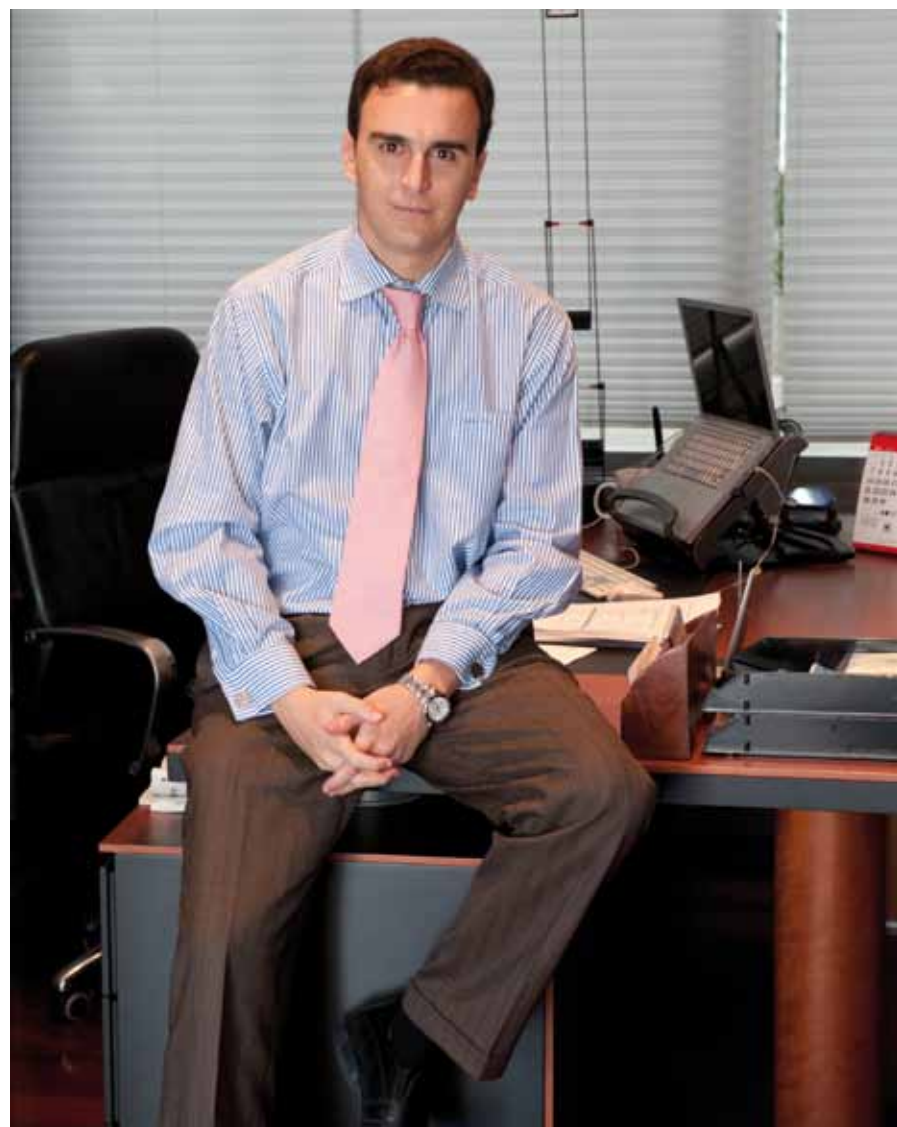




Foto: Grand Palladium Vallarta Resort & Spa



“una crisis como esta, en todos los niveles, al final ayuda al más fuerte, al más profesional, quien a medio y largo plazo, sale fortalecido y el que no aguanta o no tiene, principalmente, un producto diferenciado sufre más”

tarifas, a veces, más competitivas que las que se consiguen a través de otros medios, de otros canales de distribución.

¿Podría avanzarnos alguna estrategia próxima de FIESTA HOTEL GROUP?

Nosotros vamos a impulsar, principalmente, la marca Palladium, que ya lo estamos haciendo, y la marca Ushuaia y como dije, el año que viene abrimos otro Ushuaia en Ibiza.

Y por último, desde su experiencia como empresario, ¿qué le depara al sector en nuestro país? ¿Existirá un antes y un después?

Siempre ha existido un antes y un después, es como el pasado y el futuro, pero claro, como en cualquier crisis, siempre ayuda a limpiar, aunque sea un término un poco frívolo.

Por tanto sí es verdad que se había metido bastante gente, seguramente no todo lo profesional que se tenía que meter y una crisis como esta, en todos los niveles, al final ayuda al más fuerte, al más profesional, quien a medio y largo plazo, sale fortalecido y el que no aguanta o no tiene, principalmente, un producto diferenciado sufre más. Si le digo la verdad, esto va a pasar más en la hotelería urbana que en la vacacional pues por cuestiones externas España, en costas, no está yendo mal sobre todo en lo que a turismo extranjero se refiere.

Yo, la verdad, queriendo que a todo el mundo le vaya bien, en la parte vacacional a veces echo de menos un poquito más de inversión para readecuar una oferta que, en algunos casos, se ha quedado un poco anticuada. Yo espero que en estos años que parece que no serán malos, se aproveche para adecuar la oferta por parte de todos los hoteleros. Nosotros lo estamos haciendo y esperemos que nos sigan tanto los pequeños como los grandes.



Foto: Karcher

Productos de limpieza para hostelería: La “revolución” verde

La industria de productos de limpieza profesional ha encontrado en la sostenibilidad la clave no solo para la supervivencia, si no para su desarrollo futuro, haciendo compatible la eficacia con el respeto medioambiental y el ahorro de recursos. Desterrada ya su imagen contaminante, el sector se ha embarcado en una carrera imparable para el lanzamiento de innumerables novedades bajo la etiqueta ecológica, cuyos principales parámetros son su alta concentración, el empleo de envases reducidos y biodegradables y el uso de materias primas renovables. HOSTELPRO ha testado esta nueva realidad sectorial entre algunas de las más importantes empresas productoras, que han expresado tanto sus opiniones acerca de esta tendencia como las renovadas ofertas de sus respectivos catálogos.

Está limpio como una patena”, es una de esas frases hechas que, sin duda, quisiera escuchar con satisfacción cualquier empresario del sector hostelero en referencia a su negocio, porque sabe que expresiones como esa alimentan el boca a boca que atrae más clientela que un sinfín de campañas de imagen. En los establecimientos hosteleros, esa pulcritud en la limpieza es un elemento de confort fundamental para generar satisfacción -a su vez, el factor clave y motor de la buena reputación-, quizás por encima de otros elementos tan relevantes como el precio o la calidad de la atención. Y un cliente satisfecho suele convertirse automáticamente en un visitante recurrente y, aún con mayor importancia, en un entusiasta y gratuito prescriptor entre su círculo social.

Por ello, los establecimientos de hostelería dedican a la partida de limpieza una buena parte de sus recursos, tanto en personal especializado y su formación, como en productos y maquinaria, al tiempo que deben coordinar todos estos factores al máximo para no interferir en el desarrollo normal de las operaciones, así como facilitar el tránsito constante y sin molestias para los usuarios. En un hotel, por ejemplo, además de procurar una higiene total para cada una de las habitaciones –que será el hogar por 24 horas de sus huéspedes y tiene que estar a punto en el horario establecido-, la limpieza tiene que ser global y perceptible en todos sus espacios (suelos, mobiliario y paredes incluidos), desde el comedor a la recepción, pasando por ascensores, pasillos o escaleras, y otros elementos más novedosos y cada vez más habituales, como spa y wellness, piscinas o gimnasio, sin olvidar por supuesto los artículos textiles. En un restaurante, además del elemento nuclear que es la cocina, deben estar resplandecientes los suelos, mesas, mantelería, vajilla, cubertería y todo el mobiliario y decoración auxiliar, sin cuya perfección la mejor comida del mundo puede resultar una experiencia desagradable.

Junto al determinante factor humano, los productos, útiles y maquinaria específica con los que se realizan las tareas de limpieza son los elementos fundamentales en el proceso. En la actualidad, cualquiera

de los ofertados en el mercado cumple sobradamente las exigencias más altas. Sin embargo, la calidad de la limpieza se eleva considerablemente si los artículos elegidos facilitan o incluso mejoran los protocolos mínimos establecidos, ya sea sobre la normativa en vigor o los estándares del establecimiento. Cada vez más, los productos de limpieza se formulan para realizar un trabajo específico, de manera que se pueda asociar un producto a una operación determinada, que estén listos para su uso, con las dosis justas y prefijadas, pero además que protejan también la salud y la seguridad de los empleados. Es lo que podría resumirse con tres palabras: eficacia, ahorro y seguridad.

Primavera de lanzamientos sostenibles

Sin embargo, un cuarto factor, el respeto medioambiental, ha pasado a situarse como mínimo a la par de los otros tres citados, en coincidencia con la imparable conciencia ecológica y la responsabilidad social que se han instalado en todo el mundo. En sentido práctico, los fabricantes de productos de limpieza están diseñando sus envases cada vez más pequeños y biodegradables, con formulaciones concentradas, que fomentan el ahorro energético y el uso eficiente del agua. Al mismo tiempo, se ha declarado prioritario desterrar los productos químicos contaminantes,



Foto: Saltix

mientras se adopta una política general de reducción de residuos. Por eso, el sector fabricante de productos de limpieza está viviendo una auténtica primavera de lanzamientos en línea con la ecología, la gran mayoría bajo el paraguas Ecolabel, una certificación de la Unión Europea que se concede a todos los productos y servicios que aseguran un bajo impacto ambiental en todo su ciclo de vida. Además, las propias empresas hosteleras están priorizando la compra de productos “verdes”, más costosos que los tradicionales pero más en línea con la aplicación de los manuales de buenas prácticas y las preferencias de la clientela, pero sobre todo más eficientes en el ahorro de costes.

En este sentido, una de las gamas más ambiciosas con el etiquetado Ecolabel es el que acaba de presentar Thomil, bajo la marca Naturelle, una nueva línea de productos ecológicos para la limpieza profesional. Gema Fernández Martín, responsable de marketing de Thomil, asegura que estos nuevos productos “garantizan el cumplimiento de unos criterios ambientales selectivos, transparentes y respetuosos con el

Foto: Hostelpo



EUROSANEX
HIGIENE INDUSTRIAL VIVA

25 años contigo

Productos químicos,
Complementos y Maquinaria
para limpieza profesional



EUROSANEX, S.L. Pol. Ind. Castilla Esquina Vial 2 - Vial 5 • 46380 CHESTE (Valencia – España)
Tel. +34 962 510 407 • Fax +34 962 512 521 • www.eurosanex.com • correo@eurosanex.com



Foto: Barceló

medio ambiente, reducen los efectos ambientales adversos y contribuyen al uso eficaz de los recursos y la sostenibilidad de nuestro entorno”. Está gama se compone de seis nuevos productos, señala Gema Fernández, “que vienen a completar la demanda del mercado, con el objeto de cubrir todas las necesidades de limpieza y desinfección”. Se trata de un lavavajillas manual, un limpiador multisuperficies higienizante, un limpiador neutro de suelos, un limpiabaños desincrustante antical, un limpiacristales y un desengrasante general de superficies. Según Gema Fernández, “todos ellos cumplen con los requisitos de funcionamiento y calidad ambiental y garantizan un impacto medioambiental reducido en cuanto a recursos naturales, consumo de energía, contaminación y generación de residuos durante todo su ciclo de vida, desde la obtención de las materias primas hasta su eliminación final. Además, son totalmente biodegradables”.

También Proquimia ha apostado por líneas ecológicas en sus lanzamientos recientes, igualmente bajo la etiqueta Ecolabel, si bien tiene una larga historia en este campo. Así lo confirma Cristina Arola Vilella, del departamento de marketing de Proquimia: “nuestra apuesta por los productos concentrados y la reducción de los envases plásticos es actualmente una realidad, pero ya en 2004, siendo pioneros en este campo, desarrollamos la gama Xop, de productos concentrados

envasados en film hidrosoluble, y en 2006 presentamos la gama Conpack, productos concentrados en sistema de envase ‘bag in box’. En 2010, esta última pasó a ser Ecoconpack, al conseguir precisamente la certificación Ecolabel”. Según Cristina Arola, “Ecoconpack es el único sistema ‘bag in box’ del mercado con esta certificación. Es la gama más ecológica, no sólo por el citado registro, si no también por la mínima generación de residuo plástico, ya que reduce el volumen generado en más del 95%”. “Asimismo, Ecoconpack A10, A30 y abrillantador son los primeros detergentes líquidos y abrillantador, repectivamente, para el lavado automático de vajillas con registro Ecolabel”.

En el mismo sentido, Suministros Científicos Técnicos (Sucitesa) ha lanzado recientemente la nueva línea NaturSafe, también certificada por Ecolabel, compuesta por cinco nuevos productos concentrados para las tareas más habituales en higiene profesional: Plus Cleaner (fregasuelos), Plus Degreaser (desengrasante para cocinas), Plus Glass (limpiacristales), Plus Shine (limpiabaños) y Plus Quick (multiusos). Según David Pagan, director general de Sucitesa, “estos nuevos productos aportan soluciones que satisfacen los cada vez más exigentes requisitos sociales de higiene, sin poner en riesgo los recursos y posibilidades de las generaciones futuras. NaturSafe supone una ampliación de sus

productos concentrados, integrada hasta el momento por las referencias Ecomix y Xtrem, intergradadas por fregasuelos, limpiadores multiusos, amoniacaes, desengrasantes, desinfectantes, germicidas, limpiabaños y limpiacristales”.

Por su parte, Eurosanex tiene previsto lanzar próximamente una nueva línea de productos con etiqueta ecológica, bajo la marca Naturex, “elaborada con materias primas que respetan el medio ambiente”, según afirman desde la gerencia de la empresa. Está compuesta por lavavajillas (“Delenex Naturex”), limpiacristales (“Cristalín Naturex”), limpiador multiusos (“Klesing Naturex”), limpiador general con bioalcohol (“Nettion Naturex”), desengrasante (“Kenex Naturex”) y limpiador de baños (“Defort Naturex”), todos en formato 5 lts. En 2012, también ha presentado los nuevos formatos en bolsa sellada de la línea Dermex, “que proporcionan una higiene extraordinaria, debido a que no es necesario manipular el producto y no tiene así ninguna posibilidad de contaminación, genera menos residuos y ayuda a las empresas a ahorrar espacio, debido a su cómodo formato”, según la misma fuente.

Asimismo, Dermo ha presentado la gama Naturgreen, calificada por Julio Molina, su gerente general, “como muestra de nuestro compromiso con la sostenibilidad y el medio ambiente, ya que son productos altamente concentrados, lo que supone un gran rendimiento a bajo coste e impacto ambiental y están certificados con el sello de la etiqueta ecológica europea.

Asimismo, en estos momentos



Imagen de un producto de Polti

“Junto al determinante factor humano, los productos, útiles y maquinaria específica con los que se realizan las tareas de limpieza son los elementos fundamentales en el proceso”

estamos desarrollando productos para el lavado de vajillas en máquina automática con materias primas biodegradables”. De su lado, Industrias Vijusa ya contaba con una familia de productos de higiene Ecolim, compuesta por desengrasante, lavavajillas, limpiador de baños, fregasuelos y multiusos, y este año ha incorporado tres productos nuevos específicamente para el sector hostelero, dos de ellos en la familia de limpiadores: Next, un multiusos perfumado para superficies modernas, y Sanaban, un limpiador de baños ácido perfumado de uso diario, más un fregasuelos insecticida (Xerona Tex).

Por su lado, Proeco Químicas ha desarrollado un nuevo pack ecológico, específico para el sector de la hostelería, de sus detergentes ecológicos certificados con Ecolabel, entre ellos Green Cleaner (limpiador neutro de suelos y superficies), Green Crystal (limpiacristales), Green Dishwasher (lavavajillas manual), Green Degreaser (desengrasante) y Green Toilet (detergente). Mientras, Futur Química ha presentado la gama Futurmass Eco, igualmente con etiqueta Ecolabel, compuesta por cuatro productos: Futurmass Eco Bath (limpiador ácido), Futurmass Eco Multi (multiusos), Futurmass Eco Shine (lavavajillas manual) y Futurmass Eco Glass (limpiacristales), completando así su catálogo de limpieza y mantenimiento. Otra fabricante que ha lanzado novedades en el ámbito ecológico ha sido Sutter Ibérica, con la línea Ecocaps. Se trata de cápsulas hidrosolubles de producto detergente superconcentrado. Según la empresa, “utilizando los productos de la línea Ecocaps es posible reducir hasta un 91% el plástico utilizado y hasta un 90% el CO₂ emitido en atmósfera durante todo el ciclo de vida del producto”.

Sutter también ha lanzado una línea de jabón de manos, Sutter Care, en dos



Foto: Barceló

tipos de productos, espuma y crema, con sistema de dosificación y en dos especificaciones diferentes: ecolabel e higienizante. A su vez, Laboratorios Bilper ha puesto en el mercado Degrasan Ecológico No Corrosivo, con etiqueta Ecolabel, con alto poder biodegradable y poco agresivo con las personas. Y la central de compras Grupo Dino ha lanzado una completa gama de productos ecológicos y sostenibles para uso en hostelería. “Esta línea sale

al mercado por la gran demanda de productos sostenibles, debido a la mayor concienciación con el respeto al medio ambiente”, según afirma Marc Cerón, directivo de Dino. Entre otras referencias, se compone de limpiacristales, emulsión para suelos, lavavajillas, desengrasante y detergentes, todos bajo la certificación Ecolabel.

Laboratorios Vinfer, por su parte, ha lanzado una nueva línea profesional,



Foto: Karcher

ECOLABEL, EL CODICIADO CERTIFICADO MEDIOAMBIENTAL

La etiqueta europea Ecolabel, cuyo símbolo es una flor verde cuyos pétalos son estrellas azules, fue creada en 1992 para certificar los efectos medioambientales de un producto a lo largo de su ciclo de vida: consumo de materias primas, producción, distribución, utilización y desecho. Se otorga a los productos, entre ellos los de limpieza, que garantizan un alto nivel de protección ambiental en más de una veintena de categorías. Los criterios son únicos y válidos para todos los estados miembros de la Unión Europea y su gestión es competencia del Comité de Etiqueta Ecológica (CCEUE), con el apoyo de la Comisión Europea. Para obtener esta ecoetiqueta, los productos de limpieza de uso general y los productos de limpieza de cocinas y baños deben cumplir unos exigentes

criterios ecológicos y de aptitud al uso, entre los que se encuentran la seguridad del producto en cuanto a ingredientes, información al consumidor sobre su uso y consejos de seguridad, dosis recomendadas, contenido de sustancias nocivas, facilidad de reciclaje del envase, etc. Aparte de garantizar la sostenibilidad del producto, Ecolabel viene a certificar también su eficacia y rendimiento en el entorno doméstico y profesional, por lo que su obtención puede ser una garantía de éxito ante el consumidor.



denominada Wins, que incluye productos de ambientación y limpieza “con una excelente calidad precio”, según la empresa. Al mismo tiempo, ha sacado al mercado nuevas formulaciones, entre las que destaca Matón Suelos Doble Acción, un fregasuelos que, a la vez que limpia en profundidad y deja un agradable aroma, crea una barrera protectora contra insectos rastreros; Ambientador Gran

Descarga, especialmente indicado para su utilización en grandes espacios; Matón Limpiador Desinfectante, un limpiador con acción bactericida, y Matón Doble Uso Insecticida en aerosol 750.

Disarp, por su lado, también cuenta con una línea de productos ecológicos con la etiqueta Ecolabel. Está compuesta por Multi Ecoverd (limpiador multiusos), Etna Ecoverd (lavavajillas manual), Vorax Ecoverd (desengrasante), Tergon Ecoverd (limpiador de suelos), Saniter Ecoverd (limpiador general) y Dispack H45 (limpiador ultraconcentrado). Además, en los últimos meses la empresa ha lanzado al mercado un nuevo lavavajillas manual (DSP 5.5 Bact), para el lavado y la desinfección de vajilla, y una línea de insecticidas (Q14R y Q14V), para insectos volátiles y rastreros. Igualmente, tiene una gama de productos monodosis hidrosolubles, denominada Displash, para suelos, baños, cristales y ambientador.

Finalmente, también la maquinaria de limpieza se ha unido a la conciencia verde, con el objetivo de ahorrar agua y energía, así como reducir el ruido de su funcionamiento. En este sentido, Kärcher ha lanzado la nueva barredora-aspiradora B40 c/w, accionada por baterías o alimentación por red. El sistema Intelligent Key (KIK), junto al concepto de funcionamiento Easy operation, permiten automatizar numerosas

funciones y la simplificación de otras. Está especialmente indicada para trabajar en zonas sensibles a los ruidos, como los hoteles, gracias a un sistema de reducción de potencia, a la vez que se consigue rebajar el consumo energético, permitiendo prolongar su autonomía así como la vida útil de las baterías.

Ahorro y eficacia en tiempos de crisis

Esta batería de nuevos productos se enmarca en una estrategia global del sector fabricante de productos de limpieza para generar una necesaria reducción de costes a sus clientes en estos tiempos de crisis, al mismo tiempo que se dan soluciones al impacto medioambiental y se evitan riesgos en su manipulación, potenciando así en conjunto la calidad y eficacia del producto final. En este sentido, Cristina Arola revela que el objetivo de Proquimia “es optimizar los costes de higiene mediante el uso de productos y sistemas innovadores altamente eficientes, reduciendo los costes de ‘no calidad’ a través de formación continua y servicio preventivo y aportando mejoras que incidan en la gestión medioambiental, laboral y de explotación de nuestros clientes”. “En este sentido -prosigue- el mercado tiende a los productos concentrados, en detrimento de los productos tradicionales, fundamentalmente por la creciente necesidad de control y reducción de costes, minimización de riesgos laborales y una mayor sensibilización medioambiental”. En su opinión, “Proquimia es la primera y única marca que presenta una propuesta integral para hostelería, que incluye las soluciones

Imagen de un producto de Ozosystems Elektra



higiénicas específicas para cada una de las zonas del hotel: recepción, habitaciones y aseos, bares y restaurantes, cocinas, lavandería, piscinas y tratamiento de agua de consumo humano”.

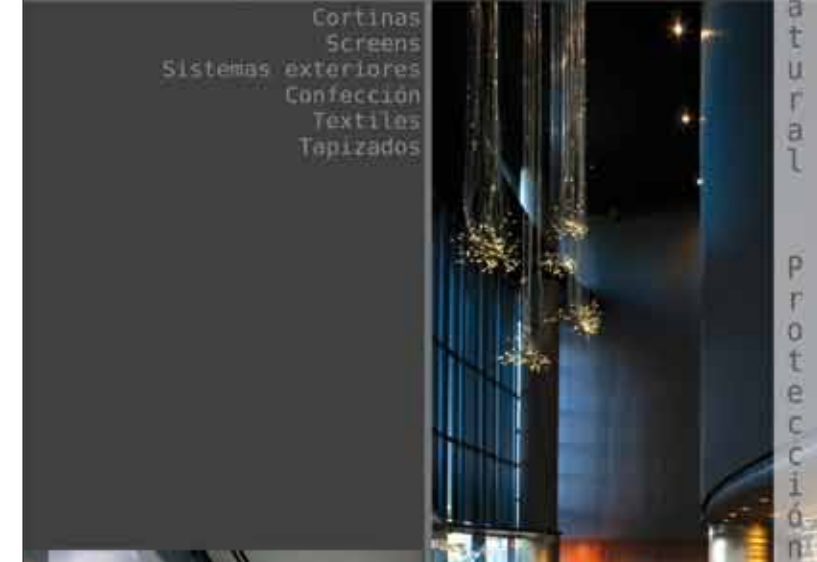
Por su parte, Gema Fernández sitúa la gran obsesión de Thomil en que “nuestras fórmulas, envases y sistemas sean sencillos y eficaces, que verdaderamente ayuden a nuestros clientes a conseguir rendimiento y rentabilidad. La calidad de nuestros productos, unido a un packaging impactante y atractivo, formatos más ergonómicos, cómodos en su uso y almacenaje, y etiquetados en siete idiomas, marcan la diferencia, además de estar ajustados a la nueva legalidad REACH -marco reglamentario de gestión de las sustancias químicas-”.

En esta misma línea de rentabilidad al cliente, Julio Molina opina que Dermo “pretende que nuestros productos tengan un alto valor añadido, formulando concentrados para ofrecer un gran rendimiento a la hora de usarlos, con etiquetas en diversos idiomas y pictogramas de uso para facilitar su aplicación, aún en el caso de no comprender ninguno de sus idiomas”. Mientras, María Carranza, del departamento de marketing de Laboratorios Vinfer, piensa que la actual crisis económica catapultará la actividad del sector de la limpieza profesional, “que se está manteniendo a base de mucho esfuerzo”, y cree que “la evolución en los próximos años se guiará por el crecimiento de productos concentrados y ecológicos, siguiendo la tendencia actual de la mayoría de los países desarrollados”.

Décadas de adaptación al mercado

Una de las empresas más orientadas al sector hostelero por su cartera de productos es Vijusa, con sus familias de lavavajillas, desengrasantes y limpiadores. Su gerente, José Ignacio Cebriá, resume la situación actual: “llevamos treinta años en contacto con la hostelería y debemos adaptarnos a las exigencias del mercado; ahora son tiempos difíciles por la incertidumbre económica y lo que nos queda es trabajar mucho para ser competitivos y dar la mejor solución posible a nuestros clientes”. “En concreto, nuestra compañía –añade José Ignacio Cebriá- ofrece el valor añadido de su departamento comercial, que demuestra los productos en el punto de venta, y ese valor lo transmite a todos sus distribuidores de manera que conocen el producto, sus aplicaciones y beneficios frente al cliente. Los talleres de formación que ofrece la empresa periódicamente son bien valorados y además la firma tiene a disposición de sus distribuidores una plataforma (www.planesdehigiene.com) para realizar programas de APPCC al instante. En definitiva, creo que la familia de productos Tenaz cubren la mayor parte de las necesidades en higiene profesional, con una rentabilidad muy alta”.

Igualmente, una treintena de años son los que ya ha cumplido Sucitesa en el sector fabricante de productos de limpieza profesional. David Pagan piensa que este segmento actualmente ya se ha regulado y adaptado a la



Control de la luz natural
Protección solar
Proyectos textiles integrales

SHOW ROOM
Calvet 29 2º Iº A 08021 BARCELONA
OFICINAS Y TALLER
P.L. Les Falguilles 35 08620 Sant Vicenç dels Horts, BARCELONA
+34 936 605 503 +34 671 949 515 info@sycat.es www.sycat.es

EL OZONO ENTRA EN LOS HOTELES

Una de las tecnologías alternativas que se están introduciendo con fuerza en la limpieza e higienización de establecimientos de hostelería es el ozono, considerado como uno de los más poderosos desinfectantes y desodorizadores. Además, usa el aire como materia prima, no genera residuos y ahorra importantes costes energéticos y tiempos de trabajo. Una de las empresas nacionales que ha entrado de lleno en la comercialización de este tipo de equipos para hostelería es Ozosystems Corporation. Su directora general, Ana Milena, define así el mecanismo de actuación: “el sistema está compuesto de una base ionizadora, un pulverizador ionizador y una jarra ionizadora. El agua del grifo y dos gramos de sal por litro de agua son suficientes para provocar la ionización y transformar el agua corriente en el mejor de los limpiadores e higienizadores”. “En concreto, añade, en la limpieza e higienización hotelera hemos implantado un novedoso y eficaz sistema partiendo de agua ionizada, que permite prescindir de los productos químicos, a la vez que conseguimos una higienización del 99.99%”. Según afirma, “es suficiente que el hotel instale en cada office un equipo para poder realizar la limpieza”.

Entre los equipos producidos para el sector hotelero por Ozosystems, destaca el OZ-15, que incorporan los hoteles en el carro de limpieza de la camarera, para utilizarlo en las habitaciones durante el momento en el que realizan su limpieza y acondicionamiento. Según afirma Ana Milena, “este tiempo es suficiente para eliminar los malos olores corporales o de tabaco de las habitaciones e higienizar la calidad aeróbica y eliminar ácaros en colchones y almohadas, lo que permite certificar la habitación como antialérgica”. Ozosystems también comercializa equipos con otra de las tecnologías al alza, el vapor. En concreto, cuenta con el generador de vapor Elektra, que combina en una sola máquina vapor saturado a 160º C, aspiración total y baja humedad (5% de concentración de agua), reduciendo así el riesgo de generación de moho.



situación económica que vive España: “nuestro mercado fue de los primeros en sufrir esta crisis, porque siempre la primera idea para reducir costes cuando llegan las vacas flacas es ‘rebajar a la

mitad los gastos de limpieza”. Ante este hecho, el camino mayoritario seguido por la mayoría de fabricantes y distribuidores habría sido, según David Pagan, “la lucha de precio, reduciendo el valor del

Foto: Barceló



mercado de una manera irreversible, y empobreciendo notablemente la calidad de la higiene”. Por el contrario, prosigue, “en Sucitesa nos postulamos claramente como firmes defensores del valor añadido, ampliando nuestra gama de concentrados en formatos y sistemas, desarrollando nuevos sistemas de dilución que controlen y reduzcan los costes de productos y fomentando el desarrollo sostenible en su sentido más amplio: certificación de procesos y productos, más la reducción drástica de plástico y cartón innecesarios”.

Eurosanex también ha llevado la preocupación por el medio ambiente a sus propias líneas de producción: “hemos logrado el vertido cero, esto es, reciclamos el agua y no generamos apenas residuos líquidos; y los escasos litros que producimos, los trata un gestor acreditado, para asegurarnos así de que no dañamos el medio ambiente. En definitiva, continuamos mejorando los sistemas de producción y de control de vertidos para poder superarnos constantemente. Es por ello que estamos trabajando en la renovación de las acreditaciones de calidad y medio ambiente ISO 9001 y 14001”.

Por último, hay que hacer referencia a los pasos que la mayoría de empresas del sector están dando hacia los mercados exteriores, principalmente dentro de la Unión Europea, como salida natural a la lógica internacionalización. Entre las empresas que ya han establecido puntos de contacto en este sentido, cabe destacar a Proquimia “una multinacional española con presencia en América Latina, Francia, Andorra, Portugal, Marruecos, Argelia, Túnez, Cabo Verde, etc.”, según afirma la propia empresa. Igualmente, Thomil obtiene ventas en Portugal, Angola y Francia, mientras Vijusa exporta a 18 países, entre ellos Portugal, Lituania, Reino Unido, Francia y Bélgica. También Disarp está decidida a incrementar su internacionalización como una cuestión estratégica y en los próximos meses comenzará a vender sus productos en cinco nuevos países.

Incluso las centrales de compra tienen actividad con delegaciones fuera de nuestras fronteras, como Grupo Dino en Portugal.

Principales empresas de productos para limpieza industrial para el canal horeca

Empresa	Población	Web	Teléfono
AGERUL INDUSTRIAS QUÍMICAS, S.L.	Utrera (SE)	www.agerul.es	955868040
ALCORNORDEMAN S.A.	Sant Boi de Llobregat (B)	www.alcornoderman.es	936402214
BIRGIN SELVA S.L.	Alcorcón (M)	www.birginselva.com	916330422
BRECAMP S.A.	Terrassa (B)	www.brecamp.es	937834370
BRECH S.A.	Atarfe (GR)	www.brechlaboratorios.com	958437900
CYGYC S.A.	Les Franqueses del Vallès (B)	www.cygyc.com	938493455
DEB ESPAÑA HIGIENE S.L.	S.Sebastián de los Reyes (M)	www.debgroup.com	916514870
DERMO S.A.	Polinyà (B)	www.dermo.com	937133500
DETERGENTES DERMAX, S.L.	Villalbilla (M)	www.cortyfader.com	918792405
DISARP S.A.	Daimús (V)	www.disarp.com	962819484
DIVERSEY ESPAÑA S.L.	Cornellà de Llobregat (B)	www.johnsondiversey.com	902011106
ECOLAB HISPANO-PORTUGUESA S.A.	Sant Joan Despí (B)	www.ecolab.com	934758900
EUROSANEX S.L.	Cheste (V)	www.eurosanex.com	962510407
HENKEL IBÉRICA, S.A.	Barcelona	www.henkel.es	932904000
INDUSTRIAS ARGUI S.A.	Palma de Mallorca	www.argui.es	971431010
INDUSTRIAS PROMISUR S.L.	Catral (A)	www.promisur.com	966787078
INDUSTRIAS VIJUSA S.L.	Cheste (V)	www.vijusa.com	962511414
INSTAQUIM S.L.	Vic (B)	www.instaquim.com	938891344
JABONES EL ABRA S.A.	Ortuella (BI)	www.jaboneselabra.com	944216236
LABORATORIOS BILPER S.A.	Zamudio (BI)	www.bilper.com	944520007
LABORATORIOS VINFER	Albacete	www.vinfer.com	967523501
ORBIVAL LEVANTE S.L.	Torrent (V)	www.orbival.es	963773293
PROECO QUIMICAS, S.L.	Sentmenat (B)	www.proecoquimicas.com	902105637
PROQUIMIA	Vic (B)	www.proquimia.com	938832353
PROYECTOS QUÍMICOS S.A.	Torrejón de Ardoz (M)	www.proyectos-quimicos.net	916762317
QUÍMICAS DEL VINALOPÓ S.L.	Monóvar (A)	www.quimicasvinalopo.com	965473113
QUIMICAS QUIMXEL S.L.	Carlet (V)	www.quimxel.com	962558105
RECKITT BENCKISER ESPAÑA S.L.	Granollers (B)	www.reckittbenckiser.com	934813200
S.Q. FUTUR QUÍMICA S.L.U.	Barcelona	www.futurquimica.com	934952565
SUMINISTROS CIENTÍFICOS TÉCNICOS S.A.U.	Barberà del Vallés (B)	www.sucitesa.com	902121411
SUTTER IBÉRICA S.A.U.	Madrid	www.sutterprofessional.com	902206600
THOMIL S.A.	Pinto (M)	www.thomil.es	916910263
Y. JOSAMI S.A.	Alaquàs (V)	www.josami.com	961503912
ZAMBU HIGIENE S.L.	S. Pedro del Pinatar (MU)	www.zambu.com	902180767

FUENTE: HOSTELPRO

Maquinaria y Equipos para la Limpieza Industrial

Empresa	Población	Web	Teléfono
KARCHER, S.A.	Granollers (B)	www.karcher.es	902170068
NILFISK- ADVANCE	Mataró (B)	www.nilfisk.es	937412400
OLANDIA	Córdoba	www.olandiawetrok.com	902157753
OZOSYSTEMS CORPORATION, S. L	Manresa (B)	www.ozosystems.com	938738135
POLTI ESPAÑA, S.A.	Gavá (B)	www.polti.it	936334640
WINTERHALTER IBERICA S.L.	Málaga	www.winterhalter.es	952247600

FUENTE: HOSTELPRO

Principales Centrales de Compras Profesionales con Productos de Limpieza Industrial

Empresa	Población	Web	Teléfono
ADIAL HIGIENE S.L.	Madrid	www.adial.net	913238363
ADIS HIGIENE S.L.	Pozuelo A. (M)	www.adishigiene.es	917992316
CENTRAL LOGÍSTICA AGRUPADA A.I.E. (CELEA)	Leioa (BI)	www.celea.es	944003700
D.I.S. DINO S.L.	Madrid	www.dino.es	915934010
EUROCIDAL DISTRIBUCIÓN S.L. (GRUPO CIDAL)	Madrid	www.grupocidal.com	915701221
GRUPO HELEO S.L.	Madrid	www.grupoheleo.com	914472056

FUENTE: HOSTELPRO



Juan V. Robledo Cuesta

Director general de ADELMA

«Actuamos como interlocutor único en la defensa de los intereses del sector»

La Asociación de Empresas de Detergentes y de productos de Limpieza, Mantenimiento y Afines (ADELMA) es una organización empresarial promovida por fabricantes y comercializadoras de productos de limpieza y detergentes, fundada a mediados de los años cincuenta del pasado siglo, para defender conjuntamente sus intereses.

¿Qué labores realiza actualmente ADELMA para sus socios? ¿Cuál es su representatividad a nivel sectorial?

ADELMA realiza distintos servicios a sus empresas miembro, entre los que destaca la información sobre todos los temas de interés para el sector que se remite mediante boletines informativos, circulares y publicaciones especiales (detergentes, biocidas, REACH, CLP, envases y residuos de envases, transporte, responsabilidad

medioambiental, preparados peligrosos, etc.). Además de la información individualizada a las consultas particulares de cada empresa, durante el pasado año se ha procedido a renovar por completo la página de internet, que cuenta con un área específica para las empresas miembro.

Por otra parte, la asociación imparte seminarios de formación, especialmente en el terreno técnico, a los que pueden asistir libremente todas las personas

pertenecientes a las empresas miembro de la Asociación. Estos seminarios son gratuitos y son impartidos por expertos. Lógicamente, ADELMA actúa como interlocutor del sector ante los organismos públicos o privados que tienen relación con las actividades de sus empresas. Especialmente, se suelen tratar los proyectos legislativos en su fase de elaboración, así como los problemas de interpretación y de aplicación de la legislación ya aprobada. Estas gestiones se realizan tanto sobre la legislación española, como sobre la legislación comunitaria. Como interlocutor único del sector, la asociación reúne periódicamente a sus miembros en los diversos órganos de trabajo y de gobierno con que cuenta, con el fin de unificar posturas y opiniones dentro de la asociación, mantener criterios homogéneos y presentar posturas unánimes frente a terceros.

¿Qué servicios complementarios ofrece actualmente la asociación?

En los dos últimos años, ADELMA ha venido estableciendo acuerdos de colaboración con distintas entidades, con el fin de ofrecer servicios complementarios, pero de gran importancia, a las empresas asociadas. En la actualidad, contamos con las siguientes entidades de colaboración: Aserchem, asesoría química para la elaboración FDS y clasificación y etiquetado de productos para su comercialización; Azerta Abogados, como asesoría legal en diversas; Élogos, consultoría especializada en Outsourcing de Formación; Eurofins Biolab, para la realización de estudios de eficacia y análisis de principios activos y ensayos toxicológicos y ecotoxicológicos; Laboratorio Control Microbiológico, que realiza ensayos de eficacia de biocidas y análisis de principios activos; Laboratorio de Diagnóstico General (LDG) y Leitat, centro tecnológico de soluciones para todo tipo de entidades.



SOLUCIONES DE ALTA CALIDAD EN HIGIENE PROFESIONAL



HORECA - INDUSTRIA ALIMENTARIA - LAVANDERIA PROFESIONAL -ECOLÓGICOS

TU SATISFACCIÓN
NUESTRO MEJOR PRODUCTO

Porque para Vijusa tu **Éxito**, es y será, nuestra mejor Fórmula.

Más de **30 años** aportando productos de vanguardia para la Higiene Industrial nos avalan como una empresa líder en el Sector.

Ya son más de **18 países** los que ofrecen nuestros productos. Millones de clientes ya los disfrutan.

Tenemos **pasión por innovar**, por avanzar por cuidar de nuestro entorno. Tenemos pasión por nuestro trabajo y eso se nota.

...y tú?

be **VIJUSA**

SARA STHEMPHOUSE

DIRECTORA HOTEL (BRUSELAS - BÉLGICA)

“Siempre he buscado la excelencia en la limpieza y VIJUSA... lo consigue”

www.vijusa.com





Foto: Karcher

¿Cómo está afrontando el sector de fabricación de productos de limpieza la actual crisis económica?

Es cierto que en los últimos años el sector de los productos de limpieza ha sufrido un descenso en las ventas, sin embargo parece que en los meses que llevamos de 2012 el decrecimiento es menor que el experimentado en los años anteriores. En cualquier caso, nuestro convencimiento ha sido siempre que las empresas que

“ADELMA ha establecido acuerdos de colaboración con distintas entidades, con el fin de ofrecer servicios complementarios”

logren mantener un ritmo de crecimiento aceptable a pesar de las dificultades económicas actuales, se verán fortalecidas cuando se supere esta fase. En este sentido,

ADELMA apuesta de manera firme y tajante por la unión de las empresas en el ámbito asociativo.

¿Qué relación institucional existe entre ADELMA y otras asociaciones relacionadas con los productos de limpieza?

ADELMA mantiene vínculos con diversas asociaciones. En concreto, con el sector de empresas de limpieza, podemos destacar la estrecha relación no sólo con la Asociación Profesional de Empresas de Limpieza (ASPEL), sino también con la Asociación Española de Fabricantes e Importadores de Maquinaria Industrial de Limpieza (AEFIMIL), las Asociaciones Federadas de Empresarios de Limpieza Nacionales (AFELIN) y la Asociación de Fabricantes Españoles de Productos de Limpieza e Higiene (ASFEL), debido al trabajo de organización que todas estas organizaciones y ADELMA hemos desarrollado en los últimos años como Comité Organizador de las dos ediciones del Congreso Nacional de Limpieza e Higiene Profesional. Como resultado del buen hacer de este Comité, el Congreso, en su segunda edición (mayo de 2011), contó con la presencia de más de 400 congresistas, en representación de las 19.046 empresas del sector de la limpieza e higiene profesional, que mueven un volumen de negocio de 7.850 millones de euros y dan empleo a casi 500.000 trabajadores en toda España.

Foto: Barceló



PROYECTO HOTELERO DE REHABILITACIÓN

Hotel DO: Plaça Reial

UN HOTEL BOUTIQUE GASTRONÓMICO ÚNICO EN BARCELONA

El Hotel DO Plaça Reial acaba de abrir sus puertas en el centro de Barcelona con una firme apuesta por la gastronomía local de calidad y el turismo de contenido cultural. Situado en una de las plazas con más historia de la ciudad, este hotel boutique de cinco estrellas ocupa un edificio protegido construido en 1856 y rehabilitado en su totalidad. El hotel dispone de un total de 18 habitaciones de lujo, la mayoría de ellas con vistas a la Plaza Real. Cuenta también con piscina y solárium en “El Terrat”, sauna y spa y una cuidada y selecta oferta gastronómica basada en la excelencia del producto local, en la autenticidad de lo autóctono y en el concepto slowfood, representada en sus espacios de restauración: La Cuina del DO: y La Terrassa del DO:, así como en El Terrat del DO:, de próxima apertura. El Hotel DO: Plaça Reial, se encuentra próximo a los principales atractivos turísticos del centro de Barcelona como las Ramblas, el Liceo, el mercado de la Boquería, el Palacio de la Música, la Catedral, el Palau Güell, Santa María del Mar, el Museo Picasso o el Puerto de Barcelona, entre otros. El Hotel DO: Plaça Reial es propiedad del Grupo Majó Grau, empresa familiar de larga trayectoria y referente del sector textil catalán.

Fotos: Hotel DO