

Entrevista con Ramón Rodríguez, socio gerente de Panteagroup, empresa que gestiona cuatro locales chiringuitos del litoral de Barcelona

Disfrutar la playa de la Barcelona cosmopolita

Si tradicionalmente un día en la playa obligaba al traslado de un número ingente de enseres para poder disfrutar del tiempo libre y un buen chapuzón, los nuevos chiringuitos de Panteagroup en el litoral

barcelonés ofrecen la misma posibilidad sin tener que cargar con prácticamente nada. Lo llaman la *beach life*. ¿Lo único que no puedes olvidarte? El bañador.

-Ustedes hablan de la *beach life*. ¿A qué se refieren con este concepto?

Es dar un servicio integral desde que el cliente llega al chiringuito hasta que se mete en el agua, toma algo y decide irse. Supongo que estábamos tan concentrados en la terraza que no nos dábamos cuenta de que es un aforo limitado y de que se puede ampliar ofreciendo más servicio. Ofrecemos la hamaca, el cojín, la toalla y 5 o 6 chicos que dan atención a esas 100 hamacas, como si fuera un hotel. Puedes disfrutar de un día en la playa yendo sólo con lo puesto. Eso es la *beach life*.

-Chiringuitos gastronómicos. ¿Es una nueva forma de entender el chiringuito de toda la vida o el de toda la vida ha pasado, directamente, a mejor vida?

Yo creo que la misma evolución de la hostelería te obliga a evolucionar. Antiguamente estábamos acostumbrados al chiringuito familiar, ese que en la barra sirve el cuñado, en la caja cobra la hermana, etc., pero eso en Barcelona es casi inviable. Los cánones son muy altos y eso te obliga a afinar mucho más. En Panteagroup



tenemos control de *stock*, central de compras y centro de producción. También disponemos de flota propia con varios repartos diarios para garantizar la máxima calidad y frescura de los productos. Cosas que te ayudan a optimizar los recursos. Decir que el chiringuito de toda la vida ha pasado a mejor vida quizás es decir demasiado, pero aquí en Barcelona la gestión es muy diferente.

-Cuatro son los locales que Panteagroup tiene repartidos por el litoral. ¿Cada uno tiene su sello de identidad propio?

El sello es Panteagroup, pero sí es cierto que te adaptas a la playa, al tipo de cliente y, sobre todo, a las limitaciones de las concesiones, que son las que marcan la pauta. En Barcelona el horario es hasta las 12 y no puedes tener música porque estás a menos de 100 metros de los vecinos. En este caso nos asemejamos un poco más a la idea tradicional de chiringuito, con una rotación muy rápida de clientes porque van y vienen. Ofrece otra ventaja y es que hay gente a la que le apetece estar en la ciudad y en el mar al mismo tiempo. En los otros dos chiringuitos es totalmente diferente porque por su situación podemos poner música y tenerlos abiertos hasta las 2 de la mañana. Estos se aproximan más a nuestra idea de *beach life*, de club.

-¿Es Barcelona la ciudad ideal para este tipo de nuevos chiringuitos?

Sin duda alguna. La marca Barcelona es muy completa. Durante los últimos 4 años ha sido la ciudad más

visitada durante el fin de semana. La marca está muy reforzada y en turismo esto es lo más potente. Barcelona se asocia a cosmopolita y a ocio, y la playa es el punto neurálgico de todo esto en verano.

-Panteagroup ofrece unas playas más cosmopolitas. ¿Está reñido con el cuidado de la calidad de las playas y del medio ambiente en general?

No son conceptos que se contrapongan, al contrario. El cuidado de tu entorno siempre resulta positivo. Nosotros recogemos y limpiamos la playa que nos rodea. Nos interesa que esté limpio. Somos muy estrictos con la recogida selectiva de basuras y el ahorro de agua mediante reguladores. Eso es cuidar el medio ambiente más allá del concepto "idealista". Es una aplicación real, que parte de la conciencia social y que tiene una parte práctica y tangible y con el que se alcanza un resultado positivo y una mejora a todos los niveles.

-¿Cuál es la posición de Panteagroup en cuanto a la polémica entre vecinos de Barceloneta y el turismo?

Todo tiene que estar regulado. Siempre ha habido una parte de turismo digamos desagradable —aunque es la minoría— y a todos nos afecta; a mí como empresario, como vecino de Barcelona, etc. De todas formas creo que no es el momento más crítico de la Barceloneta. Hace 15 años este barrio estaba mucho peor. Hay que regularlo y controlarlo. ¿Para el

turismo es bueno? Sí, pero también hay que poder dormir, descansar y disfrutar de una calidad de barrio, porque eso mismo es lo que seguirá llamando a la clientela.

-Uno de los "pecados" que normalmente cometen los chiringuitos es que la relación calidad precio. ¿Cuál es su política al respecto?

Intentamos ser coherentes. Hay que procurar hacer una carta donde todo el mundo se pueda ver satisfecho. Todo elaborado siempre con productos de calidad, y aportando variedad para que el cliente pueda elegir entre diferentes opciones, asegurando su satisfacción. Las cartas no salen por casualidad. Las cartas se estudian y se elaboran con un año de antelación. Cuando llegue septiembre empezaremos a estudiar las

"El turismo es bueno, pero hay que regularlo para disfrutar de una calidad de barrio, porque eso mismo es lo que seguirá llamando a la clientela"

cartas de la temporada siguiente. Intentamos imprimir profesionalidad porque creemos que es la única manera de sobrevivir en este negocio.

-¿Hay algún plato estrella que no nos podamos perder cuando nos sentemos en alguno de sus locales?

Tenemos varias recetas propias. Destacamos por nuestra gran variedad de tapas y nuestras hamburguesas de autor, como la espectacular hamburguesa de calamares de fabricación propia. Además hemos hecho un recopilatorio de los 10 mejores bocadillos del mundo y una apuesta firme con la paella de calidad. No la podemos

"Recogemos y limpiamos la playa que nos rodea y somos muy estrictos con la recogida selectiva de basuras y el ahorro de agua"

cocinar *in situ* por la limitación de la concesión, pero tiene un grado de competitividad y de calidad altísimo porque la elaboramos con producto fresco. Además nos enorgullecemos de nuestra amplia y variada carta de cócteles, una de las mejores del litoral barcelonés. Tenemos una carta muy completa.



La Deliciosa, Blue, Bambú y Vai Moana

La Deliciosa, Blue, Bambú y Vai Moana son los cuatro locales que, repartidos por el litoral, van a ofrecer la mejor gastronomía y el mejor servicio *beach life*. Panteagroup, que nació en 2003, cuenta además con Gurú, una coctelería en pleno Barri Gòtic, y está buscando la instalación de otro local como buque insignia de la marca en el mundo de la hostelería barcelonesa.