

LA VANGUARDIA Emprendedores

Martes, 27 de enero 2015

EMPRENDEDORES

El salto de Dsinco

La firma lleva la parafarmacia a la gran distribución y crece un 20% | La empresa se alía con pequeñas marcas locales para preparar su expansión internacional

Emprendedores | 14/03/2013 - 10:00h



Jordi Cebrián entró hace cinco años con el 50% del capital LVE / Gemma Miralda

MAR GALTÉS
Barcelona

Dsinco es una distribuidora de productos de parafarmacia que empezó en los años noventa con el boom de estos establecimientos y que ahora busca sus propias fórmulas para superar unas caídas del mercado que se estiman en torno al 30%. En porcentajes de dos dígitos, entorno al 20% anual es como crece ahora Dsinco, asegura su director general, Jordi Cebrián. La compañía lo hace llevando el concepto de parafarmacia más allá de su contexto habitual: entraron en El Corte Inglés y luego en Carrefour, Alcampo, Hipercor... Han firmado un acuerdo con las tiendas Relay para instalar espacios de parafarmacia en sus establecimientos de aeropuertos y estaciones. Y también con las cadenas de perfumería, como Bodybell, La Balear o San Remo, que entran en parafarmacia como una vía para ampliar su catálogo de productos.

Dsinco registró en el 2012 una facturación de 9,5 millones de euros, por encima de 7,8 millones en el 2011. Y las previsiones de la compañía apuntan a los 11 millones en el 2013. La compañía, que tiene su sede actual en Molins de Rei, fue fundada en 1999 por Joan Parés y Ricard Colomer. Este se fue en el 2007 y en su lugar entró la familia Cebrián. Dsinco entonces facturaba 4 millones y había entrado en pérdidas. Jordi Cebrián, tras quince años en el mundo multinacional -trabajó para DSM en Holanda, Cirsa y Mecalux-, asumió la dirección general.

La compañía, con una plantilla de 30 personas, cuenta con amplios stocks de hasta 10.000 referencias y tiene varios modelos de relación con los fabricantes: de simple distribución puntual de producto a acuerdos de exclusividad y acción comercial para el canal parafarmacias; trabaja con compañías como Bayer, Hartmann, Inibsa, Carmex, Enfalac... Paralelamente, explica Cebrián, la empresa negocia alianzas con pequeños laboratorios catalanes, como Perlage o Eophy, para sumar producto y abordar un plan conjunto de expansión internacional.

Y, además, en este esfuerzo por diferenciarse Dsinco mantiene la búsqueda de "marcas líderes, productos nuevos y originales". Como Bobble, la botella de agua con filtro incorporado, cuya distribución en España apoya desde las parafarmacias.

Te recomendamos



Katy Perry enciende el descanso de la Super Bowl



Arantxa, de 'Gandía Shore', se desnuda para Interviu



Marta Torné se puso el vestido transparente de Cristina Pedroche



El protocolo en las tomas de posesión

En otras webs