

Rusticae: La calidad en el turismo y en los negocios

La empresa de gestión y promoción de hoteles “con encanto” que dirigen Carlota Mateos e Isabel Llorens encabeza el sector

Asela Viar. Getafe

Se acabaron los sustos y las sorpresas de última hora en la reserva de hoteles. Si alguna vez los servicios esperados no se correspondieron con la realidad era porque Rusticae no estaba allí. Al menos eso es lo que pretende esta empresa dedicada a la gestión y promoción de pequeños hoteles rurales y urbanos “con encanto”, que desde 1997 ha ido formando una sólida estructura empresarial. La clave se encuentra, en gran medida, en la perseverancia y tenacidad de Carlota Mateos e Isabel Llorens, sus socias fundadoras, que durante estos trece años han permanecido fieles a su compromiso con la calidad.

En el marco del ciclo de conferencias “Jóvenes emprendedores” de la Cátedra Bancaja de la Universidad Carlos III, Carlota Mateos ofreció a los estudiantes una visión realista de lo que significa emprender. La cátedra, dirigida por Zulima Fernández, catedrática de organización y dirección de empresas, pretende, entre otras cosas, promover la iniciativa emprendedora entre los estudiantes y mejorar su formación, así como difundir el conocimiento sobre los empresarios y su obra en la sociedad.

“Las ideas no surgen por arte de magia”, afirmó Mateos para referirse a la

creación de Rusticae. La situación del sector hace trece años era muy diferente a la actual. Ante todo, no existía el concepto de “hotelería con encanto”, un término que apela al lado emocional, “al lado bueno de la vida”. Esto les brindó la oportunidad de competir con un producto novedoso, pero también arriesgado. Tu vieron de su parte la formación que durante un año adquirieron al frente de un hotel familiar en Asturias. Allí se dieron cuenta de las principales carencias del sector: la falta de un prestigio y una identidad común, la escasa formación técnica de sus empleados, el aislamiento geográfico o la precariedad del apoyo institucional. Por lo tanto con la idea de crear una marca de hoteles rústicos de calidad y 6000 euros dieron el pistoletazo de salida.

Actualmente Rusticae cuenta con 225 hoteles asociados, de ellos 180 están en España y el resto se encuentra repartido por Marruecos, Portugal, Chile, Argentina y Uruguay. Carlota Mateos aseguró que el mejor activo de la empresa Rusticae lo constituye la marca. Apostaron por ella desde el principio, respetando escrupulosamente los criterios de selección de sus hoteles asociados. No es fácil pertenecer a Rusticae, ni tampoco mantenerse dentro de este club de

calidad, pero es precisamente esa estrategia de diferenciación la que le ha dado valor y prestigio a la empresa.

Además, los hoteles asociados disfrutaban de otros servicios relacionados con el marketing, el diseño o la formación. Precisamente, esta última prestación nació de la amenaza de ser vista como una empresa intermediaria y prescindible, más aún en tiempos de crisis, lo que llevo a sus directoras a plantearse nuevas líneas de negocio. Surgieron ideas como la tarjeta regalo, de la que el año pasado vendieron alrededor de 9.000 unidades, convirtiéndose en una de las principales fuentes del crecimiento orgánico de la empresa.

Esta estrategia les permite presumir de no haber perdido ni un sólo hotel asociado a pesar de la coyuntura económica que azota con especial dureza al sector turístico. La anticipación a la crisis les ha permitido capear el temporal. En 2007, cuando tras muchos años de intenso trabajo por fin comenzaron a obtener beneficios, decidieron no dejarse arrastrar por el optimismo y se pusieron a trabajar para que la fluctuación de la economía no las encontrara desprevenidas. Apostaron por la tecnología, con la venta online como novedad, y por el estudio de la situación.



Carlota Marcos en la Conferencia “La idea y el plan de negocio

Un análisis reveló que contaban con un abanico de clientes mucho más diversificado de lo que pensaban, lo que les permitió agudizar la puntería.

“El mercado se ha vuelto mucho más cambiante, exigente y dinámico que hace unos años”, aseguró Mateos. Por lo tanto, la gestión del crecimiento está basada en la innovación. De hecho, sectores tan aparentemente alejados como el “low cost” asoman tímidamente por el horizonte de Rusticae, con la intuición, el sentido común y la res-

ponsabilidad como aliados indiscutibles.

Los meses que quedan hasta el cierre del año serán decisivos para determinar la evolución y los resultados de la empresa, pues la campaña de Navidad constituye uno de los periodos de más importancia. En cualquier caso, Mateos apostó por sacrificar los beneficios de este año para mantener el empleo de sus 24 trabajadores, haciendo gala de una filosofía responsable y comprometida con la sociedad.

Rusticae en datos:

La empresa de Carlota Mateos e Isabel Llorens fue fundada en 1996. Cuenta con 24 trabajadores y 225 hoteles asociados que se caracterizan por una deco-

ración cuidada y un trato personal y profesional. Entre otras prestaciones, los servicios profesionales que ofrece son: Consultoría para la puesta en marcha

de un hotel. Formación: Máster Rusticae de gestión de pequeños hoteles con carácter. Y Summun Design: Estudio de Arquitectura e Interiorismo.

Cátedra
Bancaja

Jóvenes Emprendedores