

MARIANO BELTRÁN, DIRECTOR DE DATAHOTEL

dataHotel, solución para toda la gestión del hotel

DataHotel es una potente herramienta de gestión con una interfaz sencilla, ágil e intuitiva y con todas las funcionalidades necesarias para facilitar su labor diaria: gestión de clientes, reservas y cupos, check in rápido, facturación, ocupación, gestión de compras, informes y estadísticas... Entrevistamos al director general de la compañía, Mariano Beltrán.

—En primer lugar, nos gustaría conocer algo de la historia de la compañía. Cuándo se fundó y con qué objetivos.

—Nuestra compañía comenzó su andadura en 1995 como empresa de servicios informáticos, ofreciendo soluciones de gestión e implantación de sistemas principalmente para pequeña y mediana empresa. Al contar entre nuestros clientes



con diferentes establecimientos del sector hotelero y ante la falta por aquel entonces de programas de gestión adecuados para este segmento, comenzamos a desarrollar nuestra propia aplicación de gestión hotelera dataHotel para dar solución a las necesidades que estos clientes nos demandaban.

El objetivo de nuestra empresa siempre ha sido ofrecer soluciones caracterizadas por su innovación, creatividad y calidad que permitan a los clientes mejorar sus procesos de negocio, proporcionando al mismo tiempo el más alto nivel de calidad de servicio.

—¿Cuál es la misión de la compañía dentro del sector hotelero? ¿Qué esperan aportar?

—Nuestra misión es básicamente aportar tecnología al sector hotelero. Ofrecerle soluciones tecnológicamente avanzadas, cada vez más intuitivas y con mayores funcionalidades para poder responder, anticipándonos incluso, a las nuevas necesidades que surgen mirando al futuro. El hotelero ha de tener en cuenta que si no se adapta a las nuevas tecnologías, al cambio en la forma de comercialización y distribución y a las nuevas herramientas para llevarlo a cabo, va a tener un grave problema de competitividad. Para ello ponemos a su disposición toda nuestra experiencia y conocimiento en gestión y tecnologías de la información para asesorarle y ofrecerle las mejores soluciones en función de sus necesidades.

—¿Cuál es el perfil de su cliente? ¿Con qué tipo de hoteles trabajan?

—El perfil de nuestro cliente es principalmente el hotel independiente y la pequeña cadena hotelera, en ocasiones hoteles familiares que no cuentan con los medios ni los recursos de una gran cadena hotelera pero que suplen esas carencias con su motivación y ganas de innovar. Lógicamente este perfil de cliente hace que el trato sea mucho más directo, más humano entre ambas partes y en este sentido juega un papel primordial nuestro personal técnico y de soporte y atención al cliente, personal altamente cualifica-

do y con muchos años de experiencia en nuestra empresa. Además de este cliente tipo, es importante destacar el trabajo realizado para diferentes asociaciones turísticas en la implantación de nuestro sistema de comercialización online en sus propias páginas web.

—¿Cómo es su trabajo en los hoteles en la parte referida a la consultoría?

—Conocer las diferentes necesidades de los clientes es una tarea que requiere mucho tiempo y análisis. Es imprescindible llevar a cabo un proceso de consultoría tecnológica que finalmente nos permita mejorar todas las fases operativas, tecnológicas y de negocio del hotel.

Ello nos lleva a en una primera toma de contacto, analizar la situación actual del hotel, su funcionamiento interno a nivel de gestión, su nivel de adaptación a las exigencias actuales del mercado para así conocer sus carencias y sus necesidades tecnológicas específicas y poder asesorarle y ofrecerle solución con las diferentes herramientas que van desde el software de gestión hasta la venta directa e indirecta pasando por el marketing o la explotación de la información.

—¿Qué herramientas ofrecen a los hoteles a nivel de software?

—DataHotel dispone de una completa oferta de soluciones tecnológicas con las que damos una cobertura global a la operativa de explotación de cualquier establecimiento hotelero. Comenzando con el software de gestión PMS dataHotel, la herramienta necesaria para llevar al día todas las gestiones del hotel y sobre la que se integran todas las demás. Se trata de un sistema intuitivo y de fácil manejo, modular y con diferentes ediciones, permite adaptarse al tamaño y peculiaridad de cada negocio. Con el módulo dataTPV, ofrecemos la solución a la parte de restauración del hotel. Potenciar el canal de venta directa del hotel es fácil con el motor de reservas dataHotel, integrado con el PMS y adaptado a dispositivos móviles. Además, la integración de Channel Manager con el PMS permite gestionar la distribución a través de los diferentes canales de venta para lograr una comercialización más eficiente. Una vez conseguido el cliente, hemos de fidelizarlo gestionando esa relación adecuadamente y para ello nada mejor que el módulo CRM para llevar a cabo diversas acciones relacionadas con el marketing. Y finalmente, explotar toda la información es posible a través del módulo Business Intelligence que se encarga de reunir y presentar toda esa información en formato comprensible para poder tomar las decisiones correctas y definir las estrategias de venta. En definitiva, disponemos de la mejor y más completa tecnología para el sector hotelero.



—En general, ¿qué importancia tiene para un hotel contar con toda esta serie de procesos tecnológicos y automatizados?

—Afortunadamente y gracias al desarrollo de la tecnología en el sector, lo que hasta no hace mucho estaba solo al alcance de las grandes cadenas, es ahora accesible también para el hotel independiente o pequeña cadena.

Bajo nuestro punto de vista, para ser competitivos y no quedarse atrás, todos los establecimientos hoteleros, independientemente del tamaño de su negocio, deben implantar soluciones de gestión interna, de comercialización online, contactar con su cliente o clientes potenciales a través de herramientas de Marketing y explotar toda esta información que generan los diferentes módulos conjuntamente para llegar a tener información real de su negocio y tomar decisiones actuales y planificar el futuro. Es imprescindible la adopción de procesos de comercialización adaptados a la era digital.

—¿Cuáles son sus planes de futuro en cuanto a su crecimiento y/o posible internacionalización?

—Nuestros planes son seguir avanzando en la calidad del servicio a nuestros clientes dotándoles de las más completas soluciones tecnológicas y en el esfuerzo constante por la innovación. Comercialmente nuestro objetivo es seguir creciendo en el mercado nacional y para ello contamos también con el apoyo de una red de distribución en diferentes puntos de España. Y por supuesto, comenzar a desarrollar nuestra actividad a nivel internacional. A nivel técnico, es imposible quedarse quieto en un sector tan cambiante y en constante evolución como es el hotelero. Por ello seguimos con nuevos proyectos, desarrollando nuevos módulos con última tecnología basada principalmente en Cloud Computing. Tecnología que por otra parte también facilitará nuestra presencia a nivel internacional y un mayor crecimiento al tener acceso a nuevos mercados.