

ILLES BALEARS

VALORES EN ALZA

Fundador y gerente general de Hotel Konzept, asesoría hotelera especializado en el perfil de 'hotel boutique'. Hace tres años, inauguró en la palmesana calle de Jaume III un local,

Es Rebost, que aspira a presentar la tradición mallorquina desde unos parámetros renovadores. En 2016 ha estrenado su segundo local, esta vez en la calle Oms.

HELMUT CLEMENS

«Palma es un destino diferenciado gracias a sus hoteles y comercios»

NADAL SUAU PALMA

Me recibe en un impecable catalán de Mallorca, que combina con el castellano (y si hiciera falta, con el francés, el inglés o su alemán natal), y quiere que quede clara la calidad de la oferta de Es Rebost, de modo que a lo largo de la entrevista, y a petición suya, iré dando cuenta de un croissant, un sándwich de jamón y queso, un café con leche y una natilla de algarroba (buena idea, gran ejecución). Todo, en el local de la calle Oms, cuyo diseño actualiza los clásicos de la postal mallorquina: el vestido de payesa, la *roba de llengos*...

Pregunta.- La causa principal de esta entrevista es la visibilidad que Es Rebost está ganándose poco a poco en la ciudad, pero antes de abrir este negocio, usted ya había acumulado mucha experiencia en el sector hotelero...

Respuesta.- De hecho, yo diría que con este proyecto he empezado tarde. Estoy convencido de que lo ideal es lanzarse a emprender cuando uno es joven. La década de los veinte es para aprender y la de los treinta para dar el salto al vacío; después, cuando ya tienes familia y obligaciones, es más complicado. En mi caso, llevo doce años al frente de Hotel Konzept, pero con Es Rebost estamos encarando el cuarto año, y encima es un sector relativamente nuevo para mí. Es un reto difícil, pero bueno, mi intención ahora es crear una base sólida para llegar a donde quiero.

P.- Dice que es mejor emprender cuando se es joven, pero en un país como España se da la circunstancia de que lanzarse sin disponer

de un capital previo puede ser imposible, porque no hay quien logre financiación.

R.- Emprender es difícil en cualquier país, que conste, pero es cierto que aquí tiene una especial complicación. Y no sólo por la razón que usted menciona. En general, en España las instituciones y la sociedad no le ponen las cosas fáciles al emprendedor: si fracasas se te

alemán, pero me fui a los dieciocho y he vivido en Francia, Uruguay, Argentina, Inglaterra, Suiza o Estados Unidos, siempre trabajando en el sector de la hotelería, que es mi pasión y mi formación. Por ejemplo, viví la crisis del *corralito* en Buenos Aires. Fue una época muy dura e interesante al mismo tiempo, pero en todo caso acabó volviéndose económicamen-



JORDI AVELLÀ

rían en la cara, mientras que en otros sitios te dan la mano para volver a levantarte. Yo voy mucho a Estados Unidos por trabajo y es evidente que allí la cultura del emprendimiento es distinta. Claro que mi experiencia es internacional y sé que cada país es un mundo: soy

te inviable, con la cuenta bancaria congelada y los dólares convertidos en pesos que carecían por completo de valor...

P.- Pero acabó recalando en Mallorca. ¿Por qué?

R.- Pues no querría que suene mal, pero

nunca se me habría ocurrido este destino. ¡Piense que yo soy alpino, necesito la montaña! [Ríe] Pero con veinticinco años recalé como subdirector en Sa Residència, en Deià, y fue aquí donde me casé y tuve hijos. Y aunque parte de la trayectoria que he explicado tuvo lugar después de eso, al final nos instalamos otra vez en la isla. España es un lugar fantástico para vivir, pero para desarrollar tu trabajo presenta algunas dificultades. A veces tengo la sensación de invertir mucho esfuerzo en labores improductivas. Ahora bien, ya he dicho que cada país es un mundo, con sus virtudes y defectos, y yo asumo ambas caras de Mallorca encantado.

P.- ¿A qué se dedica Hotel Konzept?

R.- La fundé en 2004 y es una pequeña empresa de asesoramiento para hoteles, especialmente *hoteles boutique*. Es decir, cuando alguien tiene el capital para montar un hotel pero no sabe cómo se hace, nosotros intervenimos para elaborar el estudio de viabilidad, desarrollar el concepto hotelero...

P.- ¿Y qué es lo más importante al diseñar un hotel nuevo?

R.- Sin duda, lograr que tu producto tenga personalidad. Yo discrepo de quienes utilizan en exceso los estudios de mercado porque pretenden complacer al mayor número de gente posible: al mercado gay, al de la tercera edad, al joven y alternativo... No creo que eso tenga demasiado sentido: cuanto más amplio intentas que sea el espectro de tu clientela, menos personalidad tiene tu producto. Y así es difícil despertar la pasión de nadie. Mi consejo es: si tienes una idea, entonces créala, llévala hasta la última consecuencia. Es cierto que te expones al fracaso (del otro modo, a la mediocridad), pero es el único camino para lograr un verdadero éxito. Es lo que he intentado con Es Rebost, crear algo que no tenga comparación con ningún otro local de la ciudad. De hecho, yo empecé con un socio pero al final nos hemos tenido que separar porque discrepábamos sobre el desarrollo del proyecto. Es fundamental llevar a cabo la propia visión: si escuchas a todo el mundo, acabarás enloqueciendo o pariendo un churro. Con un hotel ocurre lo mismo, que ha de tener un concepto detrás. No se trata tanto de «crear una experiencia» (eso que ahora se dice mucho) como

mental llevar a cabo la propia visión: si escuchas a todo el mundo, acabarás enloqueciendo o pariendo un churro. Con un hotel ocurre lo mismo, que ha de tener un concepto detrás. No se trata tanto de «crear una experiencia» (eso que ahora se dice mucho) como

EMPRENDIMIENTO

«Lo ideal es lanzarse cuando uno es joven. La década de los veinte es para aprender y la de los treinta para dar el salto al vacío; después, cuando tienes familia es más complicado»

DISEÑAR HOTELES NUEVOS

«Lo más importante, sin duda, es lograr que el producto tenga personalidad. Yo discrepo de quienes utilizan en exceso los estudios de mercado»

MODELO TURÍSTICO

«Mallorca tiene recursos limitados y no creo que lo mejor sea el modelo de turismo masivo. Nuestra apuesta tiene que ser la calidad y la extensión de la temporada»

PLANES DE FUTURO

«Me gustaría abrir dos Es Rebost más en Palma y luego expandirme en Alemania. Mis conciudadanos sienten pasión por la marca Mallorca»

de imprimir un sello personal, una historia que puedas contar al cliente.

P.- ¿Y dónde están los clientes de Hotel Konzept?

R.- En todo el mundo. De hecho, no tengo ni uno en Mallorca. El hotelero mallorquín ha inventado el turismo, así que es difícil asesorarle en nada.

P.- ¿Ironiza?

R.- Bueno... Lo dejo en tu lado de la mesa [ríe].

P.- ¿No somos buenos en hostelería?

R.- Hablando en serio, es evidente que el mallorquín es muy buen hotelero. Sobre todo, hay excelentes hoteles de tamaño pequeño, como Son Brull. Pero también es cierto que hay muchos establecimientos que son máquinas de generar pasta a costa de sacrificar un poco la calidad. Y es una pena, porque Mallorca tiene recursos limitados y no creo que la mejor apuesta sea el modelo de turismo masivo. Nosotros no podemos competir en precios, ahora nos estamos beneficiando de los conflictos que recorren la cuenca mediterránea, pero cuando la situación se pacifique quedará claro enseguida que nuestros costes no pueden ser los mismos que en otros sitios. Es más, no deben serlo, porque nuestra apuesta tiene que ser la calidad y la extensión de la temporada alta. Por ejemplo en Es Reboast hemos sostenido la curva ascendente de crecimiento todo el año, y estoy convencido de que muchos hoteleros podrían abrir, no digo los doce meses, pero sí muchos más, si las cosas se hacen bien.

P.- Bueno, precisamente Palma lleva unos años asistiendo a la moda de los *hoteles boutique*...

R.- Sí, es una gran noticia. Palma está consiguiendo ser un destino diferenciado del resto de la isla, en parte porque ahora tiene tiendas interesantes. ¡Y no me refiero a las grandes tiendas de marcas internacionales, sino a otras con solera local y producto autóctono! También observo que la artesanía local se está poniendo al día y entiende perfectamente el mundo en el que se mueve. Fíjese en la labor de Teixits Vicens o Huguet Rajoles, ¡es sensacional!

P.- ¿Por qué saltó de la hostelería a la restauración con Es Reboast?

R.- Yo conocía el sector porque Hotel Konzept también realiza controles de calidad a restaurantes de primer nivel en todo el mundo y eso me ha permitido durante años tomar

SU MAYOR ACIERTO

«Hacer lo que me apasiona. Me encanta sentirme anfitrión de mis clientes y eso lo he logrado con la hostelería y ahora con Es Reboast»

SU MAYOR ERROR

«Tengo tendencia a desarrollar muchos proyectos simultáneamente y a veces me da miedo que eso provoque una dispersión contraproducente»

SU CONSEJO A LOS JÓVENES

«Es importante independizarse lo antes posible y, si tienes suerte, hacerlo porque has encontrado algo que te apasiona»



J.A.

EL FUTURO

«Mallorca ha de decidir qué quiere ser: ¿apostamos por el turismo de masas, por el de calidad, por ser una multinacional que exporta hoteles...? Hay que decidir»

nota y tener mirada global. Y lo que advertía es que demasiadas veces me encontraba en locales que no me permitían saber ni en qué continente estaba, porque eran totalmente neutrales e impersonales. A mí me gusta el sentido del lugar: identificar dónde estoy. Eso intenta Es Reboast, mallorquinizando productos en principio tan internacionales como la pasta o la hamburguesa. Así, el queso del sándwich biquini nos lo sirve un señor de Ferreries [pide uno para que lo pruebe]; la hamburguesa lleva *tap de cortí* y sobrasada, y puedes pedirla con una loncha de *camaiot*; el pan de llonguet viene de Ca sa Camena, un horno centenario de Santa Catalina... Por cierto, el otro día estuve allí, con su propietario Pep Amengual, haciendo llonguets con esas telas centenarias que meten en el horno para cocer el pan... ¡Fue emocionante saber que manejan herramientas tan antiguas!

P.- Lo que a mí me pareció muy sorprendente al descubrir Es Reboast fue que presenta el producto autóctono desde una lógica parecida (aunque no idéntica, ya lo sé) a locales como Starbucks... Eso parece muy novedoso.

R.- ¡Claro! La idea es estandarizar el trabajo y ofrecer un producto que se pueda multiplicar, pero siempre con la misma calidad. Esto último es muy importante. Mire, cuando alguien me dice que nuestros precios son elevados, enseguida explico que son ajustadísimos. El sándwich que acaban de servirle cuesta 4,95, pero es que si lo vendiéramos a 6 euros seguiríamos sin ganar apenas nada con él: hemos ajustado el beneficio al máximo.

P.- Jaume III, ahora Oms... ¿Cómo escoge la localización de sus locales? ¿Tiene planes de abrir más?

R.- Como nuestro ticket medio no es especialmente elevado, necesitamos situarnos en localizaciones que tengan una gran densidad de transeúntes. Y ahora mismo, la ciudad ofrece muy pocos locales. Estamos contentos con los dos primeros, aunque es curioso porque Jaume III funciona un poco por debajo de lo que podrías imaginarte, teniendo en cuenta la teórica importancia de esa calle. Oms es un éxito inmediato. En cuanto a los planes de futuro, los tengo muy claros: me gustaría abrir dos Es Reboast más en Palma y luego expandirme en Alemania. Mis conciudadanos sienten pasión por la marca Mallorca y estoy convencido de que esto funcionará en las ciudades grandes.

SI ERES SUScriptor DE **El Mundo** del suscriptor (C) PUEDES ASISTIR AL

Participa en el sorteo de abonos dobles, enviando un correo a clasicoselmundo@gmail.com, indicando número de la tarjeta de suscriptor/a, nombre y apellidos, y teléfono de contacto. Se contestará personalmente.

Super Early Bird Tickets 15 € SOLD OUT

Early Bird Tickets 20 € SOLD OUT

ANTICIPADAS: ABONOS 2 DÍAS 25 €

Precio taquilla: Viernes 29/04: 15 € Sábado 30/04: 30 €

ONLINE: www.mallorcalivefestival.com, Notikumi, Ticketea
EN MALLORCA: Discos Oh!, Pasatiempos, Rock House, Inca Music

Skye & Ross from MORCHEEBA

NIC FANCIULLI, BEBE, BOOKA SHADE

SFDK, ELLEN ALLIEN, FUEL FANDANGO,

FYAHBWOY & FORWARD EVER BAND, BUTCH,

Delorean, Cycle, Canteca De Macao,

Mendetz, Capsula

Y MUCHOS MÁS ARTISTAS!

Zona Street, Food Truck
(Sabores del Mundo), Artes Visuales,
Mercados de Diseño



mallorcalivefestival

MALLORCA
LIVE
FESTIVAL

29 Y 30 ABRIL

SON FUSTERET

Camí Vell de Bunyola, s/nº

