



Vol 4, Nº 9 (febrero/fevereiro 2011)

EL CONFORT COMO UNA IMPORTANTE DIMENSIÓN DE CALIDAD EN LA HOTELERÍA

MSc. Eduardo Felipe Escobar Aguiar

Profesor Principal de Gestión Empresarial
Escuela de Hotelería y Turismo de Camaguey.

RESUMEN

Este artículo es la continuación de una investigación sobre las dimensiones de calidad planteadas por los turistas para valorar la calidad de un hotel. Profundiza en la conceptualización de una de ellas: el confort.

Expone donde debe fijar el hotelero su atención, para lograr que los clientes perciban un ambiente confortable, de comodidad, en algunas áreas del hotel, para lograr satisfacer sus expectativas.

Palabras claves: Calidad, dimensiones de calidad, confort, percepciones, turismo, hotel.

El confort en la hotelería.

Entre una de las 10 dimensiones de calidad más valoradas por los turistas en las instalaciones hoteleras según una investigación¹ realizada en el ámbito de la hotelería está el confort, por eso se hará un análisis de esta dimensión en este artículo.

Según el Diccionario de la Lengua Española se define confort como:

“(Del fr. confort, y este del ingl. comfort).
m. Aquello que produce bienestar y comodidades.

Y este mismo diccionario define comodidad como:

(Del lat. commoditas, -ātis).

1. f. Cualidad de cómodo.
2. f. Cosa necesaria para vivir a gusto y con descanso. U. m. en pl. La casa tiene muchas comodidades.
3. f. Ventaja, oportunidad.
4. f. Utilidad, interés²

Según el Diccionario de la lengua española Espasa-Calpe:

“confort

(voz fr.) m. Comodidad, bienestar:

¹ Escobar Aguiar, Eduardo Felipe “La relación imagen - calidad en los servicios hoteleros” en <http://www.eumed.net/rev/turedes/05/efea.htm>. Consultado el 11 de junio de 2010.

² Diccionario de la lengua española - Vigésima segunda edición en <http://buscon.rae.es/drae/> Consultado el 25 de junio de 2010.

vivienda de enorme confort”³

Según el Diccionario Inglés Collins:

“comfort

1. Un estado de desenvoltura o bienestar
2. alivio por una aflicción, pesadumbre, etc.
3. una persona, cosa, o evento que proporciona o trae desahogo o desenvoltura.
4. definición obsoleta: apoyo
5. Usualmente se usa como: algo que permite desenvoltura física y relajación.”⁴

Según la Wikipedia, la enciclopedia libre:

“El confort (galicismo de confort) es aquello que produce bienestar y comodidades. Cualquier sensación agradable o desagradable que sienta el ser humano le impide concentrarse en lo que tiene que hacer. La mejor sensación global durante la actividad es la de no sentir nada, indiferencia frente al ambiente. Esa situación es el confort. Al fin y al cabo, para realizar una actividad el ser humano debe ignorar el ambiente, debe tener confort.”⁵

Jesús Felipe Gallego en su prestigioso libro “Gestión de Hoteles. Una nueva visión”, plantea tres elementos que en su criterio influyen en el confort en el hotel:

1. Temperatura, humedad, calidad, movimiento y renovación del aire acorde a las características de la edificación y en dependencia de la zona geográfica donde se encuentre el hotel.
2. Nivel de ruido.
3. Nivel de iluminación.⁶

Luego de estas consultas, se puede definir que el confort en la hotelería es: **un estado o sensación psicológica de bienestar, comodidad, satisfacción, emoción o admiración producidas por nuestros sentidos (vista, olfato, tacto, gusto y audición) ante la percepción⁷ de los diferentes elementos que definen a cada hotel en particular.**

La siguiente cita sobre las sensaciones y las percepciones reafirma la anterior definición: “La sensación se refiere a experiencias inmediatas básicas, generadas por estímulos aislados simples (Matlin y Foley 1996). La sensación también se define en términos de la respuesta de los órganos de los sentidos frente a un estímulo (Feldman, 1999).

La percepción incluye la interpretación de esas sensaciones, dándoles significado y organización (Matlin y Foley 1996). La organización, interpretación, análisis e integración de los estímulos, implica la actividad no sólo de nuestros órganos sensoriales, sino también de nuestro cerebro (Feldman, 1999).”⁸

No se trata pues, de no sentir nada, por el contrario, la sensación de confort se produce cuando el cliente interactúa con el medio ambiente, que aparece ante sus sentidos como un estímulo, en la medida que percibe todo lo que el hotel pone a su disposición, pudiendo hablar de una sensación de confort en particular, para cosas aisladas y de confort general como referencia a la experiencia global de haber visitado ese hotel.

³ Diccionario de la lengua española © 2005 Espasa-Calpe en <http://www.wordreference.com/definicion/comfort> Consultado el 25 de junio de 2010.

⁴ Collins English Dictionary 5th Edition. Comfort en <http://diccionario.reverso.net/ingles-definiciones/comfort> Consultado el 25 de junio de 2010.

⁵ Wikipedia. La enciclopedia libre. Confort en <http://es.wikipedia.org/wiki/Confort> Consultado el 25 de junio de 2010.

⁶ Ver: Gallego, Jesús Felipe. Gestión de Hoteles. Una nueva visión. Internacional Thomson Editores Spain. Paraninfo, S.A. Madrid, España. 2002, p. 843 -844.

⁷ (Del lat. *perceptio*, -ōnis). 1. f. Acción y efecto de percibir, 2. f. Sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos, 3. f. Conocimiento, idea. Diccionario de la lengua española - Vigésima segunda edición en <http://buscon.rae.es/drae/> Consultado el 25 de junio de 2010.

⁸ Sensación y percepción en <http://www.monografias.com/trabajos7/sepe/sepe.shtml> Consultado el 6 de julio de 2010.

Es preciso destacar algunos elementos relacionados con las percepciones (tema que ha sido ampliamente tratado en psicología por numerosos autores) y que tienen su incidencia sobre el tema tratado.

1. Las percepciones dependen de un variado abanico de factores: demográficos, culturales, económicos, sociales, políticos, etc. Por lo tanto, la percepción del confort, también depende de estos factores.
2. Esto condiciona, que ante determinadas percepciones una persona sienta confort, y otra no lo perciba como tal.
3. Las sensaciones de confort quedan registradas y posicionadas en nuestra mente según el nivel e intensidad con que hayan sido percibidas, por lo que el confort también depende de las experiencias de confort anteriores que haya tenido la persona, la cual compara con los registros mentales que tiene.
4. Todos estos elementos a su vez influyen en las opiniones que pueda expresar un cliente acerca del confort de un hotel, ante cosas particulares y como experiencia global.

En teoría, el nivel de confort depende de la categoría y por tanto del precio del hotel, y planteamos que en teoría, porque se da el caso de hoteles que se venden por una categoría y un precio, que luego el turista descubre, que esa categoría está por debajo de lo prometido y que por tanto el precio es abusivo.

De la misma forma que el hombre durante la evolución de su lenguaje creó la palabra "agua", que como concepto define a todo tipo de agua: el agua del mar, el agua del río, el agua de lluvia, etc., en determinado momento creó la palabra confort para designar a ese estado psicológico de bienestar y comodidad que se refiere de forma abstracta a todos los tipos de confort que puede sentir el hombre y por ello se habla de:

- Confort higrotérmico:⁹ se refiere al confort que está en dependencia de variables tales como energía radiante, temperatura del aire, humedad, viento, metabolismo, arropamiento, etc.
- Confort visual:¹⁰ se refiere al confort en cuanto a la visión.
- Confort acústico:¹¹ se refiere al confort en cuanto a los niveles del sonido.
- Confort táctil:¹² se refiere al confort en cuanto a lo que hace contacto con la piel.
- Confort olfativo¹³: se refiere al confort en cuanto a lo que olemos.

En el caso de la hotelería, se manifiestan todos los tipos de confort anteriormente mencionados, los cuales los podemos analizar por temas o áreas determinadas:

- Confort ante el entorno donde se encuentra enclavado el hotel.
- Confort en la recepción recibida en el lobby del hotel.
- Confort ante las comodidades de la habitación recibida.
- Confort ante el estado de limpieza general y armonía de la instalación en su conjunto.
- Confort ante los diferentes servicios de alimentos y bebidas ofrecidos por el hotel.
- Confort ante los diferentes servicios en general ofrecidos por el hotel y los avances tecnológicos del mismo.

En este artículo, se analizarán los tres primeros puntos.

Confort ante el entorno donde se encuentra enclavado el hotel.

Indudablemente que un papel destacado en el confort que siente una persona al visitar un hotel está dado por el entorno que rodea al hotel.

⁹ Ver "Confort higrotérmico" en http://es.wikipedia.org/wiki/Confort_higrot%C3%A9rmico y "Confort ambiental" en http://arg-bioclimatica.com/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=5:hombre-cursos&download=7:confort&Itemid=1 Consultados el 6 de julio de 2010.

¹⁰ Ergonomía: iluminación y confort visual en <http://www.monografias.com/trabajos/ergoluz/ergoluz.shtml> Consultado el 6 de julio de 2010.

¹¹ Confort acústico en <http://www.rockwool.es/confort+ac%C3%BAstico/el+ruido> Consultado el 6 de julio de 2010.

¹² Determinación de la sensación táctil de los tejidos para asegurar el confort de las prendas. Sistema de medida Kawabata. En <http://www.autoindustria.com/informacion/estudios/kawawata.pdf> Consultado el 6 de julio de 2010.

¹³ Ver: "Olores: un factor de calidad y confort en ambientes interiores" en <http://www.siafa.com.ar/notas/nota36/olores.htm> Consultado el 7 de julio de 2010.

Este entorno por regla general dependerá de las motivaciones que conllevaron a que el visitante escogiera ese hotel las cuales pueden ser:

Si se visita un hotel de playa, será muy importante que este se encuentre en la primera franja de la playa frente al mar y que la visual desde el hotel sea confortable, lo que a su vez dependerá de las percepciones del individuo, pues si espera encontrar virginidad, le gustará un hotel totalmente aislado, con costas y playas vírgenes.

Si por el contrario, se busca un hotel de ciudad, este se buscará en dependencia de las necesidades de la persona que visita el hotel, lo cual puede ser: céntrico, para disfrutar de las bondades de la ciudad, en la periferia, para huir de la congestión de la ciudad, etc.

Así habrá que hacer este análisis para cada modalidad en la que esté insertado el hotel y según las necesidades concretas del cliente.

Confort en la recepción recibida en el lobby del hotel.

El lobby en la entrada de los hoteles, es la cara del hotel, es la primera impresión que recibe el visitante, de allí que muchas empresas hoteleras a nivel internacional, traten de contratar los servicios de empresas diseñadoras de interiores para sorprender al cliente al entrar.

Al respecto se puede leer la siguiente opinión en una revista española:

“El viajero actual, que cada vez puede gestionar mejor su tiempo de ocio o de negocio, ya no busca solamente un servicio de calidad a un precio razonable sino que igualmente, sus emociones se vean despertadas por el entorno que le rodea.

Las nuevas tendencias en la arquitectura hotelera intentan, pues, responder a la demanda de esta nueva tipología de clientes, que busca una estancia con valor añadido. En este sentido, los nuevos proyectos destacan por la integración de elementos que aportan estímulos sensoriales a los clientes, como los spas, las obras de arte, la personalización del diseño interior, así como una mayor adaptación de los edificios a las pautas medioambientales.”¹⁴

Entre estas tendencias de la arquitectura moderna se encuentra la denominada “Art Hotel” que según dicen sus creadores “...es un nuevo espacio vivencial que trasciende al hotel convencional, que sirve de contenedor vivo de arte contemporáneo en el que el espectador vive emociones provocadas por las artes plásticas. Sensaciones de contemporaneidad, modernidad, sensibilidad, cultura, enriquecen la experiencia del espectador que sin esperarlo, evoluciona, da un paso más en el entorno cosmopolita del arte contemporáneo.”¹⁵ Y por supuesto, ese estado o sensación psicológica de bienestar, comodidad, satisfacción, exaltación o admiración provocada por estas tendencias de la arquitectura moderna se traduce en confort.

Otra de estas tendencias de la arquitectura es el “Contract” el cual pretende “...optimizar los recursos, al mismo tiempo que ofrecer un nuevo concepto de calidad, confort y ergonomía de los espacios...”¹⁶

El mobiliario es otro elemento que brinda confort en los lobbies de los hoteles, y debe estar acorde con la modalidad de turismo que se trate, la categoría y la arquitectura del hotel.

La vegetación en los hoteles es otro elemento que ha cobrado una importancia fundamental en la sensación de confort, pues el color verde induce al relax.

¹⁴ Ranera, Inmaculada (Directora General de Cristie + Co para España y Portugal). “Hoteles que despiertan emociones”. Revista Gestión de Hoteles, No. 73, julio septiembre de 2007. Edita Reed Business Information, S.A.U., p. 44.

¹⁵ Art Hotel. “El más exclusivo ejemplo del nuevo diseño hotelero”. Revista Gestión de Hoteles, No. 75, enero - marzo de 2008. Edita Reed Business Information, S.A.U., p. 26.

¹⁶ Contract, la redefinición de los espacios colectivos. Revista Gestión de Hoteles, No. 75, enero - marzo de 2008. Edita Reed Business Information, S.A.U., p. 34.

El confort en la habitación.

Una de las áreas que más confort debe ofrecer dentro de un hotel es por supuesto la habitación, pues el visitante, por regla general, se encuentra lejos de su vivienda, ha viajado para llegar hasta ese hotel y pretende descansar y sentirse igual o mejor que en su propia casa.

Nada causa más confort al entrar a una habitación que sentir que el aire es natural y fresco, en contraposición a una habitación con olor a humedad y un aire cargado, denso, viciado, y aquí entra a jugar su papel el confort olfativo. En este sentido un papel muy importante en el confort de la habitación lo juega la limpieza de esta.¹⁷ “Lo ideal es que un hotel de alta gama diseñe sus propios aromas, los que impregnan los ambientes, la ropa blanca, etc., de modo que se produzca una impresión reconocible y especial en los huéspedes”¹⁸

Otro elemento es la temperatura y la humedad, o sea el factor higrotérmico. La mayoría de los hoteles poseen sistemas de aire acondicionado centralizados, split y mini split (en climas cálidos) o calefacción (en climas fríos), “...el aire acondicionado es importante en los hoteles, ya que para la mayoría de las empresas de este tipo es primordial el confort de sus huéspedes, especialmente en las localidades entre los trópicos de Cáncer y Capricornio donde el aire exterior está caliente y húmedo...Si bien el tipo de solución de aire acondicionado para un hotel la determina el tamaño del mismo y la cantidad de habitaciones, hay un aspecto que muchas cadenas hoteleras consideran, independientemente de su tamaño, y es ofrecer el mejor confort a clientes y empleados con el menor consumo de energía, que en últimas significa dinero y altos costos en el funcionamiento de un hotel.”¹⁹

Luego la vista del visitante recorre todas las superficies, los diferentes tipos de suelos, los cuales suelen despertar diferentes emociones, ya sean alfombrados, de madera, mármoles, granitos, mosaicos o con diferentes tipos de losa de cerámica que le dan un ambiente especial. “Y es que cuando se recuerda una estadía en un hotel, lo primero que viene a la mente es su lobby o las habitaciones, y allí se incluyen los pisos, pues por su color, brillo, estructura y diseño, éstos son un elemento que se queda en la retina del cliente...La utilización de diferentes materiales en los pisos es importante, ya que estos ayudan a consolidar el ambiente, generando sensación de permanencia, descanso, relajación y confort”²⁰ También es importante la perfección de los acabados y la calidez y cuidadosa selección de los materiales utilizados en la construcción con una distribución de la luz que destaque el equilibrio de los espacios. Todos estos factores de conjunto invitan al relax, invitándonos a un descanso reparador.

El confort visual en la habitación tiene que ver con la iluminación o por el contrario con la supresión de esta, sobre todo cuando la persona está acostumbrada a dormir en penumbras.

“Una buena iluminación proporciona al mismo tiempo descanso y comodidad, no obstante al seleccionar el tipo de luminarias y de luz para un hotel deben de tenerse en cuenta los lugares y los propósitos de cada uno, pues no es lo mismo la iluminación del lobby a la del centro de negocios, o la del restaurante a la de la habitación. Igualmente las tendencias hacia el ahorro energético han modificado un poco el uso de la luz, implementándose bombillos fluorescentes o LED²¹ que reemplazan a los incandescentes.”²²

En las puertas que dan hacia los balcones y en las ventanas, se utilizan cortinas, como parte del diseño y para regular la entrada de luz. Las cortinas normales dejan pasar gran cantidad de luz a la habitación y muchas veces es molesto para descansar. Es por ello que es beneficioso instalar cortinas Block Out que producen sensación de bienestar y relajación permitiendo la intimidad y un sueño reparador. Estas cortinas son partes de la decoración de la habitación, para producir un mayor efecto de confort.

¹⁷ Ver Escobar Aguiar, Eduardo F. “La limpieza como una importante dimensión de calidad en la hotelería.” en <http://www.eumed.net/tyrdes/08/index.htm> Consultado el 29 de Octubre de 2010.

¹⁸ ¿Diseño de aromas para hoteles? (en línea) <http://blog.tenriverstenlakes.com/tag/amenities-para-hoteles/> Consultado el 29 de julio de 2010.

¹⁹ Gómez Pérez, Héctor. “Ambientes frescos, huésped a gusto”. Gerencia de Hoteles. El portal para el diseño, desarrollo y operaciones de hoteles en <file:///ehtc332/shared/eduardo/My%20Documents/I+P/PUBLICACIONES/Publicacion%20en%20Eumed/Art%20C3%ADculo%20Confort/ambientes-frescos-huesped-a-gusto.html>

²⁰ Chaverra A., Duván. Pisos que transmiten sensaciones. Gerencia de Hoteles. El portal para el diseño, desarrollo y operaciones de hoteles en <http://www.gerenciadehoteles.com/201004122303/articulos/arte-y-funcion/pisos-que-transmiten-sensaciones.html> Consultado el 7 de julio de 2010.

²¹ LED (acrónimo del inglés Light-Emitting Diode) - Diodo emisor de luz.

²² Restrepo, Ana María. “El poder de la iluminación”. Gerencia de Hoteles. El portal para el diseño, desarrollo y operaciones de hoteles en <http://www.gerenciadehoteles.com/200901191918/articulos/arte-y-funcion/el-poder-la-de-iluminacion.html> Consultado el 7 de julio de 2010.

El confort táctil se pone a prueba sobre todo cuando la persona decide descansar sobre la cama. “Las principales cadenas hoteleras y hoteles independientes de máxima categoría están desarrollando toda una **política de descanso y confort de la cama**, mejorando todo lo que rodea al momento de dormir, enfocándolo como una experiencia más, decisiva en la elección de un hotel u otro por los clientes más exigentes”.²³ Existen colchones de diferentes materiales en oferta en el mercado internacional como pueden ser de muelles, látex, viscoelástico, de espuma de micropoliuretano, etc. Por regla general los hoteleros acostumbran comprar colchones de un confort "standard", que no sean demasiado blandos ni demasiado duros, de fácil mantenimiento y limpieza y resistentes. La calidad del colchón también va en dependencia de la categoría del hotel. Lo importante es que el cliente sienta confort durmiendo sobre el colchón. Acompañando al colchón va toda la lencería (sábanas, almohadas, fundas, cubrecolchones o protector de colchón, frazadas, edredones (en países fríos) con su duvet (funda de tela del edredón) que en la medida que la categoría del hotel es mayor, esta debe ser de mayor calidad, pues de esta depende que el cliente sienta confort y se forje una imagen del hotel.

“Hoy los proveedores de lencería trabajan para crear atmósferas en las que los clientes de un hotel puedan disfrutar de la armonía de los espacios, integrando la lencería en ellos y ayudando a definir el estilo de cualquier estancia e incluso del propio hotel. Las tendencias y estilos en lencería pueden ser tantos como hoteles. Y aunque la lencería también está influida por las modas, ha de satisfacer otros criterios importantes como la operatividad, rentabilidad y amortización.”²⁴

El confort auditivo en las habitaciones se logra con el aislamiento acústico de la habitación (insonorización) y es uno de los 10 aspectos que más valoran los clientes en un hotel según las valoraciones de más de un millón de clientes del portal de reservas Hotel.info²⁵ La mayor parte de las normas de los diferentes países tienen artículos o acápites dedicados a este delicado tema, así por ejemplo en los decretos de la Comunidad Autónoma de Andalucía se puede leer: “La debida insonorización de todas las instalaciones constituye, en los establecimientos hoteleros un elemento principal de su confort. Las habitaciones deberán ser previamente aisladas respecto de las colindantes, tanto en sentido vertical como horizontal. Toda máquina generadora de ruidos en zonas de clientes, en especial ascensores y sistemas de aire acondicionado, deberán insonorizarse.”²⁶

Las diferentes facilidades o servicios que se puedan ofrecer en las habitaciones son otros elementos generadores de confort en esta zona del hotel, muchas de estas facilidades también están en dependencia de la categoría del hotel o del tipo y precio de la habitación. En Internet se puede leer esta opinión que se refiere a una de estas facilidades: “Una vez me pusieron un ejemplo para distinguir entre lujo y confort. Estando en una habitación de hotel, lujo era pedir cualquier bebida por teléfono y que subiera un camarero a servirnos, el confort era disponer de un mueble bar en la habitación. Desde luego, el confort nos da intimidad.”²⁷

Entre la múltiple variedad de facilidades que puede ofrecer un hotel para elevar el confort de sus habitaciones aparte de las ya mencionadas, se pueden listar las siguientes:

- Llaves electrónicas de tarjeta para el acceso a la habitación.

²³ Sueños verdaderos en camas celestiales. Gobernant@ hotel y el lujo virtual. (en línea). <http://gobernantahotel.blogspot.es/tags/colchon/> Consultado el 29 de julio de 2010.

²⁴ Alojamiento. Lencería: Cuidados y nuevas tendencias en http://cidtur.eaeh.tur.cu/boletines/Panorama_Hotelero/Jun_2009/alojamiento.html Consultado el 7 de julio de 2010.

²⁵ Los 10 servicios de hotel más valorados a través de Internet. Blog turístico.com. El blog de viajes (en línea) <http://www.blogturistico.com/2009/06/16/los-10-servicios-de-un-hotel-mas-valorados-por-los-clientes-a-traves-de-internet/> Consultado el 29 de julio de 2010.

²⁶ Comunidad Autónoma de Andalucía. DECRETO 14/1990, de 30 de enero de 1990, sobre requisitos mínimos de infraestructura de establecimientos hoteleros y apartamentos turísticos. (Art. 8) La insonorización (en línea) http://www.aedave.es/common/mt/unidad/material/hoteles/h_andalucia.php3 Consultado el 29 de julio de 2010.

²⁷ Armendáriz, José Luis. ¡Cómo está el servicio! (en línea) <http://www.alimentacion-sana.com.ar/informaciones/chef/amigos%2014%20servicio.htm> Consultado el 28 de julio de 2010.

- Interruptores de luces ubicados en la puerta de entrada (three way), con control en el área de cabecera de la cama lo que le permite el cliente la comodidad de no tener que levantarse para ir a apagar la luz que encendió al entrar por la puerta de entrada.
- Mueble con gavetas y/o entrepaños, que pueden ser muebles escritorio o muebles tocador con espejo o escritorio tocador con espejo u otras variantes.
- Lámparas de mesa.
- Cuadros a tono con el diseño de la habitación.
- Armario empotrado (closet) con perchas.
- Espejo de cuerpo entero
- TV en alguna de sus formas de difusión: analógica, digital, por cable, por satélite, etc., con televisor blanco y negro, televisor en color que puede ser de pantalla LCD: plano, con pantalla de cristal líquido, pantalla de plasma u otros y mando a distancia (control remoto), que le permite cómodamente sin levantarse de su cama, tener a su disposición una inmensa cantidad de canales en diversos idiomas y con diferentes programaciones.
- WiFi (red inalámbrica que le permite conectarse con el mundo entero a través del acceso a Internet desde la habitación).
- Teléfono (con acceso directo o través de la pizarra del hotel).
- Pequeño refrigerador o minibar
- Caja de seguridad para guardar sus valores.
- Jarra-termo (excepto en habitaciones con refrigerador)
- Tomacorrientes universales para que el cliente pueda hacer uso de aparatos eléctricos tales como computadoras (ordenadores), reproductor de audio, reproductor de vídeo, reproductor de DVD, celulares, plancha, microondas, cafetera eléctrica (Coffee maker), depiladora, máquina de afeitar eléctrica, secador de pelo, moldeador, cepillo eléctrico y otros. Diferentes hoteles en dependencia de su categoría y/o disponibilidad ofrecen algunos de estos electrodomésticos en sus habitaciones.
- Salto de cama por plaza (excepto en habitaciones alfombradas)
- Vasos
- Ceniceros (excepto en hoteles declarados libres de humo)
- Cestos para papeles
- Kit para costura
- Limpia zapatos (brillador)
- Materiales informativos y de publicidad
 - Directorio de servicios
 - Información de seguridad en caso de siniestro
 - Colgante “ de no moleste” y “ haga la habitación”
 - Lista de precios y bolsa para lavandería
 - Lista de precios de los productos ofertados en el minibar de la habitación (si es que se presta este servicio)
 - Menú de servicio a las habitaciones (room service)
 - Información turística (brochures, revistas, diarios, etc.)
 - Directorio telefónico (del hotel, de la región, etc.)
- Material de escritorio
 - Papel, sobre de carta
 - Bolígrafo

De suma importancia para el confort hotelero es también el baño. Este es un punto de máxima intimidad y que requiere de gran confort por las facilidades que pueda ofrecer. Lo primero a destacar de un baño es la higiene que debe mostrar, por lo que la mayor parte de las piezas que conforman un baño en los hoteles son de colores blancos para así destacar la pureza, por tanto el color tradicional para recubrir las paredes de los baños con azulejos, mármoles y otros materiales, ha sido el blanco para poder destacar la más mínima suciedad como por ejemplo un cabello, de tal forma que pueda ser observado rápidamente. Tradicionalmente el baño ha sido ajeno al diseño y exento de decoración pero en la actualidad, ha ganado la misma importancia estética que la habitación, y existen impresionantes diseños de baños, que de sólo mirarlos, sentimos confort.

Otro elemento del confort de un baño es su amplitud, la cual, por regla general está en dependencia de la categoría del hotel, o sea, que a mayor categoría, mayor debe ser la cantidad de metros cuadrados del baño, oscilando entre 2,70 metros cuadrados para hoteles de una estrella, hasta 5 y más metros cuadrados para hoteles de 5 estrellas y mas.

Se da el caso de baños donde el espacio para el lavamanos y el sanitario son tan reducidos, que cuando la persona se sienta en el sanitario el lavamanos le queda frente a su cara o de bañeras con mamparas tan pequeñas, que si la persona es un poco obesa, casi no cabe dentro.

En Internet podemos encontrar un artículo que satiriza los baños hoteleros donde se afirma: "Los cuartos de baño de los hoteles han sido diseñados por personas que nunca se han alojado en un hotel o, posiblemente, por un pulpo licenciado en arquitectura. Son relucientes y seductores, pero no obstante son a menudo tan prácticos como un iglú en el desierto."²⁸

Algo que viene a añadir más confort a los baños es la sustitución de las tradicionales bañeras en algunos hoteles, sobre todo en los de mayor categoría, o sólo para las habitaciones de tipo suite en los de menor categoría, por mamparas de baño, duchas verticales, columnas de hidromasaje con diferentes chorros de agua los cuales producen efectos terapéuticos y de placer, cabinas de sauna y las bañeras tipo Jacuzzi, en todos los casos la presión disponible y la existencia de agua fría y caliente (a más de 50 grados centígrados) en el suministro de agua es fundamental. Algo ya generalizado en muchos baños de hoteles son las duchas de mano (tipo teléfono) que le permiten a la persona de forma muy placentera recorrer todo su cuerpo con la presión del agua, provocándole sensación de relajamiento muscular.

Las bañeras deben tener suficiente capacidad de desagüe (exceptuando por supuesto los Jacuzzi), siendo capaces de absorber el máximo caudal de agua que pueda salir por el grifo y que las pendientes del piso de la bañera confluyan en dirección hacia el desagüe, para no producir la desagradable sensación de inundación que se da cuando los pies quedan dentro del agua, lo que por supuesto resta confort.

Un elemento muy importante en el área de la bañera es contar con una agarradera, preferiblemente empotrada en la pared, pues las que son cogidas por tornillos tienden a desprenderse con el uso. Algunos hoteleros utilizan jaboneras agarraderas empotradas a la pared.

Todos los elementos del baño (bañaderas, servicio sanitario, bidet, lavamanos) llevan instalaciones para la evacuación de las aguas residuales y estas, deben estar dotadas de sifones adecuadamente diseñados que impidan el paso del aire, los olores y microbios desde el interior de las instalaciones hacia el exterior. La evacuación de las aguas del servicio sanitario debe ser con las nuevas categorías de desagües, que logran una importante reducción de los ruidos habitualmente producidos en las tuberías convencionales y que contribuyen al aislamiento sonoro de los baños, creando así un mayor confort y adaptándose a los requerimientos de los hoteles.

El lavamanos por su parte, es uno de los accesorios más importantes en el cuarto de baño y que según el tamaño ofrece espacio para colocar los amenities (o amenidades), "Dentro del confort de las habitaciones destaca la importancia que desde muchos hoteles se presta a los **amenities o productos de acogida**, que pueden ser muy variados como numerosos, haciendo hoy mención especial a los amenities de baño.

Los amenities son **artículos de aseo personal** que el hotel ofrece de manera gratuita como un servicio para el disfrute del cliente y puede incluir: champú, acondicionador, gel de ducha, loción corporal, jabón, sales marinas, pastillas efervescentes, loción solar con protección, toallitas desmaquilladoras, colonia, enjuague bucal y la gran variedad de complementos que todos conocemos: gorro de ducha, kleenex, set dental, set de afeitado, set de costura, set femenino y un largo etc. de complementos,"²⁹

De igual forma debe existir algún sistema que permita la ventilación del baño pues estos son locales húmedos. La ventilación natural es la más recomendada por los arquitectos, sin embargo, cuando las habitaciones son interiores se puede utilizar la ventilación por conducto.

A la hora de salir de la bañera, después de haber tomado una ducha, algo que contribuye enormemente al confort son los juegos de toallas, las cuales pueden ser de distintas dimensiones (desde 100 x 50 cm. hasta 150 x 70 cm. y más) y la calidad de estas. "El hotelero exige a las toallas del baño sobre todo confort y durabilidad. El confort viene determinado por la altura del rizo, el tipo de hilatura que sea la convencional,

²⁸ Carey, Tony. Los cuartos de baño hoteleros, fantasmas del gozo. Meeting Professionals Internacional (en línea) <http://www.mpiweb.org/Magazine/oneplus-spanish/banohoteleros> Consultado el 22 de junio de 2010.

²⁹ La cosmética lidera los amenities de hoteles de lujo. Gobernant@ hotel y el lujo virtual. (en línea). <http://governantahotel.blogspot.es/1223227200/la-cosmetica-lidera-los-amenities-de-hoteles-de-lujo/> Consultado el 29 de julio de 2010.

y en el caso del rizo americano y de terciopelo, por su proceso de tintura y acabado. La toalla esponjosa y suave deja un recuerdo imborrable en el cliente. Y que las toallas sequen bien ya es un valor supuesto. Lejanos quedan los días en que los hilos de algodón regenerado y sus mezclas con fibras sintéticas hacían desplazarse el agua por la piel sin ser absorbida.³⁰

La iluminación del baño es fundamental para crear el ambiente de confort, sobre todo en la zona del espejo, donde independientemente de la lámpara de techo, se deberán colocar apliques a ambos lados del espejo, buscando que no se proyecten sombras, que impidan un adecuado rasurado, peinado o maquillaje.

Concluyendo, se puede apreciar que el confort, es otra de las dimensiones de calidad de un hotel que incluye muchos detalles (aquí sólo se han tocado algunos aspectos del tema) y que requiere de una cuidadosa gestión por parte de la gerencia de un hotel, para que los clientes se formen una adecuada imagen del mismo.

En otros artículos se continuarán analizando otras dimensiones que afectan la calidad en la hotelería según la percepción de los clientes.

Bibliografía

- Alojamiento. Lencería: Cuidados y nuevas tendencias (en línea) http://cidtur.eaeh.tur.cu/boletines/Panorama_Hotelero/Jun_2009/alojamiento.html Consultado el 7 de julio de 2010.
- Armendáriz, José Luis. ¡Cómo está el servicio! (en línea) <http://www.alimentacion-sana.com.ar/informaciones/chef/amigos%2014%20servicio.htm> Consultado el 28 de julio de 2010.
- Art Hotel. "El más exclusivo ejemplo del nuevo diseño hotelero". Revista Gestión de Hoteles, No. 75, enero - marzo de 2008. Edita Reed Business Information, S.A.U., p. 26.
- Carey, Tony. Los cuartos de baño hoteleros, fantasmas del gozo. Meeting Professionals Internacional (en línea) <http://www.mpiweb.org/Magazine/oneplus-spanish/banohoteleros> Consultado el 22 de junio de 2010.
- Collins English Dictionary 5th Edition. Comfort en <http://diccionario.reverso.net/ingles-definiciones/comfort> Consultado el 25 de junio de 2010.
- Comunidad Autónoma de Andalucía. DECRETO 14/1990, de 30 de enero de 1990, sobre requisitos mínimos de infraestructura de establecimientos hoteleros y apartamentos turísticos. (Art. 8) La insonorización (en línea) http://www.aedave.es/common/mt/unidad/material/hoteles/h_andalucia.php3 Consultado el 29 de julio de 2010.
- Confort acústico (en línea) <http://www.rockwool.es/confort+ac%C3%BAstico/el+ruido> Consultado el 6 de julio de 2010.
- Confort higrotérmico en http://es.wikipedia.org/wiki/Confort_higrot%C3%A9rmico y "Confort ambiental" en http://arq-bioclimatica.com/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=5:hombre-cursos&download=7:confort&Itemid=1 Consultados el 6 de julio de 2010.
- Contract, la redefinición de los espacios colectivos. Revista Gestión de Hoteles, No. 75, enero - marzo de 2008. Edita Reed Business Information, S.A.U., p. 34.
- Chaverra A., Duván. Pisos que transmiten sensaciones. Gerencia de Hoteles. El portal para el diseño, desarrollo y operaciones de hoteles (en línea) <http://www.gerenciadehoteles.com/201004122303/articulos/arte-y-funcion/pisos-que-transmiten-sensaciones.html> Consultado el 7 de julio de 2010.
- Diccionario de la lengua española © 2005 Espasa-Calpe (en línea) <http://www.wordreference.com/definicion/confort> Consultado el 25 de junio de 2010.
- Determinación de la sensación táctil de los tejidos para asegurar el confort de las prendas. Sistema de medida Kawabata (en línea) <http://www.autoindustria.com/informacion/estudios/kawawata.pdf> Consultado el 6 de julio de 2010.
- Diccionario de la lengua española - Vigésima segunda edición (en línea) <http://buscon.rae.es/drae/> Consultado el 25 de junio de 2010.
- ¿Diseño de aromas para hoteles? (en línea) <http://blog.tenriverstenlakes.com/tag/amenities-para-hoteles/> Consultado el 29 de julio de 2010.
- Ergonomía: iluminación y confort visual (en línea) <http://www.monografias.com/trabajos/ergoluz/ergoluz.shtml> Consultado el 6 de julio de 2010.

³⁰ Alojamiento. Lencería: Cuidados y nuevas tendencias (en línea) http://cidtur.eaeh.tur.cu/boletines/Panorama_Hotelero/Jun_2009/alojamiento.html Consultado el 7 de julio de 2010.

Escobar Aguiar, Eduardo F. "La limpieza como una importante dimensión de calidad en la hotelería." (en línea) <http://www.eumed.net/urydes/08/index.htm> Consultado el 29 de Octubre de 2010.

Escobar Aguiar, Eduardo Felipe "La relación imagen - calidad en los servicios hoteleros" (en línea) <http://www.eumed.net/rev/urydes/05/efea.htm>. Consultado el 11 de junio de 2010.

Gallego, Jesús Felipe. Gestión de Hoteles. Una nueva visión. Internacional Thomson Editores Spain. Paraninfo, S.A. Madrid, España. 2002.

Gómez Pérez, Héctor. "Ambientes frescos, huésped a gusto". Gerencia de Hoteles. El portal para el diseño, desarrollo y operaciones de hoteles (en línea) <file:///ehtc332/shared/eduardo/My%20Documents/I+P/PUBLICACIONES/Publicacion%20en%20Eumed/Art%C3%ADculo%20Confort/ambientes-frescos-huesped-a-gusto.html>

La cosmética lidera los amenities de hoteles de lujo. Gobernant@ hotel y el lujo virtual (en línea). <http://gobernantahotel.blogspot.es/1223227200/la-cosmetica-lidera-los-amenities-de-hoteles-de-lujo/> Consultado el 29 de julio de 2010.

Los 10 servicios de hotel más valorados a través de Internet. Blog turístico.com. El blog de viajes (en línea) <http://www.blogturistico.com/2009/06/16/los-10-servicios-de-un-hotel-mas-valorados-por-los-clientes-a-traves-de-internet/> Consultado el 29 de julio de 2010.

Olores: un factor de calidad y confort en ambientes interiores (en línea) <http://www.siafa.com.ar/notas/nota36/olores.htm> Consultado el 7 de julio de 2010.

Ranera, Inmaculada (Directora General de Cristie + Co para España y Portugal). "Hoteles que despiertan emociones". Revista Gestión de Hoteles, No. 73, julio septiembre de 2007. Edita Reed Business Information, S.A.U., p. 44.

Restrepo, Ana María. "El poder la de iluminación". Gerencia de Hoteles. El portal para el diseño, desarrollo y operaciones de hoteles (en línea) <http://www.gerenciadehoteles.com/200901191918/articulos/arte-y-funcion/el-poder-la-de-iluminacion.html> Consultado el 7 de julio de 2010.

Rodríguez del Bosque, Ignacio, San Martín, Héctor. "La satisfacción del turista. Un modelo cognitivo – afectivo" en Annal of Tourism Research en español. Volumen 10, Número 1, 2008. Universitat de les Illes Balears. 2003.

Sensación y percepción en <http://www.monografias.com/trabajos7/sepe/sepe.shtml> Consultado el 6 de julio de 2010.

Sueños verdaderos en camas celestiales. Gobernant@ hotel y el lujo virtual. (en línea). <http://gobernantahotel.blogspot.es/tags/colchon/> Consultado el 29 de julio de 2010.

Wikipedia. La enciclopedia libre. Confort en <http://es.wikipedia.org/wiki/Confort> Consultado el 25 de junio de 2010.