

Espacio recomendado por: **cellnex**

### Disney+: 100 millones en 16 meses

La plataforma de vídeo en streaming Disney+ ha roto todas las marcas: en 16 meses ha alcanzado la friolera de 100 millones de abonados en el mundo, según anunció esta semana. Por su

parte, el líder mundial Netflix ha llegado a 204 millones de suscriptores. Hay que recordar que las previsiones iniciales de Disney+ apuntaban a una horquilla entre 60 y 90 millones de clientes para el 2024. Para esa fecha, ahora el gigante del vídeo estima que llegará a 260 millones de abonados.

# Digitalización hotelera para el día después

## La cadena NH se adapta a la crisis introduciendo más tecnología en la interacción con sus clientes

### Norberto Gallego

Nadie ignora que el sector hotelero está entre los más perjudicados por la pandemia. Como ejemplo, los resultados del grupo NH Hoteles revelan una caída en el 2020 del 68,6% en sus ingresos, de 1.708 millones de euros a 540 millones. La ratio de ocupación de habitaciones ha sido negativa en todos los mercados desde el inicio del estado de alarma hace justo hoy un año (-71% en España, -81% en Barcelona, -75% en Madrid). Poner más tecnología no es la solución, pero ayuda a prepararse para la regeneración del negocio tras el impacto de la covid-19.

Rufino Pérez, director de operaciones y de transformación global de NH Hoteles, asevera que “esta crisis nos ha servido, si puede decirse así, para confirmar el acierto de apostar por la digitalización y ponerla a disposición de clientes y huéspedes. Antes, pudo pensarse que teníamos demasiadas aplicaciones y funcionalidades de las que los usuarios no tenían tanta necesidad o tanta curiosidad. Estábamos preparados, pero hemos pasado a poner el acento en los procesos más visibles, en los que interactuamos con los clientes, que no son solo los huéspedes, sino también las empresas y agencias de viaje”.

A raíz de la pandemia, dice, se han acelerado proyectos digitales cuyo común denominador es la máxima reducción del contacto físico entre el personal y los huéspedes. Esto empieza desde la recepción, habitualmente un punto de congestión. Se está implantando un sistema que permite rellenar y firmar la documentación necesaria –se dice fácil, pero es un puzzle según países e incluso comunidades autónomas– en una única pieza digitalizada que el cliente ha de firmar en una tableta. Esta solu-

ción, de cuyo suministro y despliegue se ocupa el grupo de servicios Econocom, estará desplegada este año en 140 de los 357 hoteles que forma la cartera de NH, informa Pérez.

“Observamos que gracias a la digitalización aprendemos a conocer cómo son nuestros clientes, cómo usan los servicios del hotel; a entender mejor cómo mejorar su experiencia”, añade. Al llegar, muchas veces a deshora, el cliente profesional no quiere que lo entretengan con trámites y papeles. Ya no es necesario. Otra utilidad muy valorada es el momento de la salida, cuando se presenta digitalmente al cliente una factura proforma antes de liquidar su cuenta.

FastPass es una aplicación web con tres funciones: *check-in*, selección de habitación y *check-out*. La cadena tiene un total de 42.000 habitaciones digitalizadas y presume de ser la primera cadena urbana

que, al menos en Europa, ofrece estas opciones.

Algunos de estos proyectos digitales estaban previstos en el plan, pero han aflorado con fuerza en el 2020. “Es curioso –reflexiona Pérez– que una desgracia colectiva nos permita aprender mucho más que la normalidad sobre nuestros clientes: cómo usan cada servicio de los hoteles y cómo mejorar su experiencia cuando acaben las restricciones”. ¿Seguirán siendo útiles estas innovaciones? ¿Serán permanentes? “Ojalá tuviera respuesta, pero creo que se van a mantener los protocolos y procedimientos relacionados con la higiene y la distancia. Las formas de interactuar en cualquier espacio del hotel, en el bufet, la comida o una reunión habrán cambiado nos guste o no”.

El teletrabajo importa. Los hoteles NH ofrecen a sus clientes profesionales nuevas facilidades. Las habitaciones han sido reequipadas con escritorios más desahogados y un buen acceso wifi. “Pequeñas cosas”, como poner enchufes a la altura de la mesa que evitan arrastrarse para conectar un dispositivo. En el trasfondo asoman nuevas formas de viajar a las que el sector tendrá que adaptarse. ●



NORBERTO GALLEGO

Rufino Pérez,  
director de  
operaciones  
de NH Hoteles

### Fernando Trías de Bes

Escritor y economista.  
Profesor asociado  
de Esade

## Un nuevo esquema laboral



Justo salgo de presentar en Esade Matins a Demetrio Carceller, uno de los empresarios más importantes de España, presidente de Damm, DISA, vicepresidente de Ebro y de Sacyr. Su conferencia ha versado sobre sus aprendizajes durante este año de covid.

Me quedo con dos grandes mensajes. El primero, que la comunicación en el seno de la empresa y entre clientes y proveedores es una de las claves de gestión en pandemia. Claridad, transparencia y credibilidad. He aquí una perla: “Lo que sepas, cuéntalo. Lo que no sepas, no te lo inventes”.

Además de la salud física, está la salud emocional. Ha habido y todavía hay mucho estrés. Las personas necesitan más que nunca conocer lo que está pasando en las empresas para las que trabajan. Y necesitan información transparente y creíble. El liderazgo durante este año ha requerido capacidad de comunicación, de dar perspectiva, de situar a las personas e impartir tranquilidad y sosiego sin engañar a nadie. Esa es la misión de un líder.

El segundo aprendizaje que Carceller ha transmitido a los más de trescientos directivos que han seguido su ponencia es que la relación empresa-empleado ha cambiado. Quien no quiera verlo tiene un problema. No estamos hablando solo de teletrabajo, que ya se verá cómo se concreta finalmente en cada empresa cuando esto pase. Nos referimos a que las empresas han aprendido a confiar en las personas porque no han tenido más remedio. Había que anticiparse a muchas situaciones imprevistas, por lo que la única forma de hacerlo era mediante una descentralización integral. Parece una paradoja, porque en momentos de crisis la centralización de decisiones es clave. Pero esta crisis es distinta. La distancia social y las restricciones a la movilidad han obligado a delegar importantísimas decisiones al empleado. Y hemos descubierto personas con criterio cuya libertad de acción ha convertido a algunas empresas en tremendamente flexibles.

A lo que Carceller ha explicado me gustaría añadir que cuando esto vaya acabando, que ya falta menos, las personas necesitarán grandes dosis de motivación. La gente está agotada y vive en un día de la marmota continuo, yendo de la cama a la mesa y de la mesa a la cama. Los días son todos iguales y nadie sabe qué hacen sus compañeros. El nuevo esquema laboral deberá integrarnos de nuevo a la par que mantener las bondades de todo lo que hemos descubierto gracias a estar separados. |

=====  
**La crisis está permitiendo aprender más sobre la clientela que durante los tiempos normales**

=====  
**El huésped profesional dispone de facilidades para el teletrabajo desde las habitaciones**