

Quan un empresari és de la Costa Daurada té molts números per dedicar-se al sector del turisme o al de les immobiliàries. En Fabià Carles Huguet no és cap excepció, a no ser perquè ell encara toca més camps: **“Agències de viatges, immobiliàries, mercat hipotecari... toco diferents sectors.”**

**“Vaig estudiar turisme”,** ens explica en preguntar-li pels seus inicis, **“perquè la família tenia un hotel a Salou, però circumstàncies de la vida van fer que ens el venguéssim i jo passés a dedicar-me al món immobiliari. Quan vaig tenir l'oportunitat de tornar al món del turisme, que m'apassiona, ho vaig fer. Així va ser com vaig comprar Viatges Mateu ara fa 3 anys.”**

Precisament per la gran quantitat d'empreses d'aquest sector que hi ha a tota la Costa Daurada, aventurar-se a tirar endavant Viatges Mateu té molt de mèrit: **“És difícil perquè hi ha força competència i les grans cadenes abaixen molt els preus... Però jo n'estic molt orgullós ja que l'últim any he augmentat la facturació, cosa que s'ha vist afavorida perquè la gent té més temps lliure -jubilacions anticipades, retard en la incorporació a la vida laboral- i la situació econòmica ha millorat, i tot això permet viatjar més que abans. Ho he notat jo i totes les agències de viatges. La prova és que cada dia se n'obren.”** S'obren agències cada dia però... **“un o dos anys després es venen, cosa que significa que no acaben d'arrencar. Cal que facturis molt per poder cobrir les despeses d'una agència de viatges autònoma.”**

En el fons, ha constatat en Fabià Carles, aquest tipus de negoci demana el mateix que els altres: **“Una agència de viatges és com qualsevol altre negoci: l'has de conèixer, viure'l i estar-hi al capdavant. Si no ho fas així, difícilment pots encaminar-lo.”** Però la seva ambició no és només encaminar el negoci, sinó també engrandir-lo: **“M'he proposat ampliar el negoci amb dues agències noves cada any, començant l'any vinent, perquè s'han d'abraçar cada cop més mercats. Vull instal·lar-me per tota la província de Tarragona i després passar a altres zones. El segon objectiu és ampliar el negoci fora de la nostra província, a Catalunya i més enllà, amb franquícies.”**

Si un vol crear-se una xarxa d'agències de viatge, té dues opcions amb garanties: **“Una franquícia o un bon director.”** Ho diu una persona que coneix aquest món des de fa molts anys: **“El sector turístic té la seva complexitat. Jo vaig introduir-m'hi quan estudiava i vaig fer pràctiques a Viatges Melià. Per tots els anys que fa que hi sóc, sé que canvia continuament i per a una persona que no hi està molt a dins és difícil portar una agència a bon fi. Aquesta és la raó que moltes obrin i tanquin de seguida.”** L'experiència d'haver treballat en una casa gran com Melià pot resultar molt útil: **“Depèn de tu que aprenguis més o menys. Jo vaig trobar un director a qui li va agradar com ho feia i un cop acabades les pràctiques em va agafar per treballar-hi. Has de tenir ganes d'aprendre i iniciativa.”**

¿Com te n'has de sortir amb aquell client que t'és desconegut i que ni ell mateix sap el que vol? **“En primer lloc has d'observar-lo. Parlant poca estona ja saps quin tipus de viatge li pot interessar. En segon lloc has d'esbrinar quin pressupost té. Amb aquestes dues dades li pots mostrar el ventall de possibilitats que hi ha. Quan decideix fer el**

**viatge amb tu i el tema avança, s'apassiona i vibra. Notes que abans de marxar ja viu el viatge i que encara en gaudeix quan ja ha tornat.”** Tothom té un tipus de client preferit, i en el cas del nostre convidat és aquell que no s'adapta als esquemes predefinits: **“Em motiva molt muntar el viatge, no agafar-ne un d'un majorista. Cal buscar combinacions, destins, activitats... També m'omple força la gent de la tercera edat que ha estalviat durant anys o els nuvis que fan el viatge molt il·lusionats, perquè en els dos casos transmeten el seu apassionament.”**

La gent disposa de més temps per viatjar i s'ha tornat més exigent: **“Es sol·liciten tota mena de viatges i cada cop augmenta el nivell de la qualitat del viatge, és a dir, es prefereix fer-lo més curt però amb més categoria i serveis. Cada vegada s'exigeix més.”** Una mostra, els creuers: **“És un dels destins més cars però es venen. Abans eren molt llargs; ara n'hi ha de 5 dies i la gent hi pot accedir més.”**

Viatges Mateu el conformen 7 treballadors més en Fabià Carles. En una empresa de viatges els idiomes són fonamentals: **“Tot el personal de l'agència parla, com a mínim, dues llengües i una sol ser l'anglès.”** Conseqüentment, deu ser una de les condicions *sine qua non* per ser admès: **“Quan busco un nou treballador, miro que reuneixi les condicions que demana el lloc i agafo la persona millor per a la feina i per a l'empresa, sigui d'on sigui, no m'importa la nacionalitat.”**

Al costat de Viatges Mateu, en Fabià Carles Huguet és propietari d'una immobiliària on treballen **“12 o 13 persones. Lloguem, venem, fem promocions, taxacions... Tenim una oficina a Reus i una altra a Salou.”** S'ha criticat a poblacions com Salou i Cambrils que pequin d'un excés d'aquestes agències: **“El problema real és que molt poques estan portades per gent titulada. Moltes són de persones que no coneixen el sector i que es dediquen a la compra-venda. Malauradament no és obligatori tenir titulació per muntar una oficina immobiliària; per ser intermediari, sí.”** Per al nostre entrevistat és una qüestió important. Per això ell és administrador de finques i està col·legiat.

La situació del sòl urbanitzable a Salou i a Cambrils ara mateix és decebedora: **“De solars n'hi ha molt pocs, de sòl urbà gairebé no en queda... Aquesta zona ha avançat massa ràpidament i les administracions locals no poden donar sòl urbà amb tanta rapidesa com s'està construint. Això ha implicat un increment del preu. Per tant, solars n'hi ha, però pocs i sobrevalorats. La gent ho sap però compra i hi ha molta especulació.”** Una raó que hagi motivat tant d'interès per part del públic envers aquesta zona és Port Aventura: **“Salou ha canviat molt darrerament a conseqüència de Port Aventura. Jo crec que esdevindrà un dels nuclis turístics més importants d'Europa amb molta població flotant. Cada cop hi ha més alemanys que vénen en jubilar-se, tant a Salou com a Cambrils i a Miami. Clients potencials de Salou són els madrilenys, els saragossans i els barcelonins que hi busquen la segona residència. També vénen bascos i extremanys. El client d'ara és més exigent i això fa que s'apugui el nivell de les construccions.”**

En Fabià Carles ha recuperat l'esperit turístic de l'avi, el propietari de l'hotel que més tard es va vendre. Els seus pares i germà han tendit cap al món del dret.



**“Cada cop augmenta el nivell de la qualitat del viatge, és a dir, es prefereix fer-lo més curt però amb més categoria i serveis”**

**Fabià Carles Huguet** - Salou (Tarragonès)