



“INFORME EJECUTIVO PDT TURISMO DE NEGOCIOS REGIÓN METROPOLITANA”

código 15PDTR-47501

“Programa de Difusión Tecnológica para fortalecer el turismo de negocios en las pymes asociadas a Hoteleros de Chile de la Región Metropolitana”



1.- Introducción

El presente programa persigue potenciar el mercado del turismo de negocios en la región metropolitana, para lo cual se trabajará con 30 empresas hoteleras a las cuales se les acompañara en un proceso de intervención individual y colectivo, sobre la base de la captura, sistematización y análisis de herramientas de gestión de información, además de la creación de valor agregado de sus negocios sobre la base de experiencias turísticas inteligentes, sumado a la incorporación de herramientas blandas para mejorar la respuesta a las quejas de estos y sus necesidades de confort al consumir un producto/servicio orientado al turismo de negocios; y la incorporación eficiente a las cadenas formales de venta, a través de planes estratégicos de posicionamiento y marketing, que faciliten el interés del mercado y sus agentes tanto en temporada alta como baja. Contribuyendo a disminuir la estacionalidad de la demanda turística.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos durante la ejecución del proyecto.

2.- Coordinación y planificación con las empresas beneficiarias respecto de las actividades del PDT.

Fecha actividad	30-12-2015
Horario Reunión	09:00 a 11:00 hrs
Número de asistentes	9
Autoridades asistentes	Sin información
Objetivo del encuentro	Coordinar las actividades del programa PDT.
Descripción de lo desarrollado	Reunión de coordinación entre Guazzini Consultores y Hoteleros de Chile.
Fotografía	

Informe ejecutivo: PDT Turismo de Negocios
Guazzini Consultores

Fecha actividad	05 enero 2016
Horario Reunión	10:00 a 11:30 hrs
Número de asistentes	10
Autoridades asistentes	Sin información
Objetivo del encuentro	Presentar las actividades del programa PDT a los beneficiarios/hoteles
Descripción de lo desarrollado	Reunión de presentación de las actividades del PDT a los beneficiarios/hoteles.
Fotografía (as)	

Informe ejecutivo: PDT Turismo de Negocios
Guazzini Consultores

Fecha actividad	13-01-2016
Horario Reunión	10:00 a 11:30 hrs
Número de asistentes	7
Autoridades asistentes	Sin información
Objetivo del encuentro	Presentar las actividades del programa PDT a los beneficiarios/hoteles.
Descripción de lo desarrollado	Reunión de presentación de las actividades del PDT a los beneficiarios/hoteles.
Fotografía (as)	

Informe ejecutivo: PDT Turismo de Negocios
Guazzini Consultores

Fecha actividad	25-01-2016
Horario Reunión	10:00 a 11:30 hrs
Número de asistentes	4
Autoridades asistentes	Sin información
Objetivo del encuentro	Presentar las actividades del programa PDT a los beneficiarios/hoteles.
Descripción de lo desarrollado	Reunión de presentación de las actividades del PDT a los beneficiarios/hoteles.
Fotografía	

3.- Seminario de Lanzamiento del PDT con invitados públicos y privados.

Fecha actividad	02-03-2016
Horario Actividad	10:00 a 11:30 hrs
Número de asistentes	42
Autoridades asistentes	Ana Peres, Gore RM Miguel Angel Garrido, Gore RM Fernando Rodriguez, Gore RM Jose Soto Zandoval, Core RM Claudia Labbe, Directora Corfo RM Javiera Montes, Subsecretaria de Turismo Felipe Vásquez, Director Sernatur RM Fernando Soto Castillo, Seremi de Economía RM Gloria Moya, Subdirectora Corfo RM
Objetivo del encuentro	Lanzar el programa PDT
Descripción de lo desarrollado	Seminario de lanzamiento con expositores nacionales e internacionales
Fotografía	

4.- Reuniones virtuales uno a uno para la instalación de la herramienta tecnológica “Stat Report Global” para mejorar la información relacionada al mercado del turismo de negocios.

En términos de las licencias STR instalada en las empresas beneficiarias, esta fue realizada mediante sistemas online, entre el 10 de marzo y el 30 de junio del 2016. Debido a que STR, tiene definido a nivel global una política institucional que establece no entregar antecedentes de las empresas donde se instala, se solicitó a cada empresa beneficiaria la firma de un acta de conformidad, la cual fue enviada vía we transfer a Corfo.

En específico, esta licencia corresponde a una plataforma mundial que hace un seguimiento de los datos de oferta y demanda en el sector hotelero y proporcionan un valioso análisis de cuota de mercado, con más de 54.000 hoteles a nivel mundial. Esto implica medir y comparar su rendimiento con el de un grupo de hoteles competidores sin tener que desvelar ni compartir información confidencial entre empresas. STR actúa como guardián de la información para que las empresas puedan realizar sus

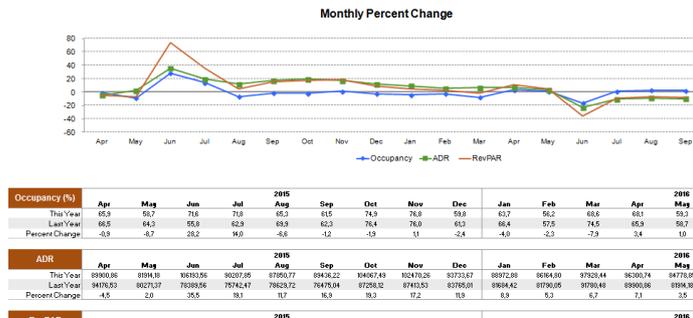


análisis y prácticas de benchmarking, bajo, estrictos contratos de confidencialidad con cada uno de los hoteles con los que trabaja para asegurar las medidas necesarias para proteger los datos individuales de los hoteles y del mercado.

Las preguntas que responde la herramienta son:

- Son mis niveles de ocupación buenos?
- Cómo se compara mi tarifa promedio con la competencia?
- Cómo es mi negocio de fin de semana vs días de la semana?
- Estoy creciendo mi cuota del mercado?
- Es mi estrategia de precios adecuada?
- Medir y Monitorizar esfuerzos en ventas y marketing
- Entender tendencias y estar preparado para cambios en las condiciones del mercado

Tab 9 - Trend Santiago
Hoteles de Chile
For the Month of September 2016



En términos metodológicos, a los hoteles beneficiarios de PDT de Turismo de Negocios, se les pidió ingresar a la plataforma sus datos de ocupación de 3 meses hacia atrás, y comprometerse a ingresarla semanalmente. A cambio, los beneficiarios reciben reportes

confidenciales vía correo electrónico con frecuencia diaria, semanal y mensual, información de vanguardia que les permite comprender el rendimiento histórico del mercado y las dinámicas de oferta y demanda del sector en el destino Región Metropolitana.

Al finalizar la iniciativa se cuenta con 30 hoteles operando activamente con la herramienta.

5.- Reuniones uno a uno para la instalación de la herramienta tecnológica “Hotels Quality” para mejorar la capacidad de captura de no conformidades de huéspedes del turismo de negocios, con el objeto capacitar y definir los requerimientos de instalación de la herramienta.

En lo que respecta a la licencia de Hotels Quality, instalada en las 30 empresas beneficiarias, esta fue realizada entre el 1 de abril al 6 de septiembre de 2016. Se envió a Corfo vía we transfer reporte de los hoteles beneficiarios en su fase de instalación.



¿Ha sido buena su experiencia en nuestro hotel? Valore los siguientes aspectos de nuestro servicio:

Comodidad e instalaciones del hotel

	May mal	Mal	Regular	Bien	May bien	Excelente	Comentarios
Limpieza general	<input type="radio"/>						
Estado de las instalaciones	<input type="radio"/>						
Comodidad de la cama	<input type="radio"/>						
Tranquilidad y ruidos en el hotel	<input type="radio"/>						
Las habitaciones y salones	<input type="radio"/>						
Relación calidad precio	<input type="radio"/>						

Servicios y amabilidad de nuestro personal

	May mal	Mal	Regular	Bien	May bien	Excelente	Comentarios
Atención recibida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Rapidez del check in y del check out	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Desayuno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Otros servicios de restauración	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
La animación y las actividades del hotel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
¿Recomendaría el hotel?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No						
Por favor especifique por qué	<input type="text"/>						

Por favor, si tienen cualquier otro comentario o sugerencia háganlos saber

Comentarios y sugerencias

Fecha llegada * Fecha salida
Email Apellido
Tipo de viaje Seleccionar
* [Ver las normas de privacidad de datos](#)
Nombre Edad

En términos específicos, partir por destacar que el 66% de los clientes de los alojamientos turísticos basan en mayor o menor medida su decisión en opiniones de otros viajeros en la red¹. Esta enorme y creciente influencia de las redes sociales contrasta con el pequeño porcentaje de clientes del hotel que publican su opinión online: menos del 1% en media. Es decir: muchos basan su decisión en lo que muy pocos escriben. Esta situación pone al empresario hotelero en una situación de mucha exposición que necesita ser gestionada.

Esta tendencia afecta no solo a la reputación de la empresa sino y por extensión a todo el ecosistema turístico del destino.

Los hoteles, y en general las empresas turísticas, tienen tradicionalmente una gestión muy reactiva y lenta, basada en cuestionarios de papel. Que no compite en tiempo y en eficiencia con las nuevas tecnologías basadas en TIC.

Por otro lado, la implicación del personal en la mejora es crítica, y para ello debe existir un sistema de medición fiable que muestre el progreso y las oportunidades de mejora a la dirección y las personas que trabajan en el establecimiento.

En términos metodológicos a los beneficiarios del programa PDT, se les integra la herramienta en base a sus sistemas de comunicación con el cliente (PMS), en los cuales se procede a la configuración intuitiva y autoadministrable de cuestionarios en múltiples idiomas, adaptados a la naturaleza del negocio turístico, donde la persona responsable puede editar el cuestionario adaptado a la estación o a los servicios que el establecimiento ofrece en cada momento.

¹ Estudio lookinside.travel, realizado por Google en España y participado por Querytek Technologies, SL. <http://lookinside.travel>

Una vez configurado el cuestionario, el feedback del cliente se recoge de muy variados modos y momentos. HOTELS quality ofrece la posibilidad de obtener el feedback de los clientes donde, cuando y cómo el viajero quiere: mediante correos electrónicos automáticos a través de un interface con el PMS, mediante la integración con la wifi del establecimiento, mediante una tablet en recepción, o mediante códigos QR en la papelería del hotel, por mencionar los más habituales.



Al contestar las encuestas de satisfacción, los clientes no solo dan información valiosa para la propia gestión del hotel, sino que también ayudan con sus comentarios a la mejora de la reputación online, mediante el acuerdo que HOTELS quality tiene con sitios como Tripadvisor o Trivago. El establecimiento también puede publicar de forma fácil los mejores comentarios en su página web mediante un sencillo interface con la plataforma de HOTELS quality. Mediante este sistema de comunicación, el establecimiento tiene además múltiples posibilidades de incentivar la repetición, la venta cruzada y la Fidelización de sus clientes.



Cada hotel beneficiario recibe, en tiempo real, los feedback de los viajeros, y pueden reaccionar rápido ante una posible incidencia.

Además, las respuestas se van agregando de forma automática en la herramienta de gestión en forma de cuadros de mando, haciendo muy fácil la interpretación y seguimiento de estadísticas y reportes de calidad.

El sistema permite también la administración de usuarios y permisos, la gestión por áreas y departamentos del establecimiento, y la edición de plantillas de emails y páginas de contacto así como todos

los parámetros de funcionamiento.

Al finalizar la iniciativa se cuenta con 30 hoteles operando activamente con la herramienta.

6.- Taller “técnicas y herramientas para elevar las singularidades positivas al momento de contactar y/o atender a los huéspedes del turismo de negocios, sesión 1”.

Fecha actividad	07-09-2016
Horario actividad	15:00 a 19:30 hrs
Número de asistentes	34
Autoridades asistentes	Sin información
Objetivo del encuentro	Ejecutar taller número 1 de transferencia de conocimientos.
Descripción de lo desarrollado	Corresponde al taller donde los participantes adquirieron herramientas para elevar la calidad de atención al huésped relacionado al turismo de negocios.
Fotografía	

7.- Taller “herramientas de Administración Sustentable de establecimientos hoteleros enfocados en el turismo de negocio”.

Fecha actividad	28-09-2016
Horario actividad	15:00 a 19:30 hrs
Número de asistentes	30
Autoridades asistentes	Sin información
Objetivo del encuentro	Ejecutar taller número 2 de transferencia de conocimientos.
Descripción de lo desarrollado	Corresponde al taller donde los participantes adquirieron criterios para el Management de Hoteles Boutique en el mercado del turismo de negocios
Fotografía	

6.- Taller “técnicas y herramientas para elevar las singularidades positivas al momento de contactar y/o atender a los huéspedes del turismo de negocios, sesión 2”.

Fecha actividad	05-10-2016
Horario actividad	15:00 a 19:30 hrs
Número de asistentes	42
Autoridades asistentes	Sin información
Objetivo del encuentro	Ejecutar taller número 3 de transferencia de conocimientos.
Descripción de lo desarrollado	Corresponde al taller donde los participantes adquirieron herramientas para el desarrollo de habilidades blandas en el mundo de la hospitalidad en el mercado del turismo de negocio.
Fotografía	

7.- Taller “técnicas del Revenue Management para el turismo de negocios”.

Fecha actividad	25-10-2016
Horario actividad	15:00 a 19:30 hrs
Número de asistentes	38
Autoridades asistentes	Sin información
Objetivo del encuentro	Ejecutar taller número 4 de transferencia de conocimientos.
Descripción de lo desarrollado	Corresponde al taller donde los participantes reconocieron los beneficios del Revenue Management: para optimizar ingresos en tiempos de e-commerce en el mercado del turismo de negocios.
Fotografía	

8.- Taller “técnicas para la Promoción Dirigida de la oferta hacia el mercado del turismo de negocios sesión 1”

Fecha actividad	29-11-2016
Horario actividad	15:00 a 19:30 hrs
Número de asistentes	30
Autoridades asistentes	Sin información
Objetivo del encuentro	Ejecutar taller número 5 de transferencia de conocimientos.
Descripción de lo desarrollado	Corresponde a la sesión 1 del taller donde los participantes adquirieron técnicas para la Promoción Dirigida de la oferta hacia el mercado del turismo de negocios.
Fotografía	

9.- Taller “técnicas para la Promoción Dirigida de la oferta hacia el mercado del turismo de negocios sesión 2”

Fecha actividad	30-11-2016
Horario actividad	15:00 a 19:30 hrs
Número de asistentes	30
Autoridades asistentes	Sin información
Objetivo del encuentro	Ejecutar taller número 6 de transferencia de conocimientos.
Descripción de lo desarrollado	Corresponde a la sesión 2 del taller donde los participantes adquirieron técnicas para la Promoción Dirigida de la oferta hacia el mercado del turismo de negocios.
Fotografía	

9.- Seminario de cierre del PDT. Con invitados públicos y privados.

Fecha actividad	14-12-2016
Horario Actividad	10:00 a 12:30 hrs
Número de asistentes	24
Autoridades asistentes	Claudia Labbe, Directora Corfo RM
Objetivo del encuentro	Cerrar el programa PDT
Descripción de lo desarrollado	Seminario de cierre para la presentación de resultados del proyecto PDT.
Fotografía	

10.- Resultado 1: Captura e instalación de tecnología stat report global" para identificar información de mercado para la toma de decisiones en términos de productividad, inversiones y competitividad en el turismo de negocios.

Estado del resultado	Obtenido
Observación	Corresponde a la identificación de sistemas de captura de información en mercadeo de manera desagregadas (intra-empresas) y colectivas (grupales), sobre la base de la herramienta Stat Report Global estableciendo el potencial de mejora de las empresas pertenecientes al turismo de negocios de Santiago, para incrementar su productividad y presencia en el mercado.
Métrica	1 sistema instalado en 30 beneficiarios

11.- Resultado 2: Tecnología hotels quality para la captura de no conformidades transferidas en formato piloto a las pymes hoteleras relacionadas al mercado del turismo de negocios.

Estado del resultado	Obtenido
Observación	Corresponde a la instalación de un sistema operativo de última generación y bajo costo, que permita aumentar considerablemente la productividad en términos de la captura de las opiniones de los clientes, derivando en la identificación inmediata de las mejoras necesarias de implementar.
Métrica	1 sistema capturado e instalado en 30 beneficiarios

12.- Resultado 3: Criterios y herramientas para elevar la calidad de atención al huésped relacionado al turismo de negocios.

Estado del resultado	Obtenido
Observación	Corresponde al compendio de soluciones para identificar y controlar el nivel de experiencia del huésped de negocios que visita los establecimientos de las empresas beneficiarias, tanto en aspectos relacionales como operacionales.
Métrica	Criterios y herramientas transferidas a beneficiarios

Criterios y herramientas transferidas

Conocimientos (Saber):

- De los productos, servicios e infraestructura
- De técnicas de ventas
- De atención al cliente y manejo de conflictos
- De los sistemas, procesos y procedimientos

Habilidades (Saber Hacer):

- Para comunicarse y llegar al cliente
- Para detectar las necesidades del cliente
- Para ofrecer los productos y servicios del hotel
- Para manejar conflictos con el cliente
- Hacer sentir cómodo al cliente

Actitudes (Ser):

- Mis acciones
- Mis pensamientos
- Mi tolerancia a la frustración
- Mi capacidad para motivarme
- Mi forma de ser

Gestión del negocio

- Conocer los productos del hotel
- Ofrecer los productos a los huéspedes
- Entender lo que desea el huésped
- Hacer sentir cómodo al huésped
- Ser parte de la experiencia hotelera
- Hacerme el ánimo para trabajar
- Motivarme
- Controlar mi ansiedad
- Hablar con Gerentes
- Hablar con personas del sexo opuesto
- Hablar con personas mayores
- Hablar con personas de mi edad
- Hablar con gente linda
- Decir NO cuando corresponde
- Ser empático con el huésped
- Manejar conflictos con los clientes
- Resolver problemas
- Hacer mi trabajo
- Pedir ayuda a mis jefes
- Pedir ayuda a mis compañeros
- Pedir apoyo interno a otras áreas
- Hablar con clientes y dar una mala noticia
- Aprender los sistemas
- Seguir los procedimientos
- Llevarme bien con mis compañeros
- Comunicarme adecuadamente
- Buscar información

13.- Resultado 4: herramientas para el desarrollo de habilidades blandas en mundo de la hospitalidad en el mercado del turismo de negocios

Estado del resultado	Obtenido
Observación	Corresponde a un conjunto de recomendaciones orientadas a mejorar la calidad de cada establecimiento perteneciente beneficiario, incorporando procedimientos, actitudes y personal, en el ámbito de la hospitalidad en la industria hotelera y su vinculación con el trade
Métrica	Herramientas transferidas a beneficiarios

Herramientas transferidas

- Como organizar el Organigrama con relaciones funcionales, jerárquicas y de control.
- Estructura de las áreas de la organización con sus funciones.
- Requisitos y criterios de selección del personal para todas las áreas.
- Política y objetivos de satisfacción de clientes.
- Revisión de los objetivos de satisfacción al cliente.
- Protocolo general de atención de clientes.
- Procedimiento de check-in y check-out.
- Tratamiento de quejas/sugerencias con plazos de respuesta y plan de acción.
- Plan de emergencia ante contingencias.
- Procedimiento de inducción al personal nuevo con duración y responsable.
- Protocolo de atención para personas con discapacidad.

14.- Resultado 5: Herramientas para el desarrollo de habilidades blandas en mundo de la hospitalidad en el mercado del turismo de negocios

Estado del resultado	Obtenido
Observación	Corresponde al compendio de soluciones para identificar y controlar el nivel de experiencia del huésped de negocios que visita los establecimientos de las empresas beneficiarias, tanto en aspectos relacionales como operacionales.
Métrica	Herramientas transferidas a beneficiarios

Herramientas transferidas

- La comunicación efectiva (asertividad y empatía).
- Las emociones, su reconocimiento y activación.
- La comunicación persuasiva y acogedora.
- Manejo de quejas y reclamos.
- Conocimiento de los productos y servicios del Hotel.
- Características y beneficios de los servicios.
- Promoción.

15.- Resultado 6: Beneficios del revenue management: para optimizar ingresos en tiempos de e-commerce en el mercado del turismo de negocios.

Estado del resultado	Obtenido
Observación	Corresponde a las mejoras factibles de realizar en aspectos de comercialización, a través del análisis que predicen el comportamiento del consumidor en un nivel de micro-mercado.
Métrica	Beneficios transferidos a beneficiarios

Beneficios transferidos

- Como tomar decisiones sistemáticas sobre la disponibilidad de tarifas.
- Realizar análisis cuantitativos para la oferta diaria y tarifas competitivas.
- Definición de estrategia, tácticas, segmentación, estructura de tarifas para el RM.
- Definición de políticas y procedimientos consistentes (ej. Reuniones).
- Diseño de pronósticos de la demanda que enfrenta el hotel.

16.- Resultado 7: Soluciones para mejorar la gestión comercial de hoteles en el mercado del turismo de negocios.

Estado del resultado	Obtenido
Observación	Corresponde a un conjunto de soluciones que permiten elevar la gestión comercial en el turismo de negocios y la industria hotelera de tercera generación.
Métrica	Soluciones transferidas a beneficiarios

Soluciones transferidas

- Factores de comercialización, que permita reunir prestaciones dispersas para formar un paquete flexible y fácilmente integrable en el viaje de negocios.
- Como influir en el tiempo libre que viajero de negocios dispone para sí.
- Asociatividad con diversos actores económicos, como aeropuertos, líneas aéreas y servicios de transporte terrestre, hoteles, centro de congresos y servicios de apoyo al turismo.
- Prolongación en los hoteles, de los horarios de entrada y salida.
- Creación de nuevos centros empresariales, con instalaciones auxiliares propias de la actividad empresarial, para poder realizar transacciones las 24 horas. al día (Habitaciones de Negocios).
- Atraer a los agentes de negocios especializados en la gestión de viajes de negocios.
- Desarrollo del “turismo de aeropuerto”.
- Organización de convenciones y otros encuentros. En crecimiento, los encuentros pequeños, de organización más simple y rápida.
- Adaptación de hoteles convenciones y/o vacacionales en centros de conferencias combinando las prestaciones de existentes con las facilidades que necesita el mundo empresarial.
- Conocer los diferentes segmentos de mercado y canales de venta asociados.
- Conocer en detalle cada canal y los costos asociados de distribución.

17.- Resultado 8: “Técnicas de marketing estratégico para empresas hoteleras en el mercado del turismo de negocio”

Estado del resultado	Obtenido
Observación	Corresponde a técnicas para facilitar los procesos de marketing en la industria hotelera, incluyendo aspectos de segmentación, diferenciación y marca, usos de sistemas de información eficaces en marketing y ciclo de vida del cliente de negocios que visita la Región Metropolitana.
Métrica	Técnicas transferidas a beneficiarios

Técnicas transferidas

- Decisiones de Posicionamiento.
- Decisiones de Portafolio.
- Decisiones de Producto.
- Decisiones de Logística.
- Decisiones de Impulsión.
- Decisiones de Precio.

- Inversión en excelencia profesional.
- Empleo de Nuevas Tecnologías.
- Reutilización de recursos y sinergias.
- Marketing Uno a Uno.
- Alianzas estratégicas.
- Prospección y segmentación.

18.- Conclusiones

El Programa de Difusión Tecnológica para Fortalecer el Turismo de Negocios en las pymes pertenecientes a Hoteleros de Chile de la Región Metropolitana permitió apoyar el desarrollo competitivo de una de las principales industrias de nuestro país que se mantiene en constante desarrollo y requiere de innovadores proyectos de gran potencial, aportando año a año al PIB y estimulando la generación de empleo en la región.

Los objetivos y actividades del programa ejecutado, apuntaron a combinar desarrollo económico con competitividad, mejorando la propuesta de valor de las experiencias turísticas, capaces de satisfacer las expectativas de la actual y potencial demanda relacionada al turismo de negocios que visita la Región, segmento que dentro de la industria de los viajes, ha registrado un enorme crecimiento en el últimos años a nivel global.

Cabe destacar que la Región Metropolitana, se encuentra en una situación de frontera para potenciar la actividad productiva en torno a la industria turística, por lo que el proyecto ejecutado vino a mejorar las condiciones para que los negocios hoteleros locales alcancen el anhelado desarrollo productivo capaz de ser comercializado.

Es así como, se transfirieron tecnologías, soluciones, herramientas y técnicas que permitieron comprender que la comercialización turística va más allá del marketing y la venta, es una estrategia de negocio que debe nutrirse del entorno físico y los aspectos de gestión para hacer más placentera la visita de los huéspedes.

En cuanto a tecnología, el proyecto se orientó a STAT Global Report, la cual de origen inglés permite gestionar el acceso a información del mercado de turismo de negocios, con el objeto de incorporar indicadores serios a futuras inversiones y planes de acción, además de Hotels Quality, la cual de origen español, permite capturar las “No Conformidades” de los huéspedes Corporativos, con el objeto de contar con información del servicio que otorgan los establecimientos hoteleros en tiempo real y a través de varias plataformas (Email, Smart TV, Tablet, o incluso mediante el acceso a Wifi).

Sumado a lo anterior, se habló de la gestión de la experiencia del huésped de turismo de negocios que visita los establecimientos hoteleros de la Región Metropolitana requiere de un enfoque tanto en aspectos relacionales como operacionales, y es ahí donde los esfuerzos para mejorar la hospitalidad en el servicio es un enfoque importante a tener en cuenta en la gestión, y que seguramente se deberá seguir profundizando en el futuro.

En definitiva, el proyecto logró incorporar conocimientos de vanguardia en 30 empresas beneficiarias hoteleras, produciendo una mejora en su propuesta de valor en el Turismo de Negocios (Corporativo y Reuniones & Eventos), logrando optimizar la oferta de servicios turísticos de pernoctación, cumpliendo a cabalidad los objetivos planteados desde un inicio.