



Benchmarks A&B

Publicado: Abril 2012

Última versión: Mayo 2013

Código: 99-00-06-PR-S-19-00

1 Objetivo y alcance

El objetivo de este procedimiento es explicar y definir el uso de la información importante y beneficiosa de los benchmarks.

Benchmark significa: Proceso de comparación de los resultados del negocio y los procesos de un hotel con el primero de los mejores hoteles del sector (externo a NH) y/o con el mejor dentro de la propia Compañía.

2 Plan de acción individual del hotel

Responsable: Responsable de A&B y Director del hotel

Las dimensiones típicas que se miden son la calidad, los ingresos y los costes. En el proceso de benchmarking de A&B, en NH Hoteles identificamos a los mejores hoteles en su sector/ compañía o en otros sectores en los que existan procesos similares y comparamos sus resultados y procesos con los nuestros.

En este sentido, aprendemos como funcionan los objetivos y, más importante, por qué el proceso de negocio en un hotel funciona mejor que en otros.

Esto permite a NH Hoteles desarrollar planes de mejora o adaptar las mejores prácticas. Por lo general, el objetivo es incrementar algún aspecto del desempeño. El benchmarking no puede ser un hecho aislado sino puntos de referencia integrados como un proceso continuo en el que buscamos la mejora continua de nuestras practicas y resultados

Maneras de identificar Benchmarks para F&B:

1. **Identificar el problema** – Los que obtienen peores resultados en un área específica. Antes de emprender la comparación con otros hoteles es esencial que conozcamos bien cómo funciona nuestra organización, el análisis de los procesos y la comparabilidad.
2. **Identificar los mejores hoteles** – Buscar los mejores dentro de la compañía y en cada país. Utilizar los comentarios de los clientes, los datos financieros y su evolución para determinar qué hotel merece la pena para el benchmarks o caso de estudio.
3. **Visitar los mejores hoteles para identificar prácticas punteras** – Cómo se estructura, cómo funciona el trabajo operativo, etc.
4. **Definir los hoteles para realizar benchmarking.**
5. **Evaluar las nuevas prácticas aprendidas.**
6. **Implementar las nuevas y mejoradas prácticas de negocio** – Debemos tomar las prácticas más novedosas y desarrollar planes para implementarlas en los hoteles. Incluir la identificación de oportunidades específicas, dando soporte y guiando el proyecto y vendiendo las ideas a otros hoteles dentro de la organización con el propósito de obtener más ingresos y/o incrementar el GOP.



> Aportando valor añadido a la Compañía

Una vez que el *benchmark* esté definido e integrado, permitirá a NH supervisar y ajustar sus políticas y decisiones estratégicas.

3 Validación del procedimiento

Versión	Area corporativa	Aprobado por		Fecha de aprobación
1	Operations (Process Owner)	F&B Operation Manager Operations Control Director Chief Operations Officer	Thomas Bartz Anja Loijens Ramón Aragónés	Marzo 2012
	Internal Audit	SVP Internal Audit		
	Resources	SVP Human Resources SVP Purchasing		
	Strategy & Development	SVP Quality & Competition Chief Commercial Officer		
	Management Committee			