

# El turismo de renace de su

ANÁLISIS

por Oriol March

Como si fuera un mundo en miniatura, una multitud de países se distribuyen a lo largo del pabellón principal del recinto de la Fira de Barcelona en Gran Vía. Desde Noruega hasta las Islas Mauricio, pasando por algunos países africanos y del Lejano Oriente, un centenar de estados y empresas promocionan sus actividades en materia de turismo de congresos e incentivos en el marco del Eibtm 2009, salón europeo de referencia del sector.

En un año marcado por la crisis económica –“este 2009 ha sido un desastre”, admitían ayer la mayoría de expositores–, las compañías turísticas pretenden encarar en esta feria la recuperación, que muchos sitúan en los primeros meses de 2010. Con matices, eso sí: la recuperación del turismo de congresos, como la de la economía en general, va por zonas geográficas.

## Barcelona, protagonista

Un imponente palacio árabe da la bienvenida al visitante. Delante de él, diez mesas de trabajo que parecen que estén en medio del desierto. Se trata del *stand* de Dubai, el más opulento de toda la feria, que contrasta con la crisis financiera del país asiático emergida la semana pasada. Una crisis que, de momento, no ha hecho descender el interés por el emirato, cuyo expositor era uno de los más visitados. Justo enfrente estaba el de Abu Dhabi, que promocionaba su extensa gama de hoteles de lujo ante las miradas atónitas de multitud de visitantes.

Justo en el lado contrario del pabellón hay otro de los stands más concurridos. Es el de Barcelona, donde están presentes la mayoría de hoteles de alta gama de la ciudad, incluidos el Majestic y el Hotel Me, por citar a algunos. En esta zona también están representados establecimientos más pequeños, como es el caso del restaurante La Gavina, situado en el Port Vell de Barcelona. “Este salón es donde tienes que estar si quieres que te conozcan”, afirma el gerente del establecimiento.

Cerca del *stand* de la capital catalana está el de la Diputación de Barcelona, donde su responsable admitió que “2009 ha sido malo”, aunque vaticinó una pronta recupera-

**El expositor de Barcelona, que acoge hoteles y restaurantes es uno de los más visitados del recinto ferial de Gran Vía**



Eugeni Castejón, fundador de la empresa de cajas para compostaje. / Elena Ramón

# Compostadores pone un pie en EEUU

**RECICLAJE/** La compañía se instalará el año que viene en el parque empresarial Plug and Play, en Silicon Valley.

C.Fontgivell. Barcelona

Las políticas de sostenibilidad medioambiental planteadas por el Gobierno de Barack Obama han llevado a gigantes como Acciona y Abengoa a multiplicar esfuerzos para hacerse un hueco en el mercado energético de EEUU. La empresa catalana Compostadores no ha querido quedarse atrás y se instalará el año que viene en el parque empresarial Plug and Play, en Silicon Valley, gracias a un acuerdo entre esta entidad, la Cámara de Comercio de Barcelona y el Ayuntamiento de la capital catalana. Otras empresas que se han ubicado en este parque son 3Scale, Bmat e Inspirit, el grupo pilotado por Dídac Lee.

Eugeni Castejón fundó Compostadores en 2002. Inicialmente, la compañía centró su actividad en la importación y comercialización de cajas para realizar compostaje en casa.

Ahora, ha dado un giro al negocio y fabrica sus propios compostadores a partir de materiales reciclados. “Tenemos una patente internacional para utilizar residuos de la recogida selectiva urbana en la fabricación de compostadores”,

cuenta Castejón. En concreto, la empresa utiliza residuos difíciles de reciclar, como el plástico utilizado en la construcción de invernaderos.

Los compostadores de la compañía con sede en Castelldefels (Baix Llobregat) no se encuentran en las tiendas, sino que se comercializan a

## En busca de nuevos socios

**Compostadores ha iniciado contactos con diversas firmas de capital riesgo para incorporar nuevos socios a su accionariado. Actualmente, el 100% del capital de la empresa está en manos de su fundador, Eugeni Castejón. La compañía necesita nuevos recursos económicos para abordar su plan de crecimiento, que prevé alcanzar una facturación de diez millones de euros en 2013 con una producción de mil compostadores semanales. La internacionalización es otro de los ejes de futuro de la empresa.**

través de Internet. Compostadores también vende sus cajas a administraciones públicas y empresas. Esta última área es la que más está creciendo, según Castejón. “Gracias al uso de compostadores –afirma–, las empresas compensan las emisiones de dióxido de carbono y permiten que la plantilla perciba una muestra tangible del compromiso con la responsabilidad social corporativa”.

## Acuerdos

Recientemente, la empresa ha firmado un contrato con la cadena de hoteles NH para instalar 2.100 cajas de compostaje en sus once hoteles de México. En este país también tiene un acuerdo con la farmacéutica suiza Roche. “Nuestros módulos pueden encajarse para ilustrar el logotipo de cualquier empresa”, sostiene el fundador de la *start-up*.

Compostadores comercializa alrededor de 10.000 cajas de compostaje al año con una plantilla de 15 personas. La empresa espera facturar un millón de euros este año, frente a los 800.000 euros de 2008.