

## Alda Hotels: «Buscamos proveedores con filosofía win-win»



«Nos gustan la empresas que cuidan a sus trabajadores y proveedores, igual que lo hacen con nosotros sus clientes»

### **Alberto Rodríguez Boo, Managing Director de la cadena**

En el año 2009, [Alda Hoteles](#) comenzó su andadura con la apertura de su primer hostel en Santiago de Compostela. Actualmente gestiona **26 establecimientos en distintas ciudades de España.**

**Alberto Rodríguez Boo es Managing Director.** Tras ejercer como ingeniero por cuenta ajena en diferentes empresas, se embarcó en un proyecto nuevo que ya cuenta con una década de trayectoria.

De momento, Alba Hotels está asentándose en el noroeste de la península y, a excepción de algún hotel de playa en Galicia, sobre núcleos urbanos de cierta envergadura.

Los establecimientos de la cadena son de tamaño pequeño, la mayoría con menos de 50 habitaciones y con categoría por debajo de 3 estrellas. «Para nosotros las estrellas las marcan nuestros clientes con sus comentarios», comenta el Director.

#### **P.- ¿Qué características principales reúnen los alojamientos de la cadena?**

R.- Nacimos en un hostel en Santiago de Compostela. Este hecho ha marcado dos puntos en nuestro ADN: tenemos el foco puesto en darle al cliente aquello que necesita y que está dispuesto a pagar por ello, pero nada más superfluo. El otro foco, en el camino de Santiago,

no solo en sus ubicaciones sino en su **perfil de cliente: joven, autónomo y multicultural.**

**P.- Están en plena expansión. ¿Cuáles son los proyectos de Alda Hotels para este 2019?**

R.- En 2019 seguiremos ampliando capacidad en aquellas ciudades que estamos presentes, pero siempre manteniéndonos como un 'player' pequeño dentro de cada plaza. Tenemos prevista una apertura en Santiago y estamos estudiando nuevas aperturas en Coruña, Burgos, León, Orense y Lugo. Además **tenemos planeado entrar en Asturias** con una apertura en Gijón y estamos estudiando diferentes opciones en Madrid y País Vasco, entre otros.

**P.- Las nuevas tecnologías y la digitalización están revolucionando el sector hotelero. ¿Cómo se adaptan los hoteles de la cadena a esta tendencia?**

R.- Mi formación como ingeniero condiciona que prestemos una importante atención a este punto. Llevamos años con un importante **equipo de desarrollo propio** que ha creado nuestra herramienta de gestión que nos permite centralizar toda la información necesaria en nuestros establecimientos y que está integrada con los principales sistemas externos de venta y gestión.

Además, nos encontramos inmersos en distintos **proyectos piloto de telegestión, video-vigilancia, control de accesos y uso de cajeros de check-in.**

Apenas hemos empezado a ver en el sector las posibilidades que aportan las nuevas tecnologías, que hasta la fecha se han centrado más en el público generalista y en soluciones domésticas. En apenas diez años, los hoteles no tendrán nada que ver con lo que son hoy.



En el año 2009, Alda Hoteles comenzó su andadura

**P.- Cuando Alda hotels abre un nuevo hotel, ¿cuáles deben ser las prioridades del Director de Compras?**

R.- Nuestra estructura no es la «tradicional» en otras cadenas. En los hoteles, por su reducido tamaño no tenemos personal especializado, ni siquiera directores. Además **todos los servicios de restauración y cafetería se realizan de forma externa**. Por ello, **el departamento de compras es único para la cadena** y una nueva apertura no genera apenas novedades a no ser el cumplimiento de plazos fijados por el departamento de expansión.

**P.- En la gestión de compras se deben tener en cuenta muchos aspectos para poder ofrecer el mejor servicio a los clientes, ¿cuáles son los factores más importantes a considerar?**

R.- A la hora de tomar cualquier decisión (no solamente a nivel de compras) siempre nos situamos en la respuesta al cliente. Nos hacemos las preguntas por ellos e intentamos inferir su respuesta: «¿Qué producto/servicio querría? y ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto/servicio?».

Por nuestro perfil de cliente **el factor de decisión «precio» suele tener mucho peso, aunque nunca es el único**. Cada vez más los criterios medio-ambientales, ecológicos y sociales tienen un mayor peso. Además, **buscamos proveedores que sean ágiles, tanto en la respuesta como el servicio**. Nuestros clientes son lo primero y no podemos fallarles.

**P.- ¿En qué basa su búsqueda de proveedores para que encajen con la imagen y**

## filosofía de sus establecimientos?

R.- Buscamos proveedores que cumplan nuestra **filosofía win-win**. Nos gustan las empresas apasionadas de su trabajo, que cuidan a sus trabajadores y proveedores de la misma manera que lo hacen con nosotros sus clientes. Como decía antes, sus criterios medio-ambientales, ecológicos y sociales también están muy presentes para nosotros.

## P.- ¿Cómo se adapta el Departamento de Compras de Alda Hotels a las demandas cambiantes de los clientes?

R.- Los servicios que prestamos de forma directa son básicos y en general estables. Aquello que requiere de una mayor especialización y que está sujeta a más cambios lo externalizamos en empresas locales, normalmente más pequeñas y especializadas, lo que permite que sean más ágiles a la hora de adaptarse a estos cambios. A pesar de esto, nos mantenemos muy al día a través de publicaciones especializadas, asistencia a ferias y mucho “dormir en la competencia”.

## P.- ¿De qué manera tienen en cuenta los aspectos medioambientales y sostenibles que afectan al producto que consume Alda Hotels?

R.- Lo tenemos muy presente. Prueba de ello es que este año **hemos sido reconocidos por Caixabank en sus premios de RSC**. A nivel de compras es uno de nuestros principales criterios y a nivel de uso responsable del agua y energía estamos inmersos en distintos programas piloto para implicar a nuestros clientes de su relevancia.

## P.- Por último, ¿cuáles son los principales retos de futuro a los que se enfrenta el sector hotelero en nuestro país?

R.- La industria hotelera se encuentra a la vanguardia dentro de algunos aspectos como es la comercialización, gestión de precios, marketing... pero **a nivel de gestión estamos a la cola del sector servicios**. Esto implicará tres importantes retos de futuro...

## Retos del futuro, según Alda Hotels

- **1.- Concentración empresarial.** España sigue teniendo un importantísimo número de hoteles independientes, especialmente en las categorías donde Alda Hotels es fuerte.

- **2.- Profesionalización del sector.** En especial en la zona geográfica donde tenemos mayor presencia, y en las categorías en las que somos referencia queda mucho por avanzar en la profesionalización del personal, aplicación de procedimientos y en general sistema de gestión especializados.
- **3.- Implantación de las nuevas tecnologías.** La supervivencia de los hoteles pequeños (que en España son mayoría) pasa por un uso intensivo de las posibilidades tecnológicas que ha día de hoy son ya una realidad.