



INFRASPEAK

Mantenimiento y FM

Retos para 2023–2025 y cómo superarlos:

10 expertos comparten sus ideas



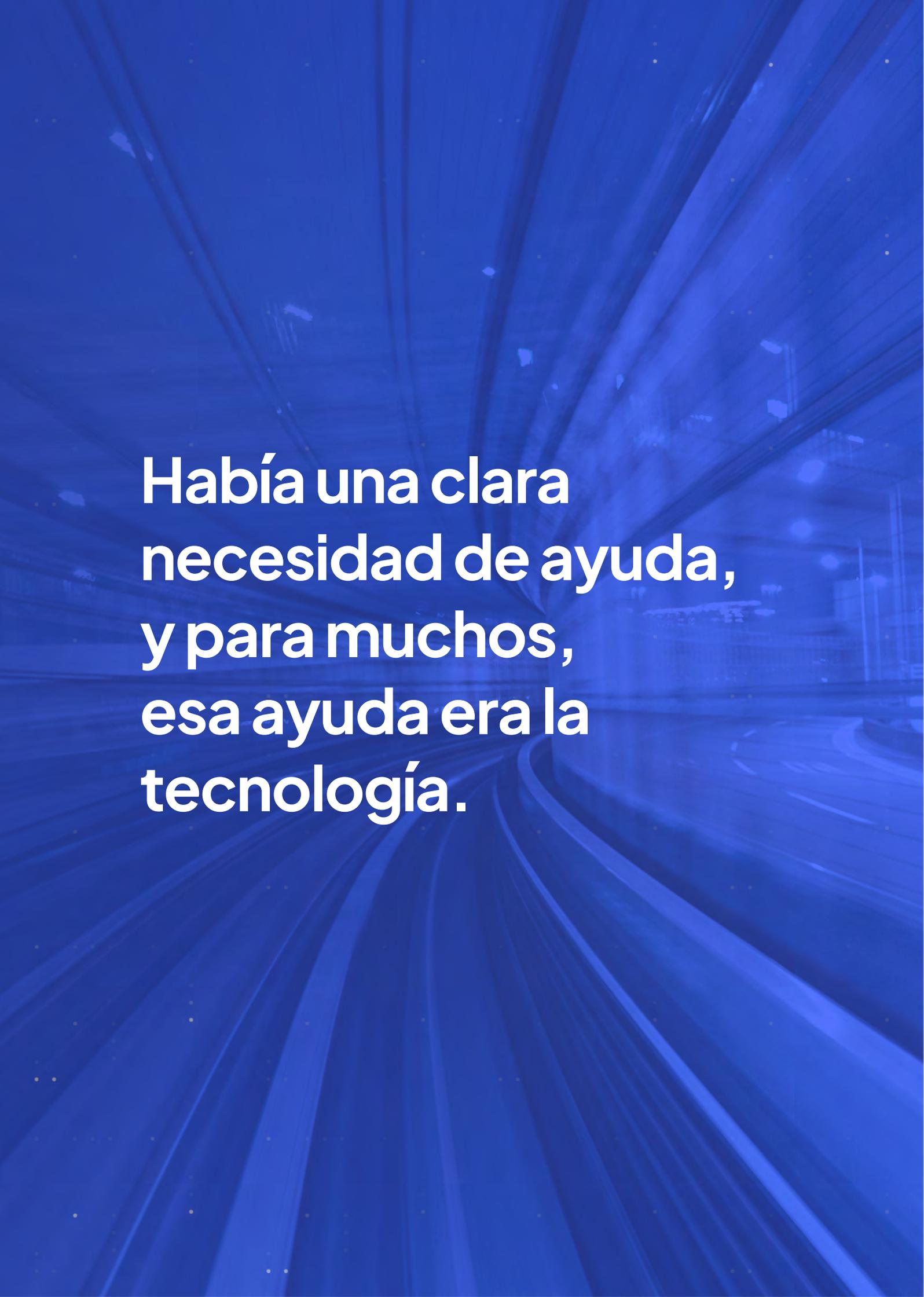
Introducción

Estar en sintonía con la evolución del mantenimiento y el facility management puede conferir una ventaja competitiva sustancial. La pandemia de 2020-2021 ha sido un aprendizaje fundamental de la importancia de la preparación, o de las consecuencias de su ausencia, con lecciones perdurables que repercutirán en un futuro previsible.

Este acontecimiento transformador se desarrolló como una tormenta perfecta que afectó a una población occidental envejecida y a unos sistemas sanitarios delicados. Las vulnerabilidades expuestas se vieron exacerbadas por una mano de obra ya fatigada en transición hacia el trabajo a distancia y las jubilaciones anticipadas.

A estos problemas se sumaron las consiguientes interrupciones de las cadenas de suministro. Después de que la pandemia remitiera, como la mano derecha de un boxeador, estalló el conflicto en Ucrania, lo que provocó picos sustanciales en los costes de materiales y suministros. Quedarse quieto en el sector de mantenimiento y FM se hizo más caro, casi de la noche a la mañana.





**Había una clara
necesidad de ayuda,
y para muchos,
esa ayuda era la
tecnología.**

Aunque se han producido avances notables, ejemplificados por la prevalencia de los sensores IoT, otras tendencias digitales requieren atención. La experiencia del usuario se perfila como la tendencia predominante de la última década, con un creciente énfasis en el mantenimiento y facility management centrados en el ser humano en el contexto de la Industria 4.0. Se prevé que este cambio marque el comienzo de una nueva ola de dispositivos y software, dando forma fundamentalmente a la industria.

Por otra parte, a medida que la tecnología sigue avanzando, la integración del mantenimiento predictivo en las operaciones se convierte en una piedra angular de la eficiencia. Se alinea con los principios básicos del Mantenimiento 5.0, haciendo hincapié en un enfoque proactivo y basado en datos que transforma el mantenimiento de un centro de costes a un motor estratégico de excelencia operativa.

Por último, la sostenibilidad está a punto de convertirse en una prioridad como nunca lo había sido. Este sentimiento se extiende al sector de facility management, planteando retos como la adopción de operaciones sin papel, la mejora de la eficiencia de los edificios y la mejora de las prácticas de gestión de residuos.

Teniendo en cuenta esta dinámica, nos hemos puesto en contacto con 10 expertos para conocer sus opiniones sobre los temas clave de los próximos años; además, ofrecen recomendaciones estratégicas para hacer frente a estas nuevas tendencias y retos.

En última instancia, el futuro depende de las acciones y decisiones de quienes hoy ocupan puestos de liderazgo.



¿Cuáles son las principales tendencias y retos en FM y mantenimiento?

En los próximos dos años, el paradigma del FM y mantenimiento seguirá moldeándose por los efectos duraderos de los cambios transformadores iniciados durante la pandemia de COVID-19. Lo que en un principio empezaron como adaptaciones provisionales se han convertido en facetas perdurables de nuestras rutinas diarias.

En 2021, una nueva normalidad se había arraigado, sentando las bases para los años siguientes, marcados por la resiliencia en medio de desafíos sin precedentes, incluidos los conflictos geopolíticos y el aumento persistente de los costes de los materiales.

El mantenimiento proactivo se presenta como un imperativo, cobrando aún mayor protagonismo. Las lecciones extraídas de los últimos acontecimientos subrayan la necesidad crítica de que las instalaciones predigan y aborden los problemas antes de que se agraven, reforzando el papel de la previsión en las estrategias operativas.

Adoptar las tecnologías más avanzadas no es sólo una opción estratégica, sino una inevitabilidad fundamental, indicativo de la evolución y el progreso dinámicos en este campo. La convergencia de estrategias con visión de futuro y una integración tecnológica sin sobresaltos definen esta fase transformadora, sentando las bases de un futuro en el que el FM y el mantenimiento se ven impulsados por la innovación y la adaptabilidad.



Si tuviéramos que elegir 3 tendencias en mantenimiento y FM, serían:

- Más aplicación de mecanismos de inteligencia artificial y aprendizaje automático para crear modelos de mantenimiento predictivo orientados a sectores específicos.
- Desarrollo de endpoints con información y UX más ajustados a cada tipo de operario/técnico.
- Mayor y mejor integración con sistemas IoT, basada en el crecimiento de la popularidad de los sistemas de sensores.



Ricardo F. Marques,
Director de Marketing de Pontual

Mayor **automatización** de los procesos en la atención al cliente

Es importante que aprovechemos los avances tecnológicos para hacer frente a los retos cambiantes del mercado, en concreto la creciente escasez de mano de obra. Explorando nuevas soluciones para mejorar la experiencia del huésped antes, durante y después de su estancia, los hoteles pueden destacar y aumentar la satisfacción del cliente.

Automatizando determinados procesos a través de canales digitales, como los que ofrece EZ4U, como WhatsApp o SMS para promociones y reservas, los negocios hoteleros pueden facilitar la vida a los clientes y, al mismo tiempo, reducir la carga de trabajo del hotel gestionando el tiempo y las operaciones de forma más eficiente. Las pequeñas ganancias marginales pueden marcar la diferencia entre prosperar y sobrevivir, y la automatización es un buen ejemplo de ello.

Adaptar la comunicación a las experiencias personalizadas

Un informe reciente de Google y Phocuswright afirma que seis de cada diez turistas creen que es importante que los hoteles adapten su comunicación a las preferencias o comportamientos anteriores de sus clientes. Tener una mejor idea del perfil de cliente que representa cada reserva puede permitir a los gestores desarrollar una estrategia de comunicación específica para mejorar la experiencia y la satisfacción del cliente.

Además, el informe destaca que el 36% de los turistas están dispuestos a pagar más por experiencias personalizadas. Esto sugiere que una de las tendencias para los próximos años puede ser la implementación de programas de fidelización más avanzados utilizando la tecnología.

Dada la experiencia de EZ4U en estrategia de comunicación digital, es posible ofrecer una experiencia personalizada al cliente no sólo en términos de promociones y ofertas especiales, sino también automatizando servicios a través de WhatsApp. Imagínate que los huéspedes pudieran solicitar productos o mantenimiento a través de canales de voz o texto.

Cambios en los estilos de viaje

El concepto de trabajo híbrido o remoto ha llegado para quedarse y la industria hotelera debe estar preparada para este cambio. El tradicional viaje de negocios corto puede convertirse ahora en una estancia más larga en la que el cliente buscará más comodidad, condiciones para trabajar e incluso instalaciones de cocina. En este sentido, puede ser necesario que los hoteles se adapten y ofrezcan servicios como habitaciones con espacios de oficina, redes WiFi de mejor calidad y espacios para conferencias remotas.



João Monteiro,
Jefe de Asociaciones de EZ4U



Uno de los principales retos que espero ver es un mayor esfuerzo para garantizar la viabilidad económica de la utilización de la tecnología IoT en todos los ámbitos FM. **Las tecnologías actuales ya permiten extraer múltiples conocimientos mediante la convergencia de sensores con varias capas de inteligencia artificial.** Esto conlleva ganancias considerables en ahorro de consumibles, salud y bienestar de los usuarios, sostenibilidad, disponibilidad y predicción de múltiples escenarios. Sin embargo, la implementación y los costes operativos de estas nuevas tecnologías siguen siendo el principal obstáculo para su uso a gran escala.



Wallace Neto,
Marketing y Nuevos Negocios del Grupo Orion

Las fuertes subidas de los costes de los servicios públicos, unidas a la imperiosa necesidad de reducir las emisiones de carbono, hacen que esta cuestión cobre más protagonismo. Debemos actuar en conjunto como sector: **la gestión de la energía ya supone una media del 40% de los costes de un edificio.** Los peligros inmediatos del cambio climático hacen que la gestión sostenible (gestión de servicios públicos -agua, energía y gases-, residuos, etc.) haya cobrado más protagonismo, pero conviene recordar que lleva años siendo un reto.



Lea Lobo,
Jefe de Contenidos y Eventos de Infra FM

Yo destacaría seis grandes retos para el facility management en los próximos dos años:

- **Integrar** con éxito **la tecnología** con el rendimiento humano de forma rentable y eficaz;
- Interpretar los datos de forma significativa: cómo pueden las personas extraer datos cuando los sistemas no comunican entre sí y limitan la usabilidad;
- Elegir la mejor inversión: con tantos sistemas, es difícil saber cómo gastar mejor el dinero y garantizar un rendimiento positivo de la inversión;
- Equilibrar la necesidad de **reducir el impacto medioambiental y el control de costes**;
- El aumento de los costes laborales (ya hemos tenido el aumento más significativo del salario mínimo en los últimos años), combinado con los costes de la cadena de suministro impulsados por la **inflación**: ¿cómo se une la industria para detener permanentemente la carrera hacia el fondo?;
- Dotación de personal, como resultado de los retos de inmigración relacionados con el Brexit: hay un número creciente de **vacantes**, un 40% más desde principios de 2021, que afectará al servicio y a la capacidad de retener a los empleados. Hay que cubrirlas.



Paul Ashton,
Director General de Birkin Group



En los últimos años, la hostelería se ha enfrentado a un conjunto único de circunstancias difíciles, a las que ha respondido con una resistencia asombrosa. Hay que destacar que el **aumento del coste de la vida**, la **escasez de personal** y la necesidad de tener en cuenta nuestro impacto medioambiental siguen siendo retos considerables.

A pesar de estos obstáculos, estamos claramente en el buen camino y los esfuerzos educativos de la industria están ayudando. Las carreras en fase inicial están alimentando el sector desde la base, mientras que los líderes encuentran formas cada vez más innovadoras de ser conscientes del carbono. Además, el apetito por la hostelería y los nuevos viajes basados en experiencias se acercan a los niveles de antes de la pandemia, y la confianza de los consumidores crece día a día.

La tecnología desempeñará un papel clave en la configuración del futuro del sector, ofreciendo soluciones internas y también soluciones más vanguardistas, como la integración del metaverso en las experiencias hoteleras.



Jane Pendlebury,
Directora Ejecutiva de HOSPA



El primer reto será sin duda tener la apertura y la capacidad de encuadrar el FM a nivel estratégico, en detrimento de los modelos puramente operativos del pasado.

Para hacer frente a los retos del futuro, este encuadramiento debe incluir: **agilidad operativa, evolución del espacio de trabajo, integración tecnológica y desarrollo sostenible.**

El lugar de trabajo es un proceso en constante evolución. En poco tiempo, nuevas políticas, enfoques y hábitos de trabajo han provocado un cambio en los paradigmas de uso del espacio de trabajo en un número considerable de industrias. Los retos futuros en relación con el espacio de trabajo deben contemplar ejes fundamentales, como la **flexibilidad**, con la capacidad de los espacios para ser modulares, adaptables a cada actividad y/o circunstancia; la **colaboración**, en cuanto a la forma en que los espacios potencian la comunicación y la interacción entre equipos; la **productividad**, en el sentido de permitir el desarrollo de habilidades, actividades, de forma cómoda, eficiente y segura; la **experiencia**, que permite a una organización ofrecer algo diferenciado, en el conjunto de lo que es una jornada laboral, desde la simplicidad de los procesos a la calidad de los equipos puestos a disposición y a la calidad y nivel de servicio que se debe prestar; la **tecnología**, que ya es una realidad con cerca del 75% del mercado disponiendo de al menos un servicio basado en IoT.

El FM se encuentra actualmente en plena transformación digital, que tendrá un crecimiento exponencial durante los próximos años. En esta fase, el primer plano está en el desarrollo y el crecimiento, desde una perspectiva de gestión, con sistemas automatizados, sensores e información agregada para los responsables de la toma de decisiones, en plataformas digitales. Estos sistemas se difundirán ampliamente en todas las organizaciones, siendo el mayor bloqueo por el momento los costes y la percepción del valor añadido. Aún queda mucho camino por recorrer en esta materia.

Por último, la **sostenibilidad** es otro reto. La introducción de políticas sostenibles y creativas es una oportunidad para que el FM sea un agente que, a través de su papel en la organización, contribuya a una economía más circular, con equipos procedentes de materiales reciclados, inversión en fuentes de energía renovables y definición de medidas sostenibles en

el espacio de trabajo. Aunque con una clara visión de futuro, no siempre es posible avanzar e implementar todo lo que sería deseable, ya que el equilibrio financiero y la disponibilidad de inversión condicionan en gran medida la estandarización de la innovación en FM.

La **gestión de costes** es el primer punto que superar para introducir nuevos elementos de digitalización y tecnología como los abordados. Por eso, la garantía de los niveles de servicio, la seguridad y la eficiencia de la operación son la base para introducir adicional y progresivamente más innovación y demostrar su valor añadido a la organización.

Se trata, por tanto, de un largo camino, en el que el FM debe tener un papel central, a través de la definición, apoyo e implementación de todos los retos creados para la organización, desde el plan logístico al plan de innovación del espacio de trabajo, pasando por la gestión de nuevos proyectos. Este equilibrio entre la optimización de recursos y la gestión de las expectativas será siempre un gran reto en la preparación del camino futuro.



Miguel Valério,
Director Global de FM en Critical Software



Las empresas de FM y mantenimiento están sometidas a la presión de tener un mayor control sobre sus operaciones, ser más rentables y entregar dentro del plazo y del presupuesto, siguiendo al mismo tiempo los estándares de cumplimiento y las expectativas de calidad.

Esto requiere que los profesionales del mantenimiento tengan acceso a datos inteligentes para tomar mejores decisiones de compra, aprovechando los espacios de trabajo compartidos para fomentar relaciones comerciales más sólidas en un entorno de ritmo acelerado.

Por otro lado, la tecnología inteligente se presenta como una tendencia, un reto, pero sobre todo, como una oportunidad. Encontrar formas de utilizar la tecnología para mejorar los flujos de trabajo, reducir los residuos, mejorar la logística y crear soluciones personalizadas es algo que los profesionales del FM y del mantenimiento seguirán persiguiendo en los próximos años.

Por último, no podemos olvidar que la necesidad de establecer una forma de hacer mantenimiento más centrada en el ser humano es un reto en sí misma. Tenemos que empezar a pensar en la colaboración como un medio para trabajar de forma más inteligente y resiliente, construyendo relaciones más sólidas que conduzcan a resultados duraderos. ¿Cómo podemos hacer negocios juntos de una forma más colaborativa? Esta es, en mi opinión, la pregunta que todos nos haremos.



Luis Martins,
Fundador y CTO de Infraspak



¿Cómo serán las empresas de FM del futuro? ¿Qué prioridades y características las definirán?

¿Cómo será una empresa de FM de éxito dentro de un año? ¿Cómo se verán afectadas las operaciones cotidianas de los equipos de facility management y qué herramientas y tecnologías podrán utilizar para hacer frente a estos retos? Además, ¿qué nuevas habilidades tendrá que aprender el facility management para hacer frente a estas nuevas demandas?

Las empresas de FM del futuro estarán dirigidas por sistemas inteligentes que desmaterializarán por completo la relación que mantienen con sus entidades. La prioridad de estas empresas será invertir en tecnología y animar a sus clientes a apostar por sistemas IoT que permitan una mayor conexión entre sus actividades.



Ricardo F. Marques,
Director de Marketing de Pontual



A medida que el mundo se digitalice más, los hoteles del futuro tendrán que **trabajar para las personas, pero 'sin' ellas**. En otras palabras, es posible que en el futuro los RRHH sólo sean necesarios para unas pocas tareas esenciales y fundamentales, y que el resto de los procesos operativos se automaticen.

Algunos de los mejores ejemplos de tareas que pueden automatizarse:

- **Automatización de los procesos de reserva y check-in**

Hoy en día, cualquier cliente puede completar automáticamente su reserva, pero ésta aún debe ser validada por la recepción del hotel. En el futuro, este proceso podría ser mucho más sencillo. Por ejemplo, al completar una reserva y validar la identidad del cliente, éste sólo necesitaría un código de autenticación enviado por SMS o WhatsApp. Compartir ese código a la llegada junto con la habitación del hotel ahorrará mucho tiempo y mejorará la experiencia del *check-in*.

- **Métodos de pago más flexibles**

También va a haber cambios en la forma en que los hoteles aceptan los pagos. Con el crecimiento constante de las *fintechs* y la disminución de la volatilidad de las monedas digitales como las criptomonedas, la industria hotelera puede verse obligada a diversificar sus modos de pago para llegar a nuevos clientes y nuevas geografías a las que, por diferentes razones, no se puede llegar actualmente.

- **Sostenibilidad**

La sostenibilidad no es una tendencia nueva, pero se establece como una tendencia cada vez más importante. Dado que los clientes de los hoteles son cada vez más exigentes en sus estancias, es necesario cuidar más ese “sentirse como en casa”. Esto no es fácil de conseguir y, en algunos casos, requiere una inversión de tiempo considerable – por ejemplo, en los grandes grupos hoteleros el tiempo medio de renovación de un hotel será de unos 10 años, y el principal reto a corto plazo es tratar de encontrar soluciones más neutras que puedan durar más y producir un impacto más positivo.

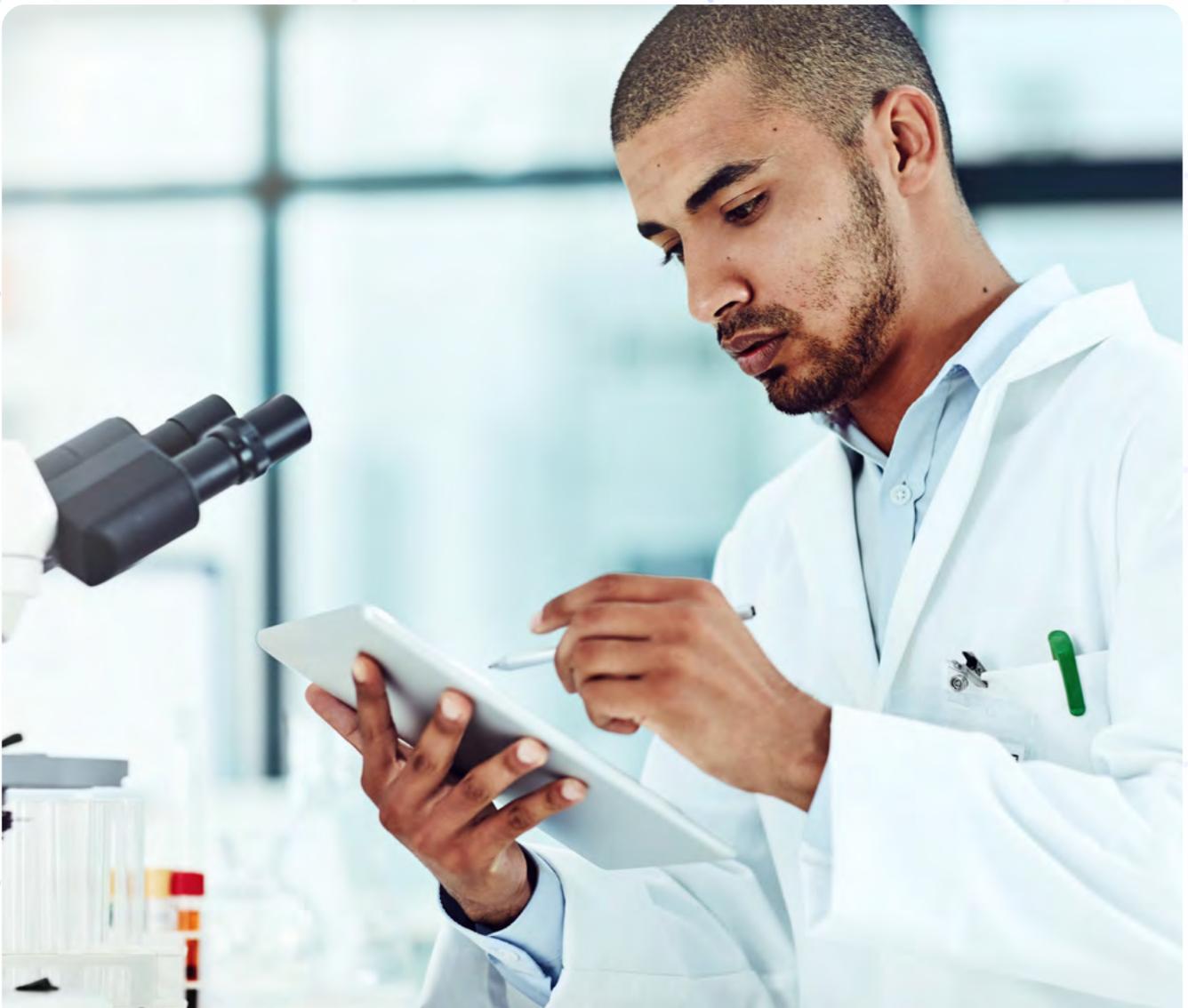


João Monteiro,
Jefe de Asociaciones de EZ4U

La experiencia positiva y saludable de los usuarios, con especial atención a la salud, el bienestar y la seguridad, se convertirá en una prioridad cada vez mayor para los gestores. Las infraestructuras deberán adaptarse, aún más, a las características individuales de los usuarios. Encontraremos **sistemas de ventilación, climatización e iluminación integrados** en el horario dinámico de cada uno de los empleados, sobre todo teniendo en cuenta la tendencia que estamos observando de espacios físicos más dinámicos y con una mayor rotación del espacio. Otra gran tendencia será la presencia cada vez más frecuente de profesionales de **datos** en los equipos de FM. Éstos mejorarán aún más la experiencia del usuario con datos de uso y evaluaciones.



Wallace Neto,
Marketing y Nuevos Negocios del Grupo Orion



El FM es un reflejo de la estrategia de las organizaciones. Comparte sus valores y misión y consolida la cultura corporativa. Al mismo tiempo, el FM es responsable de garantizar el ciclo de vida de las actividades de apoyo de las organizaciones, desde los inmuebles corporativos hasta la sostenibilidad, el mantenimiento y la gestión de proyectos, los servicios y el lugar de trabajo.

Con la vista puesta en el futuro, las empresas deben tener la capacidad de ser **flexibles** y adaptarse a las necesidades actuales. Las restricciones energéticas, los impactos del cambio climático o incluso los **cambios sociales** resultantes de situaciones como la pandemia que hemos vivido hace poco son algunos de los ejemplos del indicador de robustez de las empresas de FM.

En la fase de transformación que vivimos, las prioridades de las empresas de FM deben ser la **innovación, el espíritu emprendedor y la inclusión social**, sin perder nunca de vista la proximidad al cliente y la retención del talento. Estas prioridades están en armonía y se complementan. Tener **talento** dentro de las organizaciones permite fomentar el espíritu emprendedor y desarrollar soluciones más innovadoras.

Centrarse en el cliente, estar cerca, lleva a las organizaciones a afirmarse a través de su diferenciación.



Mariana Abreu,

Coordinadora de Operaciones IFS en SAMSIC Portugal



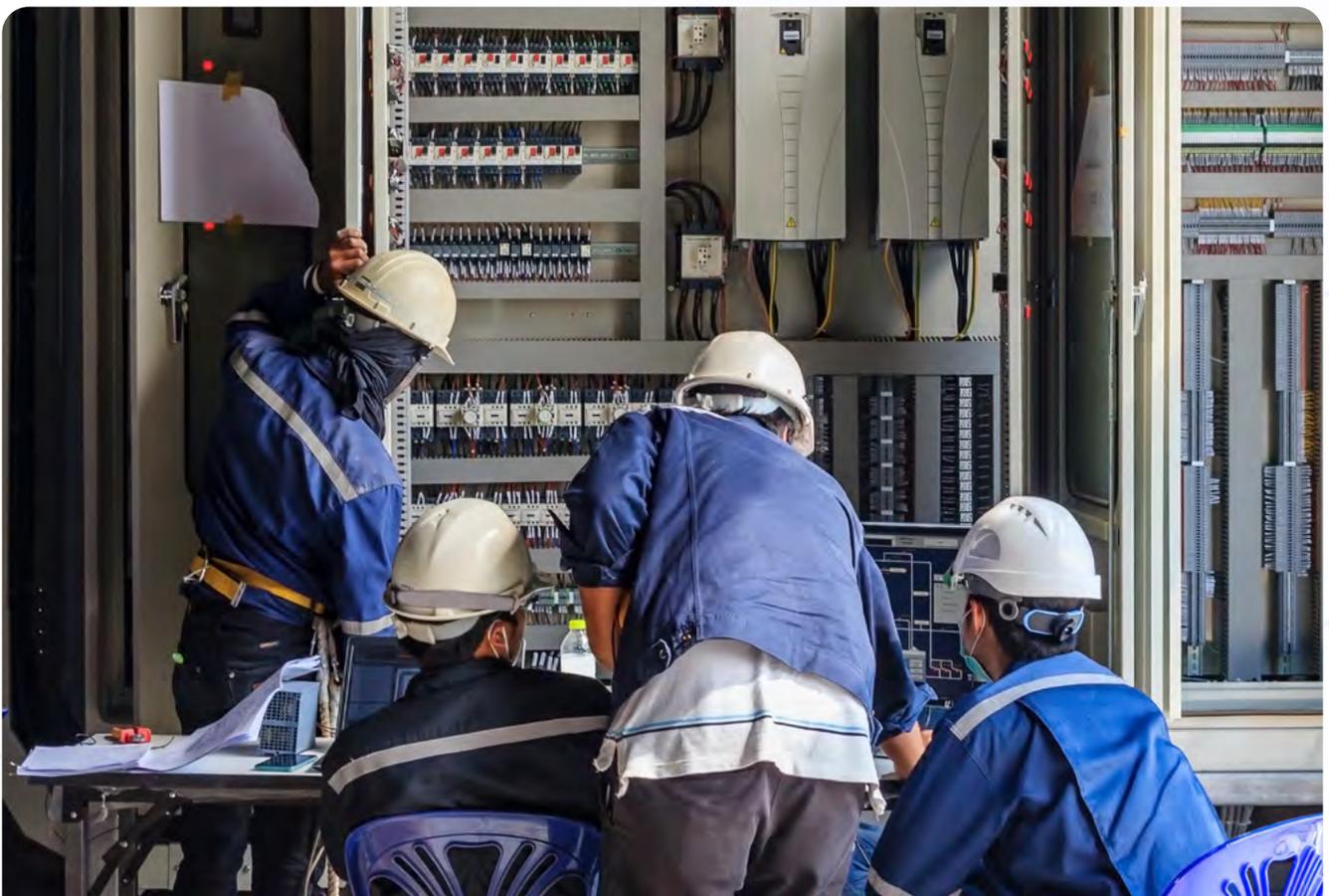
Como se demuestra año tras año, el sector debe seguir siendo resiliente y rápido para adaptarse a las circunstancias cambiantes, ya que las situaciones pueden cambiar rápidamente, a menudo sin previo aviso. Por eso es tan importante estar al día de las últimas tendencias del sector y mantener un enfoque versátil.

Como ya se ha mencionado, la tecnología tendrá una gran influencia en los próximos años, por lo que estar al tanto de las soluciones que hay en el mercado y de cómo podrían elevar tu negocio es esencial para seguir siendo competitivo y actual.

Rodearse de compañeros profesionales de la hostelería es también una forma estupenda de afrontar los retos a lo largo del año. Al fin y al cabo, somos una gran familia y en HOSPA proporcionamos a nuestros miembros un apoyo continuo para garantizar que se mantienen a la vanguardia del sector.



Jane Pendlebury,
Directora Ejecutiva de HOSPA



En el plan de gestión deben evolucionar y crearse estructuras que permitan la prestación de este servicio, no sólo de forma ocasional, sino de forma complementaria, antes de la operación. Este es actualmente el principal aspecto que desarrollar en las empresas de FM.

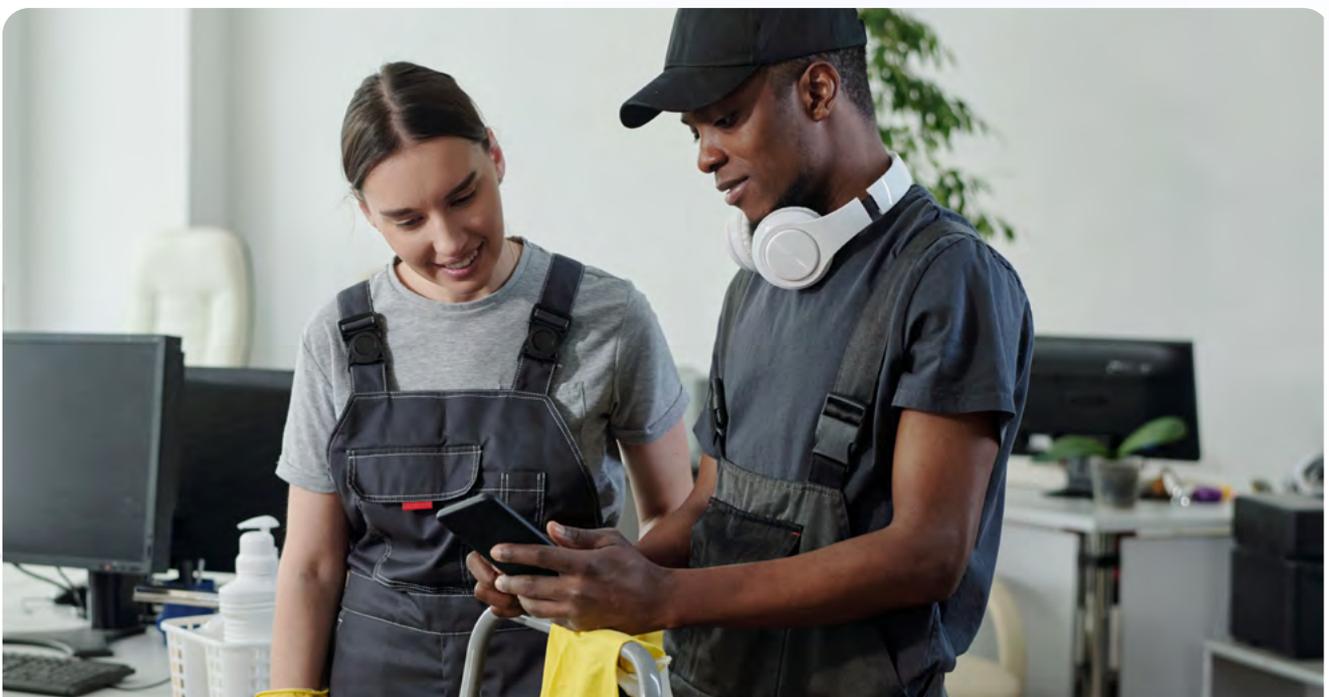
A un nivel más operativo, la **atención al usuario final** debe ser prioritaria, para contribuir activamente a la experiencia positiva de los ocupantes y, en consecuencia, al éxito de la empresa.

En cuanto a la gestión de proyectos, en un futuro en el que se prevé un mayor ritmo de cambio, la **integración** entre la gestión de operaciones y la de proyectos, que pueden abarcar desde planes de contingencia hasta el acondicionamiento de espacios, la capacidad de aportar este tipo de valor, aprovechando la relación, las sinergias y la historia existentes, será sin duda un modelo beneficioso para todos los implicados.

La adopción de **nuevas tecnologías** y formas diferentes de prestar servicios marcará la diferencia a la hora de decidir entre contratos similares, en los que el contexto será seguramente mucho más competitivo, y el valor aportado se examinará con detalle.



Miguel Valério,
Director Global de FM en Critical Software



Las empresas de FM del futuro son conscientes, por ejemplo, de que hay más problemas de varios niveles que gestionar, como la aparición de instalaciones híbridas, como los espacios de trabajo. La tecnología inteligente es el camino para satisfacer esas necesidades, con IoT, realidad virtual y, por supuesto, plataformas inteligentes de mantenimiento.

Ponerse al día en términos de **personalización**, experiencia de usuario e integrabilidad tiene que ser una prioridad, y recurrir a la inteligencia es la forma de conseguirlo. Por supuesto, la transformación de los hábitos de trabajo también plantea retos. Es esencial que los equipos de facility management y de servicios de campo estén estrechamente conectados, en el centro de las operaciones, y que sean los principales beneficiarios de las tecnologías inteligentes avanzadas.

Por eso **no podemos separar la inteligencia de la colaboración**, ya que es lo que permite eliminar los obstáculos del trabajo de mantenimiento y sus procesos naturales y operativos. Las empresas de FM del futuro buscarán agilidad, transparencia, visibilidad, datos procesables y relaciones resilientes con sus socios. Si algo nos han demostrado tanto la pandemia como la guerra es que no podemos actuar solos.



Luis Martins,

Fundador y Director Técnico de Infraspak

Si hubiera que describir el futuro del sector del mantenimiento y facility management en una sola palabra, ¿cuál sería?

A largo plazo, el sector del mantenimiento y facility management experimentará probablemente muchos cambios y es importante estar preparado. Sin embargo, si estos expertos tuvieran que utilizar una palabra para describir el futuro de este sector, ¿cuál sería? Las opiniones son diversas: algunos destacan la necesidad de **resiliencia**, otros la importancia de la **innovación** y otros la importancia de **centrar más las operaciones en las personas**. A pesar de estos diferentes puntos de vista, todos coinciden en que el futuro de este sector será a la vez desafiante e innovador.

Inteligencia. Entendemos que los equipos y los sensores se articularán más entre sí y, con el tratamiento inteligente de toda la información transaccionada, tendremos sistemas cada vez más autónomos que apoyarán las relaciones integrales con todas las partes interesadas.



Ricardo F. Marques,
Director de Marketing de Pontual

Aunque hay nuevas tendencias en el sector de la hostelería, hemos elegido una palabra tradicional que apunta al futuro: **cliente**. El cliente estará al frente y en el centro de todas las decisiones que se tomen porque, al fin y al cabo, lo más importante es su satisfacción.

De nada valdrá invertir en equipos tecnológicos de alta gama, ampliar la unidad a más servicios o dedicar años a hacer sostenible todo el entorno si, al final, el cliente no está satisfecho y no hace reservas.

En este sentido, el futuro pasa por utilizar todos los mecanismos disponibles y aprovechar todo lo que la tecnología nos proporciona para mejorar las operaciones diarias con el fin de satisfacer las necesidades y exigencias de nuestros clientes.



João Monteiro,
Jefe de Asociaciones de EZ4U



Resolver. Cuando pensamos en el futuro, es importante recordar que tenemos el poder de darle forma mediante el aprendizaje y la comprensión constantes de las tecnologías, la economía, las finanzas y las cuestiones medioambientales.

Un enfoque sistémico es crucial para comprender plenamente las complejidades del mundo en que vivimos. Con la actual crisis de percepción, que incluye guerras, pérdida de vidas y catástrofes medioambientales, es importante cuestionarse también en qué estamos trabajando y por qué. Debemos ser conscientes de las posibles repercusiones negativas de nuestras acciones y considerar la dirección hacia la que se dirigen nuestras empresas y la sociedad.

Para ello, debemos preguntarnos **qué no se ha hecho aún**, qué deberíamos hacer y cómo podemos capacitarnos y comunicar nuestras acciones con eficacia. Además, es importante considerar el aspecto humano de nuestras acciones y decisiones y enfocarlas desde **una perspectiva más humana y medioambiental**.

Tenemos que ocuparnos de lo que se nos pide, recordando que las personas deben estar siempre en el centro de nuestras acciones y decisiones, y que tenemos que dar espacio a una perspectiva más humana y medioambiental.



Lea Lobo,
Directora de Contenidos y Eventos de Infra FM



Las empresas de FM se han visto impulsadas por la innovación, la transformación digital y la sostenibilidad, pero el futuro debe centrarse más en la **inclusión**. Como promotores de los valores de las organizaciones, siendo los catalizadores de la cultura corporativa, la inclusión es la clave para fomentar un entorno empresarial más equilibrado y saludable.

Es esencial invertir en nuevas formas de compartir ideas, espacios y culturas. Promoviendo la inclusión en los espacios corporativos, podemos construir un mundo mejor y más duradero.



Mariana Abreu,
Coordinadora de Operaciones IFS en SAMSIC Portugal

Progresión. El sector de la limpieza se encuentra en un punto de inflexión crucial, con avances tecnológicos que pueden dar lugar a cambios significativos. Los avances tecnológicos son cada vez más progresivos y la clave para garantizar nuestro éxito es integrar a los seres humanos en todos los aspectos de la tecnología. Cobótica, pruebas de software limpio, tecnología de sensores, plataformas de formación basadas en aplicaciones, vehículos eléctricos, avances químicos, revestimientos.

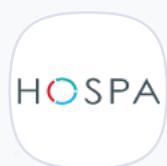
Además, la formación del APPG — All-Party Parliamentary Group for the Cleaning and Hygiene Industry —, los esfuerzos del British Cleaning Councils para mejorar nuestra imagen y la oportunidad de que las asociaciones profesionales trabajen más estrechamente, junto con la mejora general de la imagen de la limpieza y la higiene, hacen que el momento del cambio sea ahora.



Paul Ashton,
Director General de Birkin Group

Vibrante. Nuestra agilidad como sector es fenomenal. Bendecidos con una gran cantidad de mentes agudas y espíritu emprendedor, siempre hay algo emocionante sucediendo, y somos un sector que no se detiene.

Desde los operadores hasta los proveedores, siempre buscamos innovar, así que, independientemente de los retos, creo sinceramente que somos un **sector apasionante y en evolución** que siempre será necesario. En mi opinión, el futuro es prometedor, incluso en medio de tantos retos.



Jane Pendlebury,
Directora Ejecutiva de HOSPA Management

El sector de la hostelería ha experimentado cambios significativos en los últimos años, al tratar de diversificar las fuentes de ingresos, mejorar los procesos, agilizar las operaciones y evaluar el personal. Además, ha tenido que adaptarse a los nuevos comportamientos de los consumidores y satisfacer las exigencias cambiantes de los huéspedes.

Sin una **visión clara, basada en datos y estratégica**, será difícil que los hoteles sigan siendo rentables en el sector. La tecnología puede desempeñar un papel vital en este proceso, proporcionando a los gestores hoteleros las herramientas que necesitan para tomar decisiones estratégicas informadas para sus propiedades.



Cláudio Azevedo,
CEO de APP Sistemas

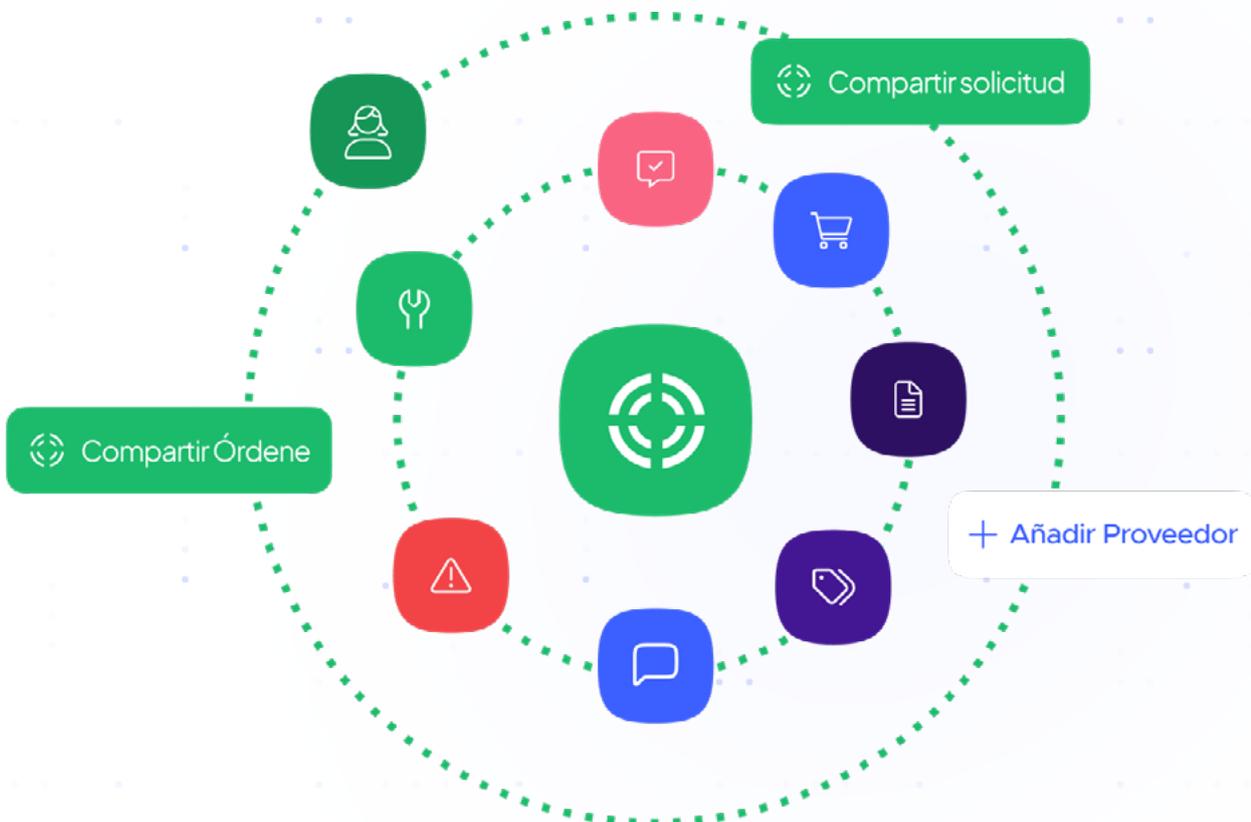


Colaboración. No hay forma de afrontar los retos que plantea el Mantenimiento 5.0 sin un enfoque centrado en el ser humano, en el que **el software, el hardware y las personas trabajen a la perfección**. Esta visión centrada en el ser humano exige el uso de tecnología inteligente para crear entornos compartidos desmaterializados en los que la colaboración pueda producirse en tiempo real, con acceso a datos sincronizados y con capacidad de chat incorporada, y en los que la planificación se realice de forma conjunta.

En Infraspak, creemos firmemente que un flujo de trabajo más sincronizado, intuitivo y transparente es clave para trabajar unidos hacia el futuro del FM.



Luis Martins,
Fundador y CTO de Infraspak



Conclusión

Los retos específicos a los que se enfrenta cada empresa dependen, por supuesto, de su mercado y su sector. Sin embargo, de las respuestas que recogimos se desprende claramente que la tecnología será un factor común a la hora de abordar estos retos, tanto en la gestión de las operaciones como sobre el terreno.

Los técnicos, los equipos, los facility managers y los proveedores de servicios están y deben estar en el centro de las operaciones, y deben ser los principales beneficiarios de las nuevas y más sofisticadas tecnologías inteligentes. El uso de la tecnología y la innovación no debe ser un fin en sí mismo, sino un medio para alcanzar un fin, como recopilar y analizar datos para obtener información valiosa que impulse la productividad y permita tomar mejores decisiones, añadir previsibilidad a las operaciones o recuperar el control total.

Estamos saliendo de un periodo de innovación sin precedentes, con las personas en el centro de esta nueva era.

Colaborando, tenemos la mejor oportunidad de superar los retos que plantea el Mantenimiento 5.0, y por eso tenemos tanto que ganar colectivamente teniendo esta conversación.

[Sabe más sobre la plataforma inteligente de mantenimiento de Infraspak](#)

Únete al IFM **Innovators**Programme

Un curso online diseñado para Innovadores en el mundo del mantenimiento y FM que quieren mantenerse a la vanguardia y prosperar en la era del del Mantenimiento 5.0.





INFRASPEAK