



Cristina Majó Morales

General Manager del Hotel DO: Plaça Reial



«Producto de calidad con una excelencia en el servicio y todo ello al mejor precio posible»

Cristina Majó Morales, Directora del Hotel “DO: Plaça Reial” e hija del empresario catalán Ignasi Majó, aporta con esta original propuesta -savía nueva para la gastronomía y oferta hotelera de Barcelona- una forma diferente de entender y valorar el trato a comensales y huéspedes. Y es que la estrategia que se ha marcado con este “Hotel Boutique Gastronomic” tiene una vocación clara “de crecer, aprender y seguir ganando en excelencia”, con la ventaja de que “existe una venta cruzada... desde una cena en la terraza ganamos un cliente en el hotel o viceversa”, como afirma Cristina Majó en esta entrevista.

¿Por qué es la apuesta por la gastronomía local de calidad y el turismo de contenido cultural el principal objetivo de este hotel de lujo? ¿Hasta qué punto ha sido su privilegiado enclave el valor determinante de esta estrategia?

Nuestro objetivo siempre ha sido claro: producto de calidad con una excelencia en el servicio y todo ello al mejor precio posible. Nuestras pretensiones no son las de

posicionarnos como un servicio de lujo sino de calidad.

Ofrecer una gastronomía rica es dar la oportunidad de disfrutar y conocer nuestra tierra y forma de vida. Y, explotar nuestros productos es la mejor vía posible para llegar a ello.

Evidentemente, no podemos obviar la ubicación debido a que nos proporciona

una singularidad especial, ya que nos encontramos en un lugar de referente histórico y patrimonial de la ciudad, así que desde el principio consideramos que era un fiel reflejo de nuestra misión.

¿Qué principales motivos han movido a la familia Majó Grau a diversificar en un negocio como la hotelería con una doble apuesta -hotelera y de restauración? (un hotel pequeño y original con piscina y solárium, sauna y spa y una cuidada oferta gastronómica formada por varios restaurantes).

Después de una larga y exitosa vida profesional dedicada al sector textil, mi padre (Ignasi Majó), decidió emprender un nuevo rumbo, basándose en su pasión por la comida. El conocimiento adquirido durante un sinfín de temporadas fuera de casa viajando y viviendo en hoteles hizo el resto. Creando un modelo de hotel con un objetivo claro: dar al cliente una experiencia única basada en cómo nos gustaría que nos sirvieran a nosotros.

Así que la mayor motivación ha sido la ilusión y las ganas de emprender. La pasión con la que he visto trabajar a mi padre ha sido la que ha llevado a toda la familia a involucrarse junto a él. Yo, como directora del hotel, me considero una privilegiada en poder participar en esta gran oportunidad. El proyecto es precioso y las ganas de trabajar muy duro son muchas para lograr nuestros objetivos.

El estudio de Oriol Bohigas ha sido el responsable de su rehabilitación, ¿amor por la arquitectura?

¿Amor por la arquitectura? Yo diría más bien respeto. El objetivo era aprovechar la riqueza arquitectónica del edificio original, además de devolver la vida de antaño. Tuvimos muy claro que la persona más indicada era Oriol Bohigas, quien ha demostrado su amor por la plaza y su vida en general. Es un orgullo tenerlo de vecino y haber contado tanto con él como con su equipo.

Domótica y nuevas tecnologías contribuyen al confort de los huéspedes... (háblenos de ello)

Hemos incorporado las nuevas tecnologías en nuestro hotel, pero siempre de un modo funcional y cómodo para el cliente. Nuestro sistema de domótica ha facilitado que el

cliente encienda o apague todo el sistema de luces desde un interruptor, o el poder ofrecer una serie de enchufes que funcionen las 24 horas sin la necesidad de tener la tarjeta conectada facilita mucho la comodidad de nuestro cliente.

En cuanto a tecnologías, además de ofrecer televisores Loewe y telefonía de Bang & Olufsen, hemos incorporado en el escritorio la facilidad de conectar cualquier dispositivo multimedia al televisor, ya sea para ver imágenes o escuchar cualquier audio, además de poder navegar cómodamente por internet a través de la televisión.

¿Por qué tres espacios gastronómicos diferentes?

Los espacios se crearon pensando en la versatilidad del cliente a la hora de probar nuestra cocina:

La Cuina, es un espacio gastronómico donde consideramos que el cliente quiere disfrutar de una carta rica en producto y con un grado de elaboración sofisticado sin dejar perder los sabores de una buena materia prima. Nuestro chef (Sergio Nieves), se permite el lujo de jugar con los snacs y entrantes deliciosos introduciendo a los comensales en un juego rico y confortable. En sala, nuestro maître (Thomas Rossini), ejecuta el servicio como si de una pieza musical se tratara. Nuestra aportación ha sido la de utilizar un espacio noble como el subterráneo con sus bóvedas y pilares de piedra original aportando máximas calidades en vajilla, cristalería y menaje. Además de una buena oferta de vinos y licores, fundamentalmente creados en nuestro país.

La Terrassa, a pie de Plaça Reial, ofrece una gran oferta de platos y tapas tradicionales desde unas buenas patatas bravas o calamares a la romana, hasta un canelón de gallo tradicional o la selección de quesos elaborados en nuestra propia granja (Reixagó). Los clientes conviven con los transeúntes de la plaza pero desde los arcos que ofrecen un pequeño espacio de desasosiego ideal para brindar con cava, con una buena copa de vino o sangría o un gin tonic.

Y, por último, todavía sin estrenar, esperamos crear nuestro tercer lugar: El Terrat. Situado en la última planta del hotel y ofreciendo las vistas de toda la ciudad, hasta ahora desconocidas por el público, buscamos crear

“El objetivo era aprovechar la riqueza arquitectónica del edificio original”

un tercer espacio más íntimo donde la oferta se fundamente en pocos productos pero de excelente calidad.

¿Qué expectativas esperan del HOTEL DO, y de sus restaurantes, en los próximos ejercicios? Después de estas primeras aperturas ¿contemplan futuras inversiones en el canal horeca?

Nuestras expectativas siguen siendo las de crecer, aprender y seguir ganando en excelencia. Para ello estamos trabajando en formar un equipo de personas involucradas y fieles. Así mismo, seguimos día a día la respuesta del cliente para saber por donde tenemos que seguir innovando y así sorprender tanto a nuestros clientes del restaurante como del hotel.

Nuestra mejor publicidad es apostar por ofrecer y dar a conocer nuestro producto, por ello hemos aplicado una política de precios muy ajustados. Somos conscientes de la coyuntura económica que nos encontramos y por el contrario conocemos que la mejor manera de fidelizar al cliente es satisfaciéndole en su servicio. Así que las expectativas a día de hoy son las de crecer paso a paso, pero de un modo firme y consistente.

Pasados ya un par de meses desde su inauguración ¿qué percepciones transmite el hotel a sus visitantes?



Foto: Hotel DO

Desde nuestra apertura somos conscientes que día a día podemos ir mejorando nuestro servicio, siendo máximamente flexibles y muy trabajadores. El cliente percibe nuestro modo de trabajar como una gran involucración de nuestro equipo. Somos una empresa familiar independiente y con criterio propio, así que el cliente además de agradecerlo se muestra máximamente contento. Existe una venta cruzada, lo cual nos satisface ver como desde una cena en la terraza ganamos un cliente en el hotel o viceversa.

La temporada acaba de empezar y las expectativas son más que satisfactorias. La acogida ha sido increíble y ya hemos tenido muchos clientes repetidores tanto de hotel como del restaurante, así que la percepción es muy buena y alentadora para seguir tomando forma y rumbo.

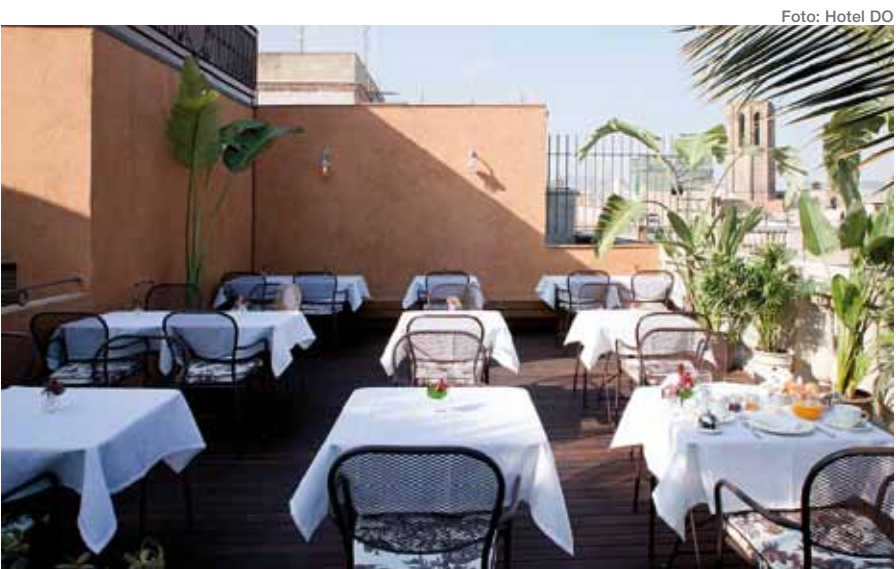


Foto: Hotel DO