

“Som més tecnòlegs que agència”



Xavier Esgleas, el dia 8 fora de l'edifici Narcís Monturiol del Parc d'Innovació i Recerca de la Universitat de Girona QUIM PUIG.

Xavier Esgleas (Blanes, 1974) és un enginyer civil amb màster en administració i direcció d'empreses i guia de muntanya. A finals del 2021, juntament amb el seu germà Albert i Jordi Tosas, va fundar B4Experience, una agència de viatges digital. L'Albert, a punt d'acabar dret, és capità de marina mercant, especialista en navegació àrtica. En Jordi és matemàtic, guia d'alta muntanya i alpinista experimentat (amb cims de més de 8.000 metres). En Xavier és el director general executiu (CEO, en anglès) de l'empresa.

Els seus viatges són per a gent d'alt nivell adquisitiu? De mitjà i d'alt nivell adquisitiu. Un tiquet mitjà és un viatge d'uns 2.000 euros i tenim productes de 5.000, de 10.000, de 15.000 o de 20.000 euros. Tenim algun producte més econòmic, de 300 o 500, però el tiquet normal és entre 3.000 i 4.000. Com va sorgir l'empresa? Vam muntar una productora audiovisual de pel·lícules d'aventura i vam començar a rodar pel·lícules per diferents llocs del món. Amb una pel·lícula, vam agafar el nostre germà de capità per anar amb veler

pel nord de Noruega i esquiar d'illa en illa. Quan vam tornar, ens vam adonar que el nostre germà estava venent els vídeos de la pel·lícula que havíem fet a tota la gent que li anava preguntant. “Ostres –vam dir–, seria millor que, en lloc de vendre-ho tu, muntéssim una empresa i comencéssim a vendre viatges d'una manera estructurada.” Utilitzen eines d'intel·ligència artificial avançada i tecnologia d'agents autònoms? L'equip que som al darrere és més tecnòleg que no d'una agència de viatges estàndard. Per una banda, hem desenvolupat algorismes per poder identificar un match (un enllaç) molt ràpid com un joc entre els usuaris i els viatges. Quan vols fer un viatge d'aventures, la màxima por és si això és per a mi, si és massa poc. Tenim un sistema automatitzat que ens permet qualificar molt bé les oportunitats de venda i recomanar automàticament molt millor els viatges a la gent. A més, hem muntat vídeos de viatge en realitat virtual perquè la gent pugui veure el que farà allà. I també tenim una plataforma de formació online, que està avalada per cinc universitats, incloent-hi la UdG, perquè la gent que vol anar a la muntanya, ho faci amb més seguretat. És un canal de captació d'usuaris. M'ha explicat que un dels treballadors és a Singapur i que, a més, és el cap. Me pot ampliar aquesta particularitat? Sí, sí, al final el nostre millor client o un dels nostres millors clients repetidors i que venia a més viatges, a finals de l'any passat ens va dir. ‘M'agrada molt el projecte i m'agradaria ajudar-vos per fer-lo créixer’. Ell té la nacionalitat de Singapur, doctor en intel·ligència artificial, màster en administració d'empreses a Chicago i que havia estat en start-ups molt grans en tecnologia profunda d'intel·ligència artificial muntant intel·ligències artificials. Ell ens està donant suport i estructurant una miqueta el finançament internacional com estratègies molt clares d'implantació d'intel·ligència artificial complexa, que no és la d'una agència tradicional, per poder créixer molt més ràpid. O sigui, que un dels clients més habituals és ara un dels puntals econòmics de l'empresa? Al final, als clients els agrada, repeteixen. És una cosa que no es pensava. Si tens una subscripció a Netflix saps que és de recurrència, però pensaves que els viatges, no. Llavors la gent surt contenta d'un viatge i te diu. ‘L'any que ve on anirem’ [...]

Publicat a:

-Setmanari Girona 24-07-2026, Pàgina 14

Font del document:

<http://www.elpuntavui.cat/economia/article/18-economia/2658255-som-mes-tecnolegs-que-agencia.html>