

Los resultados de una encuesta llevan a Bossh! Hotels a flexibilizar su modelo de franquicia

La cadena Bossh! Hotels ha encuestado y entrevistado en profundidad a más de 500 hoteles y propietarios de establecimientos, entre los que se encuentran sus propias unidades, para conocer al detalle cuáles habían sido las principales consecuencias de la crisis. Debido a los resultados, ha decidido flexibilizar las condiciones de su franquicia que, hasta el momento de la crisis, estaba aumentando la rentabilidad de más de 50 unidades

No es noticia que el año pasado, derivado de la crisis sanitaria, ha sido un año de tragedia para muchas empresas que han tenido que conocer de primera mano lo que es un ERTE, un crédito ICO o un préstamo para no tener que cerrar, así como un largo etcétera. Esto, acusado por la falta de ayudas generalizada y el desconocimiento de lo que todavía queda por llegar, hace incrementar la incertidumbre especialmente en el sector turístico.

Crecer, pero juntos. Apoyarse para vencer

Según comenta Daniel García, CEO de BOSSH! Group, "Queremos apoyar a todos los hostales, apartamentos, hoteles, y hostels siendo diferentes al resto, conociendo de verdad no sólo sus necesidades sino aquello que les hace especiales para ayudarles a crecer. Y en este momento, lo que nos exigen es flexibilidad." Desde su creación, esta cadena se ha diferenciado por buscar la modernidad tanto en sus procesos como en su visión de futuro, aportando a sus franquiciados servicios integrales que van mucho más allá de lo que suele encontrarse en un modelo de franquicia.

En palabras de Daniel García "Nuestra intención es que el franquiciado de Bossh! sienta que vamos completamente de su mano. Por ello ponemos todos los medios posibles: un departamento de marketing, de revenue management, decoración, apoyo en gestión, los mejores proveedores y un responsable de cada unidad. Sabemos que con estas acciones podemos ayudar a muchos hoteleros, porque lo hacemos cada día. Es por ello que decidimos flexibilizar nuestro modelo de franquicia para poder llegar a más gente, dando un paso más para llegar a los propietarios independientes y ofrecerles una solución eficaz y comprobada".

Unos datos muy poco esperanzadores

Un 63 % de los encuestados no va a realizar nuevas inversiones en el año 2021. Y quien lo va a realizar (un 31 %), lo hará con el mínimo desembolso posible. Igualmente, una amplia mayoría (76 %) considera indispensable automatizar procesos para adaptarse a la situación. Y un 84 % de los consultados, dan como prioridad recuperar la demanda e incorporar a los empleados antes de llevar a cabo cualquier acción.

"El objetivo es proporcionar soluciones reales a los propietarios de establecimiento hoteleros o apartamentos turísticos, facilitarles la incorporación a la franquicia, siendo flexibles y proporcionando todo el potencial de una gran empresa ahora. El mundo ha cambiado, nosotros también. Es el momento. Nos hemos adaptado como franquicia, no es lógico exigir los mismos requisitos que hace 2

años. Hemos reducido de media un 50 % el importe del canon de entrada, incluso lo hemos eliminado en algún caso. La duración media del contrato de franquicia y el royalty solicitado es el mínimo posible", según indica Oliver Muñoz, director de Expansión y Desarrollo.

Desde el departamento de operaciones, aclaran que antes del año 2.020, incrementaban de media un 40 % la facturación respecto a la operativa habitual de los hoteles independientes. Ahora, según comentan, no confirman incrementos tan rentables en la ocupación o facturación. Sería irreal plantear cifras exactas o promesas que, en estos momentos, ninguna franquicia puede cumplir al 100 %.

"Valoramos y analizamos cada proyecto de forma individual. Nos centramos en establecimientos urbanos o vacacionales, con una calidad adecuada, que quieran profesionalizar el negocio y estén abiertos a recibir recursos, asesoramiento y potenciar todos sus departamentos. Gracias a todos los elementos que incorporamos, reducimos costes, incrementamos la rentabilidad y, por ello, el propietario sale ganando" señalan desde el grupo hotelero. Cada unidad se beneficia de la marca, del Know How, programa hotelero, web, imagen corporativa, revenue profesional, un director de operaciones y todas sus herramientas. Tanto si tiene 15 habitaciones como 150. Desde Bossh Group confirman que no es necesario hacer reformas, ni cambiar el nombre o la decoración. Quieren demostrar que, con los proyectos de calidad, es posible salir de la crisis antes.

Datos de contacto:

Franquicia Bossh Hotels

+34 634 61 41 94

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Turismo](#) [Emprendedores](#) [Restauración](#) [Consultoría](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>