

RADAR BORSARI**Òscar Andreu**

oscar.andreu@ubs.com

**La crisi passa del banquer al barber**

La crisi financera global ha mutat en les darreres setmanes en un animal fonamentalment diferent. Inicialment, la crisi se centrava en el sector financer, on la por d'un ràpid contagi de fallides bancàries va sacsejar el nucli mateix del sistema capitalista mundial. Tanmateix, l'acció conjunta per part de governs i banes centrals està ajudant a estabilitzar la majoria dels riscos sistèmics i restablir una certa estabilitat als mercats financers. Observem que, malgrat que els tipus d'interès interbancaris continuen en la part alta de l'espectre, els diferencials respecte dels tipus base s'han reduït considerablement.

L'activitat industrial a la zona euro ha assolit el punt més baix de la dècada

Però just quan la fase més crítica de la crisi sembla que hagi passat, el deteriorament del panorama de l'economia real s'ha aguditzat. La crisi s'ha traslladat del banquer al barber. L'Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic (OCDE) preveu ara la primera recessió del món desenvolupat en dues dècades. L'activitat industrial a la zona euro va assolir, divendres passat, el punt més baix de la darrera dècada. Citigroup va anunciar 52.000 acomiadaments i cada cop és més clar que el model de negoci de dinosaures com General Motors i Ford és insostenible des del punt de vista competitiu.

Concretament, les nostres previsions per al 2009 indiquen una contracció del producte interior brut (PIB) del 0,3% i el 0,7% a la zona euro i als Estats Units respectivament, abans de començar a repuntar lleugerament el 2010.

* Òscar Andreu és director executiu d'UBS Wealth Management and Business Banking

Noves propostes Un servei per ser visible al mercat**Reportatge****Angels Creus**, fundadora de Be a Local, empresa dedicada a dissenyar propostes de viatge personalitzades ■ MARTA PÉREZ**Una aposta per al turisme alternatiu**

A MIDA • L'empresa Be a Local, fundada per Àngels Creus, es proposa oferir viatges personalitzats als visitants **DESTINACIONS** • Barcelona i Londres són els dos primers llocs en què opera l'agència, que també vol treballar a Nova York i Itàlia

Jordi Garriga
BARCELONA

En un sector com el turisme, per fer-te visible cal sobretot aparèixer amb una proposta ben diferenciada, com el vestit a mida que la firma Be a Local ofereix als turistes que volen fer un recorregut alternatiu pels llocs que visiten.

Aquesta firma barcelonina, fundada per Àngels Creus enguany, pretén que "el visitant capti l'essència del lloc on ha anat, pugui recórrer els indrets que sovinteja la gent del lloc". Creus ha forjat aquest nou concepte d'agència a partir de la seva experiència personal, en què no sempre ha quedat satisfeta del viatge que li havien dissenyat.

Be a Local, com explica la seva directora, "no vol vendre una destinació concreta, sinó una experiència que implica el coneixement del lloc a fons, que hi habiti". En una primera fase, l'empresa vol explotar a fons les possibilitats de Barcelona i Londres, una capital que Creus coneix perfectament gràcies a haver-hi fet estada unes quantes vegades. En tots dos llocs, Àngels Creus ha teixit tota una xarxa de col·laboradors que poden satisfer qualsevol petició del visitant.

Com afirma, "a banda de trobar nous llocs i activitats per al turista, és fonamental un acompanyant que pugui aportar les explicacions pertinents". Dins d'aquest nou concepte, un turista pot tenir a la seva disposició un historiador o un arquitecte que li faci de guia i li doni el significat real dels llocs que recorre. Be a Local es proposa sobretot anar més enllà del circuit turístic tan marcat que té actualment Barcelona. Com diu Creus, "si arriba un creuerista a Barcelona, és una llàstima que només es quedi a la banda del port o la Rambla: ¿per què no se'l pot dur a zones com, per exemple, el Turó Parc o l'Illa Diagonal per fer les compres?". Creus també vol superar la marca Barcelona i oferir als clients sortides cap a altres destinacions catalanes que poden ser interessants com el Priorat, l'Empordà i la Cerdanya.

Qualsevol possibilitat

Una proposta com aquesta admet tota mena de possibilitats, fins i tot la de satisfer l'interès del turista inquiet per veure com treballen els locals. Be a Local també pot concertar visites a empreses o tallers perquè el visitant pugui veure com es treballa aquí, i comparar-ho amb els hàbits del seu país d'origen. Altres possibilitats

poden ser rebre una classe de cuina autòctona per part d'un xef professional o fer una sortida amb un fotògraf professional per anar a fer una sessió fotogràfica a indrets d'interès.

Respecte al sempre delicat capítol de la gastronomia, Be a Local procura que el seu client vagi als restaurants autòctons de qualitat, que no necessàriament surten publicitats a les guies, i que no vagi a petar a la cuina internacional.

La firma ha fugit de fer un catàleg de viatges, i tot el que ofereix està fet a mida del client

Com diu Àngels Creus, "aquí no hi ha un catàleg de viatges, tot està personalitzat". Aquesta personalització es realitza a través d'un complet qüestionari que l'empresa trameta al client. Com diu la fundadora de Be a Local, "el 70% de les idees per a possibles activitats se m'han acudit a mi, i el 30% restant pot venir del client".

Les pròximes destinacions que Be a Local vol oferir són Nova York i Itàlia, un mercat on precisament ofertes semblants a aquesta han proliferat aquests

últims temps, fundades per emprenedors nord-americans. A Àngels Creus no li interessa obrir gaires destinacions més perquè la clau d'aquesta experiència és tenir una rica xarxa de col·laboradors, que no és possible fer-la a tot arreu. A Barcelona, per exemple, Àngels Creus ha establert vincles amb agències de guies, zofers, cuiners, arquitectes, fotògrafs, etc.

No és industrialitzable

Àngels Creus reconeix que el que ofereix és un "xic exclusiu, però no podia ser altrament perquè una cosa així no és gaire industrialitzable". A més a més, aquest model de negoci no es basa en les comissions que puguis rebre d'hotels, restaurants i altres establiments del sector, sinó exclusivament del que paguen els clients.

Les estades que el client demana solen ser de 7 a 10 dies, en què Barcelona és molt sovint una estació més, en un recorregut llarg en el temps pel Vell Continent.

Àngels Creus pensa que l'evolució de Be a Local ha de ser cap al que ja és ara, una empresa de serveis personals d'estructura petita que es trobaria en una franja d'entre 200.000 i 300.000 euros de facturació. ■