

CRONISTA • NEGOCIOS • LAVARROPAS

Efecto pandemia

El Covid impulsó al único fabricante de lavarropas industriales del país

Es Aloña, la empresa de Marcelo Uribarren, presidente de la Unión Industrial de Córdoba. Sus ventas crecieron 30% y exporta a países de la región. Esta semana, lanzó un nuevo producto con el que apuesta también llegar a Europa e ingresar a un nuevo segmento: la hotelería



Actualizado el 24/03/2022 09:20

▶ ESCUCHAR
 4:00 minutos 🔊 Leer más tarde

Después de registrar un crecimiento del 30% en sus ventas por el Covid, la empresa cordobesa Aloña, única fabricante del país de lavarropas industriales, quiere consolidar su presencia en el negocio hospitalario, tanto en el mercado local como en el exterior. Quiere incrementar sus exportaciones -hoy, despacha el 5% de su producción a países como Brasil, Chile, Paraguay y Perú-, con el objetivo de dar el siguiente paso hacia Europa. También, tiene la intención de incursionar en el segmento de hotelería.

"Tuvimos un alza en la demanda con la irrupción del Covid-19. Hoy, comercializamos entre 20 y 30 unidades por mes y les vendemos a países de América latina. En los momentos más críticos de la emergencia sanitaria, llegamos a abastecer con hasta el 70% de nuestra fabricación a instituciones médicas, que estaban subequipadas y reforzaron la compra de maquinaria. La situación comenzó a normalizarse, pero sigue alta la demanda", señala Marcelo Uribarren, socio gerente de Aloña y, también, presidente de la Unión Industrial de Córdoba.

Lea también

• McDonald's lanza hub de innovación en la Argentina y le exporta servicios a 20 países

Lea también

• Bioterres compró una empresa estadounidense para crear un hub de productos biológicos



Uribarren deposita sus expectativas de crecimiento en exportaciones en su más reciente desarrollo. Esta semana, la empresa lanzó un producto para eliminar virus y bacterias en centros de salud, con un 99% de efectividad. Es un equipo que se coloca en los lavarropas -ya sean nuevos o existentes- que usan los establecimientos médicos para higienizar la ropa de cama de los pacientes y los uniformes de los trabajadores.

A través de Tecnología Alozan, como se llama el producto, la empresa de la familia Uribarren busca combatir las enfermedades intrahospitalarias, que, en la Argentina, afectan a aproximadamente el 15% de las personas internadas y son más frecuentes en las unidades de cuidados intensivos.

Representa un vector de alta peligrosidad debido a la contaminación que pueden sufrir los objetos durante su utilización, portando distintos tipos de microorganismos patógenos e infecciosos", explica Uribarren.



Uribarren (primero, desde la izquierda), durante la presentación de Alozan

No existe ninguna solución de este tipo a nivel mundial, asegura. "Se realizaron pruebas, pero sin valor científico, y no se están comercializando", dice.

Alozan permite limpiar superficies de máquinas lavadoras, gracias a la aplicación de inteligencia artificial y ozono como desinfectante. Experimentos previos colocaron en lavarropas generadoras de ozono para tratamientos de afluentes, pero con resultados poco certeros", explica el empresario.

AUMENTO DE LAS EXPORTACIONES

De esta manera, la compañía apuesta a consolidar su presencia en el segmento hospitalario y, en un futuro, analiza comercializar esta solución en otros rubros, como el hotelero. "Vamos a ir paso a paso y daremos respuesta primero al sector de la salud, el más crítico", aclara Uribarren.

No obstante, Aloña se prepara para comenzar a exportar su nuevo producto, con el objetivo de ampliar sus ventas en el exterior. "La intención es llegar a Brasil y Perú, para luego expandirnos por Europa", adelanta su titular.

Hay tres modelos disponibles y los precios parten desde u\$s 20.000 por unidad

Hay tres modelos disponibles, en función del tamaño de la lavadora, y los precios parten desde u\$s 20.000 por unidad. En el mercado local, las estimaciones de la empresa proyectan que podría alcanzar a 300 equipos de 100 lavaderos hospitalarios. "Ajustaremos el número según la demanda", precisa.

"En Brasil, el volumen se multiplica por 10, por la talla del país. Calculamos un piso de 3000 unidades. Creemos que va a tener una buena penetración, ya que es un mercado muy exigente en los requerimientos sanitarios", cierra.

El proyecto implicó una inversión de u\$s 500.000 y cuatro años de trabajo junto con el Centro de Excelencia en Procesos y Productos de Córdoba (Ceprocop). Aunque se gestó antes de la pandemia, cobró aún más relevancia con ella. Se conformaron tres cuatro prototipos antes del producto final, con el fin de testear la tecnología y perfeccionar el know-how.

Tags relacionados

lavarropas Salud Aloña Alozar Córdoba

Las más leídas de Negocios

- 01 Lanzan el 'Nordelta' de Paraguay y buscan inversores argentinos: cómo es el proyecto
- 02 Los precios de los terrenos siguen cayendo: cuáles son los valores barrio por barrio
- 03 Agencias argentinas no venderán pasajes de la nueva Alitalia
- 04 La gran renuncia: por qué los argentinos dejan sus trabajos
- 05 Esta marca de indumentaria argentina busca ser la chiquita de lujo accesible más fuerte de América latina, como lo hará

Las más leídas de Apertura

- 01 Anor ofrece empleo: qué trabajadores busca y cómo postularse
- 02 La fundó un inmigrante hiehorrioso y su hijo creó el preservativo más popular: la historia detrás de Dulpán
- 03 Comprar una propiedad: 6 consejos para que no se convierta en una pesadilla
- 04 Es abogado y le tocó hacerse cargo de la comunicación de Aerolíneas en un momento clave
- 05 MercadoLibre es la empresa con mejor imagen del país

En obra

Lunes de por medio



Suscribite a nuestro Newsletter

El mundo del real, inversiones, oportunidades y tendencias: todo en tu email.

Ingresá tu e-mail

Destacadas de hoy

- OFERTAS ONLINE**
Arranca el Cyberfashion: qué marcas participan con 40% de descuento y envío gratis
AGUSTINA DEVINCENZI
- REAL ESTATE**
El sucho americano: es argentino y le saca rentabilidad a casas embargadas en los EE.UU.
BELEN FERNANDEZ
- RECLAMO**
Agencias argentinas no venderán pasajes de la nueva Alitalia
AGUSTINA DEVINCENZI

Noticias del día

FINANZAS Y MERCADOS
El dólar blue vuelve a caer tras la aprobación del acuerdo por parte del FMI
 La cotización paralela registra un descenso este lunes y sigue recortando la brecha respecto al tipo de cambio oficial.

ENCUESTA DE MANAGEMENT & FIT
Cae la aprobación del Gobierno, pero tiene una buena noticia de cara al 2023

OSCAR 2022
Qué pasó durante el corte después del cachetazo de Will Smith a Chris Rock: ¿el actor puede perder su Oscar?

OPINIÓN
Financial Times: el verdadero precio del movimiento antivacunas
 SIMON KUPPER

SE VOTARON 135 PUNTOS
Referendum en Uruguay: de piquetes ilegales a desalojos expres y "aparición de ladrón", los 7 puntos más polémicos aprobados por la gente
 MÓNICA VALLEJOS

Recibí nuestros newsletters

- Las Claves del día**
Lo importante que tienes que saber para empezar el día.
- IT Daily**
Las últimas tendencias en tecnología. Todos los días.
- El señalamo**
El análisis semanal del director del diario... Hernán De Goñi. Todos los sábados.
- Hacia dónde vamos**
Columnas exclusivas de nuestros editores... Todos los domingos.

Ingresá tu e-mail

OTROS TEMAS DE TU INTERÉS

Cruceros de lujo por el Mediterráneo 2022: los precios...
Tendencias

El costo de los servicios de limpieza en Villa María podría sorprenderle
Tendencias | Efectores Publicitarios

Bébalo cada mañana y perderás esta barriga enorme
Casos 360s



Compartí tus comentarios

Formá parte de **El Cronista Member** y sumate al debate en nuestros comentarios

protegido por reCAPTCHA
 Privacidad | Condiciones

Para enviar su comentario debe confirmar que ha leído y aceptado el [placamiento de términos y condiciones de El Cronista](#)

- TAGS**
- DÓLAR DÓLAR BLUE
 - CRIPATOMONEDAS
 - BITCOIN FINTECH
 - MERVAL QUINIELA
 - CALENDARIO DE FERIADOS
 - AFIP PARITARIAS
 - INVERSIONES

- INFORMACIÓN**
- + Contáctenos
 - + Media Kit
 - + Suscribite
 - + Quiénes Somos