

CAMBIOS EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

Eivissa, un producto de lujo

La isla consolida un modelo económico y de ocio que busca la exclusividad con hoteles y restaurantes a precios privativos.



Space, a punto del cierre, ha sido una de las discotecas emblemáticas de Eivissa; también están a la venta los negocios del Grupo Pachá (SPACE IBIZA)

DAVID GILABERT, Palma -- 16/09/2016

Poco queda ya en **Eivissa** de su pasado hippy. La isla, que en la década de los sesenta y también en los setenta albergó a los turistas más singulares, ha vivido una catarsis sin precedentes. La generación de jóvenes que quería cambiar el mundo y sus costumbres, cuestionando los principales valores del capitalismo, mostró al mundo un paraíso único. Demasiados encantos que atrajeron el turismo de masas y más tarde las discotecas que le dieron fama mundial. La fórmula ha funcionado durante años. No obstante, la **familia Matutes** ha decidido apostar por un segmento turístico más exclusivo y con mayor poder adquisitivo. El exministro Abel Matutes sigue ejerciendo de patriarca de una estirpe cuyo poder llega a cada rincón de la isla. A su arribo, muchos empresarios han decidido seguirle y poner en marcha nuevas líneas de negocio. Las cifras avalan la reconversión de la isla blanca y su apuesta por el turismo de lujo. El año pasado sólo Eivissa concentró el 8,5% de las ventas de lujo de España. Además, según datos del Ministerio de Fomento, las ventas de propiedades de lujo de más 950.000 euros representan actualmente el 16% del total de las ventas en el conjunto de España.

Sin lugar a dudas, el hotel Ushuaïa, propiedad del grupo Matutes, es el que mejor representa el cambio experimentado. Es el mayor exponente de una nueva cultura de la ostentación que nada tiene con ver con el movimiento hippy y sus valores. De hecho, hay un antes y un después. El complejo puede albergar hasta 5.000 personas y cuenta con cerca 400 trabajadores. Un camarero de las fiestas organizadas en el Ushuaïa Tower Hotel puede llegar a cobrar más de 3.000 euros al mes, pero no son los mejor pagados. Las bailarinas cobran 4.000. Unos sueldos de acuerdo con los precios que llegan a pagarse tanto por las habitaciones como por las consumiciones. La suite se oferta a 6.500 euros en temporada baja y llega hasta los 10.000 en pleno verano. La habitación bautizada como "I'm on the top of the world" está situada en la octava planta del hotel, tiene dos jacuzzis, mesa de dj y 170 metros entre habitación y salón. En ella se han hospedado varios jeques árabes o el actor Leonardo Di Caprio. Lo más espectacular de la suite es sin duda la terraza con vistas a Eivissa y al mar Mediterráneo.

Junto con la renovación de la planta hotelera, en los últimos años han surgido modelos de negocio enfocados a un tipo de turista al que no le importa pagar precios desorbitados por determinados servicios. Así, mientras los tradicionales chiringuitos de playa han dado paso a los beach clubs de lujo, ahora se suma una extensa oferta gastronómica no apta para todos los bolsillos.

Es el caso de Paco Roncero, el reconocido chef con dos estrellas Michelin que inauguró en 2014 Sublimotion, el restaurante más caro del mundo, donde los comensales disfrutan de un gastroshow único en el mundo por la friolera de 1.500 euros por persona. En esta misma línea el laureado cocinero Ferran Adrià y su hermano Albert se han sumado a esta nueva vuelta de tuerca a la excelencia culinaria. De esta manera y junto a Guy Laliberté, fundador del Cirque du Soleil, han abierto un local donde se combina la gastronomía, el arte, la música y el espectáculo de forma excepcional. Pese a los prohibitivos precios de 150 euros por menú, es prácticamente imposible encontrar una mesa durante las noches de verano. Una situación muy similar en Lío, uno de los establecimientos con la carta más cara de toda la isla. Este local, donde se combina club, restaurante y cabaret, ofrece cenas espectáculo mientras sirve una exclusiva botella de vodka Ciroc de tres litros cuyo valor ronda los 1.800 euros.

Precisamente, el nuevo rumbo empresarial y comercial que impera ahora en las Pitiüses podría estar detrás de las intenciones del Grupo Pachá de vender su negocio. El trasfondo de esta operación escondería las diferencias que el dueño del grupo, Ricardo Urgell, mantiene con el principal valedor de la nueva Eivissa, Abel Matutes. El holding empresarial del exministro lidera una reconversión que difiere con los principios empresariales de Urgell, quien durante décadas se ha mantenido fiel a los orígenes de su imperio valorado en 500 millones de euros. Este podría ser el precio de una operación de compraventa en la que podría estar interesado el fondo de capital privado Trilantic Capital Partners. En la actualidad, el Grupo Pachá dispone de diez clubs nocturnos, así como diferentes líneas de negocio que incluyen nueve tiendas de moda, cuatro restaurantes, dos hoteles y un sello discográfico. El año pasado facturó 78 millones de euros, con 11 millones de euros de beneficios netos.

La sombra de la familia Matutes también se esconde detrás de otro de los cambios a los que se enfrenta el sector del ocio en la isla, el cierre de otro de sus iconos: la discoteca Space. La familia Matutes es propietaria del local donde se ubica la famosa sala. El contrato de alquiler, firmado en 1988, vence este año, y la poderosa familia pretende tomar el control a través de una de sus sociedades, Ushuaïa. Todo apunta a que su intención es reconvertir las instalaciones en una prolongación de su última fórmula de éxito. Algunas fuentes señalan que aquí podría ubicarse el Ushuaïa After Dark o un SuperUshuaïa, que incluso podría estar conectado por un puente con el Ushuaïa Beach Club, emplazado a pocos metros. De esta manera el nuevo emblema ibicenco, símbolo del lujo que ahora planea sobre Eivissa, acabe por desterrar un modelo que durante años atrajo a millones de personas de todo el mundo.