



Foto: Karcher

Limpieza industrial

Favoreciendo una estancia de calidad de calidad

A lo largo de los años, los productos de limpieza que se utilizan en los establecimientos hoteleros, así como los aparatos de limpieza profesional, han sufrido un gran desarrollo, introduciendo diversas mejoras en lo que se refiere a su uso para hacer mucho más fácil su manejo por parte del operario que se va a encargar de estas tareas y, sobre todo, en relación con la eficiencia y el medio ambiente.

En los establecimientos hoteleros, la pulcritud en la limpieza está considerado como un elemento de confort fundamental para generar la mayor satisfacción del huésped, a su

vez que hace que se consiga una buena reputación en los canales del sector. Se trata de un aspecto que se encuentra, probablemente, por encima de otros elementos de gran relevancia como

el precio o la calidad de la atención. Además, un cliente satisfecho suele convertirse, de manera automática, en un visitante recurrente y en un prescriptor entre su círculo social.

Por todas estas razones, los establecimientos de hostelería dedican a la partida de limpieza una buena parte de sus recursos, a la vez 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.

También, la calidad de la limpieza se eleva de manera considerable si los productos elegidos facilitan la actividad. Cada vez más, los productos de limpieza se formulan para realizar un trabajo específico, con esto se puede asociar un producto a una operación determinada,

estando preparados para su uso, con las dosis adecuadas...

“Cada vez más los protocolos internos de las propias cadenas, como el sentido común, hacen que se decanten por nuevos sistemas mucho más avanzados a los tradicionales, tanto en ergonomía como en rapidez y calidad de limpieza. Los sistemas de fregado en mojado con mopa plana son los más indicados para la limpieza de pasillos, habitaciones, salones y recepciones en entornos hoteleros”, analiza Enrique Canela, Marketing Manager Ibérica de Vileda Profesional.

Además, tal y como concretan desde Eurosanex, generalmente, los hoteles buscan sistemas cómodos, de calidad y a buen precio. Por ello, suelen emplear la gama de productos concentrados. “Es la manera más práctica de tener productos de alta calidad al mejor precio”. Asimismo, Javier Febrer, Director General de Dydsa, asegura que actualmente, “nuestros clientes se están decantando por la línea de monodosis hidrosolubles para la limpieza de habitaciones y superficies; así como, la línea ecobox para la limpieza de cocinas y lavandería”. Del mismo modo, en los últimos meses los hoteles están dejando de banda los productos ‘low cost’, que tanto han crecido durante la crisis pasada, para volver a estudiar e implantar sistemas concentrados de limpieza. “Se observa un aumento en dichos productos debido a la rentabilidad de costes, simplicidad de uso y exigencia en normativa de riesgos laborales”, describe Marc Cerón, del Grupo Dino.

Por otro lado, desde su experiencia, Miguel Ángel Sampol, Director Comercial Línea Industrial de Laboratorios Vinfer, especifica que se busca la eficacia y el ahorro de tiempos a la hora de elegir el sistema de limpieza. “Con una tecnología adecuada y productos específicos y de claro uso, por ejemplo una habitación estándar de un hotel de 4-5 estrellas, puede realizarse en 9 minutos de media si es ocupada por un solo huésped y 12 minutos si es ocupada por dos, tiempos basados en pruebas reales”.

Así pues, la elección se decanta mayormente en productos concentrados y sistemas de limpieza ergonómicos. En lo que a maquinaria de lavandería respecta,



Foto: Girbau

desde el Departamento Comercial de Domus indican que se escoge en función de necesidades: si tiene o no externalizado el servicio de lavandería. En cualquier caso, “la maquinaria tiende a ser de pequeña capacidad de 10 a 25 Kg, por regla general. En los hoteles de 4 a 5 estrellas se añaden mesas de repaso para dar mejor servicio al cliente, en caso de demanda”.

Innovación en el sector

Dentro del sector de la limpieza de hoteles surge una estrategia general del sector fabricante de productos de limpieza para ofrecer soluciones al impacto medioambiental, evitando, además, riesgos en su manipulación, potenciando de esta manera en conjunto la calidad y eficacia del producto final.

En este sentido, “las principales novedades radican en la simplificación de procesos, productos polivalentes y garantía de seguridad ecológica con sello Ecolabel. Cabe destacar que se está intentando que los hoteles tengan los productos con la misma fragancia para limpieza de superficies, lavabo, ambientación”, describe Marc Cerón (Grupo Dino).

De igual manera, desde Eurosanex, destacan que en la actualidad, los esfuerzos en esta materia van encaminados hacia un mejor control de la dosificación, de manera que los clientes

puedan conseguir el máximo rendimiento con la mínima dosis. Así pues, dado que el objetivo irrenunciable para los hoteles es la calidad total en limpieza e higienización, “las empresas tienden, cada día, a desarrollar productos concentrados, en los cuales controlamos los sistemas de dosificación exactos y precisos para cada aplicación. Lo que supone un ahorro de tiempo y costes”, especifica Miguel Ángel Sampol (Laboratorios Vinfer).

Además, el uso del sistema de código de colores para limpiar las diferentes áreas ya se va generalizando. “Las mopas de



Foto: Vileda



Foto: Kärcher

microfibra están teniendo cada vez más importancia en la limpieza de los suelos. Y, el uso de estas fibras (microfibras) está desbancando a los tejidos tradicionales, ya que permiten una limpieza en profundidad y con una menor utilización de productos químicos”, concretan desde Nadif Europa.

Por otro lado, Ignacio Carrera, Director de B.U. Profesional/Distribución de Kärcher, detalla que, en lo que se refiere a maquinaria de limpieza, se están desarrollando equipos más compactos y ergonómicos, silenciosos y de bajo consumo energético.

Pero, sobre todo, lo que se está notando en opinión de Enrique Canela (Vileda Profesional), es que hay una clara tendencia a aplicar sistemas que se vienen utilizando en entornos hospitalarios. “La profesionalización de los resultados y asegurar la higiene son las razones básicas. Unos ejemplos serían la irrupción de microfibras en todos los utensilios, la utilización de códigos de colores para evitar contaminaciones cruzadas, el cambio de aguas y utensilios en cada habitación, y alguno más”.

La importancia del envase

Los envases están considerados como una parte fundamental del producto, no sólo por las características propias

“Hay una clara tendencia a aplicar sistemas que se vienen utilizando en entornos hospitalarios. La profesionalización de los resultados y asegurar la higiene son las razones básicas...”

del mismo sino también por su finalidad principal, que no es otra que proteger el contenido. A esto se le suma su función de almacenamiento y transporte, además de ser la manera en la que el usuario del producto se informa gracias a su etiquetado.

Por todas estas razones, las empresas profundizan poniendo todo el cuidado en todas las etapas de vida del envase, desde su diseño, cada vez más sostenible, para 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.

Por todo esto, los fabricantes de productos de limpieza están diseñando sus envases cada vez más pequeños y biodegradables, con formulaciones concentradas, fomentando el ahorro energético y el uso eficiente del agua.

Así pues, “el envase tiene que ir orientado preferentemente a la mejor utilización de la logística, la gestión de los espacios es algo fundamental. El producto encaminado a Horeca, debe llevar claramente especificada su composición e instrucciones de uso pero no necesita un packaging como el producto de consumo”, explican desde Nadif Europa.

Además, hay que tener en cuenta que los clientes buscan, ante todo, la comodidad y un buen precio, sin embargo, cada vez valoran más aspectos como la reducción de los residuos y el cuidado del medio ambiente. Así, por ejemplo, “los productos concentrados están muy demandados entre los hoteles, ya que ahorran espacio de almacenamiento y reducen al mínimo la generación de residuos. Por ello se adquieren en envases más pequeños y las botellas para producto diluido son siempre las mismas”, concretan desde Eurosanex. Igualmente, desde Grupo Dino, destacan que cada vez más se están implantando los productos ‘bag in box’, es decir, cartón exterior con una bolsa interior de 5 o 10 kilos. Mediante un mecanismo se conectan a un equipo diluidor que proporciona la misma dosis para todo el equipo humano del establecimiento. “Gracias a que se trata de un producto concentrado, se consigue bajar el consumo de envases grandes. Y, por lo que respecta a envases menores,



Foto: Vileda

al ir los responsables de limpieza a rellenar al mismo punto, se consigue que utilicen varias veces el mismo envase en el trabajo diario. Con este ejemplo, estamos demostrando que el consumo de envases disminuye considerablemente y no permitimos dañar el medio ambiente”.

Con esta misma idea, se debe considerar que los envases incrementan los costes de distribución, por ello, “actualmente se trabaja con capsulas o concentrados que se diluyen con dosificadores en el propio establecimiento”, determinan desde Kärcher. Y, dado que el reciclado de los envases es un coste importante para los clientes, “con la línea de monodosis hidrosoluble evitamos el reciclado de envases, a la vez que reducimos el espacio que ocupan. Con la ecobox se evitan los costes del reciclado de envases de plástico. También es muy interesante el sistema de devolución y retorno de envases SDRR”, precisan desde Dydsa.

También, tal y como explican desde Laboratorios Vinfer, la Ley tiene por



Foto: Kärcher

objeto prevenir y reducir el impacto sobre el medio ambiente de los envases y de la gestión de los residuos de envases comercializados. Por todo esto, continúa destacando que “las propias

empresas tienen una responsabilidad social corporativa de reducir por sí mismos los impactos medioambientales. “Actualmente se observa una tendencia a reducir el número de envases en uso

+ KGV7000

Sus altas prestaciones de presión y caudal de vapor, así como su aspiración, hacen de esta máquina la herramienta indispensable para la limpieza y desinfección de todo tipo de superficies y elementos que requieran de una extrema limpieza.

Especialmente indicado para sectores como el hostelero, sanitario, alimentario, urbanismo, automoción, etcétera.

+ www.kruger.es

+ info@kruger.es

+ 948 318 405

Aspiradores

Invernaderos

Urbanismo

Aeropuertos

Barredoras viales

Alimentación

Fregadoras

Naval

Producto químico

Generadores de vapor

Espumógenos

Parkings

Jardinería

Rotativas

Automoción

Construcción

Enfriadores evaporativos

Sanitario

Autoservicios

Hidrolimpiadoras

Deshumidificadores

Nebulizadores

Transporte

Calefactores

Almacenes

Barredoras

MAQUINARIA DE LIMPIEZA

Utilizar maquinaria profesional especializada, tanto para cada tipo de establecimiento como para la zona a limpiar supone una serie de ventajas evidentes. La mecanización de los procesos de limpieza ofrece un importante ahorro en los costes de limpieza para las empresas hosteleras. Además, el uso de maquinaria permite al hostelero ampliar el rendimiento y la eficacia de la limpieza, pudiendo destinar los recursos a otros trabajos que normalmente se realizan con menos frecuencia. Esto aumenta el nivel de limpieza, lo cual disminuye las quejas de los clientes, favoreciendo el confort.

Además, la maquinaria juega un papel muy importante cuando los espacios son grandes, ya que el grado de sofisticación de la tarea es alto, como limpieza de moquetas o suelos de seguridad. “En los hoteles por regla general, los espacios no son muy abiertos y la elección de los pavimentos cada vez tiene en cuenta la dificultad de su mantenimiento. Es por ello que la maquinaria no está muy presente en el día a día”, considera Enrique Canela, Marketing Manager Ibérica de Vileda Profesional.

Además, lo que más solicitan los establecimientos hoteleros son sistemas que faciliten el trabajo diario y aseguren la limpieza e higiene. “Aspiradoras, máquinas rotativas y fregadoras industriales. En el apartado de maquinaria de lavandería la maquinaria que más solicitan los clientes son las de 18 Kg. aproximadamente. Con esas máquinas se pueden realizar lavado de ropa de cliente, de personal, útiles de limpieza como mopas y trapos, etc. Evidentemente no se realizan todos los trabajos en la misma máquina pero los usos, con una o varias máquinas, son los citados. Después podemos encontrar todo tipo de opciones, lavandería externa, interna, sin servicio, con servicio a clientes...”, añaden desde el Departamento Comercial de Domus.

Igualmente, Marc Cerón, del Grupo Dino, destaca que para un establecimiento hotelero lo habitual sigue siendo el aspirador, buscando que ofrezca una sonoridad menor a 60 decibelios y que tenga filtro HEPA para garantizar la no propagación de alergias entre sus huéspedes. “En establecimientos mayores se observa cada vez más el uso de fregadoras automáticas para la limpieza de zonas comunes, grandes salones y salas de reuniones”. De igual manera, desde Eurosanex especifican que “las máquinas más demandadas suelen ser las fregadoras para las zonas comunes como pasillos, vestíbulos, etc. las máquinas de inyección-extracción para la limpieza de tapicerías y moquetas, y también aspiradoras”.

Domus, destacan que “en el caso de la maquinaria el mercado de segunda mano se mueve mucho en ese campo, la maquinaria nueva requiere gestiones y cobertura de garantía que aún son complicadas a través de tienda virtual”.

Sin embargo, Marc Cerón, del Grupo Dino, expone que “las tiendas de venta online ayudan a la venta pero no es nuestro objetivo”. “Se debe partir de la base que nosotros somos comercializadores y nuestros costes se van a partir de cierta distancia de nuestro almacén logístico. También hemos de tener presente que nuestro canal de venta no es el mero diálogo de precio, sino que es una venta profesional, por lo que es necesario que participe el personal comercial a fin de coordinar el mejor artículo para el cliente”. Sin embargo, añade que en sus empresas sí que se utiliza plataforma comercial en la web con autenticación del usuario, “hecho que permite realizar pedidos online, junto con el listado de sus principales artículos, descarga de fichas técnicas y de seguridad, confección de protocolos...”.

“Las empresas siempre estamos intentando desarrollar nuevas y eficaces líneas y canales de trabajo, pero la realidad es que nuestros distribuidores siempre necesitan un asesoramiento y atención personalizada. En este sentido, creo que,



Foto: Domus

mediante el reciclaje o la reutilización de los mismos, esto viene apoyado por el uso de productos concentrados y con dosificadores”.

En definitiva, por regla general “en los productos profesionales el embalaje juega y debe jugar un papel mínimo. Simplemente transportar y usar el mínimo de materiales que impacte con el medio ambiente”, concluyen desde Vileda Profesional.

Nuevas vías de negocio

En estos momentos se están desarrollando diversas vías de comercialización de sus productos, poniéndose en auge las tiendas virtuales. “Es importante tener una tienda virtual, sobre todo a la hora de presentar novedades, no obstante la labor del distribuidor es básica y fundamental ya que conoce el producto y

puede dar un asesoramiento profesional a demandas concretas”, expresan desde Nadif Europa.

Todos los productos se pueden encontrar en la red. Así, Enrique Canela, de Vileda Profesional, especifica que esto se desarrolla tanto directamente por el propio fabricante o de forma indirecta a través de la propia distribución que realiza esa venta virtual. “Ni se puede menospreciar ni tratar de entrar como un elefante en una cacharrería, porque la mejor forma de venta es aquella que se hace con la visita, asesoramiento, seguimiento y servicio posterior de una red de ventas profesional”.

Se puede decir que el desarrollo del negocio a través de portales online, está ya presente en un 30% de los casos de empresas del sector. En este sentido, desde el Departamento Comercial de



Foto: Girbau

a día de hoy, este tipo de distribución está estancada y, de momento, no es la ideal para nuestro canal”, opina Miguel Ángel Sampol, de Laboratorios Vinfer.

Protegiendo el medio ambiente

El respeto al medio ambiente está dejando de ser un argumento comercial para ser una cuestión irrenunciable. En

este sentido, los fabricantes de este tipo de producto lo tienen muy en cuenta a la hora de fabricar estos artículos. La conciencia medioambiental ha pasado a situarse entre los primeros rasgos a tener en cuenta por el fabricante, coincidiendo con la imparable conciencia ecológica y la responsabilidad social que se ha instalado en todo el mundo. Así pues, por parte de los fabricantes se ha declarado prioritario

desterrar los productos químicos contaminantes, mientras se adopta una política general de reducción de residuos. La sostenibilidad es un concepto muy amplio, con diferentes vertientes. “Está claro que en el diseño y utilización se puede cuantificar y minimizar el impacto respecto a otros sistemas. Para algunos será más sostenible utilizar productos de larga duración que evite la reposición

AÑADE UN TOQUE DE LUJO Ahorra un 30%

- Toallas mullidas, suaves y más duraderas
- Personaliza el tacto, olor y doblado
- Consigue un nivel de calidad acorde con tu negocio
- Autogestiona la rotación, el stock de toallas y su disponibilidad
- Reduce los costes de lavandería

Consultar oferta especial
de lanzamiento
Código Promocional: **LUJO-Q1**





Foto: Girbau

frecuente y, para otros, la utilización de materiales biodegradables o reciclados, aunque la calidad y duración sea inferior”, describe Enrique Canela (Vileda Profesional).

Del mismo modo, desde Nadif Europa, destacan que es básico que, en la medida de lo posible, los productos a utilizar sean reciclables, esto permite, por un lado, una mejora en los costes y por otro alargar la vida útil de la materia prima. Además, hoy en día, “la química está muy evolucionada, consiguiendo fabricar productos de base ecológica eficientes y económicos”, describe Marc Cerón. Y, destaca que los fabricantes tienen acceso a materia prima evolucionada y con la normativa vigente. “También es cierto que, a raíz de registros de productos con Ecolabel, los fabricantes han tenido que esforzarse para poder fabricar estos productos ofreciendo las garantías que le solicitan las actuales normativas”.

Además, cabe destacar que se trata de un sector muy controlado por estrictas normativas. Por ejemplo, tal y como explican desde Eurosanex, se deben utilizar siempre materias primas establecidas en todos los productos para asegurar que son sostenibles. Además, “algunos de ellos están certificados con la etiqueta Ecolabel, que certifica que no dañan el medio ambiente. En Eurosanex

“El objetivo de sostenibilidad de los detergentes se diseña para integrar salud, seguridad y medio ambiente a lo largo de todo el ciclo de vida de los productos relacionados con el sector de jabones, detergentes y productos de limpieza...”

las leyes dentro de la etiqueta ecológica Ecolabel. El objetivo de sostenibilidad de los detergentes se diseña para integrar salud, seguridad y medio ambiente a lo largo de todo el ciclo de vida de los productos relacionados con el sector de jabones, detergentes y productos de limpieza”, concluye Miguel Ángel Sampol.

Calidad vs precio

En el entorno actual el factor precio se ha convertido en una prioridad, y ocupa este puesto aún sin conocer exactamente cuál es la oferta de servicios complementarios que acompañan al producto que elegimos. “La relación es de 30-70%, calidad – precio. Poco a poco el precio empieza a perder peso, tras la crisis, y toma importancia la calidad y prestaciones del producto. En lo que refiere a maquinaria el equilibrio de coste y calidad que ofrece la maquinaria Domus encaja perfectamente



Foto: Nilfisk

en el mercado actual”, destacan desde el Departamento Comercial de Domus.

Pero como en todos los sectores, todo esto depende del tipo de cliente, “hay licitaciones que van a precio y clientes que quieren calidad, aunque hoy en día y tras la crisis todo se ha basado en soluciones sencillas y efectivas, la tendencia en precio va cada vez más en contra de los productos de calidad”, especifican desde Laboratorios Vinfer.

Sin embargo, en opinión de Marc Cerón (Grupo Dino), en la actualidad, se está disminuyendo el uso de artículos de bajo coste y calidad justa por productos de calidad contrastada con precio acorde a sus necesidades. “El diálogo del low cost va decreciendo y el cliente, a raíz de experiencias de estos años, ha vuelto a confiar en los productos que transmiten seguridad de uso, con normativa actual y proporcionados por marcas solventes”.

De igual manera, desde Nadif Europa, especifican que solo hay una manera de hacerlo, “eliminando costes innecesarios y aplicando todas las mejoras a lograr un producto que ofrezca una durabilidad en perfecto estado de uso lo mayor posible. Se está dejando atrás la política de todo lo barato primero. De poco sirve mejorar un precio un 5% si esto te va a conducir a un aumento de las compras de un 15% por



Foto: Karcher

no ofrecer el producto económico el uso que realmente se demanda”.

Normativas a cumplir

En la actualidad, “el mercado del químico en España es muy estricto y las normativas van desde registros de riesgos laborales, normativa ecológica y de biodegradabilidad, normativa de ser aptos para higiene alimentaria (la que va en contacto a la salud humana), normativa hospitalaria..., hasta se llega al extremo de

la normativa del transporte de productos químicos por carretera (la ADR)”, analiza Marc Cerón del Grupo Dino.

Además, este sector de productos de limpieza es muy complejo y actúan diferentes legislaciones según el tipo de producto. Por ejemplo, “la normativa europea Reach regula las materias primas con las que es posible fabricar. Cada producto debe estar inscrito en el registro de toxicología, los desinfectantes además en el registro de plaguicidas y biocidas, o los geles de manos, desinfectantes y crema hidratante están obligados a tener un registro cosmético”, concretan desde Eurosanex. Hay que cumplir con “la normativa europea Reach que establece el uso y tratamiento de los productos con riesgo de contaminación, y Reales Decretos como el 1406/89 sobre comercialización de substancias y el propio reglamento de detergentes 648/2004 que entró en vigor en octubre de 2005. En la maquinaria de lavandería rigen las normativas CE de baja tensión, así como las directivas RoHS, EMC y de gas en las máquinas que lo requieren”, añaden desde Domus.

Además de estas, desde Laboratorios Vinder, añaden la “Normativa europea de Cosmética, Aerosoles, Biocidas... CLP para etiquetado de productos de mezclas químicas, Normativa Ecolabel, Normativas exclusivas de almacenamiento de productos químicos entre otras”.

Foto: Vileda

