

Pronostican cierre positivo en 2019 para turismo corporativo

Escrito por Redacción

Martes, 15 de Octubre de 2019 18:08 -



Con más de 1.8 millones de turistas que llegaron al país en el primer semestre del 2019, Colombia mantiene su atractivo como destino de moda para los extranjeros por su amplio portafolio turístico; entre ellos, el segmento corporativo porque el país es sede de numerosos congresos latinoamericanos y cuenta con oficinas clave en la región para compañías multinacionales.

Para Cedric Nubul, gerente del hotel Hilton Bogotá, consolidar el buen año del turismo en el país tiene aún dos grandes retos. “El más importante tiene que ver con la realidad que vive la economía internacional, influida por los aspectos geopolíticos, y Colombia no es inmune a ellos. Estas variables marcarán el comportamiento del turismo corporativo en este cierre del 2019”, señaló.

El otro reto fundamental que menciona Nubul es “ser relevante, creativo e innovador. El mercado en Colombia es muy competitivo, la oferta es amplia y buena. Solo con innovación constante se puede marcar diferencia”.

Las cifras evidencian que dentro del comportamiento general del turismo en Colombia, el segmento corporativo es vital. Esta categoría posibilita el desarrollo de actividades profesionales grupales a gran escala y potencia el desarrollo de la oferta de otros mercados, porque con la llegada de los visitantes se favorece el comercio, los restaurantes, los lugares turísticos y en general toda la oferta turística ciudad-país.

Prueba del desarrollo de Colombia en los últimos años, por ejemplo, Bogotá se consolidó en

Pronostican cierre positivo en 2019 para turismo corporativo

Escrito por Redacción

Martes, 15 de Octubre de 2019 18:08 -

2019 como 'Destino Líder de Reuniones y Conferencias en Suramérica', según la última calificación del World Travel Awards, conocidos como los 'Oscars del turismo'.

Además, en el mismo ranking, el Hilton Bogotá fue galardonado por tercer año consecutivo como el 'Mejor Hotel de Negocios en Colombia'.

“La consistencia es la mayor fortaleza de nuestro hotel. No se puede caer en la zona de confort. Hacer las cosas bien un mes, dos meses y luego fallar. La búsqueda permanente de la excelencia tiene que abordar todas las áreas, desde el servicio al cliente y su experiencia hasta los departamentos financieros y de recursos humanos”, explicó Nubul.

Negocios más experiencias locales

La demanda turística en el país no solo ha requerido mejoramiento de infraestructura, sino ha permitido y promovido una diversificación de la capacidad hotelera, que cada vez más se especializa en dar respuesta a las necesidades puntuales de los viajeros.

De acuerdo con el directivo, los hoteles corporativos tienen el desafío de ofrecer experiencias locales, tanto en descanso como en el desarrollo de actividades profesionales y de negocio.

Es un consenso en la industria que se debe brindar una experiencia de estadía que permita disfrutar planes relacionados con la ciudad o con la localidad y que aporten enriquecimiento social o cultural. De esta manera, generar una expectativa en los visitantes que permita que la persona quiera volver a hospedarse en el lugar.

“Aunque la industria turística esté bien posicionada, es importante seguir trabajando para afrontar los retos que se presentan diariamente y que son cada día más difíciles de manejar en un sector tan dinámico como lo es el turismo corporativo en nuestro país”, puntualizó Nubul.

(Con información de Portafolio.co)