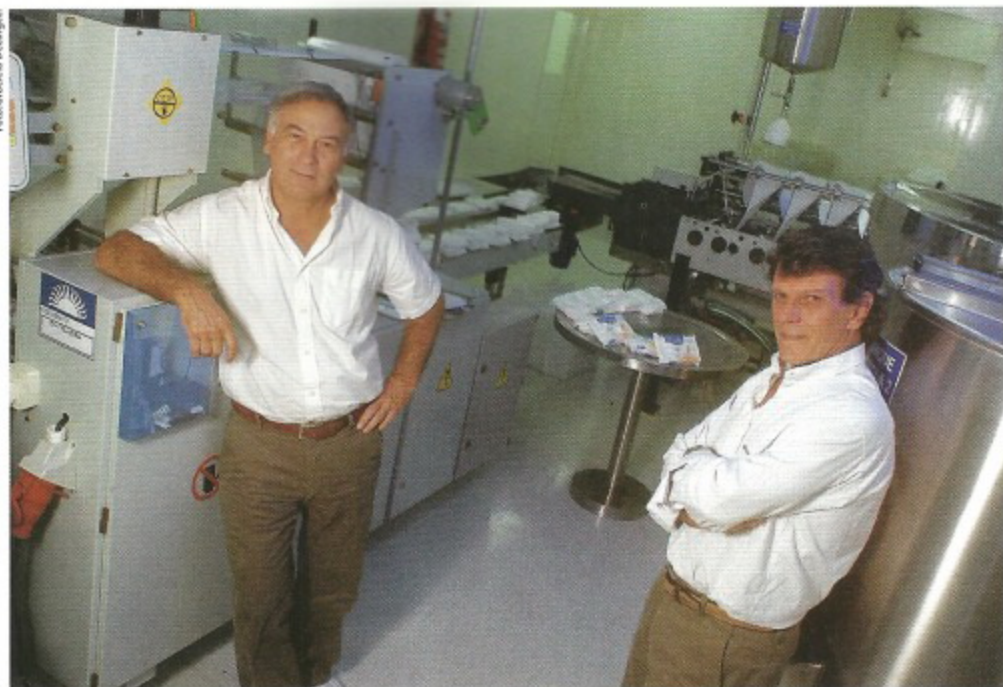


Foto: Graciela Pereguzzi



Eduardo y Martín Etchart, del laboratorio Prifamon, productor de hisopos flexibles.

"Entramos por los ojos y el paladar"

dores de aceite de oliva. En el mundo hay nuevos hábitos, con dietas equilibradas. El aceite de oliva actúa como antioxidante y mejora el metabolismo. A través de la presentación del envase, los padres se convierten en inductores", explica Gabriel Fernández, gerente de Marketing de la compañía. "Entramos por los ojos y el paladar, agregándole unas gotas a la papilla o a la carne, creando entonces un hábito", añade.

18

Prifamon

Martín Etchart (57)

Inversión inicial: **120.000 euros.**

Martín Etchart maneja Prifamon junto a sus hermanos. La empresa, fundada por su bisabuelo en 1933, se dedicaba a elaborar utensilios de madera para el hogar, un foco totalmente diferente al actual y que Etchart se encargó de diversificar. En los '90 comenzó a importar hisopos, aprovechando que sus principales clientes eran cadenas de supermercados. Tras la crisis de 2002, destinó 120.000 euros en la primera máquina para fabricarlos en el país. "Aun hoy, seguimos siendo los únicos que fabricamos hisopos flexibles en la Argentina. Con un planta de 2.500 m² destinada a ese producto, tenemos el 65 por ciento del mercado",

comenta el empresario. En 2010 invirtió US\$ 400.000 para entrar en un nuevo segmento: el de las toallas húmedas, en el que compete con empresas como Procter & Gamble y Kimberly-Clark. "Creamos la marca Q-soft y, en apenas un año y medio, logramos 6 por ciento de *share*. En 2011 vamos a invertir US\$ 1 millón en instalaciones nuevas y equipamiento para seguir creciendo y sustituyendo importaciones. Hoy, las toallas representan el 25 por ciento de la facturación, pero en un año superarán a la de hisopos, que es el 50 por ciento", explica Etchart, que también produce toallas para marcas como Lysoform y Babelito. Para explicar el potencial del negocio, el empresario —que cerrará el año con una facturación de \$ 60 millones— agrega que, en el país, el mercado de toallas crece a un ritmo de entre 12 y 15 por ciento anual. A la hora de confesar cómo logró posicionarse, afirma que el "boca a boca" y el ofrecimiento de un producto *premium* fueron clave.

19

Bebidas Animadas (Cerveza Duff)

Lucas Pouyau y Sergio Brikman (29)

Inversión inicial: **US\$ 30.000.**

Es uno de los productos ficticios más reconocidos y recordados: donde está Homero Simpson hay una cerveza Duff. Y Lucas Pouyau y Sergio Brikman con-

diversifican objetivos