

# “Vam apostar per invertir en l'època de crisi i millorar el producte”

---

---

Tenim un equip humà que és justament una de les coses que més valoren els nostres clients

Fem un balanç molt positiu dels apartaments de l'edifici Cliper de Platja d'Aro

Els propietaris d'aquest establiment eren fundadors de la cadena hotelera Hesperia

Situat sobre un dels indrets més pintorescos i fotografiats de la Costa Brava, exactament sobre la cala Cap Roig o la platja Sant Jordi, el Park Hotel San Jorge és un clàssic de la costa gironina. Es va inaugurar l'any 1958 amb el nom de Sant Jordi i va ser un dels primers hotels a la zona.

Qui va crear aquest hotel?

La nostra societat propietària es diu Mora Rosas i ve del fet que un dels fundadors d'aquest hotel era el senyor Mora, que era d'una pastisseria de Barcelona, d'aquestes de tota la vida, però el que és fonamental d'aquest hotel és que va ser d'un dels fundadors de la cadena Hesperia. És a dir, els socis creadors d'Hesperia eren també socis d'aquest hotel en els seus orígens. Després va passar a un dels socis que es va separar d'Hesperia i que era un dels fundadors de la cadena Silken i per això, fins fa poc, hem estat un hotel Silken.

Així l'hotel ha format part d'aquestes dues cadenes.

Sí, però no com a hotel explotador sinó com a part dels propietaris, que eren accionistes de les cadenes. Vull dir que no és un hotel que entra en una cadena, sinó que els propietaris d'aquest hotel eren fundadors d'Hesperia.

I ara estan en el grup Escampa, del qual vostè és el director general.

Som un grup patrimonial que es diu Escampa, que té inversions hoteleres. Tenim el Park Hotel San Jorge i el Gran Hotel Havana, a Barcelona. I després tenim altres accions en actius hotelers, per exemple, una part important de l'Hostalillo de Tamariu és del grup Escampa i som accionistes d'Hoteles Silken amb el 44%.

I també hi ha l'edifici Cliper de Platja d'Aro.

Correcte. El nostre objectiu no és l'expansió immediata. Nosaltres som un grup hotelier o patrimonial que defensa els interessos d'aquests dos hotels, però sí que és veritat que a vegades surten oportunitats i ens va sortir l'oportunitat de poder agafar l'antic hotel Cliper, que es va transformar en apartaments i ens va semblar interessant apostar per fer un projecte nou.

Els apartaments turístics del Cliper es van estrenar aquest estiu. Quin balanç en fa?

La veritat és que molt bo, molt positiu. A més, veiem que és un complement a l'oferta del Park Hotel. Són apartaments de quatre o sis persones, i és l'oferta perfecta per a una família amb nens, que estan més còmodes que en un hotel. Perquè tenen la llibertat de com quan ets a casa, però alhora, durant el dia, pots fer

piscina, platja, gaudir dels serveis d'un hotel de quatre estrelles però quan no els interessa, tornen a Platja d'Aro i es troben ubicats al centre de la població.

Es va haver de fer una inversió important per adaptar-lo?

Sí, i ara s'estan fent tres apartaments més. En total n'hi haurà tretze, però anem molt de la mà de la família propietària del Cliper de tota la vida, ja que tenim molt bona relació i pràcticament som com socis en aquest projecte.

I a l'Hostalillo, què hi fan?

Doncs aquí tindriem un terç de la propietat de l'hotel i l'únic que fem allà és col·laborar comercialment. El Park Hotel San Jorge té un acord de comercialització i una mica de gestió conjuntament amb ells, amb tot el positiu que té tenir més força en el mercat. L'Hostalillo és un producte que per si sol ja és potent, però que amb els sistemes de treball nostres, de comercialització, de presència a mercats que potser un hotel petit de 60 habitacions no podria tenir, doncs s'està beneficiant de la relació.

Com s'incorpora vostè al Park Hotel?

Vaig començar l'any 96 de recepcionista. En aquella època érem un equip jove de gent que havia acabat turisme. Teníem moltes ganes de créixer i treballar i la vida ens ha anat portant oportunitats. En aquell moment érem Hesperia i, posteriorment, Silken, i a mi em va tocar fer una miqueta de carrera fora fins que al 2011 va sortir la possibilitat que tornés aquí com a director. Jo ja venia de la casa, i coneixia l'hotel perfectament. Sempre hi he estat relacionat.

Què suposa ser director d'un hotel?

En el meu cas és una vocació. Sempre he pensat que és una feina molt maca, que t'exigeix molt de temps i sobretot molta responsabilitat perquè, per exemple, en un hotel com aquest, que està obert les 24 hores amb una ocupació de gairebé el 90% tot l'any, vol dir que tot el dia tens gent a l'hotel, sempre hi ha moviment, vida, i el client té una expectativa que el director, amb els seus equips, té responsabilitat de complir.

Al cap de poc d'accedir al càrrec hi va haver una convocatòria de personal per cobrir 30 places que va originar que unes 800 persones es presentessin a l'hotel.

Crec que és molt important per als directors d'hotel que ens moguem, que cada cinc anys haurien de fer un canvi per oxigenar-se i agafar idees. Jo venia de Barcelona, després de set o vuit anys, i tornava a fer de director amb certa perspectiva. Sabia tot el que té de bo aquest hotel i totes les mancances. Sabia que calia renovar la plantilla, que necessitàvem gent jove si volíem que l'hotel avancés, també havíem de canviar nosaltres la forma de treballar. Vam apostar per la qualitat i vam decidir fer un procés de selecció obert a tothom buscant un perfil de treballador diferent del que teníem. I la veritat és que ens ha funcionat. Aquell dia és cert que vam muntar aquí un xou que se'ns en va anar de les mans, perquè tampoc comptàvem que fos tan rellevant el tema, però ens ha anat molt bé i gràcies a això tenim ara un equip humà que és justament una de les coses que més valoren els nostres clients. No valoren les instal·lacions d'un hotel que ha estat renovat de dalt a baix, no valoren la situació, que també, sinó el que més, el tracte del nostre equip. Ara, a l'hivern solem ser uns 40 i pocs i a l'estiu arribem als 80.

Aquesta va ser una de les seves primeres accions. Després, al cap de poc, aquest va ser el primer hotel del Baix Empordà a aconseguir ser 4 estrelles superior. Era al 2014. Això va ser fruit de...?

Del mateix, has d'estar en continu moviment. Veia que aquest hotel necessitava fer un canvi important, no només d'instal·lacions sinó d'esperit, de voluntat. I un dels passos perquè la gent sabés que havíem fet aquest canvi era canviar de categoria. Demostrar que érem un hotel pioner en qualsevol tendència que surti, com ara la dels apartaments.

Quins plans de futur tenen?

Aquest any hem acabat de sortir d'una cadena hotelera, Hoteles Silken, perquè un hotel com aquest, obert entre l'any 57 i 58, ja té prou personalitat i prou nom per dependre d'un grup hotelier. Tenim productes que per les seves pròpies característiques no necessiten cap grup hotelier de forma evident a davant. En el futur, el que volem és tenir el millor hotel de la Costa Brava. Per això hi estem invertint cada any i fent millor el producte.

Què destacaria de l'hotel?

Que està molt ben situat, s'hi menja molt bé i hem fet una aposta molt important per la gastronomia; tenim un equip humà molt dinàmic i intentem tenir els sistemes de treball més avançats. Som un hotel amic, de la Costa Brava i amb un equip humà molt jove. Jo ara estic més a la direcció d'Escampa a Barcelona, però la directora de l'hotel té 38 anys.

Com va ser per a vostès la temporada turística?

A Platja d'Aro ha estat un any molt bo, gairebé calcat al 2017, que va ser de rècord. És cert que a altres companys no els ha anat tan bé, però mirem de no ser molt queixosos i mirar de trobar solucions. Si un client ens falla, doncs mirar de trobar-ne un altre; tenim un equip comercial que assisteix a totes les fires que calgui.

El perfil de client que té l'hotel quin és? Què busca el client del San Jorge?

El principal és el francès, però realment el nostre target és internacional. El client nacional és important als mesos d'estiu, però tenim l'anglès que juga a golf, alemanys, suïssos. Va per èpoques, distingim molt la temporada d'estiu i la d'hivern. Ara, bàsicament busquen la tranquil·litat que dona una zona com Platja d'Aro. Amb un marc que té l'hotel, davant de mar, és una escapada relaxant en un destí simpàtic i assequible. A l'estiu no és tan assequible econòmicament perquè preval la llei d'oferta i demanda, però la Costa Brava continua sent un referent a tot el món. Si fem bé les nostres coses i apostem per la qualitat, l'única cosa que fem és ajudar que la Costa Brava pugui continuar sent un referent.

Han passat molts personatges famosos per l'hotel?

Passa molta gent per l'hotel, que ple cada dia pot tenir fins a 250 persones. Hem tingut gent famosa, però no hem sigut un hotel que tendeixi al famoseig, no. En el seu dia hem tingut molts jugadors del Barça, com ara, Stòitxkov o Romario, que, és clar, han portat anècdotes.

Entre els productes que ofereix l'hotel hi ha casaments o l'spa, que es va inaugurar en plena crisi.

Sí, tenim molts casaments, però la tendència ha canviat i hem aconseguit tenir casament d'estrangers, de fora. Americans... Gent que suposo que el marc els convida, i ens va molt bé perquè combinem l'allotjament amb el banquet i, per tant, les molèsties que comporta un casament queden mitigades. Però és cert que preferim fer-ne poquets i una mica adaptats a les nostres possibilitats. Pel que fa a l'spa, funciona molt i crec que també és un dels èxits d'aquest hotel, i això és gràcies a la propietat, que quan va començar la crisi al 2008, i pràcticament

tothom feia política de contenció de despesa, nosaltres vam dur una política totalment contrària perquè feia anys que fèiem les coses bé. Així, al 2007 vam obrir l'spa i al 2008 vam obrir habitacions. Durant la crisi, aplicàvem polítiques d'inversió per fer millor el producte i això ha provocat que en aquells moments la competència potser s'anava quedant desfasada, i a nosaltres ens permetia actualitzar-nos i desmarcar-nos. I l'spa ho va ser. Vam apostar per invertir en aquelles èpoques.

En aquest sentit, ara mateix també estan fent obres a la terrassa, que és un dels indrets més destacats de l'hotel.

Sí, ara fan les obres, i s'espera que abans de Setmana Santa ja estiguin inaugurades. Nosaltres cada any destinem un percentatge dels nostres ingressos a inversió. No creiem en aquesta política de molts dividends. Aquest any fem una cuina nova al costat de la terrassa, que farà que tots els àpats de l'hotel, des de l'esmorzar al sopar, es puguin fer a fora a partir del mes de juny, que és quan el temps ho permet. I això és el que la gent vol, gaudir de la terrassa.

Publicat a:

-El Punt Avui. Girona 19-01-2019, Pàgina 24

Font del document:

<http://www.elpuntavui.cat/economia/article/18-economia/1538289-vam-apostar-per-invertir-en-l-epoca-de-crisi-i-millorar-el-producte.html>