

## **El futuro de las lavanderías y tintorerías**

Aunque su actividad es la misma: limpiar textiles, el público al que se dirigen es distinto. Las tintorerías trabajan esencialmente para particulares y las lavanderías trabajan principalmente para la industria en general: hoteles, hospitales, etc.

En ambos casos la crisis ha tenido una afectación, aunque distinta, y también es cierto que algunas de estas empresas han seguido creciendo a pesar de la crisis.

Cada vez más en el sector empresarial se coincide en afirmar que el crecimiento de las empresas está íntimamente relacionado con la formación permanente de sus directivos, así lo afirman profesores de reconocido prestigio internacional como pueden ser: Robert S. Kaplan y David P. Norton.

También a nivel internacional se reconoce que las lavanderías y tintorerías españolas son las que menos invierten en formación y pagan estas consecuencias en forma de decrecimiento. El principal síntoma es el propio vocabulario empresarial ya que en vez de manifestar “invertimos en formación” aquí solemos decir “gastamos en formación” y cuando lo hacen da igual invertir que gastar no siempre tienen en cuenta las necesidades reales de la empresa y la de los clientes.

Los profesores Kaplan y Norton no se cansan de decir que la estrategia de una empresa no solamente ha de especificar los resultados que quiere conseguir, sino que también tiene que explicar cómo conseguirlos. Se trata pues de un proceso interno que permita a las empresas del sector diferenciarse ante el cliente y así dar respuesta adecuada a sus necesidades.

Para que esto se produzca la inversión en formación se hace indispensable.



**Valentí Casas**