

La empresa valenciana **Quimi Romar** duplicará su facturación en los próximos 3 años

Exportan a 46 países de todo el mundo y pretenden seguir creciendo, en un futuro cercano, en África y en Europa

Seguramente, paseando por los pasillos del supermercado o incluso mirando en el armario del baño o de los productos de limpieza en su casa, descubra algunos de los productos que formula, fabrica y distribuye la empresa de la que vamos a hablar. Se trata de **Quimi Romar**, una compañía valenciana con una amplia trayectoria en el mercado y un futuro no menos prometedor.

Fundada en el año 1968, su evolución en el mercado ha sido ascendente. Uno de los momentos clave en su historia fue la entrada en la compañía del fondo de capital Realza Capital en septiembre de 2012. Realza Capital es un fondo, dedicado a la inversión en compañías españolas de tamaño medio y tienen un capital comprometido de 170 millones de euros. Esta entrada abrió las miras de la empresa hacia el mundo y propició el paso de ser una empresa familiar a una compañía más profesionalizada gracias a la incorporación de un nuevo equipo directivo muy cualificado y con experiencia internacional. A esta renovada dirección, se une además una plantilla de alrededor de 160 trabajadores formada por profesionales jóvenes, motivados y ambiciosos.

Quimi Romar trabaja dos líneas de negocio fundamentales: el cuidado personal y la limpieza del hogar. En cuidado personal, fabrica productos como geles, champús, body milks, cremas faciales y solares a través de sus dos marcas más representativas en esta línea: **Amalfi** y **Agrado**. Dentro de la línea de productos destinados a la limpieza del hogar, fabrican detergentes, lavavajillas, suavizantes y limpiadores a través de diferentes firmas; las más conocidas son: **Mayordomoy Destello**.

La I+D+i como motor de crecimiento

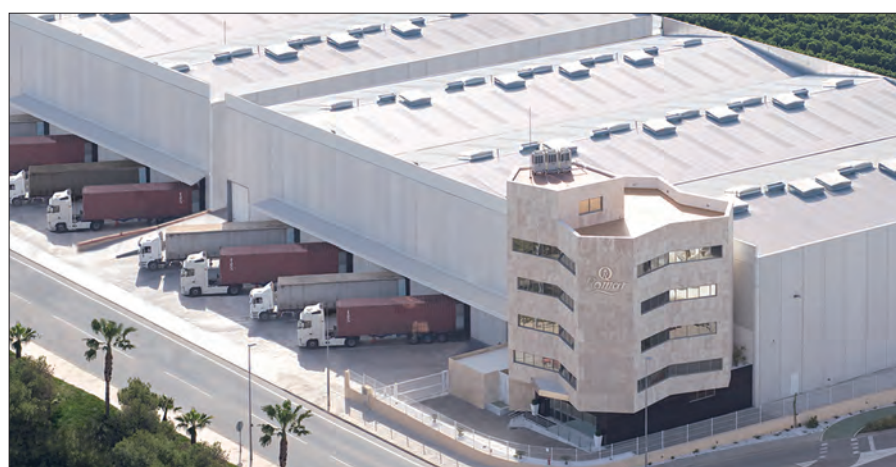
Una de las principales claves del éxito de Quimi Romar es su departamento de I+D+i. A través de un equipo joven pero con amplios conocimientos y experiencia en el sector, trabajan en la mejora continua de los productos actuales y desarrollan nuevas líneas.

Desde el departamento de marketing estudian las nuevas tendencias del mercado en todo el mundo en cuanto a aromas, ingredientes activos y nuevas tecnologías de producción con el fin de optimizar costes, manteniendo siempre la calidad. Tal y como nos explica Ignacio Catalán, director de marketing y estrategia de Quimi Romar: *‘Apostamos por democratizar la cosmética y los productos para el hogar con una buena calidad pero tratando de ajustar el precio de mercado. Esto nos sitúa como una de las empresas más competitivas con buena calidad de producto’.*

Las ideas y novedades recabadas por el departamento de marketing, se trasladan al equipo de I+D+i que es el que las convierte en realidad. En Quimi Romar llevan a cabo todo el proceso de creación del producto, desde el desarrollo de cada formulación hasta la distribución a través de su propia red logística. Por tanto, lo formulan, lo crean, lo envasan, lo paletizan, realizan los controles de calidad pertinentes, lo almacenan y finalmente, lo distribuyen. Además, diseñan y fabrican los propios envases en los que irá el producto, garantizando así una mayor rapidez en sus procesos productivos al no depender de terceros.

Respecto a la calidad, se controla en cada uno de los productos que saldrán al mercado a través de los más rigurosos estándares para que esté en perfecto estado cuando llegue a manos de los consumidores. En este sentido, en Quimi Romar cumplen con estrictas normas de calidad y control que hacen de sus productos, artículos

En 2013, Quimi Romar invirtió 4 millones de euros en su nueva planta, ‘la sala blanca’: un laboratorio de desarrollo de productos de cosmética y para el hogar



En plena crisis económica en nuestro país, Quimi Romar creció un 7,3% en 2013 respecto al ejercicio anterior

de total confianza. Tienen implantada la norma UNE-EN ISO 9001:2008 que certifica todo el proceso productivo y de gestión de la empresa, además de llevar a cabo controles de calidad en todas las fases de la cadena productiva, desde la materia prima hasta el producto terminado, pasando por controles en el proceso productivo y también en el momento del envasado.

Compromiso verde

Quimi Romar aplica un Sistema de Gestión Medioambiental comprometido con la protección y sostenibilidad del medio ambiente. Trabajan en reducir el impacto ambiental en todo el ciclo de vida del producto con el fin de controlar riesgos y minimizar residuos. Gracias a este Sistema de Gestión Medioambiental (SGA), evalúan el riesgo medioambiental de cada ingrediente y forman a su equipo para que puedan desarrollar sus actividades de conformidad con la política y los requisitos del sistema. De esta forma, proporcionan a los consumidores la confianza de que ayudan a la protección y sostenibilidad del entorno.

De Valencia al mundo

Actualmente, Quimi Romar exporta a un total de 46 países, siendo sus mercados prioritarios: África -sobre todo El Ma-

greb- y Europa. La exportación supone un 30% de la facturación anual de la compañía y este porcentaje pretende seguir creciendo en los próximos años. Entre los objetivos de futuro fijados en su estrategia empresarial a corto y medio plazo, están la inversión en nuevas líneas de producción para la creación de nuevos productos diferenciados ampliando así su catálogo. *‘A nivel comercial tenemos un gran objetivo: el crecimiento y consolidación de las ventas en países donde ya estamos implantados como Argelia, Túnez y Marruecos, donde esperamos grandes avances en los próximos años’*, afirma Ignacio Catalán.

Pero, ¿dónde podemos encontrar estos productos en nuestro país? Gran parte de las ventas de la empresa se producen en el mercado tradicional dirigidas al pequeño comercio, aunque también podemos encontrarlos en supermercados y grandes superficies con una muy buena relación calidad-precio. Además, también trabajan la marca de distribución (MDD) para firmas especializadas como Perfumerías Druni y fabrican la marca propia de Etnia Cosmetics, que acaba de entrar con ‘corner’ en El Corte Inglés.

