

Cinco Dias, 13 de Julio 2006



14 Empresas

Jueves 13 de julio de 2006 Cinco Dias

Turismo



El Floridita se abre en el siglo XIX en La Habana y lo hace célebre el escritor Ernest Hemingway.

Sol Meliá trae el Floridita a España

Nueva sociedad con la británica Havana Holdings para abrir bares

ARANTZA NORRGA Madrid

Hablar de La Habana es hablar del cóctel-bar más conocido del mundo: el Floridita, un auténtico centro de reunión de intelectuales del siglo XIX, que ahora se ha convertido en uno de los puntos más visitados de aquel destino caribeño. Propiedad del grupo británico Havana Holdings, el Floridita pasó hace unos años a repetirse en otras ciudades europeas como Londres y Moscú y, con su cocina caribeña, sus puros, sus daiquiris y mojitos, aportan entre 3,5 y 9 millones de euros anuales.

A partir de otoño, se abrirá el primer Floridita en España. Sol Meliá y Havana Holdings se encargarán de ello. Ambas compañías formarán una joint venture al 50% con un capital inicial de un millón de euros. "De momento, abriremos un establecimiento en Madrid de similares características que el Floridita de Londres, es decir, más moderno en el diseño que el de La Habana", explica Andrew Mancdonald, directivo en la compañía británica. El propósito de las dos sociedades es abrir otros dos establecimientos en el plazo de 18 meses. Aunque Mancdonald no desveló los lugares en los que se encontrarán, todo apunta a que sean en Madrid, Barcelona y en otras ciudades españolas también receptoras de turistas.

Ninguno de los dos socios descartan ampliar juntos el negocio del Floridita en otros destinos de fuera de España. "Podríamos sacarlo a otros lugares donde estamos presentes, tanto en Europa como en América", señalan en la compañía de la familia Escarrer. "Creemos que, por el tipo de producto que es, conectará muy pronto con la cultura

española, estando el éxito de la actividad garantizado", dice Mancdonald. Havana Holdings es un grupo especializado en restauración formado por dos socios: Boisdale, que posee gran cantidad de restaurantes y clubes de Jazz

en Londres, y el grupo Conran, que cuenta con restaurantes tan conocidos como el Bibendum o Coq D'Argent en Londres, el Alcazar en París o Gustavinos en Nueva York.

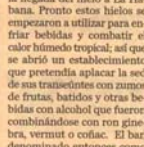
El cóctel-bar Floridita se abrió con la llegada del hielo a La Habana. Pronto estos hielos se empezaron a utilizar para enfriar bebidas y combatir el calor húmedo tropical; así que se abrió un establecimiento que pretendía aplacar la sed de sus transeúntes con zumos de frutas, batidos y otras bebidas con alcohol que fueron combinándose con ron ginebra, vermut o coñac. El bar, denominado entonces como la Píña de Plata, pasó a llamarse Floridita debido a que sus visitantes eran principalmente de Estados Unidos que atravesaban la Península de Florida.

En 1910, se incorporó un área de restaurantes liderada por el chef francés Lapont, y poco después por un inmigrante español conocido como el Constante, que llegó a hacerse cargo de su barra. Debido a su creatividad en la preparación de cócteles, pronto convirtió el Floridita en la catedral de los combinados, especialmente del daiquiri.

En 1953, Esquire Magazine lo eligió uno de los mejores siete bares del mundo y comenzó a ser visita obligada de los personajes más célebres que iban a La Habana, como el premio Nobel Ernest Hemingway, quien lo consideraba "su rincón preferido de la lata". El Floridita y su daiquiri han sido inmortalizados en la literatura en numerosas ocasiones. Todavía el establecimiento recuerda el sabor de la verdad Cuba de entonces. Su estructura sigue fiel, salvo alguna remodelación, mientras que los de Londres, Moscú y Madrid son más modernos en diseño.

Diversificar con ayuda de socios

El acuerdo al que ha llegado Sol Meliá con Havana Holdings es un ejemplo más de la política de diversificación de la cadena española hacia otros segmentos. Hace unos años, cerraba un pacto con el grupo Hard Rock para abrir hoteles con esta



Interior de los establecimientos de Floridita en Londres.

BREVES

TURISMO El gasto mundial crece un 3,4%, hasta 535.000 millones

El gasto del turismo en el mundo creció un 3,4% en 2005, hasta los 682.000 millones de dólares (585.000 millones de euros), que se elevan a 800.000 millones de dólares (627.000 millones de euros) teniendo en cuenta el gasto en transporte, según datos publicados por la Organización Mundial del Turismo (OMT). Cada día, los turistas gastan 2.000 millones de dólares (1.569 millones de euros) y globalmente representan cerca del 6% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios. El crecimiento más importante en cuanto a gasto lo registró África con un 7,8% más, seguida por

Oriente Medio (5,8% más) y la zona de Asia-Pacífico (4,5% más). En términos absolutos, destaca Europa, que con un gasto de 347.000 millones de dólares (272.000 millones de euros), concentra el 51% del total. El secretario general de la OMT, Francesco Prangialli, recordó que el gasto turístico continúa creciendo, a las exportaciones globales y, concretamente, a la balanza comercial de las economías en desarrollo. Las llegadas de turistas aumentaron en 2005 un 5,6%, África registró nuevamente el mayor crecimiento, con un 10% más de visitantes, seguida por Oriente Medio.

AGENCIAS DE VIAJES Prorrogan el convenio colectivo hasta fin de 2007

El convenio colectivo de agencias de viajes ha sido prorrogado hasta el día 31 de diciembre del año que viene, después de que firmaran un acta de acuerdo los miembros de la comisión negociadora del convenio colectivo estatal de agencias de viajes, las representaciones sindicales UGT y SPV, y empresariales (AeIvay y Feavv). La representación del sindicato Comisiones Obreras (CC OO) aún no ha firmado esta prórroga, pero

tiene de plazo hasta el día 30 de septiembre para incorporarse a este acuerdo, según dijo ayer la Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes (Feavv). Asimismo, la federación de los intermediarios de los viajes en España informó ayer que ha procedido a solicitar a la Dirección General de Trabajo la inscripción, registro y publicación en el BOE del citado convenio colectivo de estas empresas.

STARWOOD Gestionará un hotel de cinco estrellas en Valencia

Westin Hotels, de la cadena Starwood, inaugurará en septiembre el hotel cinco estrellas, The Westin Valencia, en el centro de Valencia, según la compañía. El nuevo establecimiento estará ubicado en el edificio modernista de 1917 La Lanera que es actualmente propiedad del Ayuntamiento de Valencia, por lo que otorgará a Bancaja una concesión administrativa de 75 años de duración. Esta caja firmó por 15 años



con la cadena Starwood la gestión del nuevo hotel a través de la marca Westin. Starwood ha abierto varios hoteles en España entre ellos en Fuerteventura (en la foto).

PORTUGAL Acogerá la VII cumbre de turismo

La séptima cumbre de la Global Travel & Tourism se celebrará en la capital de Portugal, Lisboa, entre el 10 y el 12 de mayo de 2007, según anunció ayer la comisión ejecutiva del World Travel & Tourism Council (WTTC). Portugal ya acogió esta cumbre en tres ocasiones en la localidad algarvía de Vilamoura (sur), en 1997, 2000 y 2003, según el presidente de WTTC, Jean Claude Baumgarten.

NARGAM Compra un hotel en Buenos Aires

La compañía española Nargam ha adquirido por unos 3,5 millones de euros el 96% de las acciones del 725 Buenos Aires Hotel, un establecimiento de cinco estrellas que cuenta con 184 habitaciones y está situado en el centro de Buenos Aires. Nargam ha comprado el edificio construido en 1920 y que recientemente fue remodelado. Air Madrid compró el Hotel República, otro establecimiento situado en la ciudad.