

## Goccia Verde, una red de franquicias de mercado caracter ecológico en pleno proceso de expansión

Goccia Verde es una empresa española dedicada al ámbito de la elaboración y comercialización de detergentes y jabones a granel biodegradables hasta un 100% y sin fosfatos que se encuentra en estos momentos en pleno proceso de expansión. Por ello, estuvo presente con gran éxito en la feria Expofranquicia, que tuvo lugar entre los días 23 y 25 del pasado mes de abril en Madrid.

La compañía está dirigida por la italiana Matilde Leone, quien hace dos años decidió instalarse en España para desarrollar este proyecto personal, basado en su propia concienciación ecológica, cuyo principal objetivo es hacer partícipe activo al consumidor final en cuestiones relacionadas con la sostenibilidad y el medio ambiente.

Y es que Goccia Verde ahorra al planeta toda la energía que representa la fabricación de envases de plástico, las cantidades de CO2 y agua requeridas para esta fabricación, así como

el posterior tratamiento de residuos y los vertidos de esta clase de productos al mar. Por eso, en su red de franquicias comercializan sus jabones y detergentes a granel, siendo el propio consumidor quien aporta el recipiente a la hora de realizar la compra. Esto le supone un claro ahorro económico, un protagonismo activo en la mejora del entorno natural y, en el caso de las personas de mayor edad, un recuerdo de cómo funcionaban las tiendas en su juventud.

Pero los beneficios ecológicos de Goccia

Verde no se limitan al punto de venta, sino que comienzan en el proceso de elaboración. La empresa está situada en Montcada i Reixac (Barcelona), por lo que pueden abastecer el mercado nacional con menos emisiones de CO2 y tienen la posibilidad de aplicar una filosofía de kilómetro cero y de dar trabajo al país de acogida.

Además, se trata de productos de alta calidad en los cuales, ya desde 2008, la gran mayoría no contiene ninguna clase de fosfatos, a pesar de que la normativa europea sobre este asunto no se aprobó hasta 2013. Por otro lado, los jabones y detergentes de Goccia Verde tampoco contienen níquel, grasas de origen animal, ningún test realizado en animales y la gran mayoría no contienen conservantes. Todos los productos son biodegradables en unos porcentajes que oscilan entre un 90% y un 100% y la empresa, en continua evolución, trabaja diariamente para mejorar estos porcentajes y desarrollar nuevos productos.

### Franquiciados

El catálogo de Goccia Verde está integrado por una extensa gama de productos que podemos resumir en cuatro grandes familias: higiene para el hogar, higiene para la ropa, artí-



culos para el lavavajillas e higiene personal-cosmética, una línea en la que Goccia Verde y sus clientes participan en un proyecto de sostenibilidad medioambiental y humanitaria en el Amazonas, lugar de donde se extrae la materia prima de estos productos, proporcionando un empleo justo y duradero a 486 comunidades locales, evitando la despoblación del territorio y esto, como consecuencia, evita la deforestación del pulmón del planeta.

Tras la gran acogida de sus productos, la dirección de Goccia Verde desea mostrar su agradecimiento a su red de franquiciados, compuesta en estos momentos por un total de 26 puntos de venta repartidos por la geografía española, ya que han sabido transmitir con entusiasmo y fidelidad toda esa filosofía corporativa al consumidor final.



Más Información  
www.gocciaverde.net

## Cómo las exportaciones y la ciencia llevan al éxito

Las exportaciones españolas en el sector de la cosmética están en cifras récord. En 2014, España contó con un crecimiento acumulado en el exterior del 50% en cinco años. Industrial Farmacéutica Cantabria, laboratorio especializado en dermatología con 25 años de historia, confirma estas cifras que hoy son posibles en su cuenta de resultados gracias a su presencia en más de 80 países.

España es el 6º exportador mundial en productos de perfumería y cosmética e IFC ha sabido vislumbrar estos datos y crecimiento con la creación de una red internacional de distribuidores y la adquisición y creación de filiales en Alemania, Italia, Brasil y Portugal.

Además, especializándose en cosmética (productos cosméticos elabora-

dos y desarrollados como si fueran fármacos) y proporcionando los últimos avances en investigación y desarrollo a pacientes tanto en España como en el extranjero, IFC ha reunido las claves para corroborar estas cifras en las que cerca del 50% de su facturación se debe a su expansión internacional, iniciada en 2003.

Estamos ante una industria altamente consolidada, innovadora y competitiva. "La perfumería y la cosmética españolas se encuentran al más alto nivel mundial en lo que se refiere a calidad, innovación y desarrollo", destacó Val Díez, directora general de Stanpa, en la comunicación de los resultados del sector.

Y es que en este sentido, el laboratorio IFC ha invertido más del 12% de su fac-

turación cada año, en los últimos 10, en la investigación y creación de nuevas patentes que han marcado un antes y un después en dermatología tanto a través de sus cosmeceúticos como fármacos.

### Los primeros en patentar la protección solar por vía oral

Las patentes de IFC han creado importantes hitos en el mundo de la dermatología. Con la Universidad de Harvard y el padre de la dermatología como cabeza de serie, el Dr. Fitzpatrick, IFC fue el primero en patentar y dar a conocer la protección solar por vía oral. Hoy, esta tecnología (Fernblock, basada en el extracto natural del helecho *Polypodium leucomos*) está desarrollada en toda la línea de fotoprotección conocida en los cinco con-



tinentes y presente en más de 80 países, HelioCare.

Además, otra ciencia de IFC patentada, denominada SCA, basada en la secreción del un tipo de caracol, también ha sembrado antecedentes en el campo de la dermatología por sus efectos en la regeneración cutánea bajo el nombre de Endocare. Hoy, el laboratorio está desarrollando nuevas patentes, entre las que se encuentran aquellas relacionadas con las propiedades de las células madre de los huevos de caracol. "Sólo con la inversión y dedicación en los campos de la investigación y desarrollo se puede crecer en este sector. La expansión internacional ha sido el resultado natural de la demanda tanto de los dermatólogos como de los pacientes" comentó Juan Matji, CEO del laboratorio.

Más Información  
www.ifc-spain.com

