

hr

Hostelería y Restauración N° 111

Marzo - Abril 2024

Revista técnico profesional de restauración, hostelería e industrias afines.

**COMPRA MÁS**

**PAGA MENOS**

**TAN  
SEGUROS DE  
NUESTROS  
PRECIOS  
QUE NOS LOS  
TATUAMOS.**

**makro**

Portavoz oficial:



## Cuando los pequeños detalles nos definen

Es enriquecedor descubrir un nuevo hotel. Especialmente, poder comprobar cada uno de los detalles que han pensado para sus clientes. Hay tantos profesionales detrás de cada buena decisión, que siempre es un placer poder disfrutarlos. Los amenities son un ejemplo de ello.

**Loli Morofío, Directora Creativa P1 Interiorismo Contract**

El ofrecer amenities de calidad a nuestros clientes es una ventaja por diferentes motivos, al facilitarles la rutina de tener que meter ciertos productos en sus neceseres y maletas, además de evitarles cierta tensión a la hora de los problemas de peso en el equipaje e incluso en los controles de los aeropuertos a la hora de volar. De esta forma, hay hoteles que ponen a disposición de sus clientes, paquetes de bienvenida, amenities o servicios que contribuyen a hacer nuestros viajes más confortables, transformando la experiencia del huésped. Los amenities, en el sector del hospitality consisten en objetos, servicios personalizados o detalles que se ofrecen a los huéspedes durante su estancia, en las unidades alojativas, a modo de cubrir ciertas necesidades, mediante productos de cortesía. Como artículos de cuidado personal, productos de higiene dental, afeitado, detalles de bienvenida o productos de escritura, entre otros. La industria cada vez nos ofrece mayor variedad, desde productos clásicos como jabones, champú,

gel de baño, gorros de ducha, utensilios para limpiar zapatos o kits de costura, hasta productos de los mejores laboratorios cosméticos. Hay tantos tipos de amenities, como tipología de huésped o de necesidad a cubrir. El objetivo a desarrollar es hacer la estancia más grata, confortable y cubrir posibles descuidos o necesidades totalmente imprevisibles.

Hay cadenas hoteleras que llevan años utilizándolos como herramienta clave de marketing o inclusive consiguiendo crear una necesidad al huésped, aportando una nueva fuente de ingresos adicionales. Dado que el cliente lo puede disfrutar durante su estancia, para luego poder adquirirlo y seguir utilizándolo en su rutina diaria. Incluso pudiendo repetir la experiencia de compra, de forma online. Como por ejemplo, agasajar la bienvenida mediante una buena copa de vino, dulces típicos, que pueden ser adquiridos.

Como es bien sabido por todos, los amenities de hotel están en cons-

tante evolución. Cada temporada surgen nuevas propuestas. Siempre que no suceda nada fuera de lo predecible, para este 2024 se prevé la tendencia de ofrecer un producto sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Nuestros huéspedes esperan encontrarse con productos ecológicos, biodegradables, orgánicos y naturales, pero a su vez, que nos evoquen su singularidad o particularidad del establecimiento, por ejemplo mediante productos o artesanía típica local.

Dependiendo de los amenities seleccionados, puede representar una gran diferencia ante las impresiones y experiencias de nuestros huéspedes. Los productos seleccionados, preferiblemente deben ser productos de alta calidad, con un diseño adecuado a la imagen global de nuestro hotel, cubriendo todas las expectativas comentadas.

A la hora de seleccionar dichos productos de acogida, debemos tener en cuenta tanto la tipología del alojamiento turístico, como al cliente objetivo, además de los valores y principios de la cadena. La industria nos ofrece gran selección de productos personalizados con los que reforzar nuestra marca, incluso nos permiten tener un mayor impacto positivo, pudiendo seleccionar aromas específicos, aportando un estado de ánimo a nuestro huésped deseado. Pero tenemos que saber que conlleva costes adicionales, desde el diseño a la producción. Al calor de la apuesta por ofrecer



Eurostars Liboa Baixa, (fotografía Eurostars).

un producto sostenible (eco-friendly), aportando una solución que reduce el impacto medioambiental, hay una preferencia en el mercado a los sistemas y productos presentados en formatos más grandes, mediante elegantes dosificadores a pared que reducen sustancialmente los residuos plásticos, frente a los amenities de un solo uso.

Los productos monodosis están siendo penalizados, no sólo por la legislación sino también por la conciencia medioambiental de nuestro huésped, de ahí que los mejores laboratorios cosméticos han realizado grandes apuestas, seleccionando al máximo sus envases y creando productos cuidados. Incluso proponiendo la posibilidad de rellenar dichos envases, alargando aún más si cabe, su vida útil. Los productos de amenidad son una fantástica herramienta de di-



Iberik Gran Balneario de Guitiriz (fotografía Ivan Casa Nieto).

ferenciación, además de un generador de emociones positivas, en un mercado tan saturado. Creando una experiencia personalizada para tu propuesta hotelera, aumentando las posibilidades de fidelización del cliente, además de aumentar el valor percibido de la estancia, dada su experiencia positiva.

La información que percibe nuestro huésped, es que el hotelero se preocupa de conceptos como la sostenibilidad, comodidad y el bienestar del cliente final. Además conseguiremos crear un ambiente acogedor, cálido, sin olvidarnos de que en todo momento estamos realizando un refuerzo de la propia marca hotelera.

**Especialistas en decoración  
para hotelería.**



[www.pfiinteriorismo.com](http://www.pfiinteriorismo.com)

[info@pfiinteriorismo.com](mailto:info@pfiinteriorismo.com)

T+34 981 979 284