



Foto: Girbau

Lavandería en el hotel

Calidad e higiene, la marca del hotel

Consciente de la importancia que tiene la calidad de la lavandería dentro de los establecimientos hoteleros, las distintas cadenas hoteleras se están volcando en mejorar sus instalaciones con la más innovadora tecnología, favoreciendo el desarrollo eficiente de la actividad. Por esta razón, las marcas amplían su oferta con maquinaria más avanzada, diseño e instalaciones más sostenibles. Todas estas novedades se realizan en la búsqueda de un total ahorro energético y máxima limpieza, para conseguir un lavado rentable de toda la ropa existente en un hotel, ofreciendo la máxima calidad en toda la mantelería, ropa de cama e incluso en los uniformes de sus trabajadores.

En estos momentos, el sector del turismo en general, y el de la hostelería en particular es, desde hace algún tiempo, consciente de la importancia que tiene la calidad de la lavandería dentro de sus negocios, en lo que se refiere a la imagen de su centro. En relación a esto, este departamento desempeña un papel muy importante, ya que, aunque sea de manera indirecta, tiene relación con todas las áreas que conforman un establecimiento hotelero, además de ser un servicio adicional que se ofrece a los usuarios.

Así pues, la imagen y el prestigio del establecimiento, está condicionada en gran medida por la calidad de la lencería llegando, en algunos casos, a afectar a la categoría de un hotel, siendo el estado de

“El rendimiento, el ahorro, la durabilidad o la eficacia son, sin duda, algunos de los factores más importantes a la hora de elegir la maquinaria de lavado para un establecimiento...”

higiene de la ropa clave para la imagen que se proyecta al cliente.

Un mal funcionamiento de la lavandería puede perjudicar seriamente la percepción que un usuario tiene del hotel.

En definitiva, se trata de una parte muy importante en un establecimiento hotelero, “al usuario del hotel le pueden gustar más o menos los colores de los sofás, el menú del restaurante o la iluminación del hall, pero las sensaciones de un textil cuidado y bien procesado en lavandería determinan las valoraciones del cliente final”, explica José Luis García, de Magarpa. Eso el empresario hotelero lo sabe, y por esta razón trata de crear un centro de lavado que combine las mejores soluciones técnicas, dentro de un precio ajustado, por supuesto.

Además, cabe destacar que dependiendo del tipo y la cantidad de ropa a gestionar, el proceso es totalmente distinto en un restaurante o en un hotel, las necesidades son también distintas; mientras que en un restaurante, en sus mayoría, sólo se procesan mantelerías y servilletas, en un hotel es necesario procesar más variedad y cantidad de ropa, sábanas, toallas, edredones, mantelería... Por lo que, debido al volumen de trabajo que genera este sector, se ha producido una tendencia de la externalización de los servicios que no se consideraban de valor añadido en los hoteles. “El hotelero tiende a externalizar el servicio de lavandería, pasando de costes fijos a variables y aprovechando mejor el espacio limitado de su centro. En el caso de tener internalizada la lavandería, busca el ahorro de costes con la mejor maquinaria, la optimización de los procesos y personal cualificado”, analiza Oriol Montull, Delegado Comercial de Carbonell Cia. Anma.

En lo referente al lavado externalizado, Alfredo García, Responsable de Ventas



Foto: Fagor Industrial

de Domus, asegura que se producen unos “ahorros de costes y logística que rentabilizan el gasto en pocos años. Se deben de tener en cuenta el consumo energético, la superficie dedicada a la lavandería, el gasto en personal (horas de trabajo destinadas a ello), número de personas dedicadas a la lavandería, todo ello acorde con el volumen que tengan de producción”.

Sin embargo, algunos hoteleros, consideran que mantener en sus instalaciones la lavandería proporciona mayor calidad y cuidado del lavado. Para ello deben contar con una serie de maquinaria tecnológicamente avanzadas, que ofrezcan unos resultados de lavados óptimos. “El primer factor y el que destaca por encima de todos es el precio de la máquina y su rentabilidad a lo largo de su vida útil”, especifica Verónica Molina, Marketing Producto-Laundry de Electrolux.

Así pues, “a la hora de poner en marcha un nuevo sistema de lavandería son muchos los factores que se deben tener en cuenta. El rendimiento, el ahorro, la durabilidad o la eficacia son, sin duda, algunos de los factores más importantes a la hora de elegir la maquinaria de lavado para un establecimiento”, describe Ion Sotil, Corporate Product Manager en Fagor Industrial.

Los empresarios hoteleros quieren máquinas eficientes y que traten bien las prendas, más duración de vida de la ropa, calidad de limpieza y planchado. “Dependiendo de la dimensión del hotel y de sus necesidades, en general los responsables se decantan por la maquinaria eficiente. Esto significa que consuman menos agua, energía y tiempo. También valoran la robustez y durabilidad de la maquinaria, lo que reduce costes de mantenimiento y permite amortizar los equipos rápidamente”, enumera Gil

Foto: Electrolux





Foto: Carbonell

Casanovas, Product Manager División Industrial de Girbau. Además, Ion Sotil, añade que “dependiendo de los kilogramos que se vaya a lavar de ropa plana, rizo o ropa forma, se adecúa la maquinaria a la oferta. Por supuesto, no hay que olvidarse de aspectos que también influyen en el proceso diario: superficie disponible, tipo de instalación (gas, vapor o electricidad), diversidad de colada, y logística, entre otras. Para hacer una estimación de los metros cuadrados necesarios para una lavandería, se utilizará una regla orientativa de 1m² por cada kilogramo a lavar”.

Por otra parte, “juega un papel importante la facilidad de uso de la maquinaria para que los operarios puedan aprender a manejarla rápidamente y sean capaces de ajustar la programación a las necesidades de cada carga. Formación, disponibilidad de piezas de repuesto y un servicio técnico de proximidad son factores determinantes en la venta”, continúa Gil Casanovas.

Pero, además de todas estas características, Verónica Molina, concreta que lo más importante es el cliente y su negocio, por lo que tenemos en consideración la máxima rentabilidad en sus procesos utilizando nuestra maquinaria.

Equipos más demandados

En general, los hoteles suelen pedir soluciones más que equipos concretos.

Cada hotel cuenta con una serie de necesidades de lavandería que deben ser analizadas para, así, poder ofrecer una respuesta global.

“Existen distintos factores a tener en cuenta para la selección de equipos: tamaño del hotel (número de habitaciones), calidad del mismo (por el cambio de ropa y número de prendas por habitación), ubicación (playa/urbano), stocks de lencería, servicios que presta (spa, restaurante...), rotación y número de rotaciones de ropa... todo influye a la hora de pensar en una solución óptima para cada establecimiento”, enumera Gil Casanovas, de Girbau.



Foto: Domus

“Juega un papel importante la facilidad de uso de la maquinaria para que los operarios puedan aprender a manejarla rápidamente...”

Además, en función del número de habitaciones y servicio de restauración, “se calcula el volumen de ropa que se genera diariamente y ese resultado facilita la incorporación del modelo o modelos que cubren esas necesidades”, explica José Luis García, de Magarpa.

Por otro lado, en hoteles propios, “se utilizan las lavacentrifugas de alta velocidad de distintas capacidades para el lavado. En cambio, en cadenas hoteleras que deben procesar mucha cantidad de ropa diariamente y que disponen de lavandería propia se inclinan por el túnel como mejor sistema de lavado, consiguiendo un ahorro de costes considerables”, precisa Oriol Montull, de Carbonell Cia. Anma. Además, se añaden las “lavadoras industriales, secadoras industriales y calandras, con distintas opciones de energía: vapor, gas, eléctrico, que tengan como principal ventaja el ahorro y la rentabilidad”, menciona Alfredo García, de Domus.

Pero, uno de nuestros puntos fuertes es, sin duda, el esfuerzo que hace el equipo de I+D para introducir mejoras



Lagoon® Advanced Care: Electrolux Professional marca El Principio de una Nueva Era para el Cuidado de textiles

Electrolux Professional presenta el nuevo sistema Lagoon® Advanced Care: la nueva solución de wet cleaning respetuosa con el medio ambiente. El primero que permite limpiar y proporcionar un perfecto acabado de todo tipo de prendas y fibras incluyendo las sedas más delicadas, cashmeres, y lana pura entre otras... fibras sintéticas como la Lycra y el Gore-tex, pueden ser perfectamente tratadas con esta nueva solución que amplía las posibilidades de su negocio; haciendo posible realizar el proceso de wet cleaning, en el mismo tiempo que la limpieza en seco, con resultados impecables en la textura, el olor y la desaparición de manchas.

lagoon® Advanced Care



Fast, easy and green

Lagoon de Electrolux Professional® - Es el primer sistema de wet cleaning profesional que ha sido **certificado por Woolmark Company**, como adecuado para la limpieza de prendas delicadas de vestir de lana, etiquetadas hasta ahora para limpiar en seco solamente. No es un Wet-Cleaning tradicional, es una **nueva y revolucionaria técnica de limpieza en agua**, funciona con la sencillez de los procesos de limpieza a base de disolvente, pero de una manera **ecológica**.

No sólo es un novedoso sistema que marcará el camino hacia un enfoque innovador para el futuro del wet-cleaning, sino también es una **extraordinaria solución dinámica**, (con diferentes capacidades para proporcionar una mayor flexibilidad y adaptabilidad a las múltiples necesidades del mercado), ofrece dos soluciones distintas, con la posibilidad de ampliarse en una fecha posterior:

Solución Essential pack: Inversión limitada, desarrollada para las tintorerías tradicionales para ampliar su servicio y negocio.

Solución Absolute pack: Ideal para empezar a ofrecer un servicio diferenciador para el cliente y mirar hacia el futuro adaptando esta solución completa en tintorerías de tamaño mediano.

Ambas soluciones incluyen los líquidos pre-desmanchante, bombas para la dosificación del detergente y los detergentes necesarios para el lavado.



¿Por qué adoptar esta solución?

Para el negocio:

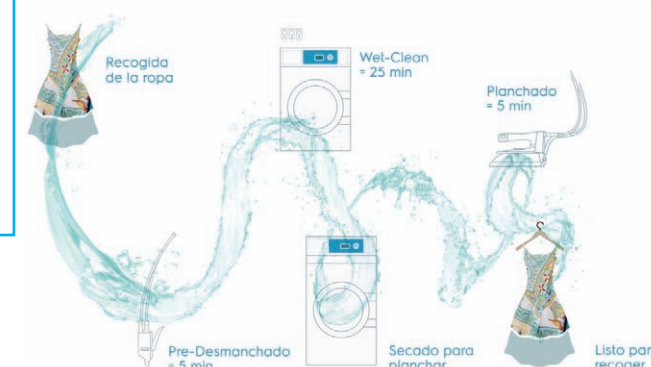
- Tiempos de proceso más rápido e inferiores a 1 hora para mayor retorno de la inversión. **Aumenta la producción de limpieza** de prendas/hora a la limpieza en seco.
- Técnica de **limpieza en agua**, funciona con la sencillez de los procesos de limpieza a base de disolvente, pero de manera más ecológica.
- Elimina las manchas de proteínas más fácilmente, usando el agua como disolvente.
- **No uso del percloroetileno**, ni reciclaje. (Ahorro económico)
- **El coste del proceso** (lavado+secado+acabado) **no varía respecto a la limpieza en seco**.
- Máquina **polivalente**, posibilidad de lavar otro tipo de prendas; ej: Sudaderas, toallas... etc.
- **Bajo consumo de agua y de detergente** en función del tipo de textil.
- **Ahorro** en reparación de las máquinas de lavado. Mismo coste que la reparación de una lavadora)
- **Menor espacio** en las instalaciones, posibilidad de apilamiento de las máquinas.
- **Sencillo procedimiento** de aprendizaje wet cleaning y rápido en obtener los resultados.
- Más seguro para los empleados, **desaparición del PERC**.

Para el cliente:

- Prendas con olor a **fresco**.
- Evita el acartonamiento de la ropa.
- Tiempo del servicio 55 minutos.
- Solución ecológica.

Un servicio integral de limpieza en 55 minutos:

Lagoon Advanced Care: todos los beneficios del agua con la velocidad y la simplicidad de los disolventes de limpieza.



Si desea recibir información sobre el producto o para asistir a los seminarios de formación:

Contactar con Verónica Molina Navarro: veronica.molina-navarro@electrolux.es

Electrolux Professional

Avda. Europa, 16 - Parque empresarial La Moraleja - 28108 Alcobendas Madrid
Tfno.: 91 747 54 00 - www.electrolux.es/professional - els.info@electrolux.es

de eficiencia energética y sostenibilidad en cada lanzamiento de un nuevo producto. Por esta razón, “minimizar el gasto energético, optimizar los procesos de lavado, centrifugado y secado y un aprovechamiento más eficiente del agua o del detergente, son algunas de nuestras contribuciones para fomentar un entorno sostenible”, concluye Ion Sotil, de Fagor.

Exigencias del hotel

En opinión de Verónica Molina, el precio es la variable más influyente para el empresario o inversor. Por ello, “Electrolux hace un estudio previo a la adquisición de la maquinaria con ello el cliente puede saber el gasto de la inversión, el tiempo real de recuperación y obtención de beneficios, en el tiempo de vida útil de su lavandería”.

Los representantes de las cadenas hoteleras “buscan que el precio sea competitivo pero si la calidad no acompaña, buscan la lavandería que les ofrece la mejor relación calidad-precio”, describe Oriol Montull. Del mismo modo, Alfredo García, destaca que, en muchos casos, buscan más el precio, sin embargo, “depende de las estrellas con las que trabaje dicha cadena, la calidad del lavado prenda-ropa y demás va acorde con el nivel del hotel”.

El precio siempre ha sido una de las principales exigencias de las cadenas

Foto: Electrolux



Foto: Electrolux

hoteleras. Asimismo, “la calidad de la maquinaria es vital, ya que su objetivo es ofrecer el mejor servicio a sus clientes y esto solo se logra con la mejor instalación. Pero además, es igual de relevante su durabilidad, y es que hay que tener en cuenta que la inversión que hacen es importante y tiene que ser rentable”, enumera Ion Sotil.

Si bien es cierto que cualquier negocio exige precios competitivos, “la calidad de los equipos y del resultado de sus procesos marca los establecimientos hoteleros. Así que todos los parámetros vinculados a productividad, calidad y rentabilidad son importantes (ahorro energético, eficiencia, ciclos más cortos...), pero también las posibilidades

de personalización de los acabados de la ropa”, analiza Gil Casanovas.

Respecto al grado de satisfacción con los operadores, Verónica Molina, considera que es aceptable, “con la externalización pierdes el control sobre el servicio, también es cierto, que tienes un departamento menos del que ocuparte. En función del hotel, tipología de cliente, número de habitaciones, puede ser recomendable una opción u otra, existen diferentes variables en el planteamiento inicial de la toma de decisiones”.

Por otro lado, José Luis García, concluye indicando que la lavandería hotelera como parte importante del negocio, debe de ser impecable. “Quizás con una lavandería

Foto: Miele



Foto: Miele

interna se cuiden más todos los detalles, pero hay buenos profesionales con lavandería de gran volumen que hace un buen trabajo igualmente”.

Principales innovaciones

En estos momentos, se están llevando a cabo distintas innovaciones tecnológicas en este sector que ayudan a agilizar el



Foto: Girbau

desarrollo de la actividad. Por ello, se están mejorando “los sistemas de control para facilitar su manejo, redimensionan los equipos para, sin bajar las capacidades de procesado, los espacios sean menores, solidez en construcción, niveles sonoros

de los equipos menores, para generar un entorno de trabajo mejor”, enumera José Luis García (Magarpa). Pero, sobre todo, se trata de la eficiencia energética la vía que tiene recorrido, “ahí los fabricantes deben de apostar para ofrecernos

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-H1**



DISTINTOS ACUERDOS COMERCIALES

Cada cadena hotelera tiene unas necesidades distintas y opciones financieras diferentes. Los grandes grupos con servicio de lavandería industrial ofrecen normalmente todas las modalidades, lavado de prendas propias del hotel, alquiler de ropa, personalización de ésta, etc. “No es habitual que un fabricante alquile los equipos a un hotel y haga una renovación a ‘x’ años”, explica José Luis García, de Magarpa.

Para Oriol Montull, Delegado Comercial de Carbonell Cia. Anma., lo más habitual es el renting textil, “aunque cada día hay menos hoteles que quieren tener su propia ropa y los lavaderos tampoco porque deben procesarla por separado”. Por el contrario, Verónica Molina, Marketing Producto-Laundry de Electrolux, opina que habitualmente se lleva la venta, aunque “en los hoteles que tienen mucha estacionalidad es frecuente el renting del equipo para la temporada requerida, por ejemplo hoteles de costa u hoteles donde se realizan deportes de invierno”.

Pero hay que tener en cuenta que todo depende del tamaño y política económica del cliente. “Normalmente los hoteles evitan la descapitalización cuando los intereses son bajos y las condiciones financieras buenas. Muchos hoteles optan por la externalización del servicio de lavandería por problemas de espacio, por comodidad o por control de costes”, expone Gil Casanovas, Product Manager División Industrial de Girbau.

Ambas opciones son interesantes y pueden rentabilizarse de forma adecuada, siempre que se cuente con maquinaria apropiada y personal cualificado. Por una parte, “la externalización de los servicios tiene varias ventajas: convierte costes fijos en variables, aumenta la flexibilidad para realizar cambios según las necesidades del negocio en cada momento y, además, aporta mayor calidad y eficiencia, gracias a la especialización”, expone Ion Sotil, Corporate Product Manager en Fagor Industrial. Así mismo, Oriol Montull, concreta que lo más rentable para el hotel es alquilar la ropa de una gran lavandería que le reportará un buen servicio a un buen precio. “Las grandes lavanderías pueden reducir sus costes haciendo grandes inversiones en maquinaria como, por ejemplo, sustituir lavadoras convencionales por túneles de lavado. A modo de ejemplo pasan de consumir más de 20 litros de agua por kilo a entre 4 y 5 litros por kilo. Este ahorro es solo con agua, si sumamos los productos, la automatización, que ahorra costes de personal, etc. Los costes por procesar un kilos de ropa son muy inferiores a los del propio hotel que ha internalizado el servicio de lavandería”. Por ejemplo, “para los hoteles de verano (de temporada) de tres estrellas el servicio suele ser externo. Para aquellos que miden el grado de ocupación del hotel, alquilar la maquinaria puede ser una buena solución ya que lo realizan en función de las necesidades del momento. Y, por último, la compra, para aquellos hoteles que quieren controlar la calidad del servicio de principio a fin”, ejemplifica Verónica Molina.

Por otra parte, la compra de maquinaria de lavandería permite cierta independencia que puede influir de forma directa en el servicio al cliente, facilitando una atención más personalizada y adaptada a cada caso. “Hay que tener en cuenta que, por ejemplo, los hoteles ofrecen servicio de lavandería para huéspedes, por lo que contar con maquinaria propia se convierte en una gran ventaja para este tipo de establecimientos”, describe Ion Sotil.

Pero esto siempre está supeditado a las valoraciones del empresario o director del hotel en contra de lo que pueda plantear el comercial de lavandería o el empresario de la lavandería industrial. “Cada caso es diferente, el volumen de habitaciones, volumen de ocupación, hay detalles que pueden marcar la diferencia, a nuestro criterio, en el 75% de los casos lo mejor es comprar su textil y equiparse con un centro de lavandería interno”, analiza José Luis García.

soluciones que reduzcan los consumos generales sin debilitar los resultados finales y que el empresario hotelero se posicione hacia nuestra gama”, continúa José Luis García.

En este sentido, se está apostando por la “ecoinovación y el ecodiseño. Trabajamos para continuar liderando el mercado de lavadoras Industriales con equipos innovadores en cuanto a eficiencia

“Las máquinas deben cumplir tres requisitos fundamentales: seguridad, ergonomía y facilidad de uso...”

energética y facilidad de programación”, describe Gil Casanovas (Girbau).

Por todo esto, uno de los puntos fuertes con los que cuentan actualmente las empresas es, sin duda, el esfuerzo que hace el equipo de I+D para introducir mejoras de eficiencia energética y sostenibilidad en cada lanzamiento de un nuevo producto.

Así pues, las principales innovaciones están basadas en proporcionar al cliente:

Mayor eficiencia y ahorro. La existencia de sistemas de dosificación calcula, de manera automática, la cantidad correcta de detergente, lo que permite un 20% de ahorro en costes rutinarios, mejores resultados de calidad y cuidado de la prenda y una dosificación exacta.

Ahorrar agua, productos químicos, energía y tiempo. Es decir, Gil Casanovas, destaca que se debe trabajar la innovación en las máquinas entendiendo la lavandería como un concepto global. “No es suficiente decir que nuestras



Foto: Domus

lavadoras ahorran energía si derrochan agua. O decir que las secadoras consumen menos electricidad si tardan más tiempo en secar”.

Mejores Controles de equipamiento. “Se facilita la personalización de todos los parámetros que inciden en el lavado, secado y planchado. De esta forma, podemos ajustar el proceso a las necesidades de cada carga, consiguiendo el resultado deseado y consumiendo lo justo y estrictamente necesario. Esta innovación se traduce en mayor control de costes y en mayor eficiencia”, especifican desde Girbau. Además se busca la “ergonomía (pantallas touch control), facilidad de uso, programación en las máquinas, conexión wifi, etc.”, enumera Alfredo García (Domus).

Además, deben cumplir tres requisitos fundamentales: seguridad, ergonomía y facilidad de uso. “Tienen que estar pensadas para garantizar la seguridad del operario y evitar accidentes laborales, tener un diseño ergonómico para



Foto: Girbau

garantizar la salud del operario y facilitar la productividad, asimismo, tienen que tener controles fáciles de interpretar y de usar, para ganar productividad”, exponen desde Girbau.

En definitiva, una vez conseguida la máxima eficacia en los túneles de lavado, “las innovaciones tecnológicas van encaminadas a conseguir eliminar en las prensas la máxima cantidad de

La solución del lavado rentable

Una buena maquina con un buen producto

Primera firma nacional en detergentes de lavandería industrial



eisner
QUÍMICA



Foto: Fagor Industrial

agua posible de la ropa, consiguiendo con ello reducir los costes de secado y planchado a la vez que aumenta la velocidad de estos procesos. Importante también fabricar secadoras eficientes que permitan aprovechar al máximo las calorías”, concluye Oriol Montull (Carbonell Cia. Anma.).

Las estrategias de los fabricantes

La pasada crisis afectó a los segmentos tradicionales de compra de lavandería industrial. Se produjo un efecto dominó. En primer lugar, la ocupación en el sector hotelero del interior disminuyó, por lo tanto, a su vez, bajó el grado de consumo de la lavandería industrial donde se realizaba el servicio. Seguidamente, la restauración en los hoteles, al tener menos clientes y estos un poder adquisitivo menor, bajó el consumo de esta prestación. Y, por último, los servicios extras que muchos hoteles

LA LAVANDERÍA: ÁREAS, ACTIVIDADES Y MAQUINARIA

El departamento de lavandería de un establecimiento hotelero puede variar dentro de un hotel, además, no existe una división clara y definida de las áreas en que se divide, ya que varían según los hoteles. Pero podemos realizar una subdivisión en 5 áreas:

- Área de lavado.
- Área de planchado.
- Área de reparación y costuras.
- Área de supervisión y coordinación.
- Almacén y ropería.

Ya dentro del departamento de lavandería de un hotel se pueden distinguir 3 actividades principales que se van a desarrollar, que son:

- **Control e inventario de la ropa del hotel:** habitualmente, cada establecimiento hotelero debe disponer de cuarto juegos de sábanas por persona que pueda alojarse: uno en la habitación, otro en el office, el tercero en lavandería y el cuarto en almacén.

- **Lavado, planchado y reparación de dicha ropa:** esta actividad, a veces, no está presente en algunos hoteles ya que consideran más rentable enviarla al exterior para su tratado. Para ello hay que ver qué procedimiento resulta más económico, a partir del volumen de ropa a tratar y sin olvidarnos del grado de ocupación, que irá directamente proporcional con el volumen de ropa a tratar. Se trata, por tanto, de calcular los umbrales de rentabilidad y su punto muerto.

- **Servicio de lavandería para clientes:** teniendo como referencia el punto anterior añadiremos que, el cliente dispondrá en su habitación de un impreso donde figurarán los precios establecidos para cada una de las prendas que se limpian en el hotel y las instrucciones que el huésped deberá seguir. Cuando la ropa necesite un tratamiento especial, lo habitual es que la gobernanta, mediante el departamento de conserjería, envíe las prendas a una tintorería y ésta pase la factura al subdepartamento para su posterior cargo en la cuenta del cliente.

La maquinaria necesaria para poder dar servicio a estas actividades viene condicionado por muchos factores, el número de habitaciones y plazas, hasta la intención de lavar toda la ropa en el hotel o externalizar determinados grupos de ropa. Sin embargo, la podemos dividir en 5 grandes grupos:

- **Lavadoras:** máquinas cada vez más sofisticadas y orientadas al ahorro energético y a la eficiencia de los procesos.
- **Secadoras:** imprescindibles del mismo modo que las lavadoras. Existen muchos tipos, por lo que es importante estudiar las necesidades del hotel.
- **Calandras:** máquinas con rodillos y un elemento calefactor utilizadas para planchar sábanas y mantelería fundamentalmente.
- **Planchas:** en función del volumen de trabajo tendrán prestaciones industriales o será suficiente con planchas de vapor con caldera.
- **Dobladoras:** en hoteles en los que se manipula una gran cantidad de ropa, puede ser necesario contar con máquinas para el doblado de toallas y servilletas.

Foto: Fagor Industrial

ofrecían a sus clientes, spa, gimnasio, etc., también disminuyeron. “Todo ello provocó una necesidad menor del uso de la lavandería industrial pero, por otro lado, en la pasada crisis vimos un crecimiento exponencial en el sector de lavandería de auto-servicio tanto en hoteles rurales, campings, apartamentos de alquiler. En definitiva, en todos aquellos lavados a pequeña escala”, define Verónica Molina, de Electrolux. Por todas estas causas,

“muchos hoteles decidieron externalizar el proceso de lavado de ropa para tener un gasto más variable. Las lavanderías industriales que ofrecen el servicio de externalización entraban en una guerra de precios por la falta de volumen, lo que provocaba que algunos hoteles decidieran cambiar su sistema”, explica Verónica.

Desde otro punto de vista, Gil Casanovas, de Girbau, destaca que durante los primeros años la crisis afectó al nivel de ventas y las empresas tuvieron que realizar una política de contención de costes, pero apostando por la renovación generacional y por la internacionalización y búsqueda de nuevos mercados y segmentos.

En la actualidad, se está notando la recuperación del sector, tanto la ocupación hotelera como en el uso de los servicios mencionados anteriormente, los cuales se están incrementando, lo que provoca elevados consumos en la lavandería. Por ello, Verónica Molina, destaca que se está percibiendo una nueva etapa. “En el último año, hay una incipiente vuelta a la internalización del servicio de lavandería dentro de los hoteles, dada la complejidad de la externalización de la lavandería (rotura, pérdida, desgaste de la ropa...) los hoteles están incorporando de nuevo la lavandería en el lavado de toallas para ofrecer mejor calidad y control sobre ésta. La realización de este servicio no requiere de personal especializado, o de una gran inversión, el manejo de nuestra maquinaria es muy sencilla, por lo que es ideal para los hoteles que tengan mucha rotación de personal (mayor contratación en temporada alta) pero, sobre todo y lo más importante, es la alta rentabilidad que tienen nuestras máquinas que están

Foto: Girbau



Foto: Girbau

haciendo que los hoteles se vuelvan a plantear tener la lavandería industrial dentro de sus instalaciones”.

Así pues, se debe tener en cuenta que la instalación y renovación de este tipo de maquinaria en las cadenas hoteleras es necesaria para que puedan ofrecer la máxima calidad en sus servicios. En cuanto a las estrategias que se están siguiendo, “lo cierto es que existe un gran esfuerzo en cuanto a inversiones por parte de los fabricantes con el objetivo de ofrecer equipos cada vez más eficientes que optimicen los costes de mantenimiento y operación de los locales de nuestros clientes”, analiza Ion Sotil, de Fagor Industrial. Por otro lado, José Luis García, de Magarpa, especifica que las estrategias son similares cada año, lo que intentamos es forzar a los fabricantes a que desarrollen y fabriquen equipos que realmente tengan eficiencia energética, en

el resultado anual de gastos de energía, suministros, etc., si los equipos disponen de mejoras en este sentido, el ahorro para el usuario es interesante.

En definitiva, “la estrategia actual pasa por la venta por servicio, considero que en la actualidad hay que ofrecer un servicio diferencial con respecto a las demás marcas, y una atención comercial especializada”, finaliza Alfredo García, de Domus.

Foto: Electrolux

