



CLEANFORUM
Primer Foro de Limpieza e Higiene Profesional

INFORME DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN CLEAN FÓRUM 2020/2021

Sponsors



Organiza



EXPOTRADE
International Conferences & Exhibitions

ÍNDICE

Reconocimientos	3
Sponsors	4
Comité Consultivo	5
Equipo de trabajo	5
Resumen ejecutivo de la Investigación	6
Marco de Referencia	6
Áreas de trabajo	7
Análisis de los resultados	8
Entrevistas personales	8
Introducción	8
Respuestas de las entrevistas	9
Algunas frases que rescatamos de las entrevistas	9
Encuesta <i>on-line</i>	13
Clean Fórum 2020/21: Una mirada Global	33
Anexos	40
Anexo 1 - Preguntas realizadas en las entrevistas personales	41
Anexo 2 - Preguntas realizadas en la encuesta <i>on-line</i>	42
Anexo 3 - Agenda de la Jornada del CLEAN FORUM	49

Reconocimientos

Este proyecto no hubiera sido posible sin la confianza y el apoyo de las principales empresas del sector de Higiene y Limpieza de la República Argentina que fueron sponsors del CLEAN FÓRUM.

Además, queremos reconocer a los más de 80 ejecutivos del sector que nos brindaron minutos de su valioso tiempo, para compartirnos su visión del tema.

Agradecemos la colaboración del Comité Consultivo y los Facilitadores que participaron activamente en el proyecto.

Sin ustedes este estudio hubiera sido imposible.

¡Nuevamente, Gracias!

Sponsors

Agradecemos a las empresas que con su aporte y su interés en el crecimiento del sector de la Higiene y la Limpieza Profesional de la República Argentina, apoyaron el proyecto y nos acompañaron en el proceso de investigación y debate.

Sponsors



Organiza  **EXPOTRADE**
International Conferences & Exhibitions

Comité Consultivo CF

ROBERTO ARIAS - Gerente de División Institucional Latinoamérica Sur en **Ecolab**

SANTIAGO FERNÁNDEZ ARROYO - Managing Director en **Spartan Chemical Argentina S.A.**

MANUEL CHICO CAÑEDA - Director en **Lava Tap S.A. de C.V.**

GABRIELA GALÁN - Directora Ejecutiva en **Simplia Facility Solutions**

SANTIAGO GOEGHEGAN - Direct Sales Manager en **Kärcher Argentina**

LEONARDO KRITTERSON – Director de **Lerson Group**

OSCAR MAININI - Titular de **Casa Thames**

GUSTAVO NARDI - Director de **Italimpia – Nardi S.A.**

ALFREDO NUÑEZ - Director en **Distribución & Servicios S.A. (Pucara)**

ANDRÉS ORMAN - Cluster Leader Argentina, Bolivia, Paraguay y Uruguay en **Diversey**

CECILIA PELUSO - CEO de **Limpiolux S.A.**

LEONARDO GABRIEL POLTI - Presidente de **Dina Limpieza Profesional S.A.**

MARÍA ALEJANDRA VELASCO - Socia Gerente en **Lustrol Argentina S.R.L.**

Equipo de Trabajo CF

Alejandro Leiras – Facilitador y Consultor

Pablo Cavalieri Iribarne – Facilitador y Consultor

Fabián Fiorentino – Gerente de Proyecto CF, **Expotrade S.A.**

Tomás Wagener – Director **Expotrade S.A.**

Andrés Vallecillo – Gerente Comercial **Expotrade S.A.**

Alejandro Espouey – Gerente Marketing & Comunicación **Expotrade S.A.**

Resumen ejecutivo de la Investigación

El objetivo de este estudio es analizar el grado de desarrollo de la industria de la limpieza e higiene profesional en la Argentina.

Durante el trabajo hicimos foco en sectores que previamente determinamos (ver en anexo “Estructura de Investigación”), sin embargo, incluimos en la investigación otros sectores que nos ampliaron la misma y las características propias del sector en cuanto a servicios.

El estudio se realizó con 20 entrevistas personales (vía zoom) a los principales protagonistas del sector, los ejecutivos que se encuentran activos en las distintas gerencias de empresas de servicios de personal y limpieza, insumos para higiene y productos de limpieza en general.

Sumamos también una encuesta que se envió de manera electrónica y fue respondida por 110 personas relacionadas a la industria, entre las que se encontraban proveedores de servicios, productos y clientes.

Para comenzar con los resultados de la Investigación, nos gustaría hacer una breve introducción que brinde un marco de lo que motivó el presente análisis.

Los procesos de limpieza profesional se enmarcan en una modalidad de contratación denominada tercerización, lo que plantea la creación de empresas que provean recursos humanos para el desarrollo de esta actividad.

De la investigación realizada previamente no encontramos papers o documentos que aborden el tema de la limpieza e higiene en el país y/o la región.

De las entrevistas realizadas podemos afirmar que este sector emplea personas de bajo nivel socioeducativo, acompañado de bajos salarios dentro de los convenios homologados por los sindicatos.

En su gran mayoría los encuestados, sostienen que es clave la capacitación del sector y el generar recursos humanos brinden ventaja competitiva y profesional al proceso de limpieza, pero esta situación se contrapone a lo explicado en el párrafo anterior.

Sobre esta base se desarrolló el evento Clean Forum y se elaboró el presente informe que detalla y brinda a los ejecutivos información específica a la hora de entender cómo opera el sector, cuáles son las oportunidades y qué procesos requieren de una evolución, que permita satisfacer las necesidades de los Clientes.

Marco de Referencia

La idea es indagar cómo se encuentra el sector de la limpieza e higiene profesional en nuestro país y explorar qué aspectos se pueden desarrollar para crear espacios de diálogo, cooperación y generación de negocio que jerarquicen el sector.

Con este objetivo se busca realizar el presente trabajo de relevamiento de creencias, expectativas y aspectos limitantes que tiene el sector.

La investigación se desarrolló mediante un método cualitativo de encuestas personales integrada por 20 referentes (Ver preguntas en anexo 1) y encuestas escritas enviadas a una población de 110 referentes (ver encuesta en Anexo 2).

Las entrevistas personales estuvieron compuestas en un 70% por proveedores de insumos, integrados por productores y distribuidores y un 30% de empresas de personal de limpieza.

Muestra

- **Respuestas: 110**
- **Segmentación**
 - **73% Proveedores**
 - **27% Clientes**

La base de las encuestas escritas está conformada en un 73% por proveedores de la Industria (bienes y servicios) y 27 % Clientes.

Áreas de trabajo

Sobre el resultado de las encuestas personales y las encuestas on-line, se determinaron las áreas claves sobre las que se pondría el foco, de acuerdo a los aspectos que surgieron a partir de las respuestas de las personas entrevistadas.

Los dividimos en tres partes:

1. *HACER CRECER EL NEGOCIO mediante la jerarquización del sector.*

Los ítems que se trabajaron estaban en referencia a la captura de oportunidades que presenta el Covid-19, generando campañas en materia de educación, legislación y control.

2. *TRANSFORMACIÓN DIGITAL. Buscar mayores tecnologías en los productos, equipos y servicios que optimicen los tiempos operativos y garantice estandarización en los procesos, integrando a la tecnología con las personas.*

Las opiniones sobre este último tema presentó profundos e interesantes debates, que abarcaron además de la tecnología, la transición de modelos de trabajo piramidales a modelos colaborativos y/o cooperativos.

Esto genera ciertas controversias ya que exige modelos de pensamiento más flexibles y amigados con el CAMBIO permanente.

3. *EL CAMINO HACIA LA PROFESIONALIZACIÓN. Integrar los anteriores a la visión estratégica mediante el trabajo conjunto entre las empresas y el estado, este último como organismo de control sobre la competencia desleal, y la precarización del empleado de limpieza.*

Desarrollo de un sello de calidad en el sector actuando colaborativamente.

Implementación de políticas de sustentabilidad y ambiente. La importancia de convertirse en empresas B. Y por último integrar a la capacitación como el proceso que aplique conceptos de sostenibilidad de la actividad.

Análisis de los resultados

Entrevistas personales

De las 20 entrevistas personales realizadas la muestra de empresas se segmentó en 11 de productos y equipamientos para la industria, integrada a su vez por distribuidores y fabricantes. Otra porción de los entrevistados, siete (7) fueron empresas que brindan servicios de limpieza industrial y por último se sumó a este universo de encuestados (2) empresas que contratan servicios de limpieza y compran insumos y equipamientos, ambas pertenecen al sector de alimentos y *retail*.

Las entrevistas se realizaron mediante la plataforma Zoom. Se trabajó sobre las preguntas detalladas en el Anexo 1 y en todos los casos las respuesta generaron, a su vez, nuevos interrogantes.

Introducción

En general los comentarios recibidos coincidieron en que el sector estaba tan focalizado en esta pandemia que, en vez de ser proactivos, terminó siendo reactivo. Este tipo de comentarios iban acompañados de apreciaciones que también eran comunes respecto a que el sector es apreciado en el mercado como un *commodity*.

Durante el desarrollo de la pandemia en general se percibió que las empresas eran más estrictas al momento de validar la certificación de calidad de los productos que compraba exigiendo las habilitaciones correspondientes. Esta situación pre-pandemia era más laxa y el cliente en general prefería pagar menos y no tener tanta exigencia con los certificados y protocolos de calidad de los productos.

Otro aspecto destacado en común es que los aspectos que tiene que trabajar el sector son el recurso humano, la materia prima y la estabilidad económica. Remarcando que los aspectos que impulsan los procesos de limpieza se basan más en el temor que en la metodología.

Respuestas de las entrevistas

1. **¿A causa del COVID, considera que se reposicionó el concepto de higiene y el servicio de limpieza a multinivel?**

El concepto de higiene tuvo un reposicionamiento en la sociedad en su conjunto. Ante las medidas indicadas por las autoridades la demanda colocó a la higiene como un ítem mucho más prioritario donde las personas focalizaron su interés. Igualmente el sector reaccionó con un comportamiento reactivo en la mayoría de los casos y muchos actores no consideran que se haya reposicionado el sector en esta oportunidad.

- a. **¿Cuál crees que es el aprendizaje que nos da la pandemia a la industria de higiene y cuál específico a tu empresa?**

No se percibe aprendizaje significativo. Quizás se empezó a poner más foco en el resultado que en las horas hombre y sus uniformes. Para muchos clientes pasó de ser un gasto a ser un costo. Esta resignificación de la importancia obligó al sector a desarrollar la flexibilidad y la adaptación a las muy diferentes necesidades.

- b. **¿Qué emergente o situaciones no resueltas en la industria de higiene y en tu empresa dejó a la luz el marco de la pandemia?**

Fundamentalmente el desarrollo de políticas que mejoren la competencia formal. La necesidad de crear conciencia en los usuarios de la importancia de la limpieza. El desarrollo de la profesión mediante la formalización y capacitación de los trabajadores.

2. **¿Qué gaps considera necesita la industria desarrollar?**

Metodologías que permitan jerarquizar el sector, con el desarrollo de políticas que despierten conciencia de la importancia de los procesos de limpieza e higiene dentro de la industria manufacturera y las áreas de servicios y esparcimiento.

3. **¿Considera que la limpieza industrial cambió o está cambiando al ritmo de la industria 4.0? ¿Qué aspectos específicos?**

No se percibe que estos aspectos estén siendo factor relevante en la industria.

- a. **¿En el futuro, las compañías van a tener que desarrollar más habilidades en el manejo de su gente o en el manejo de las tecnologías?**

Sobre este aspecto concuerdan la mayoría que la capacitación es fundamental para los modelos de negocio que se vienen, sin embargo, gran parte de los encuestados plantea que en general el sector emplea a las poblaciones de mayor vulnerabilidad social, eso viene de la mano con bajo desarrollo educativo y los salarios más bajos del mercado formal. Esta situación genera procesos de alta rotación en el sector. Igualmente, en aquellas compañías que apostaron a

desarrollar un plan de carrera en la organización, con capacitación constante y otros beneficios pensando en la fidelización de las personas, han tenido muy buenos resultados disminuyendo la mencionada rotación.

4. ¿Considera al sector como fuente primaria de empleo para sectores vulnerables de la población, o cual considera que será el perfil del empleado del sector?

Alineado a la pregunta anterior y ratificando lo mismo en todos los casos las empresas concuerdan con ello, sin embargo, sostienen que los niveles salariales y la presión en general que tienen por parte de las empresas contratante en las tarifas de los servicios, condiciona el desarrollo y jerarquización del personal. La creencia de que nadie se acerca al sector para hacer carrera atraviesa las respuestas y condiciona también la mirada y las medidas que se puedan tomar, generando el efecto supuesto.

a. ¿Qué aspectos necesita profesionalizar tanto el sector como su empresa?

Los aspectos tecnológicos, control y estandarización de procesos fueron los más comentados. En algunos casos se empieza a usar la tecnología para estandarizar los procesos como ser aplicativos con videos tutoriales para uso de productos o metodologías determinadas para accionar en determinadas locaciones evitando la improvisación reinante.

5. ¿Cuál cree que es el nivel de desarrollo tecnológico de la industria?

En general las respuestas indicaron que era bajo, salvo el sector de fabricación de productos químicos que ha evolucionado en los últimos tiempos con insumos tecnológicos de menor impacto ambiental.

6. Si representás la demanda ¿Qué demandás hoy a la industria de higiene?

Pro-actividad, profesionalismo y conocimiento. Presencia en las reuniones internacionales del sector para traernos las últimas soluciones existentes y asesoramiento en los procedimientos que requiere la situación actual. Y por sobre todo, el poder descansar el tema en la oferta por los conocimientos que demuestren tener sobre la actual situación.

7. Si tuvieras la posibilidad de elegir solo 3 (tres) acciones, ¿cuáles deberían tomar las empresas para jerarquizar el sector?

- *Aplicar tecnología*
- *Capacitar a las personas*
- *Concientizar a la demanda*

8. Si representás la oferta, ¿Qué estás ofreciendo hoy al mercado?

Soluciones, asesoramiento y el mejor producto/servicio costo beneficio que el cliente pueda pagar. Dejamos de ser un gasto para ser un producto en el cual el cliente busca seguridad.

9. ¿Cómo se imagina el sector en 5 años? ¿10 años?

Evolucionando tecnológicamente al ritmo de las crisis económicas de la Argentina. Es impensable un sector más equipado en términos tecnológicos sin ver el contexto país. Con respecto a su profesionalización el sector va a ir evolucionando arrastrado por lo que también pida la profesionalización de la demanda.

10. ¿Cómo impacta los temas de Ambiente & Sustentabilidad en el sector?

Es un reflejo de la sociedad. En la medida que la sociedad los exija porque percibe su importancia, el sector va a ir acompañando poniendo el foco en estas temáticas. En el marco corporativo se busca cumplir la exigencia del cliente que es de mayor envergadura cuando el requerimiento viene del exterior por tener filiales locales.

Algunas frases que rescatamos de las entrevistas

- *El entrenamiento en habilidades blandas de liderazgo es una oportunidad no capitalizada por nuestro sector.*
- *No hay gente que pida sustentabilidad, es un reflejo de la sociedad.*
- *La capacitación queda relegada por la alta rotación.*
- *Se puede hacer mucho al respecto para evitar la rotación con planes de carrera.*
- *Se deben poner reglas para jerarquizar al sector.*
- *Se le podrían poner barreras de ingreso al sector.*
- *El sector viene del trazo de piso y vende cantidad de gente a necesitar desarrollar técnicas, estándar, químicos y elementos.*
- *¿Qué piensa de la demanda de la higiene? Antes era un gasto necesario, ahora es un costo para sentirse seguros.*
- *Antes estaba invisibilizado a los ojos del cliente entonces no tenía importancia.*
- *El empresariado argentino del sector es muy difícil que se junte para lograr un bien común.*
- *Lo que tenemos que mostrar es la diferencia de usar un producto profesional.*
- *Jerarquizar al sector es capacitarlo en todos sus niveles.*
- *No crece porque tenemos que educar al ciudadano.*

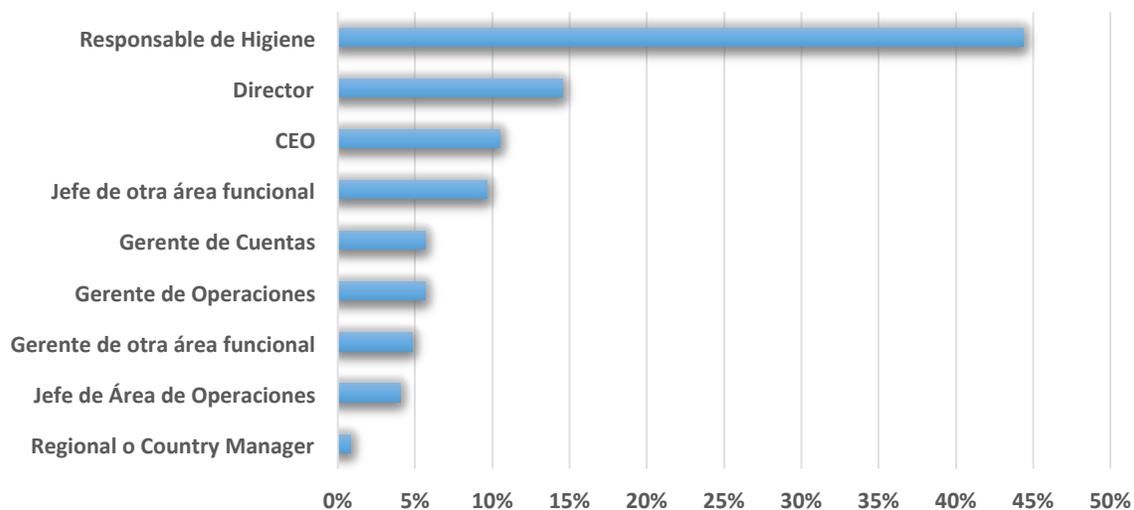
- *Las exigencias de servicios de limpieza mecanizada tienen que venir por el lado de la seguridad.*
- *La desinfección es la verdadera vedette de estos días.*
- *También la coordinación de equipos debe estar dentro de los aprendizajes.*
- *Nadie empieza en la limpieza para hacer carrera.*
- *La clave está en integrar tecnología, procesos y personas.*
- *Que las personas tengan un carné que los haga profesionales de eso.*
- *Para ser profesionales, tenemos que estar más cerca del cliente y acompañarlo.*
- *La informalidad es la madre de la falta de tecnología.*
- *Los clientes prefieren que los trabajadores estén bien vestidos a que limpien bien.*
- *Solo algunos de nuestros clientes nos inducen a que trabajemos con productos sustentables.*
- *No hay organismo de contralor importante que haga que se cumplan las normativas de higiene.*
- *Capacitar al consumidor final es la clave para sensibilizar a la demanda.*
- *Si el cliente fuera calificado por su propio público, también lo haría cuidar su reputación.*
- *La forma de jerarquizar el sector está en el reconocimiento a la gente que trabaja en la empresa.*
- *La ecuación es vender resultado en limpieza vs horas hombre.*
- *Jerarquizar dentro de la empresa, es premiar con algo a los que cumplen.*
- *Si los empleados ni saben para qué hacen lo que tienen que hacer, estamos en problemas. Eso es también concientizar.*
- *Hubiera deseado que el proveedor se hubiera acercado a nosotros aportando soluciones y no nosotros a ellos.*
- *No suele ser una práctica habitual estudiar los gastos de la no calidad.*

Encuesta on-line

Marco de análisis y estructura de la encuesta

El universo de respuesta fue de 124 personas que representaban un 73% empresas de servicios y proveedores, y un 27% usuarios y/o clientes de servicio e insumos de limpieza e higiene.

Posición de las personas que respondieron



El rango de las personas en su mayoría correspondía a responsables del tema de limpieza, le siguieron directores y CEO en segundo y tercer lugar respectivamente.

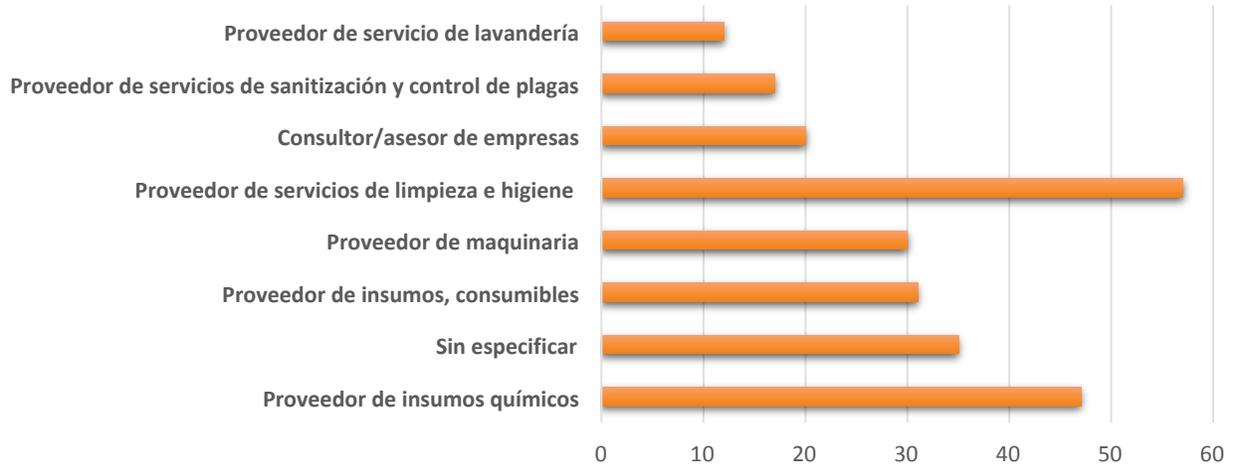
La encuesta estaba compuesta por 28 preguntas, que fuertemente indagaron sobre tres aspectos:

- *Cómo nos vemos*
- *Cómo nos ven*
- *Desafíos a futuro*

Este marco se elaboró para darle contexto a la investigación y para que de los resultados podamos obtener información relevante para el sector y la generación de oportunidades de negocio.

Con respecto del sector de procedencia nos encontramos que la mayoría corresponde al sector de proveedor de insumos químicos.

Sector de procedencia (nro de empresas que participaron)



De las 124 empresas que participaron, 17 corresponden a empresas que contratan servicios de limpieza. A continuación, el detalle de los rubros que participaron

Empresas contratantes de servicios



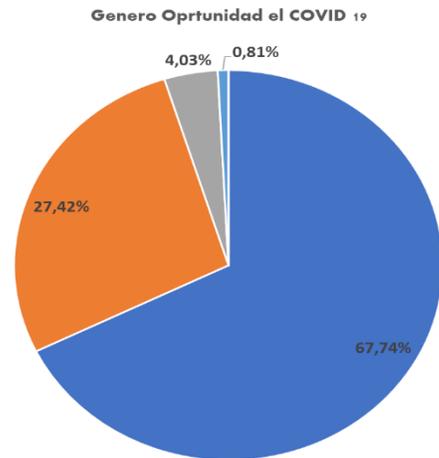
Respuestas

Luego de detallar el perfil de las personas y de qué empresas y áreas provienen, comenzamos con la encuesta que nos dio los siguientes resultados.

¿Qué opina de la siguiente afirmación?: "El Covid-19 generó una gran oportunidad para visibilizar el sector."

Es claramente evidente que la mayoría de los encuestados considera que la pandemia generó oportunidades para visibilizar el sector.

Esta situación generó en otras preguntas controversias, ya que se considera al sector limitado a la hora de plantear cambios

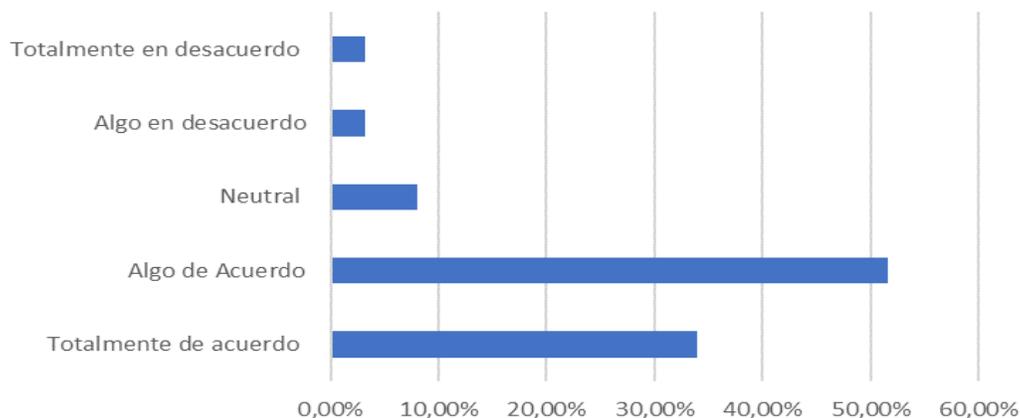


■ Totalmente de acuerdo ■ Algo de Acuerdo ■ Neutral
■ Algo en desacuerdo ■ Totalmente en desacuerdo ■ No answer

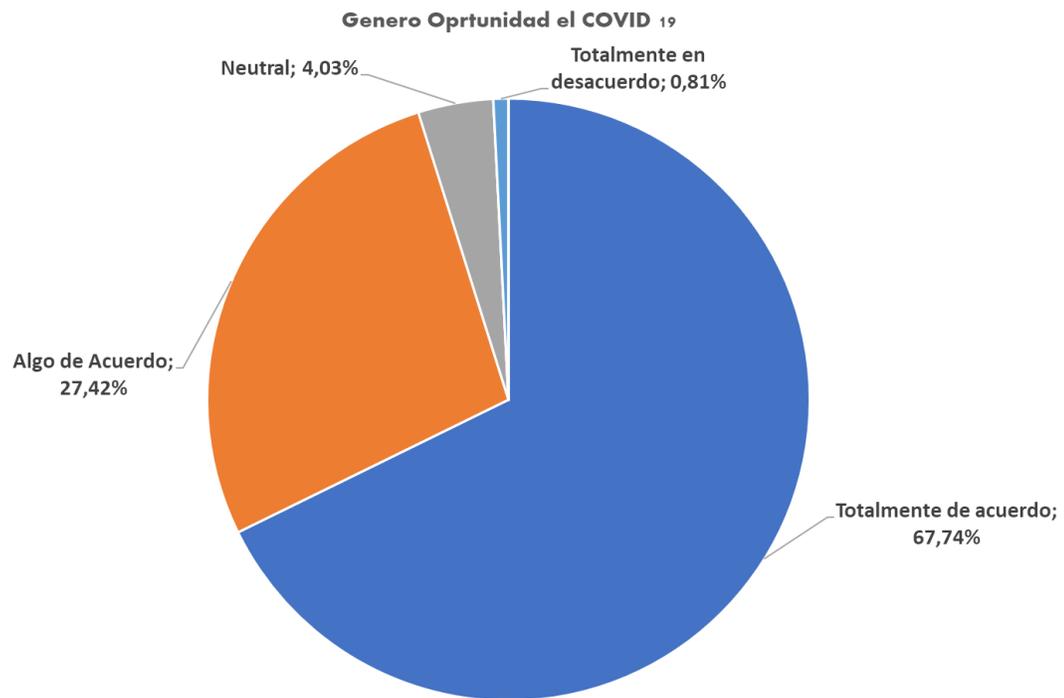
¿Qué opina de la siguiente afirmación?: "La sociedad en general no valora a las actividades de higiene como esenciales"

En este caso cuestionamos su apreciación de cómo los valora la sociedad y los resultados fueron.

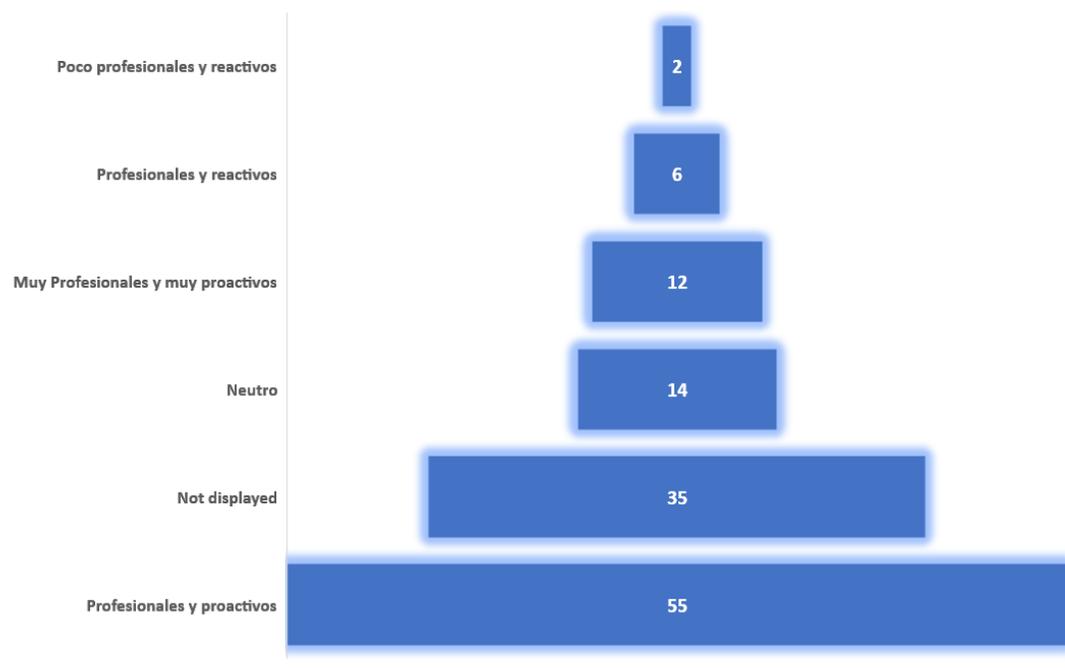
La sociedad en general no valora a las actividades de higiene como esenciales



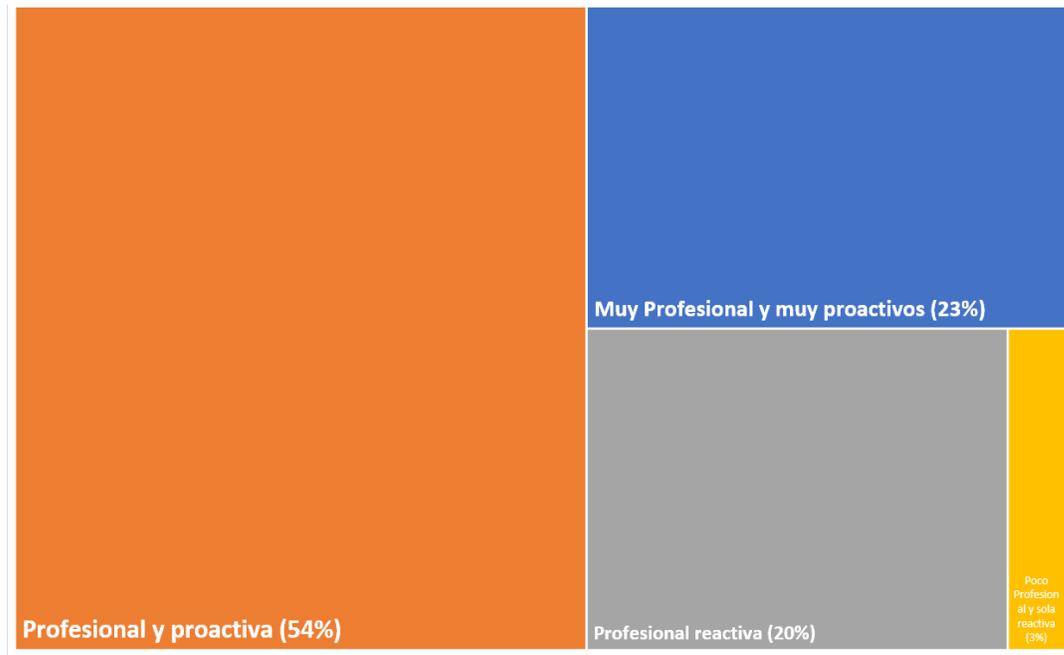
¿Qué opina de la siguiente afirmación?: “El trabajo conjunto del sector amplía las posibilidades de mejorar las condiciones del negocio”



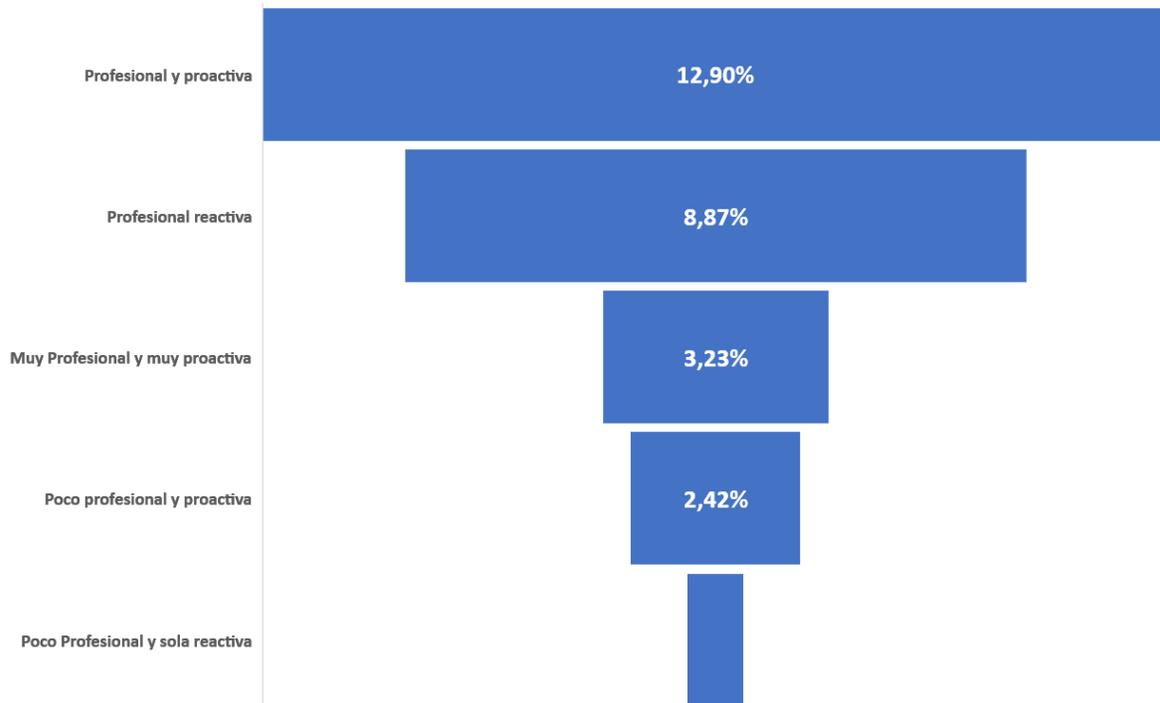
¿Cómo cree que nos ve la demanda con respecto a su necesidad de soluciones?



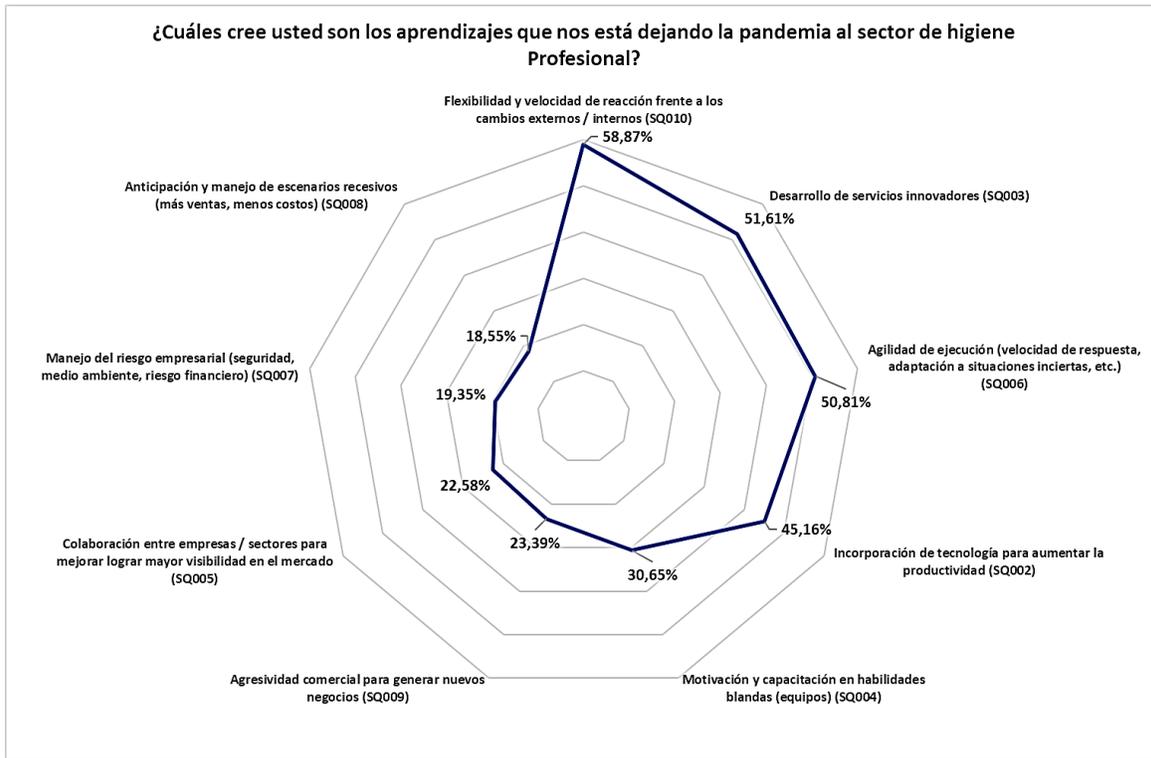
¿Cómo califica usted a la oferta de insumos (equipamiento para realizar tareas de higiene, cepillos, carros, escobas, productos químicos)?



¿Cómo califica usted la oferta de empresas de Servicio de personal de higiene?



¿Cuáles cree usted son los aprendizajes que nos está dejando la pandemia en el sector de higiene Profesional?



En la encuesta se trabajaron varias aristas de investigación y algunas de ellas para ver cómo se califican en algunos aspectos.

Uno de ellos ¿Cómo califica usted a la oferta de maquinaria?

En este caso en particular solo tuvimos 35 respuesta de los 124 y en su mayoría contestan, la mayoría de los que respondieron considera que el sector es Profesional y proactiva (A3) Profesional reactiva (A4), mientras que una minoría tienen una opinión que es poca y de baja calidad.

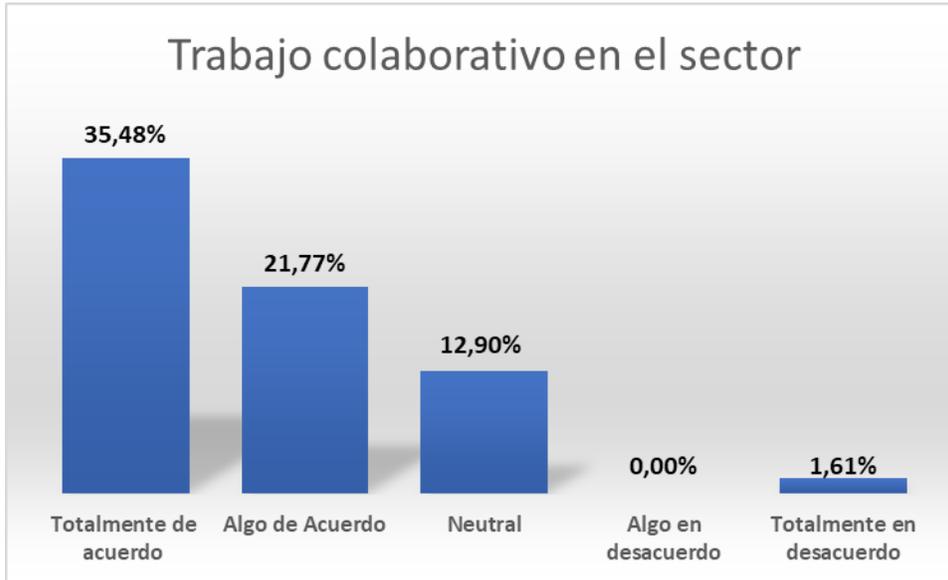
¿Cómo califica usted la oferta de empresas de Servicio de personal de higiene?

La opinión fue baja y que varios participantes no respondieron, los que sí lo hicieron manifestaron

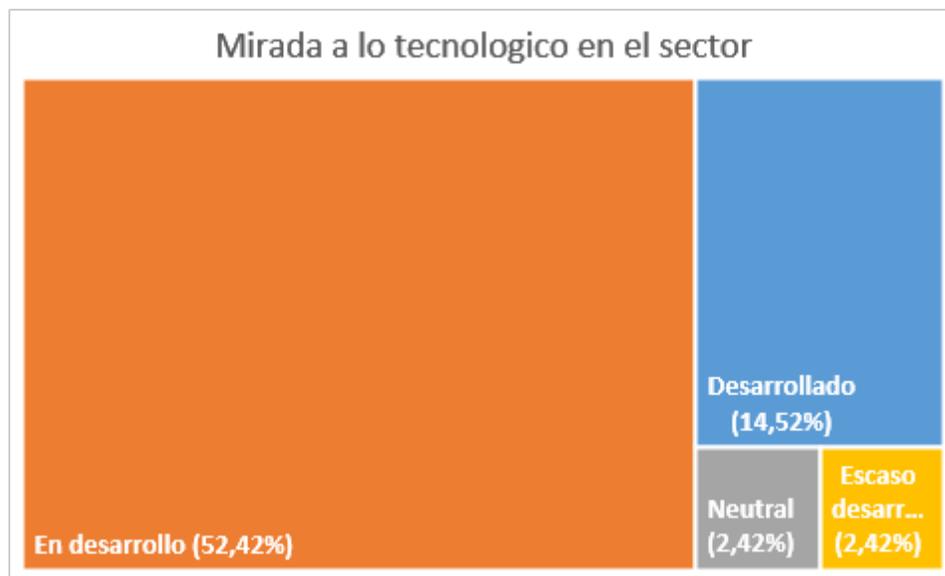
Pregunta	Porcentage
Profesional y proactiva (A3)	12,90%
Profesional reactiva (A4)	8,87%
Muy Profesional y muy proactiva (A2)	3,23%
Poco profesional y proactiva (A5)	2,42%
Poco Profesional y sola reactiva (A6)	0,81%

Con respecto a esta afirmación *“Para lograr mayor negociación con los entes públicos (Ministerio de salud, Aduana, etc.) debemos trabajar colaborativamente y unificar la*

demanda del sector” la mayoría del público consultado nos dijo que estaba de acuerdo, mientras que una minoría opina todo lo contrario

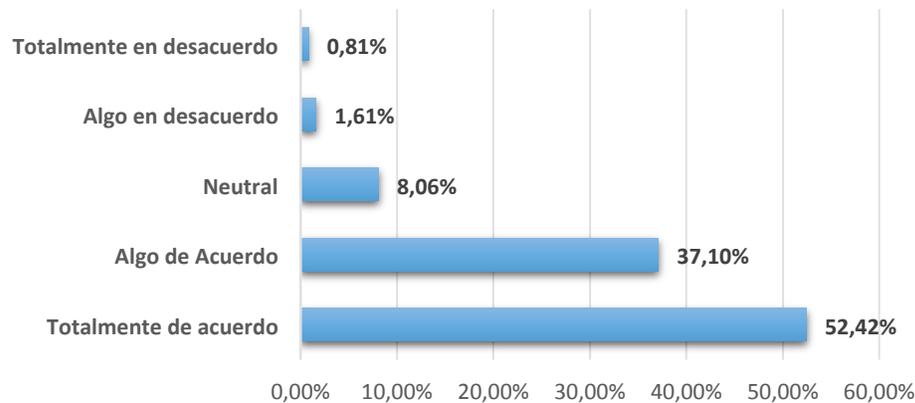


¿Cómo se califica desde el aspecto tecnológico?



Cuando los consultamos sobre si **el sector demanda innovación en temas tecnológicos, y esto permitirá ser más competitivos en costos**, la respuesta se polarizó en Totalmente de acuerdo y algo de acuerdo con casi el 90%. Mientras que el 8% se mantuvo neutral y un poco menos del 2% en desacuerdo

¿Demanda innovación para mejorar costos?



¿Cómo se califica desde el aspecto tecnológico?

En esta pregunta la tasa de respuesta fue de un 30% siendo que están en desarrollo la más elegida

En lo que respecta a impulsar la innovación y la tecnología, dónde considera que hay que poner mayor esfuerzo (en la escala: 1 es menos y 5 es más):

En este parte de las consultas los encuestados consideran en una escala alta el esfuerzo en temas de **Inversión en tecnología para potenciar los datos y la información (75% con calificación entre 4 y 5)**

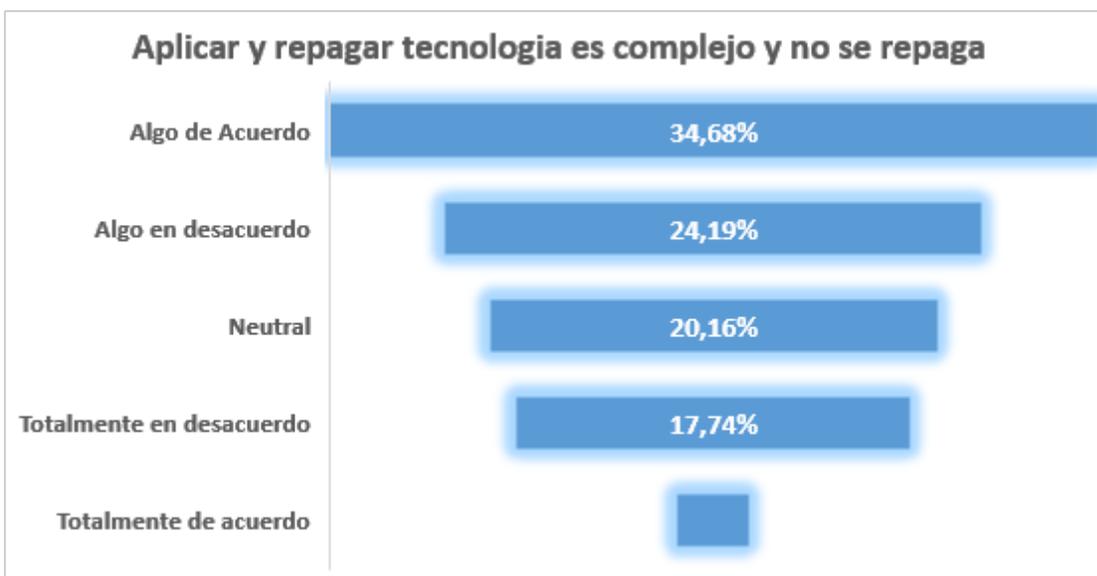
Mientras que para el caso de **Desarrollo de aplicaciones (app)** la mayoría está centrada en un esfuerzo medio (calificado entre 3 y 4). Esta situación se repitió a analizar el siguiente punto que refiere a la **incorporación de equipamiento para realizar tareas de baja calificación**

Para el caso consultado sobre **Seguimiento on line de las actividades de higiene** la elección de la mayoría lo considera levemente alto siendo el valor 4 más elegido

Con respecto a la **Creación de valor con socios externos (Colaboración, compartir recursos)** la calificación de la mayoría considera que hay que aplicar un esfuerzo medio.

Ante la consulta sobre si **“Aplicar tecnología en este sector es muy complejo y no tiene repago”**.

Las respuestas fueron repartidas dando los siguientes resultados:

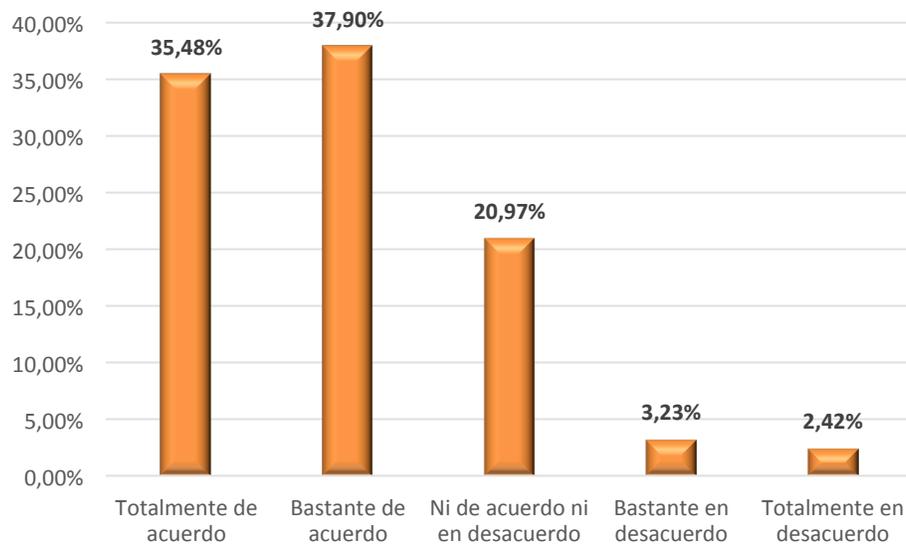


Sobre qué opina de: “Se involucra al cliente-usuario a la hora de desarrollar una propuesta de valor efectiva y focalizada a través ciclos iterativos en base a la experimentación.”

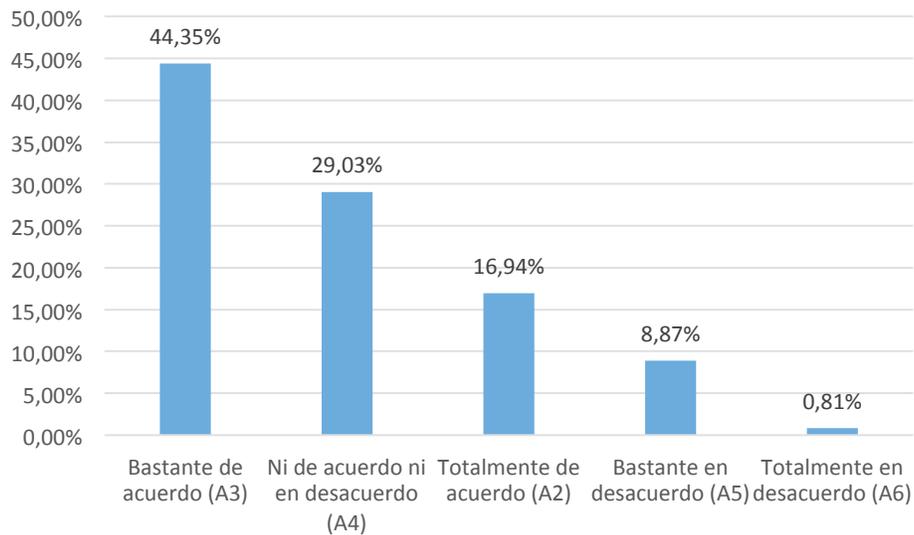
Pregunta	Respuestas
Algo de Acuerdo	41,94%
Neutral	29,03%
Totalmente de acuerdo	21,77%
Algo en desacuerdo	5,65%
Totalmente en desacuerdo	1,61%

Cuando consultamos sobre algunas frases que a continuación detallamos cuál era la opinión en referencia a cada una de ellas, nos declararon:

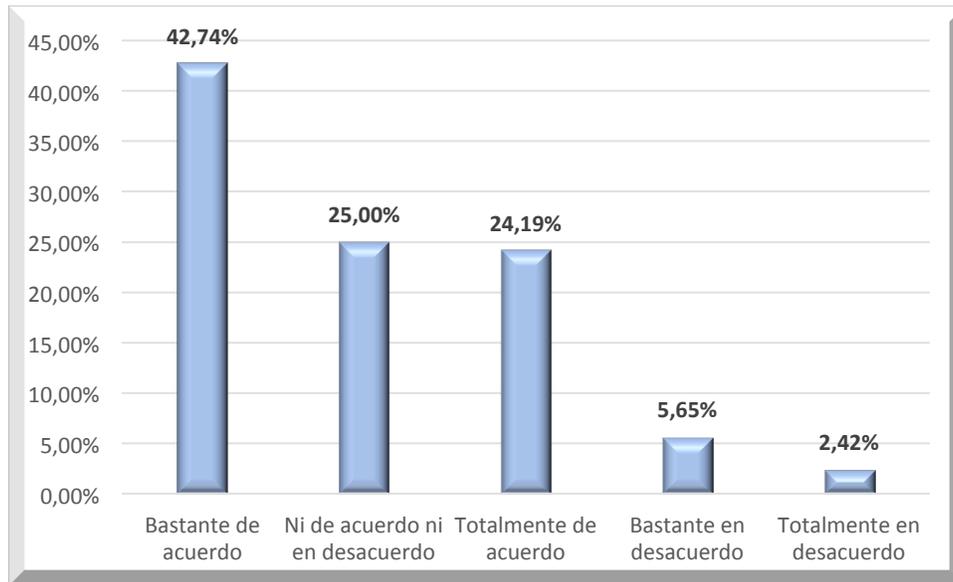
Continuamente las empresas enfocan sus servicios en las necesidades del Cliente/Usuario.



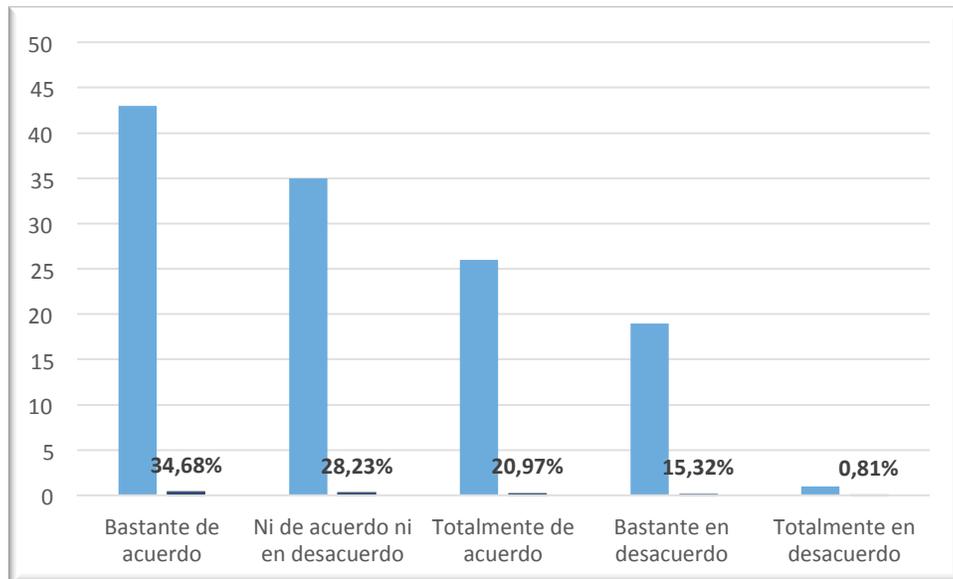
Nuestros indicadores de desempeño están alineados con los de nuestros clientes



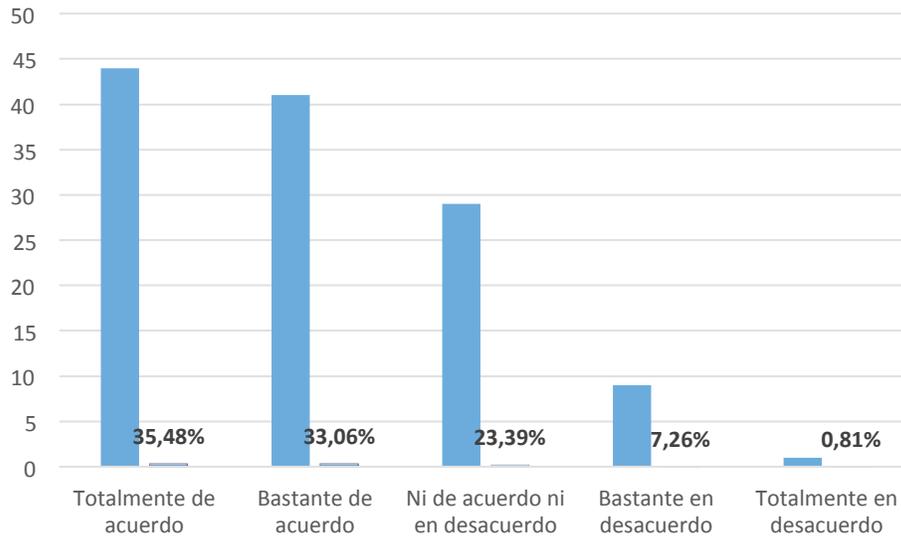
El tipo de relación con clientes es diferencial en función de los criterios utilizados para priorizar a los mismos



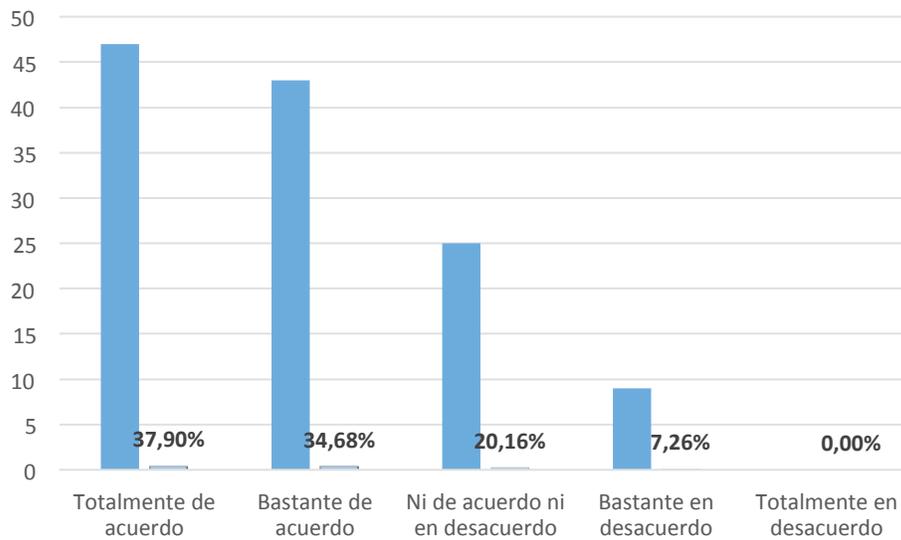
Nuestros clientes clave nos mantienen informados sobre temas que afectan a nuestro negocio



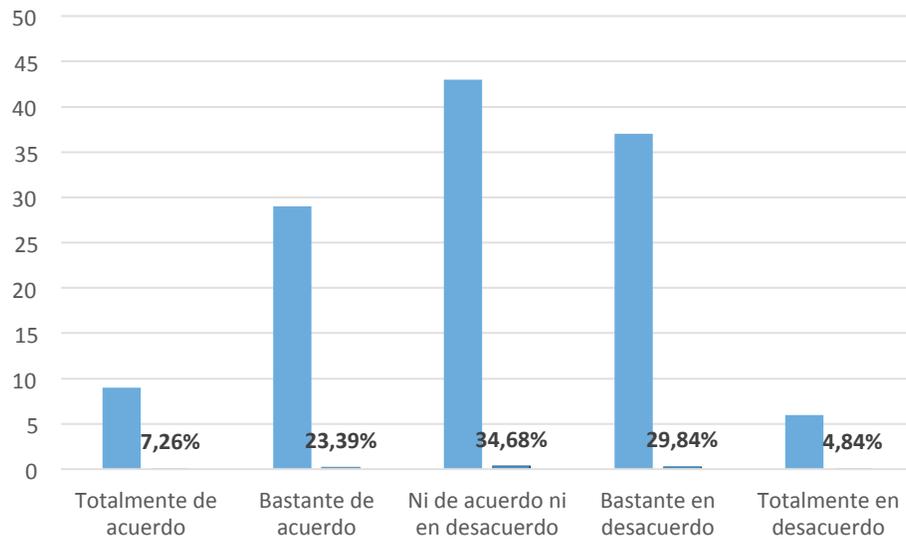
Mantenemos informados a nuestros clientes clave sobre temas que afectan a su negocio



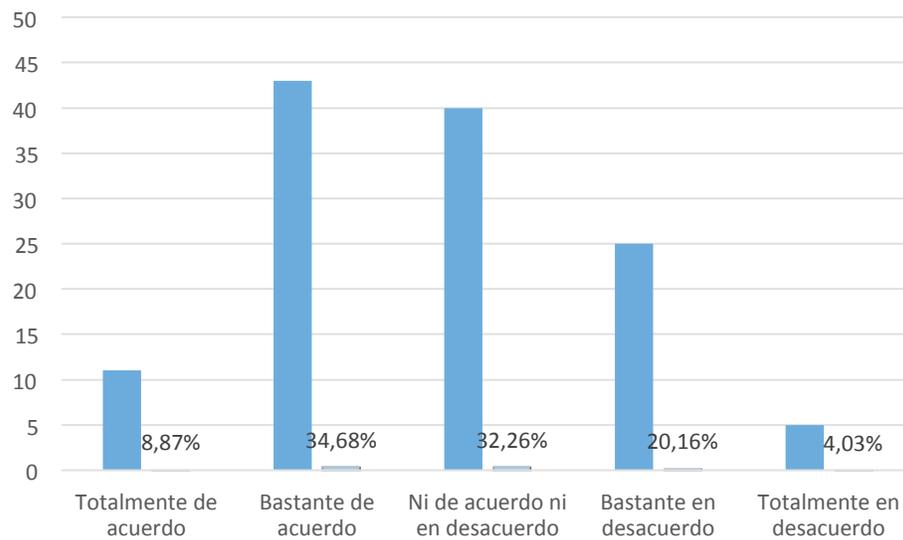
Se desarrollan procesos aplicados a generar sistemas de higiene eficaces y eficientes



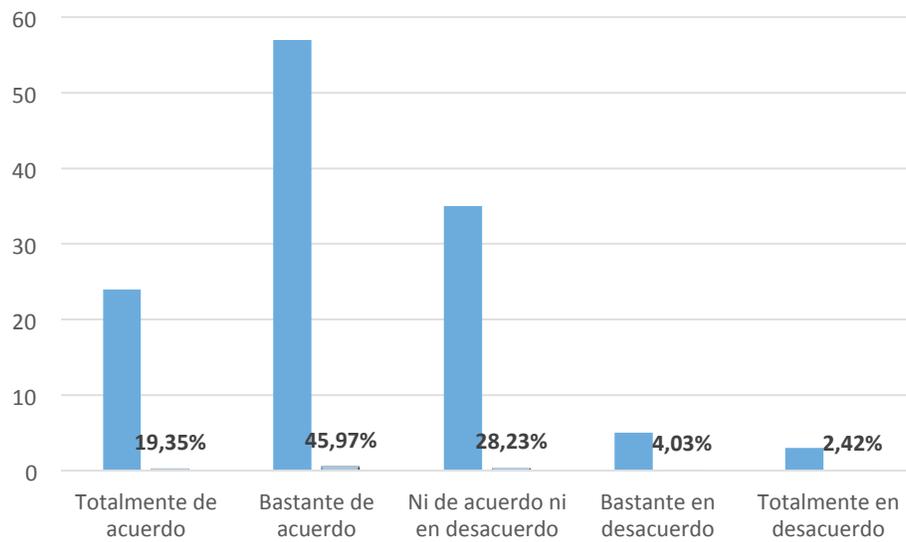
El cliente/usuario prioriza la higiene, sin tomar en cuenta las Horas Hombre



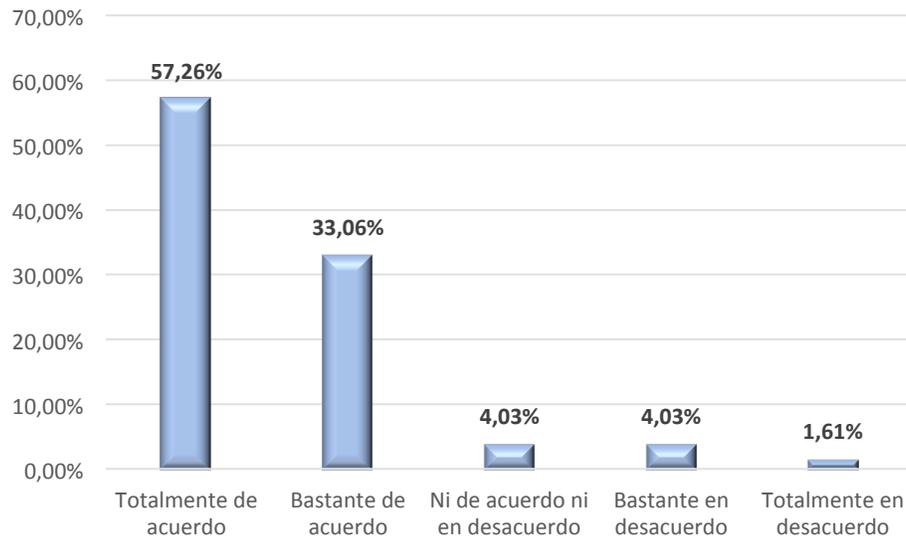
El cliente /Usuario prioriza las horas hombre, sin atender las necesidades de Higiene y sanitización



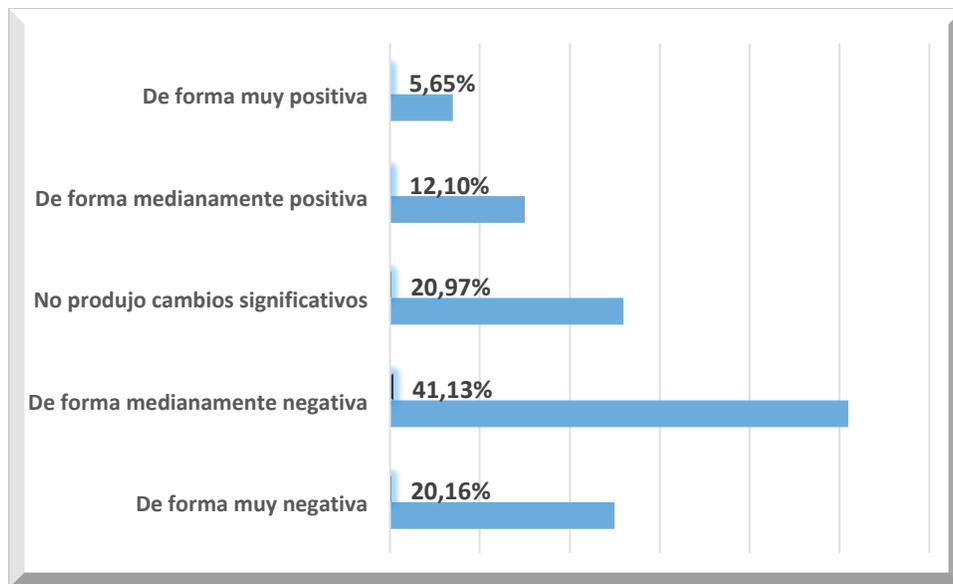
El tipo de relación con clientes es diferencial en función de los criterios utilizados para priorizar a los mismos



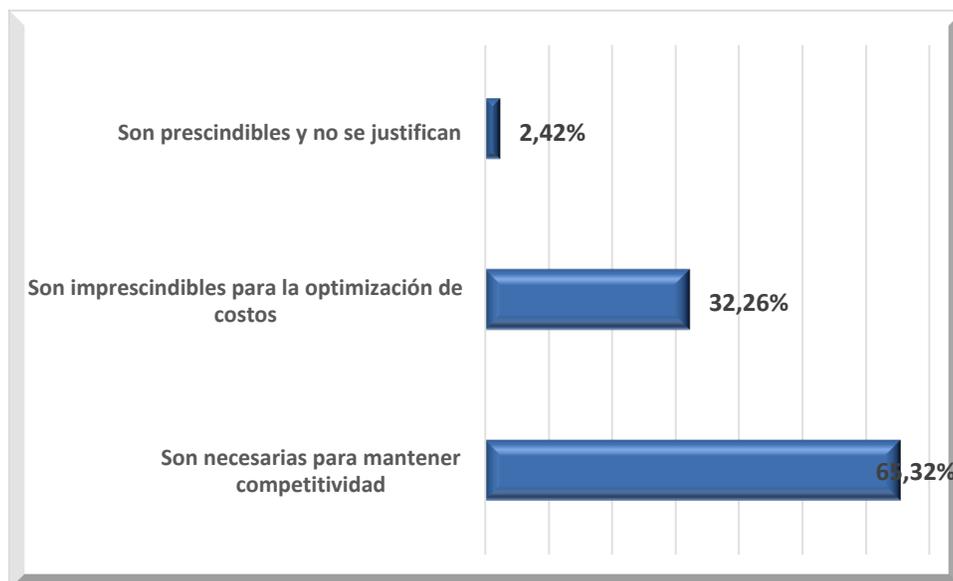
La integración de personas y equipamiento es clave para lograr mejores resultados



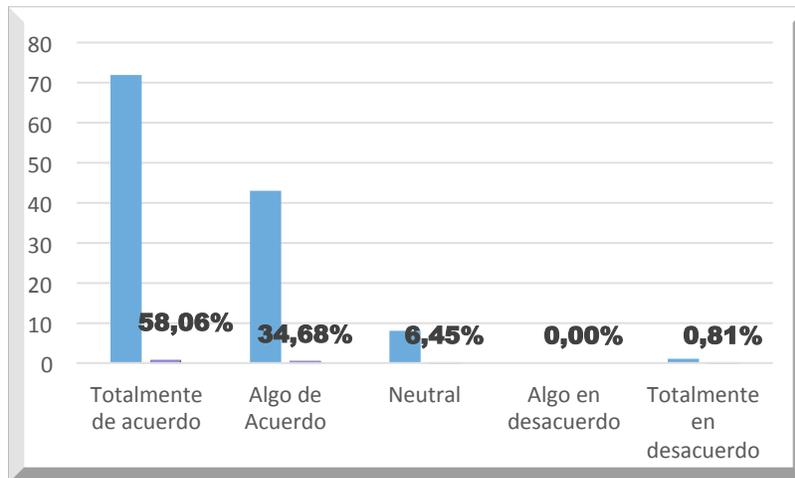
¿Cómo influyeron en la productividad de la mano de obra las restricciones a partir de la cuarentena?



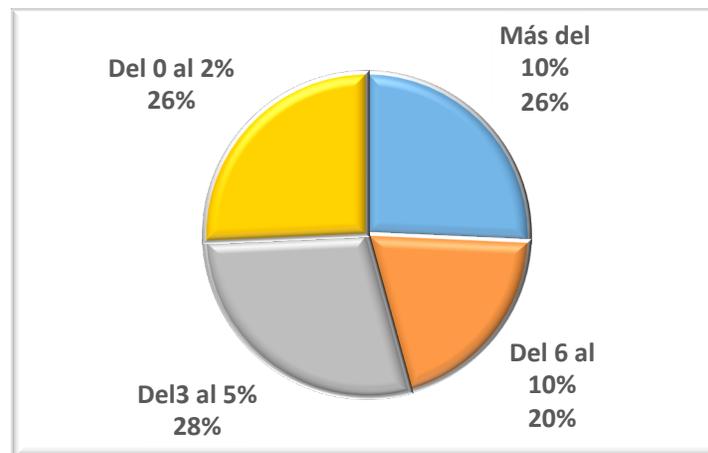
De los siguientes factores, marque cuáles reflejan mejor su mirada a mediano plazo con respecto a las inversiones en equipamiento y tecnología.



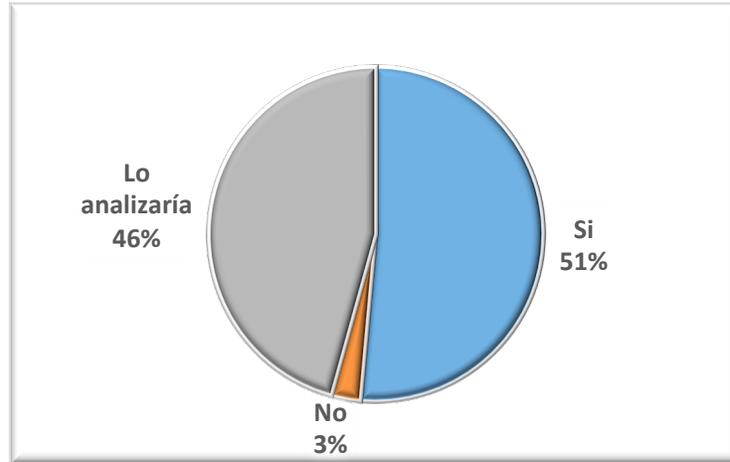
¿Qué opina de la siguiente afirmación?: "El sector en su conjunto podría impulsar los nuevos protocolos para jerarquizar la actividad en pos de posicionarse ante la sociedad"



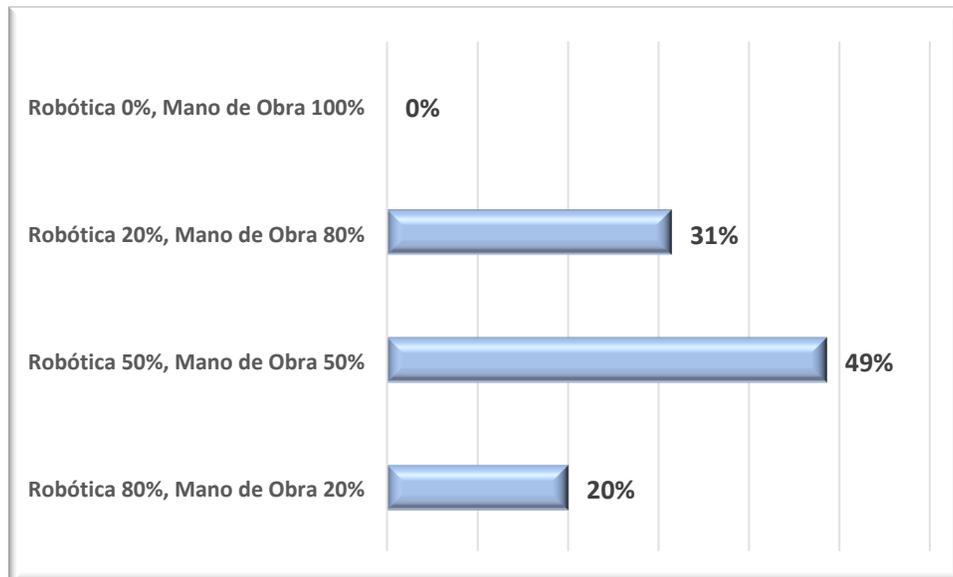
¿Qué porcentaje de su presupuesto anual destina a la Higiene de su compañía?



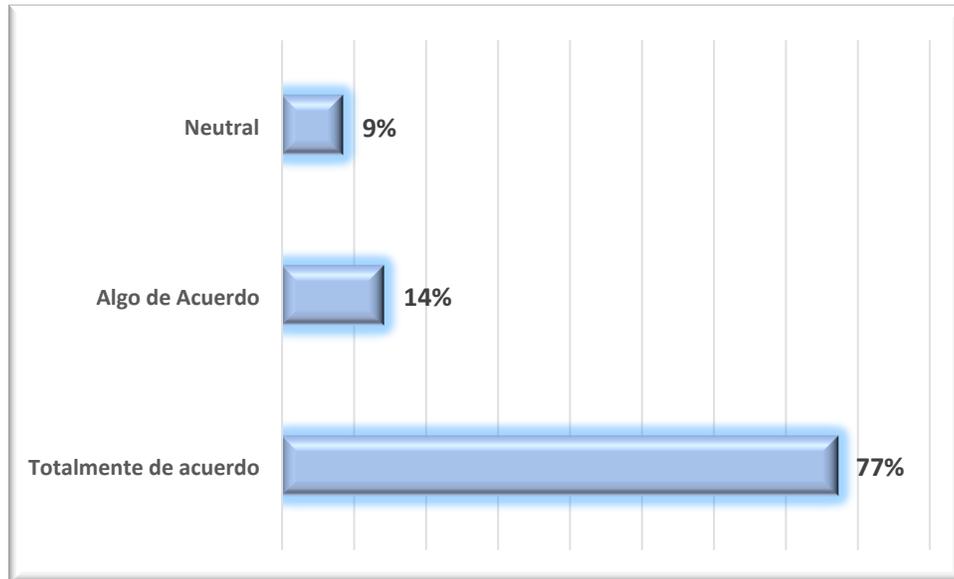
Ante la propuesta de mejor servicio y control de la higiene de su empresa/compañía. ¿Está dispuesto a destinar más presupuesto?



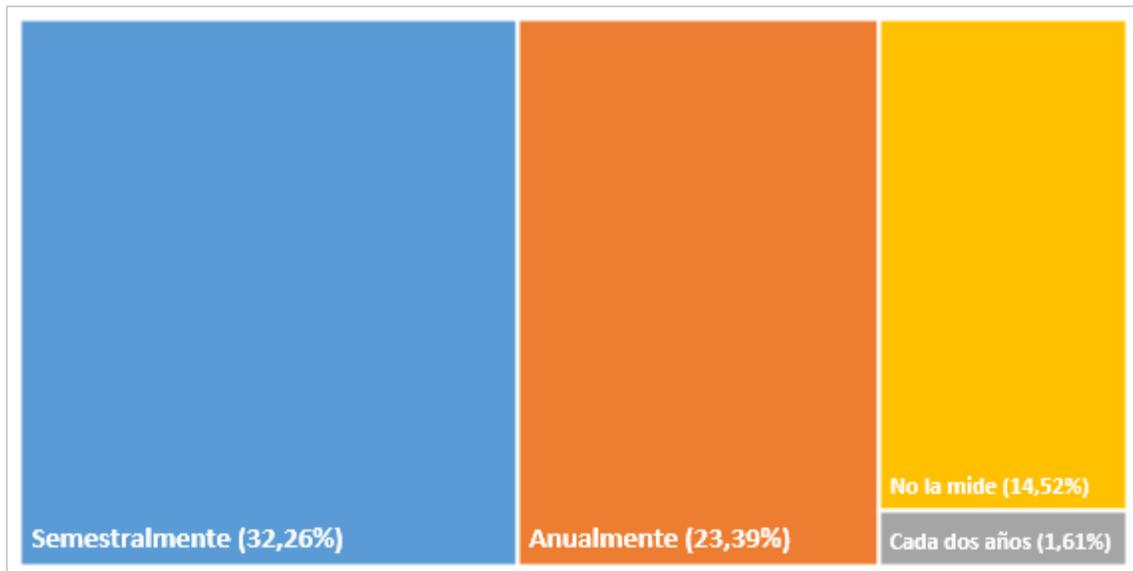
Considerando como una oportunidad la utilización de Tecnología Intensiva (maquinaria y robótica) vs Mano de Obra Intensiva. ¿Qué proporción usted cree más viable?



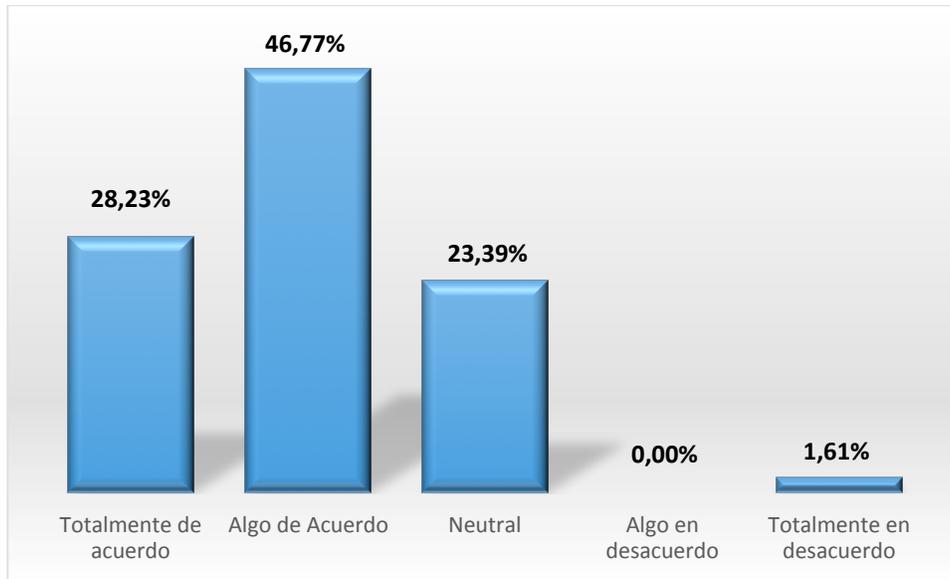
¿Qué opina de la siguiente afirmación?: “A partir de ahora será esencial mantener la sanitización en los servicios de Higiene (alcohol en gel, barreras sanitarias, etc.)”



¿Con qué frecuencia mide la satisfacción de la experiencia de su cliente/usuario?



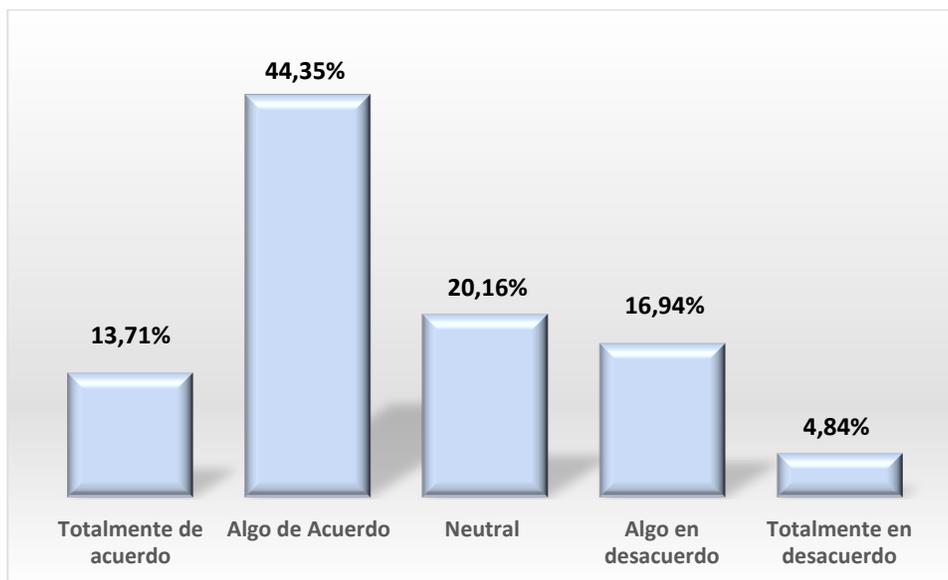
¿Qué opina de la siguiente afirmación?: "La industria puede lograr beneficios gubernamentales y reposicionarse mostrándose como primer lugar de inserción laboral de las clases vulnerables"



¿Cuál sería su mayor dificultad actual en el objetivo de llevar a un nivel superior su oferta de productos/servicios?



¿Qué opina de la siguiente afirmación?: "La incorporación de tecnología va a reducir en más de un 50% la mano de obra"



CLEAN FÓRUM 2020/2021

Una mirada Global

Te propongo hacer un viaje por el tiempo, por el mundo y desde el mundo mirar la industria a nivel general para comprender con claridad los cambios profundos y el nuevo norte de la industria de la Higiene global, y así ampliar el horizonte de comprensión y abordar la mirada particular del país desde una óptica asociada.

La secuencia de la mirada es en primer lugar el mundo, ¿qué está pasando realmente? Lo segundo es la especie humana, ¿a dónde vamos y quienes estamos siendo? Y lo tercero es que pasa en la industria de higiene a nivel global para concluir la mirada sobre la Argentina.

Si realmente queremos comprender qué está pasando en la industria y cuál es su nuevo norte, intentemos comprender primero hacia dónde vamos y que estamos viviendo como especie. Para ensayar algunas respuestas y formular nuevas preguntas entonces comencemos el viaje.

La mirada del mundo y la especie Humana

La primera enseñanza que nos deja lo que estamos viviendo como efecto del impacto COVID y la pandemia, es que la vida es eso que nos pasa mientras estamos ocupados en otra cosa. Y la vida nos propone un cambio de ritmo y velocidad en nuestro proceso evolutivo. El COVID es un acelerador del tiempo y nos adelanta el futuro al presente. Esta es la primera parada para ampliar la comprensión.

Las miradas globales nos invitan a considerar los ciclos de la vida como capas de modulación unas sobre otras. Esa modulación de ciclos explica entonces los efectos dimensionales en cada uno de ellos. Las galaxias, el sistema solar, el planeta, los seres vivos, el hombre, los átomos y la luz tienen ciclos desde miles de millones de años a millonésimas de segundos, todos modulados unos sobre otros. Un proceso integrador es relacionar las ondas modulares de todos los ciclos que nos componen y cómo se relaciona la materia con la energía en dichas modulaciones.

Entonces, ¿Cuál es el proceso que se está acelerando por impacto COVID? La respuesta es múltiple y en muchos planos al mismo tiempo. Planos social, político, económico, cultural, ambiental, tecnológico, científico, material, energético, *espiritual* y de *esencia*

humana. Esta es la síntesis de la complejidad imposible abordarla desde una sola mirada.

Estamos viviendo procesos de integración a multinivel, un cambio de paradigma profundo, y estamos en los comienzos del tercer milenio y de un salto evolutivo que está dando inicio a “*un nuevo ser humano*”. Podríamos ensayar la hipótesis que es un nuevo tiempo Darwiniano pasando del “*Homo Factorem*” al “*Homo Creator*” hombre hacedor al hombre creador, que implica una nueva dimensión humana y posible, apalancado en la tecnología y liberado del *miedo, la ignorancia y la culpa*. Sobre este ciclo primario de ondulación están moduladas todas las demás.

El hombre hacedor, como modelo evolucionado del Homo Sapiens, se maneja en el mundo de la física tradicional y el hombre creador lo trasciende y se maneja integrando a la física tradicional los campos energéticos que lo componen.

El trabajo del hombre hacedor es diferente al trabajo del hombre creador. Entonces la tecnología, las máquinas, los ciborgs y robótica reemplazará al hombre hacedor.

Esta es la génesis de la transformación y del cambio modular primario y su comprensión nos ayudará de manera significativa a entender posteriormente la transformación de la industria. Esta ondulación que comenzó con el tercer milenio está acelerando su frecuencia producto del impacto COVID.

En el ámbito político, social y económico estamos a las puertas de una transformación profunda basados en la ruptura de los actuales paradigmas y sistemas. La tecnología en su aspecto más amplio es un vector protagónico y vehículo excluyente para tal proceso. Las nuevas generaciones pujan por nuevas formas de relaciones personales, sociales y laborales, modelos sistémicos impulsados por inteligencia artificial fundamentalmente basados en la hiper-conectividad. En este contexto se visualizan claramente los países que, en la superficie ondulatoria, la matriz social queda relegada por la pobreza y la escasez, versus las sociedades más preparadas que sufren los mismos embates, pero que resisten de manera más orgánica la ola de transformación y cambio. La tecnología dio lugar a la cripto-economía que está en plena expansión y desarrollo y su ciclo recién comienza y se expandirá de manera acelerada en sintonía con el desarrollo de la computación cuántica y la creación de los llamados MetaVerso y OmniVerso de existencia virtual y *real* para el cerebro humano.

Las sociedades de los países más desarrollados están a la vanguardia de todos estos conceptos. Hay que diferenciar los países, como los conocemos hoy, de sus sociedades que las habitan. Hay una ruptura generalizada entre esas sociedades y los gobernantes y estructura País / Nación. Muchos representantes de los países y el statu quo no están avanzando en concordancia con el cambio. Esto se ve claramente en los pocos avances en los acuerdos ambientales, y al mismo tiempo hay millones de personas que están traccionando el cambio produciendo un movimiento ascendente de fuerza creciente. Este movimiento es el que impulsa la transformación.

Ahora si miramos en la superficie sobre la primera ondulación de los ciclos modulados, observamos que producto de lo contemporáneo del proceso, es decir el impacto COVID está ocurriendo en este momento, y por otro lado sus tiempos terrenales que podemos insinuarlos en décadas, todavía reina la confusión colectiva, que despierta los instintos de supervivencia según nuestros patrones adquiridos. En este sentido hay pie de igualdad en todas las sociedades, y sus reacciones son análogas según sus posibilidades y sus historias. En lo que se diferencian las sociedades es en su potencial económico, sus valores, y sus comportamientos sociales.

Por el lado de la especie humana el proceso es bien profundo y complejo. Debemos apoyarnos en varios *saberes* para intentar abordarlo. Básicamente los últimos 5000 años hemos ido evolucionando masivamente sobre una frecuencia ondulatoria que implicó tres vectores básicos: La supervivencia, el conocimiento, y las religiones. Esto configuró una parte de nuestro ADN psíquico consumiendo entre otras cosas culpa y miedo por miles de años. Ahora, volviendo al impacto COVID, la aceleración en este aspecto implica que estamos avanzando decididamente a *liberarnos del miedo* y conectar con una frecuencia unitiva universal que nos ayudará a dar el salto cualitativo. Esta ondulación base perdurará por los próximos cientos de años.

Este primer solfeo del impacto COVID sobre el mundo y nuestra especie y que procesos son los que se están acelerando, nos ayudará a mirar y comprender entonces con más claridad las actividades humanas y en especial la industria de higiene que nos convoca.

INDUSTRIA DE LA HIGIENE

Mirada presente y futuro

Así como el hombre se está replanteando a sí mismo, la industria también se está replanteando la nueva identidad, las primeras preguntas podrían ser: ¿Qué es la Higiene hoy? ¿Qué es el trabajo hoy? ¿Cuál es el activo más valioso hoy?

La respuesta está en proceso, lo que sí sabemos es que debemos abordar todas estas preguntas al mismo tiempo porque las respuestas están relacionadas una con la otra. Entonces para empezar a visualizar hacia dónde va la industria, intentemos comprender primero hacia dónde vamos y que estamos viviendo como especie.

Comprendiendo el impacto a multinivel en el mundo y cuál es el proceso de aceleración que estamos viviendo, intentaremos comprender la evolución de la industria integrada al mundo y sus procesos.

Empresas y organizaciones de investigación en Países como EE.UU, Israel, Japón, Alemania, Austria, Holanda, entre otros países desarrollados, están liderando el cambio tecnológico aplicado a la industria de higiene básicamente en las siguientes áreas:

- *Inteligencia Artificial*
- *Robótica*
- *Conexión remota*
- *Interface con el cerebro*

En los próximos años veremos incrementarse aceleradamente la participación de la robótica en reemplazo del trabajo mecánico del hombre.

Serán los robots los que mayormente harán la limpieza de pisos, ventanas, trabajos de altura, y de accionar repetitivo y rutinario. Será la inteligencia artificial la que coordine y gestione el funcionamiento de la línea de robots Y la nanotecnología aplicada a los insumos de limpieza serán los que determinaran de qué manera actuaran con el agente particulado, químico o bacteriológico en cada caso.

En relación con el ámbito de incumbencia de la industria de higiene, el replanteo y redefinición está actualmente en proceso y bajo análisis. Todavía la industria también está en zona de impacto por lo tanto en pleno movimiento. Hay nuevos ejes a definir orientados al mundo físico y la nueva realidad:

- *Limpieza física, química y bacteriológica*
- *Ambiental Indoor*
- *El rol de la higiene en el MetaVerso y OmniVerso*
- *Limpieza física/energética*

La importancia y re-jerarquización de la industria ya está teniendo impacto en el mundo desarrollado. Y esa jerarquización se refleja en un nuevo binomio entre la oferta y demanda. La demanda refleja presupuestariamente una mayor partida en el P&L y la oferta destina inversión en la profesionalización del servicio.

Ahora veamos qué pasa con el recurso humano en todo este proceso.

La mutación de la valoración nos centra en que el activo más valioso que tienen hoy las empresas en todo este proceso es “el cerebro” y sus relaciones con el “proceso creativo”.

Entonces comprender, entrenar y potenciar las capacidades cognitivas y epigenéticas de nuestro cerebro será el *nuevo campo competitivo*. En esta dirección están hoy las principales empresas en el mundo redirigiendo el entrenamiento de los recursos humanos. La industria de la higiene no es una excepción, parte de la inversión en capacitación, entrenamiento, y formación de los recursos humanos está orientada al entrenamiento cerebral.

En algunos sectores de *Silicon Valley* utilizan micro estimulantes químicos para activar la glándula pineal y aumentar la creación de nuevas redes neuronales en el cerebro y nuevas conexiones entre los hemisferios derechos e izquierdos del cerebro.

También debemos comprender que estamos en un proceso, por lo tanto, la velocidad de transición llevará un tiempo colectivo y un tiempo particular en cada región. Cuando hablamos de integración nos referimos a una integración a multinivel y efectivamente podemos abarcar en el hombre: la mente el cuerpo y las emociones, con el hombre: el medio ambiente y sus semejantes, dimensionalmente: la materia con la energía, y finalmente el espacio con el tiempo.

Entonces el presente de la industria nos expone a nuevos desafíos, que incluye integrar el hombre con la tecnología, El trabajo con la vida, lo que hacemos para higienizar y el cuidado del medio ambiente, configurando estos elementos los insumos esenciales de la transformación de la industria.

La industria de la higiene que estamos construyendo según estos nuevos paradigmas reorientará definitivamente el rol del trabajo humano en la industria: el ser humano “siendo creando”, la tecnología “haciendo”.

Mirada de Latino América y Argentina.

Si el mundo fuese un tren, la locomotora y primeros vagones están en manos de los países desarrollados como el G7, luego le siguen los países en vía de desarrollo para posicionar en la cola del tren a los países subdesarrollados. Es importante comprender que por la misma naturaleza del cambio y por el reposicionamiento del activo más valioso que es el cerebro, estamos todos frente una inmensa y nueva oportunidad de re-posicionarnos en el tren.

Es interesante conocer “qué” se discute en los distintos vagones del tren. Dime de qué hablan, en qué piensan y cómo tratan al cerebro y te diré en qué vagón del tren estas, o si ya te desenganchaste del tren.

Ahora bien, cada país tiene su propia realidad social, cultural, económica, política, ambiental, nutricional, afectiva, historia e identidad colectiva. Todos estos aspectos también formatean la industria y debemos tenerlos en cuenta en la ecuación más compleja. Las mismas preguntas del inicio llevadas al país nos abren debates diferentes y nos ponen en un espacio y tiempo diferente.

En lo individual podré trascender a pesar de, en lo colectivo debemos considerar cada uno de estos aspectos.

Después de haber visto lo que pasa en el mundo, nos tenemos que mirar al espejo y preguntarnos qué podemos hacer hoy en este contexto país con lo que estamos “siendo” y con lo que “estamos viviendo”. La pregunta entonces en vez de que está pasando y haciendo en los primeros vagones, es que podemos hacer para no desengancharnos del tren.

En este sentido circulemos una reflexión y observación. Conversando con distintos actores de la industria de la higiene de distintos países del mundo coinciden que la ansiedad por el futuro, que pasará y que vendrá y cómo prepararse pueden estar generando alguna zozobra o angustia.

Al mismo tiempo el cambio que estamos viviendo nos propone una gran paradoja, que, no resuelta, termina siendo una trampa del destino.

Si estamos entrando en una era del hombre creador, y el cerebro activado como fuente creativa es el motor del cambio que se producirá, entonces el futuro será tu creación. ¿Qué pasará en el futuro? Lo que “creamos”, como hombres creadores construiremos el

futuro. Esto puede ser un postulado filosófico o la piedra fundacional del alivio, la verdadera esperanza y de tu cambio frente a lo que estamos viviendo y lo que está pasando en la industria.

Ya detenidos en la estación argentina veamos de todo el viaje que Si podemos implementar en la industria de la higiene a pesar de. Permíteme mostrarte entonces algunas de esas acciones que si podemos antes de llegar a la robotización total de la industria:

- *Cambiar “ahora” mi posición con respecto a la valoración de activos. El más valioso es “el cerebro”*
- *Implementar entrenamiento cerebral en toda la organización*
- *Capacitaciones técnicas específicas y en habilidades blandas a todo el personal*
- *A partir de este cambio de mentalidad y centrada en el activo más valioso que porta cada integrante de la organización, pensar la nueva arquitectura de tecnología IT que sí podemos integrar. Como datamining, CRM y ERP integrado con Business Intelligence e inteligencia artificial (todo al alcance de una Pyme hoy)*
- *Repensar los servicios que presto y en cuales hoy tengo un valor agregado*
- *Reposicionarme con la competencia, ya no es más contra el otro, es con el otro*
- *Asociarme por proyectos sumando el aporte de A con el de B*
- *Repensar la relación Cliente-Proveedor con propósitos comunes*
- *Ampliar la red de pertenencia y crear espacios para compartir experiencias*
- *Incorporación paulatina de robótica*
- *Definir qué estoy dispuesto también a hacer sin recibir nada a cambio por beneficio de la red*
- *Analizar Joint-Venture y fusiones de empresas*

Finalmente, empatizando con la dura realidad de contexto social y económico en Latam y en especial en argentina, Y considerando los dolores que hoy golpean al país, los empresarios y emprendedores tenemos una responsabilidad aun mayor y debemos hacer el ejercicio.

El Fórum se propone ser un disparador para la industria para movilizarnos positivamente y creativamente exponiendo lo que Sí tenemos, lo que Sí podemos e invitarte a que conectemos con el otro.

¡La industria será lo que todos nosotros creamos que sea!

LEONARDO KRITTERSON

Equity Partner Director

LERSON GROUP

CLEANFORUM

Primer Foro de Limpieza e Higiene Profesional

ANEXOS

Sponsors



Anexo 1 - Preguntas realizadas en las entrevistas personales

Objetivo final: Indagar ¿Qué es lo que creen en temas de limpieza industrial?

- *De cara al presente*
- *De cara al futuro*

Guía de Preguntas para entrevistas

11. *¿A causa del COVID, considera que se reposicionó el concepto de higiene y el servicio de limpieza a multinivel?*
 - a. *¿Cuál crees que es el aprendizaje que nos da la pandemia a la industria de higiene y cuál específico a tu empresa?*
 - b. *¿Qué emergente o situaciones no resueltas en la industria de higiene y en tu empresa que dejó a la luz el marco de la pandemia?*
12. *¿Qué gaps considera necesita la industria desarrollar?*
13. *¿Considera que la limpieza industrial cambió o está cambiando al ritmo de la industria 4.0? ¿Qué aspectos específicos?*
 - a. *¿En el futuro, las compañías van a tener que desarrollar más habilidades en el manejo de su gente o en el manejo de las tecnologías?*
14. *¿Considera al sector como fuente primaria de empleo para sectores vulnerables de la población, o cual considera que será el perfil del empleado del sector?*
 - a. *¿Qué aspectos necesita profesionalizar tanto el sector como su empresa?*
15. *¿Cuál cree que es el nivel de desarrollo tecnológico de la industria?*
16. *¿Si representas la demanda, que estás demandando hoy a la industria de higiene?*
17. *Si tuvieras la posibilidad de elegir solo 3 (tres) acciones. ¿Cuáles deberían tomar las empresas para jerarquizar el sector?*
18. *Si representas la oferta, ¿que estás ofreciendo hoy al mercado?*
19. *¿Cómo se imagina el sector en 5 años? 10 años?*
20. *¿Cómo impacta los temas de ambiente & Sustentabilidad en el sector?*

Anexo 2 - Preguntas realizadas en la encuesta on line

Información de contacto

Para un mejor seguimiento del trabajo de campo, nos ayudaría contar con los siguientes datos. Expotrade SA, y el equipo de Consultores garantizan su confidencialidad y no serán vinculados con sus respuestas.

-Actividad de la Empresa (Puede tildar más de una)

- A - Proveedor de Maquinaria
- A - Proveedor de Insumos, consumibles
- A - Proveedor de Insumos químicos
- B - Proveedor de Servicios higiene
- B - Proveedor de Servicios de Sanitización y Control de Plagas
- C - Cliente de alguno de los mencionados anteriormente
- D - Consultor/Asesor de empresas

-Cantidad de empleados total Empresa

-Ciudad

-Provincia / Estado

-País

-Su posición en la empresa es:

<ul style="list-style-type: none">● CEO● Regional o Country Manager● Director● Gerente de Operaciones● Gerente de Cuentas● Gerente de otra área funcional● Jefe de Área de Operaciones● Jefe de otra área funcional● Otra posición no especificada
¿Cuál?:

1. **Opine sobre su parecer... El Covid-19 generó una gran oportunidad para visibilizar el sector**

- Totalmente de acuerdo
- Algo de Acuerdo
- Neutral
- Algo en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2. **Opine sobre su parecer...La sociedad en general no valora a las actividades de higiene como esenciales**

- Totalmente de acuerdo
- Algo de Acuerdo

- Neutral
 - Algo en desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
3. **Haciendo un ejercicio de revisión, ¿Cuál cree usted son los aprendizajes que nos está dejando la pandemia al sector de higiene Profesional (Elija 4 opciones)**
- *Incorporación de tecnología para aumentar la productividad*
 - *Desarrollo de servicios innovadores*
 - *Motivación y capacitación en habilidades blandas (equipos)*
 - *Colaboración entre empresas / sectores para mejorar lograr mayor visibilidad en el mercado*
 - *Agilidad de ejecución (velocidad de respuesta, adaptación a situaciones inciertas, etc.)*
 - *Manejo del riesgo empresarial (seguridad, medio ambiente, riesgo financiero)*
 - *Anticipación y manejo de escenarios recesivos (más ventas, menos costos)*
 - *Agresividad comercial para generar nuevos negocios*
 - *Flexibilidad y velocidad de reacción frente a los cambios externos / internos*
4. **Opine sobre su parecer...El trabajo conjunto del sector amplía las posibilidades de mejorar las condiciones del negocio**
- Totalmente de acuerdo
 - Algo de Acuerdo
 - Neutral
 - Algo en desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
5. **Cómo cree que nos ve la demanda con respecto a su necesidad de soluciones.**
(Preguntas solo para proveedores)
- Muy Profesionales y muy proactivos
 - Profesionales y proactivos
 - Neutro
 - Profesionales y reactivos
 - Poco profesionales y reactivos
6. **Cómo califica usted a la oferta de insumos (equipamiento para realizar tareas de higiene, cepillos lampazo, escobas, productos químicos)**
(Preguntas solo para Clientes/Usuarios)
- Muy Profesional y muy proactivos
 - Profesional y proactiva
 - Profesional reactiva
 - Poco profesional y proactiva
 - Poco Profesional y sola reactiva
7. **Cómo califica usted a la oferta de maquinaria (equipamiento de uso mecánico)**
(Preguntas solo para Clientes/Usuarios)
- Muy Profesional y muy proactiva
 - Profesional y proactiva

- Profesional reactiva
- Poco profesional y proactiva
- Poco Profesional y sola reactiva

8. Cómo califica usted a la oferta de empresas de Servicio de personal de higiene

(Preguntas solo para Clientes/Usuarios)

- Muy Profesional y muy proactiva
- Profesional y proactiva
- Profesional reactiva
- Poco profesional y proactiva
- Poco Profesional y sola reactiva

9. Opine sobre su parecer...Para lograr mayor negociación con los entes públicos (Min. de salud, ADUANA, Etc.) debemos trabajar colaborativamente y unificar la demanda del sector

(Preguntas solo para proveedores)

- Totalmente de acuerdo
- Algo de Acuerdo
- Neutral
- Algo en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10. Cómo se califica desde el aspecto tecnológico

(Preguntas solo para proveedores)

- *Desarrollado*
- *En desarrollo*
- *Neutral*
- *Escaso desarrollado*
- *Nada desarrollado*

11. Opine sobre su parecer...El sector demanda innovación en temas tecnológicos, y esto permitirá ser más competitivos en costos

- *Totalmente de acuerdo*
- *Algo de Acuerdo*
- *Neutral*
- *Algo en desacuerdo*
- *Totalmente en desacuerdo*

12. Cómo se califica desde el aspecto tecnológico

(Preguntas solo para Clientes/Usuarios)

- *Desarrollado*
- *En desarrollo*
- *Neutral*
- *Escaso desarrollado*
- *Nada desarrollado*

13. **En lo que respecta a impulsar la innovación y la tecnología, dónde considera que hay que poner mayor esfuerzo:**
- *Inversión en tecnología para potenciar los datos y la información*
 - *Desarrollo de aplicaciones (app)*
 - *incorporación de equipamiento para realizar tareas de baja calificación*
 - *Seguimiento on line de las actividades de higiene*
 - *Creación de valor con socios externos (Colaboración, compartir recursos)*
14. **Opine sobre su parecer...Aplicar tecnología en este sector es muy complejo y no tiene repago**
- *Totalmente de acuerdo*
 - *Algo de Acuerdo*
 - *Neutral*
 - *Algo en desacuerdo*
 - *Totalmente en desacuerdo*
15. **Opine sobre su parecer...Se involucra al cliente-usuario a la hora de desarrollar una propuesta de valor efectiva y focalizada a través ciclos iterativos en base a la experimentación.**
- *Totalmente de acuerdo*
 - *Algo de Acuerdo*
 - *Neutral*
 - *Algo en desacuerdo*
 - *Totalmente en desacuerdo*
16. **Indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las siguientes frases:**
- *Totalmente de acuerdo*
 - *Bastante de acuerdo*
 - *Ni de acuerdo ni en desacuerdo*
 - *Bastante en desacuerdo*
 - *Totalmente en desacuerdo*
 - *Continuamente las empresas enfocan sus servicios en las necesidades del Cliente/Usuario.*
 - *Nuestros indicadores de desempeño están alineados con los de nuestros clientes.*
 - *El tipo de relación con clientes es diferencial en función de los criterios utilizados para priorizar a los mismos.*
 - *Nuestros clientes clave nos mantienen informados sobre temas que afectan a nuestro negocio.*
 - *Mantenemos informados a nuestros clientes clave sobre temas que afectan a su negocio.*
 - *Se desarrollan procesos aplicados a generar sistemas de higiene eficaces y eficientes.*
 - *El cliente/usuario prioriza la higiene, sin tomar en cuenta las Horas Hombre.*
 - *El cliente /Usuario prioriza las horas hombre, sin atender las necesidades de Higiene y sanitización.*
 - *El tipo de relación con clientes es diferencial en función de los criterios utilizados para priorizar a los mismos.*

- *La integración de personas y equipamiento es clave para lograr mejores resultados.*

17. En lo que respecta a mantener la utilización y la productividad de las personas, considera dónde estás poniendo el mayor esfuerzo de adaptación

- *Evolución de la cultura y la alineación de las personas*
- *Agilidad de la organización y capacidad de anticipación*
- *Capacidad de toma de decisiones*
- *Aumentar la profesionalidad de los mandos medios*

18. ¿Cómo influyeron en la productividad de la mano de obra las restricciones a partir de la cuarentena? Marque una opción.

- *De forma muy negativa*
- *De forma medianamente negativa*
- *No produjo cambios significativos*
- *De forma medianamente positiva*
- *De forma muy positiva*

19. De los siguientes factores, marque cuáles reflejan mejor su mirada a mediano plazo con respecto a las inversiones en equipamiento y tecnología. Marque una opción.

- *Son imprescindibles para la optimización de costos*
- *Son necesarias para mantener competitividad*
- *Son prescindibles y no se justifican*

20. Opine sobre su parecer...El sector en su conjunto podría impulsar los nuevos protocolos para jerarquizar la actividad en pos de posicionarse ante la sociedad.

- *Totalmente de acuerdo*
- *Algo de Acuerdo*
- *Neutral*
- *Algo en desacuerdo*
- *Totalmente en desacuerdo*

21. ¿Qué porcentaje de su presupuesto anual destina a la Higiene de su compañía?

(Preguntas solo para Clientes/Usuarios)

- *Más del 10%*
- *Del 6 al 10%*
- *Del 3 al 5%*
- *Del 0 al 2%*

22. Ante la propuesta de mejor servicio y control de la higiene de su empresa/compañía. ¿Está dispuesto a destinar más presupuesto?

(Preguntas solo para Clientes/Usuarios)

- *Si*
- *No*

- Lo analizaría

23. **Considerando como una oportunidad la utilización de tecnología intensiva (Maquinaria y robótica) vs Mano de obra intensiva. ¿Qué proporción usted cree más viable? Por favor elija una opción**

(Preguntas solo para Clientes/Usuarios)

- robótica 80%, Mano de Obra 20 %
- robótica 50%, Mano de Obra 50 %
- robótica 20 %, Mano de Obra 80 %
- robótica 0 %, Mano de Obra 100 %

24. **Opine sobre su parecer...A partir de ahora será esencial mantener la sanitización en los servicios de Higiene (alcohol en gel, barreras sanitarias, etc.)**

(Preguntas solo para Clientes/Usuarios)

- Totalmente de acuerdo
- Algo de Acuerdo
- Neutral
- Algo en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

25. **¿Con qué frecuencia mide la satisfacción de la experiencia de su cliente/usuario?**

(Preguntas solo para proveedores)

- Semestralmente
- Anualmente
- Cada dos años
- Cada cinco años
- No la mide

26. **Opine sobre su parecer... La industria puede lograr beneficios gubernamentales y reposicionarse mostrándose como primer lugar de inserción laboral de las clases vulnerables.**

- Totalmente de acuerdo
- Algo de Acuerdo
- Neutral
- Algo en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

27. **¿Cuál sería su mayor dificultad actual en el objetivo de llevar a un nivel superior su oferta de productos/servicios?**

- Mayor Capacidad financiera
- Mayor personal capacitado
- Mayor desarrollo tecnológico
- Mejorar las alianzas con actores del sector
- Transformar la cultura

- Otros _____

28. Opine sobre su parecer... "La incorporación de tecnología va a reducir en más de un 50% la mano de obra"

- *Totalmente de acuerdo*
- *Algo de Acuerdo*
- *Neutral*
- *Algo en desacuerdo*
- *Totalmente en desacuerdo*

Anexo 3 - Agenda de la Jornada del CLEAN FORUM

Esta actividad se realizó bajo el formato webinar participativo (zoom) el día Jueves 26 de Noviembre de 2020

9:00 a 9:10 - Ingreso

Proceso de inscripción e ingreso de los asistentes

9:10 a 9:30 – Inicio de la actividad

Presentación del Clean Forum

Detalle de las actividades, presentación de las reglas y estructura de la actividad

(Moderan: Pablo Cavalieri Iribarne y Alejandro Leiras)

9:30 a 10:30 – Track 1 “El Negocio, ampliando la torta”

Junto a los asistentes trabajaremos en co-crear el espacio de Negocio, buscando acciones que permitan ampliar las oportunidades para los actores del mercado

Detalle de las actividades, presentación de las reglas y estructura de la actividad
(Moderan: Pablo Cavalieri Iribarne y Alejandro Leiras)

Temas a tratar en conjunto con los asistentes

- *Acciones Colaborativas*
- *Jerarquizar el Sector*
- *La Oportunidad COVID*

10:30 a 11:30 – Track 2 “Tecnología. Pensar Digitalmente”

Junto a los asistentes trabajaremos en construir un pensamiento digital que nos permita identificar las herramientas tecnológicas que brinden ventajas competitivas al negocio y a los clientes

Detalle de las actividades, presentación de las reglas y estructura de la actividad

(Charla introductoria: Diego Ledesma - Moderan: Pablo Cavalieri Iribarne y Alejandro Leiras)

Temas a tratar en conjunto con los asistentes:

- *Transformación digital*
- *¿Tecnología vs Personas?*
- *Hacia dónde va el mundo, una ventana al futuro*

11:30 a 12:30 – Track 3 “Co Creando futuro”

Junto a los asistentes trabajaremos en ampliar la visión con el objetivo de imaginar escenarios futuros posibles, comenzando por co-crear el presente

Detalle de las actividades, presentación de las reglas y estructura de la actividad
(Moderan: Pablo Cavalieri Iribarne y Alejandro Leiras)

Temas a tratar en conjunto con los asistentes:

- *Visión estratégica*
- *Capacitación y desarrollo*
- *La Sustentabilidad y el Ambiente como facilitadores del cambio*

12.30 a 13:15 – Cierre. Plenaria con panel de Clientes y Proveedores

Detalle de las actividades, presentación de las reglas y estructura de la actividad
(Moderan: Pablo Cavalieri Iribarne y Alejandro Leiras)



Primer Foro de Limpieza e Higiene Profesional

INFORME DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN CLEAN FÓRUM 2020/2021

Sponsors



Organiza



EXPOTRADE
International Conferences & Exhibitions