



La fachada del hotel Majestic, de la familia Soldevila Casas. Es uno de los primeros establecimientos de renombre que tuvo Barcelona. / M. SAINZ

El primer hotel

El primer gran hotel que tuvo Barcelona fue el hotel Internacional, en el paseo de Colón. Se construyó en 55 días, con motivo de la Exposición Universal de 1888. Tenía capacidad para albergar a 800 clientes y se hundió al cabo de tres días. Lo cuenta Ángel Miguelsanz, ex director general de Turismo, quien lleva 12 años enfrascado en escribir la historia hotelera de Barcelona, Barcelona Parada i Fondat.

Más sólidos que el Internacional son los hoteles de hoy. Y abundan de tres tipos. Los grandes de nueva construcción, como el Hesperia Tower. Los que se cuecen en edificios emblemáticos reformados, como el que Núñez y Navarro rehabilitó en la neoclásica sede de la Compañía General de Tabacos de Filipinas. Y los medianos de tres estrellas, todo un cajón de sastre.

Los nuevos hoteleros de Barcelona

El auge del turismo atrajo al sector a grupos familiares y cadenas singulares

ANADÍA TRILLAS
Barcelona

Las habitaciones del pequeño establecimiento en el Born del grupo Chic & Basic, considerado por los hoteleros como una especie de Zara del sector, cambian de color, jugando con la luz, para que puedan adaptarse al estado de ánimo del cliente. Los del moderno Prestige Congress, ubicado junto al nuevo recinto de Gran Via de la Fira, son capaces de transformarse en despachos para seis personas en menos de 10 minutos. Las del hotel Claris, que acoge el antiguo Palacio de Vedrana en una mezcla singular de lo contemporáneo y lo clásico, están llenas de piezas originales del Museo Guggenheim.

Son sólo tres diminutas tarjetas de presentación de la nueva planta hotelera de Barcelona, que se ha duplicado y modernizado en una década, y que ha poblado de nuevas empresas familiares autóctonas —y ha atraído a otras, sobre todo constructoras— a este nicho creciente de actividad económica. El cultivo del sector por los hoteleros catalanes ha sido tal que la presencia de las grandes marcas internacionales que cobran por su gestión —como Hilton, Marriott (en Renaissance) en El Prati, Intercontinental, pronto, Mandarin Oriental— se mantiene tímida.

La familia Gaspart, la mayor entrepeneur hotelera de Barcelona, mantiene su reinado, pero es un reinado compartido. "Si hace unos años éramos casisols", recuerda José Gaspart, director general de HUSA y representante de la cuarta generación. Coexisten con un puñado de familias, como los Gargallo, los Torre-



Una de las habitaciones del Chic & Basic. / M. SAINZ

ll y, más adelante, los Soldevila Casas, dueños de los hoteles Gargallo, Alcaidra y Majestic; por ciento, este último, además de pasar a la posteridad por el abrazo de CiU y el PP de Aznar, fue, junto con el antiguo Ritz y el hotel Colón (hoy sede de Banesto), el primer gran estable-

cimiento de importancia europea que tuvo Barcelona. "Es cierto que, junto a nosotros, los otros hoteleros de toda la vida tenían un establecimiento o dos. Hoy hay muchas nuevas cadenas de capital familiar. La competencia es bienvenida", añade Gaspart.

Una de los chempiones que

ha empezado a multiplicarse y está en pleno correrón es Agos. "Todo empezó con un hotel familiar de propiedad, que gestionaba mi padre. Con el tiempo, te encuentras con cuatro establecimientos y la lógica empresarial te empuja a ponerle una marca y dar el salto", comenta Germà García, copropietario de Agos Hoteles, con 15 establecimientos en marcha (parte en gestión y parte de propiedad), junto al ex presidente de la Federación Catalana de Fútbol Jordi Boixé.

Los hoteles Prestige han hecho desembarcar en Barcelona, otro ejemplo, a la familia Moyano, originaria de Córdoba, pero asentada desde hace décadas en Roses (Alt Empordà). "Además de diversificar en los negocios inmobiliario y energético, hemos querido combinar el segmento vacacional con hoteles urbanos", explica su consejero delegado, Juan Marull.

Chic & Basic es la historia de un par de directivos de hotel, Albert Montseny y Hugo Bertran, que se tiraron a la piscina con su propia empresa al detectar un nicho de mercado en la gama media-económica. "Nos convenció el auge de

las aerolíneas de bajo coste, el nuevo internet", explica Montseny, quien opina que "el cliente no sólo busca un establecimiento limpio y céntrico, sino que le sorprenda". La comodidad de la cama se da por descontada. Los nuevos hoteleros emplean palabras como sorpresa, creatividad,

gastrovisión selecta, wellness. Venden "experiencia".

"La creatividad y el diseño, en los que es tan fuerte Barcelona, tiene mucho que ver con esta explosión de cadenas, junto con el concepto empresarial catalán de orientación muy local, muy de empresa de aquí", comenta Jordi Clos, dueño de Berby Hotels y presidente del Gremi de Hoteleros.

Clos, como todos los empresarios consultados, coincide en señalar que el principal esbozo que ha atraído a tantos nuevos hoteleros ha sido la inclusión de los circuitos turísticos europeos de Barcelona, una ciudad en la que, antes de los Olímpicos de

Los Gaspart y los Soldevila Casas coexisten hoy con Vallet, Clos y Espelt

La competencia de las cadenas locales mantiene a raya a las marcas foráneas

1992, los hoteles se vacaban de jueves a domingo, justo lo contrario de lo que ocurre ahora. La capital catalana ha pasado de 7 a 14 millones de pernoctaciones desde los Juegos Olímpicos, el turismo pesa un 14% en la generación de riqueza autóctona (60% compare con el automóvil) y ha generado un debate social sobre los lobbies y sembrado de este fenómeno.

"Es verdad que la planta hotelera en Barcelona está creciendo de forma muy considerable, pero la demanda sigue creciendo, por lo que por ahora los hoteles siguen con buena ocupación", señalan fuentes de la cadena H10, propiedad de la familia Espelt.

Foto: A. C. PÉREZ / 9