

# "Nuestras empresas se han especializado en las actividades de sus clientes para crecer"

**Entrevista a Juan Díez de los Ríos, presidente de Aspel**

Raquel Goig

Vinculado profesionalmente a Ferrovial durante más de 20 años, donde trabajó dentro del área de servicios, Juan Díez de los Ríos está al frente de la Asociación Profesional de Empresas de Limpieza (Aspel), compuesta por 17 grupos empresariales dedicados a los servicios, que incluyen la limpieza como sector principal. Son tanto multinacionales, como empresas medianas y otras derivadas de los grupos de construcción, como FCC, Acciona Facility Services, Ferrovial Servicios o Clece (Grupo ACS). Si bien no ha habido ninguna incorporación por parte de empresas de limpieza, desde la asociación aseguran que sí se han sumado recientemente clientes que apuestan por la externalización de estos servicios.



**A.: ¿Qué balance hace Aspel del sector de la limpieza industrial en 2014?**

**Juan Díez de los Ríos:** El último año siguió siendo malo para estas empresas porque continuaron los ajustes en los servicios de limpieza, se les pidió que bajaran los costes y aumentaran la productividad, por lo que se redujo su facturación. Ese año, algunos sectores industriales, como el de la automoción y aviación, comenzaron a crecer después de una gran caída. Este hecho, sin embargo, se produjo a lo largo del segundo semestre, por lo que no dio tiempo a que ese cambio de tendencia tuviera consecuencias en el sector de la limpieza industrial. En 2013 - el peor ejercicio hasta la fecha-, el volumen de negocio del sector de limpieza de edificios y locales cayó en 325 M€. Un año después, se apreció una ligera mejoría. Las empresas de Aspel, cuya representatividad dentro del sector se aproxima al 43%, incrementaron su facturación en 73,5 M€, con un volumen de negocio total que superó los 2.335 M.

**A.: ¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrentan las empresas de limpieza industrial?**

**J.D.R.:** Los clientes piden una especialización muy alta, además de compartir riesgos, por lo que en ciertas actividades, como alimentación, químicas, automoción o nucleares, por ejemplo, no es fácil entrar a trabajar sin buenos y formados especialistas y sin una buena capacidad financiera. En el reverso de la moneda, tampoco los clientes arriesgan en cambiar fácilmente de proveedor de limpieza. Si demuestras que sabes hacerlo, no es para un espacio breve de tiempo, sino para contratos de media o larga duración.

**A.: ¿Qué propuestas se manejan para que estas compañías mejoren sus resultados e inicien un ritmo de crecimiento?**

**J.D.R.:** La coyuntura ha mejorado en la mayoría de las actividades, aunque para recuperar algo después del ajuste severo de siete años en el sector de la limpieza, habrá que esperar. Se trata de un proceso que está siendo lento y así seguirá. Nunca se alcanzará la cota previa a la crisis en la externalización de servicios de limpieza en la industria.

**A.: ¿Se ha recurrido a nuevas vías para crecer?**

**J.D.R.:** Para conservar las ventas o crecer, nuestras empresas de limpieza se han especializado en las actividades de los clientes y sus procesos industriales, adquiriendo mucha experiencia en limpieza de aviones, automoción, industria alimentaria y bebidas, entre otros. Además, como especialistas en multiservicios, buscan

satisfacer sus necesidades, ofreciéndoles servicios distintos a la limpieza, como mantenimiento de instalaciones, recepción, catering, seguridad, jardinería, etcétera. El área de "Facility Services" les da la posibilidad de ser más útiles y alinearse con los objetivos de sus clientes.

**A.: ¿Se ha impuesto la internacionalización para estas empresas como una solución para hacer frente a la crisis? ¿Cuáles son para ellas los principales destinos?**

**J.D.R.:** Varias de las empresas que componen Aspel ya tenían presencia exterior, principalmente, en Latinoamérica por la facilidad del idioma. Otras han aprovechado la senda de sus matrices para afianzar su presencia más allá de nuestras fronteras. Las hay, también, que han firmado acuerdos o "joint ventures" con empresas de otros países de Europa para acceder a contratos paneuropeos.

**A.: ¿Qué perspectivas manejan para 2015?**

**J.D.R.:** Los datos correspondientes a los dos primeros trimestres del año revelan un crecimiento superior al 5% para el sector de la limpieza en España, lo que nos hace ser positivos y pensar en el fin de la recesión. Aun así, y pese a la mejor evolución de la economía, los impulsos dentro del área de servicios son muy pequeños y paulatinos. Los ajustes de la crisis son rápidos y fuertes y nadie espera que la economía recupere el nivel anterior. El mercado no se moverá hasta consolidar ganancias y lo hará siempre de manera suave, en consonancia con el coste que soportan los clientes. Los nuestros sólo van a permitir que aumenten los costes cuando sea absolutamente necesario para su productividad.

---

[Titulares Última Edición Impresa](#)

[Últimas noticias del sector](#)