

## Clase #4

### Introducción a la Industria de la Hospitalidad

#### CONOZCO Y APRENDO

#### Lectura

#### 4.3 Características del Producto Hotelero

El conocimiento del Producto Hotelero es prioritario para proporcionar instrumentos precisos en la mejora de las estrategias de marketing, ya que se está produciendo una reorientación de los tradicionales modelos hoteleros desde una perspectiva de la oferta, basada en los recursos del hotel, hacia una concepción basada en las preferencias y expectativas de la demanda, con una clara orientación al cliente como consumidor, aportando valores añadidos al hotel para lograr su identificación y diferenciación frente a la competencia.

Así, podemos distinguir las siguientes características del Producto Hotelero:

1. **Intangibilidad:** el producto hotelero se caracteriza por ser un conjunto de servicios, con una parte importante de elementos intangibles, así que nuestro reto, al aplicar técnicas de marketing, es convertir los servicios en elementos tangibles. No obstante, la intangibilidad no ayuda a transmitir la propiedad del producto hotelero, por lo que tendemos a transmitir su uso, aunque, por otra parte, esta característica garantiza que el producto comprado sea único, hasta el punto de que una vez consumido solo nos queda el recuerdo de la experiencia realizada. Además, la intangibilidad implica que los clientes no estén seguros de lo que compran ni de la experiencia que realmente obtendrán cuando consuman lo que adquieren. Ignorar este hecho puede obstaculizar nuestra comercialización.
2. **Caducidad:** el producto hotelero no es almacenable, por lo que o se consume en el momento programado o se pierde. Esta característica, nos obliga a vender nuestro producto con la máxima antelación posible, para intentar preveer que nuestro stock diario sea el mínimo admisible. Como consecuencia más habitual de esta caducidad nos encontramos con el overbooking, fuente de no pocos quebraderos de cabeza. Por tanto, la caducidad del Producto Hotelero es una característica inherente al mismo que se debe tener presente e intentar contrarrestar.
3. **Heterogeneidad:** la gran variedad de servicios que componen el Producto Hotelero hacen que este sea heterogéneo y así, se pueden obtener diferentes clases de

experiencias. Incluso, al repetir la estancia un mismo cliente, se puede conseguir una experiencia totalmente distinta, con la creación constante de nuevos valores añadidos.

4. Integrabilidad: el producto hotelero se puede integrar con varios productos turísticos, lo que nos dificultará la comercialización y su distribución. Esto implica que los precios pueden variar según la composición del paquete. Así, si eliminan o agregan servicios al paquete ya existente, podrán ir creando de forma flexible nuevos productos, para diferentes segmentos. A la vez, esta característica dificultará controlar el mismo nivel de calidad para todas las fases del paquete, con lo que cualquier equivocación en uno de los demás productos nos afectará a nosotros, al igual que al resto de los integrantes.
5. Simultaneidad de Producción y Consumo: si bien los productos en general, son fabricados, comprados y posteriormente consumidos, el Producto Hotelero es, en primer lugar, reservado (comprado) y, en segundo lugar, es prestado (producido) y consumido simultáneamente. Esto implica que los servicios no se pueden separar de las personas que los prestan, -de ahí la importancia del equipo humano-, por lo que no se lleva el producto al consumidor, sino que se trae el consumidor a donde está el producto.

### **Bibliografía**

Angellois(2016) *Características del producto Hotelero*. Recuperado de <https://forotourism.wordpress.com/2016/01/07/caracteristicas-del-producto-hotelero/>