

INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO



“REDUCCIÓN DE COSTES OPERATIVOS EN EL  
PROCESO DE LAVANDERÍA”

## 1.- JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Hoy en día, existe una creciente concienciación social hacia la necesidad de proteger el medio ambiente y los recursos naturales del planeta, y en este sentido todas las industrias plantean actuaciones para adaptarse a esta tendencia de ahorro de recursos, energía y sostenibilidad.

La actual coyuntura económica está provocando una pérdida de rentabilidad en los hoteles, y por lo tanto una pérdida de competitividad del sector en su conjunto, por lo que las estrategias empresariales comúnmente priorizan el ahorro de costes, convirtiéndolo en una necesidad vital de cualquier empresa para la subsistencia en el mercado.

En circunstancias normales y en sus casas, los clientes de los hoteles acostumbran a cambiar la lencería de cama una vez por semana. Sin embargo, los hoteles tradicionalmente están cambiando al mismo cliente la ropa de cama cada día o cada dos días máximo, en función de la estancia y la categoría del establecimiento.

¿Aporta ésta práctica un valor añadido a los clientes? Dado el alto nivel de concienciación social sobre el ahorro energético, estimamos urgente una actuación en éste ámbito a través de la iniciativa propuesta, que además de reducir notablemente los consumos y aportar un valor añadido al cliente, posicionaría estratégicamente al turismo nacional como turismo sostenible.

## 2.- OBJETIVO DEL PROYECTO

Reducir los costes en el proceso de lavandería de los establecimientos hoteleros y aumentar la sostenibilidad del sector turístico español con ésta iniciativa, de la que se beneficiarán:

- El Hotelero
- El cliente
- La administración local, autonómica y central
- El sector turístico

### 3. – DESARROLLO DEL PROYECTO

Aunque la iniciativa no es nueva, no en todos los casos se ha realizado teniendo en cuenta una comunicación directa y consistente tanto con el cliente como con los empleados del hotel.

El proyecto consiste en la difusión de una mejor práctica mediante la creación de un sistema de comunicación directa Hotel-Cliente-Hotel para establecer, de mutuo acuerdo, la periodicidad en el cambio de la lencería de cama en las pernoctaciones de más de una noche.

Esta comunicación bidireccional se articula mediante la colocación de una tarjeta ecológica en un lugar determinado de la habitación, donde los clientes del hotel encontrarán la información necesaria para colaborar con hotel en la sostenibilidad medioambiental, y convendrán con la camarera de pisos si quiere el cambio de sábanas dependiendo del lugar donde deposite la tarjeta.

Mediante ésta simple iniciativa se ha comprobado que un hotel logra ahorrar en la partida de costes operativos directos en torno al 25-30% del consumo energético, además de la considerable mejora en las condiciones de trabajo del personal, que se verán obligados a cargar con menos Kg de ropa, y dar respuesta a la necesidad creciente de ahorro energético por parte de los clientes.

### 4.- RESULTADOS OBTENIDOS EN EL HOTEL PILOTO

- **Resultados tangibles:** Tras la aplicación de la iniciativa en un Hotel de 4 estrellas, vacacional de costa, en el periodo comprendido entre el 20 de Marzo al 30 de Septiembre 2008, los resultados objetivos obtenidos fueron los siguientes:

Datos			Kg ropa 07	Kg ropa 08	Kg ropa 08 (07)	
Total Kg			57.480	36.165	55.595	
Estancias			69.756	67.469	67.469	
Kg /Estancia			0,82	0,54	0,82	
Consumos	Uds	Medida	Consumo 07	Consumo 08	Consumo 08 (07)	Reducción
Gasoil	0,2	litros	11.496	7.233	11.119	3.886
Agua	10	litros	574.800	361.650	555.954	194.305
Detergentes	0,007	Kg	402	253	389	136
Ácido acético	0,006	litros	345	217	334	117
Sal	0,055	Kg	3.161	1.989	3.058	1.069
Electricidad	0,32	Kw	18.394	11.573	17.791	6.218
Coste por estancia			0,50 €	0,36 €	0,50 €	
<b>Coste Total Marzo-Agosto</b>			<b>34.752,79 €</b>	<b>24.211,09 €</b>	<b>33.613,39 €</b>	<b>-9.402,30 €</b>
						<b>-27,97%</b>

- **Resultados intangibles:** Debido a la labor de información y concienciación previa necesaria al cliente y a los empleados, la sensibilización en temas de sostenibilidad medioambiental y eficiencia energética ha aumentado notablemente, haciendo de los propios trabajadores del hotel los mejores prescriptores de prácticas de sostenibilidad, lo que redonda en ahorros significativos y en una mayor eficiencia energética y optimización de los recursos.

En cuanto al cliente externo, el hotel ha conseguido posicionarse estratégicamente como hotel sostenible y respetuoso con el medio ambiente, ofreciendo un valor añadido diferenciador que le sitúa por delante de la competencia.

- **Coste:** Estimamos que un coste orientativo de maquetación e impresión de las tarjetas personalizadas con el logo del hotel puede ascender a:

- Para 200 tarjetas: 185,00 €

- Para 500 tarjetas: 200,00 €

- Para 1000 tarjetas: 225,00 €

- Coste asociado a la comunicación al cliente de ésta iniciativa (Folletos, Web)

- Coste asociado a la comunicación y formación al personal del hotel

## 5.-PLAN DE TRABAJO

Aquellos establecimientos que quieran implantar ésta iniciativa, únicamente tendrán que:

1. Incluir la iniciativa tanto en los planes de comunicación al cliente externo, como en el de formación al personal del hotel
2. \*Descargar el modelo de tarjeta (Anexo III) y los Anexos I y II
3. Personalizar las tarjetas insertando el logo del establecimiento en el cuadro reservado a tal efecto
4. Imprimir los tarjetones en papel reciclado.

5. Formar a los empleados del hotel para poner en práctica la iniciativa (en especial al departamento de pisos) según el plan de comunicación interno (Anexo I)

6. Incluir la iniciativa en el plan de Marketing dentro de la estrategia sostenible para comunicar al cliente el valor aportado.

\* Todos los documentos necesarios para el desarrollo de la iniciativa, así como el modelo personalizable de la tarjeta, se enviarán a todos los socios por email y se podrán descargar directamente de la página Web del ITH

## 6.- VENTAJAS

Ésta iniciativa cuenta con las siguientes ventajas, tanto a nivel particular para cada hotelero, como a nivel destino.

- El cliente final se siente partícipe de una iniciativa a favor del medio ambiente y la sostenibilidad
- Para el hotelero, los principales beneficios son:
  1. La rebaja de costes operativos en el departamento de pisos, lo que lleva aparejado un incremento en su competitividad.
  2. Un posicionamiento externo estratégico como Hotel sostenible que aporta un valor añadido y un elemento diferenciador frente a hoteles de la competencia.
  3. Mejoras de las condiciones de trabajo de los empleados del departamento de pisos, que propiciará un descenso en las bajas laborales y un mejor ambiente laboral.
  4. Concienciación interna sobre la necesidad de poner en práctica iniciativas sostenibles y aumentar la eficiencia energética.
- Desde el punto de vista de destino, a través del alcance de la difusión de los resultados obtenidos, España:
  1. Se posiciona estratégicamente como destino turístico sostenible y sensibilizado con el medio ambiente frente a competidores directos.
  2. Consigue un ahorro real en el consumo de recursos energéticos y en emisiones contaminantes

## 7.- PLAN DE COMUNICACIÓN

Tanto a nivel interno como externo, se recomienda encarecidamente un plan de comunicación con el cliente para sensibilizar sobre la necesidad de la eficiencia y sostenibilidad, con el fin de llevar a cabo propuestas respetuosas con el medio ambiente.

- **Ciente interno:** Anexo I
- **Ciente externo:** Anexo II

### ANEXO I: COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación de éste tipo de iniciativas ha de ser extensible a todo el personal del hotel, y especialmente entre los departamentos implicados directamente, como son el departamento de pisos, encargado de la puesta en práctica de la iniciativa, el departamento de recepción, encargado de comunicarle correctamente a los clientes el uso de las tarjetas, y el departamento de comunicación, con el fin de sacarle el máximo rendimiento a la iniciativa desde el punto de vista publicitario y posicionar en el mercado al hotel como Hotel sostenible y respetuoso con el medio ambiente.

El plan de comunicación con el cliente interno debe estructurarse en:

#### 1. Comunicación general

En un primer momento, tanto la gerencia como la dirección general serán los encargados de reunir a todo el personal del establecimiento con el fin de dar a conocer la implantación de la iniciativa, explicar las razones por las cuales se ha tomado esa decisión, y manifestar el respaldo unánime a dicha iniciativa.

#### 2. Comunicación por departamentos:

Una vez se ha realizado la comunicación general por parte de la gerencia, serán los responsables de los departamentos quienes profundicen en la comunicación al personal a su cargo, haciendo hincapié en los beneficios que aportarán a nivel individual y colectivo:

##### A) Departamento de pisos:

El personal de pisos, al preparar cada habitación para los clientes, dejará sobre la cama la tarjeta con las instrucciones, para que sea el cliente quien tome la decisión sobre el cambio de ropa de la cama utilizada en su pernoctación. Si éste coloca la tarjeta en la cama, se considerará que sí desea el cambio de ropa, por lo que las camareras de

pisos procederán en consecuencia. Sin embargo, si la tarjeta se encuentra en cualquier otro lugar de la habitación, se considerará que el cliente no desea un cambio de ropa en la cama, por lo que no se le cambiará ese día por ropa nueva.

Mediante ésta acción, comprobarán cómo se ve reducido notablemente el peso a cargar durante su actividad laboral, reflejándose en una mejora de las condiciones de trabajo, que llevará aparejada una reducción de las bajas laborales.

#### B) Departamento de recepción:

El personal de recepción será el encargado, durante el proceso de check in, de explicar detalladamente el proceso a los clientes asegurándose su perfecto entendimiento, así como de comunicar correctamente que gracias a su gesto desinteresado, contribuyen a la sostenibilidad medioambiental y a una mayor eficiencia energética.

#### C) Departamento de Marketing

El departamento de Marketing será el encargado de incluir, en todos los productos y merchandising, la imagen de la iniciativa, con el fin de posicionarse estratégicamente en el mercado como hotel sostenible, eficiente, y respetuoso con el medio ambiente.

#### D) Departamento de comunicación

El departamento de comunicación será el responsable de difundir a todos los medios, locales y nacionales, la participación del establecimiento en ésta iniciativa con el fin de diferenciarse frente a sus competidores, y colaborar en el posicionamiento de marca sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

## **ANEXO II: PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNO**

A) Frente al cliente externo, es muy importante que toda la comunicación que haga el hotel se oriente a la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente, y no únicamente al ahorro de costes derivado de la iniciativa, así como resaltar el valor añadido que aporta una diferenciación del hotel frente a su competencia.

Si el hotel dispusiera de certificación de calidad, tales como la ISO, Q de Calidad Turística, Madrid Excelente etc..., mencionar éste tipo de certificaciones en el plan de comunicación aumentará el posicionamiento estratégico del hotel como Hotel Sostenible y respetuoso con el medio ambiente, aportando un valor añadido y elemento diferenciador muy apreciado por los clientes.

B) La difusión del programa global como iniciativa de mejor práctica será llevada a cabo por el ITH, a través de todos los canales disponibles, llegando a cerca de 10 mil hoteles del territorio nacional de forma directa, además de las publicaciones y notas de prensa que se enviarán tanto a los medios de comunicación de masas como a los medios turísticos especializados.

### ANEXO III: MODELO TARJETA

<b>LOGO HOTEL</b>	<b>POR FAVOR, CAMBIE LAS SÁBANAS</b>	<b>PLEASE CHANGE THE BED LINEN</b>	<b>LOGO HOTEL</b>
<b>¿TAMBIÉN SE PREOCUPA POR EL MEDIO AMBIENTE?</b>	<b>DO YOU REALLY CARE ABOUT ENVIRONMENT ?</b>		
Nos encargamos diariamente de su habitación. Si desea que hoy cambiemos sus sábanas, por favor, deje esta tarjeta sobre la cama.	We clean your room daily. If you want us to change the bed linen today, please leave this card on the bed.		
Con este pequeño gesto nos ayuda a cuidar el medio ambiente	<b>With this small gesture, you will help us to protect the environment.</b>		
 Instituto Tecnológico Hotelero		 Instituto Tecnológico Hotelero	