



Flash Adminex abre su octava oficina en Hungría. La consultora ha puesto en marcha en Hungría su octava oficina, la séptima fuera del país, coincidiendo con la primera presidencia de la UE de Hungría.



El gerente de la cadena Farmacias Ecoceutics, Oscar García. €

Ecoceutics venderá su marca blanca en el resto de España

La cadena de farmacias independientes cuenta con 120 farmacéuticos asociados en Cataluña y Andorra

Alba Moreira

BARCELONA. La cadena catalana de farmacias independientes Ecoceutics ha decidido potenciar su crecimiento en el resto de España. La compañía, que también actúa como una central de compras, incrementará su actividad tanto a través de la incorporación de farmacias independientes de fuera de Cataluña, como mediante la comercialización de sus productos de marca blanca.

El grupo Ecoceutics nació en la provincia de Gerona en 1998 de la mano de cuatro emprendedores: Emi Sallés, Francesc Folch, Olga Folch y Teresa Franch. En 2005, la compañía contaba con 19 farmacéuticos asociados y actualmente ya son más de 120 los que se han unido. La red de farmacias se ubica principalmente en Cataluña y Andorra, pero según explicó el gerente del grupo, Oscar García, a *elEconomista* ya hay planes para impulsar el crecimiento en las demás regiones de la Península.

"Perseguimos que la red continúe con un crecimiento paulatino, pero no buscamos en ningún caso ampliarnos exponencialmente sin sentido". En el transcurso de 2011 el plan de crecimiento se concentrará en las regiones más próximas geográficamente, aunque el objetivo final de la compañía es abarcar

La cifra

50

MILLONES DE EUROS. Es la cifra de negocio que los farmacéuticos asociados a Farmacias Ecoceutics alcanzaron en 2010. La sociedad funciona como una central de compras, pero además dispone de productos de higiene y cosmética para bebés y adultos que comercializa con la marca Ecoceutics. Sus ingresos individuales como sociedad ascendieron a 1,3 millones.

el mayor número de zonas en todo el territorio español a finales de 2012. Para acometer estos planes, Ecoceutics no descarta la posibilidad de una entrada de capital este mismo año.

Marca Ecoceutics

A partir de 2005, la cadena de farmacias empezó a comercializar productos con su propia marca, Ecoceutics, de los cuales ya ha vendido cerca de 600.000 unidades. El grupo, que trabaja con laboratorios nacionales y europeos para la fabricación de los mismos, invierte un 20 por ciento de sus ingresos anua-

les en el diseño y la puesta en marcha de su marca. Actualmente, cuenta con 12 referencias distintas de productos de higiene corporal y cosmética para adultos y bebés. Para este año contempla aumentar la gama de artículos a unos 30.

Durante los dos últimos años, la marca Ecoceutics ha crecido un 20 por ciento. "Sabemos que nuestro producto coge forma y es cada vez más aceptado. Sin duda, hemos apostado por nuestro nombre y ahora estamos recogiendo los frutos de ese esfuerzo de tantos años", apuntó García.

Farmacias Ecoceutics facturó un millón de euros en 2010 como sociedad individual y registró unas ventas de 50 millones como central de compras. En 2011 el grupo espera alcanzar la cifra de 1,3 millones e incrementar su actividad como central.

Desde su constitución, la central de compras, cuya sede se ubica en Barcelona, tiene el propósito de reunir farmacéuticos independientes en una sola plataforma comercial. "Sabemos que individualmente un farmacéutico no puede responder a los cambios del mercado, ni puede soportar el peso de grandes compras. Por eso, creamos un modelo en el que la gestión conjunta es nuestra mejor arma para seguir siendo competitivos", aseguró el gerente del grupo, Oscar García.

La exportación de envolvedoras empuja las ventas de Plasticband

La compañía de embalajes y flejes registra una mejora de sus ingresos del 20%

E. B.

BARCELONA. La compañía catalana Plasticband, líder en fabricación de fleje y maquinaria para embalaje, ha cerrado el año 2010 con un crecimiento del 20 por ciento. Este aumento se ha debido al incremento de la exportación (básicamente de máquinas envolvedoras), y a la demanda de sistemas de embalaje en sectores como alimentación, farma-química y siderurgia. Actualmente, el porcentaje de la producción de Plasticband que se destina a la exportación es del 35 por ciento. Los mercados de destino son Japón, Estados Unidos, Europa y países del Este.

Hasta 2007, el sector de la construcción suponía un 40 por ciento de la facturación de Plasticband. Hoy día, con la contracción del mercado y la caída del sector, la empresa ha desarrollado un cambio estructural que le ha permitido, en 2010, mantener los niveles de facturación anteriores a la crisis y ganar cuota de mercado. El grupo, dirigido por Jordi Guimet Martí, cuenta con una plantilla de 27 personas y factura más de cinco millones de euros.

Plasticband ha desarrollado una

política de crecimiento, basada en impulsar la venta de máquinas envolvedoras que permite envolver con film estirable productos voluminosos reduciendo a más de la mitad el tiempo de embalaje. Esta envolvedora permite el ahorro de costes a las empresas que optan por automatizar el final de línea de sus productos por una inversión mínima.

Las perspectivas para 2011 son de un crecimiento superior al 20 por ciento en ventas. Las más de

35

POR CIENTO. Es el porcentaje de exportaciones que registró Plasticband en 2010.

2.000 referencias que produce y comercializa Plasticband llegan a más de 40 mercados en Europa, Asia y América.

Plasticband es una empresa familiar fundada en Granollers (Barcelona) en 1978 por Jordi Guimet y Miquel Sisó, que se dedica a la producción y comercialización tanto de fleje ligero, como de máquinas flejadoras y envolvedoras así como otros elementos esenciales en el ámbito del embalaje y la logística. La empresa está presente en sectores como alimentación, la industria química y farmacéutica y la siderurgia.

La británica Compass compra Sabora para crecer en España

La firma de restauración ya opera a través de las marcas Eurest, Medirest Scolarest y Vilaplana

A. Moreira

BARCELONA. La multinacional británica Compass Group, dedicada al mundo de la restauración, ha comprado a su homóloga catalana Sabora. La firma, cuya filial española dirige Alfredo Ruiz Plaza, ha destacado que España es un "mercado clave" para el grupo. Compass Group opera en España desde 1965 y ha conseguido posicionarse a través de sus marcas Eurest, Scolarest, Medirest y Vilaplana.

Compass Group, que está presente en más de 55 países de Europa, Norte América, América Latina, Asia y África, facturó en 2009 cerca de 15.500 millones de euros. En España la cifra de ventas se situó alrededor de los 320 millones de euros. La firma inglesa empezó su camino en el sector de la restauración como proveedor de comida de los trabajadores de las fábricas de municiones de guerra en los años cuarenta.

Por su parte, Sabora es una empresa especializada en el sector de hostelería. Desde su creación en el año 1979, ha evolucionado y actualmente ofrece servicios de restauración colectiva, en el sector industrial, de la enseñanza, del ocio y hospitalaria.