

# HIGIUS

PRIMEIRA PUBLICAÇÃO DO MERCADO DE LIMPEZA PROFISSIONAL

## Especial: Higiexpo/Higicon 2011

- Perdeu a feira Higiexpo? A gente traz as novidades!
- Congresso Higicon e o Valor da Limpeza Profissional
- Higiexpo Fashion ganha aplausos e levanta a autoestima do agentes de limpeza

Conheça o enorme potencial da limpeza em supermercados

Brasília se reúne para criar a tão sonhada - Lei da Terceirização



## Um pavilhão de inovações

Com mais de 80 expositores, a Higiexpo apresenta novidades ao mercado



Durante os dias 3 a 5 de agosto, no Pavilhão Amarelo do Expo Center Norte, em São Paulo ocorreu a 21ª Higiexpo – Feira de Produtos e Serviços para Higiene, Limpeza e Conservação. O tema deste ano para a maior feira do mercado de Limpeza Profissional da América Latina foi “O Valor da Limpeza Profissional”.

Mais de 80 expositores nacionais e internacionais divididos entre fabricantes de Máquinas, Descartáveis, Equipamentos e Acessórios, Produtos Químicos e Dosadores, Empresas Distribuidoras e Prestadoras de Serviços aproveitaram a feira para apresentar o que existe de mais novo para os quase 10 mil visitantes da feira.

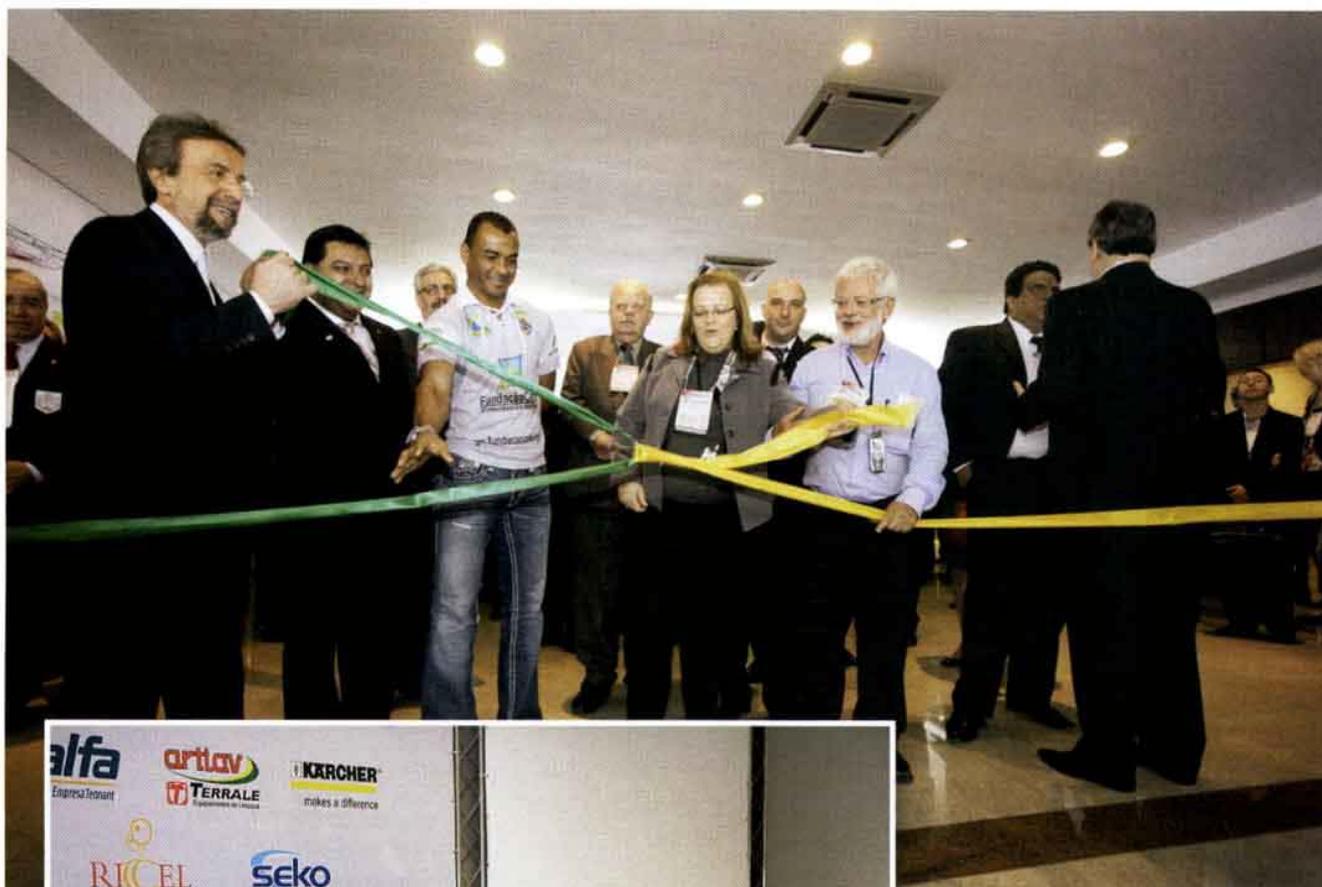
O evento foi patrocinado pelas empresas Alfa, uma Empresa Tennant, ArtLav Terrale, Kärcher, Riccel e Seko e também pelo Sindicato das Empresas de Asseio e Conservação do Estado de São Paulo (Seac-SP) e Sindicato das Empresas de Prestação de Serviços a Terceiros, Colocação e Administração de

## ESPECIAL HIGIEXPO 2011

Mão de Obra e de Trabalho Temporário no Estado de São Paulo (Sindeprestem). Contou ainda com a participação com estande de importantes entidades, como a Associação Brasileira de Compradores para Hospitalidade e Restaurantes (Abra-

cohr), Associação Brasileira de Facilities (Abrafac), Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (Abih-SP), Associação Nacional das Empresas de Lavanderia (Anel), Associação dos Controladores de Vetores e Pragas Urbanas (Aprag), Central

Brasileira do Setor de Serviços (Cebrasse), Secretaria Municipal do Desenvolvimento Econômico e do Trabalho, Conselho Regional de Química (CRQ IV Região), Federação Nacional das Empresas de Serviços e Limpeza Ambiental (Febrac).



Abertura oficial Higiexpo 2011



Presidentes de importantes entidades do setor na abertura da Higiexpo 2011



Cafu é homenageado pelo seu trabalho frente a Fundação que leva seu nome



Luciano Galea

A abertura oficial do evento contou com Luciano Galea, atual presidente da Abralimp; Adonai Arruda, presidente do Seac-PR e WFBSC (World Federation of Building Service Contractors), entidade mundial que agrega as empresas de asseio e conservação; Ricardo Garcia, presidente da Febrac (Federação Nacional das Empresas de Serviços e Limpeza Ambiental) e do Sindicato de Asseio e Conservação do Rio de Janeiro (Seac-RJ); Vander Morales, presidente do Sindeprestem (Sindicato das Empresas de Prestação de Serviços a Terceiros, Colocação e Administração de Mão de Obra e de Trabalho Temporário no Estado de São Paulo), Rui Monteiro, presidente do Sindicato de Asseio e Conservação de São Paulo (Seac-SP) e Romilton dos Santos, vice-presidente da Abralimp.

Galea, em sua fala, lembrou os dois anos de muito trabalho de todos os expositores, palestrantes e membros da Abralimp. O Higiexpo Fashion, desfile de uniformes e equipamentos de proteção individual que serve como homenagem às pessoas que trabalham no setor assim como a importância da parceria da



Adonai Arruda

Abralimp com a Fundação Cafu também foram assuntos do discurso.

Sobre a escolha do tema, Galea citou o escritor e poeta lusitano Fernando Pessoa que certa vez disse que “o valor das coisas não está no tempo em que elas duram, mas na intensidade com que acontecem. Por isso existem momentos inesquecíveis, coisas inexplicáveis e pessoas incomparáveis”.

Arruda, por sua vez, comentou sobre a importância do evento para a busca da identidade do setor. Segundo ele, os números comprovam uma enorme ligação entre o setor e sua mão de obra. “Gente não tem preço, gente tem valor”, declarou ao comentar que o agente de limpeza está na base da pirâmide e sem ele o setor não existiria.

Garcia aproveitou a oportunidade para comentar o fortalecimento do setor e da parceria com a Abralimp nos últimos anos. Lembrou que pela primeira vez a cadeia está representada no Congresso Federal na figura do deputado federal Laércio Oliveira, que a próxima Higiexpo, juntamente com o ENEAC serão realizados em Curitiba, junto com o



Ricardo Garcia

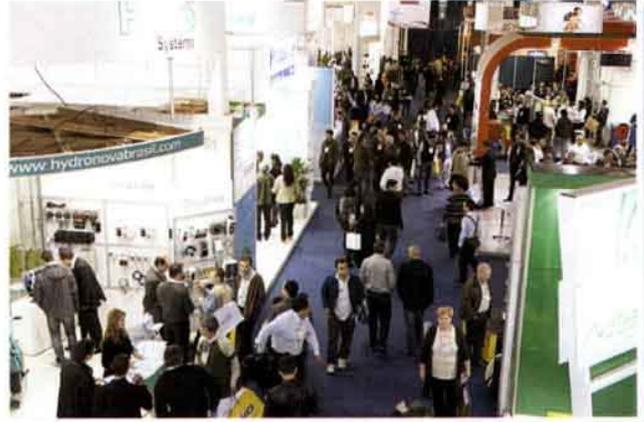
WFBSC, onde são esperados, ao menos, 1200 participantes. Lembrou também que ao menos oito milhões de pessoas dependem das empresas que terceirizam seus serviços para sobreviver.

Após a fala dos presidentes de cada entidade, foram homenageadas as empresas associadas à Abralimp. De forma simbólica, três empresas mais antigas de cada câmara setorial da Abralimp receberam a homenagem na própria abertura do evento e as demais no estande da entidade, após a abertura oficial.

Os visitantes tiveram a oportunidade de conhecer desde uma vassoura acoplada a mangueira, fazendo assim o colaborador economizar tempo, discos de limpeza feitas totalmente a partir de garrafas PET reciclada, lavadoras desenvolvidas exclusivamente para escadas rolantes, entre outros, foram apenas algumas das novidades encontradas nos estantes. A revista HigiPlus, sempre pensando em seu leitor, visitou cada estante da feira e traz, em primeira mão, o destaque ou principal novidade que cada expositor, além do respectivo contato.



03 dias de público especializado



Visitantes conhecem expositores e produtos



Bem-vindos à Abralimp



Abralimp Filiação



Destaque Inovação



Diretoria Sindeprestem



A equipe de que organizou a feira



Responsabilidade Social



Os "pais" da feira



Presença ilustre



HigiPlus presente



Rumo à 2012

## ALFA, TENNANT



**Novidade apresentada:** Orbio 5000-Sc

**Informações do Produto:** Equipamento que transforma a água de torneira em uma solução de limpeza utilizando água, sal e carga elétrica para ser utilizado em qualquer equipamento de limpeza (lavadoras, automáticas, lavadoras de carpete, borrifadores etc.).

**Observação:** Esse produto participou do estande "Destaque Inovação"

**Tel:** (11) 3320-6999

**E-mail:** info.brasil@tennantco.com  
www.alfatennant.com.br

## ALWIN

**Novidade apresentada:** Dispenser "no touch" eletrônico para sabão.

**Informações do Produto:** Dispenser que desobriga o contato da mão para ser acionado, permitindo assim maior higiene no local onde for instalado, uma vez que microrganismos não poderão se alastrar pelo toque.

**Tel:** (12) 2125-1877

**E-mail:** gilbertomesquita@alwin.com.br  
www.alwin.com.br



## AMERICO



**Novidade apresentada:** Discos de limpeza ecológicos

**Informações do Produto:** Diversos modelos de discos de limpeza feitos totalmente a partir de material reciclado. Segundo a empresa, uma caixa com cinco discos é formada após a reciclagem de aproximadamente 40 garrafas PET.

**Observação:** O produto não se encontra no mercado brasileiro atualmente. A empresa espera até o final de o ano fechar parceria com alguma companhia nacional para ajudá-la na comercialização.

**E-mail:** info@americomfg.com  
www.americomfg.com

## ARTLAV



**Novidade apresentada:** Lavadora Automática H610

**Informações do Produto:** Silenciosa, a lavadora é considerada compacta (possui dimensões de 1.440 mm x 800 mm) e foi projetada para passar facilmente por portas normais. Pode ser usada em diversos locais, como hospitais, supermercados, ginásios, escolas, entre outros.

Tel: (11) 3833-0122

**E-mail:** sac@artlav.com.br

www.artlav.com.br

## AUDAX QUÍMICA

**Novidade apresentada:** Linha Brilliance

**Informações do Produto:** Segundo a empresa é o melhor que a companhia pode oferecer ao mercado de Limpeza Institucional. Uma linha de soluções completa para o tratamento de piso em diversos locais, como aeroportos, hospitais, escolas, lojas de departamento etc. Sem cheiro ou cor. A base seladora conta com 18% de sólidos, enquanto a cera conta com 25%.

Tel: (19) 3515-5000

**E-mail:** vendas@audax-quimica.com.br

www.audax-quimica.com.br



## BECKER



**Novidade apresentada:** Linha de produtos ecológicos

**Informações do Produto:** Segundo a empresa é a única companhia brasileira que usa o Ecosurf, componente tensoativo não iônico biodegradável, que substitui o petróleo na formulação química do produto. Oferece a linha completa de químicos voltados à limpeza institucional.

Tel: (11) 4161-6368

**E-mail:** vendassp@industriasbecker.com.br

www.industriasbecker.com.br

## BELLINZONI SUD



**Novidade apresentada:** Linha Aquarium

**Informações do Produto:** Linha de produtos voltada à manutenção do piso. Segundo a companhia, o grande diferencial do produto é que ele impregna no piso, não formando assim partículas que alteram as características originais do piso. Outra diferenciação dele é sua característica hidrofugante, que deixa a pedra "respirar".

**Tel:** (21) 2445-9577

**E-mail:** info@bellinzoni.net

[www.bellinzoni.net](http://www.bellinzoni.net)

## BIOVISIUM

**Novidade apresentada:** Bio Mop

**Informações do Produto:** Feito com microfibras a grande inovação do Bio Mop é o sistema de centrifuga que acompanha o produto, permitindo assim que o mop fique seco rapidamente após o uso, fazendo com que o colaborador não tenha contato direto com os produtos químicos e as sujidades varridas.

**Tel:** (44) 3523-7884

**E-mail:** vendas@biovisium.com.br

[www.biovisium.com.br](http://www.biovisium.com.br)



## BIOZYME BRASIL



**Novidade apresentada:** Desengraxante Bio333

**Informações do Produto:** O produto utiliza em sua formulação matérias-primas vegetais de fontes renováveis, todas facilmente biodegradáveis que não apresentam toxicidade às pessoas e ao meio ambiente. Produto de baixa concentração de compostos voláteis (VOC), não inflamável, não irritante, não corrosivo, baixa formação de espuma, podendo ser usado nos diversos tipos de superfícies.

**Observação:** Esse produto participou do estande "Destaque Inovação"

**Tel:** (11) 3228-3725

**E-mail:** contato@biozyme.com.br

[www.biozyme.com.br](http://www.biozyme.com.br)

### CEL-LINE



**Produto Apresentado:** radiocomunicadores

**Informações do Produto:** A Cel-Line apresentou sua linha tradicional nesta edição da Higiexpo. Os visitantes tiveram a chance de conhecer um pouco mais sobre a locação de radiocomunicadores em seu estande.

**Tel:** (11) 2042-4722

**E-mail:** cel-line@cel-line.com.br  
www.cel-line.com.br

### CEILING PRO

**Novidade apresentada:** Solução de limpeza de tetos

**Informações do Produto:** A empresa americana, líder na indústria de limpeza de tetos nos Estados Unidos, está presente em outros 33 países. Apresentou ao mercado brasileiro a sua solução de limpeza de tetos em três fases, algo inovador para os padrões brasileiros.

**Tel:** 0800-891-1931

**Email:** info@ceilingprointernational.com  
www.ceilingprointernational.com/portuguese



### CERTEC



**Novidade apresentada:** Suportes e escovas com base plástica em substituição aos de madeira.

**Informações do Produto:** Pensando no meio ambiente, a companhia apresentou uma nova linha de suportes e escovas feitas a partir de material reciclado. Além de serem ecologicamente corretos, esses novos suportes possuem diferenças em relação ao produto original: são mais leves e mais resistentes.

**Tel:** (11) 3333-8888

**E-mail:** j.antonio@grupocertec.com.br  
www.certecenceradeiras.com.br

## COMAC



**Novidade apresentada:** Innova 60

**Informações do Produto:** Essa lavadora compacta foi desenhada para o conforto do colaborador. Fora isso, segundo a empresa, o fato de auxiliar ter apenas que "dirigir" a máquina garante que ela esteja sempre rendendo o máximo, algo que não era possível com outros tipos de máquinas.

**E-mail:** com@comac.it

[www.comac.it](http://www.comac.it)

## DEEP CLEAN

**Novidade apresentada:** Enceradeira Super Plus

**Informações do Produto:** Contando com a caixa da engrenagem separada da panela, trava de segurança e duplo comando, o produto pode ser encontrado em três variações: 350 mm, 400 mm e 510 mm. Vem com um ano de garantia oferecido pela empresa.

**Tel:** (11) 2458-6616

**E-mail:** nasser@thamesjlara.com.br

[www.thamesjlara.com.br](http://www.thamesjlara.com.br)



## DIVERSEY



**Novidade apresentada:** Oxivir Five 16 Concentrate

**Informações:** Limpador e desinfetante auxilia na prevenção de infecções hospitalares. Limpa e desinfeta pisos, paredes, artigos e superfícies fixas, tais como: aço inoxidável, cromo, borracha e acrílico, através da sua tecnologia patenteada AHP®, que une tensoativos e peróxido de hidrogênio em um mesmo produto. O produto é eficaz contra uma ampla variedade de microorganismos incluindo Norovírus, Hepatite B, Hepatite C, entre outras doenças.

**Observação:** Esse produto participou do estande "Destaque Inovação"

**Tel:** 0800-134166

**E-mail:** sac.br@diversey.com - [www.diversey.com](http://www.diversey.com)

## EASY CLEAN



**Novidade apresentada:** Sistema de Jateamento

**Informações do Produto:** Com alta capacidade de remover tintas, incrustações e diversos resíduos impregnados em diferentes materiais como aço, plástico, vidro, madeira etc., sem danificar o objeto. Além disso, o produto não apresenta qualidades tóxicas ou agressivas ao meio ambiente.

**Tel:** (11) 2375-8799

**E-mail:** toffane@gmail.com

[www.easycleanbrasil.com.br](http://www.easycleanbrasil.com.br)

## ELECTROLUX

**Novidade apresentada:** Facile 1800

**Informações do Produto:** Essa lavadora de alta pressão possui uma alça retrátil, além de rodas acopladas, que facilitam o transporte e armazenamento do produto. Com uma mangueira de 4 metros flexível e antiabrasiva, pode encaixar diversos bicos. Conta o com sistema stop total, que desliga totalmente a máquina quando o gatilho da pistola deixa de ser pressionado e pode economizar até oito vezes mais água em relação a uma mangueira comum.

**Tel:** (11) 2168-1155

**E-mail:** flavio.paschoa@electrolux.com.br

[www.electrolux.com.br](http://www.electrolux.com.br)



## EMEC



**Novidade apresentada:** Bomba dosadora comandada por controle remoto

**Informações do Produto:** Com proteção total contra qualquer tipo de vazamento de água, o grande diferencial desse produto é que ele só pode ser regulado através de radiofrequência, ou seja, o operador da máquina não possui controle sobre a quantidade de produto que estará dentro da máquina de lavar louça.

**Tel:** (11) 4356-1130

**E-mail:** emecbrasil@emecbrasil.com.br

[www.emecbrasil.com.br](http://www.emecbrasil.com.br)

## FIorentini



**Novidade apresentada:** ET 85

**Informações do Produto:** Com possibilidade de limpar até 4.920 metros quadrados por hora e com autonomia própria de 4 horas, essa lavadora é totalmente silenciosa, segundo o fabricante. Outra promessa feita pela companhia é o baixíssimo custo de manutenção que ela trará para o empresário. O modelo 85R possui um rodo de fricção de 820 mm.

**E-mail:** sales@ingfiorentini.it

[www.ingfiorentini.it](http://www.ingfiorentini.it)

## FORT PEL

**Novidade apresentada:** Ouropel Premium

**Informações do Produto:** Encontrado nas formas de bobina e toalha, o produto descartável pode ser encontrado em diversos tamanhos. Produzido a partir de celulose 100% virgem. Ele é proveniente de florestas cultivadas e possui certificações de que sua matéria prima é sustentável para o planeta.

**Tel:** (11) 2095-2020

**E-mail:** vendasfortpel@rothia.com.br

[www.rothia.com.br](http://www.rothia.com.br)



## GIRASSOL



**Novidade apresentada:** Multilux Bac

**Informações do Produto:** Multiuso ultraconcentrado com ação bactericida, onde cada litro do produto deve ser diluído em 150 litros de água. Além disso, limpa e desinfeta ao mesmo tempo, com fragrância de grande fixação e comprovado efeito contra bactérias. Pode ser comprado em até quatro tipos de fragrâncias e conta com o quaternário de amônia como agente bactericida.

**Tel:** (51) 3470-1100

**E-mail:** comercial@girassolquimica.com.br

[www.girassolquimica.com.br](http://www.girassolquimica.com.br)

## GRUPO LOBTEC



**Novidade apresentada:** Solução ÔNIS

**Informações do Produto:** Com uma estrutura própria para atender empresas de todos os portes, a solução apresentada é a única, segundo a empresa, a possibilitar uma gestão completa em segurança patrimonial, limpeza e portaria, da pré-venda a contabilidade no mercado. Possui um sistema próprio de ponto eletrônico, onde o funcionário pode "bater o cartão" pelo rádio ou celular.

**Tel:** (11) 2177-4900

**E-mail:** [vanessa\\_garcia@grupolobtec.com.br](mailto:vanessa_garcia@grupolobtec.com.br)  
[www.grupolobtec.com.br](http://www.grupolobtec.com.br)

## HYDRO SYSTEMS

**Novidade apresentada:** Série Evolution 65 I

**Informações do Produto:** O mais novo gerador de espuma da empresa promete maior flexibilidade, autonomia e segurança nas operações de limpeza. Operando com uma bomba pneumática, o que garante maior rendimento. Possui um sistema de diluição próprio, que permite o trabalho com produtos químicos concentrados. Indicado para locais onde há manipulação de alimentos.

**Tel:** (12) 3201-7707

**E-mail:** [vendas@hydronovabrasil.com](mailto:vendas@hydronovabrasil.com)  
[www.hydronovabrasil.com](http://www.hydronovabrasil.com)



## IPC BRASIL



**Novidade apresentada:** Lavadora de pisos Ecológica CT 40 ECS

**Informações do Produto:** A lavadora de pisos ecológica CT 40 ECS é ecológica porque utiliza até 80% menos água do que uma lavadora de pisos comum. Ela também pode economizar até 90% de detergente, além de ser a mais silenciosa do mercado com 6dB a menos. Seu sistema de recarga de baterias pode economizar até 30% de energia (Battery Life Saver).

**Observação:** Esse produto participou do estande "Destaque Inovação"

**Tel:** (41) 3551-1590

**E-mail:** [marcelo@sotecobrasil.com.br](mailto:marcelo@sotecobrasil.com.br)  
[www.sotecobrasil.com.br](http://www.sotecobrasil.com.br)

## JACTOCLEAN



**Novidade apresentada:** Lavadora Modelo: J15000H  
**Já se encontra no mercado?** Não. Será lançada em Janeiro de 2012.

**Informações do Produto:** Lavadora de Alta Pressão de Água Quente que utiliza o Etanol (álcool combustível) para o aquecimento da água, sendo pioneira no mundo nesse sentido.

**Observação:** Esse produto participou do estande “Destaque Inovação”

**Tel:** (14) 3405-3032

**E-mail:** vendas.clean@jacto.com.br

[www.jactoclean.com.br](http://www.jactoclean.com.br)

## JSN

**Novidade apresentada:** Contêiner de 1000 litros

**Informações do Produto:** Com 1,30 metro de altura, x 1,32 metro de largura e 1,05 metro de profundidade esse tipo de contêiner será produzido pela primeira vez por uma indústria 100% brasileira, segundo a companhia.

**Tel:** (11) 2100-1700

**E-mail:** atendimento@jsn.com.br

[www.jsn.com.br](http://www.jsn.com.br)



## KÄRCHER



**Novidade apresentada:** Varredeira MC 50 Advanced

**Informações do Produto:** Ideal para áreas externas grandes. Operador a bordo, cabine totalmente fechada e envidraçada, com ar condicionado e rádio. Autonomia de aproximadamente 10 horas com apenas um tanque de combustível. Capacidade de operar em acíves de até 25%. Possui três escovas de limpeza e pode ser adaptado para cortar a grama.

**Observação:** Esse produto participou do estande “Destaque Inovação”

**Tel:** (19) 3884-9100

**E-mail:** atendimento@karcher.com.br

[www.karcher.com.br](http://www.karcher.com.br)

## LAVORWASH



**Novidade apresentada:** Lavadora extratora com vapor profissional

**Informações do Produto:** Gerador de vapor com extração Etna é uma ferramenta de limpeza muito funcional, pois concilia vapor e produto químico simultaneamente. Através do seu regulador de vapor é possível injetar 100% de químicos, até 100% vapor, ou misturar os dois e injetar produto químico quente no estofado, tapetes e carpetes. Um forte e durável motor de aspiração possibilita extrair toda a sujeira.

**Observação:** Esse produto participou do estande "Destaque Inovação"

**Tel:** (16) 3951-9666

**E-mail:** [supervisao.promotor@lavorwash.com.br](mailto:supervisao.promotor@lavorwash.com.br)

[www.lavorwash.com.br](http://www.lavorwash.com.br)

## LEONE

**Novidade apresentada:** Aspirafort

**Informações do Produto:** Esse aspirador conta com um reservatório inox com capacidade para até 80 litros e 3 motores. Fora isso, possui três diferentes tipos de filtro e acessórios, inclusive a mangueira, mais resistente do que a média encontrada no mercado.

**Tel:** (11) 3393-3636

**E-mail:** [leone@leone.equipamentos.com.br](mailto:leone@leone.equipamentos.com.br)

[www.leone.equipamentos.com.br](http://www.leone.equipamentos.com.br)



## LOGICO



**Novidade apresentada:** Penta Sprayer

**Informações do Produto:** Essa pistola para a limpeza é extremamente leve (pesa aproximadamente 2,7 Kg), sendo usada em diversos locais, como transportes, áreas de saúde, hotéis etc. Prático, uma vez que seu cinto possui cinco reservatórios de 350 ml cada. O acessório pode ser utilizado para a pulverização de um limpador concentrado voltado para vidros e outras superfícies até higienizar uma área com um desinfetante bactericida.

**E-mail:** [renata.dorosario@logico.org](mailto:renata.dorosario@logico.org)

[www.logico.org](http://www.logico.org)

## MAXCLEAN



**Novidade apresentada:** Linha Hospitalar e Lavanderia

**Informações do Produto:** Linha de produtos químicos para ser usada em hospitais e em lavanderias. Na primeira linha, hospitalar, é possível comprar desinfetantes, sanitizantes, sabonetes anticépticos e limpadores de uso geral. Já na outra linha, é possível comprar detergentes, facilitadores para a passagem de roupa, alvejantes, desinfetantes, entre outros produtos.

**Tel:** (19) 3805-2827

**E-mail:** comercial@maxcleanlimpeza.com.br  
www.maxcleanlimpeza.com.br

## MULTQUÍMICA

**Produto apresentado:** Dispenser Expert Line

**Informações:** Único dispenser disponível no mercado para papel toalha com fio dental. Dispenser multiuso, para papel toalha interfolhas de 2 ou 3 dobras, higiênico rolão de até 500 metros, higiênico tipo kai kai duplo, fio dental de 500 metros.

**Observação:** Esse produto participou do estande "Destaque Inovação"

**Tel:** (43) 3329-0081

**E-mail:** atendimento@multquimica.com.br  
www.multquimica.com.br



## NATURAL LIMP



**Produto apresentado:** Equipamento para coleta seletiva

**Informações:** Com tecnologia exclusiva e o único item no Brasil onde é possível encontrar as quatro cores da reciclagem em uma única lixeira. A linha Mix possui seis modelos de lixeira em diversos tamanhos e é ideal para diversos lugares.

**Tel:** (11) 5031-3365

**E-mail:** naturallimp@naturallimp.com.br  
www.naturallimp.com.br

## NETTOYAGE



**Produto apresentado:** Camiseta Ecológica

**Informações:** Camiseta ecológica feita a partir de fibras de garrafas PET reciclada combinada com outros tipos de fibras. Fora isso, a empresa possui um sistema próprio para dar um final sustentável aos uniformes, após serem utilizados pelos clientes: doação da roupa após a retirada da logomarca da empresa ou incineração do uniforme, que servirá como matéria-prima para o cimento.

**Tel:** (11) 5071-1799

**E-mail:** comercial@nettoyage.ind.br

[www.nettoyage.ind.br](http://www.nettoyage.ind.br)

## NILFISK ADVANCE

**Produto apresentado:** Adfinity X20R REV ECOFLEX

**Informações:** Essa lavadora de pisos conta com um exclusivo sistema de escovação circular e orbital, realizando assim uma limpeza uniforme sem deixar marcas no piso, ganhando tempo e evitando o uso de produtos químicos. Conta com o sistema EcoFlex, que permite uma dosagem feita de acordo com a necessidade do piso, evitando assim o desperdício.

**Tel:** (11) 3959-0300

**E-mail:** atendimento@nilfisk-advance.ind.br

[www.nilfisk-advance.ind.br](http://www.nilfisk-advance.ind.br)



## PLAX



**Produto apresentado:** Plaxmatic Ecolaudry

**Informações:** Detergente pioneiro no mercado de lavanderias, composto por matérias primas obtidas de insumos e fontes renováveis. Reduz o número de enxágues, o uso de produtos complementares e a carga química poluente do processo. Promove a melhoria contínua, na vida útil e maciez do tecido, e melhor qualidade operacional ao usuário e ao meio ambiente.

**Observação:** Esse produto participou do estande "Destaque Inovação"

**Tel:** (21) 2776-4575

**E-mail:** plax@plax.com.br

[www.plax.com.br](http://www.plax.com.br)

## PLESTIN



**Produto apresentado:** Toalheiro de Auto Corte Eletrônico

**Informações:** Sendo possível encontrar nas versões mecânica e eletrônica e em duas cores, esse produto possui tecnologia de ponta importada diretamente dos Estados Unidos da América. Seu tamanho é 42,5 cm de altura, 37,0 cm de largura e 25 cm de profundidade.

**Tel:** (11) 3686-3424

**E-mail:** plestin@plestin.com.br  
[www.plestin.com.br](http://www.plestin.com.br)

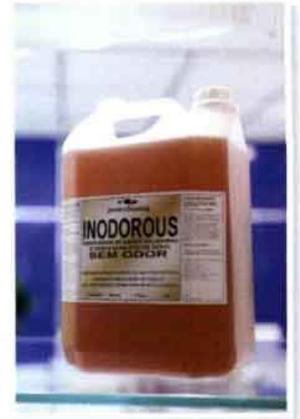
## POWER CLEANING

**Produto apresentado:** Inodorous

**Informações:** Removedor de bases seladoras e ceras artificiais, sem odor. Por se tratar de um produto sem cheiro, seu uso é ideal, segundo o fabricante, para aplicações em indústrias Alimentícias, Supermercados, Hospitais etc.

**Tel:** (11) 4092-7100

**E-mail:** powercleaning@powercleaning.ind.br  
[www.powercleaning.ind.br](http://www.powercleaning.ind.br)



## PROLIM



**Produto apresentado:** Bloqueador Solar Protec FPS30

**Informações do produto:** Sendo vendido em diversas formas, como um frasco de 120 ml ou em dosadores, o produto protege a pele do colaborador contra a ação nociva dos raios ultravioleta dos tipos UVA e UVB quando expostos ao sol. Dermatologicamente testado é indicado para todos os tipos de pele, inclusive as sensíveis e é resistente à água.

**Tel:** (12) 3634-8055

**E-mail:** prolim@prolim.com.br  
[www.prolimquimica.com.br](http://www.prolimquimica.com.br)

## PROPAPER



**Produto apresentado:** Linha de papel ecológica

**Informações do produto:** Um dos únicos produtos encontrados no mercado que conta com o certificado FSC (*Forest Stewardship Council* – Conselho de Manejo Florestal), organização não-governamental reconhecida mundialmente, atestando que toda a cadeia produtiva é socialmente benéfica, ambientalmente correto e economicamente viável. Pode ser encontrado nos formatos toalhas e papel higiênico em bobinas ou interfolhas.

**Tel:** (12) 3609-5300

**E-mail:** propaper@propaper.com.br

[www.propaper.com.br](http://www.propaper.com.br)

## QUALITY MAX

**Produto apresentado:** Sistema de tratamento de pisos

**Informações do produto:** A linha de tratamento de piso empresa se divide em 10 variações de produtos químicos: Remox Plus (para acabamentos acrílicos, seladores e ceras em geral), Facile (cera acrílica autobrilho), Remox (removedor de acabamentos acrílicos, seladoras e ceras em geral), Acrility (cera acrílica autobrilho com ótima resistência ao tráfego), entre outros produtos.

**Tel:** (11) 2781-3682 / 2781-3708

**E-mail:** quality\_comercial@terra.com.br

[www.qualitymaxind.com.br](http://www.qualitymaxind.com.br)



## REMOVER



**Produto apresentado:** Remover SYSTEM IC2

**Informações:** Essa máquina de limpeza a vapor foi projetada especialmente para empresas de limpeza de shoppings, metrô, linha de ônibus, praças, escolas, entre outros locais. Ergonômica, a máquina possui empunhaduras na haste, possibilitando ao operador manter a postura correta. Vem com garantia de um ano contra defeitos de fabricação.

**Tel:** (15) 3017-7581

**E-mail:** correaengenharia@correaengenharia.com.br

[www.remover.ind.br](http://www.remover.ind.br)

## RENKO



**Produto apresentado:** Bio-Orange

**Informações:** Ideal para a remoção de graxas, óleos, fuligens e gorduras, essa pasta desengraxante é feita a base D'Limonero, substância química, orgânica e natural, encontrada em frutas cítricas, fazendo-o um produto ecologicamente correto.

**Tel:** (19) 3257-1466

**E-mail:** atendimento@renko.com.br  
www.renko.com.br

## RICCEL

**Produto apresentado:** High Tech

**Informações do produto:** High Tech é um impermeabilizante antiestático formulado a partir de matérias-primas inovadoras desenvolvidas pelo Laboratório da empresa, tornando o produto 100% nacional e sem a dependência de insumos importados. Composto de base aquosa, não inflamável, proporciona uma excelente proteção ao piso, equipamentos eletrônicos e ao ser humano. Confere ao piso um excelente nível de brilho. Testado em laboratórios especializados, atende a norma NBR 14544 da ABNT que o valida como antiestático.

**Observação:** Esse produto participou do estande "Destaque Inovação"

**Tel:** (11) 2607-6363

**E-mail:** riccel@riccel.com.br - www.riccel.com.br



## RUBBERMAID



**Produto apresentado:** Carro de Limpeza 6173-89

**Informações do produto:** Leve (22,5 Kg), desenvolvido para unir alta capacidade de carga, flexibilidade de manobra e praticidade de uso. Possui capacidade de até 78,7 litros e pode ser customizado. O modelo conta com rodas em dois tamanhos, 10,2 cm e 20,3 cm, que não marca o chão ou range, além de contar com ângulos internos retos, que permitem uma higienização mais precisa e menos trabalhosa para o operador.

**Tel:** 0800 970 9044

**E-mail:** suporte\_tecnico@rubbermaid.com.br  
www.rubbermaid.com.br

### SEKO DO BRASIL



**Produto apresentado:** Jet Neat Foam –  
Prodose Bomba Dosadora Manual

**Informações:** Feito com aço inox e com en-  
gate rápido, essa bomba dosadora possui um  
sistema próprio de travamento no gatilho,  
impedindo assim o desperdício de material  
além de ser possível regular a pressão da  
substância que estará sendo utilizada. Pode  
ser encontrado em duas versões.

**Tel:** (11) 2606-9878

**E-mail:** sekobrasil@sekobrasil.com.br  
www.sekobrasil.com.br

### SEVENGEL

**Produto apresentado:** Seven Det Am

**Informações:** Poderoso detergente multiuso, o pro-  
duto pode limpar qualquer tipo de gordura encontrada  
no solo sem causar danos ao piso. Detém ação neu-  
tralizadora de odores, sendo assim ideal para cozinha  
profissional, indústria, hospital etc. Possui duas formas  
de diluição: Para limpeza pesada, deve ser diluído,  
em média, 3 litros para 100 de água; Para manutenção  
o valor cai para 1 litro de produto para 100 de água.

**Tel:** (16) 3947-3003

**E-mail:** sevengel@sevengel.com.br  
www.sevengel.com.br



### S.P.E. ELETTRONICA INDUSTRIALE



**Produto apresentado:** Carregadores de  
Baterias para máquinas

**Informações:** A principal novidade da em-  
presa italiana foi um conjunto de carregadores  
de baterias para diversos tipos de equipa-  
mentos mais leves e compactos do que as  
encontradas atualmente no mercado brasileiro.

**Observação:** Esse produto só estará dis-  
ponível no mercado brasileiro a partir do  
começo de 2012.

**E-mail:** speelet@tin.it  
www.speelett.it

## START QUÍMICA



**Produto apresentado:** Pasta Desengraxante Atack

**Informações:** Ideal para a remoção de graxas, óleos, fuligens e gorduras que estejam aderidas nas mãos. Esse produto é direcionado para oficinas, borracharias e para profissionais de manutenção em geral.

**Tel:** (34) 3292-6100

**E-mail:** comercial@startquimica.com.br  
www.startquimica.com.br

## SUPERPRO BETTANIN

**Produto apresentado:** Bio Mop

**Informações:** Encontrado na forma profissional e doméstico, esse bio mop apresenta uma série de vantagens em relação ao mop comum, como o sistema de centrifuga, que permite um mop seco rapidamente após o uso. Além disso, com esse sistema, o colaborador não tem contato direto com os produtos químicos e as sujidades varridas.

**Tel:** (51) 3458-0003

**E-mail:** karla.ribas@superprobettanin.com.br  
www.superprobettanin.com.br



## TERRALE



**Produto apresentado:** E36 – Elétrica

**Informações:** A menor e mais robusta lavadora à cabo encontrada no mercado. Essa é a promessa que empresa faz ao apresentar a sua lavadora ideal para ambientes pequenos, que não podem ser limpos com lavadoras tradicionais. Com uma escova de 360 mm, o equipamento tem capacidade de render até 1.250 metros quadrados por hora.

**Tel:** (11) 3622-6868

**E-mail:** comercial@terrale.com.br  
www.terrale.com.br

## TRON



**Produto apresentado:** Dosimax in Place

**Informações:** Solução completa, que conta com uma bomba dosadora e um programa de computador especial, para a máxima eficiência na limpeza profissional em ordenharias, fazendo que o produto químico não entre em contato com o leite.

**Tel:** (81) 2121-9600

**E-mail:** vendas@tron-ce.com.br

[www.tron-ce.com.br](http://www.tron-ce.com.br)

## TTS DO BRASIL

**Produto apresentado:** Lixeira de parede WALL-UP

**Informações:** Coletor suspenso com pedal proporciona uma coleta higiênica e segura para o usuário. Devido à fixação na parede por um exclusivo sistema de suporte, a WALL-UP evita o desperdício de tempo por parte do operador durante a limpeza dos ambientes. É fixada à parede com parafusos, a uma altura de 10 cm do piso, proporcionando o acionamento correto do pedal.

**Observação:** Esse produto participou do estande "Destaque Inovação"

**Tel:** (11) 4612-0722

**E-mail:** marketing@ttsbrasil.com.br

[www.ttsbrasil.com.br](http://www.ttsbrasil.com.br)



## TUFANN



**Produto apresentado:** Máquina que limpa escadas rolantes

**Informações:** Produzido totalmente no Brasil, essa máquina de limpeza de escadas rolantes possui um sistema próprio para esse tipo de trabalho. Fora isso, conta com dois motores a vácuo.

**Tel:** (11) 2423-3900

**E-mail:** ricardo@tufann.com.br

[www.tufann.com.br](http://www.tufann.com.br)

## USILIMP



**Produto apresentado:** Lustrador de Sapato ES-100

**Informações:** Essa máquina de lustrar calçados é considerada pequena perto das outras encontradas no mercado. Medindo 1.020 mm de altura, por 390 mm de largura e 200 mm de profundidade, ela pode ser encaixada em lugares reduzidos em diversos locais como shopping centers, lojas de conveniência, hotéis, recepções etc.

**Tel:** (19) 3469-7403

**E-mail:** vendas@usilimp.com.br

[www.usilimp.com.br](http://www.usilimp.com.br)

## VASSOURAS ODIM

**Produto apresentado:** Escova com cabo de alumínio e tomada de água

**Informações:** Vassoura que conta com a possibilidade de ter uma mangueira acoplada permitindo assim que o colaborador faça a lavagem e variação ao mesmo tempo evitando assim desperdício de tempo.

**Tel:** (51) 3635-2760

**E-mail:** leca@odim.com.br

[www.odim.com.br](http://www.odim.com.br)



## Ilha de Serviços também apresentou novidades

Os milhares de visitantes da Higiexpo não tiveram a chance de conhecer mais de perto apenas equipamentos, químicos, acessórios, entre outros. O segmento de serviços também expôs apresentando novidades e diferenciais. Para esses especialistas, não perguntamos quais são as novidades que a empresa trouxe para a feira, mas sim quais são seus diferenciais em relação aos outros players do mercado.



## ACCERT



**O que diferencia:** Em vez de realizar a limpeza institucional em diferentes segmentos, como hospitais, escritórios, restaurantes, entre outros lugares, o grande diferencial da empresa é a sua especialização em apenas um tipo de limpeza: carpetes, tapetes e estofados.

**Tel:** (11) 3641-7723

**E-mail:** gilberto@accert.com.br  
www.accert.com.br

## BRANCO BRANCO

**O que se diferencia:** Oferece soluções personalizadas e inovadoras com excelência na limpeza técnica e suporte administrativo e operacional. Outro diferencial da empresa é o atendimento de qualidade, onde, segundo a companhia, eles trabalham como se cada cliente fosse o único. Fora isso, conta com um sistema de qualidade interno implantado em 1996 e o processo "POP" (auditorias periódicas nas unidades) que já foi revisto por mais de 1.500 vezes desde a sua implantação.

**Tel:** (11) 2084-5499

**E-mail:** marketing@brancobranco.com.br  
www.brancobranco.com.br



## GRSA



**O que diferencia:** Trabalha no Brasil há mais de 30 anos e está presente em mais de 50 países. Fornecem soluções em alimentação – serve mais de 1,4 milhões de refeições por dia – e serviços de suporte, como limpeza, portaria, manutenção, entre outros contando com mais de duas mil unidades espalhadas. Fora isso, conta com o sistema próprio CSF (Compass Service Framework) que garante a troca de experiências e padronização da limpeza entre os diversos colaboradores espalhados pelo mundo.

**Tel:** (11) 2135-2023

**E-mail:** lblanco@grsa.com.br  
www.grsa.com.br

## GRUPO TEJOFRAN



**O que se diferencia:** Funcionando no Brasil desde 1.957, é uma das pioneiras na terceirização de serviços no país. Voltada atualmente ao multisserviço, tem como uma de suas principais qualidades o volume de implantação de seus projetos utilizando tecnologia de ponta, modernas práticas empresariais e programas de treinamento especializados aos seus colaboradores. Trabalhando principalmente com Limpeza, Conservação e Segurança, a empresa também está presente em 14 áreas de atuação.

**Tel:** (11) 3352-0200

**E-mail:** wfuly@tejofran.com.br

[www.tejofran.com.br](http://www.tejofran.com.br)

## GRUPO TOP CLEAN

**O que diferencia:** Desde 1.993, a empresa estava focada em serviços comerciais de limpeza e agora apresenta seu novo posicionamento, passando a assinar como Grupo Top Clean, ofertando multisserviços, com o objetivo de se consolidar como uma das principais provedoras de serviços de facilidades do mercado brasileiro. As unidades de negócio estão focadas nas seguintes soluções integradas: Top Clean (limpeza e conservação), Top Água (reuso de água e potabilização), Top Pragas (controle integrado de pragas), Top Recursos Humanos (serviços de RH), Top Logística (logística interna), Top Infra (manutenção e engenharia), entre outros.

**Tel:** (11) 5645-4747

**E-mail:** comercial@grupotopclean.com.br

[www.grupotopclean.com.br](http://www.grupotopclean.com.br)



## IN SERVICE



**O que se diferencia:** Prestando serviços nas áreas de limpeza e conservação, controle de acesso, recepção, mensageira, apoio à infraestrutura, entre outros tipos de serviços, a empresa se considera essencialmente operacional, fazendo assim a venda uma consequência do bom trabalho, não a meta a ser atingida. Além disso, produz projetos individuais voltados para a necessidade do cliente buscando desenvolver a comunidade próxima contratando pessoas da região e direcionando ações educacionais e culturais.

**Tel:** (11) 5599-4411

**E-mail:** aline.cunha@inservicenet.com.br

[www.inservicenet.com.br](http://www.inservicenet.com.br)

## JANI-KING DO BRASIL



**O que diferencia:** Fundada em 1969, a Jani-King é uma das redes franqueadoras de maior sucesso no mundo com 120 escritórios regionais e 13 mil franqueadores. No seu rol de clientes, lojas de varejo, prédios de escritórios, clubes, cassinos, instituições de saúde, instalações esportivas etc.

**Tel:** (11) 3842-4206/(21) 3282-5157

**E-mail:** sfernandes@janikingbrasil.com.br  
guimaraes@janikingbrasil.com.br  
www.janikingbrasil.com.br

## LOTUS

**O que se diferencia:** Há mais de 30 anos no mercado, a Lotus disse que se diferencia de suas concorrentes por possuir inscrição no CRA, CRQ, CREA e COREN, conselhos de grande importância no mercado de prestação de serviços. Realiza diversos serviços como limpeza hospitalar, predial, industrial, varrição em vias, coleta de lixo, jardinagem, entre outros. Possuem o certificado ISO 9001.

**Tel:** (11) 2292-0022

**E-mail:** contato@lotus.com.br  
www.lotuservicos.com.br



## MAXI SERVICE



**O que se diferencia:** Presente no mercado há mais de duas décadas, a empresa conta com um sistema próprio de qualidade interna, além do ISO 9001 e conhecimento na racionalização e administração de recursos. Com o slogan Simplesmente Competente oferecem serviços de limpeza, portaria, recepção, copa, jardinagem, meio ambiente, entre outros. Tendo o foco voltado a satisfação do cliente conta com mais de 1.500 colaboradores em seu quadro. Fora isso, possui uma série de projetos voltados aos colaboradores, como o prêmio destaque do mês.

**Tel:** (11) 4198-1660

**E-mail:** maxi@maxiservice.com.br  
www.maxiservice.com.br

## MONTREAL



**O que se diferencia:** Presente no mercado desde 1967, a empresa oferece serviços integrados para diversas corporações, fazendo com que elas possam voltar seus esforços as suas respectivas atividades fim. Tem como diferencial o alto padrão de qualidade e atendimento. O rol de serviços inclui limpeza, conservação, jardinagem, conservação de áreas verdes, locação de mão de obra, manutenção industrial, mão de obra para serviços temporários, portaria, monitoramento eletrônico, entre outros.

**Tel/Fax:** (11) 3032-7499

**E-mail:** montrealgtec@montrealgtec.com.br

[www.montrealgtec.com.br](http://www.montrealgtec.com.br)

## MOPP

**O que se diferencia:** Com mais de 40 anos de presença no mercado, a empresa é especializada em serviços ambientais para o setor de resíduos sólidos. Tem como diferencial o tratamento diferenciado de cada projeto, trazendo uma visão integrada e multidisciplinar, do planejamento a implantação final, sempre com proposições realistas.

**Tel:** (11) 3611-5634

**E-mail:** comercial@grupo-mosca.com.br

[www.mopp.com.br](http://www.mopp.com.br)



## PAULISTA



**O que se diferencia:** Há mais de 80 anos no mercado brasileiro, a empresa usa da sua experiência como principal diferenciador, além de sua estabilidade financeira e solidez dentro do mercado. Especialista em limpeza técnica (comercial e industrial), higienização hospitalar, limpeza em altura e tratamento de piso. Possui o ISO 9001. Faz diversos investimentos na formação de seus colaboradores e na inclusão social, como o projeto aprendiz, empregando jovens que buscam o primeiro emprego.

**Tel:** (11) 3125-6048

**E-mail:** mktvendas@grupogtp.com.br

[www.grupogtp.com.br](http://www.grupogtp.com.br)

## SERVSUL



**O que diferencia:** Presente no mercado desde 1972, seu diferencial está na sua gestão, já que desde a fundação a empresa foi liderada pela mesma pessoa. Fora isso, os supervisores da empresa assumem, no máximo, 15 contratos, cada, tendo assim tempo para buscar as melhores respostas para cada tipo de problema focando sempre no resultado final e o comprometimento com a satisfação do cliente.

**Tel:** (11) 5696-7979

**E-mail:** gilberto@servsul.com.br

[www.servsul.com.br](http://www.servsul.com.br)

## VERZANI & SANDRINI

**O que diferencia:** Presente no mercado há mais de quatro décadas, a empresa usa de suas certificações como grande diferencial. Além do ISO 9001 e 14001, ela conta com o OHSAS 18001. Fora isso, é bicampeã no Top of Mind Estadão de RH, prêmio concedido pelo jornal Estado de São Paulo, na categoria Conservação e Limpeza. Conta hoje com 19 mil colaboradores espalhados pelo país e faz ações preventivas com todos eles. Em seus serviços prestados faz Higienização, Conservação, Segurança Patrimonial e Pessoal, Administração de Estacionamento, entre outros.

**Tel:** (11) 4428-3000

**E-mail:** marketing@verzani.com.br

[www.verzani.com.br](http://www.verzani.com.br)



## WCA BRASIL



**O que se diferencia:** Presente no Brasil há mais de 26 anos, a empresa possui uma série de diferenciais como auditorias periódicas de qualidade e capacitação dos colaboradores para evitar acidentes de trabalho, solidez financeira e patrimonial, entre outros. Contudo, o grande diferencial dela são os centros próprios de recrutamento e treinamento, montados na região onde o empreendimento funcionará, empregando assim a mão de obra local.

**Tel:** (11) 4523-0010

**E-mail:** jundiaiservicos@wcabrasil.com.br

[www.wcabrasil.com.br](http://www.wcabrasil.com.br)

# Encontro debate o Valor da Limpeza Profissional



Paralelo ao Higiexpo 2011 aconteceu o 23º Higicon – Congresso Internacional do Mercado de Limpeza Profissional. Durante os três dias do evento, palestrantes de diversos segmentos apresentaram suas visões sobre o Valor da Limpeza Profissional, tema escolhido para esta edição do evento. A formatação de conteúdo ficou a cargo

da editora da Revista HigiPlus, Léa Lobo, que também mediou os três dias de palestras. Agora, trazemos ao leitor, em primeira mão, um resumo do que de mais importante ocorreu em cada uma das apresentações. Essa reportagem continua no site [www.higicon.com.br](http://www.higicon.com.br) onde algumas palestras se encontram disponíveis para download.



Léa Lobo

A abertura oficial, contou com a presença dos presidentes Luciano Galea da Abralimp, Ricardo Garcia da Febrac e do Seac-RJ, Rui Monteiro; do Seac-SP e Vander Morales do Sindeprestem, que voltaram à plenária para falar sobre o Valor da Limpeza Profissional nos dias atuais.

Para Galea, "um dos maiores desafios para empresários e executivos do setor é de se antecipar às tendências do mercado, de atender e superar as expectativas dos clientes e de saber dar valor ao seu negócio. E é exatamente para falar deste aspecto tão importante para a cadeia produtiva que escolhemos o tema "O Valor da Limpeza Profissional" para o Higicon e a Higiexpo 2011. O presidente da Abralimp citou nova-



Rui Monteiro, Luciano Galea, Ricardo Garcia e Vander Morales

Na hora seguinte, quase duas dezenas de mitos foram destrinchados pela enfermeira, como a necessidade do uso de desinfetantes em todos os locais do hospital. "O uso de desinfetantes precisa ser racional, já que podem causar danos ao meio ambiente e aos profissionais", comentou.

Segundo ela, superfícies com grande número de toques e que tiveram contato com matéria orgânica precisam ser desinfetadas, já que a matéria orgânica possui grande quantidade de microrganismos que poderão passar de um paciente para outro através do contato das mãos. Outro ponto em favor da racionalização desse material é que seu uso indiscriminado pode causar resistência dos mesmos e em concentrações inadequadas pode tornar a solução desinfetante instável, com diminuição do princípio ativo.

"Quanto mais espuma melhor, certo?" O pensamento encontrado em muitos colaboradores está errado. Segundo Silvana quanto menor for a quantidade de espuma produzida, menos água e energia terão que ser gasta na remoção.

O uso de vassouras também foi muito criticado pela palestrante. "Vassouras são dispersores de substâncias alergênicas", comenta, dizendo em outras palavras que vassouras, em hospitais, ajudam mais a dispersar microrganismos do que a limpeza em si. Para ela, o uso de mop com fibras é a melhor opção na hora de executar uma limpeza em superfícies de serviços de saúde. Todavia, o mop precisa ser sempre lavado e seco após seu uso. Caso seja guardado úmido, existe uma chance real da transferência de microrganismos para outras áreas do hospital. Para evitar isso, o colaborador

deve garantir que o mop seja processado e seco logo após ser usado.

Por fim, a palestrante comentou sobre dois pequenos hábitos encontrados em muitos enfermeiros e colaboradores que deveriam não acontecer. O primeiro deles é o uso de esmalte nas unhas. "Hospitais pedem para suas enfermeiras e funcionárias não usarem esmaltes na unha por uma questão de segurança já que as bactérias se alojam nos cantos entre o esmalte e a unha, dificultando a higienização, não pelo fato estético. Muitas enfermeiras usam esmalte transparente, mas o efeito prático é o mesmo", comenta Silvana. O outro hábito é o costume da dupla higienização das mãos. "O álcool em gel não precisa ser usado em seguida da lavagem das mãos. Ou se usa um método ou se usa outro. Caso contrário pode-se provocar dermatites e perdas da camada de proteção da pele", finaliza.

## Painel sobre o Manual da Anvisa: Limpeza e Desinfecção em Serviços de Saúde

Após a desmistificação de uma série de "verdades" dentro da Limpeza Hospitalar, os congressistas tiveram a chance de conhecer mais de perto o manual da Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) referente ao tema.

Rosa Aires Borba Mesiano, gerente geral de Saneantes da Anvisa, teve a missão de abordar o manual. Ele pode ser visualizado de maneira gratuita dentro do site da Anvisa. "Apesar de ter apenas dois anos, é sempre bom conferir a versão mais atual, já que uma série de legislações foi modificada nos últimos dois anos", comentou.

Tudo está explicitado no manual, inclusive a importância da participa-



Rosa Aires Borba Mesiano

ção do SCIH (Serviço de Controle de Infecção Hospitalar) nos setores de compras, hotelaria e serviços de limpeza, para a escolha dos produ-

tos saneantes, a importância do uso racional da água e a segurança do trabalhador.

Separado em sete capítulos, um deles é exclusivo aos produtos saneantes que podem ou não serem usados dentro de um posto hospitalar. "Nele encontramos verbetes como a classificação das áreas do serviço de saúde como críticas, semicríticas e não críticas. E o material necessário para cada uma delas", afirmou.

Uma dica muito importante passada ao setor é que todos os produtos saneantes que possuem registro na Anvisa começam com o número 3.

Carla Assad, coordenadora operacional da Companhia Municipal

Na hora seguinte, quase duas dezenas de mitos foram destrinchados pela enfermeira, como a necessidade do uso de desinfetantes em todos os locais do hospital. "O uso de desinfetantes precisa ser racional, já que podem causar danos ao meio ambiente e aos profissionais", comentou.

Segundo ela, superfícies com grande número de toques e que tiveram contato com matéria orgânica precisam ser desinfetadas, já que a matéria orgânica possui grande quantidade de microrganismos que poderão passar de um paciente para outro através do contato das mãos. Outro ponto em favor da racionalização desse material é que seu uso indiscriminado pode causar resistência dos mesmos e em concentrações inadequadas pode tornar a solução desinfetante instável, com diminuição do princípio ativo.

"Quanto mais espuma melhor, certo?" O pensamento encontrado em muitos colaboradores está errado. Segundo Silvana quanto menor for a quantidade de espuma produzida, menos água e energia terão que ser gasta na remoção.

O uso de vassouras também foi muito criticado pela palestrante. "Vassouras são dispersores de substâncias alergênicas", comenta, dizendo em outras palavras que vassouras, em hospitais, ajudam mais a dispersar microrganismos do que a limpeza em si. Para ela, o uso de mop com fibras é a melhor opção na hora de executar uma limpeza em superfícies de serviços de saúde. Todavia, o mop precisa ser sempre lavado e seco após seu uso. Caso seja guardado úmido, existe uma chance real da transferência de microrganismos para outras áreas do hospital. Para evitar isso, o colaborador

deve garantir que o mop seja processado e seco logo após ser usado.

Por fim, a palestrante comentou sobre dois pequenos hábitos encontrados em muitos enfermeiros e colaboradores que deveriam não acontecer. O primeiro deles é o uso de esmalte nas unhas. "Hospitais pedem para suas enfermeiras e funcionárias não usarem esmaltes na unha por uma questão de segurança já que as bactérias se alojam nos cantos entre o esmalte e a unha, dificultando a higienização, não pelo fato estético. Muitas enfermeiras usam esmalte transparente, mas o efeito prático é o mesmo", comenta Silvana. O outro hábito é o costume da dupla higienização das mãos. "O álcool em gel não precisa ser usado em seguida da lavagem das mãos. Ou se usa um método ou se usa outro. Caso contrário pode-se provocar dermatites e perdas da camada de proteção da pele", finaliza.

## Painel sobre o Manual da Anvisa: Limpeza e Desinfecção em Serviços de Saúde

Após a desmistificação de uma série de "verdades" dentro da Limpeza Hospitalar, os congressistas tiveram a chance de conhecer mais de perto o manual da Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) referente ao tema.

Rosa Aires Borba Mesiano, gerente geral de Saneantes da Anvisa, teve a missão de abordar o manual. Ele pode ser visualizado de maneira gratuita dentro do site da Anvisa. "Apesar de ter apenas dois anos, é sempre bom conferir a versão mais atual, já que uma série de legislações foi modificada nos últimos dois anos", comentou.

Tudo está explicitado no manual, inclusive a importância da participa-



Rosa Aires Borba Mesiano

ção do SCIH (Serviço de Controle de Infecção Hospitalar) nos setores de compras, hotelaria e serviços de limpeza, para a escolha dos produ-

tos saneantes, a importância do uso racional da água e a segurança do trabalhador.

Separado em sete capítulos, um deles é exclusivo aos produtos saneantes que podem ou não serem usados dentro de um posto hospitalar. "Nele encontramos verbetes como a classificação das áreas do serviço de saúde como críticas, semicríticas e não críticas. E o material necessário para cada uma delas", afirmou.

Uma dica muito importante passada ao setor é que todos os produtos saneantes que possuem registro na Anvisa começam com o número 3.

Carla Assad, coordenadora operacional da Companhia Municipal



Carla Assad

de Limpeza Urbana (Comlurb), foi a segunda palestrante desse painel. Ela explicou que não existe mais o termo servente, mas profissional de limpeza. Segundo ela, para tudo funcionar corretamente dentro do hospital, o colaborador deve vestir a camisa do time. "Os médicos e os enfermeiros cuidam do paciente, enquanto o colaborador do ambiente. Isso faz com que o profissional se sinta mais importante", comenta.

A palestrante também apontou que muitos hospitais gastam uma enorme quantidade de dinheiro em equipamentos de última geração, que não são utilizados em todo o seu potencial pelos colaboradores, causando assim obsolescência da tecnologia em uso. "Para investir na área é preciso avaliar qual o quadro atual". Carla lembrou que na seleção é imprescindível ter claramente o perfil dos profissionais que farão parte da equipe.

Do outro lado, mostrou a importância de se contratar o serviço de limpeza e não quantidade de pessoas. Um bom prestador de serviços vende solução em limpeza, ajudando o contratante a ganhar tempo na administração, já que o cliente fará a gestão sobre o resultado da solu-

ção que foi contratada, não sobre o número de pessoas.

Silvana Torres voltou à plenária para falar sobre a situação do mercado. Segundo ela, a escassez da mão de obra, cobranças excessivas e baixa remuneração são apenas alguns sinais do quadro atual. "Estão esquecendo que é um ser humano que faz a limpeza. O setor de gerenciamento vem com uma chibata e exige que o auxiliar faça centenas de coisas ao mesmo tempo", analisou.

Silvana também pediu para os gestores prestarem atenção na hora da compra. Segundo ela, uma série de equipamentos com tecnologia ultrapassada é vendida aos hospitais como se fosse o melhor produto do mercado atual. "Não basta dizer que está limpo. Você tem que provar que está limpo". Estudos de diversos países já mostraram que a limpeza dos quartos dos pacientes é frequentemente inadequada, inclusive dentro de quartos onde deveriam ter sido realizadas limpezas terminais.

Mas como vencer tantos desafios? O primeiro passo é o gestor ter um



Silvana Torres

perfil técnico e observar mais para as necessidades do colaborador de limpeza. No mais, é importante:

- ▶ Intercâmbio entre instituições;
- ▶ Se apoiar nas legislações vigentes;
- ▶ Fazer aliança com o SCIH;
- ▶ Embasar na literatura;
- ▶ Realizar estudos de custo e benefício;
- ▶ Testar diferentes marcas, lembrando que a opinião do colaborador deve ser considerada;
- ▶ Melhorar o clima organizacional e definir atribuições.



## Regulamentação dos Serviços Especializados e atualização da Lei do Trabalho Temporário

Vander Morales, presidente do Sindicato das Empresas de Prestação de Serviços a Terceiros, Colocação e Administração de Mão de Obra e de Trabalho Temporário no Estado de São Paulo (Sindepستم), teve a missão de comentar sobre a importância da Terceirização no cenário atual do setor de Serviços no país.

Morales iniciou sua palestra desmistificando o mito espalhado pelos críticos do método de que a Terceirização é responsável pela precarização das relações de trabalho. "Os empresários sérios são contra a precarização. Precarização, para nós, é o motoqueiro que trabalha debaixo de chuva ou o taxista que trabalha 16 horas por dia. Nos serviços especializados, quanto mais você sabe, maior será o seu custo pelo serviço", comentou.

O nome Terceirização foi tão demonizado e marginalizado que empresários passaram a chamá-la de prestação de serviços especializados. Segundo dados, aproximadamente oito milhões de pessoas ou uma em cada quatro carteiras de trabalho de todo o país se encontra nessa situação. "A relação da Terceirização com as empresas brasileiras é a seguinte: ou é, ou foi, ou vai ser. É um processo que não tem volta", previu.

Apesar da sua importância para a economia brasileira, os empresários de empresas terceirizadoras são considerados marginais. "Mesmo com o



Vander Morales

**"O EMPRESÁRIO É QUEM DEVE DECIDIR QUAIS SERVIÇOS IRÁ TERCEIRIZAR. NÃO PODE UM SINDICATO OU O GOVERNO DIZER O QUE PODE OU NÃO TERCEIRIZAR"**

setor de serviços tendo criado dois a cada três empregos no último ano segundo dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged). Uma autoridade deveria facilitar a vida do setor. Não complicar. Empreendedor é um herói no Brasil", comenta.

Para Morales, a Terceirização pode resolver um dos principais problemas que afetam as empresas:

a falta de qualificação da mão de obra. Segundo ele, atualmente centenas de pessoas abandonam seus antigos empregos para se tornar mão de obra na construção civil, que tem oferecido melhores benefícios. Outro ponto apontado é que existem hoje no país milhares de jovens buscando o primeiro emprego, contudo as empresas estão à procura de gente com larga experiência trabalhista.

O presidente do Sindepستم também apresentou dados sobre a questão do trabalho temporário no país. Segundo ele, mais de meio milhão de jovens poderiam conseguir o tão sonhado primeiro emprego caso o governo tornasse um pouco mais flexível a lei do trabalho temporário.

Por fim, comentou brevemente sobre os diversos projetos de lei da terceirização que se encontram no Congresso. "Temos a necessidade de preencher o vácuo jurídico com o qual convivem os serviços especializados", explica. Para ele, as limitações impostas pelo Enunciado 331 do Tribunal Superior do Trabalho, entre elas a possibilidade de terceirizar apenas nas cidades e não nos campos, causa uma série de prejuízos ao país. "O empresário é quem deve decidir quais serviços irá terceirizar. Nenhuma empresa vai terceirizar a sua estratégia. Não pode um sindicato ou o governo dizer o que pode ou não terceirizar", finaliza.

## O valor das pessoas no negócio da Limpeza Profissional

Luiz Carlos Gonçalves, mestre em Administração de Empresas e Gerente de Recursos Humanos no GTP (Grupo Treze Paulista) abriu o segundo dia da Higicon. Na pauta, o valor das pessoas para a Limpeza Profissional.

“Trabalhar com terceirização significa trabalhar com pessoas. Eu devo falar um monte de coisas óbvias aqui, mas às vezes o óbvio deve ser dito uma vez que o futuro do seu negócio está nas mãos do seu empregado. As pessoas são a parte mais importante dele”, continuou.

No último congresso da World Federation Business Services Contractors (WFBSC), ocorrido na Nova Zelândia no começo do ano, foi definido que a sustentabilidade na limpeza profissional vai muito além da utilização de produtos ecologicamente corretos, passando, por entre outras coisas pela qualidade de vida do colaborador. “A competição deve ser na qualidade do serviço, não em quem oferece o menor preço. O lucro financeiro e social deve conviver junto”.

Para comprovar o seu ponto, Gonçalves contou que um antigo concorrente de uma grande rede de varejo havia declarado guerra aos preços baixos. Poucos anos depois acabou falindo. “Não estou dizendo, porém que a empresa deva cobrar um preço caro, mas um preço justo”.

Sendo assim, a solução para evitar a rotatividade da mão de obra, que tem alcançado níveis alarmantes é



Luiz Carlos Gonçalves

**“SEGUNDO DADOS,  
DOIS A CADA TRÊS  
FUNCIONÁRIOS QUE  
PEDEM DEMISSÃO  
COLOCAM O SEU CHEFE  
COMO RESPONSÁVEL  
DIRETO PELO PEDIDO  
DE DESLIGAMENTO”**

a criação de oportunidades para o desenvolvimento pessoal dos funcionários, além da preocupação em garantir melhores condições de trabalho, evitando assim acidentes e doenças aos profissionais.

Outro ponto levantado é a questão da recompensa. “O que é justo, em remuneração? Justiça não é uma coisa boa ou má, é apenas justa. O que o mercado paga é justo? Eu não sei!”, indagou o palestrante.

Métodos de como fazer a retenção de talentos também foi um assunto levantado durante a palestra. Segundo Gonçalves a solução é fácil: benefícios, treinamento e salários bons. “Mas quem que paga isso no mercado atual?”, questiona. Para o palestrante, a empresa que souber equilibrar isso terá longevidade no mercado, enquanto as demais irão falir.

Sobre como fazer a gestão de pessoas, o palestrante fez dura crítica ao sistema de supervisão de algumas empresas, onde existe uma fiscalização extrema encima de seus funcionários. “O gestor deve ter uma relação saudável com o trabalhador. O nosso trabalhador hoje também é um consumidor sendo mais crítico e não pode mais ser tratado como era há alguns anos”.

O administrador também comentou sobre o que as empresas devem procurar na hora de contratar alguém ou promover um colaborador a líder. “O bom líder tem que ser estratégico e prático. Ou seja, tem que trabalhar o máximo sem estourar ou afetar a confiança do trabalhador”.

A pergunta que fica é: o mercado possui bons líderes? A resposta é negativa. Segundo dados, dois a cada três funcionários que pedem demissão colocam o seu chefe como responsável direto pelo pedido de desligamento. “Eles estão pedindo demissão do chefe, não da empresa”. A culpa é da empresa então? “Parcialmente, uma vez que muitas vezes o líder faz a sua preparação por conta própria”, finaliza.

## Desafios no Mercado da Limpeza Profissional na esfera pública

A situação econômica dos contratos públicos, com o acúmulo substancial do déficit entre o aumento dos custos do setor e a reposição das perdas no reajuste dos contratos foram os temas principais da palestra realizada por Eduardo Teodoro, fundador da JSE - Assessoria e Consultoria Jurídica.

O primeiro item analisado foi sobre o aumento do custo de serviços X reajuste pago pelo governo, ano após ano. Dados do IPC mostraram que o custo de uma operação de limpeza aumentou aproximadamente 11% nos últimos três anos, enquanto a média do reajuste público não superou 7%.



Eduardo Teodoro

Em 2011, a situação, que já era ruim para as empresas terceirizadas que prestam serviço para o governo ficou ainda pior já que o IPC aumentou 6,21% e os salários passaram por um reajuste de 15%, resultando numa perda acumulada no triênio de 16,12%. Para o ano que vem os valores devem ser mantidos. “Isso é uma projeção terrível”, comenta Teodoro.

Com isso, as empresas já começaram a desistir de renovar os contratos com o poder público. Contudo, o setor privado, para onde essas empresas deveriam correr, não é mais um porto seguro, já o setor vem espremendo as

prestadoras numa guerra de preços. “Com isso também as prestadoras ficam absolutamente reféns da situação”, declara Teodoro.

Para Teodoro, o empresário não busca aumentar a sua margem de lucro ao discutir o reajuste do contrato, mas sim reduzir as perdas “Muitas empresas quebraram e não por má gestão, mas porque o mercado as espremeu de tal forma, que não houve gestão financeira capaz de suprir as necessidades básicas. Às vezes o seu cliente pode ser seu pior inimigo”.

Outro ponto levantado por Teodoro é que o governo não calcula uma

série de fatores na hora de contratar um serviço em suas instalações. O tratamento de piso, por exemplo, não está incluso nos contratos, mas quem tem o contrato normalmente o faz. Outro ponto é que nos contratos de limpeza em escolas públicas, alguns prevêm a limpeza durante apenas o período letivo. “Isso na prática quer dizer que tem empresa trabalhando três meses de graça para o governo todo o ano”, comenta.

Para Teodoro, o empresário precisa ter coragem para cobrar o governo. “Caso não sejam tomados os devidos cuidados as empresas vão começar a

quebrar. Os encargos salariais subiram 15%, mas os descontos nos contratos chegam às vezes a 42%”.

O pregão eletrônico, forma adotada pelo governo para decidir qual empresa terá o contrato, também foi seriamente criticada. Para Teodoro, esse processo acaba ajudando uma série de empresas criadas apenas para o edital. “O governo, porém, tem percebido que é necessário antes a empresa mostrar que tem capacidade técnica e administrativa para assumir o contrato, pois existe uma infinidade de empresas sem qualificação no mercado”, finaliza.

## Onde começa e termina a responsabilidade na Gestão de Resíduos?

A nova Política Nacional dos Resíduos Sólidos, que está trazendo muitos desafios para o setor de limpeza profissional foi o principal tema da palestra realizada pela especialista em resíduos industriais, Renata Gregolini.

Renata iniciou sua apresentação dizendo que a responsabilidade por dar um destino final adequado do lixo é do gestor, mesmo que tenha terceirizado o serviço. Sendo assim, para evitar problemas com a Justiça, muitos gestores estão repassando, em contrato, essa responsabilidade para a equipe prestadora de serviços de limpeza, fazendo assim que



Renata Gregolini

a responsabilidade sobre o lixo seja compartilhada entre as duas partes.

Mas o que exatamente faz o gestor do lixo ou o waste management? Segundo a Política Nacional dos Resíduos Sólidos, o gerenciamento do lixo nada mais é do que o conjunto de ações exercidas, direta ou indiretamente, nas etapas de coleta, transporte, tratamento e destinação final ambientalmente adequada dos resíduos sólidos e disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos, de acordo com o Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos, exigidos na forma da lei.

Mesmo compartilhando a responsabilidade do lixo, o gerador possui uma série de outras responsabilidades, como explicitar, em contrato, os responsáveis por cada etapa do gerenciamento, começando pelo manuseio até o destino final; definir os procedimentos operacionais de cada fase do gerenciamento do lixo; conter ações preventivas e corretivas a serem executadas em situação de gerenciamento incorreto ou em caso de acidente; conter metas relacionadas à minimização da geração de resíduos.

Renata também chamou a atenção dos congressistas para a doação ou venda dos recicláveis da empresa. Segundo ela, diante das variáveis da responsabilidade compartilhada, se a empresa terceirizada vende o reciclado

é da responsabilidade dela garantir a qualificação dos destinadores finais, assim como a possibilidade de rastrear o processo, caso seja necessário. “É muito importante o gestor ter esses documentos, pois caso aconteça qualquer problema referente ao lixo, ou a visita de um fiscal, ele deve ter toda a papelada pronta”, completa Renata.

Para exemplificar a responsabilidade compartilhada, Renata comentou o caso de uma empresa no Maranhão que teve suas embalagens roubadas. Alguns meses depois, elas foram encontradas em uma pequena vila servindo de caixas d’água. Como as embalagens continham a logomarca da empresa, a companhia foi multada junto com o responsável pelo gerenciamento do lixo, uma vez que eles

não haviam tomado as medidas sobre o furto do resíduo.

Outro ponto apontado por Renata é sobre o final correto de resíduos considerados perigosos, como latas de tinta, solventes, óleos lubrificantes, estopas etc. Segundo a legislação atual eles são considerados resíduos de classe I e não podem ser descartados junto com o lixo comum. Sendo assim, existem empresas especializadas em levar esse resíduo para áreas preparadas para este fim. O grande problema é que enquanto uma empresa consegue processar uma tonelada de lixo comum por menos que R\$ 500 reais, essas empresas cobram, em média, R\$ 750 reais. “Vale reforçar que se o contrato não disser nada, a responsabilidade será exclusivamente do gerador”, lembrou a palestrante.

## Sustentabilidade na Limpeza: Case Riviera Shopping - Bertioga/SP

---

O case do Riviera Shopping foi o último assunto tratado no segundo dia do Higicon. Fernando Pimenta de Azevedo Sodré, diretor da Limpidus Sistemas Avançados de Limpeza, foi o palestrante.

Sodré, porém, antes de explicar o case em si, comentou brevemente o novo conceito em sustentabilidade dentro da gestão de imóveis chamado Prédios Verdes ou "Green Buildings".

Segundo o palestrante, os Prédios Verdes "são edifícios concebidos para garantir o máximo de bem estar e saúde para seus usuários e o menor impacto ambiental, desde a sua locali-



*Fernando Pimenta de Azevedo Sodré*

zação, design, projeto e construção, ou operados com o máximo de eficiência em relação à qualidade do ar, uso de água, energia e materiais durante o seu ciclo de vida".

Atualmente existem uma série de selos internacionais que certificam edificações. No Brasil, um dos mais utilizados é o LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), que é uma certificação para edifícios sustentáveis, concebida e concedida pela ONG americana U.S. Green Building Council, que verifica se um edifício é operado ou foi desenhado e construído usando conceitos que garantam a economia

---

de energia, eficiência de água, redução na emissão de carbono, melhoria do ambiente e ar interno, disponibilidade de recursos, sensibilidade aos seus impactos etc. Pouco mais de 300 prédios em todo território nacional já estão em processo de certificação, sendo alguns já certificados.

Um desses prédios é o Riviera Shopping, empreendimento no litoral norte de São Paulo na cidade de Bertioga. Considerada um polo de sustentabilidade, a cidade tem mais de 80% de sua área preservada, com pouco mais de 8.200 unidades habitacionais, escolas, clínicas, supermercados, entre outras construções. Dentro da cidade se encontra o primeiro Mc Donald's certificado da América Latina "e o Shopping Riviera buscava atender os

mesmos preceitos", explicou Sodré.

Além de buscar soluções aos problemas comuns de todo shopping de praia (areia, pessoas molhadas, sazonalidade etc.), a empresa aplicou seu projeto Green Cleaning. Para isso, os produtos químicos, equipamentos e acessórios foram substituídos por produtos mais sustentáveis e praticamente uma nova operação foi desenhada para definir os procedimentos que deveriam ser seguidos. Para isso, foi necessário um enorme investimento em treinamento, tanto que foram gastas, no último ano e meio, mais de 200 horas em aperfeiçoamento do projeto.

Os números da implantação do projeto animam. "Qualitativamente, observamos um maior comprometimento da equipe e quase não tivemos

turnover antes da última temporada. Além disso, observamos um aumento de eficiência e produtividade e maior satisfação do cliente e lojistas". Fora isso, foi reduzido em 30% o gasto com químicos, 17% com produtos clorados e mais de 75 mil litros de produtos derivados de petróleo não foram gastos.

Por fim, Sodré deixou algumas lições aos empresários presentes. Segundo ele, a próxima geração já tem um perfil definido pró-sustentabilidade. Segundo ele, 89% das pessoas dessa geração escolhem marcas associadas à sustentabilidade e 69% compram em estabelecimentos associados a ela. "Vale lembrar, porém, que sustentabilidade é uma coisa cara. O desafio é manter o preço competitivo e ser ecológico", finalizou o palestrante.

---

## Químicos: A avaliação do custo dos produtos saneantes deve ir além do custo unitário

---

“Constantemente o produto químico diminui de preço. Isso é uma boa notícia por um lado, mas preocupante de outro”. Foi dessa maneira que Miguel Sinkunas, diretor da câmara setorial de Químicos da Abralimp, iniciou sua palestra sobre como os empresários e gestores devem avaliar os produtos químicos na hora da compra. “Olhando o histórico do mercado, essa redução de preço já vem há mais de 10 anos. O caminho mais simples utilizado para baixar o preço de um produto químico é colocar cada vez mais água, ou seja, diluir o produto” completou o palestrante.



Miguel Sinkunas

Para o diretor da Abralimp, o principal culpado por esse quadro é o mercado. “A adição de água nos produtos foi basicamente imposta, uma vez que as pessoas olham mais para o preço”. Sendo assim, o mais barato às vezes é o mais caro, uma vez que não rende. Para exemplificar seu argumento Sinkunas apresentou um interessante “case”: Em uma coluna havia o orçamento dos melhores produtos para aquela situação em comparação com produtos muito mais baratos. Após um ano, o orçamento inicialmente mais caro era 87% mais barato em relação ao escolhido pelo gestor. “Se o produto

---

não cumprir o que se propõe ou apresentar rendimento menor, você está jogando o dinheiro no lixo”, comentou.

E para evitar o desperdício de dinheiro cada empresa deve fazer seus próprios testes de eficiência. “Você não pode simplesmente aceitar o boletim técnico como parâmetro. É importante fazer uma avaliação técnica e mais importante ainda é fazer uma avaliação prática, para evitar que o mais barato se torne o mais caro ou para comprovar que o produto mais caro vale a pena em relação a um produto mais barato, enfatiza Sinkunas”.

Outro ponto levantado pelo palestrante é o uso indevido de produtos

de uso doméstico em locais que utilizam a limpeza profissional. Segundo o palestrante, a última pesquisa de mercado da Abralimp mostrou que ao menos metade dos produtos químicos usados pela limpeza profissional é de uso doméstico.

Sinkunas também alertou os congressistas para o uso de produtos não regulamentados pela Anvisa. “No Mercado encontramos empresas que estão regulares, mas seus produtos não estão. E muitas vezes uma empresa com um produto irregular acaba vendendo mais que uma empresa totalmente legalizada já que apresenta um preço

mais competitivo do que uma empresa totalmente correta”.

Por fim, o diretor comentou sobre a importância dos produtos verdes. Para ele, o mercado atual está buscando o rótulo verde, não química verde. “A origem das matérias primas é muito importante, mas o mercado não está se importando com isso. O que nos estamos procurando hoje é a verdadeira “química verde”, que não é, como muitos pensam, aquela feita através dos vegetais, mas uma química com nova filosofia que se preocupa, e muito, com o meio-ambiente, a saúde e a sustentabilidade”.

---

## O que o cliente quer e o que o mercado oferece

A dificuldade de entender que um bom projeto de limpeza profissional é a integração do conhecimento e da gestão foi o principal tema da palestra apresentada por Paulo Peres, diretor da Câmara de Serviços da Abralimp.

Peres iniciou sua palestra comentando a história da terceirização focando nos benefícios dos serviços especializados no mundo. “Caso não houvesse a terceirização, muitos departamentos que não são considerados fundamentais para a empresa, como o caso da limpeza, não teriam grandes avanços nos últimos anos”. O palestrante aproveitou a oportunidade para comentar brevemente sobre alguns números do mercado:

### Preço de mercado do limpador em 2011

- ▶ Preço mínimo de R\$ 2.050,00 (considerando hospitais)
- ▶ R\$ 1.950,00 para limpeza em áreas não insalubres
- ▶ R\$ 2.300,00 para hospitais
- ▶ Número de Empresas no Brasil: 14.500
- ▶ Número de Empregados no Brasil: Entre 700 e 750 mil
- ▶ Movimento do Mercado Brasileiro: R\$ 15 bilhões.

Sobre o mercado em si, o atual panorama não é bom, segundo o diretor da Abralimp. Nos últimos três anos o volume total está estagnado, apesar do crescimento do número de

contratos. A estagnação assim se deve a continuada pressão nas renegociações contratuais anuais, o aumento da carga tributária (PIS, COFINS, CSLL, ISS) e salários e a redução das margens das empresas, que acaba refletindo em um nível de exigência de escopo de serviços menor por parte dos tomadores.

Assim como outros palestrantes, a guerra dos preços foi duramente criticada por Peres. Para ele, deve existir respeito entre a tomadora e a empresa que presta o serviço. “Um contrato, em média, dura três, quatro anos. Você sendo um bom parceiro ele pode durar ainda mais. Trabalhar é como casamen-

to, você pode se separar e começar a trabalhar com outra empresa. Porém, aquele que troca de mulher todo o ano tem que perguntar se o problema é com a mulher ou com ele”, comparou.

O aumento da produtividade também foi discutido. Para Peres, o grande ganho de produtividade se deve principalmente a mudança de cultura. Em outras palavras, as pessoas estão se tornando consciente de seus deveres como geradoras de lixo. “Antigamente uma fábrica era limpa com 80 funcionários, mas hoje você consegue limpar com 30.

Outra questão levantada foi sobre os multisserviços, ou seja, quando as empresas deixam apenas de limpar para realizar outros serviços como gestão interna, controle de pragas etc.



Paulo Peres e Ernesto Brezzi

Para Peres, isso é uma necessidade do mercado atual, mas nenhum player pode ser especialista em tudo. “O que é possível ou não fazer é uma decisão do empresário que irá definir o escopo da sua empresa”, comentou o palestrante. Ele, porém, alertou que quanto mais fusões e aquisições uma empresa realizar buscando esse mercado, maior

será a dificuldade em manter a genética da empresa.

Peres comparou o atual mercado brasileiro com o mundial e suas expectativas para o futuro. Para ele, o mercado brasileiro está completo e podem disputar facilmente, com empresas de outros países, contratos fora das fronteiras. “Temos toda a tecnologia mundial disponível e profissio-

nais capacitados". Para ele, os salários um dos principais custos dentro da operação de serviços, continuará a aumentar nos próximos anos acima da inflação.

Por fim, Ernesto Brezzi, diretor de Relações Institucionais da Abralimp, que participou da apresentação, deixou sua mensagem aos congressistas, lembrando que mais do que especialização na limpeza, os empresários precisam também ser especialistas em gestão empresarial. Muitas empresas acabam por ter problemas de sobrevivência, não por falta da especialização em limpeza mas, sobretudo, por não estar atento à legislação, estarem com seus números internos mal gerenciados, por falhas na logística, na contratação e retenção de funcionários, entre outros pontos essenciais em uma boa governança corporativa.

## Logística e controle dos itens de consumo de limpeza

O principal objetivo da palestra de Carlos Silva Batista, diretor da Câmara de Distribuidores da Abralimp, foi discutir os processos de abastecimento dos contratos de limpeza e avaliar os pontos críticos na ótica dos clientes, dos fornecedores de produtos e das empresas de prestação de serviços, fechando com uma análise técnica do conceito de logística ponto a ponto.

Segundo Carlos Silva, neste mundo competitivo, as empresas modernas têm que concentrar seus esforços em ganhos de escala, melhorias de processos e na otimização de suas

atividades. No mercado de limpeza profissional, a competitividade é extremamente relevante durante o processo de negociação e, dentro do escopo de trabalho, o fornecimento de produtos de limpeza pode ser um diferencial importante no processo. Dentro dessa análise é fundamental definir métricas para poder medir o resultado do fornecimento, e os principais tópicos abordados devem ser a eficiência do processo, os volumes necessários por contratos, os valores por produtos e o valor global fornecido. O abastecimento de contratos de limpeza gera uma

operação constante, com um grande número de clientes distribuídos em extensa área geográfica e diversos períodos de atendimento ao longo do mês. Essa operação, se não bem planejada, gera inúmeros custos diretos e indiretos que irão comprometer todo o seu resultado.

Abordou ainda que um dos principais pontos de análise do Prestador de Serviços para a operação de abastecimento de produtos, ou seja, qual modelo a ser escolhido: abastecimento próprio, utilização de um distribuidor/fornecedor ou a escolha de um operador logístico. A opção pelo abastecimento através de estrutura própria, de acordo com o palestrante, deve levar em consideração o foco de negócio da empresa. A partir do momento que a prestadora



Carlos da Silva Batista

de serviços opta por essa modalidade de abastecimento, deve analisar os custos não mensuráveis envolvidos.

Entre esses custos estão a utilização de toda a estrutura organizacional

focando boa parcela de seu tempo no abastecimento de produtos, quebras de estoque, estoques paralelos e facilidades utilizadas pela equipe operacional. Se, de um lado, há a proximidade e facilidade disponíveis, as medições reais de custos, controles estatísticos e trabalhos de apoio técnico ficam praticamente inconsistentes. Também são necessários cuidados especiais ao se terceirizar o abastecimento, já que a prestadora de serviços não estará transferindo a responsabilidade de seu cliente e sim buscando um parceiro para melhoria de seu atendimento, afirma Carlos Silva. Nesse momento do processo, a análise do fornecedor é crucial.

Diferenciar um distribuidor de um operador logístico terá impacto

direto na qualidade e no custo global da parceria. Para o distribuidor criar em sua estrutura a operação logística, provavelmente passará por boa parte dos problemas do abastecimento próprio. O operador logístico é um novo conceito de fornecimento. Seu modelo de processo parte do princípio que toda operação é um método contínuo, porém em constante evolução. Conhecer, planejar, executar e controlar são os pontos chave do negócio. Uma vez estruturada a operação, o processo torna-se contínuo, com foco na gestão do consumo, treinamento continuado e melhorias constantes dos processos aplicados. Nenhum produto ou empresa é ou será tão bom que não precise ser renovado e atualizado constantemente, finaliza Carlos da Silva Batista.

## Máquinas: economia para o bolso, respeito para o planeta

Mauro do Couto, diretor de máquinas da Abralimp, teve a missão de fazer a primeira parte da palestra que encerrou o congresso. O tema principal da sua palestra foi a importância da mecanização e como ajuda aos gestores das empresas para a economia nas contas do final do mês.

Segundo ele, as máquinas de limpeza vêm evoluindo num ritmo muito forte nos últimos anos. Por exemplo, se antigamente existiam apenas limpadoras de vapor que funcionavam no ambiente residencial e por poucas horas, hoje em dia é possível encontrar limpadoras profissionais que podem

funcionar por um longo tempo.

A mecanização dos processos trouxe outros benefícios como a possibilidade de diversas tarefas serem realizadas ao mesmo tempo ou uma tarefa ser realizada em uma fração do que seria feita da maneira comum. "As máquinas cada vez mais são parte das soluções da limpeza que pede a mais alta tecnologia de ponta", comenta Mauro do Couto.

Para provar seu ponto de vista, números. O diretor da Abralimp apresentou uma tabela comparativa entre um trabalhador usando uma máquina em relação a um que não usa:

### **Varredeira:**

Em 1 hora, um operador sem equipamento, varre 300m<sup>2</sup>.

Em 1 hora, um operador manual com uma varredeira, varre 2.800m<sup>2</sup>.

### **Lavadora e Secadora de Piso:**

Em 1 hora, um operador sem equipamento lava e seca 200m<sup>2</sup>.

Em 1 hora, um operador manual com uma lavadora e secadora de piso, lava e seca 1.840m<sup>2</sup>.

Porém, segundo ele, o aumento do rendimento não é a principal vantagem para o gestor ao decidir mecanizar seu processo de limpeza, mas sim a economia, em longo prazo, que a máquina trará para os gastos em conservação. Por exemplo, uma lavadora de alta pressão custa, aproximadamente, dois mil reais. Em um prédio de classe A,



Mauro do Couto

com 20 andares e 2 apartamentos por andar, a compra de uma dessas máquinas custaria 50 reais por apartamento.

Essa lavadora seria responsável pela limpeza das áreas comuns. Segundo os fabricantes, uma lavadora de alta pressão gasta, em média, 500 litros por hora. Sua

concorrente e escolha mais comuns dos gestores são mangueiras convencionais, que podem ter vazão de até 3.500 litros por hora. Economia de mais de 80%.

Dessa forma, gastando duas horas por semana nesse tipo de limpeza com uma lavadora de alta pressão, por mês, irá economizar para o orçamento do prédio o equivalente a 24 mil litros de água e em um ano 228.000 litros.

Antes de comprar a máquina, o gestor deve buscar o equipamento melhor dimensionado, evitando assim a compra de um equipamento tecnicamente superior ou inferior. Além disso, buscar o treinamento adequado para o operador, fazer planejamento para a manutenção preventiva e corretiva, exigir sempre peças originais e técnicos capacitados pelo fabricante.

## **Equipamentos e Acessórios: Evolução e rentabilidade com processos adequados**

---

Maurício Fiathoski, diretor de equipamentos e acessórios da Abra-*limp* foi o responsável pela última palestra do Higicon 2011. Falou sobre a evolução e importância dos equipamentos e acessórios dentro dos processos da Limpeza Profissional.

Segundo ele, existem centenas de equipamentos e acessórios no mercado. “Dispensadores sanitários, dosadores e diluidores, acessórios para limpeza de vidros, discos e fibras para limpeza, mop’s úmido e seco, baldes espremedores, carros funcionais, entre tantos outros”, enu-

mera. E todos esses equipamentos e acessórios evoluíram com o tempo, proporcionando benefícios à saúde dos usuários e rentabilidade na execução dos serviços de limpeza.

“Vocês sabiam que a primeira privada surgiu no século XVI para uso da rainha da Inglaterra Elizabeth I e que a versão atual com descarga só foi inventada por George Jennings, no final do século XIX?” pergunta o palestrante.

E comparativamente a esta evolução mostra bem como os dispensadores de sanitários progrediram com o tempo. “Se até a pouco tempo atrás

eram feitos de lata com pintura epóxi, que sofriam com ação do tempo e umidade, podendo até machucar as mãos dos usuários, além de serem meras caixas de se guardar papéis sanitários, hoje já passaram pela evolução do aço inox e chegamos aos plásticos de alta resistência. Além disso, possuem designer e cores diversificadas passando a compor com harmonia o ambiente cada vez mais sofisticado, além de alguns modelos proporcionarem o seu uso como ferramenta de marketing, podendo-se personalizar com a marca da

---

empresa ou divulgar mensagens” comenta o diretor.

Segundo Fiathoski, um equipamento ou acessório pode ajudar um colaborador render até 100% a mais. Como exemplo, mostrou dados da limpeza de vidros, considerada uma atividade que exige grandes cuidados. “Hoje já temos a evolução de cabos extensores fabricados em aço carbono que podem atingir até 15 metros de altura, evitando o uso de andaimes ou escadas, proporcionando segurança e agilidade no processo de limpeza de vidros”.

Dentre os diversos equipamentos e acessórios comentados pela sua evolução, destacam-se os mop’s planos secos e úmidos, que com o uso da microfibras e cabos mais le-



*Maurício Fiathoski*

ves e ergonômicos, com capacidade para armazenar o produto químico de limpeza, proporciona uma ren-

tabilidade de tempo e qualidade na limpeza, além de colaborar com a saúde do usuário, já que se obtêm um ganho também na questão de ergonomia.

O diretor comentou a importância de se treinar os colaboradores da limpeza profissional, tanto nos processos de limpeza, através dos cursos que a Uniabralimp e outras entidades ministram. Além dos treinamentos oferecidos pelos fabricantes e seus distribuidores, otimizando a utilização dos equipamentos e acessórios, a perfeita rentabilidade na limpeza só atingida com o conhecimento de sua correta utilização, adequando-os a cada local, dimensionamento de área, fluxo de pessoas e necessidade de uso.

---

## **SEAC/SINDESP-GO faz treinamento com executivos**

Os sindicatos SEAC/SINDESP-GO promoveram, entre os dias 11 e 17 de Julho, o Encontro dos Executivos dos Sindicatos das Empresas de Asseio, Conservação, Vigilância e Segurança. O encontro abordou várias discussões a respeito de temas relevantes às categorias, visando contribuir com o fortalecimento dos sindicatos reunindo dirigentes de diversos estados como

Amazonas, Bahia, Brasília, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Norte, Sergipe e Tocantins.

O presidente do SINDESP-GO, Lélvio Vieira Carneiro realizou a palestra com o tema Organização Sindical e a Pirâmide Sindical. Foram discutidos assuntos como as primeiras leis sindicais no Brasil, entre outros temas relevantes às categorias. Em seguida

foi realizado o treinamento sobre dispêndios em CCT's: arrecadações por meio das taxas instituídas; cálculos das contribuições e parcerias com o palestrante Valdivino Reis - diretor executivo do SEAC/SINDESP-GO. A gerente executiva do SEAC/SINDESP-GO ministrou o treinamento sobre planejamento e gerenciamento do SEAC e SINDESP-GO.

## **Asseio e Conservação de São Paulo em Números**

Pesquisa divulgada pelo Seac/SP mostra a importância dos números do setor de Asseio e Conservação do estado de São Paulo, acompanhe:

- Número de empresas: Total de 2.400 a 2.500
- Faturamento: R\$ 8,2 a R\$ 8,4 bilhões/ano
- Número de trabalhadores: Total de 360 a 370 mil trabalhadores
- Massa salarial paga pelo setor: R\$ 3,2 a R\$ 3,3 bilhões/ano (incluem agentes de limpeza, encarregados, supervisores administrativos etc.)
- Pagamento de benefício alimentação: R\$ 680 a R\$ 690 milhões/ano (incluem cestas de alimentação e vales refeição)
- Pagamento de vale-transporte: R\$ 760 a R\$ 770 milhões/ano
- PCMSO – Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional: R\$ 150 a R\$ 160 milhões/ano
- PPR – Programa de Participação nos Resultados: R\$ 38 a R\$ 40 milhões/ano
- Recolhimento de impostos federais: R\$ 960 a R\$ 970 milhões/ano (PIS, COFINS, CSLL e IRPJ)
- Recolhimento de impostos municipais: R\$ 210 a R\$ 220 milhões/ano (especialmente ISS)
- Recolhimento para o FGTS: R\$ 320 a R\$ 330 milhões/ano
- Recolhimento para o INSS - funcionários: R\$ 250 a R\$ 260 milhões/ano
- Recolhimento para o INSS e outros encargos – empresas: R\$ 0,9 a R\$ 1,0 bilhão/ano (incluem somente o valor referente às empresas e salário educação, contribuições ao sistema S, INCRA, SEBRAE etc).
- Investimento em Máquinas e Equipamentos: R\$ 45 a R\$ 50 milhões/ano (incluem aspiradores, lavadoras de alta pressão, enceradeiras, varredoras, lavadoras de piso etc)
- Investimentos em Seguros: R\$ 29 a R\$ 33 milhões/ano (incluem seguros de vida, veículos, predial, equipamentos, responsabilidade civil etc).
- Investimentos em Treinamento: R\$ 25 a R\$ 27 milhões/ano
- Investimentos em Treinamento Seac-SP: Mais de 9.000 profissionais treinados em cursos Técnicos e de Gestão, em 371 turmas, desde 2005.
- Consumo de Acessórios e Ferramentas: R\$ 50 a R\$ 55 milhões/ano (incluem carros funcionais, baldes, mops, panos, fibras, discos, rodos, vassouras, escadas etc.)
- Consumo de Químicos em Geral: R\$ 140 a R\$ 160 milhões/ano
- Consumo de Telefonia Fixa: R\$ 39 a R\$ 40 milhões/ano
- Consumo de Telefonia Móvel: R\$ 30 a R\$ 31 milhões/ano (incluem rádios, celulares, smartphones e comunicação de dados 3G)
- Consumo de Uniformes e EPIs: R\$ 55 a R\$ 60 milhões/ano