indicarán las tiendas y los restaurantes preferidos de los residentes.

Las parejas que prefieren los escapes urbanos tienen ahora más opciones para llegar a sus destinos soñados gracias al programa de intercambio de hoteles de Interval International. Los afiliados a Interval Gold, Club Interval Gold e Interval Platinum pueden intercambiar sus semanas o puntos por una estadía en un hotel o un complejo en algunas de las ciudades más atractivas del mundo.

Diversión doble

Con sus hijos viviendo independientes y con más renta disponible, los boomers son responsables por más de la mitad de los viajes nacionales, de acuerdo con un estudio realizado por la AARP, y muchos están viajando con otras parejas. Las amplias villas de tiempo compartido con dos o más dormitorios ofrecen privacidad y todas las comodidades e instalaciones de lujo que dos parejas pueden desear para disfrutar unas excelentes vacaciones.

“Durante el año, vemos a muchas parejas viajando juntas”, dice

79% cree que viajar juntos tiene un impacto positivo en su relación

Ibarra. Grupos que han reservado *suites* superiores con hasta cuatro dormitorios o residencias de tres dormitorios sacan provecho del servicio de los complejos de prealmacenamiento, que llena el refrigerador antes de la llegada de los huéspedes, aun cuando planean cenar fuera la mayor parte de la semana. También, muchos se dan el lujo de disfrutar de un chef privado durante su estadía.

En compañía de buenos amigos, se puede disfrutar de las dos realidades —tiempo solos y diversión en grupo, jugando golf, explorando, comprando o visitando las atracciones juntos.

Los complejos, las instalaciones y actividades solo para adultos son además terreno fértil para encontrar nuevos amigos que comparten los mismos gustos. “He estado trabajando en este complejo [The Westin Ka’anapali Ocean Resort Villas] por siete años y he visto el inicio de muchas amistades”, comenta Nolan. Las parejas que se conocen en la piscina o en eventos para adultos terminan la semana planificando sus próximas vacaciones juntos. Hemos observado que cuando las parejas son afines, se juntan para cocinar o cenar en un restaurante la noche siguiente y de verdad crean un vínculo durante algunas de estas actividades”, ella agrega.

Un buen ejemplo es “Fire Up the Fun” en The Westin Ka’anapali Ocean Resort Villas. El evento, organizado por el chef Jesse Pita, del restaurante italiano Pūlehu y Jim Hansen, experto en vinos y gerente del restaurante, combina la preparación de dos platos, paso por paso, con el maridaje de vinos. “Hoy día, la gente está más interesada en lo que come y cómo se prepara, y las parejas cocinan juntas como un espacamiento que fomenta los lazos de la relación. “Fire Up the Fun” es una gran oportunidad para vivir esa experiencia con otras parejas. Es realmente una fantástica actividad”, expresa Nolan.

James Cooper, director administrativo de Hyatt Residence Club Carmel, Highlands Inn en la costa norte de California, también ha observado una tendencia de las personas a conectarse durante sus estadías en la propiedad. “Por las noches, la gente acude a sentarse alrededor de nuestra chimenea de jardín, armados con malvaviscos y varillas que pueden adquirir en la tienda de regalos del complejo. Allí los tuestan al fuego, platican y comparten una agradable experiencia con otras parejas. El hotel es íntimo, cálido y relajante, el oasis perfecto para quienes desean escapar del bullicio de sus vidas diarias”, comenta Cooper.

Aquellos que entablan una amistad pueden dirigirse al mercado en Pacific’s Edge a degustar galardonados vinos o disfrutar una ronda de golf en los campos cercanos Pebble Beach Golf Links o Spyglass Hill Golf Course.

Acontecimientos mágicos

“Hemos visto a parejas que viajan juntas y que después se comprometen, mientras están aquí con sus amistades”, dice Nolan. Una ceremonia de compromiso (a cualquier edad) es, a menudo, solo el comienzo de una serie de vacaciones ‘solo para parejas’ que se inician con una boda. Los complejos que ofrecen un hermoso entorno, así como una variedad de paquetes, tienen un gran éxito entre las parejas comprometidas.

“Tenemos bastante actividad en ese sector”, dice Cooper. “Para celebrar las nupcias contamos con un muelle precioso y el océano que sirve de magnífico fondo. Durante los fines de semana, se llevan a cabo dos o tres bodas por día. Estamos tratando de promover la planificación de esponsales durante la semana por lo que tenemos paquetes muy favorables para quienes decidan hacerlo”, él explica.

Uno de los repuntes más grandes que se ha observado en el sector de los viajes románticos es la “fuga” planificada. El paquete de fuga que ofrece Hyatt Residence Club Carmel, Highlands Inn’s incluye una ceremonia íntima en un bello ambiente, acompañada de una cena de

celebración. Esto da a las parejas una opción económica comparada con una boda tradicional.

Los enlaces convencionales están dando paso a eventos más personalizados, “Una de las cosas que nuestro gerente está haciendo muy bien es adaptarse a las diferentes maneras en que se están celebrando las bodas. Por ejemplo, hemos visto parejas que las realizan al amanecer, seguidas de un desayuno en lugar de la cena clásica con brindis de champaña. Modificamos algunos de nuestros paquetes matrimoniales para satisfacer las nuevas ideas”, explica Nolan.

63% cree que viajar ayuda a las parejas a permanecer juntas por más tiempo

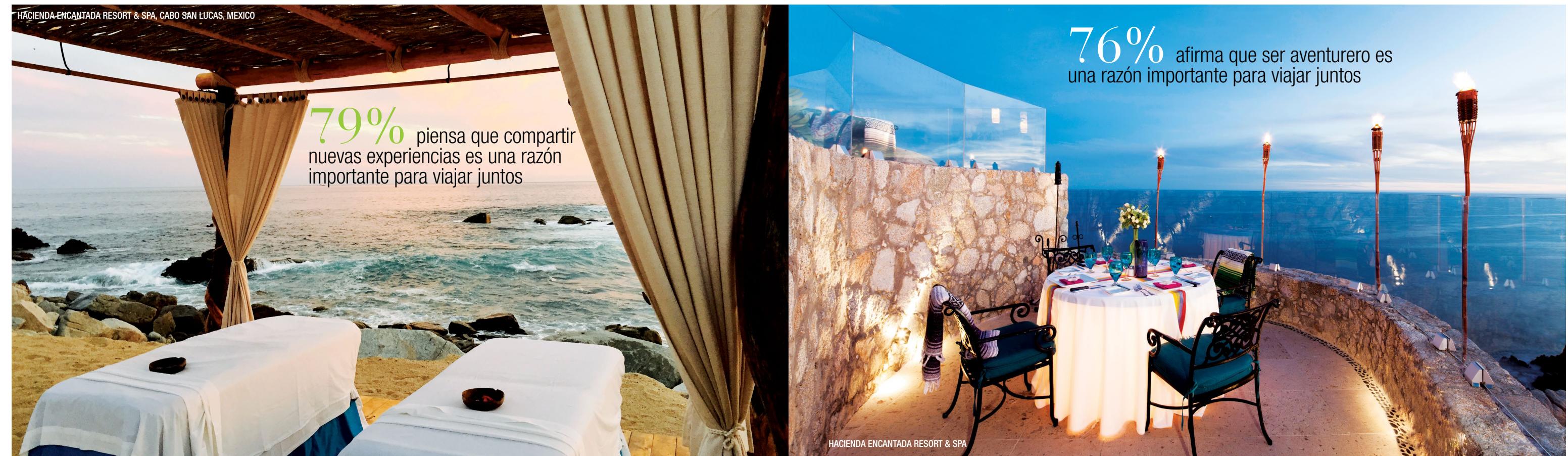
Felices para siempre

Y dado que el 63% de las parejas creen que viajar les ayuda a permanecer juntos, no es una sorpresa que las celebraciones de aniversario y de renovación de votos estén también en aumento.

“A la gente le encanta celebrar esos hitos en un destino como Hawái”, dice Nolan, quien explica la simple ceremonia a la que las parejas pueden optar en The Westin Ka’anapali Ocean Resort Villas’ Kai Lani Lawn, “a pasos del océano y la arena, con vistas panorámicas del canal Pailolo y las islas de Molokai y Lanai”.

No hay duda que vacacionar juntos ayuda a las parejas a reforzar sus relaciones. Los complejos que encuentran nuevas maneras de ayudarlos a solidificar sus vínculos y celebrar acontecimientos importantes, año tras año, también obtendrán los frutos de una relación duradera con una importante porción del mercado. ■

*Fuente: Travel Strengthens Relationships and Ignites Romance, U.S. Travel Association ustravel.org/sites/default/files/media_root/5.2015_Relationship_ExecSummary.pdf



CÓMO ATRAER A LOS PROFESIONALES

¿Se imagina como serán sus oficinas en 10 años? Posiblemente encontraremos empleados vestidos en jeans y camisetas, sentados en sofás, en una reunión de intercambio de ideas sobre las tácticas de mercadeo de nuevos productos. Quizás, veremos a unos pocos individuos conversando con hologramas de colegas que están trabajando en sus casas. O podremos ver a parte del personal en un módulo de capacitación en línea, adquiriendo conocimientos que al parecer no tienen relación con sus trabajos actuales.

Algunas de estas posibilidades no tienen nada de futurísticas. Si bien los hologramas pueden ser un sueño distante, muchos lugares de trabajo ya están experimentando una transición del entorno tradicional de escritorios, vestimenta formal y horarios de 9 a 5.

¿Cómo se explican estos cambios? Muchos pueden atribuirse al avance en la tecnología pero algunos analistas apuntan a las personas que están en las oficinas. De acuerdo con el Instituto Brookings, los mileniales —aquellos nacidos entre 1982 y 2003— serán más de uno de cada tres estadounidenses adultos en 2020 y conformarán hasta un 75% de la fuerza laboral de los EE. UU. en 2025.

POR JUDY KENNINGER

más brillantes

CINCO MANERAS DE
REORGANIZAR SU
LUGAR DE TRABAJO



recompensa empoderamiento. equilibrio. responsabilidad social flexibilidad sugerencias orientación cultura impulsada por valores

Otra razón que explica los cambios es que los empleados altamente cualificados son muy requeridos —y ellos lo saben. Con la tasa de desempleo en EE. UU. al nivel más bajo en 10 años (4,2 % en septiembre, 2017), los profesionales de recursos humanos compiten por reclutar los individuos más talentosos. “No solo nosotros estamos examinando más de cerca a los candidatos; ellos también nos están dando una mirada más detenida. Todas las buenas compañías compiten permanentemente por ser consideradas el mejor lugar donde trabajar. De no hacerlo, se arriesgarían a perder la capacidad de atraer al mejor talento”, comenta Kelly Frank, directora de recursos humanos de ILG en Miami, Florida. ¿Qué desean los mileniales, los integrantes de la Generación X (nacidos entre 1965 y 1981) y los *baby boomers* (nacidos entre 1946 y 1964), de los empleadores de hoy? (los años indicados para cada generación son aproximados). ¿Y qué se necesita para mantenerlos contentos una vez que están contratados?

Para encontrar las respuestas, recurrimos a Kelly Frank y a otras tres expertas, Kimberly Tramontana, vicepresidenta de operaciones de Breckenridge Grand Vacations (BGV) en Breckenridge, Colorado; Mónica García Castillón, gerente de recursos humanos de The Villa Group, en Cabo San Lucas, México y Amy Gregory, profesora adjunta de la Escuela Rosen de Administración de Hoteles en la Universidad de la Florida Central. A continuación detallamos sus principales consejos para los empleadores:

1. Presten atención

“Los mileniales son parte de una generación que ha recibido mucho cuidado y protección de sus padres y no esperan que eso sea diferente en el trabajo. Desean comentarios y sugerencias, con frecuencia y de manera personalizada, no simplemente una lista de objetivos, sino medidas concretas que puedan tomar. Son muy receptivos a eso”, dice Gregory.

La práctica de documentar el rendimiento es correcta pero esperar meses hasta la evaluación anual no solo resulta poco útil sino que será vista como injusta. Se puede continuar con las evaluaciones anuales, pero ese es solo el principio de la comunicación —además, el diálogo

debe ser recíproco. “Estamos reinventando el proceso. Lanzamos una encuesta para todos los empleados con el objeto de seguir de cerca el pulso de la organización; estamos buscando herramientas que provean un intercambio de información continuo”, dice Frank.

“Como empleador, creo que es importante que todos los empleados, independiente de la edad, tengan voz. Debemos prestar atención a lo que dicen, reconociendo que ellos trabajan más de cerca con los clientes. Nosotros proveemos la dirección y la visión, pero después tenemos que consultar a ellos cuál es la mejor manera de alcanzar esos objetivos y, a la vez, otorgarles la mayor autonomía posible”, expresa Tramontana.

“Mind the Gap” (Cuidado con la brecha) es una nueva iniciativa en BGV. Se trata de sesiones durante las cuales todo el equipo ejecutivo se reúne con los empleados para determinar si existen brechas entre lo que cada grupo está viendo y sintiendo. Una sesión reciente dio como resultado la reorganización del sistema de pago para los encargados del servicio de limpieza, el cual varió de un complicado programa de incentivos a un simple aumento del salario base.

Las políticas que aseguran que la gente reciba reconocimiento y elogios por un trabajo bien hecho son fundamentales para crear un ambiente más confiable y positivo para todas las generaciones.

2. Tengan un plan

Una manera importante de demostrar interés personal en los empleados es creando planes de desarrollo profesional focalizados. “Ellos buscan a líderes que sean sus mentores para avanzar en sus carreras. Acostumbrábamos a enfocar el desarrollo laboral en el lado tecnológico o técnico pero ahora sabemos que la capacidad de crecer y desarrollar el potencial de liderazgo en nuestros mejores empleados es igual o más importante”, explica Frank. BGV también implementó el programa Aspire para ayudar a los empleados a mejorar sus posibilidades de promoción. Este programa de autoestudio que incluye cursos en línea, lectura de libros, películas y la interacción con otros miembros del grupo Aspire está enfocado en empleados que no ocupan puestos de liderazgo. Ellos pueden hacer seguimiento de su progreso en una

carpeta y tomar notas de lo que han aprendido. Cuando llega el momento de un ascenso, los jefes tienen la posibilidad de estudiar el archivo de Aspire y ver el avance del empleado”, comenta Tramontana.

The Villa Group ofrece a su personal capacitación en programas de computación como Excel, además de lecciones de inglés para su base de empleados, en su mayoría hispanoparlantes. También, invitan a instructores externos para que capaciten a los trabajadores de cocina y los sumilleres de vino. “Hemos invertido bastante tiempo y dinero en estos objetivos”, dice García.

3. Desarrollen la cultura

Los mileniales desean disfrutar su experiencia laboral. “Nada me hace más feliz que llegar a mi trabajo y ver gente sonriente, contenta y comprometida”, expresa Frank. Con ese fin, Frank aboga por un enfoque en las habilidades blandas (una combinación de habilidades sociales, de comunicación, de forma de ser y de acercamiento a los demás, entre otras). “No se trata solo de lo que se logra, sino de cómo se logra”, dice ella.

Eso incluye el vestuario de oficina. “Es algo que los empleados potenciales indagan. Recientemente lanzamos ‘Vístase para su día’, una iniciativa que permite un código de vestimenta más informal, incluso jeans”, comenta Frank.

En The Villa Group, García comenta que la compañía también ofrece “ganancias emocionales”. “Esta es una demostración de cuán

DEFINIENDO LAS generaciones

Durante 16 años los consultores generacionales de la firma BridgeWorks le han preguntado a los *baby boomers*, “¿Cuál es su primer recuerdo de la NASA?” La respuesta mayoritaria es, “el aterrizaje en la luna”. Luego les preguntan, “¿Qué significó ese momento para usted?” La respuesta más usual es algo como: “Podíamos hacer cualquier cosa que nos propusieramos. Si teníamos la tecnología y trabajábamos duro, no existían límites”.

Pero cuando le hacen la misma pregunta a los integrantes de la Generación X la respuesta más repetida es, “La explosión del *Challenger*”. Las dos generaciones se están refiriendo a la misma institución, sin embargo, la ven de manera muy diferente.

Las experiencias de cada generación afectan la percepción del mundo en que viven. Aunque no se puede encajar a cada milenial, los integrantes de la Generación X o *baby boomers* en el “marco” que lo tipifica según su generación, existen diferencias importantes. A continuación, ofrecemos una mirada a algunas de las identificadas por BridgeWorks:

	Baby Boomer	Generación X	Mileniales
FACTOR MOTIVADOR EN EL LUGAR DE TRABAJO	Reconocimiento público	Flexibilidad	Colegas
CARACTERÍSTICAS	Competitivo Disconforme Optimista Disciplinado	Inventivo Escéptico Independiente Emprendedor	Colaborador Conectado globalmente Experto en los medios Con conciencia ecológica
VALORES	Ética laboral Profesionalismo Juventud Individualismo Lujo	Transparencia Independencia Equilibrio profesional-personal Crecimiento	Integridad Innovación Eficiencia Velocidad

importantes son los empleados para nosotros. Tenemos varios tipos de programas de reconocimiento y hacemos uso de ellos en cada oportunidad propicia, de modo que nuestro personal vea el inmenso valor que tienen para la compañía”, ella dice.

4. Cedan un poco — o bastante

Es muy probable que el trabajo de hoy no se limite a las oficinas, sino que se extienda a las horas libres, los fines de semana e incluso durante las vacaciones. En vista de eso, los empleados esperan más



Los mileniales que se desempeñaban en organizaciones con un alto grado de flexibilidad en sus modalidades laborales, respondían con niveles más altos de lealtad.

flexibilidad a cambio. Una semana de trabajo de cuatro días, trabajar desde casa, tiempo parcial o flexible, así como horas variables de comienzo y fin de jornadas son ejemplos de disposiciones que están sólidamente vinculadas a un mayor rendimiento y a la retención de empleados.

Una encuesta de Deloitte en 2017 reveló que los mileniales que se desempeñaban en organizaciones con un alto grado de flexibilidad en sus modalidades laborales, respondían con niveles más altos de lealtad. En ambientes de trabajo muy flexibles, la diferencia entre aquellos que se veían dejando la compañía en dos años (35%) era justo dos puntos sobre aquellos que planeaban quedarse más de cinco años (33%) —pero entre aquellos donde las organizaciones eran menos flexibles, había una brecha de 18 puntos (45% versus 27%).

“Los empleados nos están pidiendo que seamos más flexibles en cuanto a cómo se diseñan los trabajos y en reconocer que la gente tiene solo una vida. Tenemos que encajar todas las cosas que son importantes para nosotros en 24 horas. Pero el equilibrio es un asunto muy personal y puede significar cosas distintas para personas diferentes. Tenemos que llevar a cabo una discusión individual y personalizada”, comenta Frank.

Ella menciona como ejemplo, el dejar que un empleado se vaya

temprano los días miércoles para que pueda presenciar los partidos de béisbol de su hijo, ayudándolo de esta manera a equilibrar el trabajo con su vida personal. “Entender lo que la gente necesita y hacer lo mejor posible para acomodar esa necesidad es una de las cosas más efectivas que se pueden hacer”, ella agrega.

5. Sean responsables

De acuerdo con un estudio sobre la comunicación entre mileniales y empleadores, realizado en 2016, el 76% de mileniales toman en cuenta los compromisos sociales y ecológicos de la compañía cuando están decidiendo dónde trabajar y el 64% no aceptaría un trabajo si el empleador potencial no posee sólidas prácticas corporativas de responsabilidad social.

Las organizaciones con un fuerte sentido de determinación y cultura e impulsadas por valores tienen más probabilidades de atraer a estos empleados, apartándolos de sus competidores. “Ellos desean trabajar en organizaciones que tienen una causa o propósito. También quieren saber que su labor contribuye a un fin noble, ya se trate de la comunidad o de los huéspedes, proporcionándoles a ellos una experiencia increíble que genere recuerdos inolvidables para la familia y amigos”, concluye Frank. []

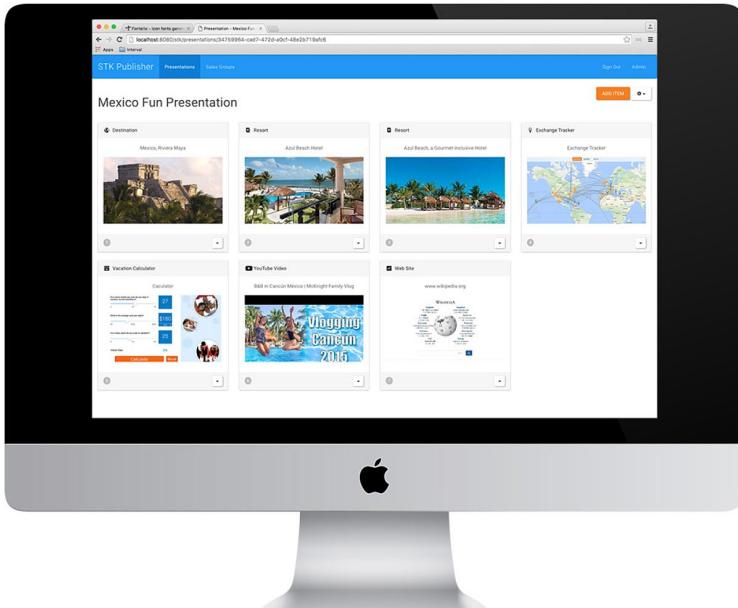
STK Publisher



La función del STK Publisher facilita la creación de presentaciones de venta personalizadas y las envía a los iPad de su equipo de venta con un solo clic.

Lo suyo y lo nuestro.

Cargue sus archivos PDF, presentaciones PowerPoint y fotos. Agregue un sitio web y unos cuantos videos de YouTube o de Interval HD. No se olvide de incluir los populares componentes de Interval como el Rastreador de Intercambios y la Calculadora de Vacaciones. OK, ahora tiene la presentación perfecta.



Arrastre y suelte.

Desarrolle su presentación de venta en la interfaz web fácil de utilizar del STK Publisher (El Juego de Herramientas de Ventas). Organícela de la manera que desee. Es su historia de venta. Usted controla el mensaje.



Publique y comparta.

Haga clic y publique. Es así de fácil. Ahora todo el equipo de venta podrá ver sus presentaciones terminadas, además de tener acceso al Globo, la Guía de Complejos Turísticos y todas las otras funciones de la aplicación.

Así es como captará la atención de los compradores potenciales y cerrará las ventas.



PRIVACIDAD y EXCLUSIVIDAD en Baja California

POR KATHY HERNÁNDEZ

Rancho San Lucas, la nueva comunidad planificada de Solmar Group, de 337,6 hectáreas (834 acres), ofrece dos modalidades de propiedad vacacional junto con un componente residencial. Está situada a unos 20 minutos del centro de Cabo San Lucas y a 55 kilómetros (34 millas) del Aeropuerto Internacional de Los Cabos, a lo largo de la pintoresca costa del Pacífico mexicano, en la icónica Baja California Sur. La comunidad, emplazada en un trecho de prístina playa e inmersa en la topografía natural, es privada y exclusiva.



El complejo Grand Solmar at Rancho San Lucas es el componente de propiedad vacacional de la comunidad, con una variedad de ofertas tanto para los propietarios nuevos como los existentes, y también para los huéspedes que desean disfrutar una experiencia totalmente diferente en un lujoso retiro contemporáneo. Una vez finalizada la construcción, Grand Solmar at Rancho San Lucas proveerá acceso a la diversidad de instalaciones y servicios de la comunidad, que incluyen un campo de golf de 18 hoyos, diseñado por Greg Norman, una casa club, un centro de tenis y un complejo deportivo con los equipos más modernos, cinco restaurantes, un spa de categoría internacional y una villa de estilo mexicano con tiendas, restaurantes y entretenimiento. Un lago de 6 hectáreas (15 acres) tendrá una zona para picnics, canotaje y otras actividades acuáticas. Asimismo, ofrecerá otros amenos pasatiempos como excursión y ciclismo de montaña en los senderos circundantes.

En las cercanías, donde el océano Pacífico se une con el mar de Cortés, se encuentra el famoso Arco del Fin del Mundo y su colonia residente de lobos marinos. Las experiencias y aventuras abundan en los alrededores, tales como recorridos en vehículos de todo terreno, tirolesa, pesca, buceo, navegación, cruceros al atardecer, excursiones de avistamiento de delfines y ballenas, cabalgatas a caballo, golf de categoría mundial e incluso paseos a lomo de camello en el desierto, entre otras.

Lanzamiento de la propiedad vacacional

La primera fase de Grand Solmar at Rancho San Lucas, programada para fines del 2017, incluyó uno de los componentes de propiedad vacacional, con 14 estudios y 38 unidades de un dormitorio, dos piscinas de

borde infinito, un bar acuático, una laguna de agua salada, un miniparque acuático, una piscina para niños, un restaurante gourmet de dos pisos, un café, una tienda de regalos, un centro de acondicionamiento físico, un salón de belleza, un minimercado y un club infantil. Otros servicios e instalaciones disponibles para los propietarios y huéspedes comprenden: cabañas de spa, lavandería, césped para eventos, alquiler de automóviles y servicio de concierge.

Una vez terminado, el proyecto contará con 119 estudios y 299 unidades de un dormitorio, con las instalaciones de lujo que caracterizan a Solmar, como cocinas completas con encimeras de mármol, terrazas privadas y amplias áreas de sala y comedor.

Grand Solmar at Rancho San Lucas Resort Golf & Spa es el segundo componente de propiedad vacacional de Rancho San Lucas, un complejo Preferred Residences de alta categoría, con 71 unidades de dos dormitorios, 18 de las cuales fueron parte de la inauguración de la fase uno, en diciembre del 2017.

La lujosa comunidad privada de Rancho San Lucas abarca propiedades escrituradas de dominio pleno, en Norman Estates at Rancho San Lucas, con residencias y condominios, así como The Villas at Rancho San Lucas. Estas subdivisiones de propiedades inmobiliarias ofrecen casas individuales con vista al océano o al campo de golf, al igual que residencias y condominios a orillas de la playa.

Cambios de estilo de vida

“Hemos percibido que nuestra base de clientes, que ha invertido en nuestros productos de propiedad vacacional durante las últimas tres décadas,



ha estado elevando la categoría de sus alojamientos de manera regular con el correr de los años", explica Ricardo Orozco, vicepresidente de operaciones de Solmar Hotels & Resorts.

"Muchos de ellos continúan buscando la forma de pasar más tiempo en Los Cabos y a medida que maduran, realizan cambios en su estilo de vida, elevando el nivel de sus inmuebles para disfrutar los resultados de sus logros personales y profesionales en el mejor lugar posible", agrega Orozco.

La base de clientes de la compañía ha tenido un crecimiento sostenido desde su inicio, la cual incluye residentes de los estados de California, Oregón, Washington, Texas, Nueva York, Nueva Jersey, Connecticut e Illinois en Estados Unidos; Columbia Británica en Canadá y de otros países. "Para nosotros esto significa una continuación del legado de Solmar como protagonista clave en Los Cabos desde fines de los años 60, ya que ha ofrecido propiedades vacacionales por más de tres décadas", él afirma.

El producto de propiedad vacacional de The Grand Solmar at Rancho San Lucas es un plan de afiliación de más de 50 años, con unidades y temporadas flotantes. Cerca del 50% de las ventas de propiedades de la compañía provienen de la base de socios existente por medio de varios programas internos, así como una serie de iniciativas de búsquedas externas de prospectos.

Las estrategias de venta incluyen el uso de la aplicación Juego de Herramientas de Venta de Interval (Interval Sales Tool Kit) que dispone de



Grand Solmar at Rancho San Lucas

Desarrollador: Solmar Group
Ubicación: Cabo San Lucas, Baja California Sur, México
Producto: Derecho a uso, unidades flotantes, temporada flotante
Unidades: 119 estudios y 299 unidades de un dormitorio
Sitios en la Web: grandsolmarranchosanlucas.com; ranchosanlucas.com



una variedad de elementos como el Seguidor de Intercambios de Interval (Interval Exchange Tracker), la Calculadora de Vacaciones y la Guía de Complejos Turísticos. "Estas herramientas son muy importantes para nuestro equipo de ventas, sin dejar de mencionar los videos sobre los destinos y los comentarios de socios que pueden verse en Interval HD", dice Orozco.

"Nos satisface enormemente que Solmar Group siga proporcionando sus reconocidos productos y experiencias vacacionales, sobre todo ahora con la adición de Grand Solmar at Rancho San Lucas. Dado su enorme crecimiento en Los Cabos, es el perfecto afiliado para nosotros", declaró Marcos Agostini, vicepresidente ejecutivo de ventas globales y desarrollo comercial de Interval.

Conectados con la naturaleza

Rancho San Lucas transportará a los propietarios y huéspedes de las luces urbanas de Cabo San Lucas a las noches estrelladas de Baja California. La exclusiva comunidad tiene acceso directo a la carretera, de manera que los visitantes no tienen que deambular entre barrios u otras vías para llegar a su destino. Los impresionantes paisajes del desierto y las icónicas vistas del océano que rodean este lujo escape convierten la experiencia en un paraíso privado, en lugar de un destino de vacaciones simplemente.

"Reformulamos las vías de acceso para aprovechar la topografía local y hemos tomamos muchas medidas, como el rescate y traslado de la flora y fauna, para garantizar que el espíritu y el ambiente original de Baja sean imperturbables", expresa Orozco.

Lujo redefinido

Con los planes de corto y largo plazo para Rancho San Lucas, Solmar Group sigue su tradición de ser un protagonista clave en el desarrollo de complejos en Los Cabos, ofreciendo experiencias vacacionales extraordinarias y continuando con el éxito comercial de su marca. "Nuestro visionario fundador vio el potencial de Los Cabos antes que nadie se imaginara que esta franja de desierto rodeada por dos océanos se convertiría en el destino turístico más exclusivo de México", comenta Orozco.

"Tenemos familias que han sido parte de nuestro equipo de colaboradores por dos generaciones, lo cual es posible solo a través de un sólido compromiso. El objetivo de la compañía es que nuestros nuevos socios y huéspedes se sientan parte de la familia Solmar. Queremos ser ese lugar especial donde todos añoran volver. Lo llamamos lujo redefinido", él concluye. [1]

DATOS ÚTILES



El nuevo estándar Gold (y Platinum)

Si no está vendiendo Interval Gold o Interval Platinum, está perdiendo la oportunidad de cerrar más ventas y de mantener a sus propietarios más interesados y participativos durante todo el año. Y ahora las afiliaciones de nivel superior de Interval se han remontado a nuevas alturas con la adición de varios beneficios que proveen un tremendo valor agregado.



Los propietarios disfrutan de descuentos adicionales en las mejores tarifas de hotel ofrecidas por Orbitz Partner Network. Los afiliados a Interval Gold obtienen un descuento del 5% y los afiliados a Interval Platinum ahorran un 10% en cada estadía de hotel que reserven en IntervalWorld.com.



Ahora los socios de Opciones Interval pueden intercambiar sus semanas o puntos para vivir aventuras únicas alrededor del mundo, como catar vinos con un maestro sumiller en la zona vinícola de California o recibir consejos del juego de un golfista profesional.



Dé a sus propietarios la oportunidad de jugar como socios, con acceso a cerca de 900 campos privados en Estados Unidos y Canadá. Además, los afiliados obtienen un 15% de descuento en equipo de golf a la venta a través de Golf Connection.



Sus propietarios disfrutarán de tratamiento especial como recorridos privados por la cocina y visitas del chef a la mesa cuando reservan por adelantado a través de Dining Connection. Hay más de 150 restaurantes asociados en 18 de los principales mercados internacionales.



No se pierda esta oportunidad única

