

La crisis y su afectación al sector de lavandería

La crisis económica que ha afectado estos últimos años a varios países y de forma especial a España, también ha influido negativamente en la demanda del servicio en el sector de la tintorería.

Parece que se ha iniciado un cambio y que la situación tiende a mejorar aunque vale la pena no engañarnos ya que dicha recuperación será influenciada por la profesionalidad de los tintoreros y las costumbres del consumidor y esto nos lleva a recomendar que no podemos quedarnos parados y debemos seguir emprendiendo acciones para contrarrestar sus efectos.

El crecimiento del número de servicios, se verá afectado por las medidas que emprendamos encaminadas a sensibilizar al cliente sobre los beneficios implícitos a la utilización de nuestros servicios, a procurar que el uso de los servicios será más frecuente y a captar los clientes no usuarios de la tintorería y no tanto a captar clientes de los competidores más cercanos ya que esto último solo lo lograremos reduciendo precios.

Serán necesario campañas dinamizadoras y si queremos no solamente mejorar en volumen de trabajo sino también en beneficios, olvidarnos de los 2x1, 3x2 que han provocado pocos efectos beneficiosos y reducción drástica de los beneficios y utilizar con imaginación otros sistemas de marketing que se han revelado más eficaces.

Hemos de analizar en profundidad los deseos del cliente, sus cambios de hábitos, las costumbres del consumidor y darles respuesta con capacidad técnica y profesionalidad. Hemos de reinventar el servicio y complementarlo para cubrir todas las necesidades del cliente.

Como empresarios hemos de tener en cuenta que la tintorería es un negocio, no un oficio, si lo tomamos solo como oficio solo podremos aspirar a sacarnos un sueldo más o menos decente pero que en ningún caso compensará la inversión realizada. Es verdad que es un oficio también y además difícil, no fácil de aprender y que requiere una actualización permanente de conocimientos ya que, no solamente cambian las fibras, los acabados textiles, los sistemas de confección sino que también las características de las suciedades y siendo todo esto verdad, no es menos cierto por lo que hace referencia a la gestión, que esto es un negocio.

Ahora que la situación empieza a mejorar, es el momento de gestionar con inteligencia utilizando técnicas de marketing, complementar los servicios y ahora que el crédito vuelve a fluir, algunas tintorerías les tocara renovar su parque de maquinaria ya que en todos estos años de crisis, las inversiones han sido escasas.



Valentí Casas