

Se requiere más integración entre los actores del proceso

ROL DEL FACILITY MANAGEMENT EN CENTROS COMERCIALES SE ENFOCA EN LOS USUARIOS Y EL CLIENTE FINAL

- En estos sitios la prioridad es garantizar una experiencia de compra segura y atractiva, tanto para los clientes como para los comerciantes y proveedores.

Panamá, 19 de abril de 2023

La industria de retail en Panamá continúa su reactivación. Tras dos años en los que las compras por internet se incrementaron debido a las restricciones de movilidad que existían en el país por la pandemia del COVID-19, en 2022 y en el presente año, el retorno a las compras físicas ha hecho que crezca la demanda por locales comerciales ubicados en posiciones estratégicas y más cerca a los compradores.

En este nuevo escenario, el rol del facility management para plazas y centros comerciales sigue jugando un papel importante.

“Los equipos de facility management deben ser flexibles para poder adaptarse a las circunstancias cambiantes del momento; y estos deben actuar con la rigurosidad y la profesionalidad que requiera cada situación”, señala el Gerente General de Grupo EULEN Panamá, Antonio Pérez Díaz.

El gerente de Grupo EULEN Panamá destaca que, a diferencia de años atrás donde el facility management tenía al edificio como el centro de su gestión, actualmente se enfoca en las personas.

Ahora el facility management enfoca sus tareas en gestionar servicios que brinden calidad de vida a las personas que integran y conviven en los espacios de plazas y centros comerciales; y las tomas de decisiones acerca de nuevos servicios y protocolos se basan en las necesidades y el cuidado de los usuarios, proveedores, el cliente final y otros (*stakeholders*)

La evolución de este concepto obliga a que los servicios de facility management, así como de facility services, sean mucho más profesionales, requieran mayor cantidad de reportes, mayor comunicación y coordinación, y más integración entre los actores del proceso.

“Actualmente la gestión también ha evolucionado hacia métricas ESG, es decir, referentes a factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo”, agrega Antonio Pérez Díaz.

El representante de Grupo EULEN Panamá enfatiza que, para brindar un buen servicio, es importante tomar en cuenta la visión de todos los stakeholders, priorizar su relevancia, establecer objetivos con cada uno, alinear la estrategia con sus necesidades, e implementar comunicaciones efectivas.

Puntualiza que para una gestión exitosa de facility management debe ser primordial ofrecer una mejora continua, tener una integración tecnológica, al igual que una integración con el cliente y en los servicios; y tener la capacidad de brindar apoyo en la evolución de las plazas y centros comerciales, en la implementación de certificaciones ambientales, de riesgo, de seguridad, entre otras.

El Grupo EULEN es líder en el diseño de servicios a empresas, con el objetivo de ofrecer a la sociedad servicios innovadores que aportan soluciones útiles, de calidad y más eficientes. Está especializado en las actividades de limpieza, seguridad, servicios auxiliares (de logística, generales y de telemarketing), FSM (Facility Services & Management), servicios sociosanitarios, mantenimiento integral, soluciones globales de recursos humanos y empleo y medio ambiente.

Fundada en 1962 en Bilbao, la compañía está presente en 12 países y el volumen de ventas consolidadas supera los 1.500 millones de euros, con una plantilla global de más de 75 000 personas. El Grupo EULEN está adherido al Pacto Mundial y firmemente comprometido con la sociedad a través del desarrollo de políticas socialmente responsables: integración laboral de colectivos desfavorecidos,

conciliación de la vida familiar y profesional para su personal de estructura, con la obtención del certificado efr, patrocinio y mecenazgo de la cultura y el arte, protección del medio ambiente, etc.

Para más información:

Melissa Novoa

melissa@upgradecomunicacion.com

<http://www.upgradecomunicacion.com>

Tfn. 507 6090-2967

Upgrade Comunicación

