

EXPECTATIVAS

SUR 23 de julio de 2006

La cría selectiva de insectos se hace con uno de los premios Spin Off

CONCURSO La firma Insecta, dedicada a la cría de insectos funcionales, ha ganado uno de los premios que convoca la Universidad. Sus 'bichos' pueden tener mucha utilidad para la agricultura, y también como alimento de mascotas. > 3

Naetura lanza su cosmética natural al ruedo de la gran distribución

EMPRESAS Los productos de la firma malagueña, basados en el aloe vera, el coco o la jojoba, se podrán comprar en los hiper de Alcampo, Carrefour, Cayetano & Euromarket e Hipercor en toda España. Su próximo objetivo es Francia. > 6

El nuevo dueño de Frico-Dan quiere llevar la firma a la cima de su sector

ALIMENTACIÓN Luis Lama, ex ejecutivo de Koipe-Carbonell, García Carrión y Vinartis, adquiere la mayoría de las acciones de Frico-Dan, una firma mijeña especializada en alimentos de importación. Su intención es convertirla en líder de su sector a nivel nacional. > 7

La OPA de E.ON sobre Endesa entra en su semana decisiva

BOLSA La Comisión Nacional de la Energía decide la próxima semana si aprueba o no la OPA de la eléctrica alemana sobre la española. A la espera del desenlace, los accionistas han ganado ya un 50% con la lucha de ofertas. > 12 Y 13

BBVA estrena el mercado de los fondos de inversión cotizados

FONDOS El 20 de julio se inició la negociación del Acción ETF Ibex 35. España se pone a la altura de los países de su entorno, donde ya funcionan estos fondos que replican a índices bursátiles y se pueden comprar y vender como acciones. > 14



Los conductores se dividen entre los que se fían de los servicios oficiales y los que prefieren un taller independiente. / SUR

Las aseguradoras aprietan las tuercas a los talleres

AUTOMOCIÓN Los mecánicos se quejan de que las compañías de seguros les obligan a bajar sus tarifas hasta un 20%. Es la única sombra de un negocio en expansión, que sigue mostrando la clásica división entre talleres oficiales e independientes. Aunque esto lo puede cambiar un reglamento europeo.

Agosto es el mes de las vacaciones... y los meses anteriores, de la puesta a punto del automóvil. El negocio de los talleres viene rodado en Málaga, donde hay un coche por cada dos ciudadanos. El sector sigue dividido en tres segmentos: los servicios oficiales asociados a concesionarios, los talleres inde-

pendientes y las cadenas de mecánica rápida, como Midas o Aurgi. Eso podría cambiar si se aplicara un reglamento europeo que permite a cualquier taller conseguir el marchamo oficial de un fabricante cumpliendo unos estándares de calidad. Pero esos requisitos aún no están claros. > 4 Y 5

FRANQUICIAS



Establecimientos: 90 en total. Tiene 51 oficinas en España (5 propias y 46 franquiciadas) y 39 en el exterior (37 en Portugal y 2 en Perú).

Dirección de contacto: Viajes Geisha SL. Calle Padre Luis Méndez, número 10, bajo. 46910 Sedaví (Valencia).

A qué se dedica

Concepto: Cadena de agencias de viajes creada en 1989. Comercializa productos y servicios vacacionales para particulares, además de paquetes de incentivos para empresas.

Evolución: Nace el 17 de marzo 1989 con la clara política empresarial de introducir nuevas fórmulas de gestión en la distribución turística. En 1994 se inaugura la primera oficina franquiciada y en 2000 comienza su expansión en el exterior.

Presencia en la provincia: Desde hace cinco años tiene una agencia de viajes en Marbella.

Dónde se ubica: Exige una población mínima de 30.000 habitantes y estudia candidaturas en toda España, especialmente en Andalucía. Es clave la ubicación en entornos donde haya campos de golf o masa crítica suficiente para que la oficina pueda ser rentable.

Qué se necesita

Local: La superficie útil mínima es de 30 metros cuadrados.

Inversión y royalties: El desembolso mínimo necesario varía entre entre los 24.000 y los 30.000 euros, con un canon de entrada incluido de 9.000 euros. Hay un royalty mensual del 1,5% de las ventas y un canon de publicidad del 0,5%. El plazo para recuperar la inversión va de 3 a 5 años.

Personal: Se requiere un mínimo de dos personas. Es imprescindible que una de ellas sea profesional del sector.

Información realizada por
JJ Comunicación.

C/. Villanueva, 35-37. Tel: 91 577 21 72
comunicacion@jjcomunicacion.com

La cosmética verde se cuele en el carro de la compra

EMPRESAS La firma malagueña Naetura lanza sus productos naturales para el cuidado de la piel al ruedo de la gran distribución. Alcampo, Carrefour, Cayetano & Euromarket e Hipercor van a ser su escaparate.

GEMA CHAMIZO

El culto al cuerpo y la preocupación por el medio ambiente, unidos. Así puede resumirse el auge de la cosmética 'verde' o natural. Quizá su mayor valedor ha sido The Body Shop, una pequeña tienda inglesa de productos ecológicos que hoy es un imperio multinacional. En el fenómeno también influye la globalización, que hace que el modo de vida oriental se cuele en los carros de la compra del consumidor occidental. Las propiedades de determinadas plantas para el cuidado de la piel, desconocidas hasta hace poco por los europeos, son hoy de sobra conocidas por el gran público.

Ahora, una empresa malagueña dedicada a la cosmética natural se decide a dar el salto a la gran distribución. «He viajado por los cinco continentes y he descubierto plantas y ritos milenarios que nos pueden ayudar a mejorar nuestro bienestar», explica el director de Naetura, Roberto García.

«Hace seis años fundamos la empresa mi mujer y yo», recuerda García. Naetura empezó comercializando sus productos en perfumerías y herboristerías de España y Francia. «En 2001 dimos el salto y empezamos a vender en el Alcampo de Marbella. La experiencia fue buena y extendimos nuestro negocio a otros hiper de la cadena», añade.

Nuevos contratos

Hoy, la empresa está presente en medio centenar de hipermercados Alcampo. «Cuando hemos consolidado nuestro negocio en estos comercios nos hemos planteado dar el salto a otras grandes superficies», apunta Roberto García. Carrefour y Euromarket son las dos cadenas escogidas para empezar. El próximo año se sumará Hipercor. Naetura se plantea incluso dar el salto a Francia, pues Alcampo y Carrefour proceden de allí. «Vendemos nuestros productos en herboristerías y perfumerías francesas y está dando buen resultado; queremos repetir la experiencia española en este país».



El fundador de la compañía, Roberto García, posa con sus productos. / ESTEFANÍA MARTÍNEZ

El mundo en una crema

Los principios activos de la nuez de karité, el aceite de jojoba, el monoï de Tahití, el aloe vera y el aceite de coco son de sobra conocidos por culturas ancestrales localizadas en lugares tan lejanos como Burkina Faso, y son la base de la línea de cosmética de Naetura.

El tratamiento de la materia prima es lo que diferencia a las cremas y demás productos de

la firma. «Presentamos el concepto de cosmética verde, con una nueva generación de productos de cuidado personal basado en la utilización de ingredientes naturales vegetales, sin componentes de origen mineral ni animal o probados en animales, y en envases reciclables y ecológicos», asegura el director de la empresa, Roberto García.

El fundador de la firma malagueña sabe que la cosmética natural es una moda, «pero nosotros queremos llegar al gran consumo para quedarnos», señala. Los antecedentes demuestran que la mejor manera de sobrevivir a las modas es popularizar los productos. «La soja lleva muchos años siendo la base de la alimentación de culturas orientales, pero entre nosotros lleva poco tiempo y al principio nadie se imaginaba bebiendo leche

elaborada con esta legumbre. Ahora, su consumo está ampliamente extendido. Naetura pone al alcance de todo el mundo productos milenarios con beneficios para la salud, como el aloe vera, la jojoba, la nuez de karité o el coco», explica García. Y es que la voluntad de la compañía es convertir la cosmética ecológica –habitualmente cara– en un producto al alcance del gran público. De ahí su apuesta por los hipermercados.

La firma ha procurado diseñar unos envases de tamaño cómodo y con un precio al alcance de todo el mundo. Y, cómo no, también ecológicos: los de plástico están fabricados en PET, un material 100% reciclable y que no contamina al ser incinerado. También utiliza el vidrio.

Con este salto definitivo a la gran distribución, Naetura espera duplicar su cifra de negocio en el próximo año. En los primeros siete meses de este ejercicio, la empresa ha facturado un 50% más que en el mismo periodo de 2005.

El crecimiento del negocio se ha reflejado en la plantilla, que se ha triplicado desde su fundación hace seis años. Naetura ha adquirido una nave en Alhaurín de la Torre que le permitirá asumir más fases de la elaboración de sus productos. A día de hoy, la compañía se encarga de la búsqueda de la materia prima, de la investigación y la formulación de los productos. La producción y el envasado están subcontratadas, aunque la intención de la compañía es integrarlas poco a poco.

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN PARA EL EMPLEO

- > Desarrollo de aplicaciones con J2EE/J2SE ^{CFE}
- > CCNA-Cisco Certified Network Professional ^{CFE}
- > Microsoft Certified Systems Engineer ^{CFE}
- > Microsoft Certified Technology Specialist ^{CFE}
- > Master en Tecnologías, Aplicaciones y Servicios de Movilidad
- > Master en Tecnología, Construcción y Urbanismo.

* Todos los cursos tienen Proyecto en empresa.
^{CFE} Con acceso a Certificaciones Oficiales de fabricante.

MÁS DE 100 EMPRESAS COLABORADORAS

APUESTA POR TU FUTURO LABORAL

- > Master en Tecnología y Energías Renovables
- > Master en Tecnología, Calidad y Medio Ambiente
- > Experto en Diseño y Tecnologías Multimedia
- > Desarrollador en Tecnologías SAP ^{CFE}
- > Arquitecto Java en Tecnología J2EE ^{CFE}
- > Experto en Redes, Seguridad, Auditoría y Servicios TI ^{CFE}

FORMACIÓN SUBVENCIONADA PARA DESEMPLEADOS/AS

Información e inscripción
Parque Tecnológico de Andalucía
c/ Severo Ochoa, 30
Horario de lunes a viernes,
de 8:00 a 20:30 h.

reserva ya tu plaza
902 50 14 74 - 952 02 04 40
Fax: 952 020 433
info@forman.es - www.forman.es