Los nuevos espacios, hábitos y oportunidades del hábitat

Eva Ballarín, experta en tendencias e innovación en **turismo, restauración y hostelería**, ha analizado en **Congreso Hábitat 2020** los principales **cambios en la conducta de los consumidores tras la pandemia**. La importancia que ha adquirido el hogar los últimos meses y la irrupción de las herramientas online marcarán el futuro del sector.

«De manera resumida, las 6 grandes tendencias actuales son las siguientes:

1. Las reglas van a ser las que se legislen: **los límites de flujos y aforos, el control de la calidad del aire, los EPI locales**.
2. **El bolsillo de los consumidores y su gasto** aumentará o se contendrá en función del avance de la crisis.
3. **Todo estará a la venta online**, todo en el **e-commerce** y eso implica la necesidad de ofrecer experiencias que no se puedan replicar online.
4. Las personas y **la falta de seguridad nos llevan a entender nuestra propia fragilidad**. Pasamos de una sociedad productos y experiencias a una de valores.
5. **Todo será sostenible**.
6. Las respuestas de las industrias. Mejorar la rentabilidad de las empresas, **combinar esa dualidad entre trabajar digital y presencialmente** y, sobre todo, **sobrevivir a los cisnes negros**, es decir, incidir en la necesidad de solidez financiera para afrontar cualquier imprevisto»



Así es como ha sintetizado Ballarín las seis principales ideas de su exposición, una intervención en la que comenzaba hablando sobre **cómo la pandemia ha revolucionado nuestros hábitos de conducta y de consumo.** Este cambio implica que en los próximos meses y años, el hábitat va a tener que reinventarse y ofrecer nuevas soluciones, empezando por nuestros hogares.

Nuestra casa y el teletrabajo

«**Si vamos a pasar más tiempo en casa, vamos a querer estar más confortables y, en consecuencia, nuevas líneas de mobiliario doméstico van a inundar el mercado.** Estamos volviendo a los básicos cuando el ocio en el exterior no era tan potente como era ahora. Antes, donde nos reuníamos eran las casas. La gran oferta de ocio exterior hizo que nos desplazáramos", comenta.



Pero la nueva normalidad también ha supuesto que el trabajo se adentre en nuestros lugares de residencia. De la mano del teletrabajo, muchos empleados han tenido que improvisar su oficina en casa. «**Hemos tenido que inventarnos y encontrar áreas donde poder trabajar**. Tres factores afectan al trabajo desde casa: la conectividad, la ergonomía – esto es, un mobiliario mucho más adaptado a nuestro físico – y recibir en casa la necesidad de mejorar nuestro salón y la cocina. Se ha detectado **un boom pandémico de la venta de muchísimos elementos para orientar ciertos espacios domésticos**", dice.

El hecho de poder cumplir con tus obligaciones a distancia también trae de la mano una nueva generación de trabajadores: **los nómadas**, es decir, «personas que van a viajar por el mundo gracias a la conectividad» y que dan lugar a la proliferación de **los *store rooms*, «unas bases logísticas donde se irán dejando los enseres de estas personas».**

El lugar de trabajo

Sin embargo, para aquellas personas que tengan que continuar acudiendo a su lugar de trabajo con asiduidad, las empresas tendrán que adaptarse. «**Vamos a tener que adecuar los espacios**

de trabajo para las herramientas que no podemos tener en casa. Con el teletrabajo, algunas entidades han detectado que han perdido rendimiento y esa conexión que había con las reuniones personales. Por ello, **los empresarios están optando por hacer más atractiva su empresa**«, reconoce Eva Ballarín.



Con el objetivo de atraer al empleado para que se desplace hasta la oficina en lugar de trabajar desde su ordenador, se está apostando por «**un modelo híbrido que combine espacios abiertos colaborativos con algunos más privados que fomenten la concentración** y que conviertan el ir a trabajar en algo atractivo, al estilo Google».

Espacios de socialización

Y una vez terminada la jornada laboral, empieza nuestro tiempo libre. Hacer planes con amigos y con la familia o salir a tomar algo son actividades que se desarrollan en los llamados **espacios de socialización, «son lugares donde nos reunimos para compartir algo».**



«**La tendencia es el diseño de experiencias no replicables domésticamente.** Si yo en casa he adecuado una cocina para hacer recetas o si yo en el salón de casa puedo tener una gran pantalla donde ver una película, la gente se pregunta para qué quiere ir al bar o al cine. **Aquellas experiencias que se puedan hacer en casa van a perder interés.** Las empresas que se dedican a regentar estos espacios van a tener que pensar en experiencias no replicables domésticamente. **Si se puede replicar, se podrá sustituir fácilmente**. **Si no, será un imán de atracción para ese establecimiento**. ¿Qué elementos podemos incorporar en estos espacios que no puedas poner en casa? Por ejemplo, formatos grandes que no caben en un domicilio", argumenta.

Hoteles, restaurantes y bares

La hostelería y la restauración han sido dos de los grandes sectores damnificados desde que comenzó la pandemia. Con la mirada puesta en el futuro, ambos tendrán que **renovarse para atraer nuevos clientes y volver a recuperar su posición en el mercado.**

«**Los hoteles van a ser concebidos como un conjunto de espacios**

individuales con algunas zonas y servicios comunes. Podemos empezar a pensar en el co-living. No es más que renunciar a una casa propia donde lo gestiono todo yo para pensar en un modelo basado en alquilar un espacio individual donde tengo unos servicios comunes que me ofrece la empresa, como por ejemplo el mantenimiento o la limpieza. Es como un hotel pero de larga duración», cuenta.



En el caso de los r**estaurantes** y los bares, los primeros se acabarán viendo como «centros de producción» donde no solamente servirán comida y bebida sino que, además, tendrán la posibilidad de «**vender la producción de la cocina a otros restaurantes, a un supermercado o bien a operadores de servicios como catering**«.

Por su parte, los segundos, también evolucionarán hacia un nuevo concepto que «va más allá de un espacio de barra y una cafetera». «**¿Se convertirán los bares en espacios de *click and collect* y en lugares donde almacenar pedidos de servicios como Amazon?**, se pregunta Ballarín.

Los centros comerciales

Otro de las actividades preferidas de los consumidores es salir de compras. Aunque el mercado electrónico ha cogido fuerza en los últimos años, todavía hay muchos usuarios que prefieren **acercarse a un centro comercial para ver, tocar y probar ellos mismos los productos**. ¿Seguirá siendo así o cuál es la tendencia?



«En los lugares de consumo vamos a ver varios cambios. Por un lado, se van a establecer **dos zonas: unas de compra rápida tipo *click and collect* y otras que permitan navegar físicamente** porque no sabemos con certeza lo que queremos adquirir. Por otro lado, se implantará el **vending**, con mucha máquina donde pagaremos con tarjeta y obtendremos el producto. También surgirá el **driving**, para entrar con nuestro propio coche y recoger un pedido sin bajarse del vehículo. En cuanto al **retail, se potenciará más la showroom** y no tanto los lugares para almacenar», considera.

Por otra parte, buscando esa intención de ofrecer experiencias únicas que atraigan al público, ya están surgiendo algunos importantes **proyectos de grandes centros comerciales** que

combinan espacios híbridos. «El **Open Sky de Madrid**, por ejemplo, ofrecerá una cantidad de experiencias que potencien el **ocio familiar** o el **Vialia de Vigo** que impulsa el **ocio deportivo**. Esto supone muchas oportunidades para diseñar diferentes elementos», explica.

Los hubs de transporte

En la actualidad, la mayoría de **aeropuertos y estaciones de autobuses o trenes** son lugares de paso donde es obligatorio permanecer durante un breve periodo de tiempo para coger el medio de trasporte que nos lleva a nuestro destino. No obstante, esa visión podría cambiar porque **«van a convertirse en destinos en sí mismo»**.



«Son espacios con mucha accesibilidad que se convierten en islas seguras de entrada y salida. Por tanto, **incluirán cines, gimnasio, toboganes, obras de arte**, etc. Cuando en estos espacios se planteen nuevas experiencias, ganarán atractivo. **Se asemejarán a grandes resorts**«, concluye.

Fotos: Twitter, AIDIMME y EvaBallarin.es