



← ACCESO ORIGINAL →

VALORES
la fortaleza de
Original Group

Entrevista con

Susana
De La Peña

Ecología

GOTA A GOTA

Destino 360

Izamal,
Yucatán

Mundo Original

Transformación del
Área Comercial

ORIGINAL



Es un proceso de comunicación confidencial y seguro que cuenta con 4 canales de comunicación y que, de manera sincera y honesta, permite a los colaboradores denunciar, prevenir y detectar acciones que afecten de una manera negativa a las personas o a la organización.

**ACÉRCATE,
¡ESTAMOS EN CONFIANZA!
998 848 7995**

enconfianza@original-group.com

Buzón en cada unidad de negocio

intranet.original-group.com/cms/en-confianza

Todos los datos que proporcionas, serán
tratados con **ABSOLUTA CONFIDENCIALIDAD**

**PARA
ORIGINAL GROUP
¡ERES LO MÁS
IMPORTANTE!**



Carta del Editor

Que gusto encontrarnos de nuevo y que sea a través de nuestra revista Acceso Original, queremos compartir contigo toda la información valiosa que recopilamos para ti, seguramente te va a interesar mucho.

Como organización diariamente nos esforzamos por combinar elementos físicos y emocionales, para crear una experiencia laboral excepcional, tanto para este gran equipo que consideramos familia como para nuestros huéspedes.

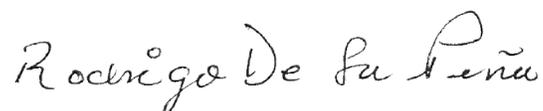
Trabajamos para ser una empresa que despierte orgullo en nuestros colaboradores, nos enfocamos muchísimo en cumplir con nuestra misión y visión, cimientos que sostienen nuestra cultura organizacional, siempre orientados en nuestros principios, propósitos y metas que nos sirven de guía a la hora de tomar decisiones estratégicas.

Todo lo anterior se transforma en inspiración y directriz para llevar a cabo nuestro trabajo, nos ayuda a cumplir nuestros objetivos compartidos a corto y mediano plazo, tanto a nivel estratégico como operativo y se convierte en la ruta para conseguir con éxito nuestras metas.

Nuestros valores corporativos son los principios que orientan nuestras acciones y decisiones, por supuesto tienen implicaciones en el desarrollo de nuestras dinámicas de trabajo y servicio a nuestros huéspedes, gracias a estos pilares hemos podido crecer y consolidarnos como la gran empresa que somos.

Es vital que todos nosotros tengamos un referente del camino a seguir, por eso decidimos enfocarnos en ello en esta Novena Edición. Sin más preámbulo te damos la bienvenida.

¡Que la disfrutes!



Rodrigo de la Peña
Director General



EDITORIAL

Carlos Del Pino

Editor en turno

Lucelly Rosado

Montserrat Echegoyen

Nazaret Ramírez

Planeación

ARTE

Anahí Canché

LEGAL

Enrique López

COMITÉ

Aldo Meza

Alessio Giribaldi

Carlos del Pino

Dalia Yam

Karina Hoyuela

Lucelly Rosado

Montserrat Echegoyen

Nazaret Ramírez

Sergio Landa

Uriel Gutiérrez

Año 4 No. 09 Agosto, 2021.

Revista editada por Original Group.
Contacto: (998) 848 7900 Ext. 7501
revista@originalresorts.com
original-group.com

Esta revista es un foro abierto, el contenido de sus páginas de ninguna manera expresa el punto de vista de sus editores, cada autor es responsable de sus artículos.

Queda prohibida la reproducción total o parcial del material publicado en esta revista.
Cancún, Quintana Roo, México.

Contenido

- 5 INCORPÓRATE**
Al Departamento de Calidadp.5
- 6 100% ORIGINAL**
Las Leyendas del Grupop.6
GiftsWorkp.7
Lazos Original.....p.8
Viviendo una Cultura de Excelenciap.9
Afilando la Sierrap.10
- 12 Valores de Original Group**
“Los valores proporcionan perspectiva en el mejor y en el peor de los tiempos”
- 13 BIO**
Gota a gota... El futuro nos alcanzó, pero el agua no
- 14 Elite**
La entrevista con Susana De La Peña
- 16 Premier**
El valor de los VLOS
- 17 Salud y Bienestar**
Salud emocional en el contexto laboral
- 18 Fundación**
Salud y bienestar, educación. Hoy por ti
- 20 Log me in**
Sobre el ciclo de vida de un sistema de la información
- 21 Hits y Galardones**
Travelers' Choice Tripadvisor 2021
- 22 Enlace**
La adopción tecnológica y las ventas
- 24 Destino 360**
Izamal, Pueblo Mágico
- 26 Mundo Original**
La transformación del Área Comercial
- 30 Ingenia**
3er. Concurso de Pastelería y Sunset to Sunrise
- 32 Tips y Entretenimiento**
Concepto Desire





INcorpórate al Departamento de Calidad

Por Jessica Fuentes

La identidad de nuestra organización es una característica que nos ha consolidado en Original Group, conformada principalmente por un conjunto de valores positivos que rigen nuestro comportamiento, y que en la medida en que se transmiten propician el logro de mayores niveles de calidad.

Es precisamente el Departamento de Calidad dirigido por Lucelly Rosado, el área que se ha distinguido por su papel motivador y visionario de alta dirección, así como por el establecimiento de acertados mecanismos de gestión y coordinación entre las diferentes unidades de negocio.

Este departamento está conformado por un sólido equipo representado por Yesenia Hernández, Alicia García y Mauricio Leyva como coordinadores de las Unidades Hoteleras; Jessica Fuentes asiste en

la documentación para asegurar que se materialice la estandarización de los procesos, Isabel Gutiérrez es la responsable de auditar los lineamientos que permiten posicionarnos con una exitosa cultura empresarial que ha marcado patrones eficientes para el cumplimiento en las metas establecidas.

Sin importar la unidad de negocio a la que pertenezcas, es seguro que has trabajado con ellos, ya sea en la planeación, verificación e implantación del proceso, este departamento trabaja a tu lado para que los resultados sean siempre exitosos.

¿SABÍAS QUÉ...?

La calidad debe entenderse como una cultura, es decir, todo un hábito de hacer las cosas bien y de respetar lo que se ha acordado y establecido.

*"La calidad es responsabilidad de todos":
W. Edwards Deming*



100% ORIGINAL

Equipo Factor Humano

Leyendas Original

El éxito en Original Group es gracias a nuestras Leyendas, con su lealtad, compromiso, pasión por el servicio, y sobre todo la capacidad que poseen, pueden enfrentar los retos que se les presentan. ¡Te damos las gracias por seguir todos estos años y ser parte nosotros!

17

- Años -

Alberto Uicab

Corporativo



17

- Años -

Lourdes Dávalos

Temptation



17

- Años -

Juan Rodríguez

Temptation



17

- Años -

Sinué Salmerón

Temptation



13

- Años -

Aisha Rodrigue

Premier



12

- Años -

Luis A. Riveroll

Premier





100% ORIGINAL GIFTWORKS

Por Teresa Fernández

Al reconocer con un Giftwork fomentamos las relaciones a largo plazo, no tiene que ser tangible, pero sí de valor para mejorar el sentido de pertenencia, propiciar un mejor ambiente laboral e incrementar el nivel de confianza, que es la base de un gran lugar para trabajar.



Cumpleaños TEMPTATION



Check in emocional DESIRE RIVIERA MAYA PEARL RESORT



Momentos especiales en vida de los colaboradores DESIRE RIVIERA MAYA RESORT



Giftwork Gerencia Trabajo en Equipo TEMPTATION



Un día para compartir DESIRE RIVIERA MAYA PEARL RESORT



Festejo Cumpleaños DESIRE RIVIERA MAYA RESORT



Un día para compartir DESIRE RIVIERA MAYA PEARL RESORT

100% ORIGINAL

Lazos Original

Por Teresa Fernández

Para desarrollar una cultura laboral y estrechar una buena relación es importante convivir y celebrar cada ocasión especial.

Día de la Mujer: Se dio la bienvenida con un detalle a cada una de las colaboradoras Original.

Día del Niño: Compartimos dulceros y se realizó una rifa para la convivencia familiar en Venturapark.

Día de las Madres: Gran convivencia y rifa especial para nuestras mamás.



100% ORIGINAL

Viviendo una Cultura de EXCELENCIA

Reconocemos el esfuerzo que brindas para la satisfacción de cada huésped al cumplir y superar sus expectativas, gustos y preferencias, con el **“Programa de Incentivos”** te agradecemos y destacamos cada uno de esos logros.



Mario Valenzo
Desire Pearl



Juan Carlos
Rodríguez Vaca
Desire Pearl



Zaskia Limonte
Senciales
Desire Pearl

La cultura de servicio en Original Group es un marco de valores compartidos y creencias que le dan sentido a nuestros colaboradores.

SERVICIO DESIRE

Basado en el concepto del Hotel Desire con las siguientes características.

Procedimientos:

Puntuales, eficientes, uniformes.

Colaboradores:

Con mentalidad abierta, respetuosos, sociables, innovadores y creativos.

Impresión transmitida a los huéspedes:

“Creamos un ambiente que incite a una experiencia sensual, exclusiva y discreta más allá de sus expectativas”.

Al brindar estos servicios debemos:

- Comunicar elegancia y sofisticación.
- Proyectar creatividad.
- Dirigirse al huésped con un tono amigable.
- Establecer una relación de confianza.



VIVIR ESTA CULTURA PUEDE SER TU MEJOR ALIADO

100% ORIGINAL

Afilando la Sierra

Por Teresa Fernández

Plan de Sucesión 2021

Es el programa de actividades para el desarrollo integral del colaborador para el nivel profesional requerido acorde a la posición de crecimiento, y con ello lograr el nivel de desempeño para jefatura, gerencia o dirección.

En coordinación con la Universidad La Salle se impulsó el **Programa de Formación y Desarrollo en Competencias Gerenciales 2021**, con el objetivo de fortalecer a los líderes con un enfoque hacia el éxito, elevando sus habilidades, conocimientos y actitudes para una mejora en su desempeño, alineado a los objetivos y competencias de la organización.



Nos comprometemos con el crecimiento basado en formaciones continuas en busca de garantizar el mejor servicio y calidad requerida. Ejemplo de ello es el rubro de seguridad laboral con formaciones como:

Actualización a brigadas



Productos químicos, Temporada de huracanes y Prácticas UIPC



En operación destaca la formación en Mixología y Arroz de sushi



VALORES

la fortaleza de Original Group

Por Lucelly Rosado

“Los valores proporcionan perspectiva en el mejor y en el peor de los tiempos”.

Charles Garfield

Respeto, Honestidad, Responsabilidad, Compromiso, Actitud Positiva y Trabajo en Equipo, son los valores que orientan nuestras acciones, nos inspiran y sirven de guía al momento de tomar decisiones estratégicas.

Estos principios son establecidos desde el Consejo de Administración conformado por algunos de los propietarios del Grupo, e interiorizados a través del Comité Directivo, Ejecutivo y Operativo; forman parte imprescindible de nuestra cultura e identidad y son la base de nuestro éxito.

Las decisiones que hemos tomado en tiempos críticos como los que estamos viviendo, se han fundamentado a través de estos valores. Es un orgullo pertenecer a un Grupo en el cual se demuestra la importancia y valor de su principal activo, incluyendo a todos colaboradores, desde sus propietarios, siendo los principales promotores de su cuidado porque los valores no se definen por las palabras sino por los actos.



GOTA A GOTA...

EL FUTURO NOS ALCANZÓ, PERO EL AGUA NO

Por Isabel Gutiérrez / Mauricio Leyva

Escribir acerca del agua, más que un tema trillado o algo que se ha escuchado en repetidas ocasiones, representa una gran responsabilidad, deberíamos ser conscientes de la importancia de este elemento. Analizando la definición de líquido vital, el agua es imprescindible porque no podemos vivir sin ella.

Los científicos emiten las alertas más urgentes de nuestro tiempo, pero la tierra grita y nadie escucha. Este tema comenzó a tomar relevancia a principios de marzo del año en curso, y en el inicio de este verano estamos viviendo la agudeza del cambio climático con el incremento de la temperatura ambiental generalizada en nuestro país.



Presa Villa Victoria marzo 2020



Presa Villa Victoria marzo 2021

¿SABÍAS QUÉ?

Los principales problemas que enfrenta nuestro país relacionados con el agua son:



- Escasez
- Contaminación y
- Deterioro ambiental de cuencas y acuíferos

La reflexión es: Si realmente deseamos continuar en este planeta como especie, ¿qué estamos haciendo?

A continuación te dejamos unas recomendaciones para el cuidado del agua:

1. Utiliza tecnologías para ahorrar agua.
2. Lava el auto con una cubeta.
3. Detecta fugas internas en casa o en tu área de trabajo.
4. Cierra la llave mientras te lavas las manos, la cara y los dientes.
5. Recolecta el agua de lluvia.
6. Reutiliza el agua de la lavadora.
7. Báñate en menos tiempo.
8. Usa la lavadora en su máxima capacidad y en programas de corta duración.
9. Cierra bien las llaves de agua que uses.
10. Cuando te bañes, recoge el agua fría que sale antes de la caliente de la regadera y úsala para regar las plantas o para el inodoro.

ELITE

A woman with long dark hair, wearing a vibrant blue, off-the-shoulder, long-sleeved dress with cut-out details on the sleeves, stands in the center of a retail store. She is smiling slightly and looking towards the camera. To her left is a mannequin wearing a black sequined jacket and a black hat. To her right is a mannequin wearing a pink hat, a silver sequined top, and a long, bright pink fringe skirt. The background features shelves stocked with various merchandise, including white and pink baseball caps with the "#Let's Play" logo and "TEMPTATION" branding, and black and white t-shirts. The store has a modern, brightly lit interior with a patterned floor.

LAS CLAVES DEL ÉXITO DE SUSANA DE LA PEÑA:

CONSTANCIA,

PERSEVERANCIA, CREATIVIDAD,

HACER LAS COSAS CON PASIÓN Y MUCHO AMOR.

LA ENTREVISTA CON SUSANA DE LA PEÑA

QUIEN DIRIGE LAS BOUTIQUES Y JOYERÍAS DE NUESTROS RESORTS

Por Nazaret Ramírez

¿Quién es Susana De La Peña?

Soy hija de Diego De La Peña, nací en la Ciudad de México. Soy la hija número cinco de un total de ocho hermanos y tengo 2 hijos, Daniela y Eugenio. Afortunada de haber vivido una infancia muy feliz. Conocí Cancún a los 6 años pero siempre viví en Cd. De México. Siempre fui muy creativa, estudié Diseño Gráfico en la Universidad Anáhuac, donde me relacioné con gente importante como mi Maestro Gonzálo Tassier, que me enseñó que la vida no tiene límites, con él colaboré en la SEP. Trabajé en una agencia de publicidad y tuve un taller de serigrafía e impresión hasta que me mudé a Cancún.

¿En qué fecha llegó a vivir a Cancún?

Alrededor del 2000 a mi esposo le ofrecieron una gran oportunidad, aunque fue un cambio muy duro para mí, porque Cancún representaba el lugar de mis vacaciones de verano y dejar mi vida en la Ciudad de México fue algo complicado.

¿Cómo incursionó en la hotelería?

En mi taller de serigrafía de la Ciudad de México trabajé la señalización externa del Hotel Blue Bay Get Away y al llegar a Cancún, Paty mi hermana me pidió involucrarme en la boutique del hotel para darle un cambio.

A partir de la transición de Blue Bay a Temptation tuve la oportunidad de remodelar la boutique y ponerle mi toque en los espacios, la armonía, luces y diseño en general, y hacer etiquetas,

empaques y muchos artículos con logo para tener a la venta. Me apoyo mucho con el departamento de Diseño porque hablamos el mismo idioma, pero muchas de las cosas yo las realizo como diseño de zapatos, sombreros, en fin, me entretengo muchísimo con las diferentes noches temáticas de los hoteles.

¿Cuáles son sus prioridades actualmente?

Estoy muy emocionada con los nuevos proyectos, con el crecimiento de la empresa y con la alegría de tener dos boutiques más, sobre todo ahora en República Dominicana. Me fascina estar inmersa en todo el diseño de las dos marcas, así como la remodelación de la boutique de Desire Riviera Maya.

¿Cuáles han sido sus mayores retos?

La innovación en las boutiques y en las joyerías, reinventarnos para cada visita de nuestros huéspedes y sobre todo atender a nuestros socios repetitivos para que siempre encuentren novedades y cosas únicas y trendy con nosotros.

¿Cómo es un día en la vida de Susana De La Peña?

Soy una mujer de rutina, eso me lo enseñó mi padre. Me despierto muy temprano, hago ejercicio, desayuno, me voy a trabajar. A partir de la pandemia, creamos una rutina familiar para compartir más tiempo con mi papá y con mis hermanos. Casi todos los días convivo con mi mamá. Me encanta pasar tiempo con mis hijos ahora que los tengo

aquí y en fines de semana salir en lancha con mi marido y amigos, es lo mejor.

¿Cuál es el pasatiempo que más disfruta?

Me fascinan las manualidades. Y ahora con los conceptos de las noches temáticas, hago cinturones y sombreros, también disfruto los paseos por la playa y salir a correr.

¿Cómo es el equipo que colabora con Susana De La Peña?

Hemos creado una hermandad muy bonita, tengo un equipo de personas comprometidas, que se involucran y se sienten con la confianza de proponer y ser parte de las boutiques. Somos una familia que compartimos y nos retroalimentamos, y me hacen ver que aprecian nuestra empresa y se sienten respaldadas, nunca me fallan. Siempre trato de enseñarles que en éste equipo no hay paradigmas.

¿Dónde ve a Original Group en un futuro?

Creciendo con todo el apoyo de la familia, con esa libertad y confianza de mi padre, el impulso de mi hermano Rodrigo y por supuesto de la mano de todo el gran equipo. Estoy segura que continuará el éxito del Grupo que ya está consolidado y que nuestros proyectos en Miches serán un éxito ya que cuentan con el apoyo del Gobierno de República Dominicana.

Para finalizar, algún mensaje que nos quiera compartir

Decirles como compañera de ustedes, que estoy muy agradecida de esta familia que hemos formado en Original Group, y estoy orgullosa del dueño de la compañía que afortunadamente es mi padre, él ha hecho que toda esta organización sea muy humana, que no solo representemos un número más. Y conservar su legado. Vivimos un ambiente de trabajo bonito y comprometido. Colaborar en la Fundación y recibir tantas muestras de cariño es maravilloso, verlos contentos con su trabajo es reconfortante. Sólo me queda darles las gracias por su compromiso con nuestra empresa, este hotel no sería lo que es, sino fuera por todos USTEDES.

PREMIER

Por Karina Hoyuela

EL VALOR DE LOS VLO'S

¿Sabes qué significa el término VLO? Seguramente has escuchado mencionar en pláticas o reuniones estas tres letras, que incluso, son mencionadas en inglés.

Pues bien, VLO significa Verification Legal Officer y es una de las más importantes funciones dentro de PREMIER y en toda la industria de clubes vacacionales. Y esto es debido a que los VLO son los encargados de proteger y guiar a los nuevos miembros al acompañarlos para que **comprendan al 100%** cómo funciona su contrato.

Una vez que un huésped se convierte en socio, los VLO se reúnen con ellos para explicarles todas las bondades y beneficios de su contrato o membresía de manera detallada.

Al mismo tiempo que son un soporte y apoyo para los nuevos socios, los VLO protegen los intereses de nuestro club vacacional PREMIER, asegurando que ambas partes (Socio-PREMIER) estén de acuerdo en todas las condiciones del contrato.

El VLO debe asegurarse que todos los socios asimilen sus contratos, beneficios y diferentes ofertas que contienen, es por ello y muchas cosas más que el equipo de VLO debe mostrar **HONESTIDAD** y tener un alto sentido para tratar con todo tipo de huésped, poniendo atención al más mínimo detalle en cada contrato y socio.

El equipo de ventas PREMIER y los VLO trabajan de manera conjunta, en UNIÓN, ya que estos dos equipos son el primer contacto del socio. Un huésped antes de convertirse en socio puede cuestionar a un VLO cualquier cosa antes de firmar su contrato. Los VLO deben y están totalmente capacitados sobre cada sección y contenido de los contratos y membresías, esto para asegurar que la nueva venta se consolide.

Trabajar como VLO es una labor que requiere de gente experta en todas las áreas del club vacacional, razón por la cual es muy difícil ver rotación de personal en esta área, no solo aquí sino en toda la industria.

Ahora que ya conocemos el valor del VLO, estamos seguros de que como equipo seguiremos colaborando para cuidar a nuestros socios.

¡Hasta la próxima!

SALUD Y BIENESTAR

Por Alessio Giribaldi

Salud emocional EN EL CONTEXTO LABORAL

Por lo que concierne a la esfera profesional, existe una estrecha conexión entre el trabajo y las emociones. Es muy común que en nuestro sector hotelero los colaboradores transcurran más tiempo en la empresa que en sus casas, por ende, si no procuramos tener un ambiente de trabajo **“emotional friendly”** difícilmente tendremos salud plena.

La capacidad de dialogar con las emociones representa un valor fundamental: lo que sentimos no nos informa sobre lo que vemos, sino sobre la forma en que miramos las cosas.

La capacidad de reconocer experiencias emocionales y darles significado, por tanto, ayuda a comprender situaciones, a superar obstáculos liberando energía positiva en el entorno laboral.

La inteligencia emocional según el psicólogo Daniel Goleman se define como “la capacidad de reconocer los propios sentimientos y los de los demás”.

Esto significa ser inteligente con las emociones y poder combinar pensamiento y emoción para tomar decisiones.

Según la Organización Mundial de la Salud, la salud es

Un bienestar físico, mental y social y no solo la ausencia de enfermedad o dolencia



Existen cuatro áreas que componen la competencia emocional en el lugar de trabajo:



Autoconciencia:

El arte de comprenderse a uno mismo, con sus propias debilidades y fortalezas con mucha objetividad y sin juicios.



Autogestión:

Saber manejar las emociones estresantes y ser capaz de identificar las positivas.



Conciencia social

Saber reconocer y empatizar con las emociones de los demás. Menos enfocados en nosotros mismos y más atentos a los demás y sus señales no verbales.



Gestión de las relaciones:

Saber trabajar en equipo, ser capaz de resolver conflictos, saber motivar e inspirar. Prestar atención a los mensajes no verbales que enviamos a los demás. Usar el buen humor y la positividad para reducir el estrés y resolver conflictos.

Fundación

Por Zeyla Rodríguez

Salud y Bienestar

La salud emocional es vivir conscientes de los pensamientos, sentimientos y comportamientos. Hay maneras saludables para afrontar el estrés y los problemas que son parte de nuestra vida cotidiana. La mala salud emocional puede debilitar el sistema inmune haciendo que la salud física se deteriore.

En Fundación Original A.C. se brindan 2 tipos de terapias:



Terapia psicológica para adultos.



Terapia psicológica para niños.
(Emocionales, de lenguaje y aprendizaje)

Para hacer frente a los retos de esta pandemia y desafiar con resiliencia los tiempos actuales, se han brindado 82 asesorías psicológicas a niños, adolescentes y adultos.



**FUNDACIÓN
ORIGINAL**

Educación

El programa de becas de bachillerato y universidad tiene como objetivo generar oportunidades de desarrollo educativo y humano, a través de apoyos económicos, de manutención y talleres de formación integral.

Se están dando los primeros resultados de este gran programa cosechando logros que hoy orgullosamente compartimos con todos ustedes, nuestras **primeras dos becadas por la Fundación que concluyeron su educación a nivel licenciatura** en estos primeros meses.



¡Muchas Felicidades!

En Fundación Original A.C. la educación es nuestro compromiso.



¡Hoy por ti!

Como cada año estamos por realizar la entrega del programa "Hoy por Ti 2021",

¡Espéranos!

- LOG/ME/IN -

SOBRE EL CICLO DE VIDA DE UN SISTEMA DE LA INFORMACIÓN

Por Fernando Sillas

Cuando hablamos del ciclo de vida de un sistema de la información nos referimos a un activo de la empresa, como tal es un gran valor que todos debemos cuidar en conjunto, desde la seguridad de este, hasta su buen uso.

En este sentido podemos decir que tan importante es contar con un sistema que cubra las necesidades del negocio, como brindar capacitación al personal para que haga buen uso de dicho sistema.

Las organizaciones que se mantienen a la vanguardia a nivel tecnológico lo adquieren sabiendo que pagar por ello es una de las mejores inversiones con miras a la transformación digital que el mundo experimenta actualmente.

Ahora bien, es importante tener claro que toda aplicación requiere de pasar por siete fases básicas para su buen uso y aprovechamiento:



Original Group no es la excepción en esta tendencia mundial, ya que actualmente cuenta con una estrategia que le permite mapear cuáles son sus aplicaciones esenciales, así como conocer qué fases tiene el ciclo de vida de la información de dichas aplicaciones, a fin de aprovechar al máximo su potencial.

- 1 Fase de planificación**, en donde se diseña e implementa la aplicación, en esta fase es indispensable contar con una clara designación de roles y responsabilidades.
- 2 Fase de análisis**, es donde se determinarán los lineamientos principales a seguir durante el desarrollo de la nueva aplicación.
- 3 Fase de diseño**, aquí el equipo involucrado garantiza que la nueva aplicación cumpla con las necesidades que plantea solventar.
- 4 Fase de desarrollo**, marca el antes y el después de la solución en donde es indispensable mantener una estrecha comunicación entre los equipos de desarrollo y de negocio, a fin de llegar al resultado esperado.
- 5 Fase de integración y pruebas**, es justo cuando validamos y verificamos en conjunto que lo desarrollado cumpla con lo requerido.
- 6 Fase de implementación**, es en donde finalmente colocamos la aplicación terminada, se documenta y se capacita a los usuarios para validar que los datos se procesen de acuerdo a lo esperado.
- 7 Fase de mantenimiento**, es una de las etapas más relevantes ya que es en donde se van introduciendo ajustes y mejoras con base en el aprendizaje operativo del día a día.



Como podemos ver, el ciclo de vida de un sistema de información es un importante trabajo en conjunto entre los usuarios, la gente de IT y los proveedores quienes desarrollan la aplicación.

HITS Y GALARDONES

Por Alicia García y Yesenia Hernández



Conceptos ORIGINAL, exitosos y reconocidos en el mundo digital

2021 TRAVELERS' CHOICE TRIPADVISOR

En la actualidad los medios digitales son herramientas muy utilizadas por los huéspedes para compartir sus experiencias, esto nos ayuda como Grupo porque al recibir esa retroalimentación podemos ofrecer un mejor servicio al conocer lo que más les gusta.

Los Hoteles de Original Group nos ubicamos en el ranking de TripAdvisor en la segunda semana de junio de la siguiente manera:

- Desire Riviera Maya Resort ocupó el **lugar 4** y Desire Riviera Maya Pearl Resort obtuvo el **lugar 6**, esto de 44 hoteles en Puerto Morelos.
- The Tower by Temptation se colocó en el **lugar 7** y Temptation Cancún Resort llegó al **lugar 26** de un total de 260 hoteles en Cancún.

En mayo, los hoteles Desire y Temptation fueron reconocidos con el Travelers' Choice TripAdvisor. Este año, The Tower by Temptation y Desire Riviera Maya Resort han sido elegidos **dentro de los 25 hoteles más románticos de México** en TripAdvisor, ¡Estamos muy orgullosos!



Este gran posicionamiento y reconocimiento se ha logrado gracias a la solidez del concepto y al trabajo de todos los que integramos esta exitosa organización.

ENLACE

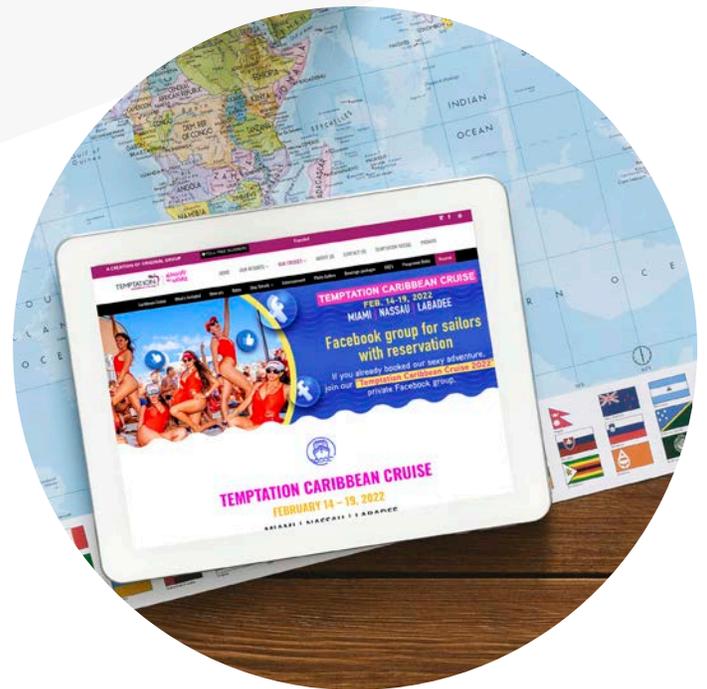
La adopción tecnológica y las ventas

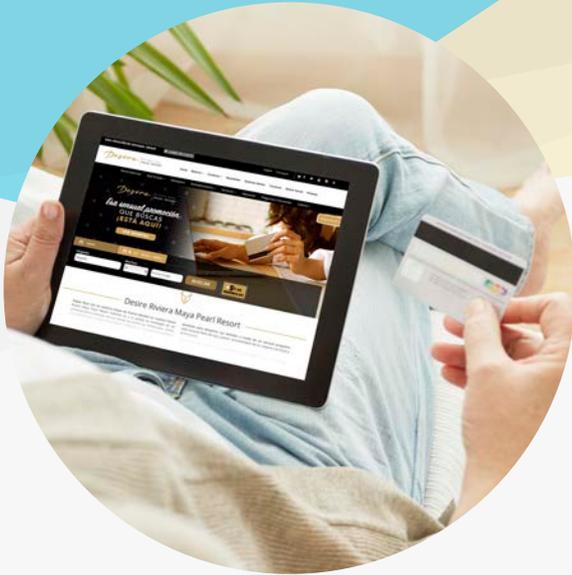
Por Uriel Gutiérrez

En los últimos dos años, las compras por internet se aceleraron tanto como si hubieran transcurrido diez años, ¡Sí! En dos años muchas personas alrededor del mundo adoptaron el uso de estas tecnologías, ya sea por gusto o por necesidad.

En nuestra industria no fue la excepción y nosotros también vimos un gran aumento de las reservaciones en nuestras páginas web, lo cuál ha favorecido los ingresos del Grupo, todo esto es gracias al trabajo en conjunto del área de Ventas, Mercadotecnia y a la eficiente comunicación entre las operaciones de los hoteles con sus gerentes generales y de entretenimiento.

Así, hemos aumentado la participación de ventas de nuestro website, llevándola de un 5 a un 12 por ciento.





La forma de hacer compras y negocios ha cambiado y no volverá a ser la misma, las compras por internet llegaron para quedarse. Con el gran equipo que tenemos, hemos sido capaces de adaptarnos a estos cambios y responder de manera adecuada y oportuna a las necesidades de nuestros huéspedes, lo cual nos ha colocado en una excelente posición para seguir impulsando a este Grupo como líderes en la industria del hospedaje y entretenimiento para adultos en el mundo digital.



DESTINO 360

Izamal, Pueblo Mágico

Por Dalia Yam

Izamal, que en lengua maya significa Rocío del cielo, está ubicado a 66.5 kilómetros al este de Mérida, se le conoce como “La ciudad de los cerros” porque en su territorio existen importantes vestigios arqueológicos entre los que destacan cinco pirámides mayas de gran tamaño.

También se le ha llamado la “**Ciudad de las tres culturas**”, por resguardar una valiosa herencia cultural de la época prehispánica, colonial y de nuestro México contemporáneo.

La “**Ciudad amarilla**” es otro de los adjetivos que ha definido a esta hermosa tierra, ya que en 1993 para la visita del Papa Juan Pablo II se decidió pintar de amarillo la ciudad en señal de bienvenida, y así se ha mantenido desde entonces. Izamal es un destino que cuando el sol desaparece resurge su encanto.

El Convento de San Antonio de Padua tiene el patio cerrado más grande de América, y el segundo más grande del mundo, después de la

Plaza de San Pedro en el Vaticano. Al ser Izamal uno de los lugares más sagrados para los mayas, los españoles en su conquista se propusieron construir algo que pudiera contrarrestar esa fuerza, y lo hicieron con su majestuoso convento. Su templo es de una nave y en el interior hay una serie de murales sorprendentes.

En Izamal hay varias pirámides, la más importante es **Kinich Kakmó**, que tiene una doble elevación y una altura total de 34 metros, siendo la tercera más alta de México, incluso por encima de la pirámide de Kukulcan de Chichén Itza. Según la tradición, fue dedicada a la diosa del sol que cada día baja del cielo transformada en guacamaya para recoger sus ofrendas.



Dentro de las fotos que puedes capturar en tu recorrido, no olvides visitar la plaza principal donde están las siglas de Izamal. Otro de sus atractivos es la **Capilla de los Remedios**, catalogada como la segunda más grande de este sitio, su construcción es de tono amarillo por fuera y con un precioso suelo blanco y negro que llega hasta el altar.

El paseo hasta aquí es muy agradable, así que no te lo pierdas, considerando que este pueblo mágico te transportará al México antiguo, vas a disfrutar caminar por sus calles empedradas de fachadas amarillas y blancas.

Presta atención a los pequeños detalles y a la vida cotidiana y pausada de los lugareños. ¡Disfruta la legendaria belleza de Izamal!

MUNDO ORIGINAL

Por Carlos del Pino

Transformación del Área Comercial

Estimado lector, después de un año y medio de tiempos adversos y un proceso en el que hemos evolucionado, también nos hemos reinventado como compañía, por ello nos complace compartir con ustedes las claves o la transformación vivida y ejecutada en una de las áreas más delicadas e importantes de una compañía, se trata del área comercial, la cual involucra el área de ventas y mercadeo.



A través de los años, la gestión comercial de hoteles de playa a nivel mundial ha cambiado radicalmente, la tecnología cada día juega un papel protagónico y ha dejado muy claro que llegó para quedarse. Por eso es que nuestra empresa se atreve a apostar por una reestructuración comercial, la cual busca consolidarnos a mediano y largo plazo, pero sobre todo a prepararnos para un crecimiento

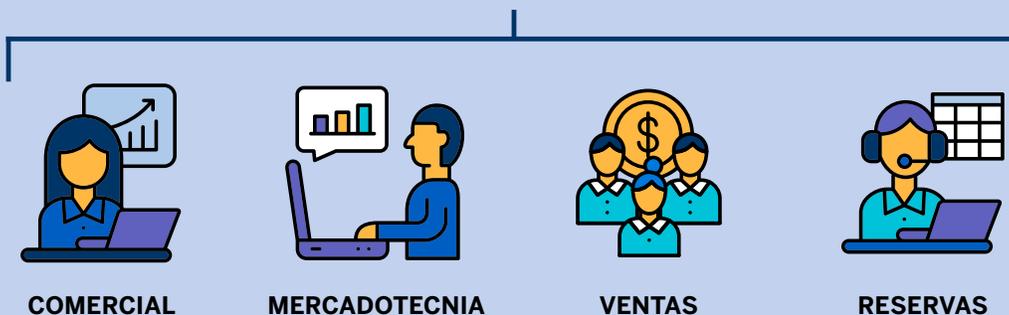
exponencial basado en la planeación estratégica de la empresa a cinco años.

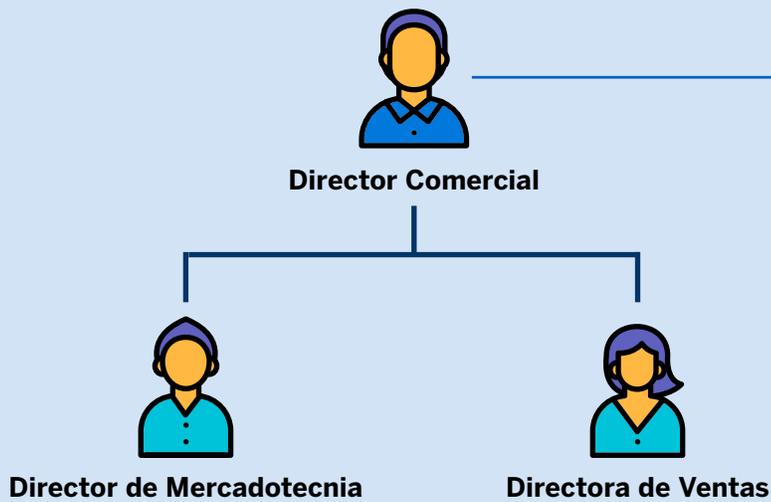
Esta iniciativa surge de dos de nuestros colaboradores: La Directora de Ventas, Alma Mendoza, y del Director de Marketing, Uriel Gutiérrez, quienes se anticiparon y abordaron de frente los cambios drásticos en el entorno comercial.

El cambio representa una oportunidad para que Original Group cuente con una sola Área Comercial dividida en las funciones de Ventas y Mercadotecnia.

Estas funciones son el centro, canal, conexión y punto de partida para el crecimiento sostenido de la empresa, es la cara fundamental de la misma y la fuente de confianza para los clientes

ÁREA COMERCIAL





PLAN DE TRABAJO A+

1. Asumir
2. Adaptabilidad
3. Agresividad
4. Analítico
5. Astucia
6. Aterrizar
7. Atípico
8. Aprendizaje
9. Aventura
10. Aporta
11. Accountability

¿CUÁLES FUERON LOS OBJETIVOS?

A raíz de las entrevistas que se llevaron a cabo con las áreas de Ventas, Mercadotecnia y Reservas, se diseñó un organigrama comercial uniendo dichas áreas para transformar la función comercial.

Con los siguientes objetivos:

- Soportar el plan estratégico de crecimiento.
- Afrontar los nuevos retos que con lleva a adquisición de nuevos hoteles y cruceros.
- Evolucionar, eficientar, estandarizar y agilizar la operación comercial.
- Segregar y formalizar las funciones de Ventas y Mercadotecnia.
- Preparar el camino para tener una función comercial de primer mundo.

¿CÓMO SE IMPLEMENTÓ?

Con el soporte de KPMG a través de marcos de referencia para la función de factor humano:



Descripciones de puesto y diseño organizacional



Proceso de atracción de talento



Planes de desarrollo y capacitación



Transferencia de conocimientos



Cultura de alto desempeño para la función comercial



Método de trabajo ágil

¿CUÁLES FUERON LOS BENEFICIOS?



Compañía

- Eficientar los procesos comerciales
- Segregar y formalizar funciones
- Mejorar los resultados comerciales
- Mayor enfoque en actividades de Mercadotecnia y Ventas
- Mejora en el posicionamiento de nuestros canales de venta y de contacto
- Mejora en el gobierno de actividades comerciales



Colaboradores

- Mayor organización en cuanto a asignación de tareas
- Mayor especialización de funciones
- Mejores oportunidades de crecimiento/desarrollo



Clientes

- Mayor conocimiento de los conceptos
- Mejorar lealtad hacia la marca
- Mejor interacción con nuestros segmentos

LOS FACTORES CLAVE DEL ÉXITO DE ESTA TRANSFORMACIÓN HAN SIDO:



Disposición al cambio y liderazgo:

No ha habido resistencia al cambio, ni hacia los nuevos líderes como tampoco en la implementación de la nueva manera de trabajar

Hay un liderazgo positivo en todos los líderes de la Dirección Comercial, que ha ayudado en el proceso de transformación



Comunicación interna:

A partir del análisis de comunicación interna, la comunicación de los departamentos ha mejorado, ya que se ha incorporado la metodología agile y se han estructurado y eficientado las demás reuniones

El reconocimiento hacia toda la organización de los líderes promocionados se ha traducido en la mejora de su empoderamiento en la nueva posición



Estructura de trabajo:

La metodología agile ha sido el elemento clave para la planificación y organización del proyecto

La **cultura A+** ha ayudado a los colaboradores a trabajar de una manera más analítica y enfocada a los objetivos comerciales

Las **daily stand up** meetings han garantizado la continuidad de los flujos de trabajo



Capacitación y desarrollo:

Los reportes individuales y los planes de capacitación y desarrollo, han ayudado a los colaboradores a sentirse más seguros en la posición y a tener un mapa de desarrollo claro para su carrera profesional



Cultura:

Los valores y cultura de Original Group potencializan el sentimiento de **pertenencia** a la organización



PLAN DE TRABAJO A+

Adapta este plan de trabajo para ser parte del equipo de alto rendimiento Original Group

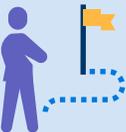


Asume: tu rol, tu responsabilidad, tus resultados y tu posición.

Adaptabilidad: a los cambios, a la nueva reestructuración, al mercado y a las nuevas formas de hacer negocio.



Agresividad: al buscar el negocio, generar los ingresos, abrir nuevas cuentas, nuevos canales y alianzas estratégicas.



Analítico: no podemos depender de una persona solamente, entender tus números, los ingresos plasmados en presupuestos y cómo llegar a las metas trazadas.



Astucia: a la hora de negociar, buscar opciones y hacer que suceda, plan a-b-c, documentarse y estudiar a tu comp set.



Atípico: tiempos diferentes, cambios en la industria, competencia más habituales, menos vuelos, formas extrañas, dinámicas y negociaciones atípicas.

Aprendizaje: dedica tiempo a aprender formas nuevas, aprende “on the go”, aprende del pasado, de tus errores, de tu competencia y de tus colegas.

Aventura: todo cambio es divertido, nuevo año, nueva aventura, reestructurar es una oportunidad de cambio, de crecimiento y de consolidar.

Aporta: ideas, nuevas formas, sugerencias y negocio, aunque no sea tu mercado, atrae buena vibra y motivación.

Accountability: no existe una traducción formal para el término accountability al español. Pero se relaciona directamente con la responsabilidad y la actitud que se percibe de un individuo dentro de un ambiente laboral, representando su capacidad de ubicarse de manera activa en cuanto a los problemas. Es como la “forma óptima” de trabajar dentro de una organización. Entonces cuando una persona cumple con estas reglas se le considera accountable.



Gracias al trabajo en equipo, a los valores de la empresa y al apoyo de los propietarios, hemos logrado hacer de esta transformación una realidad y una nueva forma de trabajo, superando las metas establecidas.



INGENIA

Por Erik Villar



EL COMITÉ EAT, DRINK & PLAY NOS REVELA LOS FRUTOS DE SU TRABAJO

Tercer Concurso de Pastelería Original Group

Con sede en Temptation, nuestros equipos de pastelería se pulieron para presentar las creaciones más dulces y sexys, en este succulento acto se exhibieron y degustaron tres diferentes postres por equipo, para ser evaluados.

El concurso se realizó por primera vez en el lobby, se creó un ambiente de fábrica de dulces donde **Willie Wonka** y sus incondicionales playmakers amenizaron la agradable tarde con happenings y acompañamientos.

El bocado final lo dieron nuestros huéspedes que fueron jueces del evento, dando **el primer lugar al equipo de pastelería de Temptation.**





Sunset to Sunrise

Mayo da nacimiento a nuestro primer Sunset to Sunrise Party, con más de 10 horas de fiesta y sus tres diferentes escenarios: Beach Lounge Party, Bash Mash y Sky 3.5 Sunrise Foam Party fueron testigos de un gran programa con ardientes happenings, cuatro diferentes DJ's y espectáculos especiales.



Cada escenario trajo una atmósfera y música diferentes, nuestros huéspedes pudieron disfrutar desde la playa hasta el Sky 3.5 una nueva forma de fiesta progresiva, la cual fue recibida con excelentes comentarios.

Solo el amanecer pudo dar fin a nuestra fiesta, acompañados de un brunch especial y mimosas elaboradas por nuestro chef ejecutivo Rafael, en este mágico ambiente manifestamos nuestro agradecimiento a todos aquellos que nos acompañaron de principio a fin.



COMITÉ
EAT, DRINK & PLAY

Tips y Entretenimiento

Por Sergio Landa



Personalidad de marca : CONCEPTO DESIRE

La mayoría de nosotros sabemos lo que la marca Desire significa, pero en esta ocasión les compartiremos de dónde nace este concepto y entenderemos que no solo es un nudismo opcional, ya que va más allá de lo que somos capaces de percibir en nuestra rutina diaria. Por eso es importante presentar a Madame Desire.

MADAME DESIRE, ANFITRIONA AL EROTISMO

- Madame Desire es una mujer sensual en sus cuarentas, de mente abierta, apasionada, segura de sí misma y conocedora de su sexualidad que conduce a otras personas hacia la exploración y disfrute del erotismo **[erótico]**.
- Es creativa e innovadora, tanto en su forma de vestirse y presentarse, como en las actividades que conduce **[original]**.
- Su mentalidad abierta le ayuda a relacionarse, a ser respetuosa y amigable con diferentes personas y estilos de vida. Su carisma ayuda a sus clientes a sentirse cómodos y en confianza **[sociable]**.
- Su estilo atrae a personas de alto nivel, preocupadas por su privacidad, por lo que ella se conduce con toda discreción y propiedad **[discreto]**.
- Se maneja en un entorno exclusivo, de alto nivel, enfocado al lifestyle **[exclusivo]**.
- Es una persona que se ha ganado reconocimiento, con mucho éxito en su ámbito **[exitosa]**.

PALABRAS CLAVE DEL CONCEPTO

JUGUETÓN, AVENTURA, SEDUCIR, ERÓTICO,
PASIÓN, TENTADOR, FANTASÍA, SENSUAL,
ENCUENTRO



PERFIL DEL CLIENTE

- **Open Minded:** Criterio abierto tolerante al nudismo y personas de ideas diferentes, pero respetuoso de las reglas.
- Edad promedio entre 35 y 55 años.
- High End: Le gustan las cosas y lugares caros y exclusivos.
- Exigente en el servicio, sabe lo que quiere, le gusta sentirse especial.
- Enfocado a la salud, la apariencia física, la alimentación sana y la buena figura.
- Aprecia la exclusividad, la discreción y necesita un ambiente seguro y privado.
- Hombre/Mujer de negocios y preparada(o).

TEMPTATION CANCUN RESORT

TEMPTATION
Addiction
MONTH

Septiembre 3 – 25, 2021

Este septiembre será más sexy y divertido que nunca.
Los fines de semana que tenemos preparados para este año
le darán un toque más sexy a Temptation

LO MÁS DESTACADO

ATREVIDAS ACTIVIDADES
SEXYS POOL PARTIES Y NOCHES TEMA
EMOCIONANTES SHOWS

TU MÚSICA FAVORITA
EXPERIENCIA TOPLESS OPCIONAL
¡Y MUCHO MÁS!



¡Se acabó
LA ABSTINENCIA!



temptation-experience.com

TEMPTATION

CARIBBEAN CRUISE®

MIAMI | NASSAU | LABADEE

FEBRERO 14 – 19, 2022

ESTE VIAJE DE 5 NOCHES Y 6 DÍAS POR EL
CARIBE OCCIDENTAL ESTARÁ LLENO DE

EMOCIONANTES FIESTAS Y **DIVERSIÓN**



INCLUYE

Paquete Premium de Bebidas



Cuatro restaurantes

R-Rated Red Room

Atrevidas noches tema

Divertidas actividades

Emocionantes talleres

Increíbles pool parties

DJs VIP

Dos piscinas y cuatro jacuzzis

¡Y más!

VIVIMOS PARA LA FIESTA Y
AMAMOS LA FIESTA,
¡PORQUE SOMOS LA FIESTA!

temptation-experience.com

 [Temptationsocial.com](https://twitter.com/Temptationsocial.com)

  [Temptation Cruises](https://www.facebook.com/TemptationCruises)

cruises2@original-group.com