



TEMA DO MÊS
Fevereiro 2026

**Parcerias – mudar a
cara da limpeza**



A limpeza está agora no centro do sucesso operacional dos grandes recintos – já não é um serviço secundário. Os prestadores de serviços de limpeza estão a evoluir para se tornarem parceiros estratégicos dos seus clientes, e estas parcerias vão além da prestação operacional para criar visibilidade partilhada em todas as atividades comerciais. A ECJ descobre mais com a CleanEvent Services, vencedora do troféu European Cleaning & Hygiene Awards 2025 na categoria Excelência em Parcerias Cliente-Contratante pelo seu contrato com o Tottenham Hotspur FC.

No mundo da gestão de espaços, onde milhares de visitantes dependem de experiências perfeitas, prestadas de acordo com padrões rigorosos, a limpeza já não é vista como um serviço secundário. Cada vez mais, está no centro do sucesso operacional – e em nenhum lugar essa mudança é mais evidente do que nas parcerias que estão a ser estabelecidas entre prestadores de serviços de limpeza e os seus clientes.

Na CleanEvent Services, a evolução de fornecedor para parceiro estratégico levou anos a concretizar-se. Em estádios, arenas, hipódromos e locais de entretenimento, a abordagem da empresa baseia-se na colaboração, transparência e responsabilidade partilhada – qualidades que sustentam relações de longo prazo com grandes clientes, como o Tottenham Hotspur FC, o Lancashire Cricket/Emirates Old Trafford, o Circuito de Silverstone e o Hipódromo de Ascot.



Esta parceria também se estende além da prestação operacional, criando visibilidade partilhada em todas as atividades comerciais. Através da marca mútua, integração hoteleira e iniciativas comunitárias conjuntas, ambas as organizações reforçam o seu envolvimento com fãs, patrocinadores e convidados. Esta abordagem colaborativa garante que o valor flui em ambas as direções – dentro e fora do campo.

“O nosso sucesso sempre se baseou em parcerias», explica o CEO Tomas Gronager. «Quando os clientes nos contratam, não estão apenas a comprar um contrato de limpeza. Estão a investir numa equipa que partilha os seus padrões, as suas ambições e os valores da sua marca. Trata-se de trabalhar em conjunto para criar ambientes dos quais as pessoas se possam orgulhar, seja um estádio de futebol, um hotel ou uma sala de concertos global.”



A parceria com o Lancashire Cricket: um investimento partilhado na qualidade

Um exemplo marcante dessa abordagem é a parceria comercial da CleanEvent com o Lancashire Cricket, sediado no mundialmente famoso Emirates Old Trafford. A parceria, que abrange o estádio, o hotel Hilton Garden Inn e as operações mais amplas de conferências e eventos, vai além da entrega operacional, criando visibilidade partilhada em todas as atividades comerciais.

Através da marca mútua, integração de hospitalidade e iniciativas comunitárias conjuntas, ambas as organizações reforçam o seu envolvimento com fãs, patrocinadores e convidados. Esta abordagem colaborativa garante que o valor flui em ambas as direções - dentro e fora do campo - e representa um compromisso partilhado para criar experiências excepcionais para visitantes e convidados.



“Parceria comercial”, diz o diretor de desenvolvimento de negócios Julian Kelly, “significa que ambos os lados têm interesse no resultado. Não estamos lá apenas para limpar – fazemos parte do ecossistema do local, da sua cultura e da sua agenda de sustentabilidade. As nossas equipas estão integradas no local, trabalhando em conjunto com as equipas de instalações, hospitalidade e gestão de eventos do cliente”.

Além do briefing: o poder do objetivo comum

Embora a estrutura de cada parceria varie, a base é sempre a mesma: confiança, comunicação e um entendimento claro dos objetivos mútuos. Para a CleanEvent, isso significa alinhar-se aos valores dos clientes desde o início e fazer parte da conversa, não apenas da lista de tarefas.

«No Tottenham Hotspur Stadium, por exemplo, trabalhamos em conjunto com o clube há quase duas décadas», diz o diretor de operações Jay Adderley. «É uma relação construída com base em padrões partilhados e melhoria contínua. A nossa equipa tem a confiança para gerir a limpeza e a apresentação de eventos em todo o estádio, no centro de treino e nas instalações educativas e administrativas do clube. Trabalhamos como uma equipa com um único objetivo: oferecer excelência.»

Essa confiança de longo prazo foi recompensada em outubro, quando a CleanEvent e o Tottenham Hotspur FC foram reconhecidos no European Cleaning & Hygiene Awards 2025, vencendo a categoria Excelência em Parcerias Cliente-Contratante. O prêmio celebrou não apenas a entrega operacional, mas uma cultura mais profunda de colaboração e respeito, na qual ambas as organizações desafiam, apoiam e celebram o sucesso uma da outra.

Definir um modelo de parceria

O que distingue uma verdadeira parceria de uma relação convencional entre cliente e prestador de serviços? Para a CleanEvent, tudo se resume a quatro pilares fundamentais:

1. **Transparência:** dados partilhados, revisões conjuntas de KPIs e comunicação aberta garantem que ambas as partes compreendam o desempenho e os desafios em tempo real.
2. **Responsabilidade:** cada parte assume a responsabilidade pelos resultados, e não apenas pelos produtos, reconhecendo que cada decisão afeta a experiência do utilizador final.
3. **Capacitação:** as equipas no local recebem as ferramentas, a formação e a autonomia necessárias para tomar decisões que agreguem valor.
4. **Sucesso partilhado:** as vitórias são comemoradas em conjunto e as lições aprendidas são incorporadas em ciclos de melhoria contínua.

Reuniões regulares de governança, revisões de KPI e comunicação transparente desempenham um papel crucial na manutenção do alinhamento. Essas sessões estruturadas ajudam ambas as partes a analisar o progresso, identificar novas oportunidades e enfrentar os desafios antecipadamente, mantendo o desempenho e a saúde da parceria no caminho certo.

“As parcerias prosperam quando são equilibradas”, acrescenta Kelly. “O cliente deve ver o contratante como um consultor especializado, não simplesmente como um fornecedor. Por sua vez, o prestador de serviços deve permanecer adaptável, responsivo e comercialmente consciente. É uma relação de iguais.”



Superar desafios através da colaboração

O sucesso da parceria também depende da capacidade de lidar com diferentes culturas organizacionais e expectativas. Nenhuma parceria está isenta de desafios – diferenças culturais, de comunicação ou de expectativas comerciais que podem criar atritos se não forem abordadas logo no início. Para os prestadores de serviços, o segredo está no envolvimento proativo e na disposição para se adaptar. Ao desenvolver o entendimento mútuo, manter uma comunicação aberta e demonstrar adaptabilidade, a CleanEvent garante que o alinhamento e a confiança sejam preservados em diversos ambientes de trabalho.

“Os períodos de transição são frequentemente os mais difíceis”, explica Adderley. “Quando mobilizamos um novo local, não estamos apenas a implementar horários de limpeza; estamos a integrar equipas, tecnologia e expectativas. É aí que a transparência e a comunicação são fundamentais.”

A estrutura de mobilização da CleanEvent, utilizada em todos os novos contratos, inclui progresso partilhado, plataformas de relatórios digitais e sessões de integração conjuntas. Estes processos criam alinhamento desde o primeiro dia, garantindo que todos compreendem os objetivos e as métricas que definem o sucesso.

Na Co-op Live, a maior e mais sustentável arena de entretenimento ao vivo do Reino Unido, essa abordagem foi fundamental durante a pré-inauguração e o lançamento. “Abrir um novo espaço dessa magnitude envolveu mudanças constantes”, diz Adderley. “Mas a nossa parceria com o cliente significou que pudemos nos adaptar juntos, respondendo ao atraso na inauguração, às mudanças nos horários dos eventos, aos desafios de abastecimento e às alterações de última hora no projeto, sem comprometer os padrões.”



A conexão humana

Embora os dados e os sistemas impulsionem a eficiência, o elemento humano é o que sustenta uma parceria verdadeira. A CleanEvent investe fortemente em formação, bem-estar e reconhecimento, garantindo que as suas equipas se sintam valorizadas, porque equipas felizes proporcionam melhores resultados.

Os valores FRESH da empresa – Flexibilidade, Responsabilidade, Empoderamento, Sustentabilidade e Honestidade – sustentam todas as relações. Esses valores traduzem-se em prestação de serviços consistente e confiança a longo prazo.

“O nosso pessoal é o nosso maior ativo”, afirma Tomas Gronager. “Se cuidarmos deles, eles cuidam dos nossos clientes. O feedback que recebemos dos locais, muitas vezes mencionando indivíduos pelo seu profissionalismo e atitude, é a prova de que o respeito e o reconhecimento são importantes.”

Em Silverstone, por exemplo, o cliente elogiou recentemente um novo funcionário da CleanEvent pela sua integridade e impacto na equipa, um momento que reforçou como pequenos atos de profissionalismo podem ter uma influência duradoura.



O futuro das parcerias

Olhando para o futuro, o modelo de parceria está a tornar-se cada vez mais relevante numa indústria que está sob pressão para oferecer sustentabilidade, inovação e valor social, além de excelência no serviço. A digitalização e os relatórios baseados em IA irão redefinir a forma como as parcerias são avaliadas e geridas. Com insights em tempo real, dados preditivos e ferramentas aprimoradas de envolvimento da força de trabalho, as organizações podem antecipar necessidades e responder mais rapidamente, criando um modelo de serviço mais conectado, sustentável e focado nas pessoas.

No Kia Oval, o teste entre Inglaterra e Índia em agosto deste ano demonstrou como a parceria pode ampliar o impacto: ao longo de cinco dias, as equipas noturnas da empresa ajudaram o local a atingir mais de 94% de reciclagem, apesar dos volumes recordes de alimentos e bebidas. Esse desempenho refletiu a preparação conjunta, sistemas de segregação claros e ajustes em tempo real durante as operações ao vivo: o tipo de colaboração prática que transforma metas de sustentabilidade em resultados.



A estratégia ESG da CleanEvent – conhecida como The GreenEvent Effect – está diretamente alinhada com as ambições dos clientes. Desde a redução da pegada de carbono e a melhoria da gestão de resíduos até à criação de oportunidades de emprego e formação locais, as parcerias estão a tornar-se uma plataforma partilhada para o progresso.

“O setor da limpeza evoluiu de um modelo orientado para os custos para um modelo orientado para o valor”, conclui Julian Kelly. “Os clientes procuram parceiros que possam contribuir para os seus objetivos estratégicos – ambientais, sociais e operacionais. É aí que vemos o futuro do nosso setor.”

Para a CleanEvent, esse futuro já chegou. Em locais de grande e pequena dimensão, a empresa continua a demonstrar que a colaboração não é apenas um bom negócio, é a base da excelência no serviço.

Como afirma Tomas Gronager: “Parceria não é uma palavra da moda para nós, é a forma como operamos. Quando os nossos clientes têm sucesso, nós também temos.”

[Artigo Original aqui](#)