



Foto: Karcher

Limpieza Industrial

Una apuesta por el medioambiente

El sector de la limpieza hotelera se encuentra en constante cambio; es dinámico, muy inquieto y se ve forzado a incorporar nuevas tecnologías, métodos y productos para adaptarse a las nuevas necesidades. Hasta hace poco, la limpieza era considerada como un trabajo sencillo y con poca valoración, sin embargo, poco a poco surgen nuevas especialidades que hacen que se necesite tener más conocimientos técnico, más investigación y nuevas formas de abordar esta actividad...

La limpieza y desinfección de útiles y superficies es fundamental tanto en hostelería como en restauración, de esta manera se puede evitar un posible contagio, especialmente en determinadas áreas y sectores, como son la industria

alimentaria, los centros sanitarios, los laboratorios, las cocinas o los baños.

Para conseguirlo, es necesaria la realización de una serie de procesos y actividades, donde no es precisamente

sencillo cumplir con los máximos estándares de limpieza. Para ello, los fabricantes de productos químicos ofrecen una amplia gama de productos que favorecen la eliminación de virus, hongos, algas o bacterias. Dentro de esta gran variedad hay que distinguir los específicos para la industria alimentaria, que cuentan con el Registro HA, aunque también existen específicos del sector sanitario, para aseos, vestuarios...

Para los establecimientos hoteleros es necesario, tanto por su reputación como por su imagen de cara a los clientes, una limpieza y desinfección total, por no hablar de la estricta normativa sanitaria y manuales de buenas prácticas, de obligado cumplimiento, cuyas directrices garantizan la máxima limpieza del establecimiento.

Por eso, es fundamental la implicación de todos los trabajadores, que deberán

“...la implantación de sistemas de limpieza que agilicen el tiempo empleado, la reducción de costes y la ausencia de accidentes laborales...”

seguir una serie de protocolos, tanto de higiene personal como de limpieza de la maquinaria, utensilios, así como del mantenimiento de su zona de trabajo. Dependiendo de la zona que requiera la limpieza, es necesario contar con una planificación; aparte de la cocina y de sus utensilios, es necesario tener en cuenta la limpieza del mobiliario, suelos, etc.

A la hora de utilizar los distintos productos de limpieza, es necesario que en la manipulación se sigan las instrucciones y consejos de uso, así se podrán conocer sus riesgos asociados. Toda esta información se indica en la etiqueta del producto, datos que se encuentran ampliados en la ficha de datos de seguridad (FDS), que tiene que estar a disposición del usuario, ya que permite establecer unos procedimientos de trabajo seguros, así como tomar medidas para controlar y reducir los riesgos.

Procesos de innovación

Actualmente, la situación del mercado invita a pensar en un cambio de las estrategias que se deben seguir, así se podrá garantizar que las empresas tengan un largo crecimiento en el futuro. En este cambio, “la innovación juega un papel crucial, el consumidor ha virado sus costumbres y evoluciona mucho más rápido que hace unos años. Hay que saber adaptarse a la demanda de los hoteles”, analiza José Tortosa, Gerente de Disarp.

En el ámbito de la limpieza se está perfeccionando “en la implantación de sistemas de limpieza que agilicen el tiempo empleado en ello, la reducción de costes y la ausencia de accidentes laborales. Se está implantando sistemas de limpieza de mopa plana, junto con sistemas de concentrados de productos químicos y el uso de maquinaria de limpieza”, explica Marc Cerón, Vicepresidente Grupo Dino. Anteriormente, el sector hotelero “se



Foto: Barceló

aprovisionaba, ahora sólo demandan lo justo, para ello hay que crear nuevos perfiles de productos. Este cambio de ‘escucha activa’ hacia el cliente (hotel) es el que nos hace estar con los productos demandados por el mercado y hacer más fácil la vida al usuario final del producto y a reducir a su vez los costes para su uso”, detalla José Tortosa.

En este sentido, se está mejorando sobre todo, “en el asesoramiento por parte de fabricantes y distribuidores, en la racionalización de los productos de limpieza, acercando con mejoras técnicas y económicas los productos con certificados ecológicos o con un menor impacto medioambiental”, afirman desde Laboratorios Bilper Group. Por ello, para

dar un mejor servicio al sector hotelero, “se fabrican nuevos productos químicos de la mejor calidad y menos agresivos, tanto para el medio ambiente como para los profesionales de la limpieza que tienen que utilizarlos”, describe Antonio Bartual, Director Comercial de Eurosanex. Así pues, continúa indicando que “este año hemos mejorado, pensando en este sector, nuestra gama de material textil, con productos de microfibra de la mejor calidad”.

Por otro lado, desde Hitares ponen especial atención en “mejorar los productos específicos, como los limpiadores-desinfectantes o los desincrustantes. En el primer caso trabajamos para obtener productos que ofrezcan al usuario un



Foto: Melia



Foto: Kärcher

plus en modo de desinfección, además del bienestar que genera una buena limpieza. En el segundo, la lucha contra los efectos de la cal en el agua es uno de nuestros caballos de batalla”, define Xavier Caballero, Director Comercial de Hitares. Es por esta razón, que intentan que “las materias primas sean contundentes contra la suciedad pero no agresivas contra el profesional. Y también trabajamos en la mejora de nuestros envases para que sean completamente ergonómicos, y evitar así lesiones por exceso de peso o malas posturas”.

Aparte de los productos de limpieza, en este sector tiene especial importancia la maquinaria de limpieza. En consecuencia, Rafael López, Responsable Grandes Cuentas Unidad de Negocio Profesional de Kärcher, indica que han “diseñado unos equipos ECO, mucho más silenciosos y con unas necesidades energéticas que reducen el consumo hasta en un 40%. De esta forma, la gama de aspiradores ECO, no sólo minimizan el impacto acústico tan molesto para el cliente, sino que además ahorra costes fijos”. Del mismo modo, Natalia Martín, Directora de Marketing Iberia de Nilfisk explica que han “desarrollado para la limpieza de las diferentes áreas de los hoteles, una máquina compacta, de alto poder de limpieza muy fácil de usar. Este año hemos lanzado la SC 351: una fregadora muy compacta que es capaz de

fregar debajo de las mesas de un comedor, debajo de una escalera o recoger una fuga de agua en sólo algunos segundos”.

Por último, no hay que olvidar la presencia de equipos de limpieza “en seco” de moqueta. “Estos equipos, nos permiten realizar un desmanchado de la moqueta sin necesidad de bloquear las habitaciones, con todo lo que ello supone, y alarga en el tiempo las intervenciones de limpieza en profundidad tan costosas para los hoteles. También su uso en los pasillos se puede hacer sin bloquear las plantas, y su sonido es como el de un aspirador, por lo que el nivel de molestia es mínimo para los huéspedes”, expone Rafael López.

Diseño + Eficiencia

Para favorecer la manipulación de los distintos elementos, y facilitar el trabajo, es muy importante adaptar los formatos a las necesidades de cada cliente, de esta manera se otorga una mayor comodidad a los profesionales que deben utilizarlos y permiten un mayor aprovechamiento del producto.

Hay que tener en cuenta que un amplísimo porcentaje del coste de los productos químicos de limpieza corresponde “al transporte. El agua pesa y ocupa, eso es igual a kilos y volumen. Es la fórmula ideal para encarecer

“los envases de productos químicos contienen productos con contenidos peligrosos y cada vez más se tiende a almacenar menos cantidad de ellos en los offices de los hoteles”

el transporte y el almacenaje de los productos. Por este motivo, es muy importante desarrollar nuevos formatos y sistemas que aligeren este coste”, argumenta Xavier Caballero, de Hitares. En este sentido, el mercado “demanda una tremenda diversidad de formatos y envases tanto a nivel profesional como doméstico, complicando y encareciendo tanto el producto, en sí mismo, así como su almacenaje. Han sido muchos los intentos de imponer y recomendar la utilización de productos concentrados para que el usuario realice la dilución con el consabido ahorro de transporte, almacenaje y generación de envases sobrantes, pero desgraciadamente no termina de cuajar en la medida que sería deseable, en el lado positivo hay que destacar la gran concienciación por parte de todos para la recuperación de estos restos, disminuyendo notablemente su

Foto: Nilfisk



repercusión medioambiental”, analizan desde Laboratorios Bilper Group.

El envase se convierte en un problema para el hotel, “no únicamente por cuestiones logísticas y de almacenaje, sino posteriormente por cuestiones de retirada y reciclaje”, precisa Rafael López, de Kärcher. Es por eso que el “papel de los envases cada vez tiende a ser menor, se está utilizando sistemas de productos concentrados, que permiten reducción de costes, tanto en consumo como en el uso de menos envases”, observa Marc Cerón, de Grupo Dino. Además, se ha de ser consciente “que los envases de productos químicos contienen productos con contenidos peligrosos y cada vez más se tiende a almacenar menos cantidad de ellos en los offices de los hoteles”, argumenta.

“Desde unos años a esta parte, se vienen diseñando cada vez con más frecuencia envases con productos concentrados y con certificados que garantice su inocuidad en caso de derrame. Hay que

tener en cuenta que, según el tipo de producto, su almacenaje puede estar supeditado a unas normas de seguridad y medio ambiente”, describen desde Kärcher. Desde Disarp, explican que han “eliminado una gran cantidad de envases y almacenajes en productos de limpieza, tan solo cambiando el método de aplicación o sistema de los productos, ya sea con el sistema de monodosis hidrosolubles”, con esto el cliente se puede ahorrar “incluso mas de un 60% al producto convencional ya que nosotros enviamos el producto puro sin agua, y el cliente añade agua a las botellas de uso, rellenándolas constantemente, con lo que sólo paga una vez la botella, el cabezal y la etiqueta de gran calidad, y el producto lo rellena. El cliente sólo está pagando por el producto de limpieza, no por todo el global, al no transportar agua, ni volumen ahorramos espacio y envases”, define José Tortosa.

Del mismo modo, desde Eurosanex, comentan que han “ampliado la gama de limpiadores con botellas de formato

más pequeño, para que resulten más prácticas a los profesionales de la limpieza, con envases ergonómicos, etc. Además, disponemos de otros productos específicos para este sector. Nuestra gama de concentrados es un ejemplo, pues permiten obtener, con un envase de 5 litros, hasta 100 litros de producto diluido con un rendimiento insuperable. Conseguimos así una mayor rentabilidad, ahorro de espacio de almacenaje y una menor producción de residuos”.

Respeto al medioambiente

Las empresas fabricantes de productos para la limpieza industrial deben, además de ofrecer una limpieza eficaz, ser medioambientalmente responsable.

“Los productos ecológicos van a tener cada día una mayor demanda. A pesar de que en estos momentos, el precio es uno de los aspectos que más tienen en cuenta los clientes, el respeto por el medio ambiente será más y más demandado”, informa Xavier Caballero (Hitares).

Una gran empresa que responde a sus necesidades

SERVICIO INTEGRAL DE PRODUCTOS Y SISTEMAS DE LIMPIEZA E HIGIENE PROFESIONAL

Tel. 91 447 20 56
Fax: (+34) 91 594 53 22
e-mail: grupo@grupohelo.com
www.grpohelo.com

C/ Rodriguez San Pedro, 7 28015 Madrid

MAQUINARIA INDUSTRIAL

Un elemento fundamental para las distintas empresas de limpieza, además de para los distintos establecimientos hoteleros, es la maquinaria de limpieza. Con esta tipología se consigue un ahorro de costes muy considerable, además de acortar muchísimo el tiempo empleado en limpiar cada espacio, permiten utilizar productos menos agresivos con el medio ambiente, consiguiendo el mismo resultado. En este sentido, será un elemento cada vez más interesante e importante dentro de la higiene profesional de los establecimientos hoteleros.

Esta maquinaria, como no podría ser de otra manera, se suma a la apuesta ecológica, ya que se puede desinfectar sin producto químico, teniendo una máquina de vapor, de la misma manera que se puede limpiar enérgicamente una superficie tan sólo con fuerza teniendo una máquina de agua a presión... Cada vez existen más pliegos de limpieza en los que los valores medioambientales van ganando peso, situándose en un segundo lugar, tras la económica, a la hora de valorar la oferta. Por ello, los valores que hacen referencia a ahorros de agua y energía, son unos factores que cada vez en más medida se pueden cuantificar de un modo numérico, lo que ayuda a su comprensión y análisis.

Han ido apareciendo conceptos, como el modo ECO, ahorro de energía y agua, o sistemas de dosificación para un mayor control en el uso de detergentes, que se han añadido a las características que valoramos a la hora de decantarnos por un equipo o por otro. Los fabricantes tienen la obligación de informar de las ventajas que estos extras pueden aportar, no sólo a sus equipos, si no a sus contratas y al medioambiente.

Dentro de la categoría de maquinaria de limpieza industrial, existen gran variedad de ellas, entre las que se encuentran:

Aspirador en seco y húmedo: cuentan con motores eléctricos, que funcionan con 220 V, donde su consumo oscila entre los 1.000 y los 2.600 W. Dentro de ellos, los aspiradores de polvo cuentan con un sólo motor mientras que los que incorporan agua tienen dos. Dependiendo de sus dimensiones se podrá trabajar durante más horas sin que se caliente en exceso.

Rotativa: posee diferentes diámetros en función de la zona donde se vaya a emplear la máquina.

Barredora: con este tipo de maquinaria sólo podemos hacer aspirados o barridos en superficies lisas o pintadas. En lo referente a su motor, encontraremos en el mercado la barredora con motor de gasolina, que se podrá utilizar en exteriores, o con motor eléctrico, accionado por baterías que podremos utilizar en interiores.

Fregadora: posee las mismas características que las barredoras pero incluye fregado de agua y producto, dejando una superficie más limpia. En el mercado existen gran variedad de tipologías.

Pulidora: en el mercado hay pulidoras de diferente tensión que pueden servir para trabajos en viviendas particulares o en grandes obras. El peso es un factor a tener en cuenta, ya que, cuanto más elevado sea éste, mayor será el rendimiento. También, los diferentes granos de piedra influyen en la rapidez del trabajo. Estas máquinas disponen de un solo motor eléctrico y todas funcionan conectadas a la red eléctrica.

Hidro-limpiadora: la diferencia entre los modelos está en el caudal de agua y presión. Es importante que para los diferentes trabajos podamos utilizar agua fría o agua caliente.

Máquinas de inyección-extracción: están diseñadas para el lavado de moquetas y tapices, pudiendo mezclar el producto con el agua a través de la boquilla de lavado. Es importante que sepamos cuándo tenemos que utilizar agua fría o caliente para los diferentes tejidos.

Rebajadora de suelos (terrazo, mármol, etc.): esta maquinaria precisa de motores eléctricos más potentes que las anteriores, pudiendo trabajar entre 220 ó 380 V. Sus tomas de corriente se encuentran adaptadas con medidas de seguridad contra el agua.



Foto: Kärcher

Conseguir productos que eviten el daño al medio ambiente es una de las principales premisas de los fabricantes. Pero, ¿cómo se consigue fabricar productos de limpieza que sean sostenibles?

“Lo principal a la hora de conseguir este tipo de productos es el control. Las empresas deberán de ser objeto de controles independientes que demuestren su compromiso con la sostenibilidad en el desarrollo y la fabricación de sus productos”, detallan desde Kärcher. La tendencia del mercado es evolucionar “a ser más ecológicos, lo que conlleva nuevos sistemas para estar al día y todo ello sin perder efectividad en el producto. Ahorramos en el transporte del agua, ahorramos en plásticos, ahorramos en destrucción de envases, y el producto nunca deja de tener sus calidades”, expone José Tortosa (Disarp).

Cuando se desarrolla un producto se busca “la ergonomía, la eficiencia y la fiabilidad respetando el medio ambiente. Cada nuevo producto es probado en el mercado durante unos meses antes de salir a la venta. Por ejemplo, para un aspirador nuevo siempre utilizamos materia prima reciclable, motor de aspiración de menor consumo y bolsa

de calidad para evitar que la suciedad vuelva al entorno y así mantener limpio el medioambiente”, observan desde Nilfisk. Los productos ecológicos “no son sólo aquellos certificados con la etiqueta ecológica, el respeto a la naturaleza también implica emplear menos producto, que sea menos contaminante para las aguas.... Por ello, los químicos concentrados son también altamente respetuosos con el medio ambiente”, detallan desde Hitares. Así pues estos productos suponen “un ahorro en el precio, pues con la misma cantidad de producto, se limpia más, un ahorro en materiales (el plástico de las garrafas, el papel de las etiquetas, el transporte...), etc. Por lo tanto cualquier producto concentrado también es más respetuoso con el medioambiente”, comenta.

Otro aspecto que se propone llevar a cabo para favorecer la eficiencia energética es “excluir los productos y las sustancias más nocivas para el medioambiente y para la salud cuando hay alternativas viables. El uso de productos



Foto: Kärcher

concentrados, requiere una formación del trabajador, ya que a menudo se usa una cantidad excesiva de productos de limpieza por desconocimiento de la dosis adecuada que hay que utilizar o porque no hay aparatos para medirla. Se podría mejorar mucho la situación incluyendo

dosificadores e instrucciones”, analiza Rafael López, de Kärcher.

En estos momentos, cada vez existen más productos con “ecoetiquetas, que son proporcionadas por organismos que evalúan y hacen auditorias de ellos.

20 años

OFRECIENDO GARANTÍA, CALIDAD E INNOVACIÓN. LOS PRIMEROS EN ANTIGÜEDAD Y LIDERAZGO

GRUPO Dino

Primer grupo en distribución de productos y maquinaria para limpieza e higiene industrial en España y Portugal.

Servicio integral personalizado. Un único proveedor con 30 delegaciones a su servicio.

Pza. Conde Valle Suchil 9, 1A · 28015 Madrid · grupo@dino.es · www.dino.es · Tel.: 902 305 080



Foto: Bilper

Actualmente, este segmento va en aumento, pues en un pasado la escasez de demanda, la baja producción y los costes elevados hacían que los productos no fuesen competitivos”, puntualiza Marc Ceron, de Grupo Dino.

Cada vez más, los clientes del sector hotelero están concienciados con la protección del medio ambiente, de ahí que demanden productos respetuosos. Por ello, hoy en día, la “normativa es más exigente en el consumidor final, con obligación de consumir este tipos de productos, hecho que ha provocado que los fabricantes fabriquen más cantidad de ellos. Estos productos tienen como contenido productos que no dañen el medio ambiente, pero no tan solo el contenido, sino el envase, el cartón, la botella,...hasta las tintas que imprimen la etiqueta”, describe Marc Cerón. En general, las normativas de fabricación para cualquier tipo de producto “son cada vez más restrictivas debido a la actual normativa (REACH). Así, en algunas clases de químicos, no hay apenas diferencia entre un preparado ecológico y otro que no lo es, pues en todo el proceso de fabricación debemos tener en cuenta que el resultado sea lo menos dañino posible tanto para la naturaleza como

para el trabajador que debe manipularlo”, concluye Antonio Bartual (Eurosanex).

Nuevos caminos

En la situación que nos encontramos, la mayor parte de los clientes se guían únicamente por el precio. “Actualmente los precios de los productos ecológicos son más competitivos que hace unos años. La elevada producción que hay, la competitividad con otros fabricantes y la calidad de los mismos ha repercutido en el precio. A nivel de efectividad de trabajo, es muy similar...pero a nivel de precio aún no ha llegado a ser igual que los tradicionales de siempre”, expone Marc Cerón (Grupo Dino).

Por esa razón, las empresas “deben centrarse más que nunca en ofrecer lo que sus clientes les demandan, y esto pasa también por ofrecer productos menos costosos”, define Antonio Bartual (Eurosanex). Por otro lado, con el producto 100% concentrado, “el cliente rellena el envase facilitado no consume plástico nuevo, utilizará un único cabezal que será más profesional para que aguante más veces, ni etiquetas nuevas, el agua y la mano de obra de envasar el producto, al final obtiene el mismo producto pero muchísimo más barato, ahorrando en espacios y costes. Sin llegar a perder la calidad”, expone José Tortosa (Disarp).

Pero, para poder adaptarse a los tiempos que corren, hay que “ajustarse a los márgenes y optimizar todos los procesos de fabricación, almacenaje y distribución para poder ser lo más competitivos posible. En ninguno de los casos Laboratorios Bilper se cuestiona conseguir este equilibrio bajando la calidad, ya que a pesar de la dificultad del momento y del sector una pérdida cualitativa sería un retroceso de muy difícil recuperación”, describen desde Laboratorios Bilper Group. Sin embargo, desde Kärcher, comentan que hay que contar con “flexibilidad y con respuestas individualizadas a cada cliente. A la hora de diseñar un producto, ya sea máquina o químico, nos hemos de situar en el lado del cliente, en cómo lo utilizaría y para qué. Darle diferentes posibilidades a una misma máquina, lo cual ahorra en nuestros costes de producción y le ahorra al cliente tener máquinas paradas por falta de aplicaciones”.

Por lo tanto, lo que se tiene claro es que los clientes prefieren “tener la garantía de comprar un producto de calidad de una empresa con experiencia y garantía. En estos tiempos los clientes se apuntan a las marcas fiables, con un buen servicio post venta y un buen asesoramiento a la hora de elegir la mejor solución para sus necesidades”, analizan desde Nilfisk. Los fabricantes están tomando distintas



Foto: Nilfisk

medidas para afrontar la crisis, así pues desde Eurosanex opinan que “las empresas tenemos un trabajo constante que realizar para continuar con nuestra actividad, y es la reducción y optimización de costes. Desde mucho antes de que comenzara la crisis económica en Eurosanex controlamos muchísimo los gastos y costes de cada producto, para mantener al máximo posible la rentabilidad de la empresa”. Con esta misma idea, Nilfisk- Advance A/S siempre “ha apostado por la calidad. El desarrollo de nuevos productos está enfocado a dar siempre la mejor solución en limpieza respetando el medioambiente. Nuestra premisa es adaptarnos a las nuevas necesidades y demandas de nuestros clientes, basando nuestra estrategia en un buen servicio para ser la elección preferida de nuestros clientes”.

De igual manera, no hay que olvidar nunca que “la calidad de producto, la amplitud de gama y la diversificación de líneas permite acceder a nichos de mercado, tanto nacionales como internacionales,



Foto: Kärcher

que ‘alegran’ la venta; bajo nuestra óptica los mercados exteriores son unos grandes aliados en el momento actual”, aclaran desde Laboratorios Bilper.

Pero, en lo que se está invirtiendo y lo que va a ser fundamental de cara

al futuro es la “innovación. Estamos invirtiendo en nuevos equipos y productos. Actualmente una máquina que no venga acompañada de un servicio postventa notable, nunca será una buena herramienta de trabajo”, observa Rafael López, de Kärcher.

C/ Rodriguez San Pedro, 7 28015 Madrid
Tel. 91 447 20 56 e-mail: grupo@grupohleo.com
Fax: (+34) 91 594 53 22 www.grupohleo.com

QUÍMICOS DE MARCA

Limpieza responsable



Pilar Espina Manchón

Directora General de Adelma

«Las buenas prácticas en ecodiseño de envases llevadas a cabo por las compañías proporcionan un gran valor diferenciador»

Adelma es una organización empresarial, donde se encuentran distintas empresas fabricantes y comercializadoras de detergentes y productos de limpieza y mantenimiento, tanto los utilizados en el hogar, como los empleados en aplicaciones institucionales, profesionales e industriales. Hostelpro ha mantenido una conversación con Pilar Espina Manchón, Directora General de la Organización, para conocer la actual situación del sector de Limpieza Industrial, los productos más novedosas y los cambios más significativos acaecidos en los últimos años.

En un momento como en el que nos encontramos, ¿qué estrategia se está siguiendo desde la Asociación para aumentar la productividad del sector?

Nuestro sector está encuadrado dentro de la industria química y el tema de la productividad ya está cubierto y tratado dentro del Convenio General de la Industria Química, en cuya elaboración de su texto se ha tenido en cuenta como parte fundamental del mismo. En dicho texto han trabajado conjuntamente todas las partes interesadas (patronal y sindicatos) y fue aprobado (XVII CGIQ) en el mes de abril de este mismo año con un período de vigencia de dos años.

¿Cuáles son las principales actividades que lleva a cabo, actualmente, ADELMA y hacia dónde va dirigida su actividad actual?

ADELMA, cuyo principal fin es servir de apoyo a las empresas a ella asociadas, continúa dando prioridad a todos los servicios encaminados a asesorar a las empresas en materia de legislación, ya que nuestro sector es uno de los más legislados. En este complejo marco regulatorio, buscamos la simplificación y agilización de los trámites administrativos propios de los productos químicos, armonización de criterios (mercado único), minimizar el impacto (Ley de RMA, Residuos de Envases, etc.), contratación

pública (Ecoetiquetas) y, finalmente, apoyo a las empresas en la adaptación a la Normativa, en especial, Reglamento de Detergentes, Biocidas, CLP, REACH, etc.

En el campo del reconocimiento sectorial e institucional, continuamos trabajando para mantener la confianza y la reputación de la Asociación como voz del sector, mantener y promover el acceso a los puntos de influencia institucionales (presentes tanto a través de FEIQUE como de Aise, desde el inicio de los procesos legislativos que nos afectan, tanto a nivel europeo como nacional), intensificar la difusión de la Asociación a las empresas del sector y mantenemos una estrecha colaboración con sectores afines tales como pinturas, adhesivos, cosmética, etc, entre otros, formando grupos de trabajo para temas específicos que afectan a dichos grupos.

En cuanto a temas propios del sector, queremos hacer hincapié en la Responsabilidad Social Corporativa, el impacto y visibilidad de las iniciativas sostenibles, la comunicación al consumidor a través del proyecto Cleanright, seguimiento de incentivos para innovación y otras ayudas y seguimiento del mercado exterior.

Igualmente, hace varios años hemos comenzado a establecer acuerdos con diversas Entidades de Colaboración mediante los cuales se aprovechan sinergias en ambos sentidos.

Finalmente, y en el campo que nos ocupa, ADELMA desde hace años está profundizando su atención y trabajo en el usuario de productos profesionales. Prueba de ello es la participación como parte del Comité Organizador de las tres ediciones del Congreso Nacional de Limpieza e Higiene Profesional, ostentando en esta última edición de 2013 la Presidencia de dicho evento.

¿Qué se está innovando para mejorar en la limpieza de los hoteles? (I+D+i)

La función intrínseca de los productos de limpieza es limpiar las superficies sobre las que se aplica o sumerge el objeto, por lo que su formulación desde su primeros pasos está desarrollada teniendo en cuenta las características concretas tanto de los objetos a limpiar,

como del sistema de aplicación que se necesite seguir en dichos procesos, especialmente en el sector de la limpieza profesional o industrial donde los requisitos de limpieza son altamente específicos para cada aplicación.

Tanto a nivel general como en el particular caso de los productos enfocados al mundo de la hotelería, debemos hacer hincapié en que las empresas se esfuerzan continuamente con el fin de llevar al mercado productos de alta eficacia, como es el caso de los productos concentrados, aunque siempre salvaguardando el medio ambiente ya que en todos los procesos se tiene en cuenta la sostenibilidad de dichos productos en materia medioambiental prestando especial atención a la protección de la salud humana de todos los colectivos usuarios de los productos.

¿Qué papel desempeñan los envases en cuanto a distribución y almacenaje de productos de limpieza?

Los envases son una parte fundamental del producto, no sólo por las características propias del envase sino también por su finalidad principal, que no es otra que proteger el contenido. Además, también es fundamental en cuanto al almacenamiento y transporte y, por supuesto, como vehículo de información al usuario del producto a través del etiquetado en el envase. Por ello, las empresas profundizan y ponen todo el cuidado en todas las etapas de vida del envase, desde su diseño cada vez más sostenible con el fin de disminuir el impacto al medio ambiente en sus diversas vertientes: peso, disminución de residuos, aumento de la reciclabilidad, etc., es decir, llevando a cabo una completa gestión del residuo. Las buenas prácticas en ecodiseño de envases llevadas a cabo por las compañías proporcionan un gran valor diferenciador.

El dato proporcionado por ECOEMBES indica que en los últimos trece años se han puesto en marcha más de 30.000 medidas de ecodiseño que han permitido reducir el peso de los envases hasta un 16%. Igualmente interviene en este proceso la utilización de material reciclado y un determinado diseño que

permita la optimación del transporte y de la distribución del producto en sí.

Desde hace años las empresas que ponen envases en el mercado, ya sea en el canal doméstico o industrial y profesional, están comprometidas con el reciclado de los residuos de los envases, a nivel doméstico a través de ECOEMBES y a nivel profesional a través de CONFECOI, entidad creada en 1997 entre diversas asociaciones y empresas, entre ellas ADELMA, con el fin de fomentar la reducción en origen y priorizar, como técnica de gestión, la reutilización, reciclado y otras formas de valorización de todo tipo de envases industriales puestos en el mercado.

Además, cada dos años CONFECOI elabora los correspondientes Planes Empresariales de Prevención.

Conseguir productos que eviten el daño al medio ambiente es una de las principales premisas de los fabricantes, ¿cómo se consigue fabricar productos de limpieza que son sostenibles?

Además de las medidas anteriormente comentadas con respecto al tema del envasado, la vía más adecuada para conseguir tal fin es la dedicación y esfuerzos en el campo de la I+D+i, con el fin de proporcionar productos de múltiples prestaciones, en función de las necesidades del usuario, y todo ello con una alta eficacia y una elevada sostenibilidad.

En este sentido, nuestra Asociación lleva casi una década (desde 2004, con el Código de Buenas Prácticas

Medioambientales) promoviendo diversos proyectos dirigidos a conseguir productos más sostenibles en el amplio sentido de la palabra, es decir, teniendo en cuenta los tres ejes que sustentan la sostenibilidad (económico, social y medioambiental) a lo largo del ciclo de vida del producto.

Así, nuestro sector, consciente de que el mayor impacto de nuestros productos radica en la fase de su uso, ha desarrollado o está participando en iniciativas voluntarias para reducir el impacto, en algunos casos a lo largo de todo el ciclo de vida del producto y, en otros, a determinadas fases del uso.

Respecto a la numerosa existencia de este tipo de iniciativas voluntarias o también conocidas como etiquetas, como ya hemos comentado en otras ocasiones, consideramos que siempre es positivo, siempre y cuando los criterios adoptados para la concesión de tales etiquetas estén en consonancia, no sólo con el respeto al medio ambiente sino también con criterios de sostenibilidad.

De la misma manera, me gustaría resaltar como algo muy conveniente para el sector institucional y profesional, que cualquiera de estas iniciativas voluntarias, que cumplen realmente los mismos criterios de sostenibilidad que la ecoetiqueta europea, pudieran ser igualmente válidas para la contratación pública verde. El hecho de que la industria presente nuevas iniciativas para una producción y consumo sostenibles no puede verse de otra manera que como el reflejo del interés permanente por satisfacer las necesidades presentes sin comprometer las necesidades futuras.

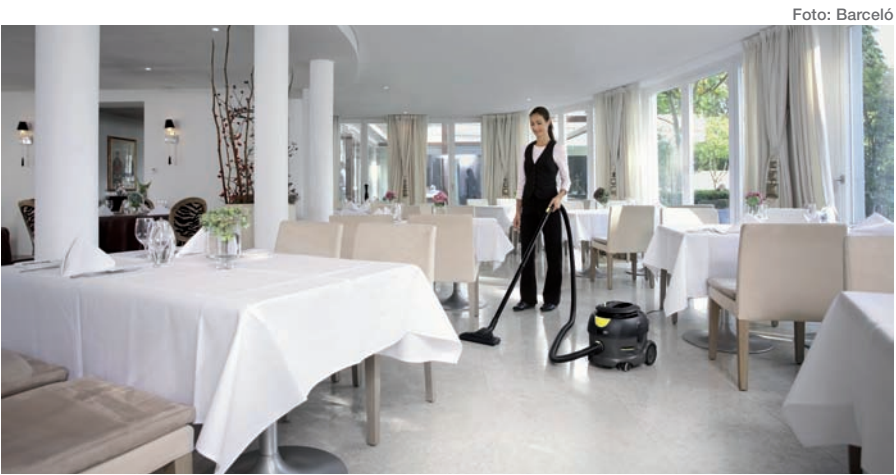


Foto: Barceló