

La subida de la luz y el gas en los hogares multiplica el uso de las lavanderías autoservicio de Miele

[Multimedia](#)

Los consumos energéticos, la compra de una lavadora o secadora y los costes asociados como las reparaciones y los detergentes, son factores determinantes para externalizar la colada fuera de los hogares, según una encuesta de Bloomest

[Bloomest](#), las lavanderías autoservicio bajo el liderazgo y calidad de Miele, ha percibido un aumento de la actividad de las lavanderías durante el último trimestre del año y más del 82% de los gestores afirma un aumento de su facturación y lo atribuyen a la subida de la luz y el gas en los hogares españoles (41%), seguido del acabado profesional de los lavados (29%).

Estas son algunas de las conclusiones de la encuesta "uso de las lavanderías autoservicio en 2022" que Bloomest ha realizado a 36 propietarios de las lavanderías para analizar el progreso y la evolución del negocio durante el año pasado. Estos responsables, que tienen entre 41-60 años (88%), la lavandería es su segunda actividad económica ya que 8 de cada 10 gestores la compatibiliza este negocio con otras actividades laborales.

La subida de la luz y el gas es algo que preocupa a los hogares españoles, especialmente entre aquellos con menos recursos económicos que ven que sus facturas de la luz y el gas encarecen más. Para reducir el consumo y ahorrar en la factura de la luz y el gas, una de las medidas que están adoptando los españoles es externalizar la colada fuera de los hogares.

En este sentido, se ha preguntado a los propietarios de las tiendas qué tipo de cliente es el que más frecuenta la lavandería y los hogares del barrio (73%), los comercios de la zona (16%) y los extranjeros/turistas (9%) son los que más utilizan las lavanderías autoservicio para lavar la ropa.

Otros factores como que la calidad del lavado y secado que aporta la maquinaria Miele a las prendas (67%), es lo que más valora el cliente de las lavanderías, por lo que desde la marca perciben un cambio de tendencia ya que el consumidor es consciente de que la ropa le queda mejor en [Bloomest](#).

Sobre el aumento de la actividad, todos los gestores están de acuerdo que el incremento se ha concentrado durante el último trimestre de 2022 y han visto aumentar, así, su facturación entre un 1% y un 20%. José Ángel Bocigas, gestor en Alcobendas (Madrid) incide en los diversos factores que han propiciado el

aumento de la actividad de su lavandería "este aumento es debido a múltiples factores, entre ellos: una mayor tasa de penetración del mercado (hay más clientes interesados en lavar en lavanderías autoservicio), incremento de costes (luz, gas, detergentes), en mi caso particular he ampliado la cantidad de máquinas (se puede dar más y mejor servicio) y la seguridad de que en las lavanderías Bloomest se elimina de la colada el 99,99% de virus, bacterias y hongos".

Este aumento de la actividad también se ha observado en otros países europeos como Alemania, Italia, Portugal y Austria y Simone Ramadori, director general de Bloomest-Miele añade "creemos que nuestro servicio de lavandería autoservicio de alta calidad está siendo cada vez más apreciado por las familias, que representan el 90% de nuestros usuarios. De hecho, pueden tener acceso a un lavado profesional Miele, a precios accesibles y sobre todo en esta época de incertidumbre por la subida de la factura energética. Utilizando nuestro servicio los clientes conocen exactamente cuánto van a gastar en comparación con usar un electrodoméstico en casa (lavadora y secadora), que el precio está en constante cambio".

Además, Ramadori concluye "creemos que la tendencia será cada vez mayor en confiar en un servicio como el nuestro de hecho en Estados Unidos y el norte de Europa, solo unas pocas familias tienen lavadoras y secadoras en casa, y creemos que esta tendencia también se está extendiendo en los países del centro y sur de Europa".
