

El turisme és el món al voltant del qual gira la consultoria barcelonina que va fundar el 1985 Eulogi Bordas Rubiés, un dels pioners de l'eclosió turística del nostre país i un home que porta a la sang la passió pel sector hotelier: **"El meu avi, que també es deia Eulogi, era propietari d'un hotel a Reus. Els meus pares en regentaven un altre a Port de la Selva, heretat de la meva besàvia, el Comerç. Allí és on vaig néixer."**

La família el va enviar a estudiar a la capital catalana, **"però els caps de setmana i vacances els ajudava al negoci."** Els anys passaven, i l'Eulogi s'anava fent gran. Un bon dia, després d'una **"profunda conversa amb el pare"**, va decidir anar a la universitat. La carrera escollida va ser ciències econòmiques, en una època molt productiva per a aquesta disciplina: **"Si bé la facultat encara no estava consolidada, hi havia tot un seguit de professors amb una gran empena."** A tercer de carrera, es va matricular en **"un seminari d'estructura turística, que em va donar l'oportunitat d'analitzar des d'un punt de vista rigorós el sector turístic."** Eren els anys 60, la dècada en què el boom turístic tot just començava a despuntar al nostre país. Gràcies a aquell seminari, l'Eulogi va poder accedir a **"documents relacionats amb el turisme procedents de diferents països. Vaig descobrir que no únicament era un sector artesà, sinó que també es podia abordar des d'una perspectiva científica."** Es va adonar que negocis com el de la seva família tenien molt a guanyar si aplicaven **"les tecnologies"** que en aquell moment feien furor més enllà de les fronteres. Fruit de la reflexió, va iniciar una nova etapa en la seva **"relació amb el turisme."** En definitiva, va deixar de ser part **"operant"** per convertir-se en part **"planificadora."**

Un cop obtinguda la llicenciatura, l'Eulogi es va plantejar el primer gran repte de la seva vida: **"Em vaig oferir per col·laborar amb una revista especialitzada en el sector turístic, que aleshores es començava a publicar. Amb ells vaig crear la meua primera empresa, Consultur. Allí vaig començar a desenvolupar estudis de viabilitat d'hotels, planificacions de desenvolupament d'obres turístiques i altres tasques íntimament lligades amb l'economia i el turisme."** Al cap de cinc anys, s'incorporava com a cap d'estudis a l'aleshores incipient escola de turisme CETT, avui una de les més prestigioses del sector. L'escola va iniciar una nova etapa en l'ensenyament de turisme, **"més rigorosa"**, encapçalada per l'Eulogi.

La seva inquietud pel sector el va dur a buscar inspiració **"en les millors escoles de turisme del món"** i va escollir com a model la més destacada de totes, la Universitat de Cornell, als Estats Units. No s'ho va pensar dues vegades: va fer les maletes i va travessar l'Atlàntic. Corrien els anys 70, una època en què **"els americans no eren capaços d'ubicar aquell país anomenat Espanya."** L'Eulogi no es va limitar a ensenyar-los el mapa, sinó que els va informar de les possibilitats turístiques de la Pell de Brau. Durant la seva llarga estada al continent americà —**"una immensa carregada de bateries"**— va aprofitar per obtenir un diploma en hoteleria. Aquells anys, no únicament va satisfer la seva insaciable curiositat i set de coneixements, sinó que també va **"fer grans amistats."**

La terra crida, i Eulogi Bordas va acabar tornant a Catalunya. No cal dir que tant CETT com Consultur es van beneficiar àmpliament de tot el que havia après als Estats Units. Va emprar els coneixements adquirits per ini-

ciar la seva pròpia aventura empresarial, amb la fundació, el 1985, de THR Assessors en Turisme, una aventura que arribaria al seu punt àlgid gràcies a la incorporació d'Espanya a la Unió Europea: **"Després de guanyar el concurs corresponent, ens vam desplaçar fins a Brussel·les per assessorar aquesta institució sobre afers turístics. Durant uns quants anys els vam orientar sobre temes tan vitals com els sistemes de qualitat per a tota la xarxa hotelera europea, la desaparició dels *duty-free*, el futur dels vols *charter* o la congestió del trànsit aeri."** Va ser a través d'aquesta institució que THR va fer la seva primera incursió al continent americà, concretament a Argentina: **"Brussel·les hi estava impulsant el sector turístic i ens van contractar perquè assessoréssim el Govern argentí en aquest sentit."** Les xifres revelen l'èxit d'aquesta operació. A principis dels 90 el país del tango rebia **"80.000 turistes europeus anuals, mentre que el 2000 en va acollir dos milions."**

I això és només un exemple. Des del seu naixement i durant deu anys, THR ha estat dissenyant **"el pla de màrqueting turístic del Govern espanyol."** Eulogi Bordas subratlla la diferència entre **"país emissor i país receptor de turistes. Els problemes que sorgeixen i els mecanismes que actuen en cada context són molt diferents. Indiscutiblement, una assessoria ubicada en un país receptor tindrà molt més encert a l'hora d'orientar un client d'un país emissor. Així doncs, una consultoria alemanya no és la més adequada per assessorar un país que pretengui ser receptor de turistes."** No és gens estrany, en conseqüència, que, després d'Argentina, clients com Bolívia, Tailàndia, Perú i Sud-àfrica truquessin a la porta de THR: **"Hem fet els plans de màrqueting turístic de més d'una trentena de països."**

Les activitats de THR són múltiples, des de **"plans de desenvolupament turístic de determinades zones d'arreu del món"** fins a **"assessorament quant a inversions i nous projectes, com ara hotels i infraestructures: nosaltres mateixos busquem els assessors per fer realitat la idea del client. Som únics al món."** Inevitablement, aquest tipus de servei exigeix un estret contacte amb el client, de manera que els membres de l'equip d'aquesta consultoria estan distribuïts per tot el món: **"A Barcelona treballen un total de 32 persones. Una seixantena està repartida per diversos indrets del globus i hi ha 60 professionals més que col·laboren esporàdicament per a nosaltres, en qualitat d'especialistes, per desenvolupar els projectes de complexitat més elevada."** Crida l'atenció el fet que **"a Europa no hi ha més d'una dotzena de consultories especialitzades en turisme."** La filosofia de THR dista molt de ser **"endogàmica: una firma consultora només pot donar bons consells si es mostra oberta a col·laborar amb persones externes. La bona feina es fa en equip."** És per això que, entre els projectes de futur de l'Eulogi, hi ha la col·laboració amb **"les grans multinacionals de la consultoria, interessades a crear la seva divisió de turisme. Nosaltres els podem aportar tota la tecnologia necessària perquè ofereixin als seus clients assessorament sobre aquest sector."**

L'existència de grups com THR és primordial, no en va **"el creixement turístic és per naturalesa anàrquic i caòtic. Els governs necessiten tecnologies que els permetin gestionar aquest caos."**



**“Una firma consultora
només pot donar bons
consells si es mostra
oberta a col·laborar amb
persones externes;
la bona feina es fa
en equip”**

Eulogi Bordas - Barcelona (Barcelonès)