

“La sostenibilidad ocupa un lugar central en la estrategia de BlueSun”

BlueSun Consumer Brands es una empresa española especializada en productos para el cuidado del hogar, con una destacada presencia internacional y un enfoque claro en innovación y la sostenibilidad.

Pregunta. ¿Cuáles fueron los orígenes de BlueSun?

Respuesta. En 2013, el grupo inversor PHI adquirió la fábrica de La Antigua Lavandera en Sevilla. En 2016 amplió su capacidad industrial con la compra de una fábrica de productos para el cuidado del hogar en Mataró y asumió la propiedad de varias marcas líderes en el sector en diferentes países en Europa. Así nació el proyecto BlueSun

P. ¿Cuál es la estructura actual de la compañía?

R. BlueSun cuenta con más de 500 empleados y fábricas propias. La planta de Mataró, está especializada en productos de cuidado del hogar y ambientación mientras que la de Alcalá de Guadaíra (Sevilla), está centrada en diferentes productos de limpieza. En conjunto, se trata de más de 100.000 m² equipados con tecnología de última generación.

P. ¿Qué les diferencia de la competencia?

R. BlueSun es una compañía eficiente y versátil, con una gran capacidad para adaptarse a las necesidades de los diferentes países en los que opera. Esta flexibilidad, junto a un profundo conocimiento del consumidor, una fuerte orientación al cliente y una clara apuesta por la innovación, le

permite adaptarse con agilidad a los cambios que requiere el mercado. Además, BlueSun centra todos sus esfuerzos en desarrollar un modelo de crecimiento que asegure la preservación del planeta para las generaciones futuras.

P. ¿Cómo articulan su oferta?

R. La compañía ofrece una gama completa de productos para el cuidado del hogar. Entre nuestras marcas destacan La Antigua Lavandera que cuenta con un amplio portafolio en detergentes, suavizantes, perfumadores y otros productos del hogar y ha tenido un enorme desarrollo tanto en España como en diversos países del Este de Europa en los últimos años, Daz (marca icónica en el Reino Unido), A+ (Nórdicos y Portugal), Dreft (Benelux), Gama (Europa del Este y países francófonos), entre otras.

P. ¿Qué papel juegan la innovación y la sostenibilidad en su día a día?

R. La sostenibilidad es un pilar fundamental de nuestra estrategia. No solo apostamos por una economía circular —actualmente, el 42% de los materiales que utilizamos en nuestros procesos de producción son reciclados—, sino que también estamos plenamente enfocados en el desarrollo de



Jessica Villacorta

Directora de Marketing de BlueSun Consumer Brands

BlueSun prevé superar los 500 millones de euros en ventas, apoyada en la innovación, la sostenibilidad e incorporaciones a su portafolio, como la adquisición de la marca DAZ

envases sostenibles. Esto incluye la sustitución de envases de plástico por alternativas de cartón en nuestras cápsulas, la implementación de contenedores con un menor porcentaje de plástico y el uso de bolsas monomaterial reciclables. Un ejemplo significativo es la introducción de envases de cartón para cápsulas a nivel industrial, que nos ha permitido evitar la utilización de 320 toneladas de polipropileno virgen al año, lo que se traduce en la reducción de aproximadamente 2.000 toneladas de CO₂ equivalente.

Además, promovemos activamente el uso de energías limpias. Nuestra planta de Sevilla ya cuenta con una instalación de paneles fotovoltaicos y está previsto replicar

esta iniciativa en la fábrica de Mataró en 2025. En ambos casos, estas instalaciones permitirán cubrir más del 10% del consumo eléctrico, contribuyendo significativamente a la reducción de emisiones de CO₂.

También fomentamos el transporte sostenible entre nuestros empleados. Para ello, hemos instalado varias estaciones de carga semi-rápida en el aparcamiento de la empresa, de las que ya se benefician decenas de trabajadores.

Por último, entendemos que la innovación es clave para preservar el planeta para las futuras generaciones. Por eso, además de trabajar en envases más sostenibles, desarrollamos formulaciones con el menor impacto ambiental posible. Esto nos ha permitido lanzar productos que cuentan con certificaciones de alto reconocimiento como Nordic Swan, Ecolabel y Asthma and Allergy. En definitiva, el cuidado de las personas y del planeta están en la base de nuestro negocio. BlueSun, Care for people, care for planet.

Más información
bluesunbc.com