

■  Visitar el Reino Unido

i-connect

N.º 3

Descubre el
REINO
UNIDO

LO HACEMOS
A NUESTRA
MANERA

Jermain De Rozario

ÚLTIMAS NOTICIAS
DE EUROPA

NOTICIAS DEL SECTOR
DE LA LIMPIEZA DE EUROPA



Co-botic™ 1700

El co-botic™ 1700 es el robot aspirador autolimpiable definitivo. Tiene una batería de larga duración, un tiempo de carga corto, una gran potencia de succión y un práctico tamaño pequeño para facilitar su transporte. El co-botic™ 1700 es rápido y eficaz, además de extremadamente inteligente. Se puede trazar una ruta de limpieza manualmente o se puede dejar que encuentre su propia ruta de limpieza.

Carro de carga co-botic™

Con el carro de carga co-botic™ 1700 es posible mover fácilmente hasta seis co-botics™ 1700 Drop & Go. El carro puede contener varias estaciones de carga alimentadas por un solo enchufe. Es ideal para limpiar eficazmente una amplia gama de espacios, como grandes hoteles, edificios municipales, escuelas, universidades y grandes centros comerciales.

- Transporta hasta 6 aspiradoras co-botic™ 1700
- Carga todas las co-botics™ a la vez
- Funciona con un solo enchufe
- Grandes ruedas giratorias para facilitar el transporte



INTRODUCTION



ESTAMOS ORGULLOSOS DE PRESENTAR LA 3.ª EDICIÓN DE NUESTRA REVISTA I-CONNECT MAGAZINE.

El tema central de esta edición es el Reino Unido, una gran potencia comercial internacional con una población de 67 millones de personas y un PIB de 3,2 billones de dólares (2021), lo que la convierte en la quinta economía mundial según el Banco Mundial. Los británicos poseen varios hábitos y comportamientos que los distinguen de otras naciones. Tienen un amor por el té que parece arraigado en sus genes, son famosos por su típica reserva y modales británicos, y son expertos confesos en hacer cola. Personalmente, creo que mojar las galletas en el té es lo más británico que se puede hacer.

Cuando nos centramos en el sector de la limpieza en el Reino Unido, observamos tendencias interesantes en los campos de la tecnología, el medioambiente y la gestión de residuos que impulsan el crecimiento en muchos otros mercados.

Así que te aconsejo que te tomes un tiempo para descubrir esta edición de i-connect mientras mojas tu galleta en el té.

Ben van de Scheur

Director General - i-team Professional B.V.
ben@i-teamglobal.com



Una forma más inteligente de limpiar. Únete a la revolución.
Escanea el código QR para ver vídeos de demostración.





Conclusión

i-connect Magazine es una publicación de i-team Global

Frecuencia: 2 veces al año

Circulación: 4000

Concepto y producción: New Brand Activators

Comentarios: hello@i-teamglobal.com

¿TE GUSTARÍA RECIBIR
LA PRÓXIMA EDICIÓN DE LA
I-CONNECT MAGAZINE?
ESCANEA EL CÓDIGO QR



CONTENIDO

6 EL IMPULSO
PARA LA LIMPIEZA
DEL REINO UNIDO

8 Descubre el Reino Unido
Empresas por sector

10 miembros de i-team Embassy UK
y i-users

12 TENDENCIAS DE LIMPIEZA
DEL REINO UNIDO
La próxima generación

14 LO HACEMOS
A NUESTRA MANERA
Jermain De Rozario

24 ACCESO AL AGUA POTABLE
PARA TODOS
Este es el objetivo de Made Blue Foundation

26 Últimas noticias de Europa
Noticias del sector de la limpieza en Europa

30 No siempre es lo mismo
i-team Global es mucho más que otra empresa del montón

32 LIMPIEZA BASADA EN LA
EXPERIENCIA
valor añadido para clientes y empleados



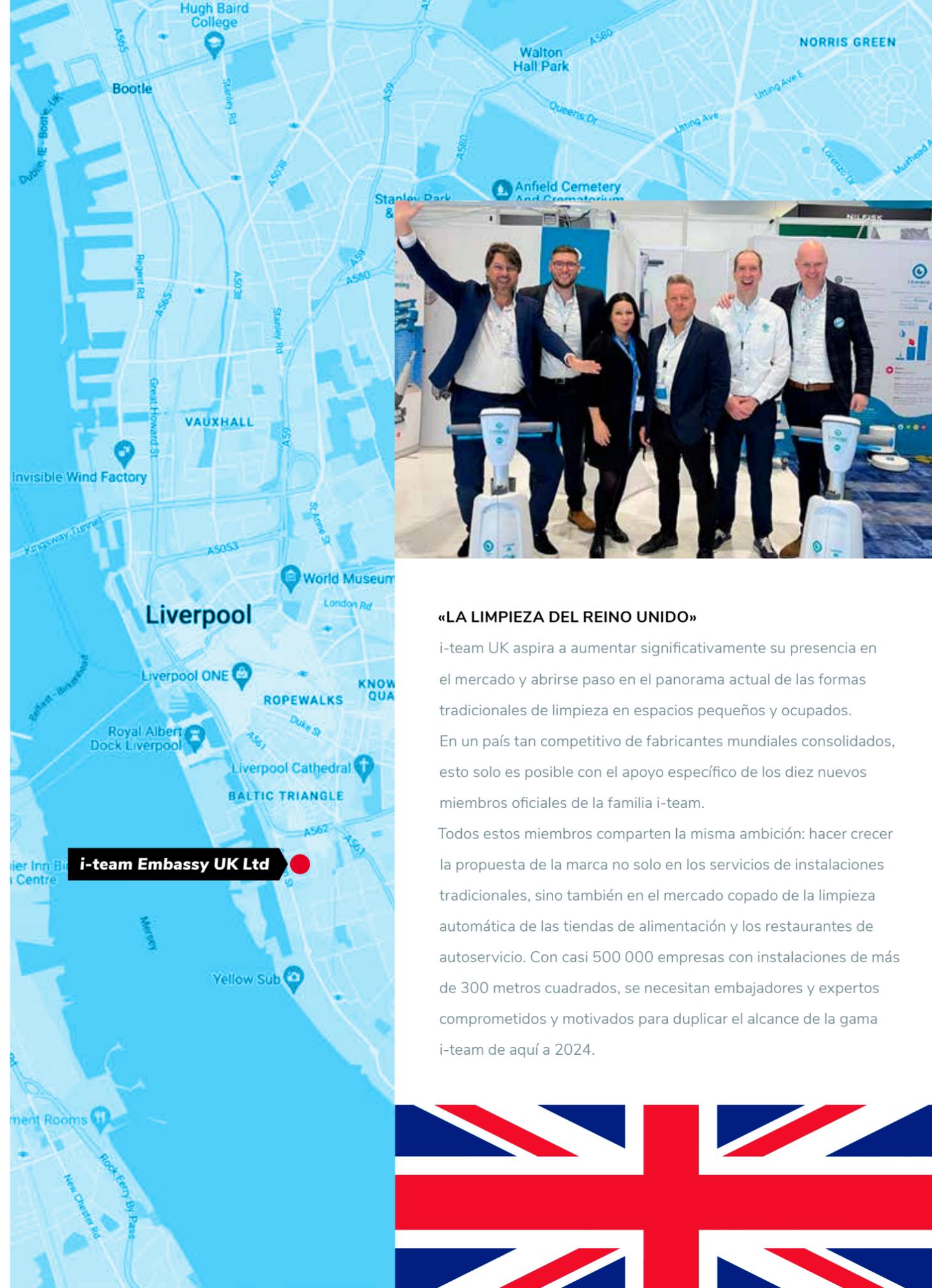
EL IMPULSO PARA **LA LIMPIEZA** DEL REINO UNIDO

500 000 empresas con instalaciones de más de 300 metros cuadrados: el Reino Unido ofrece enormes oportunidades y potencial para el sector de la limpieza. Es importante aprovechar estas oportunidades de la manera más eficaz posible. El hecho de que i-team Global tenga ahora una fuerte presencia en las islas británicas es un comienzo fantástico. Además, como cantaba John Lennon en 1980, «Clean up Time».



«NOS MOTIVA
DUPLICAR EL ALCANCE
DE LA GAMA I-TEAM DE
AQUÍ A 2024»

En diciembre de 2022, i-team Global abrió oficialmente las puertas de su «embajada» británica en el corazón de Liverpool. i-team Embassy UK Ltd está situada cerca del Triángulo Báltico, que en sus orígenes fue el centro creativo y cultural de Liverpool y desde entonces se ha convertido en una ciudad dentro de otra. La ampliación al Reino Unido de las embajadas de i-team Global en el mercado mundial es el resultado de los cimientos que ya se han sentado en los últimos nueve años. Con un equipo pequeño pero especializado de cinco empleados y el apoyo del equipo directivo de Eindhoven, las ambiciones y los objetivos son altos para duplicar la presencia de i-team en el Reino Unido en los próximos dos años.



«LA LIMPIEZA DEL REINO UNIDO»

i-team UK aspira a aumentar significativamente su presencia en el mercado y abrirse paso en el panorama actual de las formas tradicionales de limpieza en espacios pequeños y ocupados. En un país tan competitivo de fabricantes mundiales consolidados, esto solo es posible con el apoyo específico de los diez nuevos miembros oficiales de la familia i-team. Todos estos miembros comparten la misma ambición: hacer crecer la propuesta de la marca no solo en los servicios de instalaciones tradicionales, sino también en el mercado copado de la limpieza automática de las tiendas de alimentación y los restaurantes de autoservicio. Con casi 500 000 empresas con instalaciones de más de 300 metros cuadrados, se necesitan embajadores y expertos comprometidos y motivados para duplicar el alcance de la gama i-team de aquí a 2024.

EMPRESAS POR SECTOR, 2020



Número de empresas
Empleo

Sector	Número de empresas (000s)	Empleo (%)
Agricultura, minería y servicios públicos	195	3%
Fabricación	288	10%
Construcción	992	8%
Servicios totales:	4505	79%
- Venta al por menor		
- Transporte		
- Alojamiento y comida		
- TIC		
- Finanzas y seguros		
- Actividades inmobiliarias		
- Sector profesional y científico		
- Servicios administrativos y de apoyo		
- Educación		
- Sanidad y trabajo social		
- Arte y ocio		
- Otras actividades de servicios		

Descubre el REINO UNIDO

La Union Jack, la bandera del Reino Unido, es una combinación de las banderas de Inglaterra, Escocia e Irlanda. Gales no está porque formaba parte de Inglaterra en el momento de la creación de la bandera.



INSTALACIONES PARA CLIENTES

Gestión de instalaciones	1080
Aeropuertos y estaciones de tren	3016
Gimnasios	7035
Hoteles y alojamientos	9955
Escuelas	29 348
Centros sanitarios	32 505
Guarderías	33 100
Edificios de oficinas	58 200
Instalaciones deportivas y de ocio	67 078
Restauración	71 185
Venta al por menor	140 292
Total	452 794



LIVERPOOL

La ciudad de Liverpool fue nombrada Capital Europea de la Cultura en 2008 y es sede de muchas empresas conocidas como las empresas emergentes de más éxito del país. Liverpool tiene de todo, desde moda hasta arte, artesanía y establecimientos gastronómicos de gran éxito. La cultura pop de la ciudad, iniciada en su día por artistas como The Beatles y Gerry & The Pacemakers, es envidiable. Por no hablar de la presencia de dos clubes de fútbol: el Liverpool y el Everton.

MIEMBROS DE I-TEAM EMBASSY UK

Capital Power Clean	Edimburgo
Newhall	Cardiff
Chespack Hygiene	Chester
Wray Bros	Liverpool
Killis	Sheffield
LVC	Watford
Wessex	Southampton
Capital Cleaning Supplies	Aylesford-Kent
CVS	St Austell-Cornwall
HIS	Iverness
Amtech	Burgess Hill (solo Orbot)

«NO NOS QUEDAREMOS PLANTADOS CON LA CAJA EN LA PUERTA»

LA HOJA DE RUTA ESTRATÉGICA

La apertura de nuevos i-team experience centers a mediados de 2023 en las diez sedes asociadas abre las puertas tanto a los clientes actuales como a los nuevos para que no solo entiendan cómo limpiar mejor, sino que lo experimenten ellos mismos. Estos lugares permiten comprender cómo el «enfoque 4D plus» simplifica todo el proceso de limpieza y recupera la alegría de la limpieza. Este es el objetivo principal del equipo i-team UK Embassy y de sus miembros especializados, que permiten la distribución local y nacional y aportan el toque personal de la i-experience a cientos de clientes y i-users cada día.



MIEMBROS DE I-TEAM EMBASSY UK Y I-USERS

DESCUBRE POR QUÉ ELIGEN I-TEAM GLOBAL.

Killis

En Killis conocieron la i-mop durante la Interclean 2014 de Ámsterdam, y quedaron impresionados al instante con la «máquina de limpieza de suelos más innovadora que habían visto nunca». Inmediatamente después de la exposición, Killis se puso en contacto con i-team para distribuir la i-mop en el Reino Unido.



Killis elogia especialmente a i-team por la sólida red de miembros comprometidos que crea, miembros con un único objetivo: ofrecer los mejores productos y el mejor servicio directamente al usuario final. Con el apoyo adicional de los embajadores regionales y el respaldo de i-team Global, se ofrece al cliente la mejor experiencia de todos los proveedores del mercado.

i-team ha sido una parte crucial de Killis durante los últimos 8 años y sigue aportando innovación. Killis considera a i-team uno de sus socios de innovación más importantes, ya que impulsa continuamente las innovaciones cruciales que el sector de la limpieza necesita para mantenerse actualizado y relevante con ofertas ecológicas y de sostenibilidad: la «limpieza 4D» real. Según Killis, pueden tener un gran impacto en el sector de la limpieza actual, en el que los espacios pequeños aún se limpian a menudo con cubo y fregona, al mecanizar el proceso de limpieza con la i-mop. La i-mop acelera el proceso de limpieza en un 70 %, utiliza mucha menos agua y deja las superficies mucho más limpias y seguras. Por último, gracias a la colaboración de i-team con Made Blue, Killis contribuye a proporcionar sistemas de agua potable en países en vías de desarrollo. Desde que se introdujo la i-mop en el Reino Unido, Killis ha donado 36 millones de litros de agua potable limpia a personas necesitadas.

www.killis.co.uk

Tower Supplies

Fue la «incomparable combinación de innovación y sostenibilidad de i-team» lo que llamó la atención de Tower Supplies. «i-team demuestra que es capaz de desarrollar soluciones nuevas, eficaces y fáciles de manejar, al tiempo que proporciona una solución de limpieza realmente sostenible para nuestros clientes». Según Tower Supplies, los productos de i-team se encuentran entre las mejores innovaciones del sector de la limpieza, ya que ahorran hasta un 90 % en el consumo de agua y reducen el impacto ambiental del cliente en un 75 %.

La mayor ventaja para Tower Supplies es saber que, a medida que se expande a nuevas regiones de todo el mundo, puede confiar en la formación y la asistencia al cliente de la empresa a la hora de lanzar e introducir productos de limpieza. La creciente presencia de i-team en múltiples países también sigue la misma línea que el modelo de negocio y los planes de crecimiento de Tower Supplies.

Además, trabajar con i-team supone un beneficio directo para los clientes de Tower, gracias a los productos que limpian más rápida y eficazmente que cualquier otro producto disponible en la actualidad, y que pueden ayudar a alcanzar los objetivos de sostenibilidad con mayor rapidez. «Una colaboración que encaja perfectamente con nuestros objetivos y planes sostenibles para abordar los mayores retos de la limpieza sostenible». Al trabajar con i-team, pueden visitar juntos a los clientes para presentarles nuevos productos e impartir formación en el lugar de trabajo. De este modo, Tower Supplies puede adaptar los productos a cada cliente, con sus propios esquemas de color y logotipos para reforzar su marca en el lugar de trabajo.

www.wearetower.com

Mitie

Tras visitar el i-team Experience Center en Eindhoven, Mitie no escatimó en elogios. Según Mitie, las instalaciones se han pensado al detalle para integrar todos los escenarios que los equipos operativos encontrarán en sus lugares de trabajo, es «la plataforma perfecta para probar, seguir y comparar con otros líderes del sector». i-team demuestra el máximo nivel de profesionalidad, alojamiento y enfoque personal, al tiempo que continúa trabajando en el desarrollo de nuevas formas de apoyar a los clientes mejorando los estándares de limpieza, la productividad y la sostenibilidad.

Según Mitie, i-team se centra en el usuario final y en la satisfacción del cliente. Los diseños aerodinámicos, la facilidad de uso, la potencia y la durabilidad de los equipos para realizar numerosas tareas son evidentes. «i-team quiere ofrecer resultados y nos ayuda a mejorarlos. La idea de que juntos se logra más siempre marca lo que hacen».

Mitie está convencida de que la tecnología y las innovaciones están cambiando nuestra forma de vivir y trabajar en todo el mundo, es importante seguir este ejemplo. Para Mitie, esto significa apoyar a sus equipos en una de sus tareas más habituales, la limpieza de suelos, para mejorar su enfoque y ofrecer excelentes resultados que pueden conseguirse con equipos como la gama i-mop y muchos más.

www.mitie.com

«I-TEAM QUIERE OBTENER RESULTADOS Y NOS AYUDAN A MEJORARLOS»

«MÁQUINAS QUE A NUESTRO PERSONAL LE ENCANTA UTILIZAR Y AUMENTAN LOS RESULTADOS Y LA MORAL».

Wray Bros

En Wray Bros vieron rápidamente una gran oportunidad comercial en trabajar con i-team en el Reino Unido, una marca con mucho potencial. Decidieron formar parte del equipo.



Según Wray Bros, el desarrollo de la estructura de embajadores ofrece muchas ventajas tanto para i-team como para los embajadores. Ya tenían experiencia en lanzar una marca y conseguir que tuviera éxito en el Reino Unido. «Nuestra filosofía es dedicar nuestras actividades de marketing a un número limitado de marcas porque da contenido e identidad a una empresa. Esto es muy importante para tener éxito en el sector de la limpieza», afirma Wray Bros. i-team es la marca principal que Wray Bros promociona para el cuidado de suelos, una gama en la que son líderes y están especializados. Por tanto, Wray considera que la marca i-team es una parte muy importante de la empresa. El espacio que Wray Bros posee en el edificio también permitió a i-team establecer la sede de i-team Embassy UK, algo de lo que Wray está muy orgulloso.

Lo que Wray Bros aprecia especialmente de la gama i-team es que los equipos mejoran la eficacia y ayudan a su personal de limpieza. Las máquinas están diseñadas exclusivamente para el usuario final que quiere sacar el máximo partido de su programa de limpieza. Además, el equipo ahorra tiempo de transporte, resuelve problemas de almacenamiento, ahorra dinero, agua y productos químicos, y puede utilizarse sin cables, con baterías que también pueden usarse en otras máquinas. «Las máquinas que a nuestro personal le guste utilizar aumentarán los resultados y la moral».

www.wraybros.co.uk



MICHELLE MARSHALL
editora de European Cleaning Journal (ECJ)

European Cleaning Journal (ECJ) es una revista comercial independiente que se centra en el sector de la limpieza profesional en Europa. Ofrece noticias, análisis, tendencias e información sobre los últimos avances y tecnologías en limpieza, higiene y gestión de instalaciones.



TENDENCIAS DE LIMPIEZA REINO UNIDO

LA PRÓXIMA GENERACIÓN

En las noticias del Reino Unido predominan los informes sobre la escasez de personal a todos los niveles en sectores con gran intensidad de mano de obra. Lynn Webster, corresponsal de European Cleaning Journal en el Reino Unido, está muy preocupada por la falta de personal de limpieza y los puestos sin cubrir por jubilaciones y despidos, y se pregunta de dónde saldrá la próxima generación de trabajadores.

En su opinión, uno de los principales retos es «dar a conocer la diversidad de oportunidades que se les ofrecen, cuando todavía se tiene la impresión de que somos personas poco cualificadas que solo sabemos pasar una fregona y un cubo por el suelo o echar un vistazo a una superficie con un paño de microfibra».

La Asociación de Servicios de Limpieza y Asistencia (CSSA) ha asumido una posición de liderazgo en la promoción de la iniciativa «Clean Start», que destaca los diversos aspectos de nuestra industria multimillonaria ante los ciudadanos visitando colegios e institutos, asistiendo a ferias profesionales y realizando presentaciones para grupos de jóvenes. Los compañeros del British Institute of Cleaning Science (BICSc) promueven el mismo mensaje, ya que se centran en el empleo juvenil con su campaña «Career in Cleaning».

Esto ha dado lugar a un gran debate sobre la forma en que el sector de la limpieza profesional se acerca a los jóvenes candidatos potenciales. Por ejemplo, se están cuestionando las condiciones de trabajo que se aceptaban antes y los límites han cambiado. Como preguntó Lynn Webster: «¿Estamos preparados para prever esta nueva perspectiva del mundo del empleo o vamos a esconder la cabeza como el avestruz?»

WE CLEAN, WE CARE

El British Cleaning Council (BCC) es una organización muy proactiva para el sector de la limpieza, formada por 21 asociaciones de comercio y afiliación. No ha dejado de hacer campaña y presionar a nivel gubernamental para lograr un mejor reconocimiento de la limpieza profesional, del personal que se dedica a ella y del lugar que debe ocupar en la sociedad.

El BCC se ha mostrado especialmente activo desde la pandemia y continúa trabajando para que se escuche al sector. Su última iniciativa ha consistido en realizar un llamamiento al personal del sector para que «alce la voz» por su industria y ayude a

presionar a los parlamentarios y a firmar una petición para que la limpieza y la higiene se conviertan en una prioridad nacional.

Cada vez se sienten más frustrados por la falta de interés de los parlamentarios y los partidos políticos en el informe del Grupo Parlamentario Multipartidista (APPG) para la Industria de la Limpieza y la Higiene, titulado «Incorporación de una higiene eficaz para un Reino Unido resistente». Si se aplicaran las recomendaciones del informe, situarían la limpieza y la higiene en el centro de la agenda nacional, con lo que la nación estaría mucho mejor preparada para futuras emergencias de salud pública, como la pandemia de covid-19.

La iniciativa se enmarca en la campaña «We Clean, We Care» del BCC, que refleja el orgullo que siente el personal de limpieza por la función vital que desempeña en primera línea.

«¿ESTAMOS PREPARADOS O VAMOS A ESCONDER LA CABEZA COMO EL AVESTRUZ?»



LO HACEMOS A NUESTRA MANERA

HABLA-
MOS
CON



faster

Jermain De Rozario

Restaurante De Rozario
www.derozario.nl

Durante el confinamiento del covid, Jermain empezó a pensar en el mundo, la vida y el cuerpo. Jermain rompió la rutina de la restauración y dio un paso adelante con su restaurante De Rozario en Helmond. «Nos inspiramos en la vida cotidiana e intentamos que cada visita sea como la primera. Innovador, pero también deliciosamente familiar».



HABLA- MOS CON

«Tal y como lo vemos, se está produciendo una evolución en el mundo y en las estaciones. Es como si todo cambiara. Se siente, se saborea y se ve a nuestro alrededor. Un momento perfecto para trasladarnos a otra frecuencia...», escribe Jermain en el sitio web del restaurante De Rozario. Se han realizado biografías y documentales sobre el chef y propietario del restaurante, galardonado con una estrella Michelin. Emprendedor y distintivo.

Hace quince años, Jermain entró en el sector de la hostelería y montó su propio restaurante en 2017.

«Por las medidas por el covid, estuvimos cerrados dos años. Empecé a pensar. Cambié mi enfoque. Quiero ser una buena persona. Todos estamos condicionados por nuestra educación, nuestro entorno y nuestros encuentros. Cada uno es uno mismo, cada uno es único. También puedes decir «hagámoslo de otra manera» Quería salir de la rutina del restaurante. Puedes ser más tú mismo. Creo en el individualismo porque cada uno tiene su propia verdad, que surge de su interior».

«CADA PERSONA ES ÚNICA»

CREAR PAZ

«Cada año un teléfono nuevo, un coche nuevo, etc. Todo se mueve, todo cambia, todo se pone patas arriba. Estamos evolucionando. Recibimos más información, o demasiada información. Por eso es importante crear paz. La vieja generación vive en el pasado, la nueva en el futuro. Nadie está en el presente. Nuestros comensales sienten el presente y lo viven. Cocinamos según los 7 chakras porque la energía siempre fluye a través de ti, aunque no puedas verla. Es energía del cosmos y de la tierra, un flujo constante que sube y baja. Por eso recibimos a nuestros huéspedes con un «chupito» de vodka con aceite omega-3. Y empezamos a hacer yoga los jueves por la mañana en el restaurante».

SER NOSOTROS MISMOS

Se nos permite ser nosotros mismos. Somos nosotros mismos. Lo hacemos a nuestra manera, por ejemplo ofreciendo a nuestros invitados un vaso de vodka a la llegada, porque neutraliza su paleta gustativa. Pueden saborear, oler, experimentar. Creemos demasiado en los demás y demasiado poco en nosotros. Mantén el control, ten valor y disfruta del aquí y ahora. No persigas lo que nunca llegará.



«COCINAMOS SEGÚN LOS 7 CHAKRAS».



LA HIGIENE Y LA HOSTELERÍA VAN DE LA MANO

La evolución que Jermain De Rozario nota en nuestro mundo, también la siente en la relación con la limpieza, gracias a i-team Global. «La autenticidad de Frank van de Ven, su conexión con la región y los empresarios, su responsabilidad social y sus soluciones de limpieza prácticas, de alta calidad y bien pensadas».

«SOLUCIONES DE LIMPIEZA, DE ALTA CALIDAD Y BIEN PENSADAS».

«Solíamos fregar y secar el suelo de la cocina al final de la noche, a menudo a mitad de la noche y a veces lo hacíamos de aquella manera. Con la i-mop, esto ya no ocurre. La i-mop es un dispositivo fantástico y práctico de una gran empresa que se centra en la higiene y la salud. Se puede saborear la buena cultura, la hostelería y un servicio perfecto. Todo esto hace que sea maravilloso».



i-bin hygiene¹⁵

Revolucionario contenedor sanitario femenino



VERSIÓN BÁSICA o PRO disponible. PRO está conectado 24/7



Los modernos y estrechos contenedores sanitarios de i-giene son fáciles de usar, herméticos y ofrecen una protección higiénica óptima a los usuarios. Con una lámina 100 % de origen biológico. **Escanea el código QR para ver un vídeo de demostración**





El poder de unas mollejas bien preparadas reside en el contraste de texturas. La corteza crujiente y el núcleo suave, casi cremoso. Sumergimos las mollejas dos veces en el rebozado, lo que las hace aún más crujientes.

ENTRANTE

MOLLEJAS

ENSALADA DE COL NAPA
Y VINAGRETA DE COCO

SUGERENCIA DE VINO



Este plato combina bien con un vino blanco fresco y mineral, como un Sancerre Blanc de la región francesa del Loira.



Escanea el código QR para la receta



El clásico cóctel de gambas es popular en el Reino Unido desde los años sesenta. La versión tradicional, consiste en gambas peladas, salsa cremosa de cóctel y una base de lechuga, todo servido en una copa de cóctel. Le hemos dado un giro con nuevos sabores.

SUGERENCIA DE VINO



Este plato combina bien con un vino blanco seco y elegante, como un Chablis de la región de Borgoña.

PLATO PRINCIPAL 1

CÓCTEL DE GAMBAS

LANGOSTINOS Y GAMBAS HOLANDEAS
CON VINAGRETA DE COCO



Escanea el código QR para la receta



El Rendang, plato originario de Indonesia, es actualmente muy popular en la cocina inglesa. Los chefs experimentan con nuevas variantes de sabor del rendang adaptadas al paladar británico. Para los verdaderos incondicionales: pon una quenelle de helado de mango encima del plato.

SUGERENCIA DE VINO



Este plato combina bien con un vino tinto afrutado como un Shiraz de Australia o Sudáfrica.



PLATO PRINCIPAL 2

RENDANG

CON SALSA DE COCO Y HIERBA LIMÓN (Y HELADO DE MANGO)



Escanea el código QR para la receta

POSTRE

INDIA

MERENGUE CON HELADO DE CURRY Y CHOCOLATE BLANCO

La cocina inglesa ha estado muy influenciada por la colonización británica de la India en los siglos XIX y XX. Esto dio lugar a muchos sabores y platos nuevos, como currys, chutneys y arroces. Hemos reunido estos sabores en un postre.

SUGERENCIA DE VINO



Este plato marida bien con un vino blanco aromático y afrutado como un Riesling Spätlese de Alemania.



Escanea el código QR para la receta

ACCESO LIMPIA A AGUA PARA TODOS

**esta es la misión de
Made Blue Foundation**



Me llamo Machiel van Dooren y, junto con Frank van de Ven y Robin Pot, pisé por primera vez el continente africano en 2004: juntos empezamos a trabajar ayudando a los caficultores de las faldas del monte Kilimanjaro a conocer mejor su contabilidad y a obtener mayores beneficios de la venta de granos de café en la subasta de Moshi (Tanzania).

Allí aprendimos que hacer algo bueno por los demás y hacer negocios pueden ir de la mano: es posible hacer el bien haciendo negocios. Más tarde se crearon más empresas sociales: desde el comercio de derechos de emisión de carbono hasta la venta de ropa de segunda mano, en África y también más cerca de casa y siempre con el objetivo de hacer el mundo un poco mejor.

En este tiempo hemos conocido los problemas de escasez de agua que amenazan cada vez más a las comunidades de todo el planeta. Es más, el acceso al agua potable no es nada evidente para más de 800 millones de personas del planeta: ¡el equivalente a toda la población de Europa! Por lo general, son las mujeres y las niñas las que salen todos los días a buscar agua, esta a menudo ni siquiera está limpia y hay que hervirla antes de consumirla.

Machiel van Dooren
Cofundador de
Made Blue Foundation
machiel.van.dooren@
madeblue.org



EMPRESA
SOSTENIBLE

Basta con pensar en el tiempo que se tarda cada día, este tiempo se resta de asistir a la escuela, ir a trabajar o cuidar de la familia. Por eso, el acceso al agua potable y a la higiene no solo es esencial para seguir con vida, sino también para poder hacer algo con ella. Queríamos actuar y centrarnos en el impacto, la sostenibilidad y el espíritu empresarial.

En 2014 fundamos Made Blue Foundation, una organización benéfica con sede en los Países Bajos que trabaja por el acceso al agua potable para todos y con un enfoque bastante singular. Actualmente

«PARA AYUDAR A ACABAR CON LA LOCURA DEL AGUA POTABLE EMBOTELLADA»

Made Blue cuenta con el apoyo de unas 500 empresas de todo el mundo y convierte cada donación de 0,30 €/\$/£ en al menos mil litros de agua limpia en otro

lugar del planeta. Al ser solo una fracción del coste del agua en la mayoría de los países occidentales, existe un sólido argumento comercial: ahorrar agua reduce los costes y, al donar una pequeña parte de ese ahorro a Made Blue, se genera una cantidad igual de agua limpia en otro lugar del planeta, lo que supone un argumento de peso para hacer un esfuerzo adicional y ahorrar aún más.

Ese es también el fundamento de la colaboración de i-team t Made Blue, que se remonta a 2015, apenas unos meses después del inicio de nuestra iniciativa. Dado que la i-mop solo consume unos 18 litros de agua al día en funcionamiento, junto con Made Blue, i-team está devolviendo 18 litros de agua limpia a otra persona. Esto es más o menos suficiente para proporcionar a un adulto acceso a abundante agua limpia e higiene para pasar el día.

Juntos trabajamos en pozos profundos, torres de agua, tuberías y grifos para comunidades de países como Etiopía, Uganda, Bangladesh y Vietnam. Trabajamos con materiales y conocimientos locales y nos aseguramos de que la propiedad se transfiere a los usuarios locales, a los que ayudamos a crear una asociación y una cuenta bancaria para ahorrar de cara a un futuro mantenimiento o incluso ampliación.

Con una enorme cantidad de i-mops en uso hoy en día, i-team ya ha donado más de 1200 millones de litros de agua limpia a países en desarrollo. Es tan impresionante como suena, ya que proporciona a más de 16 000 personas acceso a agua limpia e higiene, hoy y en los próximos 10 años.

Como el acceso directo al agua limpia también acaba con la necesidad de hervir el agua superficial contaminada en fuego abierto, el impacto del i-team también se traduce en unos 180 000 árboles que no se utilizarán como leña y en un ahorro de más de 8 500 toneladas de emisiones de carbono como resultado directo.

Gracias a todos los que formáis parte de la familia i-team por dejar huella juntos, #makeitblue.



MADE BLUE

Michelle Marshall, editora de European Cleaning Journal (ECJ), nos trae un resumen de las noticias del sector de la limpieza en Europa.

ÚLTIMAS NOTICIAS DE EUROPA



Países Bajos



La relación entre la percepción de la limpieza en las escuelas y los resultados del aprendizaje es el tema de un nuevo proyecto de investigación del organismo industrial VSR de los Países Bajos, junto con la asociación comercial Schoonmakend Nederland. John Griep, periodista de ECJ, nos cuenta que estudios anteriores demuestran que una mejor experiencia de limpieza tiene un efecto positivo en el rendimiento de los trabajadores de oficina, por lo que merece la pena que tanto los clientes como los proveedores de servicios inviertan en mejorar la experiencia de limpieza. También se han llevado a cabo estudios similares en la enseñanza superior, donde se comprobó que la percepción de la limpieza está directamente relacionada con el rendimiento del aprendizaje.

La clave es no centrarse en las horas de limpieza, sino pensar de forma holística. Así, la visibilidad, el orden, los olores, los colores, las superficies y el aspecto del personal contribuyen a la impresión general y crean ese efecto impresionante.



Noruega

En Noruega, los sindicatos han emprendido una nueva campaña para que la limpieza sea un trabajo diurno, porque al sector le cuesta mucho atraer a trabajadores. Lotte Printz, corresponsal en Escandinavia, nos dice que el horario diurno no solo favorece la conciliación de la vida laboral y familiar de los empleados, «sino que también envía la señal de que se trata de un trabajo importante, contribuyendo así a elevar el estatus de toda la industria».

«La profesión de limpiador y el limpiador individual gozaron de un estatus superior durante la pandemia, pero ahora parece estar pasando este pico».



Dinamarca



«En los últimos 20 años no ha habido grandes cambios para los trabajadores del sector», declaró a ECJ María Veha, responsable de formación de TEC (Technical Education Copenhagen) Facility Services. Esta sombría visión del estado de la profesión de la limpieza llevó a Veha a dirigirse al sector en un artículo en el que pedía que se actuara -un cambio de paradigma- si no se quería mantener la misma situación en el sector dentro de 10 años.

Puede que la pandemia haya contribuido a centrar la atención en la limpieza y la higiene, pero en opinión de Veha no es suficiente. Tampoco es importante, pero largo proceso de los responsables políticos. El cambio también viene de dentro, y ella quiere dar un empujón al sector de la limpieza.

«Es maravilloso que cada vez más gente se comprometa a defender esta profesión. La conclusión es que las palabras por sí solas no producen cambios a la velocidad necesaria. Si queremos conseguir un cambio de paradigma y transformar la forma en que todos vemos la profesión de la limpieza, es hora de actuar y de adoptar nuevas formas de pensar en todo el sector.

«Para que la limpieza se considere un oficio, la profesión necesita un cambio de imagen».

Cree que la educación y la formación son fundamentales para lograr un cambio real, además de facilitar a los operarios las mejores herramientas y equipos para realizar su trabajo con profesionalidad.



Alemania



En Alemania nos enfrentamos a los mismos retos que en el Reino Unido. El talento futuro y el compromiso con los políticos también han estado sobre la mesa, como explicó nuestra reportera Katja Scholz. La asociación de limpieza por contrato BIV organizó en Berlín una conferencia para jóvenes empresarios de hasta 45 años. El objetivo era fomentar la creación de redes y obtener información sobre lo que podría motivarles a participar voluntariamente en la asociación de su sector. El programa también incluyó una velada de debate político con miembros del Bundestag alemán.

«Del mismo modo que, por ejemplo, la planificación de la sucesión en la empresa debe abordarse con tiempo, lo mismo ocurre con la labor de las asociaciones», comentó Wolfgang Molitor, Director General de BIV. «Me alegró especialmente observar el entusiasmo de los jóvenes empresarios por representar los intereses de su comercio y su capacidad para expresarlo a los políticos».



ÚLTIMAS NOTICIAS DE EUROPA

NO SIEMPRE ES LO MISMO

i-team Global es mucho más que otra empresa del montón

EMPRESA SOSTENIBLE



Frederique de Jong es una periodista y presentadora con una amplia experiencia en los medios de comunicación neerlandeses. También es moderadora del i-Gather

Nadie viene a un polígono industrial a divertirse. Excepto si acude al i-Gathering anual de i-team Global en Eindhoven. Hace cuatro años visité por primera vez las instalaciones de i-team, como moderador en una reunión sobre el sector de la limpieza. Frank van de Ven había tenido el detalle de prestar su estadio a otras empresas.

En la entrada, pensé para mis adentros: «otra empresa como las demás». Inmediatamente después, cuando entré en el restaurante, esta imagen cambió: «oh, esto es muy diferente». Cuando vi en el pub con un piano, una sonrisa llenó mi rostro. Y cuando entré en el estadio, casi me caigo. ¿Un estadio tan grande en una empresa que fabrica máquinas de limpieza?

A estas alturas ya sé que esto era solo el principio. En los últimos años se han logrado cosas aún más espectaculares. Medio avión, un autobús, un supermercado y un nuevo centro de almacenamiento y distribución en Flight Forum. ¡No tenemos límites!

Durante el covid, llamé a Frank porque pensé: «el negocio debe de ir mal, permíteme que te escuche». ¿Qué haces ahora con la crisis? Frank dijo despreocupadamente que todo el edificio ya contaba con protección contra el covid con flechas, trayectos marcados y mascarillas. La pandemia no había hecho más que empezar. Y mandó construir un estudio de televisión. «Como en la NOS (radiotelevisión pública holandesa)». Pensé que no podía ser tan bueno, pero ahora lo entiendo mejor. Y soy menos terco cuando Frank es quien me cuenta algo. Hace las cosas verdad, y las hace rápido.

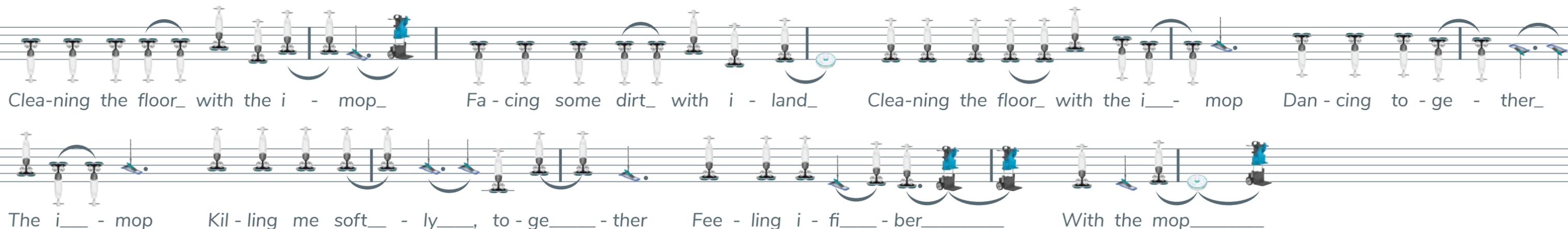
En octubre de 2022 se reunieron socios de casi todos los países en los que i-team está presente. Bueno, socios: ahora os llamáis «embajadores». El ambiente era tan bueno

y tan libre que en un momento dado salí a la calle y de repente se me ocurrió escribir una canción. Una canción para esta empresa. Para que quede claro: casi nunca trabajo para empresas, porque me gusta mantener mi objetividad periodística en la medida de lo posible. Pero las excepciones confirman la regla. Y allí estaba yo, unas horas más tarde, en el escenario. Canté al son de «Killing me softly» con el público.

«¿UN ESTADIO TAN GRANDE EN UNA EMPRESA QUE FABRICA MÁQUINAS DE LIMPIEZA?»



ESCANEA EL CÓDIGO QR PARA VER UN VÍDEO DEL EVENTO DE I-GATHERING 2021



«Limpieza basada en la experiencia VALOR AÑADIDO PARA CLIENTES Y EMPLEADOS».

HABLA-
MOS
CON



safer

Jeroen Lebens
Cicero Zorggroep

«Nos encanta apoyar a nuestros clientes de muchas maneras. La «limpieza» es esencial, pero no la etiquetamos como tal. Es un hecho, un requisito indispensable. Nuestros limpiadores apoyan a los residentes y aportan valor añadido a nuestros clientes e identifican sus necesidades. En Cicero Zorggroep, lo importante son las personas. Juntos marcamos una diferencia positiva», afirma Jeroen Lebens, Director de Instalaciones de Cicero Zorggroep, proveedor de servicios de atención a mayores. Aquí es donde entra en juego el vínculo con i-team Global.

El factor humano está en el centro de todas las innovaciones de i-team Global, porque el trabajo de limpieza puede ser más rápido, más limpio, más sostenible, más seguro, más sano y mejor. Para todos. Quienes llegan a conocer Cicero Zorggroep ven la perfecta alineación con i-team Global y sienten la visión, el enfoque, la conexión, el dinamismo y cómo nos centramos en las personas.

Cicero's Zorggroep, situado en Op den Toren, Nuth, ha empezado a utilizar hace poco la i-mop.

Cicero Zorggroep en cifras



3 áreas prioritarias: atención domiciliaria, rehabilitación y alojamiento.



14 centros de asistencia



3500 clientes



2500 empleados



Working area Sur de Limburgo (Países Bajos)

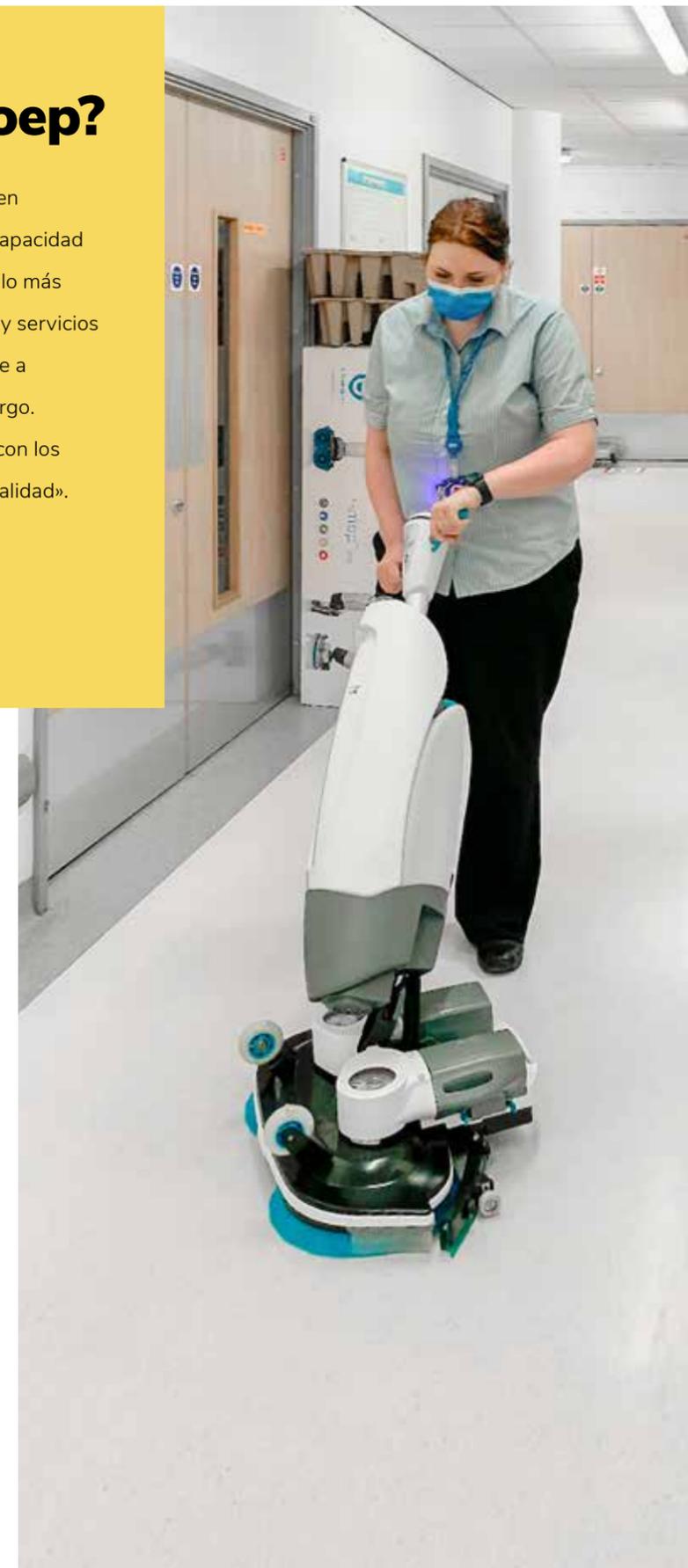


Jeroen Lebens
Cicero Zorggroep



¿Qué es Cicero Zorggroep?

Cicero Zorggroep es una empresa líder e innovadora con sede en Limburgo Meridional que ayuda a personas mayores y con discapacidad a dar forma y sentido a sus vidas de una manera significativa y lo más independiente posible. Cicero Zorggroep proporciona atención y servicios intra, semi y extramurales de alta calidad centrados en el cliente a más de 3500 clientes de diversas localidades del Sur de Limburgo. Sus 2500 empleados y 700 voluntarios están comprometidos con los valores fundamentales de «amabilidad, familiaridad y profesionalidad».



Jeroen Lebens, con más de 20 años de experiencia en el sector de la limpieza, empezó a trabajar en Cicero Zorggroep hace dos años. «Hemos integrado la limpieza en nuestro proceso primario. Es muy importante que se preste atención al proceso primario y, por tanto, a la limpieza. Se ha acabado la época en la que un cliente seguía un patrón fijo, por ejemplo, cuidados personales a las 10 de la mañana y limpieza a las 3 de la tarde. Si un cliente necesita una charla en la mesa de la cocina o ayuda para ordenar su ropa, optamos por darle prioridad. Por supuesto, el espacio vital y de vivienda debe estar limpio, y también nos ocupamos de ello. Nuestra misión es promover la autodeterminación y la autosuficiencia del cliente, por lo que los ayudamos y apoyamos. Un servicio orientado al cliente, basado en la experiencia, orientado a los objetivos y técnicamente sólido forma la base de nuestra visión sobre la limpieza, como parte integrante del proceso primario».

EL PODER DE LA INTEGRACIÓN

«Nuestros limpiadores son también empleados de centros de vivienda asistida. Tienen una función de señalización para nuestros clientes. La fuerza reside en la integración con el proceso primario; la sensación de que somos un solo equipo. Nuestros empleados son cruciales; por eso es importante un buen equilibrio entre el trabajo y la vida privada; un trabajo agradable y significativo desempeña un papel importante en este sentido».

«Nuestros profesionales disponen de las herramientas y los materiales adecuados. Trabajamos con 140 empleados de centros de vivienda asistida. También contamos con nuestro propio equipo flexible, que se encarga del mantenimiento del suelo y la limpieza de cristales interiores y está disponible en caso de emergencia. Llevamos tres años trabajando con la i-mop y hemos comprado otra hace poco. Con la i-mop conseguimos muchas cosas, como la inserción laboral sostenible de

las personas y el cuidado del medioambiente, y apoyamos a Made Blue Foundation para conseguir agua potable limpia en países donde es muy necesaria. Estamos orgullosos de habernos convertido recientemente en la primera organización asistencial de los Países Bajos, con cinco centros, en recibir el certificado de plata del Termómetro Medioambiental para la Asistencia. Por supuesto, la sostenibilidad en cuanto a los empleados también forma parte de esta certificación».

AMABILIDAD, FAMILIARIDAD Y PROFESIONALIDAD

Los tres valores fundamentales de Cicero Zorggroep son amabilidad, familiaridad y profesionalidad. El equipo de Cicero encarna estos valores para sus clientes y de forma interna. «Llevamos a nuestros empleados a i-team, en Eindhoven, para una jornada de formación sobre una forma diferente de limpiar. El planteamiento era «dar una oportunidad al cambio». ¿El resultado? Solo reacciones entusiastas. La confianza está ahí. La limpieza es mucho más que un entorno vital limpio».

i-link®

Un lugar en línea para todas tus herramientas, máquinas y normativas

i-link® es la nueva plataforma en la nube para todas tus herramientas, máquinas y normativas. Los nuevos productos i-team contarán con un pequeño módulo en su interior, integrado con la nube i-link. Este módulo enviará cada día a la plataforma información sobre el uso, los niveles de batería e incluso la ubicación de las máquinas.

Una herramienta útil **Saca el máximo partido a tus máquinas i-team**

Con i-link® obtendrás información valiosa sobre el uso de todos tus equipos de limpieza. Así podrás controlar si se utilizan las máquinas, cómo, cuándo y dónde. Permite acceder a la siguiente información sobre las máquinas:



Ubicación



Tiempo de funcionamiento



Tensión de la batería



Utilización Historial



Servicio y mantenimiento



Inactividad Máquinas



Documentos



Mapeo interior

TBA



Una forma más inteligente de limpiar. Únete a la revolución.

Escanea el código QR para obtener más información.