

Imprescindible: inventar el futuro

La situación en el sector de la limpieza e higienización ha cambiado y seguirá cambiando. La empresa que haya vivido de espaldas a esta realidad, retardando o no afrontando con decisión la debida renovación y formación del aparato productivo y de sus estrategias de marketing está condenada a integrarse en el grupo de los menos favorecidos.

Es por ello que la gestión empresarial de las empresas de limpieza tendrá que reinventarse y adecuarse a los cambios provocados debido a las propias circunstancias del mercado.

El profesional de la limpieza, además de ser una persona dirigente, tendrá que enfrentarse con los problemas urgentes de reconversiones internas y adecuaciones de sus servicios a las necesidades y exigencias del mercado, deberá estar abierto a las nuevas tecnologías, tendrá que apostar por la competitividad, reciclaje de sus conocimientos profesionales y de gestión para conseguir los estándares de productividad y calidad que la nueva tecnología y los nuevos conocimientos nos permiten. Hemos de apostar por crear una nueva imagen de la empresa, y por propiciar al mercado para que el consumo de servicios de limpieza se acerque a los estándares internacionales.

Todo hace pensar que tendremos que competir con plantillas de personal en algunos casos más ajustadas a las necesidades reales y siempre con personal más preparado y más competente.

Hay que impulsar y adecuar las mentalidades para extirpar de una vez por toda la resistencia al cambio. Hay que reinventar el futuro, encarar las nuevas situaciones de manera positiva y replantearse el sector de la limpieza como empresas desde cero, pensando en las necesidades actuales del cliente y en las venideras.

Se ha de saber prever el porvenir, inventar el futuro. Sin traumas de desequilibrios. Quien no afronte la realidad, pagará las consecuencias.



Valentí Casas
Director Limpieza Inform