**EL PRODUCTO HOTELERO**

1. **Características del producto hotelero**

En el primer capítulo, han quedado establecidas las características del producto turístico, algunas son comunes a la mayoría de productos y servicios que se prestan en el mercado turístico, pero hay otras que definen al producto hotelero. Se trata de las siguientes:

a) Requiere elevadas inversiones debido a los altos costes de los terrenos y de la construcción.

b) Las partidas destinadas a reinversión son elevadas puesto que se trata de un producto que debe renovarse constantemente.

c) El servicio se presta durante las 24 horas, por lo que las plantillas deben estar sobredimensionadas en comparación con otras empresas de servicios, lo que implica elevados costes.

d) La poca antelación con la que se realizan las reservas y el elevado número de no shows hace que sea imposible prever con suficiente tiempo la cantidad y la clase de servicios que se van a prestar.

1. **Tipos de productos hoteleros**

* Productos homogéneos: aquellos que apenas tienen elementos diferenciadores. Sería el caso de dos hoteles de la misma categoría.
* Productos diferentes: cuando los hoteles han introducido servicios complementarios que les distinguen de su competencia. El hecho de que un hotel pertenezca a una cadena hotelera lo distingue de otro. Otro ejemplo lo encontramos en dos hoteles de categorías distintas.
* Productos diferenciados: cuando tienen características propias que desembocan en un producto totalmente distinto. La especialización es uno de los elementos que diferencia a dos productos. Un ejemplo es un hotel-golf respecto a un hotel vacacional de playa.

El precio va perdiendo importancia como factor de elección en la misma medida en que dejan de tener características comunes. Es decir, en la medida en que pasan de productos homogéneos a diferentes y de diferentes a diferenciados.

1. **Bien material**

**3.1 Distribución general**

La distribución de un hotel está condicionada por la superficie disponible y las limitaciones normativas. Cabe distinguir entre áreas nobles, comunes, de servicio y habitacional.

**Áreas nobles.** Son las destinadas a los huéspedes, como el vestíbulo, la recepción, los salones, los restaurantes o las salas de reuniones.

**a)** El vestíbulo debe ser lo suficientemente amplio al ser un lugar de paso.

**b)** La puerta de acceso al hotel de los empleados debe estar claramente diferenciada y a ser posible debe estar situada en calles distintas.

**c)** El departamento de recepción debe estar dotado de un amplio mostrador para que las gestiones puedan ejecutarse con rapidez y evitar en lo posible la formación de colas. Deberá contar con un espacio ergonómico que facilite el trabajo administrativo y la atención a los huéspedes.

**d)** La superficie de los salones y restaurantes viene determinada por ley, no obstante, se procurará que sean espaciosos. Las mesas estarán debidamente separadas para evitar que se escuchen las conversaciones de los vecinos.

**e)** Las salas de reuniones pueden compartimentarse con tabiques movibles. De esta forma, se pueden utilizar más o menos salones en función de la cantidad de personas que deban asistir. Muchos hoteles utilizan las mismas salas para reuniones y para banquetes.

**Áreas comunes.** Son aquellas que comparten empleados y huéspedes. Debe evitarse al máximo que utilicen los mismos espacios de forma simultánea. Se procurará tener ascensores y escaleras separadas. Muchos hoteles destinan para uso de sus empleados el montacargas y las escaleras de emergencia.

**Áreas de servicio.** Son utilizadas exclusivamente por los empleados del hotel. Cabe citar el almacén, la cocina, el comedor de personal, los vestuarios, zonas de descanso e instalaciones en general.

**Área habitacional.** Comprende las habitaciones propiamente dichas, los pasillos y los offices. La entrada a las habitaciones por parte del personal debe estar limitada a su limpieza y en horas en las que el huésped no se encuentre en el hotel. En los pasillos, el cruce entre empleados y huéspedes es inevitable, aunque debe producirse lo menos posible. El office, que por razones prácticas se encuentra en esta área, debe situarse siempre en aquellas zonas donde ubicar una habitación sea poco aconsejable, como al lado del ascensor.

El mobiliario de las áreas nobles, comunes y habitacional debe ser acorde con la categoría del hotel y la distinción que se le quiera dar. En cuanto a la decoración, se procurará que sea lo menos estridente posible, puesto que el hotel debe ser un lugar que inspire tranquilidad.

* 1. **Habitaciones**

La habitación es una estancia donde el huésped puede llegar a pasar muchas horas, por lo que se debe procurar ofrecer un alto nivel de confort.

**Confort físico.** La habitación no se utiliza únicamente para dormir. Los huéspedes también descansan, trabajan y se distraen en ella, por lo que debe reunir ciertas condiciones.

**a)** En la medida de lo posible, todas las habitaciones deben ser exteriores. Los pasillos y la superficie liberada según las ordenanzas municipales ocuparán espacios interiores.

**b)** Ninguna habitación debe ubicarse al lado del ascensor. El ruido que este produce puede molestar al huésped.

**c)** Las habitaciones deben tener forma rectangular y situar su lado más estrecho en la fachada. De esta forma, se optimiza el espacio al máximo.

**d)** Las habitaciones se agruparán de dos en dos de forma que los baños estén pared por pared. Es el mejor sistema para poder pasar toda clase de instalaciones y desagües a través del respiradero del baño.

**e)** La habitación se compone de dos zonas, el vestíbulo y la zona de descanso. Al vestíbulo, debe accederse desde la puerta exterior y estará delimitado por otra puerta que dará entrada a la zona de descanso. En este vestíbulo, se ubicará el armario con su correspondiente espejo y la puerta de acceso al baño. Las dimensiones del armario estarán condicionadas por el tipo de establecimiento. Un hotel de ciudad puede limitar este espacio y ganarlo para una mesa de trabajo, mientras que un hotel vacacional necesita de un armario más amplio, puesto que los huéspedes vacacionales suelen hospedarse durante más tiempo que los de ciudad.

**f)** El baño debe ser amplio y completo. Debe contar con bañera, inodoro, bidé y lavabo. Todos ellos deben estar colgados de la pared para facilitar el trabajo del departamento de pisos. El lavabo debe ser de un solo seno (el segundo apenas se utiliza) para dar una mayor sensación de amplitud. El bidé y el inodoro deben estar separados del resto del baño con tabique y puerta.

**g)** La zona de descanso debe tener una amplia ventana o balcón que permita la entrada de luz. Al lado de esta ventana o balcón, deben situarse los sillones y la mesa de trabajo con su propia silla, que estará adaptada a las dimensiones de la mesa. Frente a las camas, se situará el televisor y el minibar.

**h)** Las medidas del televisor deben ser acordes con la distancia entre este y las posibles ubicaciones del huésped. Para facilitar su visión desde varios ángulos, deberá contar con un soporte giratorio.

**i)** Las camas deben ser amplias y cómodas.

**j)** Un elemento que los huéspedes de hoteles de ciudad agradecen es el galán, sobre todo si puede plancharse el pantalón con él.

**Confort psicológico.** Si el confort físico hace referencia a la comodidad y utilidad de los elementos que componen una habitación, el confort psicoló- gico es aquel que influye positivamente en el ánimo del cliente, es decir, debe perseguir que el huésped se encuentre a gusto, para lo que se utilizan básicamente tres instrumentos, que son el color, la luz y el mobiliario.

**a)** La pintura de las paredes, los colores de las cortinas y de las colchas deben ser acordes. Deben evitarse los colores estridentes.

**b)** Se debe iluminar el baño, el vestíbulo, la mesa de trabajo, los sillones y la cama. La luz general de la zona de descanso no debe ser excesiva.

**c)** El mobiliario debe dar la sensación de calidad. Su número no puede ser excesivo y debe estar situado de forma que se evite el abigarramiento. La sensación de espacio es fundamental. Los hoteles vacacionales suelen invertir menos en este capítulo, puesto que sufren un mayor desgaste que los hoteles de ciudad.