



# El legado de Santa Eulalia

Moda



*El histórico establecimiento, considerado uno de los más influyentes del mundo, cumple 175 años como referente del lujo en Barcelona. Para conmemorar el aniversario, Santa Eulalia se alía con el artista Antoni Miralda en un evento único que verá la luz el próximo 7 de abril. Repasamos los cimientos de este símbolo de la moda española*

Por María Almenar

Lo memorable perdura en el tiempo. Y más, si se adapta y se transforma para estar a la altura de las circunstancias socioculturales de cada momento. Entonces se fortalece y poco a poco, se convierte en un símbolo. Un emblema compartido por varias generaciones que avalan su existencia. Y su saber hacer.

En una época donde triunfa lo efímero, lo impersonal o lo superfluo, Santa Eulalia se mantiene a flote como referencia indiscutible del lujo en Barcelona. Un establecimiento emblemático que sopla 175 velas con una trayectoria sustentada por el compromiso y la pasión de siete generaciones, cuatro de la familia Sans, encargada de transmitir el legado más contemporáneo. "Me siento más como un eslabón de una cadena, que como propietario", confiesa Luis Sans al frente de Santa Eulalia. "Tengo la responsabilidad de dirigir mi parte del trabajo, hacerlo crecer y transmitirlo a una nueva generación", añade.

Santa Eulalia es un negocio familiar próspero que relata la historia de una ciudad y su aportación en el sector. Fue Lorenzo Sans, bisabuelo de Luis, quien en 1908 heredó la tienda de su socio Domingo, un establecimiento impulsado en 1843 por el tejedor Josep Taberner. En sus inicios, Santa Eulalia tenía otro concepto y se situaba en pleno centro histórico de Barcelona, al lado de la Boquería. La familia Sans fue la encargada de darle un giro y apostar por la Alta Costura a partir de 1926. "Fuimos la primera casa en Barcelona que presentó la moda como un desfile con colecciones propias", declara Luis Sans. Una vez ubicada al Paseo de Gracia, la empresa vivió su máximo esplendor en la década de los 50 y los 60 hasta que

experimentó un proceso de reestructuración para adaptarse a las nuevas exigencias del mercado. "Mi padre ya vivió la transición y a mí me tocó acabar de enfocar bien el negocio porque necesitaba una puesta al día", recuerda el actual propietario.

La fuerza actual de Santa Eulalia reside en tres pilares. En primer lugar, la apuesta por la diversidad con marcas de lujo que ofrecen productos para satisfacer a personas de diferentes estilos. "Mi mujer Sandra y yo seleccionamos cada temporada todo lo que ofrecemos para que dentro de esa diversidad haya una coherencia", remarca Luis. En segundo lugar, se valora la atención al cliente. "Nuestros profesionales se preocupan de verdad por los clientes, los conocen y los asesoran para que queden satisfechos", añade. Y, por último, la experiencia de compra y los servicios complementarios que ofrecen estos históricos almacenes situados en una de las principales arterias comerciales. "Es un halago que muchas personas me digan que cuando cruzan las puertas de la tienda es como si entraran en un mundo propio. Una especie de burbuja", explica Luis.

Por todo ello, Santa Eulalia se ha situado en el podio de las tiendas de moda más influyentes a nivel internacional, según Pitti Uomo y Business of Fashion, y en España ha creado un ejemplo a seguir en un negocio que, de momento, no conoce su fin. ¿Habrà una quinta generación de la familia Sans? "Me haría ilusión que mis hijos siguieran la tradición, pero son aún muy jóvenes y si deciden heredar Santa Eulalia quiero que sientan el trabajo como una pasión", concluye.

Lifestyle