



Acciones de **reingeniería**

Agenda
2030



AMPROFEC

Una nueva era



Ciertamente una pandemia trae consigo cambios que no todos podemos llegar a ver como transformación o evolución. La historia de las pandemias nos ilustran que traen, inclusive, cambios de Era.

AMPROFEC, nuestra asociación, es una asociación que quiere evolucionar con los cambios culturales, sociales y económicos de esta nueva Era. Es por esto que convocamos, a mediados del año 2021, a una reunión Cumbre donde buscamos replantearnos nuestra existencia misma, nuestra idea original, con el objeto de fortalecerla y, de esta forma, que nuestra asociación siga siendo quien concentre, oriente y encabece nuestros esfuerzos como gremio.

De esta reunión emanó un documento de fundacional: “La Declaración de Zacatecas”, que incluye las ideas y visiones de quienes participamos en ella. De esta forma se convierte en el documento base de AMPROFEC en la Nueva Era.

Declaración de Zacatecas

Siendo las 13:30 horas del día 9 de julio del 2021, y contando como testigo de honor con el C. Secretario de Turismo del Gobierno del Estado de Zacatecas, así como a los más importantes líderes de la industria de exposiciones, me permito leer la declaratoria de Zacatecas, que resume los trabajos de nuestra industria durante la presente cumbre.

Declaramos que nuestra **intención** es:

Asegurar los espacios eficientes para el encuentro emotivo e interacción de negocios entre personas con intereses/necesidades comunes.

Que tenemos como **vocación**:

Contribuir al desarrollo de los destinos produciendo puntos de encuentro propicios donde se generen relaciones de confianza y negocios concretos entre las personas.

Que asumimos como **profesión**:

Producir entornos innovadores y enfocados a objetivos, a través de nuestra experiencia, actitud, profesionalismo, competitividad y alto sentido de responsabilidad.



Que nos **apasiona**:

Contribuir a la felicidad de las personas a partir de hacer que la realidad rebase las expectativas de encuentro.

Así, de esta forma: Declaramos que **nuestra razón de ser en AMPROFEC** y nuestra industria es:

“Producir espacios y entornos de excelencia donde se generen encuentros emotivos y se fortalecen relaciones de confianza entre personas con intereses comunes convirtiendo, así, ideas visionarias de negocios en realidades objetivas para el desarrollo de los destinos”.

Así mismo que emanado de las interacciones entre los líderes que asistieron a esta Cumbre que los principales puntos de **seguimiento** son:

1. Establecer un sistema de información estratégica gremial para la toma de decisiones, que garantice eficiencia, metodología profesional, constancia, confidencialidad, rápida entrega y análisis compartido.
2. Fortalecer relaciones con las autoridades e instituciones de turismo.
3. Iniciar el establecimiento de relaciones con autoridades e instituciones de los más amplios sectores económicos, políticos y sociales para el fortalecimiento de nuestra industria.
4. Consolidar equipos inclusivos y diversos que demuestren entendimiento y empatía con el talento humano.
5. Mantener actualizados los contenidos de capacitación gremial para mantenernos al día con las tendencias y cambios en el entorno interno y externo.

Y que asignamos la tarea de coordinación a la instalación de mesas de seguimiento, coordinadas por los presidentes de las 4 regiones y los vicepresidentes de los 4 capítulos, pero alimentadas por la entusiasta y profesional participación de todos y cada uno de los miembros de nuestra asociación.

Los resultados de estas mesas de seguimiento serán entregadas de forma clara y contundente, en el próximo congreso de AMPROFEC.



Acciones de reingeniería



Para dar seguimiento a la declaración de Zacatecas, se realizó una sesión de Reingeniería de AMPROFEC en la Ciudad de México el 25 de enero del 2022.

Como resultado de la sesión de reingeniería se emiten las 15 acciones de la asociación agrupados en 5 ejes:

I ASOCIACIÓN

1. CULTURA ASOCIATIVA.

Desarrollo de una nueva cultura asociativa, más participativa, generadora de valor, facilitadora de negocios y trabajo en equipo.

1.1 NIVEL DE ADMISIÓN.

Establecer nuevos filtros de admisión que permitan tener asociados entusiastas, positivos, proactivos, participativos, honestos, éticos y apartadores de valor.

1.2 EQUIDAD.

Lograr una asociación más plural, igualitaria, equitativa, incluyente con sus asociados.

1.3 FOCUS AL DESARROLLO DE CAPITAL HUMANO.

Nuevo foco de la asociación hacia la inclusión de mandos medios o inferiores en los beneficios directos a asociados.

1.4 APERTURA DE CIRCULOS CERRADOS.

Apertura de los círculos tradicionales de toma de decisiones directivas de la asociación mediante la inclusión de nuevos jugadores, ideas y acciones.

2. GOBIERNO CORPORATIVO.

Desarrollo organizacional de la asociación hacia otro nuevo nivel corporativo.





2.1 PLAN ESTRATÉGICO: EL FUTURO QUE NOS IMAGINAMOS.

Realización de un plan estratégico de negocios de AMPROFEC con miras a 2024, 2030 y los 50 años de la asociación.

2.2 ASOCIACIÓN FACILITADORA DE NEGOCIOS.

Evolución de la asociación de "Club" a una asociación facilitadora de negocios.

2.3 PRESIDENCIA EJECUTIVA CEO

Creación de una Presidencia Ejecutiva o Dirección Ejecutiva CEO que asegure la operación orientada a cumplir con el Plan Estratégico y la continuidad de la asociación.

3. COMPENDIO.

Elaboración del Compendio AMPROFEC para asociados (y entrega en PDF) que contenga todo lo que un asociado debe saber sobre AMPROFEC, así como sus derechos y obligaciones; políticas, procedimientos e información relevante. Actualizable en tiempo real para ser consultado en todo momento por cualquier asociado.

3.1 MANUAL DE ÉTICA Y CONDUCTA.

Dentro del Compendio, debe entregarse el Manual de Ética y Conducta, con los conceptos claros, así como procedimientos en caso de su violación. Así mismo debe contener el Reglamento de Asociados, con las sanciones expresas en caso de la faltas de observancia al mismo por parte de cualquiera de sus asociados y órganos de gobierno de la asociación.

3.2 MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS.

También dentro del Compendio, debe entregarse el Manual de Buenas Prácticas, que contenga una relación y descripción, de las mejores prácticas comerciales, operativas y de uso de recursos en materia de la producción de exposiciones.



II REPUTACIÓN

4. INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES

Establecer un sistema de generación de información para la toma de decisiones.

4.1 PLANEACIÓN

Sistema de estadísticas, estudios y análisis enfocados y valiosos para la planeación y monitoreo de los avances de la industria de reuniones.

4.2 REPRESENTACIÓN

Generación de documentos estadísticos sobre la relevancia de la industria de exposiciones para el desarrollo de la sociedad y economía como base para una representación más contundente.

4.3 ARGUMENTACIÓN

Revestir a los representantes de la asociación con información sólida y relevante para argumentar sus ponencias y discursos ante el gobierno y demás entidades sociales.

4.4 CONTENIDOS

Programa de generación de contenidos de valor con universidades (tesis e investigaciones) y asociados.

4.5 COMPARTIR INFORMACIÓN INTERNAICIONAL.

Programa de difusión de la información sobre economía, negocios y la industria de exposiciones proveniente de fuentes internacionales y asociaciones internacionales especializadas en expos.

5. PROGRAMA DE DESARROLLO DE LA REPUTACIÓN ASOCIATIVA.

Esfuerzo profesional por reconocer la importancia de la reputación como fundamento al desarrollo gremial y realizar acciones para incrementarla.

5.1 DE LA INDUSTRIA.

Programa de difusión del valor de la industria de exposiciones como promotor del desarrollo de las comunidades.

5.2 DE LA ASOCIACIÓN.

Programa de difusión del valor de la asociación como



promotor de la industria de exposiciones.

5.3 RENDICIÓN DE CUENTAS A LA SOCIEDAD.

Programación sistemática de ruedas de prensa dirigidas al conocimiento de la industria de las exposiciones y la generación de respeto y reputación social.

5.4 PRESIDENTE NUEVO ROL: REPUTACIÓN Y REPRESENTACIÓN.

Orientación del rol principal del Presidente de AMPROFEC 80% a representación, gestión al más alto nivel y generador de buena reputación de la industria y de la asociación.

6. COMUNICACIÓN 2.0: CONTENIDOS DE VALOR

Generar y compartir contenidos con valor intelectual y de clara orientación hacia la gestación de negocios.

6.1 MEJOR PÁGINA

Mejora radical de la página web para convertirla en un must be visited por cualquier persona en que quiera saber sobre exposiciones en México: cartelera nacional de exposiciones; proveedores calificados de exposiciones; mejores prácticas; estadísticas sobre el beneficio de ser expositor y asistir como comprador a una expo, etc.

6.2 BLOG

Crear un espacio para compartir noticias, ideas, opiniones y contenido de valor con frecuencia y contundencia.

6.3 REDES

Dinamizar las redes sociales para compartir contenidos de valor y eventos, así como todo tipo de campaña de posicionamiento de (1) las exposiciones, (2) la industria de exposiciones en México y (3) la asociación.



III COMPETITIVIDAD

7. PROFESIONALIZACIÓN 2.0.

Sistematizar las acciones de profesionalización de la asociación y acercarlas a los asociados y sus aliados de negocios de acuerdo a un diagnóstico de necesidades, objetivos claros, estrategias, metas medibles, continuidad y seguimiento.



7.1 MATERIAL DE PROFESIONALIZACIÓN ON DEMAND.

Realizar un programa (calendarizado) de profesionalización e impartición del mismo por medios presenciales y virtuales, así mismo convertirlos a material digital para colocarlo on-demand en el portal de la asociación.

7.2 PROGRAMA DE PROFESIONALIZACIÓN MATRIZ TRIDIMENSIONAL.

Establecer un sistema de profesionalización por (1) nivel por (2) especialidad y (3) por región llegando, en el futuro, a entrenamientos técnicos especializados inclusive por puesto, adicional a Co-Expo.

8. COLEGIO DE GRADUADOS.

Tomando como base la relación de los graduados de Co-Expo, establecer un grupo de especialistas, investigadores y docentes que desarrollen tecnología mexicana para la industria de exposiciones.

8.1 MENTORES.

Desarrollo de mentores con un programa de capacitación y entrenamiento en materias de docencia, mentoring y coaching.

8.2 INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO.

Establecimiento de un grupo de investigadores en la industria de exposiciones sobre necesidades específicas y con retribuciones justas.

8.3 PREMIO NACIONAL A LA INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA DE EXPOSICIONES.

Establecimiento de un Premio Anual a la Innovación en la Industria de las exposiciones, donde el colegio funja como juez y cualquier asociado o colaborador de una empresa asociada, postule sus trabajos concretos, realizados y con resultados tangibles.

9. PROGRAMA DE INTERCAMBIOS PROFESIONALES.

Programa de entrenamiento de personal a manera de intercambio, entre empresas, asociadas o no asociadas, por un tiempo definido entre 3 a 6 meses en un puesto de trabajo específico sin importar el giro pero si las habilidades poseídas y por desarrollar.

9.1 NACIONALES

Programa de intercambio de entrenamiento entre asociados dentro del territorio nacional.

9.2 INTERNACIONALES

Programa de intercambio de entrenamiento de asociados con otros asociados o con empresas extranjeras de la industria de exposiciones para realizarse fuera del territorio nacional.

IV ENLACES

10. ENLACES DE NEGOCIOS.

Programa profesional de networking, orientado a la facilitación, fortalecimiento y aseguramiento de enlaces de negocios.

10.1 ENTRE ASOCIADOS

Aseguramiento de enlaces de negocios entre asociados.

10.2 CON OTRAS ASOCIACIONES DE LA INDUSTRIA

Fortalecimiento de enlaces de negocios con otras asociaciones y asociados de otras asociaciones de la Industria de Reuniones.

10.3 CON OTROS ORGANISMOS

Facilitación de enlaces de negocios con miembros de otras asociaciones, organismos, ONGs e instituciones.

10.4 VP DE NETWORKING

Creación de la Vice Presidencia de Enlaces de Negocios, que se encarga de asegurar las sanas y fructíferas relaciones de negocios entre asociados, clientes y organismos.

11. ALIANZAS.

Programa de aliados estratégicos.

11.1 ALIADOS ESTRATÉGICOS.

Programa de aliados que generen: valor de marca, patrocinio o fundraising, acciones de beneficio conjunto para la asociación o directamente para sus asociados.

12. PROGRAMA DE VINCULACIÓN.

Establecer lazos de conocimiento recíproco y trabajo con beneficios recíprocos desde dos pilares del desarrollo de las expos: las nuevas generaciones y la base expositora.

12.1 EXTRAMURAL UNIVERSITARIA.

Programa de prácticas profesionales, pláticas orientadoras y desarrollo temprano de habilidades útiles para la industria de exposiciones entre jóvenes universitarios y estudiantes de escuelas técnicas.

12.2 DESARROLLO DE EXPOSITORES EXITOSOS.

Programa de orientación y capacitación para el éxito de los expositores desde la plataforma de la asociación: Curso Oficial de AMPROFEC.

V RESPONSABILIDAD

13. CONSUMO -1.0.

Combate directo a las causas de la tendencia hacia reducción de la calidad de vida del Ser Humano, el exceso de consumo, el consumo por encima de las necesidades racionalmente válidas que genera uso desmedido de recursos, basura y desperdicio.

13.1 CAMPAÑA HACIA LA FRUGALIDAD PERSONAL.

Campaña para reducir el consumo excesivo de cualquier tipo de bien o producto, causante directo de desperdicios o desviación de recursos para la producción, dirigida a colaboradores y todo tipo de ente social ante el cual AMPROFEC se presente.

13.2 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIOS: MÁS SERVICIO MENOS CONSTRUCCIÓN.

Fomento a una cultura de negocios orientada a producir satisfactores con menos elementos materiales y mayor contenido intelectual y humano; servicios y calidad.

13.3 CULTURA DE LA SALUD

Fomento a la cultura del deporte, hábitos alimenticios; eliminación de máquinas vending con comida chatarra, reformulación de soluciones para la alimentación de personal en montaje con consumibles nutritivos y reparadores; dotación de equipos y vestimentas de trabajo que cuiden la integridad física y salud de los colaboradores.

13.4 OPTIMIZACIÓN DE CADENA DE SUMINISTRO.

Diagnóstico, análisis y mejora de la cadena de suministro, logrando reducción de tiempos, desplazamientos y acarreo de personas, materiales, equipos y recursos en general desde lugares lejanos.

14. ALIANZAS PARA UN FUTURO MEJOR.

Acciones sustentables más allá de la moda o la obligación.

14.1 ENERGÍAS RENOVABLES.

Programa de Uso de energías renovables, preferencia a proveedores que las utilicen.

14.2 PREMIO NACIONAL A ACCIONES SUSTENTABLES EN LA INDUSTRIA DE EXPOSICIONES.

Premio a la realización de iniciativas y acciones sustentables entre los asociados.

14.3 PROGRAMA ICEPCE

Programa permanente de inducción, capacitación, entrenamiento, profesionalización, certificación y educación hacia la sensibilización, conocimiento y óptima aplicación de acciones sustentables.

14.4 PROVEEDORES SUSTENTABLES.

Producción del encuentro, exposición o foro anual de proveedores sustentables para la industria de exposiciones y reuniones.

14.5 INSTITUCIONES SUSTENTABLES.

Encuentro sistemático con las diferentes instituciones, organismos, entidades gubernamentales y ONG's especializadas en materia ambiental.



15. ACCION GENERACIONAL.

Conocimiento, inclusión y aprovechamiento de los valores generacionales en pro del desarrollo de la industria.

15.1 AMPROFEC NUEVA GENERACIÓN BB | M.

Creación del Comité de Desarrollo Intelectual compuesto por BB Boomers y Milenials, que generen rutas culturales y de acción hacia el desarrollo de nuestra industria, amalgamando la experiencia y las nuevas ideas.

15.2 AMPROFEC NUEVO MILENIO M | K.

Creación del Comité AMPROFEC Nuevo Milenio, que conjunte Milenials y generación de Cristal para adaptar a nuestra industria y nuestra asociación al cambio generacional y la nueva mercadotecnia y la tersa transición en mandos directivos y de toma de decisiones.

SOBRE LA SESIÓN DE REINGENIERÍA

REINGENIERÍA AMPROFEC: Ideas emitidas TOTALES agrupadas por concepto						405
	Personalización	Networking	Relaciones comerciales	Sustentabilidad	Legacy/ComitodeEia	DESAFÍOS
Sustituir	13%	7%	7%	15%	12%	10%
Combinar	15%	24%	20%	17%	15%	19%
Adaptar	19%	19%	23%	20%	15%	20%
Modificar	16%	20%	12%	10%	12%	14%
Poner en uso	12%	7%	15%	15%	15%	13%
Eliminar	9%	10%	5%	8%	10%	8%
Reordenar	16%	13%	19%	14%	21%	17%
MICE M+C CONSULTORES EN SOLUCIONES ESTRATÉGICAS						

Durante la sesión se tuvieron mesas de discusión de la cual se vertieron y documentaron 405 ideas.

De estas destacan acciones de Adaptar formas de hacer actuales a una nueva realidad post pandemia, combinar acciones entre acciones de la asociación y otras personas y grupos y, finalmente, reordenar o ajustar las acciones que ya la asociación ha ejecutado.

Por lógica, en materia de networking destaca las acciones de “combinar”, “modificar” y “adaptar”.

Las acciones menos requeridas fueron las de “eliminar” o “sustituir”, por lo que podemos concluir que la asociación debe sumar acciones con una nueva visión post pandemia, así como de forma ordenada y participativa.

REINGENIERÍA AMPROFEC: Sumario por plazos de inicio				
	CORTO PLAZO 2022	MEDIANO PLAZO 2024	LARGO PLAZO 2030	TOTAL
Ideas	361	373	206	405
Conceptos	31	35	12	46
Proyectos	15	15	7	15
Ejes	5	5	4	5
MICE M+C CONSULTORES EN SOLUCIONES ESTRATÉGICAS				

El documento final se ordenó en 5 ejes, 15 proyectos, 46 conceptos. De todos ellos 31 conceptos pueden iniciar a ejecutarse en el corto plazo, 35 en el mediano y 12 en el largo. Por supuesto hay conceptos que requieren tiempo para arrancarse por eso varios de ellos abarcan más de dos años para estructurarse y arrancarse.



REINGENIERIA AMPROFEC: PLAZOS DE INICIO DE ACCIONES Y CONCEPTOS				
ACCIONES DE REINGENIERIA		C: 2022	M: 2024	L: 2030
1	CULTURA ASOCIATIVA	A	A	
	NUEVOS FILTROS	1		
	MÁS IGUALDAD	1		
	CAPITAL HUMANO, MÁS ALLÁ DE LOS JEFES.		1	
	APERTURA DE CIRCULOS CERRADOS	1	1	
2	GOBIERNO CORPORATIVO	A	A	
	PLAN ESTATÉGICO	1		
	ASOCIACIÓN FACILITADORA DE NEGOCIOS	1	1	
	PRESIDENCIA EJECUTIVA CEO	1	1	
3	COMPENDIO	A	A	
	MANUAL DE ÉTICA Y CONDUCTA	1		
	MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS		1	
4	INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES	A	A	A
	PLANEACIÓN	1	1	
	REPRESENTACIÓN		1	1
	ARGUMENTACIÓN		1	1
	CONTENIDOS	1	1	
	COMPARTIR INFORMACIÓN INTERNAICIONAL	1	1	
5	PROGRAMA DE REPUTACIÓN	A	A	
	DE LA INDUSTRIA	1	1	
	DE LA ASOCIACION		1	
	RENDICIÓN DE CUENTAS A LA SOCIEDAD	1		
	PRESIDENTE NUEVA FUNCIÓN: REPUTACIÓN Y REPRES	1		
6	COMUNICACIÓN 2.0: CONTENIDOS DE VALOR	A	A	
	MEJOR PÁGINA	1	1	
	BLOG	1	1	
	REDES	1		
7	PROFESIONALIZACIÓN 1.0	A	A	
	MATERIAL DE PROFESIONALIZACIÓN ON DEMAND		1	
	PROGRAMA DE PROFESIONALIZACION MATRICIAL	1	1	
8	COLEGIO DE GRADUADOS	A	A	A
	MENTORES		1	1
	INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO		1	1
	PREMIO A LA INNOVACIÓN	1	1	
9	PROGRAMA DE INTERCAMBIOS	A	A	A
	NACIONALES	1	1	1
	INTERNACIONALES		1	1
10	NETWORKING	A	A	A
	ENTRE ASOCIADOS	1		
	CON OTROS ORGANISMOS		1	1
	CON OTRAS ASOCIACIONES DE LA INDUSTRIA	1	1	
	VP DE NETWORKING	1		
11	ALIANZAS	A	A	
	ALIADOS ESTRATÉGICOS	1	1	
12	PROGRAMA DE VINCULACIÓN	A	A	A
	UNIVERSIDADES	1	1	1
	EXPOSITORES		1	1
13	CONSUMO -1.0	A	A	A
	CAMPAÑA HACIA LA FRUGALIDAD PERSONAL		1	1
	NUEVOS MODELOS DE NEGOCIOS: MÁS SERVICIO M	1	1	
	CULTURA DE LA SALUD	1		
	OPTIMIZACIÓN DE CADENA DE SUMINISTRO		1	1
14	ALIANZAS PARA UN FUTURO MEJOR	A	A	A
	ENERGÍAS RENOVABLES.	1	1	
	PREMIO A ACCIONES SUSTENTABLES	1		
	PROGRAMA ICEPCE	1	1	
	PROVEEDORES SUSTENTABLES		1	
	INSTITUCIONES SUSTENTABLES		1	1
15	ACCION GENERACIONAL	A	A	
	COMITÉ GENERACIÓN BB I M	1	1	
	AMPROFEC NUEVO MILENIO M I K	1	1	
MICE M+C I CONSULTORES EN SOLUCIONES ESTRATÉGICAS				

Las acciones de seguimiento deberán ser observadas a un nivel estratégico categórico por parte de los subsecuentes consejos nacionales directivos de la asociación, dado que este esfuerzo ha sido el resultado de intensas sesiones de trabajo por parte de asociados, presidentes y ex miembros del CONADI de diferentes generaciones, concentra lo mejor de sus ideas y deseos para el bien de la asociación, el gremio y la industria de las exposiciones.