

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Diplomatura en Turismo

---



UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA  
SUPERIOR DE GANDIA

# “Análisis de la gestión de la calidad en los hoteles Ibis de España”

*TRABAJO FINAL DE  
CARRERA*

Autor/es:  
**Encarnación Ruiz  
Barroso**

Director/es:  
**Bernat Roig Merino**

*GANDIA, 2013*

# Índice

AGRADECIMIENTOS.....	4
1. INTRODUCCION.....	5
1.1 OBJETIVOS .....	5
1.2 METODOLOGIA .....	7
2. LA GESTION DE LA CALIDAD Y MEDIOAMBIENTAL EN IBIS.....	8
2.1. DEFINICION DE CALIDAD .....	8
2.2. OBJETIVOS DE CALIDAD EN IBIS .....	10
2.3. LAS NORMAS DE CALIDAD APLICADAS: ISO 9001 / ISO 14001 .....	13
2.4. LAS POLITICAS DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE EN IBIS.....	15
2.5 LA GESTION MEDIOAMBIENTAL EN IBIS: .....	19
2.5.1. EL PROYECTO "PLANT FOR THE PLANET". OBJETIVOS Y ESTADISTICAS .....	19
2.5.2. EARTH GUEST DAY Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE.....	23
2.6. LA SATISFACCION DEL CLIENTE: EL CONTRATO 15 .....	27
3. ANALISIS DE LAS ENCUESTAS DE SATISFACCION.....	32
3.1. ANALISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DE SATISFACCION DE CLIENTES DE UN HOTEL IBIS .....	32
3.2. ANALISIS DEL CUESTIONARIO DE SATISFACCION DE LOS HOTELES IBIS .....	36
3.3. ANALISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE SATISFACCION EN EL AREA DE RESTAURACION DEL HOTEL IBIS .....	38
4. ANALISIS DEL METODO MYSTERY GUEST DE TRIVAGO PARA SU POSIBLE IMPLANTACION EN IBIS.....	40
5. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES .....	44
6. BIBLIOGRAFIA .....	47



7. ANEXOS.....	49
7.1. ANEXO 1. CONSOLIDADO C15' CUATRIMESTRAL.....	49
7.2. ANEXO 2. LIBRO DE RECLAMACIONES, OBSERVACIONES, C15'.	50
7.3. ANEXO 3. PLAN DE ACCION .....	51
7.4. ANEXO 4. DOSSIER DE PRENSA IBIS DICIEMBRE 2009.....	52
7.5. ANEXO 5. DOCUMENTO INTERNO. RESUMEN PLANT FOR THE PLANET .....	64
7.6. ANEXO 6. INFORMACION SOBRE EL PROYECTO PLANT FOR THE PLANET.....	66
7.7. ANEXO 7. LIBRO DE VIAJE EARTH GUEST DAY 2011.....	71
7.8. ANEXO 8. NOTA DE PRENSA EARTH GUEST DAY 2011.....	101

## **AGRADECIMIENTOS**

En este apartado quisiera dar mi agradecimiento a todas aquellas personas que han colaborado en este trabajo final de carrera y me han apoyado durante la realización del mismo.

A Bernat Roig, por aceptar la dirección de mi trabajo final de carrera, por su ayuda, sus consejos y su apoyo. Por ser un tutor ejemplar, realizando un seguimiento constante mediante correo electrónico y telefónico, y prestando su ayuda en todo momento.

A uno de los directores con el que he tenido el placer de trabajar en Ibis Valencia Aeropuerto, Jose Miguel Soto, quien, desde el primer momento en que me planteé realizar mi trabajo final de carrera sobre la calidad en los hoteles Ibis, me mostró su apoyo y me ofreció su ayuda.

Mis agradecimientos al grupo Accor por permitirme utilizar información interna que me ha sido indispensable para el desarrollo de este trabajo final de carrera.

A mis compañeras, Isabel Yera y Anna Briel, quienes comenzaron conmigo este trabajo y por diversas circunstancias decidieron dejarlo, dándome su respaldo y visto bueno para finalizarlo yo en solitario. Especial agradecimiento a Isabel, quien me motivó y dio ánimos para realizar este trabajo cuando yo ya había dado por perdida mi diplomatura de Turismo.

A mi familia, especialmente a mis padres y mi marido, por su apoyo incondicional, tanto moral como económico, y sus constantes ánimos.

# **1. INTRODUCCION**

El motivo principal de la elección de este tema para mi proyecto final de carrera es mi actual relación laboral con el Grupo Accor, concretamente en un hotel Ibis en Valencia, donde la calidad esta presente en cada procedimiento y departamento.

La calidad y la satisfacción de nuestros clientes es la prioridad y el principal objetivo en nuestro trabajo diario.

Ibis es, desde 1997, la primera cadena hotelera en conseguir la certificación ISO 9001 , obteniendo la certificación del 84% de sus 957 hoteles repartidos por el mundo, lo que ha requerido un importante esfuerzo e inversión por parte del Grupo Accor (Avila, 2009. p.5.)

Este tema esta directamente relacionado con la Diplomatura de Turismo, concretamente con la rama de dirección hotelera, y enlaza especialmente con la asignatura Gestión de la Calidad.

Mi trabajo final de carrera se basa principalmente en realizar un estudio y evaluación de la implantación de los sistemas de calidad en Ibis, y asimismo realizar un análisis de los resultados con el objetivo de hallar posibles puntos a mejorar, exponiendo mis conclusiones en base a mi experiencia profesional en la cadena Ibis.

## **1.1 Objetivos**

El principal objetivo de este trabajo final de carrera es describir los sistemas de calidad aplicados en los hoteles Ibis de España y proponer mejoras en los sistemas actuales de medición de la satisfacción de los clientes. Como objetivos secundarios se establecen los siguientes:

- Analizar los sistemas de calidad aplicados, la norma ISO 9001
- Observar la relación entre la calidad y la fidelización de los clientes mediante la herramienta Ibis “contrato 15”.
- Analizar el nivel de satisfacción de los clientes de los hoteles Ibis
- Detectar errores en la aplicación de los sistemas de calidad y proponer mejoras

Para alcanzar estos objetivos se van a llevar a cabo las siguientes tareas:

- Analizar los sistemas de calidad implantados, en base a la norma ISO 9001.
- Describir los principales programas de seguimiento de la satisfacción del cliente, como 'el Contrato 15 minutos' y las encuestas de satisfacción, desarrollados por la cadena para tratar de garantizar una mejora continua.
- Analizar los niveles de satisfacción de los clientes de los hoteles Ibis y observar la relación entre la calidad, la satisfacción y la fidelización de los clientes.
- Analizar la posición de Ibis con respecto al medio ambiente: la implantación del manual ISO 14001 y analizar la relación del desarrollo sostenible con la calidad.
- Realizar una propuesta y estudio de implantación de un método de medición de la calidad alternativo: El Mystery Guest de Trivago.
- Detectar posibles errores en la implantación de los sistemas de calidad, exponiendo las principales conclusiones a las que haya podido llegar tras realizar el análisis de cada uno de los puntos, y proponer posibles mejoras en base a mi experiencia laboral.

## 1.2 Metodología

Este estudio es de carácter tanto descriptivo como de investigación, ya que se basa por una parte en la búsqueda bibliográfica de libros relacionados directamente con la calidad aplicada a hoteles, normas de calidad, gestión de la calidad y diversos documentos o revistas publicadas por el Grupo Accor, y, por otra parte, se ha realizado un trabajo de campo visitando los cuatro hoteles Ibis ubicados en la ciudad de Valencia con el objetivo de recoger información sobre los hoteles Ibis, su funcionamiento, los sistemas de calidad aplicados y la homogeneidad y estandarización dentro de la cadena de los diferentes procesos para tratar de garantizar la calidad del servicio.

Todo este estudio se ha desarrollado con el objetivo de realizar propuestas para posibles mejoras. También se ha obtenido información complementaria en algunas páginas web internas de Accor y en páginas web de dominio público.

La relación laboral que mantengo con la cadena Ibis me ha sido de gran ayuda para la obtención de información al tener acceso directo a la misma en el hotel en el que trabajo y a la ayuda de los compañeros de profesión de los 3 hoteles Ibis restantes ubicados en la misma ciudad. De igual manera me ha sido de gran utilidad las formaciones recibidas por parte de la cadena en los 8 años que llevo trabajando para el grupo dentro de diferentes hoteles Ibis.

Las fuentes de información primarias en las que me he apoyado para la realización de este trabajo final de carrera son: las visitas realizadas a los diferentes hoteles Ibis ubicados en Valencia, la observación, la asistencia a diferentes formaciones impartidas por el Grupo Accor y las conversaciones mantenidas tanto con adjuntos de dirección como con algunos directores de estos 4 hoteles de Valencia.

En cuanto a fuentes de información secundarias utilizadas, algunas de estas fuentes son:

- Revistas internas publicadas por el Grupo Accor.

- Páginas webs internas de Accor y medios de comunicación interna como notas de prensa publicadas en la intranet, además de páginas de acceso público dedicadas a las normas de calidad y medio ambiente.
- Libros relacionados con la gestión de la calidad en establecimientos turísticos, principalmente en la hotelería.

## **2. LA GESTION DE LA CALIDAD Y MEDIOAMBIENTAL EN IBIS**

### **2.1. Definición de Calidad**

Según el modelo de la norma ISO 9000, la **calidad** es el “grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”, entendiéndose por **requisito** “necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria”.

De modo que la calidad admite diversos grados, si bien lo que no aclara esta definición, es quién debe establecer este grado. No obstante, en el enfoque de esta norma está el cliente, de quien debe conocerse su percepción respecto del grado de satisfacción con el producto suministrado, devolviéndonos nuevamente a la perspectiva externa.

A partir de esta definición, **la norma ISO 9001** propone un enfoque de la gestión de la calidad basada en un sistema conformado por múltiples elementos, interrelacionados que interactúan entre sí, y cuya gestión de manera definida, estructurada y documentada, debe permitir lograr un nivel de calidad que alcance la satisfacción del cliente, objetivo final de este modelo.

Estos elementos son los diversos **procesos** que se llevan a cabo dentro de una organización, en nuestro caso una empresa hotelera, sea cual sea su actividad, su tamaño o ubicación geográfica. Por tanto, según este modelo, se trata de identificar qué procesos tienen lugar en nuestra organización, y cómo se relacionan entre sí (ya que, a

menudo, la salida de un proceso se convierte en la entrada de otro proceso), para a continuación, definir cómo deben llevarse a cabo estos procesos (los procedimientos de trabajo) para alcanzar unos determinados objetivos, centrados todos ellos en la satisfacción del cliente.

El Grupo Accor ha elaborado para Ibis un sistema para la gestión de las normas ISO 9001 y 14001 conjuntamente al que denominan **IMS** (Integrated Management System) En dicho sistema nos encontramos con nueve procesos, organizados según el campo de aplicación o departamento, que son los siguientes (García, 2012. p.7):

1. Reservas / Recepción: Departamento de Recepción
2. Alojamiento : Departamento de Pisos
3. Restauración: Departamento de Restauración
4. Compras y Aprovisionamientos: Departamento de Compras
5. Recursos Humanos: Departamento de Recursos Humanos
6. Mantenimiento: Departamento de Mantenimiento
7. Estrategia y Marketing: Departamento de Marketing
8. Gestión calidad y Medio Ambiente: Departamento de Calidad
9. Escucha Clientes: Departamento de Calidad

Este sistema fue elaborado por el departamento de Calidad contando con la colaboración de los diferentes departamentos y con el visto bueno de los directores de operaciones y el director general de la cadena Ibis, haciendo de este sistema una herramienta útil y necesaria para el desarrollo y el control de la calidad y la gestión medioambiental en cada departamento de cada hotel Ibis.

Cada proceso cuenta con los procedimientos correspondientes, cada uno de ellos explicados detalladamente con ejemplos, y estos procedimientos a su vez se dividen en diversos documentos para su aplicación. Así no queda margen para el error o la mala interpretación de los procedimientos, no dejando a la libre elección de cada hotel o departamento la elaboración o aplicación de los procesos, y garantizando así la correcta aplicación de los procedimientos de manera eficaz y eficiente.

De este modo, la organización se entiende como una **cadena de procesos** que, partiendo de las expectativas o necesidades de los clientes, se van desarrollando hasta entregarle un producto o servicio, para a continuación, preguntarle mediante encuestas o de manera directa al finalizar el servicio, si ha quedado satisfecho, y si no ha sido así, o no en el grado deseado, plantear acciones para la mejora continua de nuestros procesos y nuestros productos.

En resumen, las expectativas del cliente y su relación con el servicio recibido serán las que marcarán los niveles de calidad del mismo:

CALIDAD = EXPECTATIVAS - SERVICIO RECIBIDO

## 2.2. Objetivos de Calidad en Ibis

La cadena Ibis trata de garantizar que los objetivos de calidad, incluidos aquellos que son necesarios para satisfacer las exigencias propias del producto, se establezcan para las tareas y los niveles apropiados dentro de Ibis. Los objetivos de calidad son comparables y coherentes con la política de calidad. A principios de cada año, el Director General de Operaciones, el Director de hoteles franquiciados y los jefes de departamentos transmiten los objetivos a los Directores de Operaciones y de Franquicias quienes los declinan a su vez a los directores de los hoteles a su cargo, quienes lo comunican finalmente a sus equipos de los departamentos de recepción, restauración y limpieza.

Estos objetivos se dividen en 3 apartados (García, 2010. p.3):

1- **SopORTE Físico**: En este apartado se marcan los objetivos relacionados con los resultados de todas aquellas auditorias que estén directamente relacionadas con la calidad del producto, como son:

- Auditoria Procesos de Calidad ISO, cuyo objetivo se fija en base al número de no conformidades halladas durante la auditoria, ya sean consideradas de carácter grave o leve. Se realizan 2 autocontroles o Auditorias internas basadas en una Check-list elaborada por los responsables del departamento de Calidad de Ibis,



llevadas a cabo por un auditor interno de la cadena, formado previamente para este fin. Por otra parte, esta el organismo que otorga y mantiene la certificación, BVQI, quien por su parte realiza una auditoria anual al número de hoteles certificados del grupo que considere oportuno seleccionados de manera aleatoria. Ejemplo de objetivo para un hotel Ibis: Máximo 3,5 No Conformidades de media anual.

- Auditoria Calidad Producto, que consiste en medir el nivel de conformidad y calidad acorde a las normas de estandarización de Ibis. Esta auditoria se realiza una vez al año y sin previo aviso, es decir, el auditor realiza su reserva y se presenta en el hotel como un cliente, evaluando cada una de las atenciones, el mantenimiento de las instalaciones, productos y servicios prestados en secreto, de manera que no se identifica como auditor hasta el momento de realizar el check-out en la recepción. Es en ese momento cuando solicita la presencia de un responsable para terminar de realizar la auditoria.

Los valores que se tienen en cuenta a la hora de fijar y cuantificar los objetivos sobre esta auditoria son: El porcentaje de índice de conformidad global de todos los hoteles Ibis de España (Ejemplo de objetivo: % hoteles índice global > 90%) , el porcentaje de índice de conformidad global del hotel Ibis auditado (Ej.: % hotel índice global > 90%; el objetivo fijado para cada hotel siempre será superior o igual al obtenido en la auditoria del año anterior) y, por último, el porcentaje de índice limpieza (Ej.: % hotel índice de limpieza > al 95%; valor también fijado en función de los resultados obtenidos en anterior auditoria)

- Auditoría Higiene global, realizada por una empresa subcontratada por el Grupo Accor (Laboratorios Anabiol) quien se presenta 4 veces al año, aproximadamente una por trimestre, sin previo aviso al hotel, encargándose principalmente de realizar una inspección de Higiene más exhaustiva que las que lleva a cabo Sanidad, tanto de las habitaciones como de la cocina o zonas de manipulación, almacenamiento y servicio de alimentación. Los objetivos fijados en relación a este punto son: el porcentaje de conformidad global de hoteles Ibis del país (Ejemplo: % de Conformidad global > 85%) y el porcentaje de conformidad global del hotel Ibis auditado (El resultado se obtiene calculando la media de las 4 auditorias realizadas en el año, y el objetivo fijado será siempre superior o igual a los resultados obtenidos el año anterior)

**2- Clientes:** Este punto abarca todos los objetivos relacionados con el cliente y su satisfacción, como son:

- Las cartas u hojas de reclamación de clientes por hotel: El objetivo es obtener un ratio aproximado de 1,1 cartas por cada 10000 habitaciones vendidas.
- En cuanto a las encuestas de satisfacción se fijan 2 objetivos sobre la puntuación obtenida en las encuestas. El primero de ellos es el porcentaje de clientes muy satisfechos, con una nota entre 9-10 puntos sobre 10 (Ejemplo de objetivo: el 46% de las encuestas deben obtener una puntuación global entre 9 y 10) El segundo objetivo se determina en base al porcentaje de clientes insatisfechos con una nota de 1-4 sobre 10 (Ejemplo de objetivo: Alcanzar un porcentaje de clientes insatisfechos menor o igual al 5%)
- El Contrato de satisfacción 15 minutos, del que hablaremos más adelante, donde el objetivo se fija en base a la tasa o porcentaje de éxito de la satisfacción final de los clientes en el momento de su salida del hotel. Esta satisfacción será consecuencia directa de la solución adoptada en el momento en que el cliente expresa su queja o problema durante su estancia. Ejemplo de objetivo: Porcentaje de satisfacción con respecto a la solución al problema aportada superior o igual al 90% , es decir, que el 90% de todas las quejas o problemas que hayan tenido lugar en un mes hayan sido resueltas de manera satisfactoria desde el punto de visto del cliente.

**3- Colaboradores:** La cadena Ibis trabaja con un programa denominado Actores, donde entran voluntariamente los colaboradores que así lo deseen. Este programa es una herramienta de evaluación de los conocimientos de los colaboradores y la aplicación de los mismos realizando el colaborador su trabajo de manera eficiente y adoptando nuevas competencias en función del nivel alcanzado del programa. Esta herramienta permite detectar en los colaboradores, mediante reuniones o entrevistas, la falta de conocimientos, lo que nos permite aportarles formación en caso de necesidad y realizando un seguimiento de la correcta aplicación de la formación y los nuevos conocimientos adquiridos. En este programa hay 3 niveles ascendentes (Cualificado, Experto y Líder) Cada nivel alcanzado supone un pequeño suplemento o compensación económica sobre la nómina del colaborador en cuestión de manera permanente como reconocimiento al trabajo bien realizado y recompensa por asumir nuevas competencias y tareas que le otorgan mayor responsabilidad.

En este punto, el objetivo anual es mantener activo el programa Actores, haciendo un seguimiento del número de citas o reuniones de seguimiento y formación realizadas con los colaboradores a lo largo del año, no dejando paralizado el programa. Ejemplo de objetivo: Que no hayan transcurrido más de 6 meses sin realizar una entrevista con cada colaborador.

## 2.3. Las normas de calidad aplicadas: ISO 9001 /

### ISO 14001

"Accor e Ibis están convencidos de que una certificación es la mejor manera para aplicar, conservar y dar credibilidad a sus compromisos, tanto en lo relativo a la Calidad como al Medio ambiente." (Ibis IMS, acceso 21/08/2012)

### ISO 9001

El sistema de calidad Ibis responde a las exigencias de la norma ISO 9001: 2000, Sistema de gestión de la calidad. El objetivo prioritario por el que han elegido aplicar esta norma no es otro que **satisfacer al cliente y fidelizarle**.

Este sistema de calidad se aplica en los hoteles a las actividades siguientes:

- El alojamiento las 24 horas (desde que el cliente hace la reserva hasta que se marcha del hotel...)
- El desayuno buffet de 6h30 a 10H30
- El desayuno Madrugador de 4H00 a 6H30 y No Madrugador de 10H30 a 12H00
- El servicio de Tentempiés las 24 horas
- El servicio de Bar

El servicio de Restauración en los hoteles Ibis está excluido del ámbito de aplicación por las siguientes razones:

- No todos los clientes Ibis utilizan el restaurante del hotel.
- Alrededor del 50 % de los hoteles no tienen restaurante.

- Algunos conceptos de restauración no están gestionados por el Director del hotel sino un Director de restauración nombrado por la marca del restaurante.

La documentación del sistema de gestión de la calidad Ibis comprende:

- La explicación documentada de la política de calidad y de los objetivos de calidad.
- Un manual de la calidad.
- Los procedimientos documentados que exige la presente Norma internacional.
- Los documentos necesarios para que el organismo pueda asegurar la planificación, el funcionamiento y el control eficaz de sus procesos.
- Los registros exigidos por la Norma ISO 9001: 2000.

## **ISO 14001**

El sistema de gestión medioambiental es el marco empleado para que la empresa funcione en conformidad con las metas establecidas y respondiendo de forma eficaz a los cambios de las presiones reglamentarias, sociales, financieras y competitivas así como a los riesgos ambientales. Este sistema, siguiendo las directrices de la norma ISO 14001, se aplica en Ibis tanto a la hostelería como a la restauración.

El objetivo prioritario de Ibis al aplicar esta norma no es otro que **trabajar respetando el medio ambiente**.

Ibis aplica un sistema de gestión medioambiental por diversos motivos que detallamos a continuación:

- Concienciación colectiva entorno a nuestra vida cotidiana. Objetivo: preservar el planeta, preservar las generaciones futuras.
- Acciones en favor del Medio Ambiente en los hoteles y/o cadenas de la competencia.
- Existencia de un compromiso Accor con Medio Ambiente.

Ibis tiene ya la certificación ISO 9001 – es un procedimiento similar, una forma de mantener la ventaja sobre sus competidores.

En cuanto al manual Ibis de gestión medioambiental, en el año 2012 se fusionó junto con el manual de gestión de la calidad formando un manual único que garantiza el respeto y seguimiento de ambas normas.

Los 3 temas principales de la política medioambiental de Ibis son:

- **Los residuos**, controlando su segregación tratando de garantizar en todo momento el correcto reciclaje y gestión de los mismos.
- **El agua**, realizando seguimientos de los consumos tomando medidas para reducirlo.
- **Y la energía**, llevando a cabo controles de los consumos de luz y gas y reduciendo su consumo en la medida de lo posible.

## 2.4. Las políticas de calidad y medioambiente en Ibis

### La política de calidad

Ibis es la primera cadena de hoteles económicos con certificación ISO 9001. Destaca por ofrecer a los clientes de todos sus establecimientos un servicio competente de acuerdo con los siguientes compromisos de la marca (García, 2010. p.1-2):

#### 1. Fiabilidad y profesionalidad:

- Cumplimiento del compromiso “**EL CORAZÓN DE IBIS**“ (Alojamiento las 24 horas, Tentempiés las 24 horas, desayuno madrugador, desayuno buffet 6h30-10h30, desayuno no madrugador y bar)

- Respeto de los compromisos de la marca (productos, horarios)
- Facturación transparente, sin sorpresas
- Servicio de recepción ininterrumpido tanto de día como de noche
- Seguridad para nuestros clientes
- El Contrato de Satisfacción en 15 minutos está expuesto y se cumple en todos

los hoteles Ibis

- Personal cualificado y profesional
- Personal con sentido de la atención al cliente

- Proveedores y productos seleccionados
- Un servicio de reservas a nivel mundial

## **2. Una oferta competitiva :**

- Información clara del precio de cada prestación
- Respeto de los compromisos de la marca (Buena relación calidad / precio)

## **3. Un servicio personalizado:**

- Tratamiento homogéneo para todos los clientes, sea cual sea el segmento al que pertenezcan (clientes de negocio, clientes de turismo, clientes tarjeta Ibis, etc.)
- Gestión de las reservas (Se respetan los deseos del cliente (habitación interior, exterior, fumador o no fumador)
- Rapidez en las gestiones de registro (Check-in)
- Informaciones locales e información turística disponible
- Servicio de tentempiés cuando el restaurante está cerrado
- Servicio de despertador
- Desayuno « madrugador » (4h00 a 6h30) y « No madrugador » (10h30 a 12h00)
- Desayuno buffet (6h30-10h30)
- Servicio de mensajes y llamadas telefónicas
- Rapidez en las gestiones de check out
- Verificación de la satisfacción del Cliente sobre la calidad de las prestaciones (preguntando al cliente en el momento del check-out y mediante el envío por email de la encuesta Olakala)
- Gestión de objetos perdidos y hallados
- Posibilidad de reservar en cualquier hotel del Grupo Accor para alojar al cliente cuando el hotel está completo, desviando al cliente al hotel del Grupo Accor más cercano, a través del sistema de reservas interhoteles TARS on Line o la Central de Reservas.

Satisfacer dichos compromisos y exigencias del mercado supone e implica por tanto:

## **1. A nivel de la marca, una organización que permita :**

- definir y animar
- controlar y rectificar
- adaptar e innovar

## **2. A nivel de cada uno de los colaboradores:**

- expresar plenamente su saber hacer
- asumir mediante su comportamiento y su iniciativa los valores que diferencian a la marca.

Para facilitar al cliente el conocimiento de nuestro saber hacer, Ibis ha decidido tomar parte en el proceso de certificación de nuestra organización a las normas ISO 9001.

La integración de todos los departamentos y servicios en el sistema de aseguramiento de la calidad es un desafío que afecta a todas las funciones tanto de la Sede como de los hoteles, y significa cuestionarse constantemente en cualquier nivel de responsabilidad.

Para alcanzar estos objetivos, el Grupo Accor se comprometió a poner en marcha la estructura necesaria y a hacer respetar por todos los colaboradores Ibis, el Manual de Calidad y los Procedimientos de las normas ISO 9001 que se actualiza con regularidad siguiendo la evolución de las exigencias de sus clientes, la evolución del mercado, las nuevas técnicas y la legislación, y todo ello para dar a sus clientes presentes y futuros la prueba de su voluntad y capacidad para mejorar permanentemente sus productos y servicios.

## La Política de medioambiente en Ibis

Desde el año 2003 la cadena Ibis ha reforzado su compromiso con el desarrollo sostenible con la certificación medioambiental internacional ISO 14001.

Ibis es la primera cadena de hoteles económicos que ha obtenido esta certificación y destaca por los siguientes puntos:

- Ofrecer a sus clientes servicios hoteleros que reducen constantemente su impacto medioambiental, particularmente a través de:
  - El control y la reducción del consumo de agua y energía.
  - El reciclaje y la utilización de residuos.
- Proporcionar a sus clientes información acerca de las actividades emprendidas por la cadena para que puedan participar.
- Cumplir con las correspondientes normativas locales y nacionales.
- Prevenir la contaminación del agua, el suelo y el aire.

Para cumplir estos objetivos, la cadena Ibis:

- Sensibiliza y ofrece formación a sus colaboradores para que ayuden y participen activamente en la protección del medioambiente en actividades de su competencia.
- Establece asociaciones entre sus empresas de servicios y sus proveedores.
- Pone en práctica y actualiza su sistema de gestión medioambiental.
- Aplica la carta de medioambiente del Grupo Accor.

Este compromiso se adhiere al programa de desarrollo sostenible Earth Guest Day de Accor, del que hablaremos más extensamente en otro punto.



## 2.5. La gestión medioambiental en Ibis

En este punto vamos a conocer los dos grandes proyectos del Grupo Accor cuyo fin no es otro que contribuir al desarrollo sostenible de la actividad en la empresa y la implicación de los equipos por preservar el medio ambiente: 'Plant for the Planet' y 'Earth Guest Day'.

La información expuesta en los siguientes puntos ha sido recopilada de diferentes documentos internos del Grupo Accor como son: Revista Mosaic N°0 de Enero de 2007 (Mathieu y Pauly, 2001. p.34-35), Nota de prensa Earth Guest Day de Abril de 2011, 'Libro de viaje Earth Guest Day' de Noviembre de 2011 (Ver Anexo 5, Anexo 6 y Anexo 7), además de acceder a la intranet Accor para la obtención de cierta información complementaria y para la extracción de los resultados de 'Plant for the Planet' a través de la Herramienta OPEN .

### 2.5.1. EL PROYECTO "PLANT FOR THE PLANET". OBJETIVOS Y ESTADÍSTICAS

Desde hace más de 20 años, todos los grandes grupos hoteleros proponen a sus clientes una reducción de la frecuencia en el lavado de las toallas. Muchos de nosotros ya conocemos el documento que se coloca en el cuarto de baño. Por lo general, dicho documento comunica lo siguiente (Fuente: Anexo 5):

*“Si desea conservar su toalla, cuélguela en el toallero. De este modo, nos ayudará a respetar el medioambiente.”*

Este mensaje no siempre da resultados, debido, como mínimo, a dos motivos:

- Los clientes piensan que el hotel, con la excusa de preocuparse por el medioambiente, está ahorrando a costa de su comodidad personal.

- A menudo, las camareras de pisos, que no han recibido la formación adecuada sobre el proyecto, cambian las toallas incluso cuando los clientes las cuelgan para reutilizarlas. Por lo que éstos se cansan y dejan de hacer ese esfuerzo.

Por eso el Grupo Accor se propuso lanzar un proyecto más motivador, que le permitiera convertirse en el primer grupo hotelero en dar sentido y eficacia a dicho gesto.

### **¿En qué consiste dicho proyecto?**

Con este proyecto Accor se compromete a lo siguiente: Si el cliente cuelga la toalla en el toallero, el hotel se compromete a abonar el 50% del ahorro realizado en los gastos de lavandería a un proyecto mundial de reforestación (Fuente: Anexo 6)

Entre los meses de abril y diciembre de 2008, se llevó a cabo una experiencia piloto en 50 hoteles Accor del mundo. Esta experiencia confirmó que la reacción de la mayoría de los clientes al proyecto era muy positiva, incluso entre los que no suelen interesarse por los temas medioambientales.

Calculados sobre doce meses, los ahorros de cada hotel alcanzan por término medio los **4.800 €**, la mitad de los cuales se destinarán a plantar árboles.

Así pues, Plant for the Planet permite incrementar los ahorros de los hoteles, además de contribuir de manera activa en la reforestación en 7 bosques del mundo.

¿Por qué la reforestación? Muchos científicos aconsejan plantar árboles para salvar nuestro planeta. En efecto, los bosques están en situación de gran fragilidad en todo el mundo, a pesar de que constituyen una barrera eficaz frente a muchos de los desajustes actuales: la falta de agua potable, la aridez de los suelos, el calentamiento climático, la extinción acelerada de algunas especies animales y plantas, etc.

Analicemos en detalle:

- Los bosques están en situación de fragilidad  
El 40% de los bosques del mundo entero ha desaparecido a lo largo de los últimos 300 años... y esta cifra sigue creciendo a un ritmo alarmante, ya que tendremos que esperar varios siglos para que los bosques puedan recuperarse...
- Los bosques desempeñan un papel crucial en el equilibrio de nuestro planeta

- Los bosques permiten conservar el agua dulce. Gracias a sus raíces, los árboles retienen el agua de lluvia y alimentan las capas freáticas.
  - Los bosques fijan y favorecen el mantenimiento de los suelos. Los árboles evitan los deslizamientos de tierras, las avalanchas y la desertización. Ayudan a conservar la agricultura.
  - Los bosques permiten luchar contra el calentamiento climático. Al absorber CO<sub>2</sub> a diario, los árboles limitan el efecto invernadero, responsable del calentamiento climático.
  - Los bosques dan cobijo al 80% de las especies vivas. Son lugares excepcionalmente ricos por su gran biodiversidad (por la gran variedad de especies animales y vegetales que cobijan). Este patrimonio es capital, ya que supone una diversidad genética esencial para la supervivencia sobre la Tierra.
  - Los bosques son esenciales para la salud. Las plantas permiten que el hombre pueda elaborar nuevos remedios, ya que el 50% de nuestros medicamentos son de origen natural. Así pues, los bosques constituyen una gran reserva de descubrimientos, ya que al menos 20.000 especies están aún por estudiar.
  - De manera directa, los bosques permiten vivir a 1.600 millones de personas. Para una quinta parte de la Humanidad, los bosques representan una fuente insustituible de alimentos, combustible, agua, materiales de construcción, plantas medicinales, etc. Cuando desaparece un bosque, poblaciones enteras están obligadas a desterrarse.
- La reforestación es un medio sencillo y completo de proteger el planeta

¿Hay algo más sencillo y universal que plantar un árbol? Se trata de un gesto unificador, fácil de entender y llevar a cabo, y que, al mismo tiempo, aporta mucho al medioambiente y a las personas.

Por todo ello, el Grupo Accor ha elegido la reforestación para participar en la conservación y el respeto al medio ambiente llevando a cabo un desarrollo sostenible.

## **Objetivos de Plant for the Planet**

·Objetivo principal: Plantar al menos 3 millones de árboles desde el inicio del proyecto en Abril de 2008 hasta finales del 2012 en 7 bosques en peligro ubicados en diferentes lugares del mundo (EE.UU., Rumania, Brasil, Senegal, Tailandia, Indonesia y Australia)

·Otros objetivos imprescindibles para llevar a cabo este proyecto:

-Sensibilización y formación de los equipos de planta y recepción a la reutilización de las toallas siguiendo las directrices diseñadas por el grupo y asegurando el correcto cumplimiento de las mismas.

-Reducir los costes de lavandería, consumo de agua y energía mediante la reutilización de toallas.

## **Estadísticas**

Gracias a Plant for the Planet, cada hotel ahorrará en gastos de lavandería.

Para calcular dichos ahorros, no se puede exigir que se haga un recuento diario de las toallas. Así pues, se aplicará el siguiente principio: sobre la base del consumo del año anterior y de cómo ha evolucionado a lo largo del año el número de clientes, cada hotel calcula el número de toallas que debería haber lavado durante el mes transcurrido. Luego, comprueba cuántas toallas ha lavado *realmente*, y de este modo, deduce el ahorro registrado gracias a Plant for the Planet.

El principio que se deberá aplicar es que el ahorro se calcula con respecto al año anterior. Si su hotel ya contaba con un programa de reutilización de toallas, el ahorro registrado por Plant for the Planet será un ahorro adicional.

## **Seguimiento de los resultados de un hotel Ibis de Valencia en Plant for the Planet**

La tabla que exponemos a continuación nos detalla el ahorro en euros realizado a lo largo de este año 2011 en uno de los hoteles Ibis de Valencia.

**Tabla PFP: Seguimiento Anual de Ahorro Plant For the Planet**

Seguimiento del ahorro	dic-10	ene-11	feb-11	mar-11	abr-11	may-11	jun-11	jul-11	ago-11	sep-11	oct-11	nov-11	TOTAL
Ahorros obtenidos gracias al proyecto	0	48	452	417	0	0	25	303	18	0	6	44	1.312
▶ 50 % del ahorro para el hotel	0	24	226	208	0	0	13	151	9	0	3	22	656
▶ 50 % del ahorro para la ONG	0	24	226	208	0	0	13	151	9	0	3	22	656

Fuente: Herramienta OPEN de consumos de la Intranet Accor, 10/12/2011

El primer semestre abarcaría los meses de diciembre 2010 a mayo 2011 y el segundo semestre de junio a noviembre 2011. En el primer semestre de 2011 se hizo una donación a la ONG con un importe total de 916€ con lo que se pudieron plantar 572 árboles. Si esto lo multiplicásemos por cada uno de los hoteles del grupo que participan en este proyecto, el número de árboles plantados ascendería a aproximadamente:

572 árboles x 43 hoteles Ibis en España = 24596 árboles que KIROMÉ, la organización experta en reforestación que colabora con Accor, plantará gracias al programa Plant for the Planet (estos cálculos solamente tienen en cuenta los hoteles Ibis de España, pero hay que tener presente que prácticamente todos los Ibis del mundo participan en este programa)

## 2.5.2. EARTH GUEST DAY Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE

### El desarrollo sostenible para Accor

El desarrollo sostenible, según la Comisión mundial sobre el medioambiente y el desarrollo en el Informe Brundtland de 1987, es "un desarrollo que responde a las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de responder a las suyas"

Para Accor, "el desarrollo sostenible consiste en asociar el desarrollo económico, el respeto por los seres humanos y la preservación del medio ambiente" (Revista Mosaic Accor N°0, Enero 2007), es por ello que el grupo hotelero se compromete con la causa desarrollando programas como el Earth Guest Day.

## **El programa Earth Guest Day y sus objetivos**

En 2006, Accor puso en marcha el programa Earth Guest cuya consigna es: «La Tierra nos acoge, nosotros acogemos al mundo». Este programa se divide en dos obras **EGO** (vinculada al ser humano) y **ECO** (vinculada al medioambiente). Cada 22 de abril, día mundial de la Tierra, se invita a los colaboradores del grupo de todo el mundo con el objetivo de participar en actividades EGO, "a favor de la protección infantil, de la alimentación, el desarrollo local y la lucha contra las epidemias"( Revista Mosaic Accor N°0, Enero 2007), o ECO, vinculadas a labores de conservación, limpieza y desarrollo del medio ambiente, más concretamente con el agua , la energía, los residuos y la biodiversidad.

En concreto en España, cada año desde el nacimiento del programa en 2006, los equipos de los diferentes hoteles del grupo se han reunido por provincias o zonas para participar en actividades de conservación del medio ambiente como la reforestación, la conservación de la fauna y la flora, la limpieza de parajes naturales, protección de especies florales y animales autóctonos frente a especies invasoras, entre otros.

Algunos ejemplos concretos de actividades realizadas por colaboradores de las diferentes cadenas hoteleras del grupo (Ibis, Novotel, Etap, Sofitel, Mercure...) en los últimos años en la zona de levante y parte de Andalucía son: labores de limpieza del lago de la Albufera, plantación de flora autóctona (contribuyendo así a la conservación de las dunas existentes entre el Saler y la Albufera de Valencia), la reforestación de los montes castigados por incendios en Málaga, la búsqueda y selección de tortugas para retirar la especie de tortuga invasora y proteger así la autóctona en Castellón, y un largo etc.

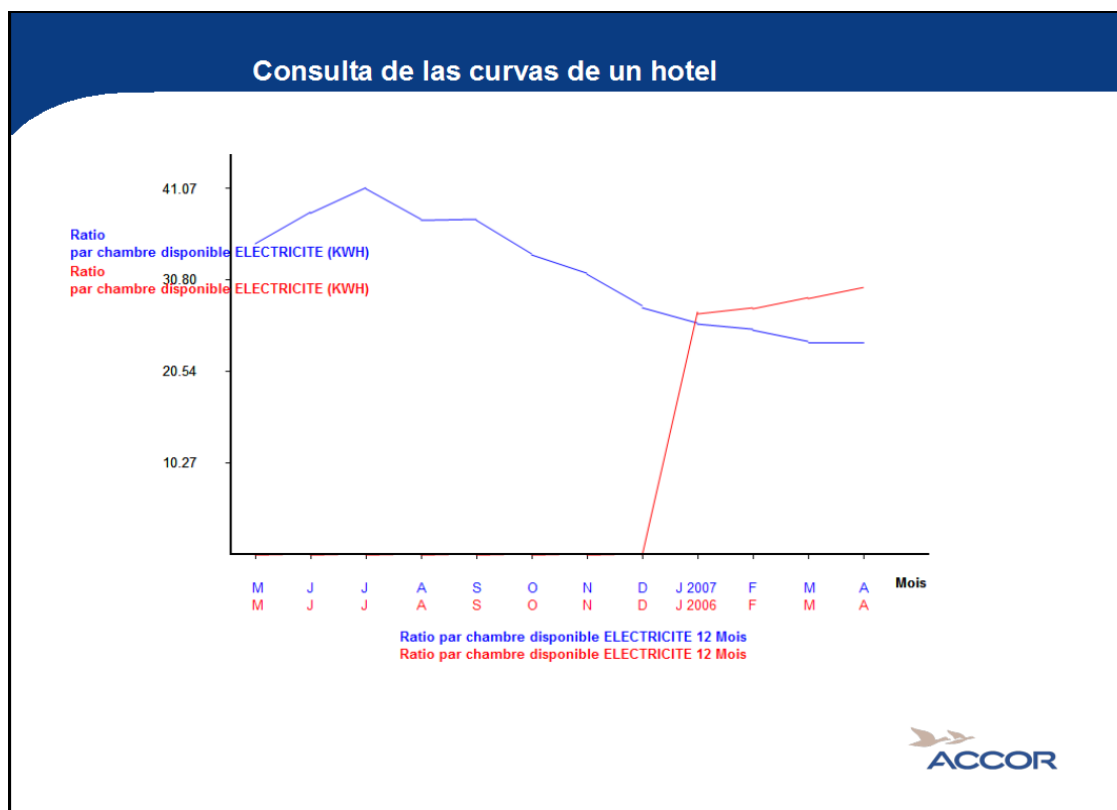
## **SEGUIMIENTO DE CONSUMOS Y CONSECUENCIAS**

Accor cuenta con una herramienta, denominada OPEN, a través de la que se realiza, en todos los hoteles del grupo, un seguimiento de los consumos de agua, luz y gas. En esta misma herramienta se realiza el seguimiento de 'Plant for the Planet' mencionado anteriormente. Cada primero de mes, en cada hotel, se realiza la lectura de los contadores para introducirla en este sistema al que se accede a través de la intranet de Accor.

OPEN calcula el consumo de luz, agua y gas realizado durante el mes y lo compara tanto con el mes anterior como con el año anterior. Mensualmente se observan los resultados y en caso de aumento de los consumos con respecto al mes o el año anterior se debe estudiar el motivo y así justificar las diferencias observando los distintos factores que puedan influir en el consumo como, por ejemplo, un aumento de la tasa de ocupación que genere un mayor consumo, una variación notable de las temperaturas que haga aumentar el consumo del gas o la luz de la climatización, un vaciado de los aljibes o depósitos de agua para la limpieza de los mismos, etc... En caso de no hallar una razón, se transmite al técnico de mantenimiento para revisar las instalaciones pertinentes y asegurarse de que no haya alguna rotura o fuga que genere ese aumento en el consumo. Si el consumo ha disminuido o aumentado en un 20% o más en comparación con el año o el mes anterior, el sistema solicita la introducción de un comentario que lo justifique.

Esta herramienta también genera gráficas comparativas con los valores introducidos que hacen más sencilla la localización de diferencias. A continuación vemos un ejemplo:

### Gráfico OPEN: Evolución Anual de consumo Eléctrico de un hotel del Grupo Accor



Fuente: Gráfica obtenida de OPEN, Guía en imágenes, 18/02/2013

De esta gráfica de un hotel del Grupo Accor del 2007 podemos obtener la siguiente información:

-El hotel en cuestión comenzó a utilizar OPEN en enero del 2006, de ahí que la línea roja no muestre resultados de los meses anteriores.

-Los datos seleccionados en este caso para la comparación y la realización de la gráfica son los correspondientes al consumo de electricidad durante el periodo de Enero 2006 a Abril 2007 (12 meses, aunque en los meses anteriores de Marzo 2005 a diciembre 2005 inclusive no hay datos introducidos)

-Esta gráfica muestra los ratios de consumo por habitación disponible que OPEN calcula en base a la introducción de los consumos.

-Podemos ver que desde enero a Julio de 2006 el ratio ha ido aumentando progresivamente. Esto podría deberse a que se haya registrado una mayor ocupación durante esos meses, lo que conlleva un mayor consumo. Desde Agosto de 2006 a Abril de 2007 el consumo ha ido descendiendo mensualmente, esto podría deberse a un mayor control de los horarios de puesta en marcha de la climatización y un menor consumo de la climatización por parte de los clientes gracias a un clima más templado.

En resumen, con OPEN se realiza un seguimiento de los consumos y se justifica el aumento o la disminución de los mismos. Como consecuencia de ello obtenemos un control y un esfuerzo constantes, además de la concienciación e implicación tanto de la dirección del hotel como del equipo por reducir el consumo. El objetivo es tanto reducir el consumo en la medida de lo posible para generar un ahorro de energía, como contribuir a cuidar el medio ambiente tratando de controlar y reducir en la medida de lo posible el consumo de agua.



## 2.6. La satisfacción del cliente: El Contrato 15

### DEFINICION DE CONTRATO 15 Y SUS OBJETIVOS

La cadena Ibis invita a sus clientes a comunicar inmediatamente cualquier problema que tenga lugar durante su estancia. Si dicho problema es responsabilidad del hotel y el tiempo de resolución es superior a 15 minutos, el cliente disfrutará de la prestación correspondiente de manera gratuita, este es el compromiso de calidad de Ibis denominado Contrato de satisfacción 15 minutos. (García, 2010. p. 1-4)

Los **servicios a los que se aplica** son: Reservas, Recepción, Parking (si es propiedad del hotel y es de pago), Habitación, Check-out, Desayuno, Bar y Tentempié 24 horas.

**Restricciones del Contrato 15':** El problema debe ser del hotel y la responsabilidad también. Por ejemplo, en caso de una avería de luz en la zona no sería aplicable el Contrato 15 minutos, puesto que el hotel no es responsable del corte del suministro y no tiene la posibilidad por sí mismo de restaurar el servicio.

**Exclusiones:** El almuerzo y la cena, el Parking en caso de no ser propiedad del hotel y el acceso al hotel. Si surge un problema en estos campos, el hotel si lo desea puede realizar un gesto comercial, pero no formaría parte del Contrato 15 minutos.

#### **Normas básicas:**

1. Los clientes deben informar del problema para dar la oportunidad al hotel de resolverlo, comunicándolo a cualquier colaborador del hotel, excepto personal del servicio de limpieza (ya que en la mayoría de los hoteles se trata de una subcontrata)
2. Cualquier colaborador del hotel debe intentar resolver el problema.
3. En el caso de no resolver el problema en 15 minutos, únicamente afectará al servicio asociado, es decir, si el problema surge en el desayuno y no se le da una solución, únicamente se le invitaría al desayuno.

4. Para resolver la mayoría de los problemas, deben prevenirse los problemas más habituales y su solución predeterminarse. Por ejemplo, si faltan toallas en la habitación, debe haber toallas en recepción.

#### **Procedimientos:**

- Asegurar la formación necesaria a los colaboradores sobre la aplicación del Contrato 15 minutos.
- Comunicar el compromiso Ibis Contrato 15 minutos colocando posters en recepción (o en pantalla digital) y en los pasillos, y poniendo un folleto en las habitaciones.
- Tener en recepción un documento donde anotar y realizar un seguimiento de las reclamaciones y observaciones de los clientes.
- A la salida del cliente que ha hecho una reclamación/observación, preguntarle por su satisfacción o no satisfacción.
- Registrar mensualmente en la intranet Accor los resultados del Contrato 15 minutos.

#### **Objetivos:**

- Asegurar la satisfacción del cliente durante toda su estancia, aportándole soluciones a los problemas que se puedan presentar o compensándole en caso de imposibilidad de resolución del problema.
- Realizar un seguimiento periódico (mensual) de todas las solicitudes o reclamaciones de los clientes para conocer los posibles puntos a mejorar del establecimiento y así tratar de mejorar la calidad del servicio prestado.
- Analizar regularmente los contrato 15 realizados e identificar los problemas recurrentes. Si es necesario, aplicar un plan de acción con el fin de prevenir y solucionar posibles problemas recurrentes.
- Hacer partícipes a los colaboradores en todo el proceso del contrato 15 minutos para que tengan conocimiento de los problemas que se puedan presentar y se impliquen en su resolución buscando siempre la satisfacción del cliente.

Para cumplir estos objetivos, Ibis:

- Contrata y forma a sus colaboradores para conseguir las máximas de calidad y promover el desarrollo de sus competencias.
- Fija objetivos anuales de mejora de calidad realistas y cuantificables.

- Lleva a cabo estrictos controles regulares en todos sus establecimientos para garantizar el cumplimiento de los compromisos.
- Aplica un modelo organizativo que supervisa constantemente todos los niveles de la jerarquía.
- Establece asociaciones entre las empresas de servicios y los proveedores durante el proceso de calidad.

## ESTADISTICAS

Cada cuatrimestre, el adjunto/a de dirección del hotel cumplimenta un cuadro consolidado donde se registran todas las intervenciones anotadas a lo largo del cuatrimestre en cuestión, calculando tras cumplimentarlo el **porcentaje de éxito** de la solución aportada a cada contrato 15' mediante. (Ver Anexo 1)

**Porcentaje de Éxito** =  $(N^{\circ} \text{ Total de intervenciones tratadas con éxito} * 100) / N^{\circ} \text{ Total de intervenciones}$

Este porcentaje nos indicará si la solución proporcionada al cliente ha sido satisfactoria solucionando el problema dentro de los 15 minutos o, si por el contrato, la solución aportada al cliente es insuficiente desembocando en una invitación para tratar de mejorar su insatisfacción.

**Las intervenciones tratadas con éxito** son aquellas quejas o problemas técnicos que entran en el marco del Contrato 15' que han sido solucionados o resueltos correctamente dentro del plazo de 15 minutos no causando un reembolso o invitación al cliente del servicio afectado. Todas aquellas intervenciones que no hayan sido resueltas correctamente, generando como consecuencia un reembolso o invitación del servicio afectado, las conocemos como **intervenciones tratadas sin éxito**.

Anualmente se revisa y se hace una media del porcentaje de éxito comparándolo con el objetivo fijado por la cadena Ibis, que suele ser superior o igual al 93%.

## LA FIDELIZACION DEL CLIENTE

En Ibis, como en cualquier negocio del sector servicios, el principal objetivo es la satisfacción del cliente, pues es necesaria para la fidelización del mismo.

Ibis cuenta con un programa para fidelizar clientes basado en las tarjetas de fidelización. Por una parte, tenemos la opción de realizar una tarjeta gratuita denominada Le Club Accor que ofrece la posibilidad de acumular puntos en las estancias en todos los hoteles del Grupo Accor, canjeando estos puntos por bonos con los que pagar en los hoteles o millas aéreas. Por otra parte, Ibis dispone de una tarjeta de fidelización denominada Carte Ibis que cuenta con una duración de un año y cuyo coste es de 99€. La Carte Ibis aporta una serie de ventajas al alojarse en cualquiera de los hoteles de la cadena Ibis a nivel mundial, como por ejemplo:

- 10% de descuento en los servicios de alojamiento y restauración en todos los Ibis
- Posibilidad de realizar el check-out a las 16:00 horas sin coste
- Wifi gratis
- Al realizar la tarjeta se invita al cliente a la primera noche de su estancia
- Habitación garantizada al realizar la reserva, sin necesidad de dejar tarjeta de crédito como garantía.
- Posibilidad de reservar habitación con 72 horas de antelación a la fecha de llegada aunque el hotel esté completo. Inclusive en fechas de eventos especiales. En caso de estar completo el hotel deberá aceptar igualmente al cliente con Carte Ibis, produciendo un overbooking y aplicando la política de overbooking del hotel que consiste en desviar al cliente a otro hotel de categoría igual o superior y hacerse cargo de la primera noche y del taxi en caso de desplazamiento del cliente de un hotel al otro.
- Acumulación de puntos con cada estancia en Ibis que se pueden canjear por bonos con los que pagar en los hoteles o millas aéreas.

Ibis trata de fidelizar a sus clientes, independientemente de si tienen o no alguna de sus tarjetas de fidelidad, ofreciendo y garantizando en todo momento un servicio de calidad mediante los procedimientos de trabajo aplicados procedentes de la certificación ISO 9001 y el programa Contrato 15 minutos. Ambos son puntos clave para la gestión del hotel y del personal implicando a sus colaboradores mediante formación e información, y realizando seguimiento de los resultados obtenidos tanto en las auditorias ISO en las que participa todo el equipo como en los consolidados mensuales del Contrato 15'.

El Contrato 15' invita a los clientes a presentar sus quejas o problemas para que el hotel los pueda solucionar, preocupándose por su bienestar y descanso desde el momento de su llegada hasta su salida. Al realizar el check-out se pregunta a cada cliente por su experiencia en el hotel, y en el caso de una persona que haya expresado alguna queja o problema durante su estancia se hace referencia al mismo para conocer la satisfacción final del cliente con respecto a la solución aportada. De esta forma el cliente observa que su problema o queja, además de haberse solucionado en la mayoría de los casos, se ha transmitido a todo el personal y ha trascendido dándole la importancia que su satisfacción merece.

### **LAS DISCONFORMIDADES Y SU CORRECCION: LOS PLANES DE ACCION**

En cada hotel Ibis se recogen e introducen mensualmente en el apartado de Calidad de la intranet Accor todos las disconformidades relativas al Contrato 15' anotadas en el cuadro de seguimiento del mes en cuestión (Del día 1 del mes al 30-31) Este cuadro se compone de las siguientes columnas (IMS, 2012, proceso Escucha Clientes. Ver cuadro en Anexo 2) :

- Fecha y hora de la queja
- Nombre del colaborador que atiende al cliente
- Nombre del cliente y número de habitación
- Problema o queja expuesta por el cliente
- Solución aportada al problema
- Tiempo en que se ha tardado en solucionar el problema
- Reacción del cliente en caliente (en el momento de aplicar la solución)
- Satisfacción del cliente en el check-out

En la intranet nos encontramos un listado detallado de los posibles fallos técnicos y/o problemas que puedan acontecer en un hotel, para así identificar la posible queja realizada previamente por el cliente con uno de los problemas o fallos detallados en el apartado de Calidad de la Intranet. De esta forma se calcula la recurrencia de cada problema o fallo, realizando mensualmente un plan de acción para cada uno de los problemas o fallos que superen o igualen el 5% de las habitaciones que tenga el hotel, es decir, para un hotel de

100 habitaciones se hará un plan de acción de cada fallo o problema que se repita al menos 5 veces durante todo el mes (Ver documento Plan de Acción: ANEXO 3)

Esta lista de fallos o problemas técnicos se guarda en la intranet mensualmente.

A su vez, cada cuatrimestre se realiza un consolidado de los fallos y problemas técnicos para ver la recurrencia de los mismos y observar si es un problema que persiste o no, lo que determinará si el plan de acción llevado a cabo ha sido o no eficaz, en caso de no ser eficaz habría que realizar un nuevo plan de acción buscando y aplicando otra solución que subsane el problema de manera definitiva.

### **3. ANALISIS DE LAS ENCUESTAS DE SATISFACCION**

En este epígrafe conoceremos el sistema utilizado por Ibis para medir la satisfacción de sus clientes (GSS = Olakala) y realizaré un análisis tanto del cuestionario (en concreto de la parte que hace referencia a la restauración) como de los resultados obtenidos en un hotel Ibis ubicado en la ciudad de Valencia.

#### **3.1. Análisis de los resultados de las encuestas de satisfacción de clientes de un hotel Ibis**

La cadena Ibis dispone de su propio sistema de medición de la satisfacción denominado GSS (Guest Satisfaction Survey) u Olakala, que consiste en el envío automático de una elaborada encuesta de satisfacción que llega por correo electrónico a todos los clientes que faciliten su email una vez finalizada su estancia en el hotel. Esta encuesta se compone de preguntas abiertas, preguntas cerradas, preguntas de valoración del servicio y espacios donde el cliente puede expresar su opinión con total libertad.

Es conveniente aclarar que no siempre se envían las encuestas a cada salida de los clientes, hay una excepción. Si un cliente realiza varias estancias en un mismo hotel en un plazo de un mes, sólo recibirá una encuesta. Esto se debe a que el sistema calcula el tiempo

trascendido entre el envío de la última encuesta y la última estancia del cliente en el hotel y, si el plazo es inferior a un mes, de manera automática se suprime el envío de la encuesta. Esto se hace para tratar de evitar causar una molestia al cliente ya que queremos conocer su opinión, no hasta dónde llega el límite de su paciencia (Olakala, acceso 07/04/2012)

Cada una de las encuestas cumplimentadas por los clientes se registran en el sistema GSS, donde la dirección del hotel puede acceder a las respuestas de los clientes y, si lo cree conveniente, actuar en consecuencia para mejorar el servicio en la medida de lo posible, teniendo siempre en cuenta la categoría del hotel y cumpliendo con la política de la marca Ibis, e incluso contactar con el cliente para conocer de primera mano el motivo de su posible insatisfacción. En algunos casos puntuales, se contacta con el cliente dándole la opción de realizar una segunda estancia para que pueda tener una segunda experiencia y mejorar su satisfacción.

Además de poder consultar en GSS las encuestas cumplimentadas de los clientes, el propio sistema realiza estudios estadísticos en base a los resultados obtenidos de las encuestas. Se pueden realizar consultas de cuadros estadísticos del periodo deseado, seleccionando las fechas o un plazo concreto: 15 días, 1 mes, 1 trimestre, 1 semestre, un año..., hay infinidad de posibilidades.

A continuación podemos ver una tabla con los resultados generales y las valoraciones obtenidas en un hotel Ibis de Valencia durante un periodo de un año.

## Tabla Olakala: Informe Anual de Resultados de Satisfacción

Informe : Satisfacción												
Periodo : 12 últimos meses (01/12/2010 - 30/11/2011)												
Calculo : promedio (/10)												
Realizado el : : 28/12/2011 - 10:56 p.m.		Puntuaciones										
		10 - 9		8 - 7		6 - 5		4 - 3		2 - 1		
Nº de respuestas		Nota Media	%		%		%		%		%	
Experiencia General	341	8,2	43,7	149	47,5	162	6,7	23	1,8	6	0,3	1
General Servicios	341	8,4	47,2	161	46,9	160	5,3	18	0,3	1	0,3	1
General disponibilidad/amabilidad del personal	340	8,7	60,9	207	35	119	3,8	13	0,3	1	0	0
General Alojamiento	341	8,1	43,4	148	45,2	154	7,6	26	2,6	9	1,2	4
Relación calidad/precio	341	7,6	33,1	113	41,6	142	19,4	66	4,4	15	1,5	5
Recomendaría el hotel	340	8,3	54,1	184	34,4	117	6,5	22	3,5	12	1,5	5
Volvería a alojarse en el hotel	21	7,4	38,1	8	38,1	8	9,5	2	4,8	1	9,5	2
General Satisfacción - Reserva	287	8,5	52,3	150	43,6	125	3,5	10	0,7	2	0	0
Valoración Llegada- Acogida	21	8,1	52,4	11	33,3	7	9,5	2	0	0	4,8	1
Valoración del baño	21	7,8	23,8	5	66,7	14	9,5	2	0	0	0	0
Valoración de la habitación	21	7,3	9,5	2	76,2	16	4,8	1	4,8	1	4,8	1
Valoración del descanso	21	7,6	33,3	7	57,1	12	0	0	4,8	1	4,8	1
Valoración del desayuno	145	7,5	27,6	40	49	71	15,2	22	6,2	9	2,1	3
Valoración del restaurante	74	7,1	21,6	16	47,3	35	21,6	16	5,4	4	4,1	3
Valoración del Bar	70	7,9	30	21	58,6	41	11,4	8	0	0	0	0
Valoración Salida / Check-out	17	8,3	47,1	8	41,2	7	11,8	2	0	0	0	0

**Fuente:** Olakala, Informe de Satisfacción General, 28/12/2011

Analizando los resultados de esta tabla podemos realizar las siguientes observaciones:

- El número de respuestas por valoración varía en función del servicio prestado, es decir, solo los clientes que hayan disfrutado de un determinado servicio harán la valoración de dicho servicio (Por ejemplo: Si un cliente no ha cenado en el hotel, no tendrá que valorar el servicio de restaurante)
- El 91,2 % de los encuestados valora su experiencia general en el hotel como muy buena ( con puntuaciones entre: 7 y 10)



- La valoración que mayor puntuación ha obtenido es la Amabilidad y Disponibilidad del personal con una nota media de 8,7 puntos.
- La valoración que menor puntuación ha obtenido es el restaurante con una nota media de 7,1 puntos.
- El 9,5% de los encuestados no está nada satisfecho con el servicio del restaurante.
- De los 21 encuestados que han respondido a la pregunta de si volvería a alojarse en el hotel, sólo 3 personas no han quedado satisfechos y no volverían a alojarse. Es en estos casos en los que la dirección actúa y se comunica con el cliente para conocer el motivo de su insatisfacción. Tras el contacto con el cliente, esta cifra suele disminuir, pero no se modifican los resultados anteriores.
- Como se puede comprobar en el cuadro, a mayor número de respuestas realizadas en cada ítem, menor es el porcentaje de clientes insatisfechos (Puntuaciones entre 4 y 1), y como consecuencia el impacto de las respuestas negativas es menor.
- De las 341 respuestas del apartado relación calidad-precio global (tanto de alojamiento como de restauración), 255 encuestados opinan que la relación es entre muy buena y excelente. A 66 encuestados les parece que la relación calidad-precio es buena o suficiente, y solamente 20 de los 341 opina que la calidad ofrecida frente al precio vigente es insuficiente.

**Conclusión:** Tras analizar estos resultados, vemos que hay un punto en el que debemos realizar mejoras y hacer hincapié estudiando en mayor profundidad el motivo de la insatisfacción de los clientes: la restauración. Por ello, vamos analizar las preguntas relativas a este departamento para ver si están bien enfocadas.

## 3.2. Análisis del cuestionario de satisfacción de los hoteles Ibis

Como ya comentábamos con anterioridad, el cuestionario se compone de preguntas de morfología variada (preguntas abiertas, cerradas,...). Las preguntas que podemos encontrar en la encuesta relacionadas con la restauración son las siguientes:

- En caso de haber un restaurante en el hotel, ¿Se lo recomendaron a su llegada al hotel?

- Sí  
 No

- Durante su estancia, ¿utilizó alguno de los servicios de restauración siguientes?

(Posibilidad de selección múltiple)

- Desayuno buffet en el restaurante  
 Desayuno en el bar/cafetería  
 Cena en el restaurante  
 Cena en el bar/cafetería  
 Una bebida en el bar/cafetería

- Cuando piensa en el desayuno buffet, ¿se sintió satisfecho con?:

	Muy satisfecho		Satisfecho		Ni satisfecho ni insatisfecho		Nada Satisfecho		En absoluto Satisfecho	
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
·El desayuno en su conjunto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
·La calidad del servicio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
·La calidad y la variedad de los productos y las bebidas del desayuno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
·El ambiente general del restaurante (diseño, atmósfera, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
·¿Cómo valoraría la relación calidad/precio del desayuno?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Volviendo atrás a la consumición que tomó en el bar/cafetería, ¿se sintió satisfecho con?:

	Muy satisfecho		Satisfecho		Ni satisfecho ni insatisfecho		Nada Satisfecho		En absoluto Satisfecho		No se aplica
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
·El bar/cafetería en su conjunto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
·La calidad y la variedad de las bebidas propuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
·El ambiente general del bar/cafetería (diseño, atmósfera,...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Cuando piensa en el restaurante, ¿se sintió satisfecho con?:

	Muy satisfecho		Satisfecho		Ni satisfecho ni insatisfecho		Nada Satisfecho		En absoluto Satisfecho	
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
·El servicio en su conjunto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
·La calidad del servicio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
·La calidad y la variedad de los productos y las bebidas del restaurante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
·El ambiente general del restaurante (diseño, atmósfera, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
·¿Cómo valoraría la relación calidad/precio de los productos de la carta?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Conclusiones:** Estas son las preguntas relacionadas con el servicio de restauración, en principio son bastante completas y la información que nos pueden facilitar es de interés, por lo que yo personalmente no realizaría modificaciones sobre el cuestionario. He de mencionar que el procedimiento que sigue la dirección del hotel al revisar los resultados de las encuestas hace que el cuestionario sea aún más completo, puesto que, en caso de valoración baja o negativa por parte del cliente en algún punto en concreto, el director suele contactar directamente al cliente para conocer de primera mano el motivo de su insatisfacción y, en consecuencia y tras verificar los hechos, tener algún gesto comercial con el cliente si procede. De esta forma el hotel puede determinar sus puntos a mejorar, favoreciendo así la mejora continua.

### 3.3. Análisis de los resultados de la encuesta de satisfacción en el área de restauración del Hotel Ibis

El siguiente paso es analizar los resultados de satisfacción de los clientes con respecto al desayuno, el bar y el restaurante. Para ello, hemos realizado una extracción del sistema GSS correspondiente al período comprendido entre el mes de diciembre 2010 y noviembre 2011, seleccionando únicamente los resultados de los servicios de restauración.

**Tabla Olakala: Informe de Resultados de Satisfacción. Servicio restauración**

<b>Informe : Satisfacción Servicio de Restauración</b>			<b>Puntuaciones</b>				
<b>Periodo : 01/12/2010 - 30/11/2011</b>			<b>10 - 9</b>	<b>8 - 7</b>	<b>6 - 5</b>	<b>4 - 3</b>	<b>2 - 1</b>
Realizado el : : 15/01/2012 - 12:35 p.m.							
	<b>Nº de respuestas</b>	<b>Nota Media</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Desayuno Buffet - Experiencia General	145	<b>7,5</b>	<b>28</b> 40	<b>49</b> 71	<b>15</b> 22	<b>6</b> 9	<b>2</b> 3
Desayuno Buffet - Calidad del Servicio	139	<b>7,8</b>	<b>38</b> 53	<b>42</b> 58	<b>16</b> 22	<b>4</b> 5	<b>1</b> 1
Desayuno Buffet - Calidad/Variedad Productos	144	<b>7,3</b>	<b>26</b> 38	<b>44</b> 64	<b>19</b> 27	<b>8</b> 11	<b>3</b> 4
Desayuno Buffet - Atmósfera/Diseño	141	<b>7,4</b>	<b>28</b> 39	<b>48</b> 68	<b>18</b> 26	<b>4</b> 6	<b>1</b> 2
Desayuno Buffet - Relación Calidad/Precio	145	<b>6,9</b>	<b>19</b> 28	<b>41</b> 59	<b>28</b> 40	<b>8</b> 12	<b>4</b> 6
Desayuno Bar/Cafetería - Experiencia General	26	<b>7</b>	<b>7,7</b> 2	<b>58</b> 15	<b>35</b> 9	<b>0</b> 0	<b>0</b> 0
Desayuno Bar/Cafetería - Calidad del Servicio	22	<b>7,8</b>	<b>41</b> 9	<b>46</b> 10	<b>9,1</b> 2	<b>5</b> 1	<b>0</b> 0
Desayuno Bar/Cafetería - Calidad/Variedad Productos	20	<b>7,1</b>	<b>25</b> 5	<b>40</b> 8	<b>30</b> 6	<b>5</b> 1	<b>0</b> 0
Desayuno Bar/Cafetería -Atmósfera/Diseño	21	<b>7,1</b>	<b>14</b> 3	<b>57</b> 12	<b>19</b> 4	<b>10</b> 2	<b>0</b> 0
Desayuno Bar/Cafetería -Relación Calidad/Precio	26	<b>6,8</b>	<b>15</b> 4	<b>35</b> 9	<b>46</b> 12	<b>0</b> 0	<b>4</b> 1
Cena Restaurante - Experiencia General	74	<b>7,1</b>	<b>22</b> 16	<b>47</b> 35	<b>22</b> 16	<b>5</b> 4	<b>4</b> 3
Cena Restaurante- Calidad del Servicio	74	<b>7,8</b>	<b>37</b> 27	<b>49</b> 36	<b>11</b> 8	<b>1</b> 1	<b>3</b> 2
Cena Restaurante -Calidad/Variedad Productos	73	<b>6,7</b>	<b>15</b> 11	<b>40</b> 29	<b>32</b> 23	<b>10</b> 7	<b>4</b> 3
Cena Restaurante - Atmósfera/Diseño	70	<b>7,2</b>	<b>19</b> 13	<b>56</b> 39	<b>19</b> 13	<b>6</b> 4	<b>1</b> 1
Cena Restaurante - Relación Calidad/Precio	74	<b>6</b>	<b>9,5</b> 7	<b>28</b> 21	<b>42</b> 31	<b>14</b> 10	<b>7</b> 5

Fuente: Sistema Olakala, Informe de satisfacción del servicio de restauración, 15/01/2012

La información más destacable que podemos extraer de esta tabla es la siguiente:

-El ítem que menor puntuación ha obtenido es la Relación Calidad/Precio del restaurante con una nota media de 6 sobre 10, seguida de la relación Calidad/Precio del Bar/Cafetería con una nota de 6,8 puntos y la relación Calidad/Precio del Desayuno Buffet con 6,9 puntos. Los clientes demandan una disminución de los

precios, esto se viene observando desde poco después del inicio de la crisis económica que atraviesan actualmente España, gran parte de Europa y EE.UU. La cadena Ibis ha invertido sus esfuerzos en mejorar durante el 2011 tanto los productos como la presentación y la calidad de los platos del servicio de restauración, manteniendo en la medida de lo posible los precios. Como conclusión podemos decir, que en este caso, los clientes no demandan una mejora de la calidad de los productos y los servicios, sino una reducción de los precios.

- Por otra parte, observamos que el 32% de los clientes que cenan en el restaurante no están ni satisfechos ni insatisfechos con la calidad/variedad de los productos existentes en la carta de restaurante. El 14% están insatisfechos o absolutamente insatisfechos. Aunque el 55% de los encuestados están satisfechos o muy insatisfechos, se deben centrar los esfuerzos en mejorar la puntuación del 45% restante. Ibis se ha puesto manos a la obra y ha introducido mejoras en la carta de restauración del año 2012, proporcionando mayor variedad de platos, dando la opción al cliente de elegir la ración y la salsa que acompañará cada plato y manteniendo los precios de algunos platos e incluso reduciéndolos en otros.

- La mejor puntuación es la obtenida por la calidad del servicio en los 3 conceptos: Desayuno Buffet, Bar/Cafetería y Restaurante, con una puntuación de 7,8 puntos en los tres casos. Esto nos confirma lo que decíamos anteriormente, el problema en la relación calidad /precio no es la calidad del servicio, sino el precio. De igual forma, este punto valora el servicio prestado por el personal, sabemos de primera mano que la calidad depende en gran medida de la atención que se le brinde al cliente. Podríamos tener un producto excelente, pero si se diera una mala atención y/o un mal servicio el cliente quedaría insatisfecho. Afortunadamente en Ibis, tanto el personal como la dirección del hotel se esfuerzan a diario por ofrecer una atención y un servicio de calidad.

**Conclusión:** El punto a mejorar en que la cadena Ibis debe centrar su atención actualmente es la relación calidad/precio, más concretamente el precio, ya que conocemos de primera mano que la calidad de los productos de restauración ha mejorado durante el 2011 sin que esto mejore la puntuación de la relación calidad/precio. Por otra parte, la puntuación de calidad del servicio es buena, lo que ratifica lo dicho. En cuanto a la variedad de los productos de restauración, Ibis ya está en marcha con la mejora de la carta de restaurante y la ampliación de la variedad de productos del desayuno buffet en 2012.

## **4. ANALISIS DEL METODO MYSTERY GUEST DE TRIVAGO PARA SU POSIBLE IMPLANTACION EN IBIS**

Tras participar en una conferencia telefónica programada por Trivago en Abril de 2012, cuyo objetivo era promocionar y difundir entre los hoteles de la plaza de Valencia el proyecto 'Mystery Guest' de Trivago, realicé un estudio para la posible implantación de este sistema de medición de la calidad en el hotel ibis en el que trabajo.

En este epígrafe veremos la descripción del proyecto 'Mystery Guest' de Trivago, expondré el estudio de su posible implantación en Ibis y, por último, analizaré las ventajas e inconvenientes que podría aportar y/o suponer esta herramienta para la cadena Ibis.

### **ESTUDIO DE IMPLANTACION EN IBIS DEL METODO DE MEDICION DE LA CALIDAD: MYSTERY GUEST DE TRIVAGO**

#### **Mystery Guest de Trivago: Descripción y funcionamiento**

El proyecto de Mystery Guest de Trivago consiste en un método de medición de la calidad y satisfacción realizado mediante una serie de elaborados cuestionarios pre y post-estancia rellenos por un cliente anónimo, no experto en la materia, quien de esta forma dará a conocer al hotel su opinión de cada uno de los servicios prestados a cambio de un descuento sobre el precio de su alojamiento en dicho hotel.

#### **¿Cómo se desarrolla este método?**

El cliente busca un destino para realizar una reserva en la página web de Trivago. Una vez la web muestra los resultados de la búsqueda, los hoteles que están participando en el proceso de evaluador de Mystery Guest aparecerán resaltados en amarillo y con un mensaje de bono descuento para evaluadores, además de mostrarse en los primeros puestos de búsqueda, por lo que llaman más la atención del cliente. De esta forma, si el cliente selecciona uno de estos hoteles, la web le da la oportunidad de registrarse como evaluador en Trivago.

Tras su registro como tal, el cliente procede a realizar la reserva de manera completamente normal (a través de las AA.VV., tour operadores que trabajan con el hotel o con el hotel en directo) Es entonces cuando Trivago envía un email al cliente haciéndole saber los pasos a seguir para obtener el bono descuento correspondiente. En primer lugar el cliente deberá rellenar un cuestionario pre-estancia donde se le harán preguntas sobre su perfil socio-geográfico y sobre las expectativas que tiene acerca de la estancia en el hotel en el que se va a hospedar. Posteriormente, el cliente iría anónimamente al establecimiento, en ningún momento el hotel tendrá conocimiento de que se trata de un Mystery Guest, de esta forma se garantiza que el proceso sea completamente veraz.

Una vez finaliza su estancia en el hotel, el cliente tiene que contestar un cuestionario más exhaustivo, que contiene más de 300 preguntas sobre 20 apartados diferentes de todos los puntos que puede evaluar del hotel (personal, diferentes departamentos, habitación, entorno, etc...) Tras haber completado los dos cuestionarios, Trivago comprueba que han sido correctamente cumplimentados. Es entonces cuando el cliente se beneficiaría de la bonificación que le corresponda mediante una transferencia bancaria realizada por el hotel a la cuenta del cliente.

Al final de todo el proceso, el hotel recibe un informe evaluativo, con los cuestionarios en los que se compara su hotel con hoteles de la misma categoría o de la misma localidad o zona geográfica, o del mismo país, según las preferencias e intereses del hotel (Ejemplo: Un hotel que quiere medir su calidad a lo largo del tiempo, puede solicitar evaluadores este año, el año que viene o dentro de 2 años y puede ir viendo su evolución a lo largo del tiempo)

### **¿Cómo se registra el hotel en el programa?**

Registrándose en la web [www.hotelero.trivago.es](http://www.hotelero.trivago.es) como establecimiento hotelero y, tras iniciar sesión, tendrá acceso al apartado 'soliciten mystery shoppers'. La solicitud de este servicio es totalmente gratuita, de manera que las únicas personas que se beneficiarían del descuento ofrecido por el hotel (cuyo importe mínimo ha de ser de 30€) serían los clientes que cumplimenten los cuestionarios enviados por Trivago.

### **Ventajas que ofrece el programa Mystery Shoppers, según la web de Trivago:**

- 'El hotel es evaluado por clientes reales que reservan una estancia con el único coste de un descuento aplicado al precio total de la estancia.
- Trivago sirve de intermediario y esto hace posible que los clientes que acuden a su hotel lo hagan de forma anónima sin que el hotel conozca su identidad, y que el proceso sea automático y sencillo.
- Es posible solicitar Mystery Guests de las diferentes nacionalidades en las que se encuentra presente la plataforma de Trivago.
- El hotel obtiene cuestionarios exhaustivos (más de 300 preguntas) creados por expertos en la materia que evalúan todos los aspectos de su hotel y son accesibles en todo momento en tiempo real.
- Al terminar el período de evaluación se le ofrecerán informes comparativos con hoteles de su misma categoría y con hoteles de su misma localidad o país para que pueda apreciar su posicionamiento en el mercado.
- Solicitando Mystery Guests su establecimiento se posicionará en los puestos superiores de los resultados de búsqueda de su localidad en Trivago. Ello repercutirá en reservas adicionales.

### **Inconvenientes del programa Mystery Shoppers**

Tras analizar la información recibida durante la conferencia telefónica, y las consultas efectuadas a la página web de Trivago, he llegado a las siguientes conclusiones sobre los inconvenientes:

- Las encuestas son excesivamente largas, lo que puede resultar muy pesado a la hora de cumplimentarlas y hacer que el cliente pierda el interés y, con ello, renuncie al reembolso del importe de descuento pactado o que la cumplimente rápidamente sin poner la atención necesaria para que las respuestas sean verídicas.
- Para que los resultados y estadísticas obtenidos de las encuestas cumplimentadas sean validos y a tener en cuenta habría que conseguir 20 Mystery Guests en un plazo máximo de un año. Esto no estaría en manos del hotel, sino del interés de los



clientes en entrar en el programa, por lo que en caso de falta de interés por parte de los clientes, el hotel podría recibir en un año un número insuficiente de Mystery Guests, por lo que los resultados y estadísticas obtenidos no serían concluyentes.

- El importe de descuento exigido de un mínimo de 30€ no es muy viable para hoteles low cost, ya que los precios suelen ser bastante ajustados, y reducir este precio en 30€ podría traducirse en que esta venta no cubra los gastos que genera la estancia (limpieza de habitación, luz, agua, personal de recepción y restauración, etc...)

### **Valoración final del método Mystery Guest de Trivago**

Aunque el 'Mystery Guest' de Trivago es un programa interesante para conocer la opinión de los clientes, lo cierto es que para la mayoría de los hoteles que cuentan con su propio sistema de encuestas resulta innecesario. En Ibis ya cuentan con el sistema de encuestas de Olakala que, además de ser bastante completo, es específico para los servicios de los que Ibis dispone, aportando la información que más nos pueda interesar.

En cuanto al concepto 'Mystery Guest' (cliente misterioso), en Ibis existe una auditoria anual de producto de la que hemos hablado anteriormente, donde se evalúa tanto la atención recibida como los productos, instalaciones y servicios ofrecidos, por un auditor sorpresa que no se identifica como tal hasta el momento del check-out, por lo que Ibis ya cuenta con su propio cliente misterioso.

## 5. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

Tras analizar cada uno de los puntos anteriores, podemos afirmar que en Ibis la calidad forma parte de la política de empresa y esta presente en cada uno de los departamentos, de ahí la obtención de la certificación ISO 9001.

Por otra parte, podemos confirmar que el cuidado al medio ambiente también forma parte del desarrollo en el trabajo diario en cada hotel Ibis, así lo corrobora la certificación ISO 14001.

He estado presente en una auditoría ISO llevada a cabo por el organismo certificador, BVQI (Bureau Veritas Quality International) y, por supuesto, dos veces al año he tenido auditorias realizadas por un auditor interno de Ibis, y la diferencia es considerable. En la auditoria realizada por el auditor de BVQI se observa la calidad de los servicios, la atención al cliente y las instalaciones, analizando algunos de los procedimientos puestos en marcha en el establecimiento, diseñados para garantizar la calidad, y su eficacia. Esta auditoria puede durar de dos a cuatro horas normalmente.

En la auditoria llevada a cabo por el auditor interno de la cadena Ibis, el auditor sigue a raja tabla la check-list diseñada por el departamento de calidad para todos los hoteles, y no solo revisa el cumplimiento de las normas y de cada punto de la check-list, sino que además observa de manera mucho más exhaustiva los documentos y procedimientos puestos en marcha, asegurando la trazabilidad de los mismos y su correcta aplicación. Una auditoria interna ISO puede durar entre 7 y 10 horas.

Personalmente, creo que poco hay que mejorar con respecto a la calidad en Ibis, todos los procedimientos son por lo general bastante claros, correctos y concretos. Sin embargo, sí podría proponer una mejora en relación a las auditorias internas. Cada año un auditor interno realiza 2 auditorias en un hotel Ibis y este auditor cambia cada año.

Todos los auditores internos, que habitualmente son directores de hotel o directores de operaciones de una zona geográfica en concreto, han recibido una única formación previa desde el departamento de Calidad para poder realizar las auditorias, sin embargo, en ocasiones, personalmente he visto que hay auditores que realizan una interpretación

diferente de algún punto de la check-list, de manera que si un año corriges un procedimiento o documento puesto en marcha porque un auditor interno te ha dicho que no esta correctamente desarrollado, en una auditoria posterior te encuentras con otro auditor que no da conformidad a la aplicación de ese mismo punto porque interpreta que no se esta realizando correctamente, por lo que lo vuelves a modificar.

Un ejemplo de un punto de la check-list que da lugar a este tipo de situaciones es el siguiente:

<p><b>Balance "escucha de los clientes"</b></p> <p>Realizar y analizar un balance anual (como mínimo) de las "escuchas clientes" (GSS / cartas de reclamación y peticiones de información / Mesas abiertas clientes / quejas y peticiones orales / Contrato 15 minutos).</p> <p>Transmitir el balance a las personas / departamentos implicados. Si es necesario, establecer un plan de actuación.</p>	<p>Comprobar que:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Se ha realizado y analizado un balance anual (como mínimo) de las "escuchas clientes" (GSS / cartas de reclamación y peticiones de información / Mesas abiertas clientes / quejas y peticiones orales).</li> <li>- Se ha aplicado y seguido un plan de acción (si era necesario)</li> </ul> <p>Anotar "no conforme" si alguno de los puntos arriba citados es no conforme.</p>
--	---

En el hotel ibis en el que trabajo, el auditor interno puso una No Conformidad el año pasado porque, según él, en este punto, además de realizar y analizar los comentarios de los clientes en el sistemas de encuestas de ibis GSS (Olakala), cartas de reclamaciones/peticiones de información, mesas abiertas clientes, y quejas/peticiones orales, que es lo que pone si leemos objetivamente este punto de la check-list, habría que buscar en algunas páginas webs, como booking.com, Trip Advisor y otras de similares características, comentarios y/u opiniones de los clientes de todo el año, elaborando un listado con los mismos y teniéndolos en cuenta a la hora de realizar el plan de acción para introducir posibles mejoras que contribuyan a una futura valoración positiva de los clientes y a una mejora de los servicios prestados. En el hotel no habíamos hecho una extracción y análisis de los comentarios de los clientes en estas webs, puesto que no estaba explícito en el punto descrito de la check-list.

Esto no debería ser así, la interpretación de cada uno de los puntos de la check-list debería ser objetiva, por lo que yo propondría tres posibles y sencillas soluciones:

1. Modificar la redacción de los puntos de la check-list que puedan causar confusión, evitando así la libre interpretación del punto por parte del auditor.
2. Realizar, por ejemplo cada dos años, una formación de repaso para los auditores internos, reuniéndose con la responsable de calidad para aclarar dudas, ver posibles cambios o actualizaciones de algunos documentos y repasar juntos la check-list al completo.
3. Tener únicamente a uno o dos auditores que se encarguen expresamente de realizar las auditorias internas ISO por toda España, especializándose más en la materia.

Auditorias a parte, quisiera terminar con la encuesta OLAKALA, que se les hace llegar a todos los clientes que hayan facilitado su correo electrónico. El enlace de la encuesta se les envía por email tras su estancia en el hotel, y muchos de los clientes no se ven motivados a cumplimentarla. Para aumentar el número de encuestas recibidas, yo propondría premiar a los clientes que rellenasen las encuestas con un descuento o oferta especial para futuras estancias que podría ir variando, por ejemplo haciéndole llegar un bono de un 15% de descuento en restauración (desayuno, bar o tentempié) o un descuento de un 10% en alojamiento, o un bono de desayuno gratuito en su próximo estancia... De esta forma, además de posiblemente aumentar el número de encuestas cumplimentadas, tal vez se podría mejorar la cifra de negocio en restauración, animando al cliente a consumir con los descuentos.

En mi opinión, no creo que haya que mejorar o modificar mucho más, pues Ibis lleva muchos años trabajando para ofrecer a sus clientes una calidad óptima, y sigue evolucionando teniendo en cuenta siempre las opiniones y observaciones realizadas por sus clientes.

## 6. BIBLIOGRAFIA

- Amat, Eva. *Evolución y estrategias de la cadena Accor. El caso del Hotel Ibis de Sion, Suiza*. Gandia: Universitat Politècnica de València, TFC Diplomatura de Turismo, 2007.
- Asociación Española de Normalización y Certificación. *Norma española: UNE-EN ISO 9001:2008 : Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos : ISO 9001:2008*. Madrid: AENOR, 2008
- Asociación Española de Normalización y Certificación. *Norma española: UNE-EN ISO 14001:2004/AC:2009 : Sistemas de gestión ambiental. Requisitos con orientación para su uso : ISO 14001:2004/Cor1:2009*. Madrid: AENOR, 2009
- Avila, Rebeca. *Dossier de Prensa Ibis*. Madrid, Diciembre 2009. p.5 (Documento interno del Departamento de Marketing difundido entre los hoteles. Adjuntado a este TFC como Anexo 4)
- Felipe, Jesús. *Gestión de Hoteles: Una nueva visión*. Madrid: Editorial Thomson Paraninfo, 2002.
- García, Ana. *El Contrato 15 minutos*. Madrid, 2010. p.1-20. (Documento interno de Ibis no publicado)
- García, Ana. *Manual de Calidad y Medio Ambiente 2012*. Madrid, 2012. p.1-21. (Documento interno de Ibis no publicado)
- García, Ana. *Objetivos Manual de Calidad Ibis*. Madrid, 2010. p.1-3. (Documento interno de Ibis no publicado)
- Julià, M.; Porsche, F.; et al. *Gestión de la Calidad aplicada a Hostelería y Restauración*. Madrid: Prentice Hall, 2002.

- Martínez, Alberto. *Manual de calidad para hoteles*. Oviedo: Septem Ediciones, S.L., 2008.
- Mathieu, Nathanaël; Pauly, Géraldine. Las siete primeras acciones registradas para el Earth Guest Day, en *Mosaic, Revista Internacional de colaboradores Accor*, 2007, Nº 0, p.34-35.
- Mestres, Juan R. *Técnicas de gestión y dirección hotelera*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, 2003.
- Sanz, G.; Piqueres, J. *Descripción del proceso conducente a la obtención de la certificación medioambiental Green Globe en un hotel*. Gandia: Universitat Politècnica de València, TFC Diplomatura de Turismo 2010.

#### **Páginas web:**

- AENOR. Certificación de sistemas de gestión de la calidad ISO 9001 [en línea]. [Consulta: 15 de septiembre de 2012]. Disponible en: [http://www.aenor.es/aenor/certificacion/calidad/calidad\\_9001.asp](http://www.aenor.es/aenor/certificacion/calidad/calidad_9001.asp)
- Ibis IMS (Integrated Management System): Manual de Calidad Ibis [en línea]. [Consulta: 21 de agosto de 2012] . Disponible en: <http://www.ibis-ims.com/index.php>
- Olakala. Programa de encuestas de satisfacción de clientes utilizado por Accor [en línea]. [Consulta: 7 de abril de 2012]. Disponible en: <http://app.olakala.com/?ReturnUrl=%2fAuthentication%2fssocheckuser.aspx>
- OPEN. Guía en imágenes [en línea, sólo en Intranet Accor]. [Consulta: 18 de febrero de 2013] . Disponible en: <http://su-fr-pro-dec6.accor-hotels.com>
- Trivago. Solicite Mystery Guests. Mida y compare la satisfacción de sus clientes [en línea]. [Consulta: 29 de diciembre de 2011] . Disponible en: <http://www.trivago.es/hotelgateway.php?pagetype=hoteltest>

## 7. ANEXOS

### ANEXO 1. CONSOLIDADO C15' CUATRIMESTRAL

#### CONSOLIDACIÓN DE LAS ANOMALÍAS

"Contrato Satisfacción en 15 minutos"

Documento redactado a partir del libro o las fichas de reclamaciones

Periodo del 01/01/2012 al 30/04/2012

HOTEL IBIS DE : ...

REEMBOLSOS							
HABITACIONES		DESAYUNOS		ALMUERZOS		SERVICIOS GENERALES	
Número	Importe	Número	Importe	Número	Importe	Número	Importe
1	52	0	0	0	0	1	5

DESCRIPCIÓN DE LAS ANOMALIAS	Número de intervenciones
<b><u>1.HABITACIÓN</u></b>	
1.1 - Insonorización insuficiente, ruidos externos o internos	1
1.2 - Temperatura de la habitación, aire acondicionado, calefacción	14
1.3 - Ventana defectuosa	2
1.4 - Olores	2
1.5 - Problema de funcionamiento de la televisión, recepción defectuosa	4
1.6 - Ambiente, tamaño, estado general de la habitación, mobiliario insuficiente, problemas técnicos y eléctricos, etc.	1
1.7 - Confort, ropa de cama y baño (cama, sábanas, almohadas)	4
1.8 - Limpieza de la habitación	6
1.9 - Problema con la cerradura o con la llave magnética (cerradura bloqueada o que no funciona)	1
1.10 - Avería de telefono	0
<b><u>2.CUARTO DE BAÑO:</u></b>	
2.1 - Faltan productos de cortesía (jabón, papel higiénico, cenicero, perchas, toallas...)	3
2.2 - Problema de temperatura del agua	24
2.3 - Problema de limpieza del cuarto de baño	0
2.4 - Problema de mantenimiento de fontanería: sanitarios atascados, abastecimiento, calidad del agua, rociador de ducha roto...	9
2.5 - Olores en el cuarto de baño	0
2.6 - Problema de ropa de baño (dotación, calidad, limpieza)	0
<b><u>3.SERVICIOS GENERALES:</u></b>	
3.1 - Ascensor bloqueado o averiado	0
<b><u>4.RECEPCIÓN:</u></b>	
4.1 - Mensaje no entregado al cliente	0
4.2 - Se olvidó despertar al cliente o el despertador no funcionó	0
<b><u>5.RESERVA :</u></b>	
5.1 - Anomalía en la reserva (desvío)	0
<b><u>6.RESTAURACIÓN :</u></b>	
6.1 - Problema con los tentempiés, con el desayuno, ...	0
6.2 - Anomalía en la restauración (falta algún plato, tiempo de espera, etc.)	0
6.3 - Problema con el desayuno buffet	0
Número total de intervenciones	71
* Tratadas con éxito	69
* Tratadas sin éxito y como consecuencia causa de reembolso	2
	<b>PORCENTAJES</b>
	97,18 %
	2,82 %





### ANEXO 3. PLAN DE ACCION

<b>Plan de acción</b>										
<b>Nombre del establecimiento:</b>										
<b>Fecha de realización:</b>										
<b>Fecha de actualización:</b>										
<b>Plan de acción</b> (Aplicar un plan de acción que permita alcanzar el o los objetivos y metas fijados)										
Área <small>(ej. Higiene, auditoría ISO, reglamentación, open...) y fecha si necesario</small>	Situaciones / Objetivos <small>(ej.: Precisar el o los objetivos país/marca, la no conformidad...)</small>	Análisis de las causas <small>(Si no se ha realizado en otro soporte)</small>	Criterio de Medida / Objetivo Cuantitativo <small>(Meta cuantitativa vinculada a la situación / objetivo, a establecer si es posible y útil)</small>		Acciones	Responsables	Plazos	Medios <small>(D/persona, financiero...)</small>	Estado de avance	
			Valor <small>(Precisar la unidad)</small>	Fecha					Seguimiento acciones / Regularización de la no conformidad	Cierre de la acción

## Dossier de Prensa



**ibishotel.com**

**Contacto de Prensa**

Rebeca Avila

Directora de Comunicación

Tel: +34 91 382 80 17

E-mail : rebeca.avila@accor.com

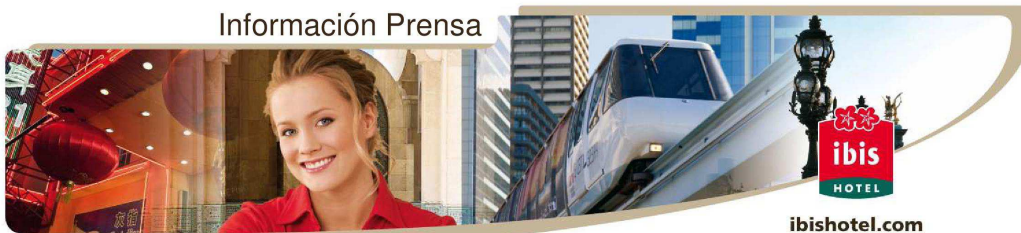
**www.ibishotel.com/press**: descubre todas las informaciones de prensa y las fotos oficiales de ibis.



## Índice

ibis, la referencia mundial de la hotelería económica	..... 2
Líder en Europa, cuarto a nivel mundial	..... 3
Una habitación moderna, inteligente y perfectamente equipada	..... 4
Calidad y servicios garantizados 24 horas al día, 7 días a la semana	..... 5
Restauración 24 horas, para todos los gustos	..... 6
Promociones para dormir bien al precio justo	..... 7
ibis innova por el medioambiente	..... 8
Breve historia	..... 9
Anexo – Hoteles ibis en el mundo	..... 10





ibis en breve

## ibis, la referencia mundial de la hotelería económica



ibis es una marca del grupo Accor líder en hotelería económica. Desde la apertura de su primer hotel en 1974, ibis ha sabido imponer un estándar **ofreciendo todos los servicios de un hotel moderno, con la mejor relación calidad-precio en su mercado.**

### LÍDER DEL MERCADO EN EUROPA, CUARTO A NIVEL MUNDIAL\*

Gracias al éxito de este concepto, ibis se ha desarrollado rápidamente para convertirse en el líder europeo de la hotelería económica y la cuarta cadena hotelera en su categoría a nivel mundial, con **861 hoteles y más de 102 000 habitaciones en 45 países\*\*.**

En 2007, ibis ha lanzado el plan de desarrollo más importante de su historia. Reforzando su posición de líder en el mundo e intensificando su crecimiento en mercados emergentes, especialmente en Asia y en América Latina, la red ibis crece a una media de **70 aperturas de hoteles al año**, lo que representa **10.000 habitaciones** en los cinco continentes.

### LA FUERZA DE UN ESTÁNDAR MUNDIAL

En todo el mundo, el estándar ibis asegura a sus clientes:

- Una localización cerca de aeropuertos, estaciones, centros de negocios y destinos turísticos
- Una habitación moderna y perfectamente equipada
- Servicios disponibles 24 horas al día, 7 días a la semana
- Bar y servicios de restauración 24 horas al día, 7 días a la semana
- Tarifas claras y siempre competitivas

Adaptándose a las expectativas locales, el estándar ibis satisface a una clientela de negocio (57%) como de ocio (43%), nacional e internacional.

### INNOVACIÓN POR LA CALIDAD

El diseño de las habitaciones, sus conceptos de restauración (más de 20 en el mundo), polivalencia de sus colaboradores: ibis invierte constantemente para asegurar a sus clientes un suplemento de calidad, sin suplemento de precio.

Esta mejora constante en ibis es validada mundialmente, convirtiéndose en 1997 en la primera cadena económica en obtener la **certificación de calidad ISO 9001**, reconocida en más de 150 países.

### PIONERO DEL COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL

En 2004, ibis ha sido la **primera cadena hotelera** en obtener la **certificación medioambiental ISO 14001**. Este estándar medioambiental, uno de los más reconocidos en el mundo, valida las políticas de empresa en materia de gestión de desechos, consumo de agua y energía en conformidad con las reglamentaciones locales. Certificación que ya tienen un tercio de los hoteles ibis.

\* STR – Noviembre de 2008

\*\*Parque hotelero Accor a 31/12/09 - ver anexo

Presente en cerca de 100 países, Accor es líder europeo en hotelería. Sus marcas Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Mercure, Suitehotel, ibis, all seasons, Etap Hotel, Formule 1 y Motel 6 representan 4100 hoteles y cerca de 500 000 habitaciones en 90 países.

**81%** de clientes ibis fieles a la marca



**97%** de clientes satisfechos

(índice de satisfacción constatada en 2007)



Fuente: estudios AT Kearney 2007/MKG study 2006





## Líder en Europa, Cuarto a nivel mundial

Desde la apertura de su primer hotel en 1974, ibis ha conocido un crecimiento constante para convertirse en la **primera red de hoteles económicos en Europa** y la cuarta en el mundo, con 861 establecimientos en 45 países\* en los cinco continentes.

**EUROPA**  
691 hoteles  
72 984 habitaciones  
**AMÉRICA LATINA**  
59 hoteles  
8 890 habitaciones  
**ÁFRICA**  
**ORIENTE MEDIO**  
31 hoteles  
4 982 habitaciones  
**ASIA PACÍFICO**  
80 hoteles  
15 311 habitaciones

**861 HOTELES**  
**102 167**  
**HABITACIONES**  
**EN 45 PAÍSES\***



### CRECIMIENTO CONTINUO DE LA RED IBIS

Esta fuerte presencia mundial es el resultado de la ambiciosa estrategia de desarrollo de ibis. En 2007, ibis lanzó uno de los programas de desarrollo más importantes de la industria hotelera mundial para consolidar su posición de líder del mercado en Europa e intensificar su presencia en mercados emergentes (Europa del Este, Brasil, Rusia, India, China) y mercados maduros (Australia, Nueva Zelanda)

En 2007, ibis ha abierto 40 hoteles, de los cuales 22 en Europa. Estas aperturas han marcado la llegada de la marca en Turquía (Eskisehir, Estambul) y reforzado su presencia en África (Marruecos), en América Latina (Brasil, Méjico) y en Asia-Pacífico (Australia, China, Corea del Sur, Nueva Zelanda y Tailandia).

En 2008, ibis abrió 50 hoteles en 20 países, incluyendo 13 hoteles en China y 9 en Francia. La cadena económica también abrió su primer hotel en India (Gurgaon), en Rusia (San-Petersburgo), en Benin (Cotonú) y en Kuwait (Salmiya).

En 2009 ibis continúa creciendo para llegar a nuevos países como Singapur, Argelia, Jordania y Madagascar. La marca abrirá entorno a **70 hoteles (10.000 habitaciones) al año**. El 30% de estas nuevas habitaciones deberían estar localizadas en América Latina y el 32% en Europa.

\*Parque hotelero Accor a 31/12/09 – ver anexo

**Hoy ibis abre de media un hotel a la semana en el mundo.**

#### Creimiento de la red ibis

En 1974: **1** hotel  
En 1984: **133** hoteles  
En 1994: **388** hoteles  
En 2004: **692** hoteles  
En 2009: **861** hoteles

\*A 31 de Diciembre de 2009

#### Creimiento anual previsto por región (% habitaciones)

**EUROPA 32%**  
**AMÉRICA LATINA 30%**  
**ASIA PACÍFICO 25%**  
**ÁFRICA & ORIENTE MEDIO 13%**



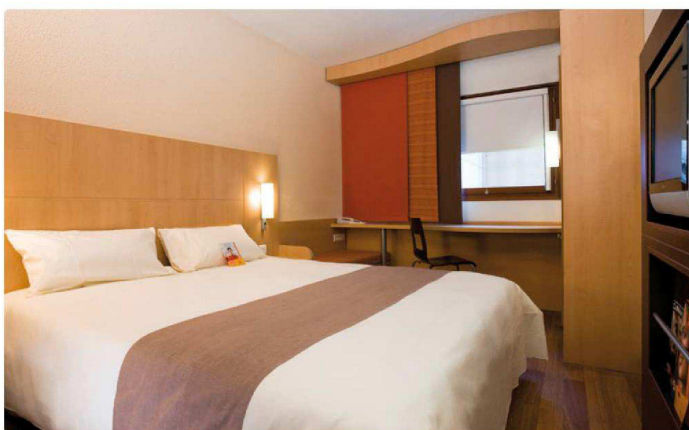


## Una **habitación** moderna, inteligente y perfectamente equipada

De Londres a Roma pasando por Madrid, Praga, Estocolmo, Bratislava, sin olvidar Beijing, Gurgaon (Nueva Delhi), San-Petersburgo, Sao Paulo o Montevideo, la habitación ibis es un estándar con el que cuentan los clientes en todo el mundo.

Inteligente, ergonómica, acogedora y perfectamente equipada, está concebida para responder a una necesidad simple: ofrecer al cliente las condiciones de un sueño de calidad y la posibilidad de trabajar confortablemente:

- Una superficie de 16,38 m<sup>2</sup>
- Una cama grande (1,6 x 2m)
- Un nivel sonoro limitado a 43 dB
- Una conexión Internet
- Una TV que ofrece una amplia gama de cadenas internacionales y locales de cine, deporte e información
- Un cuarto de baño separado, incluyendo bañera o cabina de ducha y servicios



### Un nuevo diseño

Lanzada en 2007, la nueva habitación ibis innova no sólo en confort, sino en ergonomía y ahorro energético:

- Una funda nórdica confortable sustituye a las tradicionales mantas
- Los estores japoneses sustituyen a las cortinas
- La iluminación permite un ahorro de energía
- "Estores ocultos" garantizan la oscuridad y aislamiento térmico
- La TV es una pantalla plana LCD integrada en un nuevo mueble
- El parqué incrementa el nivel de higiene y el sentimiento de modernidad
- Todos los materiales son conformes a las normas medioambientales (certificados Forest Stewardship Council)

P / 4



## Calidad y servicios garantizados 24 horas al día, 7 días a la semana

La calidad del servicio constituye un compromiso diario en el corazón del estándar de la marca. ibis es hoy la **única cadena económica** en Europa que garantiza en todos sus hoteles una disponibilidad 24 horas al día, 7 días a la semana, de los principales servicios hoteleros:

- Recepción
- Bebidas frías y calientes
- Bar
- Un "Business Corner"
- Conexión a Internet

### EQUIPOS POLIVALENTES

ibis se apoya en el desarrollo de las competencias de sus equipos para garantizar este suplemento de servicios 24 horas, sin suplemento de precio.

Desde la acogida de los clientes al servicio de bar, pasando por la gestión y la formación de equipos, el programa de formación de calidad de la marca permite enriquecer regularmente el saber-hacer hotelero de los colaboradores y en algunos casos les acompaña hacia una toma de autonomía y responsabilidad en *management*.

Con una gran polivalencia, los equipos ibis son así capaces de responder a todas las peticiones de los clientes, en todo momento.

### LA CERTIFICACION ISO 9001 – LA MARCA IBIS PIONERA

En 1997, ibis fue la primera cadena hotelera económica en recibir la certificación ISO 9001, una normativa internacional que garantiza la calidad:

- Del servicio de acogida 24 horas
- Del alojamiento
- De los tentempiés calientes y fríos 24 horas
- Del desayuno disponible de 4h a 12h
- Del servicio de bar 24 horas

Hoy, **712 hoteles ibis en 21 países están certificados ISO 9001**. Todos utilizan los mismos métodos y controles, asegurando así una mejora continua y homogénea del servicio para los clientes de ibis en todo el mundo.

### EL "CONTRATO DE SATISFACCIÓN 15 MINUTOS": SATISFECHO O **INVITADO!**

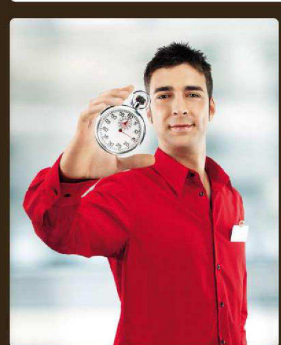
El « Contrato de Satisfacción 15 minutos » constituye una ilustración única de la importancia que ibis da a la calidad. Cuando un cliente alerta de un problema responsabilidad del hotel, los equipos se dan 15 minutos para aportar la solución, 24 horas al día, 7 días a la semana. En caso contrario el cliente es invitado por el hotel.



### La Certificación ISO 9001

ISO es un organismo internacional reconocido en más de 150 países, encargado de definir y poner en marcha normas internacionales en un amplio número de sectores de actividad (automóvil, industria alimentaria, transporte, etc.).

Atribuidas y controladas por Bureau Veritas, las certificaciones ISO 9001 definen las reglas a respetar para mejorar la gestión de la calidad en el seno de las empresas.



P / 5





## Restauración **en todo momento,** para todos los **gustos**

En todo el mundo, y lleguen a la hora que lleguen, los clientes ibis tienen la seguridad de encontrar en su hotel un servicio de bar y platos calientes siempre disponibles. Además del bar, tentempiés calientes y fríos y las fórmulas de desayuno incluidas en el estándar ibis, la mayoría de los establecimientos disponen igualmente de un restaurante, en función del mercado local.

### LOS TENTEMPIÉS Y EL BAR, **24 HORAS AL DÍA**

Para esos momentos de hambre y de sed, las llegadas tardías o las salidas en plena noche, el estándar ibis garantiza bebidas y restauración ligera, caliente o fría, a todas horas, todos los días de la semana, disponibles en el bar o en la recepción de cada hotel.

### EL **DESAYUNO** DE 4h A 12h

ibis ha desarrollado una fórmula de desayuno 8 horas sin interrupción, adaptada al ritmo de todos clientes, única en hotelería económica. Así, desde la 4 de la mañana y hasta el mediodía, los clientes tienen la garantía de empezar su jornada alrededor de un buffet variado y copioso.

### **RESTAURANTES PARA CAMBIAR DE AMBIENTE EN CADA COMIDA**

Una alimentación variada y equilibrada es importante para los clientes de ibis, viajeros de negocio o parejas de fin de semana. Para satisfacer esta demanda, ibis ha desarrollado **una veintena de conceptos de restauración diferentes**. En función de la cultura local, la marca elige en su gama el concepto que se adapta mejor.

Así, de hotel ibis en hotel ibis, el viajero habitual puede probar un "L'Estaminet", un "Café Pasta & Cie", "La table", o un bar "Rendez-vous". Alrededor de una cocina de calidad, cambia de universo el tiempo de una comida, en un ambiente original.

Los restaurantes más recientes concebidos por ibis combinan descubrimiento culinario y ambientes agradables. Por ejemplo, **"Wok and Co"** invita a descubrir platos locales y especialidades asiáticas e italianas. Los clientes seleccionan ellos mismos sus ingredientes y el chef los prepara delante de ellos.

Los restaurantes **"Spice It"** proponen un verdadero viaje en el corazón de las especias indias, orientales y europeas - comino, canela, anís, azafrán, gengibre... Los clientes componen sus propios menús eligiendo un plato de base y añadiendo verduras y salsas, preparadas en directo por el chef.

Los **"It's all about Taste"** permiten a los clientes descubrir la tradición culinaria del país donde se alojan, combinando, a modo de tapas, varios platos seleccionados entre 20 especialidades locales muy populares. Un concepto adaptable en todos los países del mundo: en cada país, su carta, su decoración y su logo.

En un ambiente relajado y moderno, el nuevo concepto de restaurante **"Oopen"** invita a los clientes a diseñar su propio menú, a su gusto. Así pueden elegir entre una amplia selección de pasta, pescado a la plancha y carne cocinada en vivo por el chef, con salsas inspiradas en la cocina local.

### **Desayuno:** **8 horas sin** **interrupción con tres** **fórmulas**

• De 4 a 6h30 :  
**"madrugador"**  
Ideal para los madrugadores, ibis propone una selección de bollería, galletas y bebidas calientes y frías.

• De 6h30 a 10h00:  
**buffet a voluntad**  
Proponiendo todos los elementos del desayuno continental tradicional, el buffet ibis se enriquece de especialidades locales- frutas exóticas en Brasil, crêpes en Francia, jamón serrano en España... para componer una comida completa.

• De 10h a 12h :  
**"no-madrugador"**  
ibis no se olvida de los clientes menos estresados, que podrán saborear bebidas calientes, zumo de frutas y diversos tentempiés hasta el mediodía. .

**WOK AND CO**  
RESTAURANT

**Spice It**  
RESTAURANT

IT'S ALL ABOUT  
**TASTE**  
RESTAURANT





## Promociones para dormir bien a un precio justo

Los clientes de ibis aprecian la **simplicidad y transparencia** de sus tarifas, que les garantiza un precio justo por un máximo de confort, sin malas sorpresas. La política de precio de ibis reposa en el mismo principio en todo el mundo:

- Mejor relación local entre calidad/precio/servicio
- Un precio claro durante la semana y el fin de semana, sin cambios según la hora o fecha de reserva
- Gratuidad para los niños menores de 12 años que duermen en la habitación de sus padres (y descuento del 50% en su desayuno)

ibis ofrece igualmente promociones específicas y muy atractivas, válidas en todos los hoteles de su red:

### LOS FINES DE SEMANA DE IBIS

Para cada tipo de fin de semana, ibis ofrece una tarifa más barata:

- El paquete **“Precio especial fin de semana”** – para responder a las expectativas de la clientela de ocio, ibis ofrece una tarifa más barata los viernes, sábados y domingos\*, días festivos y vísperas de fiestas\*.
- El paquete **“Fin de semana largo”** – en ibis los fines de semana duran 3 días. Esta tarifa ofrece entre un 15 y un 25% de descuento a los clientes que reservan un mínimo de tres noches entre el viernes y el domingo. Esta oferta es exclusiva vía [www.ibishotel.com](http://www.ibishotel.com) o [www.accorhotels.com](http://www.accorhotels.com).
- El paquete **“Hotel & Actividad”** – esta promoción combina una noche de hotel con una actividad (cultural, deportiva o de ocio) seleccionada por el hotel\*.
- La oferta **« Vitabis »** propone en una selección de más de 500 hoteles en el mundo, un descuento y ventajas específicas a los federados de club deportivos que se desplazan en el marco de una competición, para toda reserva hecha en fin de semana\*.

### [www.ibishotel.com](http://www.ibishotel.com): PROMOCIONES EXCLUSIVAS

Durante todo el año, ibis tiene ofertas exclusivas disponibles en la mayor parte de sus hoteles en su web [www.ibishotel.com](http://www.ibishotel.com).

**“Happy 20 / Happy 30”** ofrece un descuento a los clientes que reservan una habitación con al menos 20/30 días de antelación. Este descuento es válido sólo en [www.ibishotel.com](http://www.ibishotel.com) y en más de 27 países y 780 hoteles en Europa.

ibis prioriza las reservas on-line en su web disponible en 11 idiomas en día de hoy y que ofrece un rápido y fácil modo de reserva que usa motor de búsqueda dinámico, con criterios geográficos y mapas. En 2009, más de 24 millones de personas visitaron [ibishotel.com](http://ibishotel.com), lo que representa un incremento del 26% desde 2008\*\*.

\*Ver condiciones de las ofertas en [www.ibishotel.com](http://www.ibishotel.com)

\*\*Fuente: Xiti - TARS diciembre 2009 [ibishotel.com](http://ibishotel.com)

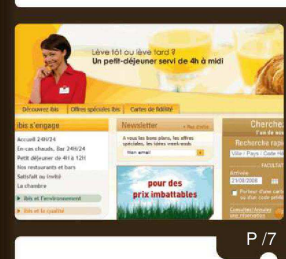
### A|Club : El programa de fidelización de Accor multimarca, gratuito y 100% on line.

Todos los clientes de Accor pueden disfrutar de las numerosas ventajas del programa de fidelización A|Club inscribiéndose en [www.a-club.com](http://www.a-club.com).

Válido en más de 2,000 hoteles y 90 países, A|Club permite acumular puntos con las marcas Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Mercure, Suitehotel, ibis y all seasons.

Con ibis, cada euro gastado se convierte en un punto A|Club. Puntos que pueden convertirse en vouchers para usar en los hoteles Accor en todo el mundo o con otros partners del programa.

Igualmente, A|Club permite convertir los puntos en puntos de compañías aéreas.





## ibis innova por el medioambiente

**Desde 2004**, ibis se ha comprometido con una estrategia de optimización del impacto medioambiental de sus actividades, prosiguiendo un desarrollo mundial acelerado que respete la sensibilidad expresada por sus clientes a favor del respeto del planeta.

Desde la puesta en funcionamiento de sistemas y técnicas de ahorro en el consumo de agua y energía, hasta la utilización de paneles solares en numerosos hoteles en Francia, España, Brasil o Marruecos, ibis demuestra que sólo la innovación permite reducir el impacto de su actividad en el medioambiente mejorando a la vez la calidad de sus prestaciones.

### IBIS: MARCA PIONERA EN LA CERTIFICACION ISO 14001

En julio de 2004, ibis fue **la primera cadena mundial** en formalizar sus esfuerzos a favor del medioambiente y en demostrar su compromiso lanzando una iniciativa global de certificación ISO 14001.

Norma internacional establecida por la Organización Internacional para la Estandarización ISO, (organización no-gubernamental que reúne los institutos nacionales de normalización de más de 150 países), ISO 14001 certifica que el conjunto de actores de la empresa, desde la sede social hasta sus hoteles, trabaja diariamente para mejorar el **medioambiente**, particularmente en las áreas de gestión de residuos y consumos de agua y energía.

Atribuido y controlado por la Certificación Bureau Veritas, líder mundial de la certificación, ISO 14001 valida la conformidad de los hoteles ibis con todos los textos reglamentarios que conciernen al medioambiente.

Verdadero "código de conducta" de la gestión medioambiental, ISO 14001 permite a ibis organizar, estructurar y controlar diariamente sus esfuerzos e iniciativas cuyo objetivo es reducir los efectos sobre el medioambiente de su actividad hotelera.

Hoy ibis tiene la certificación medioambiental ISO 14001 **286 hoteles en 17 países, lo que representa el 33% de su red**. Ibis es la cadena hotelera a nivel mundial con más hoteles certificados ISO 14001.



### ISO 14001: un compromiso diario

Con la certificación ISO 14001, ibis se compromete a reunir **las pruebas** de su respeto a las reglamentaciones medioambientales internacionales y locales aplicables a su actividad hotelera y de restauración.

Entre otras, ibis se compromete igualmente a poner en marcha diariamente iniciativas y procedimientos para:

- **Reducir el consumo de agua:** más de 500 hoteles están ya equipados con reguladores de agua.
- **Ahorrar energía** y promover fuentes de energía renovables. 17 hoteles disponen de paneles solares, de los cuales 10 en Francia, 3 en Marruecos, igual en Brasil y 1 en España.
- **Reciclar los desechos:** ibis garantiza que sus residuos son tratados por proveedores que cumplen con las reglamentaciones locales. Cerca de 600 hoteles valorizan los embalajes de papel, cartón, periódicos y revistas.
- **Sensibilizar** a los colaboradores, proveedores y clientes. Más de 600 hoteles ibis ponen en marcha operaciones de sensibilización en el medioambiente entre sus empleados.





## Breve historia

Después de Novotel, ibis es la segunda gran marca hotelera creada por los co-fundadores del grupo Accor, Paul Dubrule y Gérard Pélisson. Cuando **se lanza ibis en 1974**, no existía ninguna marca moderna de hotelería económica en Francia. Sólo algunos establecimientos poco equipados proponían habitaciones en esta categoría.

En ese momento, ibis nace con la misión de proponer habitaciones un 30% más baratas que la media del mercado local, gracias a un estándar que permite garantizar una calidad en el alojamiento y servicios homogéneos, y generar economías de escala significativas.

Este principio sencillo encuentra inmediatamente el éxito, incontestable a día de hoy. El primer hotel es inaugurado en 1974 en Burdeos. En 1976, son ya catorce cuando el primer ibis parisino abre sus puertas.

### LAS FECHAS CLAVE

- 1974** • Apertura del primer ibis en Burdeos Le Lac
- 1976** • Apertura del primer ibis parisino (Paris Bagnolet)
  - Apertura del primer ibis fuera de Francia (Amsterdam)
- 1982** • Primera implantación en Alemania (con el ibis Berlin Messe)
- 1983** • Apertura del ibis número 100
- 1985** • Primera implantación en Gran-Bretaña (Londres Heathrow)
  - Primera implantación en Austria y en Bélgica
- 1986** • Primera implantación en Italia (Milan Piazza)
- 1987** • Apertura del ibis número 200
  - Primera implantación en Suiza (Sion)
- 1991** • Primera implantación en Portugal (Oporto)
- 1992** • Apertura del ibis número 300
- 1993** • Primera implantación en Polonia
- 1994** • Primera implantación en Australia
- 1995** • Primera implantación en Hungría
- 1996** • Primera implantación en Indonesia
- 1997** • ibis se compromete con la certificación de calidad ISO 9001
- 1999** • Primera implantación en Argentina y Brasil
- 2000** • Primera implantación en España (Ibis Barcelona Cornellà)
- 2001** • Primera implantación en Méjico y Uruguay
- 2004** • ibis se compromete con la certificación medioambiental ISO 14001
  - Primera implantación en China, en Tianjin
- 2006** • Lanzamiento de la nueva habitación ibis
- 2007** • Primera implantación en Turquía
- 2008** • Primera implantación en India (Gurgaon, próximo a Nueva Delhi), en Rusia, Kuwait y Bénin
  - 14 hoteles en China
  - Apertura del ibis número 800
- 2009** • Primeros hoteles en Algeria, Madagascar, Jordania y Singapur
- Apertura de su habitación número 100 000 en Munich, Alemania

**ibis es hoy la primera cadena hotelera económica de Europa y la cuarta a nivel mundial**



## Información Prensa



Anexo

## Hoteles ibis en el mundo

Hoteles	A 31/12/2009
<b>Africa &amp; Oriente Medio</b>	
Algeria	1
Benin	1
Camerún	1
Costa de Marfil	2
Emiratos Arabes Unidos	4
Jordania	1
Kuwait	1
Madagascar	1
Marruecos	15
Omán	1
Togo	1
Turquía	2
<b>América Latina</b>	
Argentina	3
Brasil	49
Méjico	6
Uruguay	1
<b>Asia Pacífico</b>	
Australia	14
China	38
Corea del Sur	3
Hong Kong	1
India	2
Indonesia	10
Nueva Zelanda	5
Singapur	1
Tailandia	6
<b>Europa</b>	
Alemania	85
Andorra	1
Austria	8
Bélgica	22
España	39
Francia	378
Hungría	6
Irlanda	1
Italia	9
Luxemburgo	2
Países-Bajos	11
Polonia	10
Portugal	18
República Checa	5
Rumanía	4
Reino-Unido	53
Rusia	4
Eslovaquia	1
Suecia	16
Suiza	18
<b>Total Mundo</b>	<b>861</b>

**Hoy el 80% de los hoteles ibis están ubicados en Europa, o sea el 71% en termines de habitaciones.**





## Información Prensa



1 / Warszawa Stare Miasto / País: POL / Fotógrafo: L.Aubert • 2 / World Trade Centre Dubai / País: ARE / Fotógrafo: F.Rambert • 3 / Barcelona Meridiana / País: ESP / Fotógrafo: D.Lefranc • 4 / Lyon Bron Eurexpo / País: FRA / Fotógrafo: F. Charaffi • 5 / Manaus / País: BRA / Fotógrafo: M.Bertrand • 6 / Tamarin/ País: IND / Fotógrafo: P.Wang • 7 / Chengdu Yongfeng / País : CHN / Fotógrafo: F.Rambert • 8 / Kielce Centrum / País: POL / Fotógrafo: P.E. Rastoin • 9 / Porte de Montreuil / País: FRA / Fotógrafo: J.Yves • 10 / Lausanne Centre / País: CHE / Fotógrafo: Stéfan Kraus • 11 / St Petersburg / País: RUS / Fotógrafo: Moskovsky Vokzal • 12 / Séoul / País: KOR / Fotógrafo: P.Wang.

P/11



Plant for the Planet  
www.accorplantsfortheplanet.com



## EN ACCOR, ¡SUS TOALLAS PLANTAN ÁRBOLES!



En 2009, Accor lanza un proyecto nuevo en el conjunto de sus 4.000 hoteles: Plant for the Planet.

Este proyecto se lleva a cabo con la colaboración del **Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)**

### El principio

Cada vez que un cliente decide reutilizar su toalla durante varias noches, el hotel registra un ahorro en agua y energía. Sin embargo, muchos clientes consideran este gesto más como una ganancia para el establecimiento que una ventaja medioambiental para el planeta, hasta tal punto que los programas implantados desde hace 20 años en el sector no alcanzan los resultados esperados.



Por ello, Accor reinventa la reutilización de toallas formulando la siguiente promesa: **el 50% del ahorro en lavandería será invertido en la plantación de árboles, en 7 bosques del mundo.**

De este modo, mediante un gesto muy sencillo, los clientes pueden participar en un proyecto de alcance mundial: **por término medio, basta con ahorrar 5 toallas para plantar 1 árbol.**

**Accor se ha fijado el objetivo de plantar 3 millones de árboles antes de 2012.**

### Un proyecto beneficioso para todos

- **El cliente** puede participar de forma muy sencilla en un gran esfuerzo de reforestación.

- **El personal de limpieza** participa en un proyecto unificador que valoriza su profesión en el hotel.
- **El hotel** registra un ahorro y responde a las exigencias medioambientales de su clientela.
- **El planeta** goza de las numerosas ventajas que supone la plantación de árboles.

### El bosque, un reto importante del desarrollo sostenible

La deforestación ha alcanzado un ritmo preocupante: **una superficie equivalente a la de un campo de fútbol desaparece cada 3 segundos**. Y sin embargo, los bosques cumplen varias funciones: recargan las capas de agua y conservan la calidad de los suelos; absorben el CO<sub>2</sub> y limitan el calentamiento climático; constituyen una fuente indispensable de ingresos para las poblaciones locales; albergan una gran biodiversidad a partir de la cual se obtienen muchas medicinas.

### Accor se encarga del control con un experto de prestigio

Accor desea que las plantaciones estén controladas a largo plazo y que aporten beneficios a la población local. Para ello, el Grupo se ha asociado con el especialista forestal Kinomé, que controla 7 proyectos llevados a cabo por las ONG colaboradoras.

**AMERICAN FORESTS**

**EE.UU.:** Reforestar bosques incendiados y concienciar a los estudiantes acerca de los retos de la madera.

**NORDESTA**  
Reforestation & Education

**Brasil:** Reforestar las orillas del río San Francisco, desarrollar la apicultura y formar a la población local sobre una gestión sostenible de la madera.

**Rumanía:** Asociar escuelas a la plantación de árboles en Transilvania.

**M.E.T.**

**Senegal:** Plantar árboles en la costa para luchar contra la desertificación y proteger una zona agrícola clave.

**SOS SAHEL**

**plant-a-tree-today.org**

**Tailandia:** Reforestar la reserva natural de Khao Yai y abrir un vivero de reforestación gestionado a nivel

**KINOMÉ**  
l'arbre et la vie

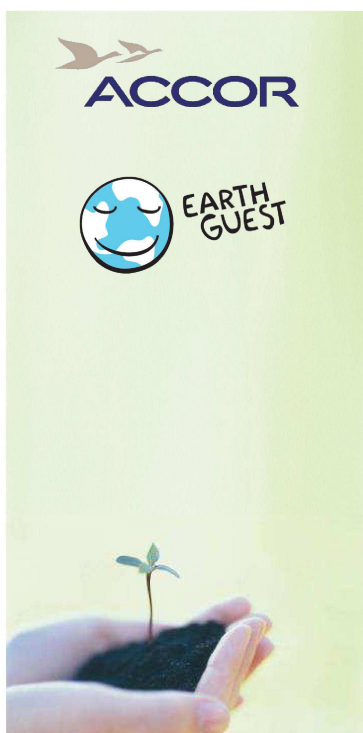
**A TREE FOR A CHILD**

**Indonesia:** Plantar árboles en la isla de Java e implantar una explotación sostenible de la madera, a favor del desarrollo local.

**Greening Australia**

**Australia:** Reforestar las orillas del río Hawkesbury Nepean para mejorar la calidad del agua de la

## ANEXO 6. INFORMACIÓN SOBRE EL PROYECTO PLANT FOR THE PLANET



En 2009,  
Accor lanza un programa nuevo:

- ... que ofrece un ahorro a los hoteles
- ... que responde a las expectativas del cliente
- ... que ayuda a motivar a los colaboradores
- ... que goza de un plan de comunicación mundial
- ... que contribuye a plantar árboles

### Plant for the Planet



En un mundo en el que crece el turismo responsable... 

<p><b>FINANCIAL TIMES</b> Marriott invites guests to be green Abril de 2008</p>	<p> <b>Voyage en classe écotouriste</b> Agosto de 2008</p>
<p><b>LA TRIBUNE</b> POLITIQUE   BUSINESS   FINANCE TENDANCE Le tourisme responsable fait des émules Junio de 2008</p>	<p><b>Le Quotidien du Tourisme</b> L'ensemble du secteur se mobilise pour la cause environnementale <b>Le développement durable : le nouvel enjeu des hôteliers</b> Septiembre de 2008</p>
<p><b>the green issue</b> Travel Weekly MAKING AN IMPACT Investigating the true consequences of tourism Agosto de 2008</p>	<p><b>The New York Times</b> Buzzword of the Year: Eco-tourism Enero de 2006</p>
<p><b>LesEchos</b> Pierre et Vacances s'engage contre le réchauffement climatique Febrero de 2008</p>	<p><b>Newsweek</b> <b>Beyond Backpacking</b> First there was ecotourism. Then came sustainable travel and green hotels. What's in <i>your</i> suitcase? Julio de 2008</p>
	<p><b>France soir</b> TOURISME • Quelques pistes pour voyager autrement <b>Et si vous essayiez les vacances éthiques ?</b> Julio de 2008</p>



## ... Accor propone un proyecto innovador y ambicioso



Gran parte de los clientes se muestran escépticos ante los programas de reutilización de toallas ("reutilice su toalla para el medioambiente"):

- ▶ Este mensaje no les parece sincero;
- ▶ A menudo, los equipos de planta carecen de la formación necesaria para este tipo de programa.

Accor ofrece un sistema nuevo y más convincente:

- ▶ el 50% del ahorro realizado en lavandería gracias al programa lo conserva el hotel
- ▶ la otra mitad se abona a proyectos de reforestación en todo el mundo.

Por término medio, 5 toallas reutilizadas = 1 árbol plantado.

- ★ **1ª ventaja** El hotel registra un mayor ahorro, ya que el programa es más motivador para los clientes y por tanto participan más en él
- ★ **2ª ventaja** El hotel responde mejor a las expectativas medioambientales del cliente, y adquiere una ventaja competitiva con respecto a los demás establecimientos
- ★ **3ª ventaja** Los equipos de planta participan en un proyecto unificador, que valoriza su profesión en el hotel
- ★ **4ª ventaja** El hotel se beneficia, en su ámbito, de la campaña de comunicación mundial llevada a cabo por Accor junto con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente
- ★ **5ª ventaja** El hotel participa en un esfuerzo mundial de reforestación, ya que Accor se ha fijado el objetivo de plantar 3 millones de árboles antes de 2012

ACCOR

## #1 - Controlar mejor su presupuesto de lavandería



Una fase piloto muy alentadora llevada a cabo en 50 hoteles de todo el mundo (abril-diciembre de 2008) indica:

- ▶ Un ahorro medio de **4.800 €** al año (6.680 \$) por cada hotel
- ▶ La mitad financia la plantación de **1.500 árboles**, mejorando al mismo tiempo la imagen del hotel de cara a sus clientes.
- ▶ El proyecto es más motivador para los clientes, ya que es concreto, y por lo tanto, **los clientes participan más en él.**

Incluso si el hotel ya cuenta con un programa similar, éste puede ofrecerle grandes ventajas

- ▶ Mejor formación de los equipos de planta → mejor implantación y un ahorro adicional.
- ▶ Método de cálculo: los ahorros se calculan sobre los resultados del año anterior, teniendo en cuenta el índice de ocupación del hotel y el coste del servicio de lavandería → Plant for the Planet tan sólo computa el ahorro **adicional**



- ▨ = Ahorros registrados anteriormente por el hotel
- ▨ = Nuevo ahorro registrado con Plant for the Planet
- Un 50% para el hotel y un 50% para el planeta

ACCOR

## #2 - Responder mejor a las expectativas de los clientes



### El desarrollo sostenible se ha convertido en un tema insoslayable

- El 75% de los turistas internacionales están dispuestos a realizar gestos con repercusiones ecológicas durante su viaje (Trip Advisor, worldwide, 2007)
- El 34% de los turistas internacionales están dispuestos a pagar más por un hotel que lleve a cabo iniciativas medioambientales (Trip Advisor, worldwide, 2007)
- El 91% de los franceses que practican el turismo ecológico desean conocer exactamente el destino de los fondos (Ethicity Media, Francia, 2008)

### La fase piloto llevada a cabo por Accor ha demostrado el interés de los clientes por el proyecto

- ▶ La reacción de los clientes ha sido por lo general muy positiva (véase a continuación).
- ▶ El Novotel Mangga Dua en Indonesia ha realizado su propio sondeo interno: ¡el 80% de sus clientes manifestaron su deseo de participar en el programa!

*"Nos encanta saber que su hotel planta árboles gracias a nuestras toallas... ¡Es una excelente idea!"*

Sr. y Sra. Whittaker,  
Clientes de Sofitel St James, Reino Unido

*"Cada vez más, los clientes se molestan en comprobar que su toalla se reutiliza... Incluso hemos observado que algunos dejan una nota pidiendo que no se la cambien"*

Cathy Oreal,  
Gobernanta de Novotel North York Toronto



## #3 - Motivar mejor a sus equipos de planta



### Los equipos de planta se encuentran valorizados por un proyecto ambicioso

- ▶ Los equipos de planta desempeñan un papel crucial en el programa y en la plantación de árboles, lo que permite valorizar su profesión en el hotel.
- ▶ Accor ha elegido 7 centros para los proyectos de reforestación: de este modo, los equipos de planta tienen mayor interés en que se planten árboles en su región.



## #4 – Beneficiarse, a nivel local, de la campaña de comunicación mundial



### Accor organiza una campaña de comunicación mundial

- ▶ El lanzamiento del día 22 de abril de 2008 repercutió en los medios de comunicación generalistas, especializados y locales
- ▶ Plan de comunicación de Accor para 2009
- ▶ En colaboración con la Campaña de los Mil Millones de Árboles del Program de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente: un programa mundial



### Una gran oportunidad de comunicación de cara a los colaboradores externos regionales y locales del hotel

**LesEchos** 13/12/2007 - Extracto de un artículo sobre la Campaña para mil millones de árboles: **La reforestación de la planète gagne du terrain**  
 Le programme pour un milliard d'arbres : des Nations unies dispose un objectif ambitieux, mais ne compte pas les pertes de la déforestation.

**„Plant for the Planet“**  
 Accor-Hotels leben nachhaltigen Umweltschutz

**AFP** 23/04/2008  
 L'hôtelier Accor vise des économies d'eau pour planter 3 millions d'arbres

Accor se compromete con el programa de reforestación de la ONU 'Plant for the Planet'

**雅高参与“10亿棵树活动”**  
 日前，法国雅高酒店集团携手联合国环境规划署发起了“10亿棵树”活动。雅高集团承诺“10亿棵树活动”，雅高集团计划领导宾客保持使用酒店浴巾多于一晚以上，并将因减少酒店毛巾而节省下来的百分之五十的开支直接捐给植树项目。同时，酒店将通过在浴室中设置提示信息——“保持浴巾整洁，请每一片森林”，以鼓励客人参与到全球植树计划中来。该项目将使雅高集团在2012年前资助种植1000万棵树。

**Towels in a tree change**  
 THE Accor hotel group has started an innovative towel re-use program that aims to fund the planting of three million trees annually by 2012.

**Business News (Australia)** 25/04/2008

**L'Hôtellerie Restauration** 16/05/2008  
 Toutes Marques Conformes  
**Accor se mobilise pour la reforestation de la planète**  
 Après l'annonce de l'engagement de Novotel dans le domaine Green Globe, le groupe hôtelier s'engage à s'investir dans le programme des Nations Unies 'Plant for the Planet', et dans 7 régions de monde, en partenariat avec des associations locales.

**Accor contribui com árvores para o Planeta**

**Accor goes green**  
**info** 22/04/2008

HELENE ROQUES, DIRECTRICE DU DEVELOPPEMENT DURABLE DU GROUPE ACCOR

## #5 - Actuar masivamente ante el problema mundial de la deforestación



### Accor ha elegido 7 proyectos de reforestación para lograr un mayor impacto.

**Funcionamiento:** las ONG beneficiarias plantan los árboles, y un experto contratado por Accor, **Kinomé**, se encarga de auditar los beneficios sociales y medioambientales de cada proyecto.

**EE.UU.:** Reforestar bosques y concienciar a los estudiantes acerca de los retos de la madera. **AMERICAN FORESTS**

**Brasil:** Reforestar las orillas del río Sao Francisco, desarrollar la apicultura y formar a la población local a la gestión sostenible de la madera. **NORDESTA Reforestation & Education**

**Rumania:** Asociar escuelas a la plantación de árboles en Transilvania. **M.E.T.**

**Senegal:** Plantar árboles en la costa para luchar contra la desertización y proteger una zona agrícola clave. **SOS SAHEL**

**Tailandia:** Reforestar la reserva natural de Khao Yai y abrir un vivero de reforestación gestionado a nivel local. **plant-a-tree-today.org**

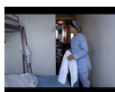
**Indonesia:** Plantar árboles en la isla de Java e implantar una explotación sostenible de la madera, a favor del desarrollo local. **TREES FOR A CHILD**

**Australia:** Reforestar las orillas del río Hawkesbury Nepean para purificar el agua de la que depende Sydney y rehabilitar el bosque. **Greening Australia**



### Comunicación

- ▶ Cada marca transmite a los hoteles el documento que deberá colocarse en los cuartos de baño
- ▶ Accor lleva a cabo una campaña mundial y regional de comunicación, en colaboración con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.
- ▶ Accor ayuda a cada hotel a valorizar el proyecto ante sus colaboradores externos locales.



### Formación

- ▶ Accor pone a disposición de los hoteles las herramientas de formación (película, recordatorio...).



### Control del ahorro

- ▶ Accor suministra a los hoteles una herramienta sencilla para controlar el ahorro mediante OPEN (en Intr@ccor).
- ▶ Esta herramienta también informa sobre el ahorro de agua y el número de árboles plantados.



### La deforestación es una catástrofe humana y ecológica.

Una superficie equivalente a la de un campo de fútbol desaparece cada 3 segundos.

**Al unirse a nuestro proyecto  
contribuirá a plantar 3 millones de árboles antes de 2012  
¡gracias a un proyecto cuya comunicación mundial corre a cargo de  
Accor !**

**[www.accorplantsfortheplanet.com](http://www.accorplantsfortheplanet.com)**





ANEXO 7. LIBRO DE VIAJE EARTH GUEST DAY 2011





**EARTH GUEST DAY 2011**



## Un gran éxito !

**E**ste año, retomando una tradición anual iniciada en 2007, los colaboradores de Accor han obrado juntos por el desarrollo sostenible y llevado a cabo múltiples acciones locales de impacto global.

Earth Guest day, símbolo de nuestro compromiso colectivo con el planeta y sus habitantes, ha permitido plantar 25.000 árboles en 65 países, y así difundir más oxígeno para que cada uno respire mejor. Un magnífico record y un gesto bienvenido para 2011, declarado Año Internacional de los Bosques por las Naciones Unidas.

Ustedes también han limpiado playas, bosques, olivares, parques. Han preservado el futuro de niños y niñas, comprometiéndose a luchar contra el turismo sexual o compartiendo sus conocimientos sobre la biodiversidad. Fueron horas intensas, compartidas con sus familias, compañeros, clientes, y las comunidades en las que viven y trabajan.

Estos logros demuestran la fuerza de un compromiso colectivo que toma sus raíces en la vida cotidiana y las convicciones de cada uno, y nos permitirá colocar cada vez más el desarrollo sostenible al centro de nuestras actividades.

Un proyecto ambicioso e indispensable en el que todos los colaboradores de Accor participan y para el cual son los mejores embajadores. Este libro es un homenaje a sus acciones. Para que todos sépan lo que los demás han hecho para la Tierra. Felicidades. Y gracias.

**Sophie Flak,**  
Directora de las Academias  
y del Desarrollo Sostenible

Accor - Earth Guest day 2011 - Libro de Viaje

# Un año dedicado a los bosques



Los empleados de 65 países en marcha  
Más de 25.000 árboles plantados

## EARTH GUEST DAY 2011



Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de Viaje

Mapa y números claves P 3  
Presentación B E



# Índice

## EARTH GUEST DAY 2011

Región	País	Página
ÁFRICA MEDIO ORIENTE OCEANO INDICO	Sudáfrica	P 7
	Argelia	P 8
	Arabia Saudí	B 8
	Benín	B 8
	Campeón	R 8
	Figita	R 10
	Emiratos Árabes	
	India	P 11
	Ghana	P 11
	Guinea	P 12
	La Reunión	P 12
	Marruecos	P 13
	Mauricio	P 14
	Nigeria	P 14
	Omán	P 15
	Togo	P 15
Senegal	P 16	
AMÉRICA DEL NORTE	Canadá	P 18
	EE.UU.	P 19
México	B 30	
AMÉRICA LATINA Y CARIBE	Argentina	P 22
	Chile	P 22
	Brasil	B 30
	Colombia	B 31
	Cuba	R 31
	Guatemala	R 31
	Guayana	P 25
	francesa	P 25
	Guatemala	P 26
	Martinica	P 26
ASIA PACIFICO	Australia	P 30
	Chile	P 31
	Corea del Sur	B 31
	China	B 33
	India	R 33
	Japón	R 33
	Indonesia	P 34
	Irán	P 35
	Filipinas	P 36
	Polinesia	P 36
francesa	P 36	
Singapur	P 37	
Nueva Zelanda		
& Fiji	P 38	
Malasia	P 39	
Tailandia	P 40	
Vietnam	P 41	
EUROPA	Alemania	P 43
	Austria	P 44
	Bélgica	B 44
	Bélgica y Luxemburgo	B 44
	Eslovenia	R 44
	Francia / Novotel	R 44
	Francia / Novotel	P 48
	Francia / All seasons, Ibis	P 49
	Francia / Etap Hotel et hotel F1	
	Thalassa sea & spa	P 50
	Francia / Sedes Evry y Odyssey	P 51
	Lenôtre	P 52
	Hungría & Eslovaquia	P 52
	Holanda	P 52
	Italia	P 53
	Polonia	P 54
	Portugal	P 55
República Checa	P 56	
Romanía	B 56	
Francia / Bretaña e Irlanda	B 57	
Buena	B 58	
Eslovenia	R 58	

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de Viaje





# Accor y el desarrollo sostenible Los resultados 2006-2010

EARTH GUEST DAY 2011

Desde hace más de 15 años Accor se declara partidario de una hostelería sostenible, respetuosa con los hombres y con el medio ambiente. A través de su programa "Earth Guest", puesto en marcha entre 2006 y 2010, Accor ha cumplido ampliamente sus compromisos en los 8 grandes ámbitos de acción prioritarios

### ACCIÓN EN DEFENSA DE LOS HOMBRES

#### Contribución al desarrollo local

- 31 países sirven productos procedentes del comercio justo en los hoteles Accor.
- 4 proyectos con Agriod International en Brasil, Francia y Marruecos: apoyo a 300 explotaciones hortícolas.

#### Protección de la infancia

- 33 países signatarios del "Pledge de Protección a la Infancia" (CPAT / CPMI).
- ERARR relatara darae firmadas en la lucha contra el turismo sexual con menores desde el 2006.

#### Lucha contra las epidemias

- 32 países comprometidos en la lucha contra el VIH/sida.
- 40.000 colaboradores sensibilizados contra el HIV/sida en el 2010.

#### Favorecimiento de una alimentación equilibrada

- 35 países ofrecen una opción equilibrada en los menús infantiles de Novotel.

### CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

#### Control de los consumos de energía

- -5,5% de energía consumida entre 2006 y 2010.
- 82% de los hoteles Accor están equipados con focos fluorescentes en los locales iluminados 24h/24.

#### Ahorro de agua

- -12% de consumo de agua entre 2006 et 2010.
- El 85% de los hoteles Accor está equipado con reguladores del caudal de agua.

#### Menor producción de residuos

- 87% de los hoteles Accor valoran el papel, el cartón y el cristal.
- El 78% de los hoteles Accor promueven las pilas y las impresoras con pilas fluorescentes.

#### Protección de la biodiversidad

- 1.100 hoteles ofrecen productos biológicos.
- El 76% de los hoteles acomete acciones de protección del medio natural.

**Certificaciones:**  
Más de 500 hoteles Accor poseen la certificación ISO 14001 o EarthCheck, es decir, al 42% de la red Accor.

**Proyecto Plant for the Planet:**  
"5 hojas verdes = 1 árbol plantado"  
Una empresa innovadora y eficaz desde su lanzamiento en el 2009, Accor lleva contabilizados 1,7 millones de árboles plantados en el mundo. 20 millones de árboles financiados en el 2012.



EARTH GUEST DAY 2011

# ÁFRICA MEDIO ORIENTE OCEANO INDICO

**SUDÁFRICA**

**Recurso de honor: reforestación y jardines**

En Sudáfrica, los colaboradores y las jóvenes generaciones han volcado toda su energía en la protección y embellecimiento del medio ambiente.

En Durban, en Pretoria, en Melkossstrand en un colegio de primaria, en Bori Elisaketh en un orfanato, así como en Beaufort West y Midrand en centros para personas discapacitadas, se **han plantado árboles**. En entidades tales como para despertar una conciencia en este beneficiaríen!

En la aldea de niños SOS de Nelspruit y en el Lebona Village & the Mission de Bloemfontein, lo que se **han plantado sus huertas**.

**Asimismo, se han instalado jardines** en un orfanato de Somerset y en Kizahedley, para alegría de los niños.

**Por último, se han pintado y decorado habitaciones** para animar el Hope Hotel de Braamfontein, que da cobijo a personas en situación de dificultad.

**Plantaciones en todo el país**

Accor - Earth Quest day 2011 - Libro de viaje

**ARGELIA**

**¡Más de 300 árboles plantados!**

**Más de quinientos colaboradores del Mercure Algier Airport** se han movilizado para plantar **137 arboles y 315 arbolillos** en un centro para niños.

**12 higonias amarillas**  
**30 rosales**  
**138 avizninos del japon**  
**11E geraniés**

**30 árboles plantados**

**De la plantación de árboles a la recogida de residuos, pasando por la gestión del agua**

Para los equipos del Sofitel Alkobar, una única premisa: **variar las acciones!** Han multiplicado las intervenciones en diferentes terrenos, plantando, en particular, **30 árboles** delante del hotel y organizando una **recogida de residuos**. Paralelamente, 20 colaboradores han recibido una formación sobre **la importancia del agua**.

Accor - Earth Quest day 2011 - Libro de viaje



## BENÍN

Baja el lema "Los hosquees la naturaleza a su servicio"



En Cotonou, los colaboradores han organizado una **plantación de árboles** en un orfanato, ante la mirada encantada y maravillada de los niños.

Asimismo, se ha organizado una operación de **limpieza y plantación de jardines** en las cercanías de los hoteles, reuniendo a la totalidad del personal. Mientras que unos recogían basura y desechos, otros cortaban los arbustos. A continuación, se han plantado cocoteros en el espacio limpio.




**¡Jardines más hermosos!**

## CAMERÚN

Mejora la salud de los "niños de la calle"

**¡35 colchones!**

Para mejorar el día a día de los «niños de la calle» recogidos en el Foyer Saint-Nicodème, los equipos han donado **25 colchones y 50 mosquiteras impregnadas para luchar contra la transmisión del paludismo.**





**¡50 mosquiteras!**

Accor - Earth Quest Day 2011 - Libro de viaje

## EGIPTO

¡Manos a la obra!






**¡600 árboles plantados!**

¡Notable movilización en Egipto con **15 hoteles en acción**, para **1.180 colaboradores a pie de obra!** Resultado, **600 árboles plantados en todo el país.** Y eso no es todo, puesto que los equipos también han participado en distintas actividades de limpieza en las alrededores de los hoteles y de **¡pintura en algunas fachadas!**

Por lo que respecta al Sofitel Sharm El Sheikh, se ha puesto en marcha un proyecto de protección de los arrecifes de coral, con la plantación de corales en el lago situado cerca del hotel.

Accor - Earth Quest Day 2011 - Libro de viaje



## EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

¡Todos movilizados por la reforestación!

Todos los hoteles han actuado activamente a favor del medio ambiente, gracias a la **plantación de árboles en colegios** en colaboración con una ONG local, el Emirates Environmental Group.

## GHANA

La lucha contra la malaria en 1ª línea

Al repartir mosquiteras impregnadas para prevenir la extensión del **paludismo** y **limpiando una playa**, los equipos han aportado su grano de arena a esta gran jornada de acción.

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de viaje

## GUINEA

¡Prioridad a las playas limpias!

Los colaboradores se han movilizado a favor de la biodiversidad **limpiando una playa** cercana al Novotel de Conakry.

## LA REUNIÓN

Aprender los gestos que salvan el planeta

En el Novotel Saint-Gilles, la reforestación ocupaba el centro de la acción **con la plantación de árboles** en el jardín del hotel. Al mismo tiempo, se ha organizado una **competición de clasificación de residuos** con los equipos del Maritim Francia.

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de viaje



# MARRUECOS



**Acciones variadas,  
desarrolladas en  
todo el territorio**

**Más de 100  
colaboradores  
movilizados**

**180 kg  
de residuos  
recogidos**

**30 papaleras  
instaladas en el  
bosque**





**En Casablanca,** se ha organizado una gran **operación de limpieza** en el bosque de Boucdoura, movilizando a unos 20 participantes de 4 hoteles y de la sede. Entre colaboradores, acompañados por sus hijos y una treintena de alumnos de un colegio local, han recogido basuras e instalado **más de 30 papaleras en el bosque.**

**En Agadir,** los colaboradores del Sofitel Royal Bay Resort han **limpiado una playa** en compañía de alumnos del ISTAHT, una escuela de hostelería. Asimismo, **han plantado árboles en los jardines del hotel** y participado en una campaña de sensibilización sobre el VIH/sida y donado ropa de casa a "SOS Village d'enfants".

Por su parte, el Coralie Club La Kasbah ha organizado talleres sobre naturaleza, una operación de plantación de árboles y ha donado sábanas y mantas a la asociación «Una mirada, un niño».

**En Marrakech,** el Eofitel, en colaboración con el Eute Novotel, ha procedido a la **limpieza del olivar de Bab El Jedid.** 30 colaboradores se han movilizado para **recoger 180 kg de residuos.**

**En Fez,** los colaboradores **han plantado árboles en los jardines del hotel ibis.**

Accor - Earth Quest Day 2011 - Libro de Viaje

| 13



# MAURICIO

**La biodiversidad  
enseñada a los niños**

# NIGERIA

**Luchando por la  
reforestación**






El Sofitel Mauritius ha conseguido la **participación de los niños en esta gran jornada de acción**, al organizar varios eventos en colaboración con una escuela local.

**Todo un jardín plantado** con la ayuda de los miembros del hotel, **un kit de herramientas para incitarles a cuidar de la naturaleza...** Una serie de acciones lúdicas para sensibilizar a los escolares sobre la protección del medio ambiente y la importancia de la plantación. Asimismo, han cogido las palas en otros talleres en los espacios verdes del hotel y han participado en un concurso de dibujo.




Los colaboradores del Novotel Port Harcourt han realizado **plantaciones de árboles en compañía de los miembros de las Fuerzas Aéreas Nigerianas.** El propio comandante de la base ha plantado una palmera real, ayudado por el personal del hotel.

Accor - Earth Quest Day 2011 - Libro de Viaje

| 14



## OMAN

**Proteger la naturaleza y los ecosistemas**



En colaboración con el Ministerio de Medio Ambiente y Asuntos Climáticos, los equipos del Ibis Muscat se han movilizado a favor de la protección de los manglares. En programas de plantaciones realizadas desde la ciudad de Quraym y en colaboración con las autoridades ambientales del Ministerio sobre la importancia de esta vegetación en el equilibrio de los ecosistemas marinos de la región.



## TOGO

**¡Dijo a las bolsas de plástico**




**500**  
bolsas reutilizables

CFAO, Total, Ramco, supermercados Champion... Una serie de colaboradores que se han asociado a los hoteles Ibis y Mercure Sarakawa de Lomé para repartir en los supermercados 500 bolsas lavables y reversibles creadas a partir de hojitas de agua y de retales de paños. Los colaboradores han explicado el proyecto a los clientes cuando pasan por caja, antes de regalarles estas bolsas de la compra reutilizables. Y para la ocasión, hasta las cajas de los supermercados llevan camisetas Earth Guest Day! Las bolsas se mantendrán en exposición en los supermercados y se venderán mediante un descuento a largo plazo de las bolsas de plástico que contaminan al mar y las playas de Lomé.

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de viaje

## SENEGAL

**«Plant for the Planet» es el centro de atención**



**1.200**  
árboles plantados

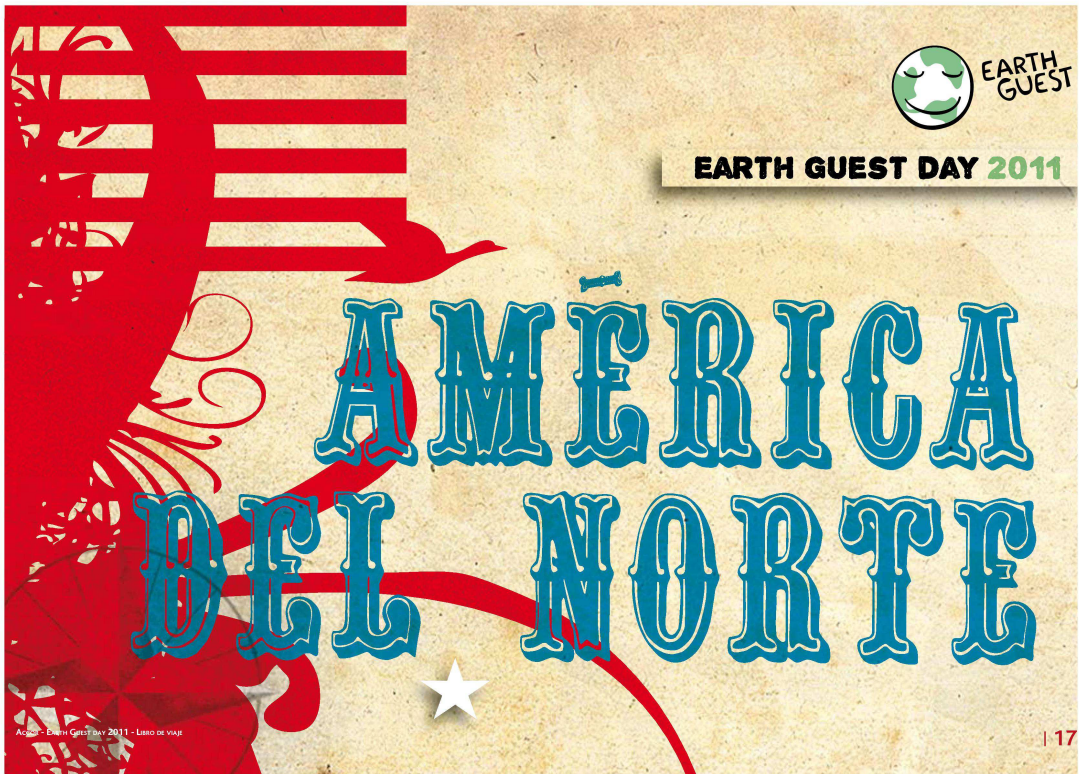
Como el año pasado, unos sesenta colaboradores, acompañados por representantes de la ONG SOS SAHEL, se ha dado cita en la franja de Niayes, una región hortícola estratégica de Senegal objetivo del proyecto «Plant for the Planet». Allí han plantado 1.200 árboles y han podido ver la evolución de este programa financiado por todos los hoteles participantes en Francia, Sur de Europa y África. Plantaciones con un papel doblemente capital: contribuir a retrasar el avance del desierto y favorecer el desarrollo económico.

La jornada sirvió también como marco de intercambio de opiniones entre los equipos Accor y las corporaciones locales, las asociaciones y los miembros de comunidades beneficiarias y partes activas del proyecto.

Como complemento, el Pullman Dakar Teranga ha acogido durante 3 semanas una exposición retrospectiva del Earth Guest Day 2010.

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de viaje









# ESTADOS UNIDOS



**Iniciativas en todo el territorio**




**¡In gran panal de acciones**

¡La jornada bien cargada para los equipos del Novotel New York Times Square! Además de la **limpieza del parque de Riverside o la recogida de ropa, ropa de casa y toallas**, los colaboradores también han participado en una conferencia sobre el equilibrio alimentario. ¡La buena iniciativa para mejorar los hábitos de consumo y la salud!

Por parte de los clientes, se ha desarrollado una **campana de sensibilización sobre los desafíos del desarrollo sostenible** de manera lúdica con, entre otras actividades, una comida ecológica y la utilización excepcional de llaves magnéticas... ¡de madera! Como regalo también para los clientes, bolsitas de semillas de flores silvestres.

Por lo que respecta al Novotel New York y al Sofitel Philadelphia, señalar la organización de una gran **colecta de objetos** destinados al reciclado: pilas, baterías, telas, bombillas de ahorro energético, bolsas de plástico... Sin olvidar la participación activa del Sofitel Philadelphia en una **plantación de verduras en un jardín comunitario**.

Por último, los equipos Motel 6 y Studio 6 han diversificado sus acciones con la limpieza de parques, ríos, lagos y playas, así como la plantación de árboles en parques locales o alrededor de los hoteles.

Última movilización: la organizada a favor de los niños, junto con la «Ronald McDonald House Charities», que tiene, como principal objetivo, el reciclado de las anillas de las latas.

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de Viaje

19



# MEXICO



**¡Lo importante es el compromiso a la altura del avata!**





**78 árboles plantados**

Un gran número de empleados de todos los hoteles se han arremangado para celebrar, como es debido, esta gran jornada de acción a favor del desarrollo sostenible.

Se han plantado más de **78 árboles** gracias a la movilización de los colaboradores de la sede y de un gran número de hoteles.

Los equipos del Ibis Juárez Consulado han limpiado un parque, acompañados por estudiantes de la ciudad.

**Se ha construido un centro comunitario en Los Hornos Santa Ursula en colaboración con la ONG «Un Techo para mi País», apoyada por la Fundación Accor. Procedentes de la sede, del Novotel Santa Fe y de los Ibis Mexico Perinorte, Aguascalientes Norte y Mérida, un gran número de colaboradores han unido sus fuerzas en este hermoso proyecto.**

Se ha organizado una **donación de ropa y juguetes** a favor de las organizaciones locales.

Asimismo, se ha puesto en marcha un gran número de acciones de sensibilización sobre los retos sociales y medioambientales para celebrar el Earth Week: **Exposición para el tiempo ambiental, conferencias y proyecciones de películas sobre el medio ambiente, intercambios sobre las buenas prácticas para ahorrar energía...** ¡Un sinfín de iniciativas que cuentan!

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de Viaje

20







**BRASIL**

In gran panel de acciones realizadas para la sociedad y el medio ambiente

**138.000 árboles plantados**

En el Novotel Jaraguá de Sao Paulo, más de 200 personas, entre los que figuran representantes del Estado, de ONGs y de los medios de comunicación, han participado en una **mesa redonda sobre la lucha contra el turismo sexual con niños**. Un compromiso que se ha traducido en una serie de acciones de sensibilización concretas en los hoteles, en donde los recepcionistas llevaban camisetas del Earth Guest Day y repartían postales entre los clientes.

**¡ARREAR!** Es el momento anual de árboles que se han plantado en el mes de abril en el marco del programa **Plant for the Planet**. Entre los meses de abril, las pasaseras de habitación ya habían sido invitadas a pasar un fin de semana en la plantación, en la región de Minas Gerais. En su programa: **plantación de árboles y sensibilización sobre los desafíos de la reforestación** en colaboración con la ONG Nordesta, socio del proyecto.

En la recepción de todos los hoteles brasileños lucían unos **certificados de «plantadores de árboles»**, con el número de árboles plantados por cada establecimiento.

En el Novotel Campo Grande, los equipos han plantado árboles y han hecho una donación de ropa de cama a AACG, una ONG en apoyo de los niños enfermos.

Por lo que respecta al Sofitel Sao Paulo, los colaboradores han recibido **formación sobre los diferentes métodos de reciclaje**.

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de viaje | 23

**COLOMBIA**

En el programa: **¡plantación y reciclaje!**

**25 árboles plantados**

Participación activa para los colaboradores del **Enfiteal Santa Clara Cartagena** que han plantado **25 árboles**, han recibido formación sobre el reciclaje y han hecho una donación a una escuela de niños sordomudos. También han recibido **formación sobre los diferentes métodos de reciclaje**.

También merece admiración el espíritu emprendedor de los equipos del Sofitel Bogotá que han plantado **50 árboles** de cuatro especies distintas adaptados al clima local.

**CUBA**

Embelluyendo los hoteles gracias a la reforestación

**Misión plantación** para los colaboradores de Cuba gracias a los que se han plantado muchos árboles **en los alrededores** de los hoteles.

**¡Dejemos espacio a diversas zonas verdes!**

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de viaje | 24



## GUADALUPE

### Gran limpieza en la playa



Los colaboradores del Mercure DuLorge de la Vieille Four se han dado cita en la playa de Fosier para una gran **operación de limpieza**. Señalar también la plantación de **3 árboles** en los terrenos del hotel.

**¡Limpieza y plantación!**




## GUAYANA

### ¡Implicados en la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible!



En el **Mercure Ariatel Kourou** los colaboradores y sus hijos han trabajado codo con codo para **limpiar las orillas del lago** situado enfrente del hotel.

**Padrino de un panal local**, el hotel ha aprovechado para servir miel de la producción en el desayuno.

En el restaurante del hotel, los clientes han tenido el placer de saborear un menú completo compuesto únicamente por productos guayaneses.

**¡Sabrosas iniciativas!**

Accor - Earth Guest day 2011 - Libro de viaje

## GUATEMALA

### Sensibilizar a los colaboradores y a las generaciones futuras



**Formación en el reciclaje del vidrio** en el Mercure Hotel Guatemala Pasa Verania para los colaboradores en asociación con la **Fundación Intermarina** de la investigación Tropical, una organización de investigación medioambiental.

Asimismo, se han organizado un **concurso de dibujo para sus hijos**, sobre el tema de la protección del planeta. ¿Y cuál ha sido el premio para los felices vencedores? Una visita al zoo nacional, durante la que han podido participar en una conferencia sobre la protección del medio ambiente y de las especies animales.

**¡Adultos y niños reunidos por el bienestar del planeta!**

## MARTINICA

### La limpieza del litoral... en gran medida



Tanto en 3 Ilets como en Diamant, todo el mundo se ha movido en torno a su hotel para la **limpieza de las costas y de los fondos marinos**: colaboradores, ayuntamientos, clubs de buceo... ¡Una genial iniciativa en la que han querido participar algunos clientes!




**¡Colaboradores que han sudado la camiseta!**

Accor - Earth Guest day 2011 - Libro de viaje



## PERÚ

**¡Reforestación masiva!**

La importante movilización de los colaboradores del Novotel Cusco ha posibilitado la plantación de **200 árboles** en Seylla.

**200 árboles plantados**

## SAINT-MARTIN

**¡Colaboradores movilizados en todos los terrenos!**

Recuperación de una zona verde con plantación de diferentes tipos de árboles y de palmeras.

Visita a una selva tropical en busca de distintas variedades de árboles y vegetación.

Instalación de sistemas de bajo consumo de energía y agua dentro del hotel.

Colecta de fondos para la asociación «Tournesol» que ayuda a niños discapacitados.

**Comprometidos por naturaleza**

Accor - Earth Quest Day 2011 - Libro de Viaje

## REPÚBLICA DOMINICANA

**¡No al papel en las calles, sí al papel reciclado!**

Los tres hoteles del país se han reunido en torno a la operación «Un día sin papel en la Zona Colonial». En total, 30 colaboradores y 140 jóvenes del barrio han trabajado codo con codo para limpiar el centro histórico de Santo Domingo.

¿Cuál es el objetivo del proyecto? Reducir al 50 % los residuos de esta zona de la ciudad, sensibilizarlo, al mismo tiempo, tanto a colaboradores como a jóvenes en el reciclaje.

**170 participantes en acción**

Accor - Earth Quest Day 2011 - Libro de Viaje





EARTH GUEST DAY 2011

# ASIA PACIFICO

Accor - Earth Guest day 2011 - Libro de viaje

| 29



**AUSTRALIA**

 **Sei un centenar de colaboradores movilizados**

**30 árboles plantados!**

En el Sofitel Brisbane, 30 colaboradores, ayudados por la comunidad local, se han arremangado para plantar una treintena de árboles.

En el Sofitel Melbourne, 66 colaboradores se han reunido para donar camas de segunda mano del hotel.

Asimismo, los hoteles australianos y neozelandeses han participado en el «Hotel Innovation Award»: premio concedido al hotel que organiza las actividades más creativas sobre el tema de la biodiversidad, implicando a sus colaboradores, clientes y a una organización local. Y este año, ¡el Novotel Canberra ha quedado en segunda posición! 🏆

Accor - Earth Guest day 2011 - Libro de viaje

| 30



## CAMBOYA

Hermosa jornada de unión y de acciones



Los equipos del **Enfiteal Angkor Borealestra** y de la **ANF Agrisud** se habían citado para celebrar el acuerdo de colaboración que les unía desde hace varios años.

¿Cuál es el fin de esta unión? **La manga** regalada por los miembros del **Enfiteal** a los granjeros de **Agrisud** y **15 árboles** que se han plantado durante la jornada. **La hermosa** momento de familiaridad compartida en torno a una deliciosa comida organizada para la ocasión. **u**

**15**  
árboles  
plantados

## COREA DEL SUR

La reforestación ocupa el protagonismo




En el **Naval Daegu**, **15** colaboradores motivados se han reunido para plantar árboles. **u**

En **Seúl**, en donde los hoteles se han puesto de acuerdo para reforestar el parque de la ciudad. Resultado: **unas cincuenta** colaboradores reunidos y **50 árboles** plantados.

En el **ibis Suwon**, **50** colaboradores se han movilizado para limpiar el parque de la ciudad. **u**

En **Riuan**, las agencias han participado en la limpieza de una playa, así como de unas fallas de arena al **Enfiteal**.

Más de **50**  
árboles y flores  
plantados

Accor - Earth Guest day 2011 - Libro de viaje

# CHINA

¡Uno para todos, todos para la reforestación!



**1.070**  
participantes!



**1.070**  
árboles  
plantados!

Los colaboradores chinos se habían autoimpuesto un gran desafío: **«1.000 colaboradores para 1.000 árboles».**

Objetivo ampliamente alcanzado gracias al entusiasmo y al compromiso de todos, con **1.070** colaboradores de la sede y de los hoteles en acción, para **1.070** árboles plantados a través de todo el país.

En total, **más de 20** ciudades han participado en las actividades de plantación!

¿Cuál es la finalidad de esta gran movilización? Mejorar la calidad del suelo, así como el conjunto del ecosistema.

Accor - Earth Guest day 2011 - Libro de viaje

## INDIA

¡A cada uno su árbol!



En el Sofitel Mumbai, los colaboradores han plantado tiestos de árboles jóvenes destinados a los futuros jardines del hotel. Cada colaborador ha sido designado responsable de un árbol, del que se ha ocupado hasta su plantación definitiva. ■

En el Novotel Mumbai Juhu Beach, las agencias han concentrado sus esfuerzos en la limpieza de una playa y la plantación de árboles. ■

Plantación y limpieza

## LAOS

¡La eficacia al servicio de la biodiversidad!



En el Mercure Vientiane, unos veinte colaboradores se han mostrado particularmente activos y eficaces plantando más de 250 árboles. ■



250 árboles plantados

Accor - Earth Quest day 2011 - Libro de viaje

# INDONESIA

¡Más de 2.000 árboles plantados!

¡La gran mayoría de plantaciones por toda el país!







En Jakarta, Bandung et Bogor, se han recuperado manglares con la ayuda de 250 colaboradores. ■

En Surabaya, 50 colaboradores han plantado 130 árboles en los alrededores del puerto «Surabaya». ■

En Java y Yogyakarta, 7 hoteles se han unido para replantar 500 árboles en una zona afectada por una erupción volcánica.

En Bali, los equipos han trabajado con estudiantes para sensibilizarlos sobre la protección del planeta.

En Kalimantan, los miembros del personal del Mercure Pontianak han plantado 50 árboles.

En Lombok, se han plantado 100 semillas de Sengon y Mahoni. ■

En Sulawesi, 50 empleados del Mercure Makassar han cogido las palas para plantar 50 árboles.

En Sumatra, 50 colaboradores, con la ayuda de los empleados del ayuntamiento, han plantado 40 árboles en Jodoh City Walk, una zona abandonada de la ciudad. ■

Por su parte, 38 miembros de los ikis Belankaru, Novotel I ampung y Novotel Rangla han plantado 75 árboles con la ayuda de colaboradores locales. ■

En Balambangan, se ha organizado una plantación de 800 árboles gracias a 75 colaboradores.

En Rangla, los equipos del Novotel abierta desde diciembre de 2010 se han sensibilizado con el compromiso del Grupo a favor del desarrollo sostenible.

Accor - Earth Quest day 2011 - Libro de viaje



# JAPÓN

**¡Donación de sangre al programa!**

Unos cincuenta colaboradores de los Novotel Sapporo y Mercure Sapporo se han comprometido en el campo de la salud donando sangre.





**¡Los cincuenta colaboradores movilizados!**

Accor - Earth Quest day 2011 - Libro de viaje

# FILIPINAS

Sensibilizar a las más jóvenes



El Sofitel Philippine Plaza Manila ha realizado una campaña con los alumnos de una escuela para sensibilizarlos sobre el desarrollo sostenible. ¡No hay edad para cuidar de la naturaleza!

**Lección de desarrollo sostenible**

# POLINESIA FRANCESA

¡limpiaza en familia

Acompañados por sus hijos, 20 colaboradores del Sofitel Moorea la Ora Beach Resort han limpiado la playa y el lago cercanos al hotel, ¡todo ello en un ambiente familiar y distendido a más no poder!




**¡20 colaboradores y sus hijos movilizados!**

Accor - Earth Quest day 2011 - Libro de viaje

# SINGAPUR

¡Movilización total!



300  
colaboradores  
a pie de obra

La jornada ha reunido a más de 300 colaboradores de la sede y de las 11 otras Entales del país que han plantado 35 cocoteros y han participado en las distintas actividades lúdicas organizadas para la ocasión.



# NUEVA ZELANDA Y FIDJI

Los territorios unidos por la misma causa



En Nueva Zelanda y en las Islas Fidji, los hoteles se han comprometido seriamente a favor de la protección de la selva.

2.000 participantes, procedentes de 28 hoteles neozelandeses, han plantado árboles.

50 colaboradores del Sofitel Queenstown han sido movilizados para operaciones de protección de la selva en la región de Queenstown, en colaboración con «EcoAction Network».

Por último, se han plantado otros 20 árboles gracias a los colaboradores del Sofitel Fiji Resort & spa.

¡Más de  
3.000  
participantes!



**MALASIA**

Compromisos para compartir con los mäs jóvenes

¡La sensibilización a través de la práctica!

Los equipos de los hoteles Pullman Putrajaya Lakeside, Pullman Kuching y Novotel Kota Kinabalu han pasado la jornada en un orfanato para limpiar los jardines y plantar árboles con los niños.

Una jornada de sensibilización que ha hecho las delicias de grandes y pequeños.

Accor - Earth Quest Day 2011 - Libro de Viaje

**TAILANDIA**

¡Fóndase a las palas en un gran número de plantaciones!

¡Más de 3,500 árboles plantados!

Incredible movilización en Bangkok, con 30 hoteles en acción y 600 árboles plantados en el parque nacional de Khao Yai. En Kamui, 38 empleados de 3 hoteles se han movilizado y han plantado 600 cocoteros. Nos iniciativas desarrolladas en asociación con la ANIF «Plant & Tree Days», cerca del proyecto «Plant for the Planet».

Por la que reparta a Rivitat, se han plantado 300 árboles gracias a la implicación y a la determinación de los participantes representantes de 6 hoteles de la ciudad.

En Hua Hin, 60 colaboradores se han reunido para plantar otros 60 árboles.

En Pattaya, unos 50 colaboradores de los hoteles Pullman, Mercure, ibis y all seasons Pattaya, así como del Novotel Rayong Rim Pae se han reunido para plantar 500 árboles en colaboración con el ayuntamiento.

Por último, en Krabi, 30 miembros del Sofitel Krabi Phokeethra Golf and Spa Resort, acompañados de clientes voluntarios y de miembros de las comunidades locales, han plantado 334 árboles en colaboración con el Parque Nacional.

Accor - Earth Quest Day 2011 - Libro de Viaje





**VIETNAM**

**¡limpieza, plantación, profesionalidad... Un compromiso serio y variado**

**Movilizados en todos los campos**

En Ha Long, 30 colaboradores han organizado una **venta de pasteles** en el «Halong Festival Food Market». Con los fondos obtenidos, han podido **comprar árboles que luego han plantado todos juntos**.

En Da Nang, tres hoteles han **unado fuerzas para limpiar el río Han** con ayuda de la población local.

En Nha Trang, los miembros del Novotel, acompañados por clientes y estudiantes de la ciudad, **han limpiado la playa que está enfrente del hotel**.

En Phu Quoc, 120 colaboradores **han barrido la ciudad**, en compañía de clientes voluntarios, para recoger basuras y residuos.

En Phan Thiet, la participación ha sido muy importante con 120 empleados de los distintos hoteles, 500 escolares y 180 miembros de la «Bian Thiet Youth Union» en el tajo. **Todos juntos han limpiado la playa que está enfrente del hotel y los alrededores del complejo**.

En Hanoi, 176 colaboradores han organizado una **sesión de jardinería en el parque Fau Hai** con el siguiente programa: **plantación de árboles, corte de césped, riego de plantas y flores...**

En Ho Chi Minh y Vung Tau, los colaboradores de la sede y del Riuiman Vung Tau se han movilizado junto con la **ANIC «Smile Group»**, que aporta **ayuda económica, educativa, social, médica y psicológica a las víctimas del éida**. En cuanto a los colaboradores del Sofitel Saigon Plaza, han contribuido a la **plantación de un centenar de árboles en Fan Hai**.

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de viaje

41



**EARTH GUEST**

**EARTH GUEST DAY 2011**

**EUROPA**

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de viaje

42



# ALEMANIA

Toda un país en  
armas contra al  
turismo sexual



Compromiso  
y capacitación



Al firmar el «Código de conducta para la protección de los niños contra la explotación sexual en el turismo», elaborado por ECPAT y la Organización Mundial de Turismo, Alemania ha formalizado su compromiso contra esta plaga. El Pullman Berlin Schweizerhof ha tenido el honor de servir de marco a la firma, durante una rueda de prensa.

En el compromiso que también se ha concretado en los hoteles, en donde los colaboradores han recibido formación a través de un módulo de e-learning lanzado en colaboración con EFBAT. Por lo que respecta a los clientes, se ha puesto en marcha una sensibilización con la campaña internacional «Fitness - Feiges» contra la explotación sexual de niños por los turistas.

Por último, en el capítulo de protección de la naturaleza, también se han desarrollado acciones de limpieza en varios lugares públicos de Múnich.



# AUSTRIA

Después de la tempestad, viene la reforestación



500  
árboles  
plantados



Más de 80 colaboradores de los hoteles y de la serie han trabajado codo con codo en una gran operación de reforestación de una zona devastada por violentas tormentas. Bajo la dirección de los guardias forestales, han plantado 500 robles en una región natural declarada «Reserva de la biosfera» por la UNESCO.

Asimismo, los colaboradores han sido sensibilizados respecto a la fauna y flora local, así como respecto a la importancia de la protección de la naturaleza, siguiendo un itinerario pedagógico que han puesto en marcha los propios forestales. ¡De una manera lúdica y agradable se entienden los desafíos que nos plantea el medio ambiente!

# GRECIA

Cita con la biodiversidad  
y el mundo de la empresa



100  
colaboradores  
movilizados

Un centenar de colaboradores de los hoteles Sofitel Athens Airport y Novotel Athens se ha movilizado para organizar un congreso sobre la biodiversidad y las iniciativas desarrolladas por las empresas griegas. Una espléndida ocasión para los profesionales presentes de compartir las mejores prácticas y de contribuir a la difusión del desarrollo sostenible.



**BÉLGICA & LUXEMBURGO**

¡El espíritu de equipo al servicio de la naturaleza!

La unión hace la fuerza en Belux con la movilización activa de ambos países: más de 45 colaboradores de 18 hoteles y de la sede han participado en las actividades del Earth Guest day.

Juntos, han plantado más de 200 árboles en una hectárea de terreno de la región de Flandes, la menos boscosa de Bélgica. Una plantación financiada por Accor y los colaboradores voluntarios que así lo han deseado.

Asimismo, se habían colocado muchas Earth Guest day en las hoteles y en la sede y en las familias españolas se han perdido algunas y plantar 3.000 árboles más.

**3.000 árboles plantados**

Accor - Earth Guest day 2011 - Libro de viaje

145

**ESPAÑA**

Todos unidos por la protección de la fauna y la flora de los hosques

¡Mira la naturaleza y el trabajo en equipo!

En Madrid, Barcelona, Valencia, Málaga y Bilbao, los colaboradores se han movilizado por la conservación y protección de los hosques, en el marco de la «Campaña mil millones de árboles» del programa de Naciones Unidas en pro del medio ambiente.

¿Cuáles han sido sus múltiples acciones? La implantación de nidales, akrevaderos para los animales, colocación de anillas de pájaros, la poda de pinos contra incendios, conservación del patrimonio cultural de los hosques... Una serie de iniciativas que nos han permitido sensibilizar a todo el mundo sobre la importancia de cuidar de la naturaleza.

Accor - Earth Guest day 2011 - Libro de viaje

146



**FRANCIA**

**Sofitel**  
Al servicio del patrimonio y del desarrollo sostenible

**Pullman**  
Comprometido por el mundo agrícola

En Marsella, los colaboradores han vivido una hermosa experiencia de puesta en común al participar en talleres sobre técnicas de cantería y de alfarería tradicionales junto a personas en inserción profesional de la Asociación Acta Vista, que cuentan con el respaldo de la Fundación Accor. Una manera de profundizar en la colaboración con esta asociación comprometida con el desarrollo sostenible y la construcción ecológica.

Las batallas, impulsadas desde 2008 por la **gestión de las abejas**, han desarrollado diferentes acciones en torno a la miel, con registraciones para los colaboradores y la puesta en marcha de «Honey Corners» para sensibilizar a los clientes sobre la importancia de esta centinela de la biodiversidad. ¡Golosas iniciativas que han hecho las delicias de todos!

Pullman France ya ha puesto en marcha un gran número de acciones: 16 paneles instalados en los tejados de los hoteles, pausas con la temática de la miel en las reuniones, platos a base de miel creados por los chefs de los restaurantes Pullman de las que se dedica 1 € a la investigación agrícola... ¡La nueva **Earth Guest Day** se celebra **Earth Day** en Pullman France!

**intercambios de conocimientos "constructivos"**

**¡Pullman is Bee Friendly!**

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de Viaje

**FRANCIA**

**Novotel**  
Jornada verde para los niños en los jardines Novotel

**Suite Novotel**  
Batajar el agua, más claro que el agua

67 Novotel han participado en la operación «Con nosotros, los jardines tienen corazón», 39 de ellos en asociación con los Restaurants du Cœur (comedores de beneficencia). Los hijos de los colaboradores han salido en busca de huevos de pascua por las zonas verdes de los Novotel. ¡Una jornada rica en vivencias compartidas y chocolate, llena a más no poder de apetitosos recuerdos!

Ensemble, économisons l'eau de notre planète.

Après le 22 avril 2011, pour la qualité de la terre, nous vous offrons un régulateur de débit d'eau.

Un geste simple pour économiser jusqu'à 30% de consommation d'eau.

Les batallas han regalado un **regulador de flujo de agua** a sus clientes y colaboradores para incentivar a mantener preservando este recurso preciado en sus casas.

**Se ha abierto la temporada de caza del huevo**

**Riadas prácticas para compartir**

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de Viaje



**all seasons** **FRANCIA** **ibis**

Hacer soñar a los niños

¡Viva "Plant for the Planet"!

Los hoteles, socios de la Asociación Sueños desde 2008, han propuesto durante tres días una tarifa especial «Todos juntos por un sueño infantil», en las páginas Web all-seasons-hotels.com y accorhotels.com. ¿En qué consistía la idea? Por cada reserva efectuada con esta tarifa, el cliente dedica un euro a la asociación, más otro euro por parte del hotel.

Los hoteles Ibis en Francia, comprometidos desde 2008 con el proyecto «Plant for the Planet», ya han hecho posible la plantación de **1.181 árboles** en colaboración con la asociación **ONE Earth**. Por motivo del Earth Friend Day, Magatta Ndour, agente de reservas en el Ibis Baris la Villatte-Guillard de las Franjas se ha comprometido en la embajadora de la marca. Ha viajado a Senegal, a las plantaciones, para compartir el proyecto con la asociación e interesarse sobre el seguimiento de las acciones.

1 € reversado por reserva

¡5 toallas reutilizadas = 1 árbol plantado!

Expedición a Senegal

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de Viaje | 49

**Etag Hotel y hotelE1** **FRANCIA** **Thalassa sea & spa**

Favorecer la accesibilidad

¡Todos en marcha por el planeta!

Etag Hotel y hotel E1, socios de las asociaciones Baid Kuantira y Epida, en el marco del proyecto Solidaridad Maratón de las Arenas, contribuyeron a la adquisición de los juegos y a su entrega a favor de la recuperación del planeta. En este marco, con motivo del Earth Friend Day, todos los hoteles de la red han servido de depósito para los clientes y colaboradores que querían desprenderse de sus antiguos libros escolares o donar material escolar... Todo el material recogido se ha enviado y repartido por escuelas del sur de Marruecos.

Todos los hoteles de la red Thalassa sea & spa han aprovechado esta jornada para unirse al proyecto «Plant for the Planet» del Grupo. ¿Cómo? Financiando la plantación de árboles, gracias al ahorro en lavandería: **5 toallas reutilizadas = 1 árbol plantado!**

Asimismo, los equipos han desarrollado diferentes iniciativas a favor de la protección de la naturaleza y del desarrollo sostenible, **limpiando una playa** en Touquet, por ejemplo, u ofreciendo un menú **kéo** en Bort Eréjus...

Material escolar para los niños

5 toallas reutilizadas = 1 árbol plantado!

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de Viaje | 50



**FRANCIA**

**Lenôtre**

Apoyo colectivo a la reforestación

**Sedas luxury y Odyssey**

Puesto de comida, plantación y reforestación

Para esta edición del Earth Guest day, los equipos de Evry y de Odyssey han participado en la operación «Dejemos crecer» que invita a los habitantes de las ciudades a **plantar flores silvestres** debajo de sus casas. Asimismo, una gran exposición sobre el proyecto «Blanc for the Planet» es la ocasión para que todos participemos en las últimas actividades de las **7 propuestas de reforestación** apoyadas por las 1.300 familias participantes.

Por la que reparta a la estirpe Foca, se han plantado **2.300 árboles** a favor de la ANP FOF EXHBI, en la del FOF en el marco de la «Blanc for the Planet». Se identificará una parcela y se marcará con una pancarta Lenôtre en Senegal: los equipos recibirán regularmente noticias de «sus» árboles.

**2.300 árboles financiados**

**Eclosión de flores en el Lenôtre**

Accor - Earth Guest day 2011 - Libro de Viaje

**HOLANDA**

Plantaciones y experiencias compartidas

**HUNGRÍA Y ESLOVAQUIA**

Reforestación en familia

En un ambiente familiar y distendido se han reunido, cerca de Budapest, 200 colaboradores acompañados de sus familiares y amigos. Resultado de la jornada: **¡1.000 árboles plantados!**

Limpieza de jardines, plantaciones de árboles y plantas pequeñas... Los colaboradores se han convertido en paisajistas por un día y han compartido sus buenas prácticas a favor de la biodiversidad con las personas discapacitadas alojadas por la organización Amerpoort. Un gran momento de diálogo muy natural.

**¡Iniciamos por la naturaleza!**

**1.000 árboles plantados**

Accor - Earth Guest day 2011 - Libro de Viaje



# ITALIA

Movilización general a favor de la lucha contra los residuos



Este año, los equipos se han movilizado con fuerza a favor de la **reducción y el reciclado de residuos**. La prueba la aportan los datos con 53 hoteles, 2.000 colaboradoras y más de 4.000 clientes comprometidos en la Semana Nacional «Ruta la Fagnata», un suelta dedicada a la reducción de residuos de gran repercusión en Italia.

¡La acción también se ha en las hostales con el reparto de **botellas reutilizables 100% algodón** a todos los miembros del personal y a los clientes!

**2.000**  
colaboradoras  
en acción



# POLONIA

¡Cuidar del medio ambiente, una actividad para toda la familia!



**3.500**  
árboles  
plantados

Los colaboradores y sus familias han dado muestras de una implicación sin parangón en honor del Año Internacional de los Bosques, plantando **3.500 árboles y limpiando grandes zonas forestales**.

Sus hijos también han podido disfrutar de un **taller pedagógico** sobre la clasificación y gestión de residuos, así como el artesanado y el savoir faire local.

¡Una maravillosa jornada en familia a favor de la biodiversidad!





# PORTUGAL

## Protección de las especies naturales





Para esta nueva edición, se han reunido 100 colaboradores de la sede y de los hoteles en el pintoresco parque natural de Arraiala, encajado entre montañas y el mar. Juntos, han quitado plantas invasivas, plantado especies autóctonas de arbustos y limpiado una playa, recogiendo y clasificando la basura.

Asimismo, se han repartido cestas con alimentos equilibrados a personas desfavorecidas en colaboración con CARITAS, en el marco de una jornada bajo el lema del compartir y la salud.

**100** colaboradores movilizados

Accor - Earth Quest day 2011 - Libro de viaje



# REPÚBLICA CHECA

## ¡Operación reforestación!



Unos 45 colaboradores de los 8 hoteles han unido sus fuerzas a las de los equipos de Elenre en una gran operación. En total, 3.000 árboles plantados entre Braga y Retraval.

**3.000** árboles plantados



# RUMANIA

## Reparto de juguetes a los niños desfavorecidos



Los colaboradores de los hoteles Novotel, Billoan e Ibis han organizado una gran operación de recogida de juguetes, alimentos, ropa, libros y cosas de casa para repartirlos a los niños de familias pobres del país.




**Una hermosa jornada para compartir**

Accor - Earth Quest day 2011 - Libro de viaje





## GRAN BRETAÑA E IRLANDA

En el programa: plantación  
de árboles y desarrollo local



Cerca de **1.300**  
árboles y plantas

Con no menos de **1.000 colaboradores de 20 hoteles y de la sede** movilizarlos, un Earth Guest Day dignamente celebrarlo! En total, **1.652 árboles y plantas** plantadas en las salidas y parques locales, así como en las jardines de los hoteles.

En la tarde, más de 50 colaboradores han participado en **acciones de mantenimiento** en el cementerio de la iglesia de San Rabin de Hammarskjöld, con ayuda de un patajete. En esta acción, han podido quitar las malas hierbas, recoger basura y plantar flores. Una jornada, cerrada con un corte de oro con **una bandera en el «Blanes» e Bars del Klavatal London West**.

En el hotel London Saint James, los equipos han donado parte de su tiempo para ayudar a «The People's supermarket», que comercializa productos locales a precios razonables.

Accion - Earth Guest Day 2011 - Libro de Viaje

157



## RUSIA



Toda una base en acción por el  
reciclaje y la reforestación

**1.800**  
árboles  
plantados



El **Novotel Sheremetyevo** ha participado en el "Green Friday", jornada de sensibilización sobre la importancia de la clasificación de residuos en la empresa mediante la recogida y el reciclaje de papel de las empresas moscovitas.

Misión de reforestación para los equipos de los **Novotel Moscow Center, Novotel Ekaterinburg e ibis Moscow Buzlatskaya**: acompañados por Greenpeace, **35 colaboradores han participado en la plantación de 1.800 árboles** en una zona situada a 20 km de Moscú. Una operación que ha reunido a más de 800 personas en total.

Por su parte, el **ibis Nizhny Novgorod** se ha movilizado a favor de las niñas huérfanas organizando una fiesta de día.

Accion - Earth Guest Day 2011 - Libro de Viaje

158

**SUIZA**

¡Una movilización activa total!

**En Zurich, 28 colaboradores** han tenido buena mano con las plantas y han **plantado árboles** en colaboración con Pronatura y WWF. En el **Mercure Loèche-les-Bains**, se han plantado árboles en los balcones del hotel.

**37 ikis y Etap Hotel** han tomado la deliciosa iniciativa de organizar un desayuno con productos procedentes del comercio justo, en colaboración con Mav Hauvalaar.

**La limpieza de un bosque en Ginebra, la limpieza de un lago en Berna por 25 colaboradoras de las Navetas, ikis y Etap Hotel...** ¡La Earth Guest Day dedicada también a la protección del medio ambiente!

**El agua, fuente de bienestar que tenemos que proteger...** Esta ha sido el mensaje de sensibilización transmitido por el Mercure Biemme, entre equipos y clientes.

En el Mercure Martigny, el **papel reciclado** ya forma parte del día a día de los colaboradores, tanto en las oficinas del hotel como en la recepción.

**¡Comercio justo y protección del medio ambiente en un solo día!**

Accor - Earth Guest Day 2011 - Libro de viaje

59

Este documento fue editado por la Dirección del desarrollo sostenible de Accor.  
 Creación y realización: Synergiecne.  
 Créditos fotográficos: Accor, Fotolia, X.  
 La Dirección del desarrollo sostenible desea agradecer por su valiosa contribución a todos los coordinadores de desarrollo sostenible y a los equipos de los hoteles que nos enviaron sus fotos de Earth Guest day 2011.  
 Septiembre de 2011



## ANEXO 8. NOTA DE PRENSA EARTH GUEST DAY 2011



### Comunicado de prensa

13 de Abril de 2011

## Los empleados de Accor en España dedican una jornada laboral a la conservación de los bosques

- Coincidiendo con el Año Internacional de los Bosques llevarán a cabo en Madrid, Barcelona, Bilbao, Málaga y Valencia diferentes actividades relacionadas con su puesta en valor y la importancia de su interrelación con otros ecosistemas. Se realizarán acciones como colocación de cajas nido y anillamiento para favorecer a las aves, eliminación de plantas invasoras en zonas dunares o podas de pinares contra los incendios.
- Asimismo, el Grupo hotelero invertirá el 6% de la facturación de ese día a la conservación de bosques y espacios naturales protegidos.

El próximo **14 de abril** unos 400 empleados de todas las marcas de Accor presentes en España (*Pullman, Novotel, Suite Novotel, Mercure, all seasons, ibis y Etap*) y de los Servicios Centrales celebrarán una quinta edición del Accor Earth Guest Day: una jornada en la que el Grupo hotelero anima a sus más de 150.000 empleados en todo el mundo a realizar iniciativas a favor del desarrollo sostenible.

Coincidiendo que la ONU ha declarado 2011 como el Año Internacional de los Bosques y concienciados con el hecho de que una superficie de bosque equivalente a la de un campo de fútbol desaparece cada 3 segundos, los empleados de Accor en España han querido dedicar su Earth Guest Day a la conservación de cinco Espacios Naturales protegidos en las ciudades donde el Grupo tiene mayor número de hoteles: Madrid, Barcelona, Valencia, Málaga y Bilbao.

De la mano de Plantemos para el Planeta, entidad que promueve la campaña de la ONU y la participación en el Año Internacional de los Bosques, llevarán a cabo durante esa jornada laboral diferentes actividades encaminadas a la conservación de los bosques y espacios naturales. Se desarrollarán acciones como la colocación de cajas nido para favorecer a las aves, interpretación ambiental de las especies que residen en ellos, podas de pinares contra los incendios, creación de bebederos para la fauna, eliminación de especies invasoras no autóctonas, plantaciones de especies como alimento para la fauna, anillamiento de aves y puesta en valor del patrimonio cultural de los bosques...etc.

Por su parte, Accor España invertirá el 6% de la facturación de ese día igualmente a la conservación de bosques y espacios protegidos.

### Una jornada de movilización por la puesta en valor de los bosques

**Madrid.** En el Encinar del lago de *La Casa de Campo*, los empleados de Accor llevarán a cabo un tratamiento silvícola del bosque, comprometiéndose no sólo en las reforestaciones de las ediciones anteriores sino también a la conservación de los árboles existentes. Además por grupos se realizarán itinerarios interpretativos para conocer las aves que habitan en la Casa de Campo y el anillamiento de algunas para su posterior seguimiento.

**Barcelona.** En el Espacio Natural del *Delta del Llobregat*, limítrofe con la costa mediterránea encontramos un pinar bien conservado con distintos tipos de orquídeas. Poniendo en peligro a las mismas existen plantas de jardinería que los voluntarios eliminarán. Además se realizarán visitas interpretativas para conocer la historia del delta y la avifauna que vive en ella.

**Valencia.** La iniciativa se celebrará en el *Marjal de Almenara* en el que harán el control de la especie invasora denominada tortuga de Florida a lo largo del humedal y una vez localizadas se reintroducirán

1/2

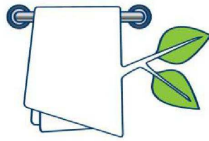


tortugas autóctonas para mejorar la biodiversidad. Paralelamente se restaurará los márgenes de las acequias con la plantación de vegetación de ribera.

**Bilbao.** En la *Reserva de la Biosfera de Urdaibai*, procederán al anillamiento de árboles no autóctonos como el pino radiata y el eucalipto para su posterior eliminación. Paralelamente también se eliminarán rodales de bambú que impiden el crecimiento de praderas. Al finalizar se visitará el Centro de Biodiversidad de Euskadi, un centro de referencia a nivel nacional.

**Málaga.** En el *Monumento Natural "Dunas de Artola"*, importante hábitat costero que alberga una gran diversidad de fauna y floral literal, los empleados de Accor llevarán a cabo la restauración del hábitat costero con actuaciones de limpieza y eliminación de flora invasora (uñas de gato-Carpobrotus), vegetales de otras latitudes que compiten con la flora autóctona, pudiendo provocar su desaparición de este enclave con el consiguiente efecto negativo sobre la fauna asociada (insectos, camaleones, lagartijas, pequeños mamíferos y aves).

#### Tus toallas plantan árboles, otro proyecto a favor de los Bosques



Bajo el lema "Tus toallas plantan árboles", desde 2010, todos los hoteles filiales de Accor en España invitan a sus clientes a conservar sus toallas de baño más de una noche sensibilizándoles en la ecuación « **5 toallas reutilizadas= 1 árbol plantado**».

Por su parte, Accor invierte la mitad de los ahorros de lavandería que obtiene en 7 proyectos de reforestación en el mundo (Australia, Brasil, Estados Unidos, Indonesia, Rumania, Senegal y Tailandia).

El resultado: en dos años el grupo ha financiado **1.7 millones de árboles** en el mundo, de los cuales 34.953 árboles financiados por los hoteles Accor españoles.

Con esta iniciativa, los hoteles Accor contribuyen activamente a la "Campaña para 1 millar de árboles" del Programa de las Naciones Unidas para el medioambiente (PNUMA).

A medio camino, los resultados son muy positivos ya que el grupo ya ha superado sus previsiones y se acerca de su objetivo: ¡**Plantar 3 millones de árboles de aquí a finales de 2012!**

\*\*\*\*\*

Accor, primer operador hotelero mundial, líder en Europa está presente en 90 países con 4200 hoteles y más de 500.000 habitaciones. Orgulloso de su amplia cartera de marcas como Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Adagio, ibis, all seasons, Etap Hotel, Formule 1, hotelF1 y Motel 6 y sus actividades asociadas Thalassa sea & spa y Lenôtre, Accor propone una extensa oferta que va del lujo a lo económico.

Con 145.000 colaboradores en todo el mundo, el Grupo pone al servicio de sus clientes y partners su saber-hacer y experiencia adquirida desde hace 45 años.

#### CONTACTO PRENSA

Rebeca Avila  
Email: [rebeca.avila@accor.com](mailto:rebeca.avila@accor.com)  
Tfó: +34 91 382 80 17