



**Casos de Estudio  
y Aprendizaje basado  
en problemas  
2018**

**HOTEL RADISSON**

Marketing y Publicidad – Ingeniería Comercial  
Mónica Arauco U.



**El material contenido en este documento, tiene intenciones netamente académicas.**

**Algunos de los datos pueden haber sido modificados con fines didácticos.**

**La información de empresas que se recoge en este documento, corresponde en la mayoría de los casos a fuentes públicas, tales como prensa escrita, informes, sitios de internet y fuentes primarias.**

**Se reconoce plenamente que algunos párrafos e imágenes pueden ser de autoría de terceras personas.**



# Radisson Hotel

“La historia de Radisson® se remonta a 1909, cuando se inauguró el primer hotel Radisson, cuyo nombre se debe al conocido explorador francés **Pierre Radisson**, en Minneapolis. En 1962, el hotel Radisson fue adquirido por Curt Carlson, un hombre de negocios y empresario de Minneapolis. Carlson adquirió fama nacional en los 40 y 50 a través de su exitosa Gold Bond Stamp Company, pionera en el concepto de **programas de fidelidad para clientes.**” (GBSC, 2016)

La cadena Radisson es una de las cadenas de alta gama más antiguas de Estados Unidos, su estrategia de crecimiento en un momento fue tan intensa que se agregaban hoteles a la cadena a una tasa cercana a un hotel por semana. Actualmente, Radisson cuenta con más de 150 hoteles en el mundo. (scribd, 2018).

Hace un tiempo, se anunció que la cadena hotelera Radisson abriría un Hotel Santa Cruz. La propiedad está situada en Avenida Segunda #4 Colinas del Urubo en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia. Al respecto, Javier Rosenberg, Director de Operaciones de Carlson Rezidor Hotel Group Americas, dijo: “La marca Radisson continúa expandiéndose en Latinoamérica como uno de los mayores operadores de la región, y estamos más que satisfechos de darle la bienvenida a nuestro portafolio a este espectacular hotel,”.

Ivan Perez, gerente del Hotel recalcó el “compromiso de ofrecer un elevado nivel de hospitalidad y servicio”. El hotel en Santa Cruz, cuenta con 210 habitaciones y suites todas con vistas a la ciudad. Cada habitación cuenta con cama de lujo y decoración contemporánea, Wi-Fi gratuito y televisiones de pantalla plana. Las suites cuentan además con salas de estar y bañeras con de hidromasajes. Los huéspedes del Piso Ejecutivo tienen acceso al Salón Vip, con desayuno de cortesía, café, té, bebidas y snacks durante la tarde. (Radisson, 2018)

Al llegar al Hotel, el primer impacto para los huéspedes es la decoración moderna y exclusiva. Además tanto los huéspedes, como personas que no están alojadas en el hotel pueden disfrutar de desayuno, almuerzo y cenas en el Restaurant Cook’s, que ofrece deliciosos platos peruanos y de cocina internacional a cargo del reconocido Chef Pablo Anastacio.

Los huéspedes, cuentan con acceso a diferentes servicios como Spa, baño de vapor, baño turco, piscina climatizada con vistas a la ciudad, moderno Fitness Center y Wi-Fi gratuito. El hotel cuenta también con estacionamiento propio.

Uno de los servicios más importantes del hotel tiene que ver con la organización de eventos, para ello cuenta con casi 642 metros cuadrados de espacio flexible para eventos incluyendo sus elegantes salones. El programa de eventos, se conoce como “Meetings Success<sup>SM</sup>” y, su filosofía es garantizar que todos los eventos, sin importar lo grandes o pequeños que sean, funcionen como un reloj desde



el principio al final. Con la dedicación de Radisson de prestar el servicio **Yes I Can!<sup>SM</sup>**, se pretende garantizar el éxito de los eventos. Sobre estos servicios, la empresa se compromete a:

- Respuesta en el mismo día a su solicitud de información
- Garantía de satisfacción total
  - O, si hay algo con lo que no está completamente satisfecho, notifíquenoslo durante el evento y lo resolveremos o no le cobraremos.
- Herramientas que le ayudan a planificar el evento adecuado.
- Posibilidad de acumular puntos para los próximos eventos con **Club Carlson for Planners**

Sobre la política de servicio general, el portal web del hotel dice lo siguiente:

“Radisson® es sinónimo de niveles sobresalientes de servicios y confort con un estilo de excelencia. Hoy brindamos aún más servicios para asegurarnos de mantener nuestra posición en la avanzada de la industria hotelera actual y futura. Nuestros hoteles están orientados al servicio, son responsables, social y localmente conectados y demuestran una actitud moderna y atenta en todo lo que hacemos. Nuestro objetivo es ofrecer nuestro excelente servicio, comodidad y estilo **Yes I Can!<sup>SM</sup>** donde se nos necesite.

Siempre con una actitud positiva, una sonrisa y profesionalismo, es el personal lo que distingue a Radisson. Cada integrante del equipo se dedica a brindar la hospitalidad **Yes I Can!<sup>SM</sup>** - la pasión por asegurar todo el bienestar y la satisfacción de cada huésped en particular. Imaginativos, comprensivos y realmente empáticos con las necesidades del viajero moderno, son personas que tienen la misión especial de brindar la excepcional Atención más esmerada”

El Mundo de Radisson tiene una gama de características específicas adaptadas a las necesidades de viajeros ocupados. Es un conjunto de herramientas táctiles de comunicación, atributos físicos y servicios disponibles a toda hora para el cliente que convierten a Radisson en la marca líder de hoteles de servicio completo del mundo. “Es cuestión de tratar a cada huésped de la manera que espera y merece que lo traten”.



La atención más esmerada aplicada a cada aspecto de la experiencia Radisson es lo que permite alcanzar niveles tan altos de servicio y mantenerlos. Desde el primer momento, es evidente que los huéspedes descubren Radisson al llegar a la puerta de entrada bajo el logo que nos distingue.

Analizando algunos datos del entorno, el INE las empresas que brindan servicio de hotelería y hospedaje en Bolivia, entre 2014 y 2015, se han incrementado de 1.293 a 1.381. Este crecimiento también se ha registrado en otros puntos como el número de habitaciones, 28.256 en 2014 a 29.809 en 2015, y en lo referente al número de camas las mismas han subido de 46.216 a 48.719 en los últimos dos años.



Para Armando Porcel, un analista económico, el incremento de la infraestructura hotelera, incluido el tema camas y habitaciones, es una muestra importante de que el flujo migratorio tanto externo como interno ha ido subiendo con el transcurrir del tiempo. "Es un aporte importante hacia la balanza comercial, porque no solamente es la industria hotelera la beneficiada, sino que también tenemos el tema del transporte, la demanda de los restaurantes y hasta el comercio de artesanías", agregó.

Por su parte, Hermán López, presidente de la Cámara Hotelera de Santa Cruz, indicó que el aumento de la industria hotelera es positiva, pero agregó que además del encarecimiento formal también existe mucha competencia desleal en negocios que abren de manera ilegal. Manifestó que la informalidad no solo debería preocupar al sector hotelero, sino en general. "En el caso de los hoteles, hay un fenómeno nuevo que debería ser investigado. El mismo se da cuando los propietarios de casas y departamentos, alquilan espacios en régimen de hotelería a través de portales en internet", informó el representante del sector. (El Día, 2017)

Una de las plataformas a las que hace referencia López es, Airbnb que es plataforma de software dedicada a la oferta de alojamientos a particulares y turísticos. El nombre es un acrónimo de *airbed and breakfast* (colchón inflable y desayuno). Airbnb tiene una oferta de unas 2.000.000 propiedades en 192 países y 33.000 ciudades. Desde su creación en noviembre de 2008 se realizaron 10 millones de reservas.

Así mismo, el analista económico, Darío Monasterio, agregó que se están presentando proyectos hoteleros grandes donde habrá un aumento de la oferta. "Me parece que para que estos puedan prosperar, va a ser muy importante que el Gobierno pueda dar señales de certidumbre, de seguridad jurídica y del cumplimiento de leyes y normas en el país. Porque al final de cuentas las personas dicen: "yo no voy a ir a un país donde las normas no están claras", por eso se debe mandar un mensaje de paz porque se tiene un país hermoso para conocer y explorar", complementó.



En un reporte de la Cámara Hotelera cruceña, se indica que nunca se ha rebalsado la capacidad hotelera en Santa Cruz de la Sierra, "por ejemplo, el promedio de personas en establecimientos tipo hostel y residenciales está en 35%, en tanto para el segmento de hoteles cuatro a cinco estrellas el mismo pasa del 65%. Luego para fenómenos como la Feria Exposición, las cifras llegan al 70% en residenciales y 85% en hoteles"

**Cuestiones del caso:**

1. Describa la cartera de productos de Radisson
2. ¿A qué tipología de producto corresponde Radisson?
3. ¿Cómo está compuesta la cartera de servicios del hotel?
4. ¿Cuál es la importancia de la variable "evidencia física" en este tipo de empresas?
5. ¿Cuál es la estrategia de precios de Radisson?
6. Haga una propuesta clara y específica sobre cómo Radisson Santa Cruz, podría manejar la variable "postventa" con clientes que visitan el restaurante del hotel (es decir personas que no se alojan en el mismo)
7. Describa la importancia de la variable "personal", en este tipo de negocios proponga un programa innovador de motivación al personal.
8. Sugiera mejoras en la variable comunicación para la empresa.
9. Para su inauguración, Radisson ha invertido 17.000 dólares en un lujoso evento al que se invitaron a autoridades y personalidades del medio, esa misma noche entre los invitados se ofrecieron paquetes promocionales de fin de semana alcanzando un total de ventas de 60.000 dólares, calcule el retorno de inversión del evento, sin tomar en cuenta los gastos operativos que implicará recibir a los huéspedes cuando usen sus paquetes.

**NOTA:** Tome en cuenta que todas sus respuestas deben estar **justificadas a detalle** y con **profundidad**.

