

## Alquimia: renovación hotelera en South Beach

■ La empresa de Pablo D'Onofrio y su hijo Juan Pablo, especializada en desarrollo y administración hotelera, inició un amplio plan de reformas en tres propiedades emblemáticas de Miami Beach.

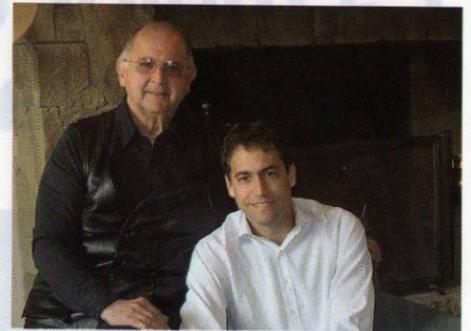
Con solo 30 años, y títulos de contador público y licenciado en administración de empresas, se mudó a Miami para hacerse cargo del segmento Estados Unidos de Alquimia Hospitality Group, empresa argentina dedicada al desarrollo y gerenciamiento hotelero. Su experiencia en el sector se limitaba a haber vivido hasta los 25 años en hoteles de lujo y cumplido tareas –desde cadete a secretario académico en la

Escuela Superior de Hotelería– fundada por su padre. Pero portaba un apellido ilustre para la hotelería argentina por la trayectoria de su abuelo, su tío abuelo y su tío, pero muy especialmente su padre, Pablo D'Onofrio, su actual socio en Buenos Aires.

“Como Alquimia –explicó Juan Pablo D'Onofrio desde sus oficinas en el Nassau Suite de Miami– tenemos dos vías: la avenida del gerenciamiento, más

tradicional, que es cuando el hotel está funcionando; y la vía en la que más hemos trabajado en los últimos años, basada en el desarrollo de una propiedad. Una tarea que va desde encontrar el espacio, elaborar el plan de negocios, crear un concepto para esa propiedad, gerenciar la obra y la construcción, formar los recursos humanos y vivir el proceso de apertura”.

Al mudarse en 2003 a Miami junto a su mujer,



Pablo y Juan Pablo D'Onofrio.

que aportaba a la sociedad una licenciatura en hotelería obtenida en Suiza, el joven D'Onofrio se hizo cargo del Nassau, un típico y postergado hotel de la zona Art Deco (Av. Collins y 14) y del Beachcomber, a escasos 100 metros, también sobre la avenida más famosa de Miami Beach.

#### **EL NASSAU.**

“El Nassau, recuerda D'Onofrio, tenía habitaciones muy amplias pero estaba en muy mal estado. Los dueños habían dirigido la propiedad por cuatro años y cuando Alquimia se hizo cargo planteamos dos caminos posibles: hacer una reforma mediana, tendiente a renovar las habitaciones, o, aprovechando el terreno adyacente, hoy playa de estacionamiento del hotel, construir otro edificio con más cuartos. Era insertar el establecimiento en otro nicho, a partir de la construcción de dos terrazas muy lindas, con piscina, restaurante y sala de conferencias. Sin embargo, los dueños, más cautos, prefirieron encarar solo la remodelación de las habitaciones.”

“Tarea para nada sencilla teniendo en cuenta que se trata de un edificio histórico, que funcionó durante la Segunda Guerra Mundial como base de radares de la Armada, en un distrito también histórico, como es la zona Art Deco, con regulaciones muy exigentes”, agregó el ejecutivo.

Pero cuando se terminaron las reformas interiores, los propietarios, satisfechos, le encomendaron a Alquimia la puesta en marcha del plan integral de expansión. “En eso estamos. Ya conseguimos la aprobación, algo muy complejo, porque implicaba agregarle a un edificio histórico un inmueble moderno sin alterar la personalidad original.”

“Ambos edificios estarán

unidos por puentes transparentes, pasando el conjunto de 22 suites a 50. “Si bien no van a tener el tamaño de las actuales (de 50 a 75 m<sup>2</sup>, algo fuera de lo común), van a seguir siendo habitaciones grandes”, advierte.

Las obras en el Nassau comenzarán a fines de 2012, cuando estén finalizadas las del Leslie, un ícono de esa zona de Miami Beach, erigido por el mismo arquitecto del Nassau, hoy considerado un prócer para los habitantes de la ciudad.

#### **EL LESLIE.**

Ubicado sobre la Ocean Drive entre la 12 y la 13, las obras en el Leslie están en la etapa inicial, es decir en el desarrollo de una estructura secundaria que permita levantar el techo para darle profundidad, de tal manera que posibilite construir una terraza con vista al mar y una piscina. Será la única en altura en la Ocean Drive, un desafío enorme para un edificio levantado en 1936. Una estructura que permita montar una piscina de acero inoxidable, menos pesada que una de hormigón, que viajará entera y que deberá ser instalada—todavía no se ha decidido que es más conveniente—o por una grúa o un helicóptero.

“El desafío otra vez para Alquimia fue hermoso pero difícil. Los planos ya fueron aprobados y en septiembre de 2012 estaremos inaugurando un hotel boutique de 36 habitaciones, muy diferente a lo que ofrece el mercado hotelero de Miami Beach. Muy íntimo, muy personal, pero con piscina, biblioteca, restaurante, etc. Es decir, con una estructura propia de un hotel de otro volumen. Entonces vamos a poder realmente desarrollar un concepto boutique desde lo estético, la infraestructura y el servicio. El Leslie será nuestro bu-



que insignia", se entusiasma D'Onofrio.

### EL BECHCOMBER.

El tercer hotel en cuestión es el Beachcomber, del 1340 de Collins, que con las reformas retornará a su nombre original: Shepley. Cuando se construyó este hotel en 1937 sus propietarios pudieron aprobar los planos para un hotel de tres pisos, algo atípico para aquella época en la zona ya que implicaba incluir un ascensor. Sin embargo los altos costos de la construcción por efectos de la guerra, llevaron a sus propietarios a levantar solo dos. "Ese detalle nos permite ahora agregar un tercer piso, aunque nada es sencillo tratándose de otro

edificio histórico", advierte D'Onofrio. Es que todo lo que se haga nuevo debe estar separado y no debe competir con el edificio original. La solución entonces fue planear este tercer piso retirado de la fachada de tal manera que no altere el frente Art Deco. Concretamente, que no se vea. Allí, en ese piso superior, habrá aprovechando la experiencia con el Leslie, también una piscina de acero inoxidable.

"Hacia fines de 2012 estimamos tener funcionado el Leslie y remodelado el Beachcomber para iniciar las obras en el Nassau. Un año más tarde pensamos estar administrando tres hoteles con un total de 120 habitaciones en un radio de dos cuadras. Cada uno con su piscina, pe-



El histórico Leslie, un hotel de 1936.

ro distintos por diseño —al punto que buscaron a propósito tres diseñadores diferentes— y personalidad.

"La hotelería es una cocina donde la infraestructura es un ingrediente, pero no el único. Después está el otro componente fundamental, que es el estilo. Apuntamos a un nuevo nicho como es un hotel boutique, aunque lamentable-

mente esta palabra está hoy bastardeada. Se usa erróneamente para definir un hotel chiquito cuando en realidad se trata de un concepto donde interviene la historia, un servicio personalizado y el cuidado por los detalles", explica D'Onofrio.

Alquimia, con Pablo desde Buenos Aires y Juan Pablo desde Miami, también ha incursionado en el gerenciamiento puro de hoteles como el Kosten Aike de El Calafate y actualmente el Feirs Park Hotel de Buenos Aires, así como en el desarrollo de proyectos no hoteleros, como un edificio en Coral Gables que ahora administran y la parte hotelera de un complejo para la tercera edad, algo muy común en Florida.

## Travelport prolonga su alianza con BMI

**T**ravelport decidió continuar con su acuerdo de contenido global con British Midland International (BMI). De esta manera, la compañía asegura que aquellas agencias que usan Galileo y Worldspan tendrán acceso a todos los precios publicados.

"Estamos contentos de haber concretado con BMI, y así garantizar contenido sin recargo para las reservas de nuestros clientes," dijo Robin Ranken, jefe de Relaciones con Aerolíneas para Europa.

Por su parte, Bárbara Hunter, gerenta general

de Distribución y Servicios de Clientes de BMI, aclaró: "Travelport ofrece un canal importante de distribución para la venta de pasajes de BMI a través de sus plataformas de Galileo y Worldspan, y nos complace continuar la asociación con ellos".