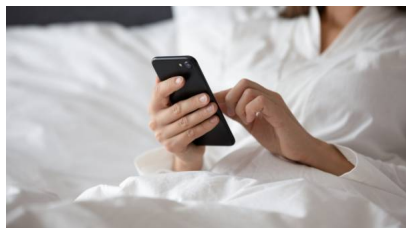


# CÓMO EL COVID-19 CAMBIARÁ EL COMPORTAMIENTO DE LOS HUÉSPEDES



Los últimos meses se han visto marcados por la crisis del coronavirus, la cual ha afectado significativamente la vida de miles de millones de personas. El turismo se ha estancado, las fronteras se han cerrado parcialmente, los vuelos han cesado en gran medida y se han implementado restricciones de viaje en todo el mundo.

Para la industria del turismo, la pandemia representa un desafío sin precedentes. Pero no se espera que estos eventos drásticos sean permanentes, y muchos expertos aseguran que la industria tiene la capacidad de reiniciarse. Los hoteleros son optimistas de diferentes maneras, pero todos están de acuerdo en que la vida cotidiana y la gestión hotelera están cambiando para dar forma a una nueva realidad en la era post-coronavirus.

En términos generales, las medidas de higiene y seguridad tendrán la mayor prioridad para los hoteleros, aunque también es importante anticipar el comportamiento de los huéspedes ante esta nueva situación y así atender sus necesidades de la mejor manera posible. Desde que nuestro día a día se ha visto transformado por el distanciamiento social, no es sorprendente ver cómo algunos servicios recuperan rápidamente su relevancia. Por lo tanto, es vital para los hoteles lidiar con lo que esto significa para servicios que se reservan con antelación.

Como vemos, el cambio en el comportamiento de los huéspedes en cuanto a servicio de habitaciones es algo que debemos analizar. Según datos de los usuarios de SuitePad recopilados en marzo de este año sobre aproximadamente 1.000 hoteles, se pueden sacar conclusiones interesantes para el futuro del sector. En ese momento, ya se reportaba un gran número de casos de COVID-19 en Europa, pero los hoteles aún permanecían abiertos.

## **Incremento en servicios a la habitación**

Los hoteles rentables tienden a no ver con buenos ojos los servicios a la habitación ya que en los últimos años ha sido extremadamente difícil ofrecer este servicio sin perder ganancias. Anteriormente, era común que se ofreciera para cumplir con los requisitos de servicio de las categorías estrellas. Pero ante la situación del coronavirus, el servicio a la habitación se volverá mucho más importante ya que el huésped pasará cada vez más tiempo en su habitación.

Debido a la menor ocupación en hoteles, el volumen total de reservas de hotel en marzo de 2020 fue menor en comparación con marzo de 2019. Pero en servicio a la habitación, vemos un aumento en pedidos del 89% con respecto al año pasado, lo que demuestra que este servicio de hotel es indispensable ante la amenaza del coronavirus. El miedo a la infección es bastante alto entre los huéspedes, y a menudo faltan alternativas debido al cierre de restaurantes y las restricciones.

Los servicios de hotel clásicos, como el servicio a la habitación, de repente tienen un gran potencial para cumplir con los nuevos requisitos y demandas. Sin embargo, esto también implica una mejor y más eficiente organización. Se espera que haya menos opciones en el servicio a la habitación, así que los hoteles deben estar especialmente preparados para un aumento en los pedidos de desayuno.

## **Ideas creativas para la oferta de desayuno**

De todos modos, replantear la oferta de desayuno será necesario para cumplir con las nuevas regulaciones de distanciamiento social. Muchos hoteles aseguran que incluso si la demanda de los huéspedes aumentara considerablemente, sería imposible operar al 100% de ocupación porque las capacidades de las salas de desayuno no cumplen con las nuevas regulaciones. Por lo tanto, diseñar una oferta creativa de desayuno sería muy beneficioso.

Una estrategia como esta ayudaría a reducir el número de huéspedes en el área de desayuno y a cumplir con los requisitos de seguridad. A su vez, no sería un desayuno clásico a la carta, lo que implicaría un menor esfuerzo del personal.

El desayuno podría ser diseñado fácilmente por el huésped como un paquete (por ejemplo, diferentes variantes de “Vegano” a “Dulces”). El pedido se haría digitalmente indicando la hora de entrega, y el personal dejaría la comida frente a la puerta al día siguiente.

Por otro lado, algunos hoteles están considerando ‘sistemas de semáforos’ donde el huésped elegiría la hora del desayuno la noche anterior y reservaría digitalmente una mesa. Con esto, se minimizaría el uso excesivo en las horas pico.

Además, se puede suponer que el comportamiento de los huéspedes también cambiará a largo plazo, o al menos hasta que haya una vacuna. Por ejemplo, algunos huéspedes evitarán quedarse en el restaurante o se abstendrán de salir del hotel.

Esto también representa una oportunidad para que los hoteleros reemplacen los ingresos obtenidos en servicios fuera del hotel por ingresos generados en el propio establecimiento. Aquellos tiempos donde las áreas de desayuno estaban abarrotadas parecen muy lejanos ahora, pero el desarrollo de la vacuna podría demorarse hasta 2021. Si los hoteles desean generar ingresos para entonces, se necesitará improvisación y adaptación.

### **Habitaciones de hotel: la nueva oficina en casa**

El servicio a la habitación y las nuevas ofertas de desayuno no tienen que ser los únicos servicios que podrían optimizarse en las áreas del hotel. También hay otras ofertas que dependen en gran medida del nivel de servicio y la clientela. En los hoteles de negocios – que ya prácticamente se han convertidos en oficinas en casa alternativas – los servicios relacionados con la vida cotidiana de la oficina, como la impresión de documentos, sin duda juegan un papel importante.

En los establecimientos de ocio es importante considerar si los tratamientos de spa seguirán ofreciéndose en la misma habitación, uno tras otro, o si se debe hacer tiempo para la limpieza y desinfección, o si algunas partes del proceso podrían llevarse a la habitación del huésped.

Lo que sí es seguro es que el mundo será diferente en la era post-coronavirus, y esto será un gran desafío para la industria. Por lo tanto, es vital evaluar las condiciones bajo las cuales los hoteleros pueden reabrir sus establecimientos, y el servicio a la habitación será muy importante en este proceso.

Date: 2020-05-18

Article link:

<https://www.tourism-review.es/servicio-a-la-habitacion-tienen-un-gran-potencial-news11538>