

Fecha: 31-07-2025
 Medio: Diario Financiero
 Supl.: Diario Financiero - Inserto
 Tipo: Noticia general
 Título: LAS NUEVAS DEMANDAS DE LOS VIAJEROS DE NEGOCIOS PARA LOS HOTELES

Pág.: 6
 Cm2: 634,0
 VPE: \$ 5.617.908

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: ☐ No Definida

LAS NUEVAS DEMANDAS DE LOS VIAJEROS DE NEGOCIOS PARA LOS HOTELES

Internet veloz, servicios digitales, mayor autonomía y soluciones sostenibles son algunos de los atributos que buscan los ejecutivos en sus hoteles y alojamientos cuando están viajando por trabajo.

Miles de ejecutivos viajan periódicamente a otras ciudades o países, ya sea para cerrar nuevos negocios, asistir a eventos, participar en conferencias o seminarios, atender eventos motivacionales, acudir a reuniones con clientes y/o proveedores o asistir a programas de capacitación.

El turismo corporativo representa un importante segmento de la industria turística. Global Business Travel Trends Report proyectó que, en 2024, los viajes de negocios internacionales alcanzarían más de 220 millones a nivel mundial. Y, según las previsiones más recientes de la Global Business Travel Association, en 2025 el gasto en esta industria alcanzaría la cifra histórica de US\$ 1,57 billones (millones de millones).

Los desafíos y oportunidades de esta industria son tan grandes como cambiantes: si bien se trata de pasajeros que gastan más dinero (en comparación con los viajes por placer), también son personas con requerimientos claros y menor flexibilidad.

La presidenta ejecutiva de Fedetur, Mónica Zalaquett, precisa que el viajero de negocios es cada vez más exigente y diverso. "Hoy prioriza la ubicación estratégica, cercana a centros de reuniones o zonas empresariales, y demanda conectividad digital de alto nivel, con wifi rápido, espacios de cowork y puntos de carga".

El subgerente de productos y

servicios terrestres de Travel Security, Nelson Albornoz, coincide con este diagnóstico y añade que hay varios aspectos a considerar a la hora de satisfacer a este tipo de pasajeros: por una parte, son personas que valoran servicios como el check in digital y arriendo de autos para hacer más expeditos sus procesos de llegada, pero también valoran que servicios como el internet de alta velocidad, salas de reuniones, lavandería, buen servicio de alimentación y seguridad estén previamente validados.

Tendencias

Albornoz explica que, cada vez más, estos clientes están tomando decisiones en base a un criterio de sostenibilidad. "Tenemos muchos clientes que solicitan derivar sus reservas hacia proveedores que cumplen con este requisito", indica.

El gerente corporativo y alianzas de Cocha, Juan Pablo Amenábar, destaca otra tendencia creciente en este segmento: la incorporación progresiva de apart hoteles y alojamientos alternativos en las preferencias de

US\$ **2**
BILLONES
 ALCANZARÍA EL GASTO EN VIAJES DE NEGOCIOS EN 2029, PROYECTA LA GLOBAL BUSINESS TRAVEL ASSOCIATION (GBTA).

US\$ **1.128**
 ES EL GASTO PROMEDIO POR VIAJE CORPORATIVO, SEGÚN LA GBTA.

Chile como destino de negocios

Según información de Fedetur, durante 2024 se realizaron 98 congresos internacionales en el país, posicionando a Chile como el cuarto destino más activo de Sudamérica en el segmento MICE (reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones, por su sigla en inglés), solo detrás de Brasil, Argentina y Colombia.

Santiago, en tanto, ocupa el tercer lugar a nivel continental entre las ciudades con más eventos internacionales, según el ranking ICCA. "Esta consolidación refleja el salto competitivo que hemos dado como país, y el potencial que tenemos para seguir creciendo en este ámbito", comenta al respecto la presidenta ejecutiva de Fedetur, Mónica Zalaquett.

algunas empresas, especialmente en casos de estadías extendidas o viajes que requieren mayor autonomía.

"Identificamos que ciertos perfiles de viajeros —como ejecutivos en proyectos temporales o

equipos desplazados por varias semanas— valoran cada vez más las ventajas que este formato ofrece", aclara Amenábar, en particular en lo relativo a la disposición de espacios multifuncionales y equipados que permiten mantener rutinas personales sin perder funcionalidad profesional (cocina, zonas de trabajo, áreas comunes más amplias), una relación costo-beneficio más atractiva para estadías medianas o largas, y mayor sensación de autonomía y confort.

Considerando aquello, Mónica Zalaquett pone de relieve que nuevos actores están ganando terreno, con ofertas que se centran en la flexibilidad de estadías, precios diferenciados y espacios adecuados para largas permanencias. "Plataformas como Airbnb for Work y operadores de apart hoteles están captando a startups, pymes y profesionales jóvenes, que buscan ambientes informales y compatibles con el trabajo remoto. Además, han ampliado su oferta con servicios como limpieza periódica, atención personalizada y convenios corporativos", asegura la presidenta ejecutiva de Fedetur, y subraya que por esta razón "es fundamental avanzar en una normativa que los regule, fiscalice y obligue a su formalización a través del registro de Sematur".