

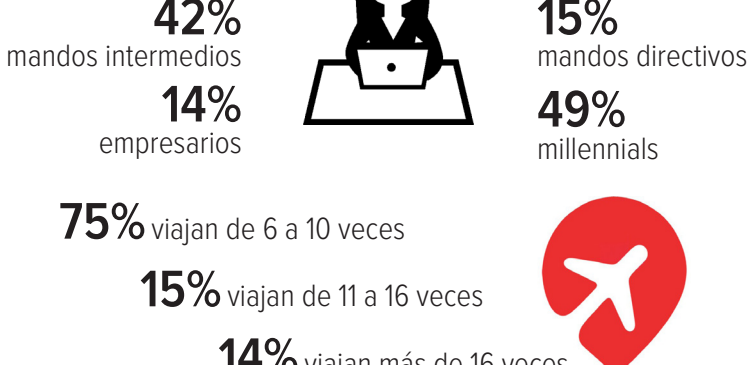
# COMO SE COMPORTAN LOS VIAJEROS DE NEGOCIOS



Los viajeros de negocios son un mercado muy atractivo para los hoteles ya que, a diferencia del cliente vacacional, la demanda se extiende durante todo el año a la vez se trata de un cliente cuyo viaje responde a un objetivo establecido.

Sin embargo, esto no significa que estos clientes sean sencillos. Hay muchas variables que consideran a la hora de hacer una reserva en un hotel, todos ellos basados en la eficiencia, conveniencia y calidad.

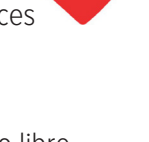
## Perfil del viajero corporate



75% viajan de 6 a 10 veces

15% viajan de 11 a 16 veces

14% viajan más de 16 veces



93% disfruta en sus viajes de negocio

Les gusta disfrutar de su tiempo libre



con experiencias culturales



probando buenos restaurantes



practicando deporte

81% prefieren programas de fidelización que les recompensen con experiencias

18% con puntos o millas

## Criterio para la selección del hotel

(escala de importancia de 1 a 10)

7,3/10

ubicación céntrica



7,9/10

proximidad al lugar de reunión

6,9/10

qué sea de una cadena conocida

6,7/10

que tenga más de 4 estrellas

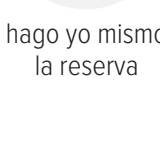
6,2/10

que sea del club de fidelización al que pertenece



El 60,4% otorga mucha importancia a la opinión de los viajeros

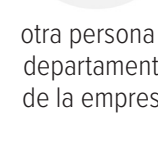
## Poder de decisión en la reserva



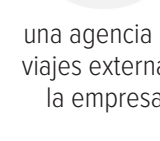
hago yo mismo la reserva



elijo el hotel, pero lo gestiona la empresa



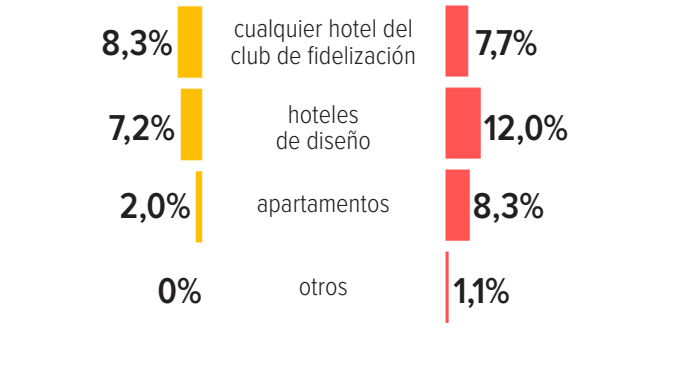
otra persona o departamento de la empresa



una agencia de viajes externa a la empresa

## Reservas por tipología de alojamiento

negocios VS placer



## Uso del móvil en viajes de negocio

71%

compartir sus experiencias en RRSS

75%

dejar comentarios y valoraciones



71%

organizar el viaje a través de apps

68%

reserva transporte a través de una app



78% estaría dispuesto a compartir sus hábitos de consumo para recibir servicios personalizados a través de notificaciones del móvil

## Programas de fidelización



forman parte de un programa de fidelización

43%

forman parte de 2 programas

11%

forman parte de 3 programas

58%

son programas de grandes cadenas



El 37% no están del todo satisfechos con su programa de fidelización

## ¿Qué valoran más de un programa de fidelización?



47%

ganar dinero inmediato



41%

desayuno gratis o upgrade



20%

descuentos en comida o wifi gratis



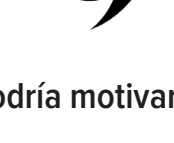
32%

Netflix

Del 41% que no forma parte de un programa de fidelización, ¿por qué no lo hacen?

23%

opina que es muy complicado conseguir beneficios



47%

ofrecen poca variedad de hoteles

## ¿Qué les podría motivar para unirse?

75%

incentivo económicos

45%

recomendación de un amigo

51%

recomendación en la recepción

