

Room Mate: “Incluso nuestro Presidente se involucra en validar los elementos de confort”



La cadena aporta soluciones eco sostenible y trabaja en una línea plastic free de amenities y en la creación de un huerto solar

Diana Serban es Head Purchasing de la cadena hotelera

Room Mate Hotels cuenta actualmente con 25 establecimientos repartidos por todo el mundo. Saber cuidar y seleccionar los elementos de confort hacen posible que en el portfolio de la [cadena](#) no haya dos hoteles iguales.

En los próximos 18 meses tiene previsto añadir otras diez aperturas, lo que duplicará el tamaño del grupo que pasará de tener 1.522 habitaciones a contar con más de 3.052.

La **Head Purchasing Department de Room Mate, Diana Serban**, será ponente en los debates que tendrán lugar durante los **Encuentros Proveedores Hosteltur 2019**, en el hotel Marriott Auditorium de Madrid, concretamente, durante la primera jornada, el **martes 19 de marzo**.

e la compañía. Esta profesional se incorporó al equipo de Room Mate en marzo de 2017, ocupando el cargo de **Head de Compras**. Desde enero de 2019, compagina esas funciones con las de Directora de Sostenibilidad, como consecuencia del compromiso que asume la compañía por reducir la **huella de carbono**.

P.- ¿Cuáles son los principales objetivos de la cadena respecto a la gestión de compras?

R.- Nuestro principal objetivo es y será siempre garantizar la mejor calidad para los clientes. Para ello utilizamos a los mejores [proveedores](#) y seleccionamos cuidadosamente todos y cada uno de los productos.

De hecho, en Room Mate la calidad es un aspecto que cuidamos tanto que, incluso, nuestro Presidente se involucra personalmente en la validación de los elementos de confort.

P.- Room Mate Hotels es una compañía joven y dinámica que está en plena expansión. ¿En qué se diferencia su gestión de compras con la de otros grupos hoteleros?

R.- Lo cierto es que Room Mate ya está asentado en el mercado. Contamos con 25 hoteles en todo el mundo y, en este momento, estamos tomando posesión de dos nuevos hoteles en Sicilia. Además, a esto hay que sumarle otras diez aperturas en los próximos 18 meses, gracias a las cuales duplicaremos nuestro tamaño.

La diferencia es que nosotros nos hemos asentado en el mercado de manera distinta a la de nuestros competidores. Mientras ellos estandarizan producto y, a medida que crecen solo, aumentan volumen, nosotros **crecemos diversificando**, ya que cada uno de nuestros hoteles es único y no creemos en la estandarización.

Se trata de una labor compleja tanto para nuestros proveedores como para el departamento de compras. No obstante, es una faceta de nuestra personalidad a la que no estamos dispuestos a renunciar, ya que está en nuestro ADN y es uno de nuestros rasgos diferenciales.

P.- ¿Qué aspectos tienen en cuenta su cadena a la hora de trabajar con los proveedores?

R.- En cuanto a proveedores, Room Mate apuesta por el **modelo proveedor-partner**. Esperamos que los proveedores nos ofrezcan tanto soluciones, como soporte. Buscamos innovar y avanzar de la mano de ellos, ya que **sabemos valorar la capacidad de expertise de cada uno** en su campo.

Desde luego, también es importante que nuestros partners estén igual de comprometidos

que nosotros con las cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.

P.- Usted también es Directora de Sostenibilidad. ¿Cuáles son los principales retos que se plantea en este ámbito?

R.- Room Mate Ecolution es nuestra apuesta más ambiciosa para 2019. Con ella queremos ser la cadena hotelera más **eco sostenible**. Entre nuestros principales retos está la reducción del plástico y del papel en un 80%. Como principal acción para conseguirlo, **estamos trabajando en una línea plastic free de amenities**.

También se trabaja en la **creación de un huerto solar**, que nos permitirá abastecernos con nuestra propia **energía verde**. Asimismo, aprovechando la apertura de nuestras nuevas oficinas, **pondremos en marcha una aceleradora de startups**, centrada en aportar soluciones de eco sostenibilidad a la industria hotelera.

P.- La compañía también ha asumido el compromiso por reducir la huella de carbono. ¿Cómo se plantea lograr este objetivo?

R.- Para reducir la huella de carbono estamos llevando a cabo una serie de acciones como, la implantación de los **nuevos uniformes de Ecoalf hechos con fibras 100% recicladas**. Recientemente hemos apostado por agua Auara, un agua solidaria, cuyo envase es una botella de plástico 100% reciclado. Los beneficios se destinan íntegramente a la construcción de pozos en África.

Dar una segunda vida al plástico ya generado, nos permite ahorrar 6.000 litros de petróleo al año. Estamos colaborando con el programa Clean the World, que se centra en el reciclaje de las pastillas de jabón y los geles de baño.

P.- Por último, usted asegura que se siente identificada con los valores e inquietudes de la empresa. ¿A qué valores e inquietudes se refiere?

R.- La personalidad de Room Mate es única y nuestros valores también lo son. No es difícil sentirse identificado con ellos, porque son **valores que apelan a la humanidad, el compañerismo y la igualdad**.

Desconozco en cuantas empresas la alegría y el entusiasmo son valores estipulados por escrito, pero en Room Mate sí lo son y no me puedo sentir más identificada.