

Empreses Projectes innovadors



Eye Child

- ▶ Fundadora:
María del Pino Huerta
- ▶ Creació de la societat:
2010
- ▶ Inversió inicial:
75.000 euros
- ▶ Facturació prevista
2012: 60.000 euros
- ▶ Mercats:
Estat espanyol, Àustria,
Regne Unit i Alemanya

Maria del Pino Huerta, fundadora de l'empresa Eye Child, amb el primer producte de la companyia ■ ARXIU

Cotxets més segurs

OBJECTIU • La companyia valenciana Eye Child aposta per la innovació en la seguretat viària i l'educació emocional dels nens **NOVETAT** • El seu producte Eye Baby fa participar el menor de la seua pròpia protecció **RECONeixEMENT** • La iniciativa ja ha rebut nombrosos premis

Ester Pinter
VALÈNCIA

Hi ha experiències negatives que marquen de por vida, però si se saben canalitzar poden tenir conseqüències positives. Així ho va pensar Maria del Pino Huerta, una economista valenciana que fa un any i mig va crear la ja multipremiada empresa Eye Child, i tot arran d'una mala experiència. Fa deu anys, estant embarassada dels seus fills bessons, va veure com un vehicle, en un pas de vianants, envestia una mare amb un cotxet i el nen moria a l'acte. La imatge la va impactar tant que la tenia present contínuament. Sentia "pànic", explica, cada cop que havia de travessar el carrer amb els nens. La idea de com evitar aquell fatal desenllaç va rondar-li pel cap durant anys fins que, "fruit d'un procés personal", es va decidir a posar-la en pràctica.

El resultat va ser Eye Baby, un sistema de seguretat activa en forma de barrera mòbil que s'incorpora al cotxet del nen per alertar els vehicles de la seua presència en travessar la calçada

perquè d'aquesta manera el conductor tinga temps suficient de reaccionar. "És molt senzill", comenta Huerta, s'instal·la en cinc minuts, és reflector i s'ha concebut perquè el mateix nen, a partir dels quinze mesos, ja accione, com un joc, el mecanisme i siga particip de la cura de la seua pròpia integritat física tot aprenent valors d'autoprotecció.

El llançament definitiu d'aquest primer producte de l'empresa de Huerta, dedicada a la seguretat viària i l'educació emocio-

El grup és prudent amb les previsions i estima que enguany les vendes seran d'uns 60.000 euros

nal dels nens de zero a onze anys, no va ser improvisat, hi van intervenir nombrosos agents, sobretot a partir de 2010, quan va rebre un premi de l'Ajuntament de València per la idea. Huerta, amb experiència com a auditora i cap del departament de risc d'una entitat financera, va iniciar aleshores un estudi de mercat, va consultar més de dos-cents pares i guarderies, va ser assessorada

per psicòlegs i pedagogs i va contractar Ana Yago, de l'empresa Sanserif Creatius, per dissenyar l'Eye Baby definitiu.

Pluja de guardons
Van començar així a ploure-li més reconeixements, com ara el premi Empresa Responsable de la Fundació Ciutats Sostenibles i el suport d'entitats com ara l'Onpe Freno, la Fundació Mapfre o Stop Accidents, per fomentar la seguretat viària dels més petits.

Actualment Eye Baby es ven, entre altres llocs, a El Corte Inglés, i aviat es comercialitzarà a Àustria, el Regne Unit i Alemanya. Tot i això, Maria del Pino, que va crear Eye Child amb una inversió inicial de 75.000 euros, és prudent a l'hora de fer previsions per a aquest any i no creu que supere els 60.000 euros de facturació: "Costa molt col·locar un nou producte com aquest en el mercat, malgrat que la consciència viària ha millorat molt a l'Estat espanyol durant l'última dècada."

Huerta, de 42 anys i màster en teràpia Gestalt, considera que la crisi actual és més "una crisi de valors", i que el que toca fer ara és fomentar principis de respon-

sabilitat des del món empresarial. Així, a més d'innovar en seguretat viària, la seva empresa recorre a materials i processos productius responsables. Eye Baby està compost d'un material sostenible com és la goma EVA, i de l'embalatge se n'encarreguen els membres d'un centre de discapacitats de Manises.

Sanserif Creatius, coneguts per les seues col·leccions de mobiliari biodegradable i els seus projectes sostenibles, que comprenen des de l'interiorisme i el desenvolupament de marques fins a projectes editorials, han dissenyat a més de l'Eye Baby altres productes innovadors per a Eye Child. Encara no s'han comercialitzat i Maria del Pino prefeix no revelar els detalls d'aquests productes, com assegura, "únics al mercat o que milloren els existents". El que sí que explica obertament és que una línia de productes seran joguines a través de les quals els nens expressen quin és el seu estat emocional perquè els adults puguin interpretar-lo. L'altra línia seguirà insistint en la seguretat viària dels més petits dins dels nuclis urbans optimitzant la senyalització. ■

FARMACÈUTIC

Reig Jofré exporta el 53% de la seva producció

El grup Reig Jofré, líder internacional en fabricació d'antibiòtics i derivats de penicil·lines, i liofilització de productes injectables farmacèutics, va tancar el 2011 amb una facturació de 110 milions i un 53% de volum de negoci internacional. Ara ha anunciat l'obertura d'una oficina comercial a Anglaterra després de guanyar un contracte per subministrar un protector gàstric a hospitals del centre i el sud-est del país. ■ REDACCIÓ

RESTAURACIÓ

Àreas entra, amb una concessió de cinc anys, a Ifema

L'empresa catalana líder en restauració, distribució comercial i serveis integrals a viatgers s'ha adjudicat l'obra de restauració de gairebé 1.000 m² a Ifema, el recinte firal de Madrid. Les vendes acumulades de la zona, integrada per 4 marques de restauració, suposaran un negoci de més de cinc milions en els pròxims cinc anys, el temps de durada de la concessió. Àreas ja gestiona 37 establiments en recintes firals. ■ REDACCIÓ

INDÚSTRIA

Plasticband exporta el 90% de la maquinària

El 90% de la maquinària que Plasticband fabrica integrant a Granollers s'exporta als països asiàtics -sobretot al Japó-, els EUA, Estats Units, França, Alemanya i països de l'est d'Europa. L'empresa familiar Plasticband ha fet renèixer la marca catalana Maturí, capdavantera en el sector de l'embalatge, que arriba als 50 anys d'història aquest 2012 introduint dos models de màquina al mercat. ■ REDACCIÓ

COMERÇ

Comertia anuncia un augment de les vendes del 2,9%

Comertia va fer pujar d'un 2,9% les vendes al març respecte de les xifres del mateix mes de l'any passat. Durant el primer trimestre del 2012, va confirmar una evolució moderadament positiva de les vendes, amb una baixada al febrer i un repunt positiu al març, gràcies a la bona climatologia. Durant aquest període, el 78% de les empreses de Comertia ha mantingut intacta la plantilla. ■ REDACCIÓ