

# 7 TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA HOTELERA EN EL 2021



La pandemia del COVID-19 ha tenido un impacto sin precedentes en la industria hotelera. Para el sector, este fenómeno ha implicado nuevos estándares y ha dado lugar a cambios más rápidos que nunca. Sin embargo, además de los obvios efectos negativos, hemos visto la aparición de nuevas oportunidades y tendencias.

¿Qué tendencias veremos formar parte de los hoteles en 2021? Algunas no son nuevas sino un regreso a prácticas del pasado, pero esto no reduce su estatus o importancia para el futuro de la industria hotelera. Tourism Review ha recopilado las 7 principales tendencias de la industria hotelera para este año.

## Seguridad e higiene

La higiene, la limpieza y la necesidad de una mayor seguridad y protección son probablemente algunos de los factores más importantes y tendencias de la industria hotelera del 2021.

La pandemia ha asegurado que la limpieza, que siempre ha sido estándar en todos los hoteles, vuelva a asumir el rol principal. En estos tiempos difíciles, la higiene es simplemente parte de asegurar una experiencia sin preocupaciones para los huéspedes. Por lo tanto, los hoteles deben hacer todo lo posible para garantizar que los huéspedes disfruten de una estancia higiénica que no deje nada que desear.

Los hoteles deben acompañar a sus huéspedes en cada paso, desde la reserva hasta la llegada, e indicarles qué medidas han tomado para garantizar su seguridad. Ya no se trata solo de limpiar más porque los estándares de higiene en la industria hotelera siempre han sido altos. Se trata de mostrar, explicar e ilustrar a los huéspedes qué medidas se están aplicando de principio a fin.

## Un turismo verde y sostenible

La sostenibilidad ha sido una de las tendencias en la industria hotelera durante varios años. Debido al coronavirus, la protección del medio ambiente y la sostenibilidad pasaron a un segundo plano por poco tiempo, ya que inicialmente parecía difícil de combinar este enfoque con las nuevas condiciones de higiene.

A pesar de todo, el turismo verde sigue siendo importante para los huéspedes. La protección del medio ambiente es particularmente importante para la Generación Z y la próxima generación. Después de todo, lo demuestran incansablemente en sus manifestaciones para crear conciencia sobre el cambio climático.

Por lo tanto, no basta con dejar indicaciones en el baño sobre reutilizar toallas para proteger al medio ambiente. Los viajeros ecológicos quieren pasar la noche en hoteles comprometidos con la sostenibilidad y que hayan asumido la protección del medio ambiente como modelo de negocio. La certificación ecológica, aplicar procedimientos sostenibles desde la cocina hasta la recepción, uso de energía solar, la energía verde, ahorro de agua y evitar las emisiones de CO2: todo esto es

importante para los viajeros y seguirá siendo tendencia este año.

## **Personalización a través de la digitalización**

Una tendencia que será más importante que nunca en el 2021 es la personalización. Sin embargo, esto no necesariamente se traduce en las experiencias en persona. Se trata de crear una experiencia más única e individual para el huésped; sin embargo, para que la estancia sea extraordinaria, se necesita algo más que Wi-Fi o agua gratis en la habitación. Los huéspedes quieren emocionarse, tanto digital como en persona.

En este contexto, si tienes ayudantes digitales como un directorio de huéspedes en la tablet de la habitación o una app de hotel, ya tienes mucho de lo que necesitas. Un saludo personal con el nombre del huésped en la tablet, un paquete de servicio personalizado fácil de reservar y acompañado de imágenes... esos pequeños detalles aseguran el entusiasmo y la satisfacción de los huéspedes.

## **Actuar globalmente y pensar localmente**

Otra tendencia de la industria hotelera a tener en cuenta en 2021 es el conflicto entre el avance de la globalización y los contextos locales.

La globalización asegura ingresos más grandes en todo el mundo. Como resultado, más personas viajan y pasan vacaciones más largas porque pueden cubrir esos gastos. Esto va acompañado de la oportunidad y el desafío de adaptarse a una clientela completamente diferente. Incluso si no se esperan huéspedes internacionales para la primera mitad del año, eventualmente regresarán, y los hoteles deben estar listos para eso. Al igual que los viajeros nacionales, están interesados en las atracciones locales y las delicias regionales. Trabaja en dar vida al entorno y anima a los huéspedes a involucrarse con la gente y las actividades locales.

En este contexto, es necesario destacar la necesidad de colaboración. A través de ella, ya sea con agricultores regionales, destinos de excursiones locales o con proveedores de tecnología, se puede crear una red para satisfacer las crecientes necesidades de los huéspedes. Además, esta es la única forma de crear experiencias verdaderamente locales y al mismo tiempo generar efectos de sinergia. Tanto las localidades como los huéspedes y sus billeteras pueden beneficiarse de una mayor colaboración.

## **Nuevos conceptos**

A pesar de las dificultades del año anterior, la creatividad y el ingenio de los hoteleros seguían siendo evidentes. Las transformaciones a espacios de coworking se han vuelto populares, así como el alquiler de hoteles como centros de emergencia o la creación de refugios para personas sin hogar.

Además del hotel clásico, en los últimos años han aparecido en el mercado un gran número de nuevos tipos de alojamiento alternativos. Pensiones, apartamentos de servicios, espacios de convivencia para trabajadores remotos o viajeros individuales son solo algunos ejemplos de estos nuevos modelos.

Pronto dejarán de ser solo alternativas y se volverán parte de los hoteles estándar y clásicos. Si algo está claro es que cuanto más tiempo estén vacíos los hoteles, más dinero se pierde. Y es precisamente por eso que cada vez más y más hoteleros experimentados buscan formas creativas de volver a llenar sus establecimientos y utilizar las habitaciones para otros fines. Esta tendencia de la

industria hotelera “alternativa” continuará en el 2021 en cuanto pueda combinarse con la estrategia comercial y de servicios.

## **Nuevas preferencias**

Otra tendencia importante para este año son las necesidades cambiantes de los huéspedes. Por supuesto, este año los huéspedes continuarán exigiendo una conexión Wi-Fi rápida y estable, pero el deseo por experiencias digitales irá mucho más allá. Después de todo, muchos huéspedes ahora prefieren el check-in digital y otros procesos sin contacto, como servicios a la habitación con solo presionar un botón.

Los destinos de viaje populares también están cambiando. Hoy en día, los vuelos internacionales y los cruceros de lujo no están en las listas de deseos de los viajeros. Los turistas ahora buscan cada vez más experiencias regionales y nacionales. La gente también quiere salir y experimentar cosas nuevas en 2021, pero no en Tokio ni Madagascar, sino en el Mar Báltico o en los Alpes.

También veremos un incremento en la tendencia hacia las reservas online, así como por los viajes espontáneos. La incertidumbre que prevalece actualmente entre los huéspedes a la hora de viajar tiene un impacto importante en los destinos de viaje y los arreglos. Los viajes de última hora y las condiciones de cancelación flexibles también serán más populares este año.

## **Experiencias digitales y hoteles inteligentes**

En el 2021, los hoteleros deberán renovar aún más sus estructuras y plataformas de TI, ampliar los canales de comunicación digital e integrar nuevas tecnologías. Todos los ayudantes digitales, desde el directorio digital de huéspedes hasta los controles de habitaciones inteligentes, sistemas de hoteles inteligentes, las apps de hotel y estaciones de check-in tienen una cosa en común: ayudarán a sobrevivir a la pandemia y al mismo tiempo representarán un nuevo potencial de ventas.

Para implementar estas estrategias se necesitará el conocimiento digital, así como el del marketing online. Sin esto, será cada vez más difícil para los hoteleros construir un modelo de negocio rentable. Por ello, el conocimiento en el campo de la digitalización se transformará en la moneda del 2021.

No obstante, es importante tener en cuenta que no todas las tecnologías son ideales para todos los hoteles ni se adaptan a la clientela. Los hoteleros deben evaluar junto a sus empleados e identificar qué ayudantes digitales generan un valor real para los huéspedes y pueden beneficiar el funcionamiento del hotel.

Date: 2021-01-25

Article link:

<https://www.tourism-review.es/la-industria-hotelera-que-podemos-esperar-en-el-2021-news11857>