

Diseño y el futuro de la hotelería

Por
JUAN CARLOS BAUMGARTNER

Ilustración
ZAMARRIPA

VIAJAR es sin duda una de las actividades más importantes de los seres humanos, hoy en día ¿a quién no le gusta desconectarse del día a día y vivir nuevas experiencias en nuevos lugares?

La tendencia en soluciones de bajo costo, entre otros factores, ha forzado a crear alternativas más creativas y atractivas que hace algunos años eran inexistentes. De acuerdo con la consultoría de BDO, para las generaciones *millennial* y Z el diseño es y será uno de los factores más importantes en su decisión de donde hospedarse; el mismo estudio argumenta que la influencia más poderosa en la selección de un alojamiento son las recomendaciones de boca en boca, que representan un 65% en su toma de decisión, siendo uno de los factores más potentes en la comunicación: el diseño del espacio.

TENDENCIA 1 | UN NUEVO VIAJERO: MILLENNIALS

Una de las grandes influencias en los cambios en la forma de viajar son los *millennials* (nacidos entre 1980 y 2000), individualistas, curiosos y conectados globalmente se han convertido en el centro de atención para la industria hotelera.

En los siguientes 5 a 10 años, los *millennials* serán la generación que más gaste en la industria turística y esto aún es un gran reto para todo el ecosistema, pues no estamos preparados para alojar a dos grupos generacionales completamente distintos a los que estábamos acostumbrados: *millennials* y gen Z.

TENDENCIA 2 | EL FUTURO ES FEMENINO

La segunda tendencia más importante es el peso que las mujeres tienen en la industria. El 75% de las mujeres entre 16 y 23 años han viajado o planean viajar a *backpack* en comparación con el 67% de hombres. Esto, además es particularmente interesante porque las mujeres le dan mayor

peso al diseño en la toma de decisiones cuando se trata de seleccionar hospedaje. En los últimos 5 años se han incrementado en 88% las reservaciones en hoteles hechas por mujeres viajando solas. No sólo las mujeres están viajando más que los hombres, sino que también están generando una demanda de servicios particulares y adicionalmente están optando por reservar más en hostales que los hombres.

TENDENCIA 3 | DISEÑO BASADO EN EVIDENCIAS

Este concepto no es un tema nuevo, aunque en muchas ocasiones no era una estrategia o práctica común en la industria de la hotelería. Hoy ya no basta con hacer espacios funcionales y con un *wow factor*, los nuevos tipos de viajeros están acostumbrados a soluciones mucho más sofisticadas en tecnología, diseño y customización.

Es emocionante vivir el momento presente porque todo está por cambiar.

Veremos cómo en esta industria cada día comenzarán a aparecer soluciones resultantes de equipos interdisciplinarios en los que los espacios estarán analizados y diseñados desde múltiples ángulos; no será suficiente con diseñar un espacio “instagrameable”, el equipo de diseño tendrá que entender que el poder de las redes sociales está en la capacidad de la arquitectura de convertirse en parte de una conversación y aportar un *social currency* al usuario del espacio.

Veremos cómo los diseñadores harán uso de tecnologías para redondear las experiencias y cómo el diseño utilizará conocimientos producidos por la neurociencia en temas de generación de memorias, percepción, estética, etc.

Es así como veremos una revolución en la mentalidad de los hoteleros, de los viajeros y por supuesto de los encargados del diseño; pruebas de este tipo de soluciones ya las encontramos en cadenas como NH que ha cambiado su estrategia y comienza a hacer una nueva arquitectura de autor en sus hoteles en México y en el mundo.

En este contexto y como ya alguna vez lo he mencionado: Es emocionante vivir el momento en el que vivimos porque todo está por cambiar. **✍**

