LA EVOLUCIÓN DEL HOTEL: ESPACIO DE CONVIVENCIA Y OASIS DE SEGURIDAD

El hotel ya poco tiene que ver con aquel espacio donde se dormía por trabajo: ahora son lugares en los que sentirse mejor que en casa o la oficina, que ofrecen constantes posibilidades de *networking,* que se ofrecen como experiencias y, en los que se convive con otros huéspedes mientras todo camina hacia el *contactless.*

Por **Vincent Richeux**

Antes de la pandemia, privatizando para un grupo un hotel completo, o un ala de un establecimiento, no se buscaba crear una burbuja sanitaria. Por eso, si bien el alquiler total no es nada nuevo en el sector MICE, los motivos sí lo son. Muchas empresas están encontrando una alternativa satisfactoria a esta opción incluyendo en su demanda que el personal ofrezca todas las garantías de no ser portadores de Covid-19.

Se llega incluso a solicitar que los empleados no abandonen el recinto mientras los participantes en un congreso, convención o incentivo se encuentren en él. Y, en caso de desplazarse, que las personas dedicadas al transporte o la visita de espacios no tengan contactos fuera del grupo mientras dure la operación.

La pandemia llegó en un momento en el que los hoteles empezaban a ofrecer exactamente lo contrario: que sus establecimientos fuesen espacios abiertos a los visitantes y la población local donde interactuar, vivir experiencias culinarias, disfrutar de panoramas desconocidos para los propios habitantes... por eso el varapalo fue, si cabe, más fuerte para marcas que estaban empezando a hacer de la convivencia su razón de ser.

La evolución del hotel

Sin embargo, con las restricciones derivadas del Covid-19 se desarrollaron nuevos conceptos que, si bien no compensan en ningún caso la falta de visitantes, han servido para que muchos hoteles generasen ingresos vitales para su subsistencia, principalmente alquilando habitaciones como espacios de trabajo u ofreciéndolas como residencia a los nómadas digitales.

Y no solo para ellos, sino para todo aquel que buscase durante un tiempo cambiar de aires en tiempos de confinamiento trabajando de manera remota. Solo en España el año 2020 terminó, según datos de Randstat en base a la información generada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), con 1,9 millones de trabajadores realizando sus tareas en remoto, lo que significa que cerca del 10% de la población activa del país estaba teletrabajando. La mayoría de ellos tiene entre 25 y 45 años.

Este es el argumento de venta de cadenas como Selina Hotels. Su concepto **Selina CoLive** ofrece la residencia en sus habitaciones y el uso ilimitado de sus áreas comunes como espacios de *co-working* con buena conexión a Internet.

El cliente adquiere una suerte de bono mensual que se puede consumir hasta en tres hoteles diferentes del grupo. La duración del bono, que incluye desde 30 noches a 180 noches, es en su versión más corta de cuatro meses y cada estancia debe incluir al menos tres noches.

Este bono incluye la limpieza semanal de la habitación, sesiones diarias de *wellness online* y descuentos en restaurantes y actividades en el destino elegido. El grupo, nacido en 2015 en Panamá en un destino para adeptos al *surf*, ofrece hoteles de diseño muy enfocados al público *millennial* en un total de 85 establecimientos en 20 países.

Hotel Selina La Fortuna (Costa Rica)

El 50% de sus habitaciones se destinan a estos programas "por suscripción". La cadena presume de su programa Selina Gives Back, un plan de voluntariado integral para personal, clientes y habitantes de la zona que incluye desde impartir clases a la comunidad o ayudar en la mejora de infraestructuras.

Las continuas posibilidades de hacer *networking* forman parte de los atractivos de estos hoteles en los que el resto de personas son más vistos como colegas que como huéspedes.

Hotel-oficina

La pandemia no hizo sino acelerar y extender el concepto ideado por Selina. El año pasado Meliá fue uno de los grupos hoteleros que comenzó lanzando **Day Stay**, una propuesta de teletrabajo desde las habitaciones de sus hoteles urbanos, ofreciéndolas como oficinas durante el día.

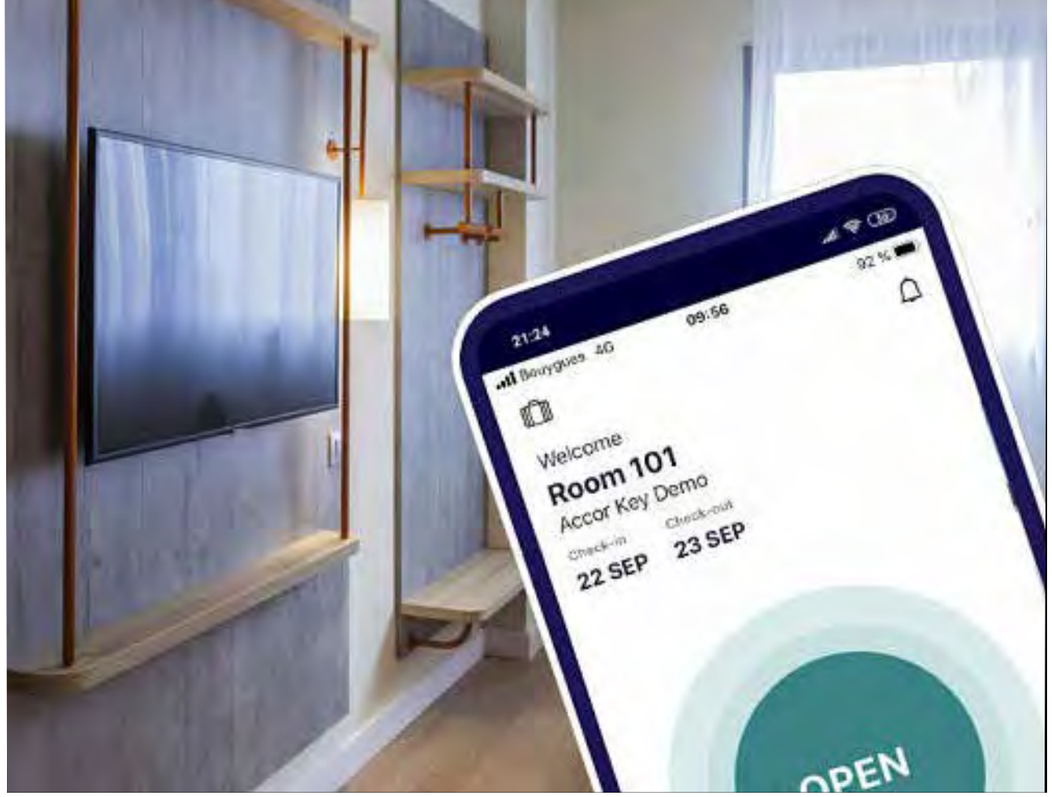
El paquete, que de momento continúa activo, incluye durante el día (de 8 a 20h) *Wi-Fi* ilimitado de alta velocidad, *kit* de protección con mascarilla y gel hidroalcohólico, botella de agua de cortesía, café y té, *fitball*, servicio de impresión y un descuento del 10% en los restaurantes del hotel.

Además, el cliente tiene acceso de manera gratuita a la piscina y el gimnasio y, con cargo adicional, puede hacer uso del servicio de habitaciones, lavandería, minibar, aparcamiento o *transfer.*

Del Day Stay se llegó al **Long Stay Workation**, que propone combinar trabajo y vacaciones en sus *resorts* alojándose en habitaciones con balcón y/o terraza. La estancia incluye los mismos servicios del Day Stay además de acceso a gimnasio, piscinas, *rooftops* y el calendario de actividades del hotel.

Si bien aún no se puede contabilizar cuánta gente habrá pasado del trabajo presencial al teletrabajo una vez se supere la

Ya en 2015 había surgido un nuevo concepto de hotel "por suscripción", según el cual el huésped adquiere un bono de noches que consume a su gusto en los establecimientos de su elección



pandemia, nadie discute que el porcentaje será mucho mayor que antes de la misma, cuando solo el 4,8% de los trabajadores no acudía a una oficina.

Digitalización acelerada

Ya en 2018 llegaron al mercado productos que demostraban la apuesta de los hoteles por una digitalización que va más allá de abrir la puerta de la habitación con el *smartphone*. **NH Hotel Group** lanzó **FASTPASS**, que incluía *check-in* y *check-out online* y, como gran novedad, el servicio Choose your room a través de la web o una *app*.

> Accor espera instalar la tecnología Accor Key, que permite abrir y acceder a habitaciones, salas y ascensores mediante el teléfono, en el 50% de sus habitaciones los próximos cinco años

De este modo el huésped ya podía personalizar su estancia seleccionando vistas a interior o exterior, el tamaño de la cama, bañera o ducha. Si eliges con antelación, garantizarás tener una habitación donde poder disfrutar de todas las comodidades que valoras en casa. También acceder al plano del hotel para elegir la ubicación de su habitación.

A raíz de la pandemia, el hecho de ofrecer servicios sin contacto se convirtió en la única manera de garantizar al máximo la seguridad sanitaria en aquellos hoteles que permanecieron abiertos. No solo en cuanto al pago: la extensión del registro y salida *online* es algo que los clientes profesionales ya dan por hecho.

Según un estudio de Deloitte, el 60% de los potenciales huéspedes prefiere alojarse en hoteles que ofrezcan el *check-in* sin contacto, un porcentaje que según la consultora aumenta cuando se trata de viajeros frecuentes.

En esta línea, el pasado mes de febrero **Accor** lanzó **Accor Key**: el viajero recibe la llave de su habitación virtualmente una vez descargada una aplicación de llave digital. De este modo pueden acceder a las habitaciones, las salas de reuniones y utilizar los ascensores utilizando el *smartphone*. Mediante la ubicación del cliente, al salir del hotel la llave móvil se desactiva automáticamente.

El objetivo del grupo hotelero francés es haber instalado esta tecnología en el 50% de sus habitaciones en los próximos cinco años.

Más contacto humano y más *contactless*

Los hoteleros se esfuerzan por hacer de sus establecimientos lugares donde favorecer el contacto humano, ya sea entre los huéspedes, o entre éstos y la comunidad en la que se encuentre el hotel, sin renunciar a un abanico de servicios cada vez más amplio "con contacto cero".

> Los hoteleros se esfuerzan por hacer de sus establecimientos espacios "más humanos" sin renunciar a un abanico cada vez más amplio de servicios "con contacto cero"

El contacto cero no solo genera sensación de seguridad sanitaria. Según Deloitte el 16% de los viajeros profesionales considera que debería ser obligatorio en relación a aspectos como el registro o el *check-out*. La reducción de los tiempos de espera es el primer, y más valorado, efecto.

También supone una ventaja para los establecimientos, que pueden controlar mejor los accesos y servicios asociados a la estancia, así como registrar las preferencias de cada cliente de tal modo que se le pueda ofrecer una experiencia más personalizada en la próxima ocasión. La rapidez y comodidad en el momento de pagar la estancia es otra de las ventajas que conlleva la digitalización.

El servicio de habitaciones cada vez consiste menos en una llamada y una persona que entra en la habitación a depositar la comida seleccionada. A través de una *app*, el viajero elige sus platos y puede consultar el tiempo restante hasta que su petición se encuentre en la puerta de su habitación.

Hoteles "burbuja"

Antes de la pandemia este tipo de hoteles eran auténticas esferas transparentes que se ofrecían para incentivos. En ellas se puede desde dormir suspendido en una montaña, como en el Valle Sagrado de Perú, o disfrutar del cielo estrellado cerca de Madrid o en el corazón de la Patagonia.

La OMT alertó en 2020 del peligro que conlleva la proliferación de uso de plásticos como consecuencia de la pandemia y lanzó la Iniciativa Mundial de Turismo y Plástico

Ahora con esta apelación se denomina a los hoteles privatizados, completamente o por zonas según las características del establecimiento, para que los grupos no se crucen con personas ajenas en un intento de cuidar al máximo a los asistentes. La necesidad de ofrecer tranquilidad a los grupos ante el miedo a los contagios está dando alas a estos alquileres completos, incluyendo en ocasiones el personal dedicado en exclusiva durante todo el evento.

Esta es una opción que encarece el presupuesto, pero asegura la serenidad de organizadores y asistentes. Ya se han dado casos de programas de varios días en los que el personal de transporte también convive únicamente con los participantes en la convención o incentivo.

De este modo el hotel se convierte en un pequeño mundo, completamente adaptable a la operación, que ejerce de universo propio para la empresa y sus invitados, acentuándose la sensación de convivencia sin renunciar a la tranquilidad.

Si bien esta oferta no tiene nada de novedoso, son muchos los complejos que ahora más que nunca ofrecen a sus clientes disponer completamente de una parte de sus instalaciones, incluso ofreciendo en exclusividad una parte de la playa para el disfrute de los asistentes o la organización de actividades de *teambuilding*.

Sostenibilidad *vs* pandemia

La Organización Mundial del Turismo (OMT) alertó en 2020 del peligro que conllevaba el aumento del uso de guantes, mascarillas, botellas de gel desinfectante, mamparas de protección y porciones individuales empaquetadas en los bufés.

En consecuencia, nació la **Iniciativa Mundial de Turismo y Plásticos**, liderada por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP) y la OMT, en colaboración con la Fundación Ellen MacArthur. Contaba en diciembre de 2020 con 46 entidades signatarias e incluye una lista de recomendaciones. Entre ellas se propone crear procedimientos de limpieza y desinfección que estimulen la adopción de modelos de reutilización o evaluar el uso de envoltorios y artículos de plástico inevitables, analizando la posibilidad de recurrir a materiales reciclables.

La reducción de los *amenities*, de tal modo que solo se ofrezcan cuando el cliente lo requiera, implicando a los huéspedes en el compromiso, o una utilización más responsable de productos químicos para la limpieza, también forman parte de las sugerencias.

Son muchos los hoteles que han optado por envolver el mando a distancia en *film* transparente. Tal y como alerta la OMT, "no es una medida de desinfección, por lo que un doble envoltorio, además de ser un derroche de recursos, genera una falsa sensación de seguridad o protección a los consumidores".

No obstante, la pandemia está generando algunas consecuencias positivas en cuanto a los desperdicios generados por el departamento de Alimentos y Bebidas. El aumento de servicios de cocina ante el cliente gracias a los bufés híbridos ha contribuido, tal y como se confirmó en el I Congreso de F&B Hotelero, en una reducción de la cantidad de comida desperdiciada. El cliente se ajusta más fácilmente a disponer en su plato de aquello que está dispuesto a comer.

En cuanto a los platos, la cubertería y la cristalería, se recomienda que se limpien y desinfecten debidamente, alentando el uso de piezas reutilizables en lugar de las de un solo uso.

El grupo hotelero Accor es uno de los firmantes de la iniciativa y se ha comprometido a eliminar todos los ítems de plástico de un solo uso en habitaciones, áreas de reuniones, restaurantes y espacios comunes antes de que concluya 2022. La nueva marca Greet ya incorpora este compromiso.

La sostenibilidad también se está integrando en los proyectos de construcción y renovación. Por ejemplo, en las obras desarrolladas por Fairmont, sus hoteles incorporan llaves con filtro de agua en las habitaciones para eliminar el uso de botellas de plástico.

A pesar del varapalo que ha supuesto para los hoteles las restricciones de movilidad, los retos a los que se enfrentan darán lugar a un nuevo sector en el que convivan la ausencia de contacto con un mayor compromiso humano y medioambiental sin renunciar a la interacción. El futuro pasa por dejar de ser un oasis aislado dentro del destino para consolidarse como un reducto de tranquilidad.

El aumento de servicios de cocina ante el cliente con los bufés híbridos está generando una reducción de los desperdicios de comida ya que el cliente se ajusta más fácilmente a aquello que piensa comer