

Detectaron lo que no funcionaba en muchos hoteles pequeños y montaron un equipo que lo gestiona todo por ellos

Reducir costes, optimizar procesos, potenciar las ventas y proporcionar un control y una visualización total del negocio, son las claves de Markulia, una consultora experta en la externalización integral de servicios con foco en el sector hotelero

La gestión de un hotel implica coordinar una sinfonía de elementos: reservas, márgenes, reputación online, personal, ingresos, costes fijos, estacionalidad... Para quienes dirigen pequeños y medianos establecimientos, hacerlo sin ayuda especializada puede convertirse en un auténtico campo de minas. En ese escenario, Markulia nace para poner a disposición de hoteles independientes un equipo multidisciplinar que se encarga, literalmente, de todo.

Y cuando decimos todo, es todo. Desde el control financiero hasta la estrategia de precios, pasando por las campañas de marketing digital, el diseño web, las fotos, los textos, los anuncios y la supervisión del personal. “Nuestro objetivo es que el hotelero no tenga que ocuparse del día a día, sino simplemente supervisar resultados”, explican desde Markulia. Una especie de oficina técnica externa que trabaja codo con codo con la propiedad para profesionalizar el negocio y mejorar sus márgenes, sin tener que contratar a un director ni multiplicar la estructura. Lo que hoy es una consultora integral especializada en hostelería nació en 2015 con un perfil muy distinto: el de una agencia de marketing digital. Durante sus primeros años, la firma se centró en crear campañas de Google Ads, gestionar redes sociales y generar contenido. Sin embargo, el contacto constante con sus clientes y la pandemia —que disparó la venta online y puso en evidencia muchas carencias estructurales en el sector— provocaron una transformación natural hacia un modelo más completo.

“Fuimos viendo que muchos hoteles no solo necesitaban campañas, sino un equipo que pudiera ayudarles a tener una gestión más profesional en general”, apuntan. Así, el marketing pasó a ser una pieza más dentro de una propuesta mucho más ambiciosa: la externalización completa de



perfiles estratégicos que un pequeño hotel difícilmente podría asumir por separado. Hoy, Markulia cuenta con un equipo de más de diez personas —entre ellas, tres directores— con experiencia en áreas como la gestión financiera, el revenue management, las operaciones, el marketing o la comunicación. Todo ese conocimiento se pone al servicio del cliente por una cuota mensual ajustada, pensada específicamente para hoteles de tamaño reducido. “Nuestras tarifas parten de unos 40 o 45 euros por habitación. Por ejemplo, un hotel de 40 habitaciones pagaría alrededor de 1.800 euros al mes. Y por ese precio tiene a un equipo completo detrás”, detallan.

Pero lo interesante no es solo el precio, sino el método. Todo empieza con un análisis inicial gratuito donde el equipo estudia el estado del negocio, identifica ineficiencias y detecta oportunidades. A partir de ahí, se propone un plan de acción a 12 meses que actúa en distintos frentes: reducción de costes, mejora del posicionamiento online, profesionalización de procesos internos, mayor control del negocio y, por supuesto, aumento de ingresos.

“Hay hoteles con un personal estupendo, pero sin un rumbo claro. En otros, falta

formación o estrategia comercial. Cada caso es distinto, y por eso hacemos un diagnóstico a medida”, explican. Además, Markulia no se limita a dar recomendaciones: las ejecuta. Y si el cliente lo desea, puede mantener una colaboración a largo plazo que les convierte, de facto, en el equipo gestor del hotel.

Una de sus ventajas es que trabajan en remoto, pero sin desconectarse de la realidad del establecimiento. “Tenemos reuniones semanales, informamos constantemente y estamos disponibles para cualquier cosa. No es una relación fría, al contrario: acabamos siendo parte del día a día del hotel”, aseguran.



Una iniciativa de La Vanguardia para dar voz a las PYMES

DESCUBRE MÁS EN www.lavanguardia.com