

T-15

La nueva percepción de la higiene en interiores

Ana Carmen Aguirre Unamuno

Rentokil Initial
carmen.aguirre@rentokil.com

El 31 de diciembre de 2019 se notificaron los primeros casos de COVID-19 en China. En cuestión de semanas, países de todo el mundo empezaron a notificar nuevos casos de la enfermedad, y se identificó el SARS-CoV-2 como el virus responsable. Como resultado, nos adentramos rápidamente en una de las épocas más inauditas y turbulentas de la historia reciente.

La vida, tal como la conocíamos, cambió en cuestión de meses. Las empresas de todo el mundo se quedaron desiertas, se pidió a la gente que se quedara en casa y limitara el contacto con los demás, y se puso a prueba la presión sobre las cadenas de suministro.

Esta nueva perspectiva, de la vida personal y profesional, generó cambios sociales en torno a la higiene a nivel mundial. Desde Rentokil Initial, compañía especializada en higiene ambiental, consideramos conveniente examinar hasta qué punto esa alteración de las actitudes y los comportamientos habían calado en la sociedad y, por tanto, cuál había sido el impacto real de la pandemia de COVID-19 en la conciencia sobre la higiene y en la salud mental y el bienestar de las personas, así como en sus expectativas - y la de las organizaciones - sobre la higiene en los lugares públicos y de trabajo y las responsabilidades en materia de higiene.

“La nueva percepción de la higiene en interiores”¹ es el resultado de un análisis cualitativo y cuantitativo que se emprendió en 20 mercados clave, con un total de 20 000 encuestados, y el cual pone de manifiesto la hiperconciencia de la higiene adquirida tras la crisis sanitaria. De hecho, a raíz de la pandemia, el 74 % de los encuestados de todo el mundo son más conscientes de los focos de gérmenes que antes.

Debido a esta mayor concienciación, hay una mayor demanda de prácticas de higiene como el lavado de manos y la desinfección de manos sin contacto, que permiten a las personas sentirse más seguras en su vida cotidiana. La sociedad tiene ahora una comprensión y consideración mucho más amplia de la higiene en general y, por lo tanto, hay una mayor demanda de soluciones y servicios de higiene.

La adopción de una estrategia integral que tenga en cuenta todos los aspectos de la higiene marcará la diferencia entre las organizaciones que cumplan estas medidas y las que no. Las organizaciones que prioricen la higiene y gestionen el riesgo higiénico crearán entornos más saludables y seguros para las personas que vivan y trabajen.

Por todas estas circunstancias, la demanda de los consumidores, cada vez más preocupados por su bienestar y estado de salud, también está afectando a la industria de la higiene.

UN CAMBIO DE EXPECTATIVAS EN TORNO A LA HIGIENE

Tradicionalmente, los espacios públicos que tienen un aspecto cuidado y huelen a limpio dan una mayor seguridad a los clientes. De hecho, en un estudio anterior realizado por Rentokil Initial, el 91 % de las personas afirmó que un aseo bien limpio y equipado, les hacía tener una mayor confianza en la calidad de la comida y la bebida que se servía en el establecimiento.

Sin embargo, la pandemia y el mayor conocimiento por parte del público de la facilidad con la que puede producirse la contaminación cruzada ha provocado que nuestras expectativas de higiene vayan más allá de nuestros sentidos y nuestra actitud hacia la higiene haya evolucionado, incrementándose nuestras exigencias higiénicas a la hora de acudir a un espacio público. De hecho, tras la pandemia de COVID-19, el 74 % de las personas encuestadas declara su preocupación por la higiene de los demás huéspedes y visitantes cuando van a un establecimiento público. Por otra parte, el estudio también ha puesto de manifiesto que nuestras propias expectativas también se han amplificado, ya que el 70 % de los encuestados afirmaron que sus expectativas de higiene son mayores para ellos mismos debido a la pandemia.

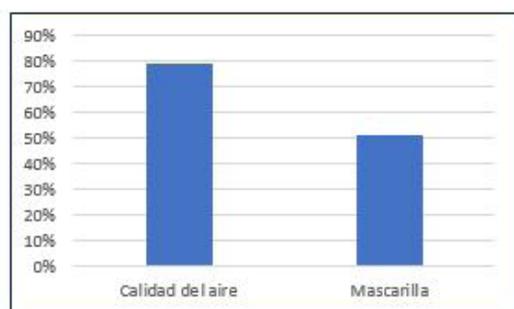
Dentro de las expectativas higiénicas globales, existen tres aspectos esenciales que destacamos en nuestro estudio: higiene del aire, higiene de las superficies e higiene de manos.

HIGIENE DEL AIRE

Los agentes patógenos peligrosos pueden transmitirse a través de secreciones corporales, como la saliva, que pueden ser transportados por el aire a través de gotículas respiratorias. Acciones como toser o reírse expulsan estos patógenos, que se mueven y pueden propagarse fácilmente y aterrizar en las superficies, lo que incrementa el riesgo de contaminación cruzada e infección.

Esta circunstancia se vuelve más peligrosa en un espacio cerrado, por lo que más de las tres cuartas partes (79 %) de los encuestados consideran importante la calidad del aire interior a la hora de decidirse a visitar un establecimiento público. Además, el 51 % declaró su intención de seguir usando la mascarilla en el futuro para evitar la inhalación del aire viciado y protegerse de virus comunes, lo que demuestra una mayor preocupación por la seguridad del aire (ver figura 1). Estos datos destacan el cambio significativo que se ha producido en la forma de pensar de la población con respecto a este tema desde 2020.

Figura 1. Prioridades de los encuestados a la hora de visitar un lugar público cerrado



HIGIENE DE LAS SUPERFICIES

Las gotículas respiratorias de las que hablábamos anteriormente, caen habitualmente en superficies como mesas y pomos de puerta que, al tocarse con tanta frecuencia, se convierten en un foco de gérmenes. Las superficies contaminadas actúan como reservorios de organismos, lo que aumenta el potencial de contaminación cruzada, ya que algunos organismos sobreviven durante largos periodos de tiempo.

Teniendo esto en cuenta, el 71 % de los encuestados teme más la propagación de gérmenes a través de las superficies que tocan tras la pandemia del COVID-19. De hecho, un 53 % de las personas evita tocar elementos de uso público frecuente, lo que demuestra una mayor concienciación sobre la facilidad con que puede producirse la contaminación cruzada a través de las

superficies que tocamos, y refuerza la idea del cambio de mentalidad con respecto a antes de la pandemia (ver figura 2).

Figura 2. Preocupaciones de los encuestados sobre las superficies



Por otra parte, la ansiedad que el impacto del COVID-19 provoca a muchas personas a la hora de volver a lugares públicos, se pone de manifiesto en que el 74 % de los encuestados en todo el mundo están ahora más preocupados por el hecho de que la mala higiene de las manos por parte de otras personas pueda poner en riesgo su salud, que antes de la pandemia.

HIGIENE DE MANOS

Unas manos contaminadas pueden transferir virus hasta a 5 superficies más o a otros 14 sujetos, circunstancia que se incrementa rápidamente en ambientes interiores.

Más de 9 de cada 10 personas (95 %) confirman que una buena higiene de manos es esencial al declarar que se lavan las manos para evitar la propagación de gérmenes cuando utilizan los aseos públicos.

El aspecto positivo de la pandemia es que ha provocado que el 64 % de las personas se laven las manos con más frecuencia cuando están en espacios públicos cerrados, y ha aumentado a un 66 % el número de personas que se lava las manos con más frecuencia para protegerse de virus comunes como los del resfriado y el norovirus. Curiosamente, un 66 % tiene la intención de mantener este hábito en el futuro y un 57 % afirma que utilizará desinfectante de manos en el futuro, lo que de nuevo demuestra una mayor concienciación ante los gérmenes y un claro cambio de comportamiento debido a la pandemia (ver figura 3).

RESPONSABILIDAD

Todos tenemos la responsabilidad de preocuparnos más por los problemas relativos a la higiene. Sin embargo, el 45 % de los encuestados cree que los establecimientos

Figura 3. Cambios en el comportamiento de los encuestados en relación con la higiene de manos



tienen una mayor responsabilidad a la hora de garantizar que los espacios públicos interiores estén libres de posibles fuentes de infección.

Al examinar los cambios de comportamiento resultantes de la COVID-19, los patrones globales mostraron que el 56 % de las personas hacen un mayor uso de los desinfectantes de manos en los espacios públicos.

Además de las expectativas de los clientes sobre la higiene de los establecimientos públicos, la investigación de Rentokil Initial también ha puesto de manifiesto que casi la mitad de los encuestados se marcharía de un local (47 %) o no volvería al mismo (48 %) si las medidas de higiene no fueran las adecuadas (ver figura 4). Esto confirma una vez más la idea de que la pandemia ha propiciado cambios permanentes en los hábitos de higiene de los consumidores y que las empresas deben dar prioridad a que los clientes confíen en sus medidas de higiene.

Figura 4. Acciones que emprenderían los encuestados si un local no cuenta con las medidas adecuadas para prevenir contagios



En el caso concreto del lugar de trabajo, el 84 % de los encuestados considera importante que los empresarios den prioridad a la creación de entornos seguros e higiénicos. Afortunadamente, parece que los empresarios de todo el mundo están dando prioridad a

la salud y la seguridad de sus empleados. Más de la mitad de los encuestados (52 %) considera que su empresa está comprometida a mejorar el nivel de higiene personal en el lugar de trabajo como parte de la agenda de salud, seguridad y medioambiente de los empleados.

SIGUIENTES PASOS

Nuestro estudio ha identificado un indiscutible consenso global hacia la higiene, especialmente en lo que respecta a los gérmenes y las acciones preventivas: el 74 % de las personas afirma ser más consciente ahora de los focos de gérmenes. Con los cambios en el comportamiento de los clientes y la evolución de las necesidades de higiene, es fundamental que las empresas identifiquen que el concepto de higiene ha experimentado un “reseteo” a nivel mundial, y cumplan las expectativas de sus clientes y empleados.

A nivel global, algunos mercados están mucho más preocupados que otros, especialmente los BRICS (Brasil, India, China y Sudáfrica). Curiosamente, según el Fondo Monetario Internacional, estos países también se consideraban las economías emergentes de más rápido crecimiento antes de la pandemia, lo que sugiere que las economías que tienen más que perder por su crecimiento son potencialmente más respetuosas y conscientes de los riesgos en materia de higiene.

Para satisfacer la demanda mundial de una buena higiene se necesitarán soluciones permanentes y a largo plazo que permitan a las personas acudir a los lugares públicos con mayor seguridad y facilidad. Desarrollar estrategias de higiene integrales permite mantener los estándares de higiene y, al mismo tiempo, satisfacer las expectativas y responsabilidades manifestadas por la población en todo el mundo. Si todos colaboramos y asumimos la responsabilidad de una buena higiene, podremos favorecer y mantener el nivel de expectativas establecido por el reseteo de la higiene a nivel mundial.

REFERENCIAS

1. Rentokil Initial. 2021. La nueva percepción de la higiene en interiores. Disponible en: <https://www.initial.com/es/blog/nueva-percepcion-higiene-global/>.