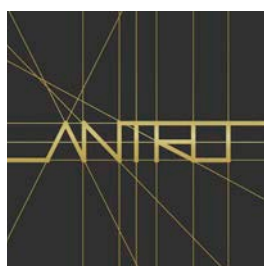


INFORME SOBRE LA GESTIÓN DEL ESPACIO COMERCIAL

Parte I: Hostelería



PFI INTERIORISMO
ANTRO DESIGN

Expertos en la gestión del espacio

1. introducción	1
1.1 el escenario socio-económico. La confianza	1
2. Seguridad en nuestros equipos de trabajo	2
3. Adaptación del establecimiento	3
3.1 el acceso	3
3.2 Distribución interior	5
3.3 Zona barra	6
3.4 Aseos (público)	7
3.4 Terraza (público)	8
4. Conclusión	9

El COVID-19 es una ruptura radical con el mundo que conocemos hasta ahora, en menor o mayor medida nos marcará a todos en nuestras vidas personales y laborales. El sector del travel y el ocio no es ajeno a ello. Nuestra mentalidad cambiará y tenemos que adaptarnos a la nueva situación, para ello necesitamos ser más flexibles y adaptarnos a las nuevas circunstancias.

En este primer momento, donde el miedo nos paraliza a todos, es importante ofrecer una propuesta que cumpla todos los estándares de salubridad, que sea creíble, clara, transparente con la que consigamos transmitir confianza y totalmente diferenciadora.

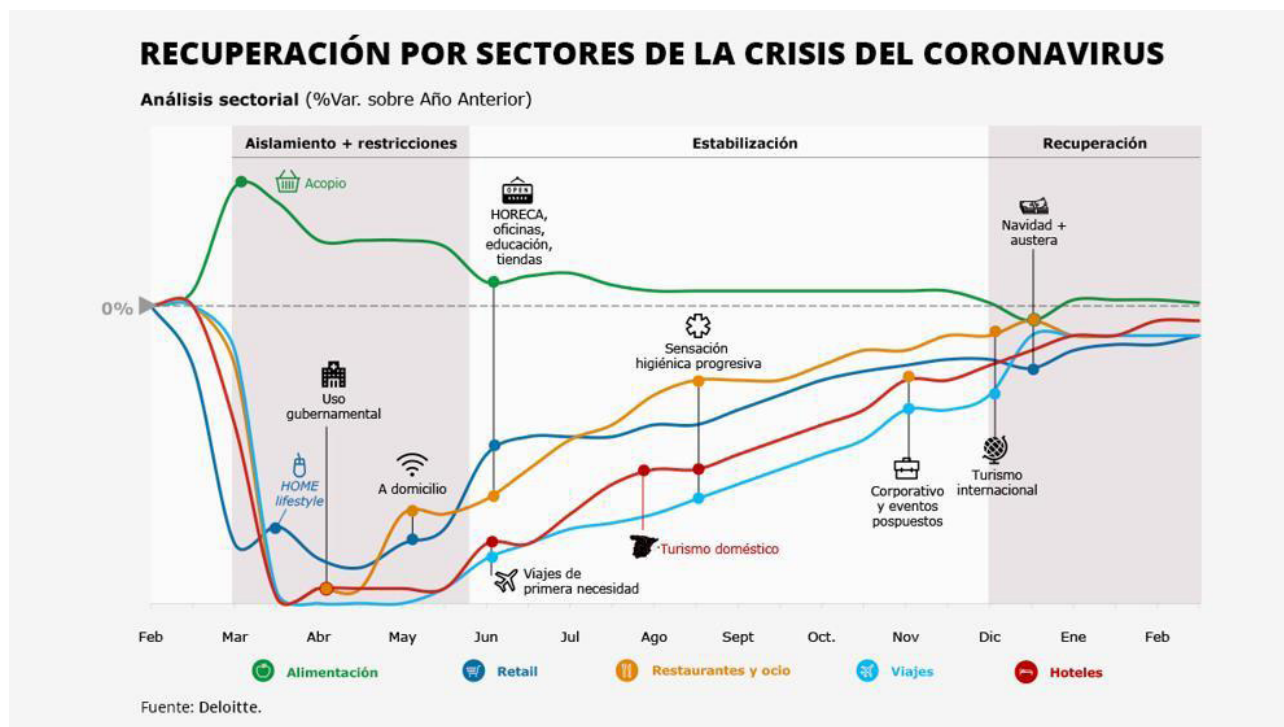
Lo hemos visto en anteriores crisis, que durante el periodo de recuperación, es tónica general simplificar mucho más los diseños y en ésta recobra más importancia si cabe, dado que todo gira alrededor de la salud. Tenemos que ser conscientes que todos necesitaremos realizar limpiezas más eficientes y en plazos más cortos. La decoración superflua no tendrá sentido. Tendremos que diseñar con una mentalidad más consciente, realizando diseños salubres y no dejándonos llevar.

Ese será uno de los grandes retos para la comunidad de profesionales del interiorismo estratégico. En estos tiempos de gran carga de información sobre el COVID-19, decidimos elaborar un documento resumen que recoja toda esa información, para ello nos hemos documentado a través de diversas fuentes, teniendo en cuenta las opiniones de prestigiosos profesionales e industrias que se ofrecen en el mercado a día de hoy. Con la única finalidad de ayuda a adaptar los establecimientos de nuestros clientes. Está redactado bajo una perspectiva de diseño salubre y flexible, sin perder la intencionalidad de seguir ofreciendo experiencias, para el cliente final del canal horeca.

I.1 el escenario socio-económico. La confianza

Tal y como nos anuncian los diferentes informes elaborados sobre la situación actual, con la destrucción de puestos de trabajo, la incertidumbre de cómo se desarrollarán los próximos meses y a sabiendas de que la pandemia sigue sobre nuestras cabezas, la confianza es el valor más preciado.

Deloitte expresa en el siguiente gráfico, cómo esta pandemia afectará a los diferentes sectores económicos:



En este posible escenario, vemos como los sectores retail, restauración y ocio, experimentarán una progresiva mejora y en el centro de esta recuperación, encontramos el factor "sensación higiénica".

Una sensación, será la responsable de que nuestro negocio se recupere en mayor o menor medida y esa sensación, tal y como muestran los informes, es la confianza. Confianza en no ser contagiado, confianza en que los procesos se han estudiado y valorado adecuadamente, confianza en que los trabajadores no contagian ni son contagiados. Necesitamos volver a confiar en nuestros espacios públicos.

En el trayecto de generación de confianza, en la crisis de la COVID-19, debemos ser empáticos con cada uno de nuestros grupos de interés, considerando sus necesidades en todas las dimensiones de la confianza (física, emocional, y digital). Para ello, es fundamental elaborar estrategias en cada una de estas esferas y comunicarlas oportunamente y con honestidad.

"Ser digno de confianza" (Deloitte)

Los líderes empresariales no pueden controlar la pandemia ni otras fuerzas externas más allá de su esfera de influencia. Por lo tanto, deben centrarse en las áreas que pueden dominar -como la calidad de los productos y servicios, el buen trato a sus empleados, el compromiso de comportarse de forma ética y transparente, y la competencia digital- e infundir a sus acciones en esas áreas un propósito y una integridad. [...]

Los líderes resilientes deben estar preparados para adaptarse, con el objetivo de servir mejor a sus grupos de interés y preparar a sus organizaciones para avanzar hacia una "nueva normalidad". El equilibrio de la confianza es clave para tener éxito en este desafío, que permitirá mantener la continuidad del negocio y prevalecer después de la crisis."

El presente documento hará hincapié en cada uno de los pilares que forjan la confianza para que nuestros establecimientos sean asociados de forma inmediata a un tratamiento intachable de la crisis.

2. Seguridad en nuestros equipos de trabajo

La cuestión de la seguridad física, será aún más vital en las industrias, donde el contacto físico es necesario y los recursos y activos son constantemente compartidos por todos. El turismo, el comercio minorista y la restauración entran en este segmento. Es por ello, que presentaremos especial atención a las siguientes cuestiones:

1. Protocolo de rutinas e higiene internas, pensado para nuestros equipos de trabajo. Es muy importante que también se sientan seguros, además de que conozcan con mucha claridad, cuáles son sus nuevas rutinas internas. Necesitamos proveerles con equipos de protección individual (EPI) necesarios, adaptándolos para la actividad a desarrollar de cada uno de ellos e incluso ofrecer nuevos uniformes de trabajo más actualizados, que los hagan sentir seguros, transmitiendo así a vuestros clientes la necesaria sensación de seguridad. Realizados con tejidos antiviricos y aplicando un toque de diseño que los integren con la propuesta gastronómica que estemos ofreciendo a nuestro cliente, este nuevo uniforme incrementará el mensaje de cuidado por las personas que debemos transmitir:



2. Otro protocolo importante a realizar es, el protocolo de comunicación o interacción directa con el cliente. Será clave para nuestro negocio!!

Es importante recibir con amabilidad a nuestros clientes, pero sin olvidarnos que no podemos saludarlos como veníamos haciendo hasta hoy. Tendremos que realizarlo a través de algún gesto elegante y desde el corazón.

Es fundamental mantener las distancias de seguridad, aproximadamente 2 metros, haciéndoselo saber al cliente final, de una forma adecuada. Para evitar cualquier tipo de malentendido, es importante explicar al cliente por qué mantenemos esa distancia y cuales son todas las medidas que estamos tomando para protegerlo.

Establecer una rutina de higiene de manos, incluso solicitando a los clientes que se laven las manos al acceder al establecimiento con un gel hidroalcohólico, el cual pondremos a su disposición.

La comunicación gráfica adquirirá una gran importancia, dado que recaerá en ella el peso de nuestra credibilidad, ante la confianza que están depositando en nosotros. Reforzado mediante una explicación personal de todo el protocolo que tenemos implantado, para ofrecer la mejor propuesta gastronómica.

3. Adaptación del establecimiento

Todos nos tenemos que adaptar y el establecimiento, de igual modo. Es un cambio de mentalidad y de hábitos y para ello necesitamos interiorizarlo.

Hemos podido escuchar en estos días grandes reflexiones, realizando autocríticas a tener muy en cuenta. Es un buen momento para analizar nuestras empresas y valorar todos aquellos aspectos que estaban quedando obsoletos en ellas, y uno de los más recurrentes ha sido la implementación de tecnología. Seguro que muchos de vosotros sabéis que en estos últimos tiempos el mercado está demandando otro tipo de productos y sobretodo de servicios, pero dado al vértigo del día a día, nos imposibilitaba realizar esta parada para tomar decisiones, siempre previo análisis y finalmente desarrollar un plan de actuación.

El mercado está asustado y muy sugestionado, por lo que tenemos que aplicar una visión en nuestro negocio más científica, utilizando herramientas del neuromarketing. Los establecimientos que deseen continuar con normalidad su actividad serán aquellos que apliquen una comunicación con sus clientes fluida y consiga que interioricen su mensaje, poniendo en relevancia valores como:

SEGURIDAD, TRANSPARENCIA, CONFIANZA, DIFERENCIACIÓN Y UNA EXPERIENCIA PROPIA.

Uno de los apoyos quizás más entendibles por parte del cliente, son los sellos o certificaciones de garantía. COVID FREE, que están siendo impulsados por asociaciones hoteleras / hosteleras, cámaras de comercio, institutos tecnológicos, patronatos e instituciones en general, (ICTE, AEDH, ITH).

Tomando como punto de partida, que ya hemos realizado nuestros estudios previos, tanto de viabilidad financiera como revisado nuestras cuentas de explotación, otro de los aspectos decisorios será el ansiado momento de "la apertura". Como estamos comprobando, el proceso será en fases y cobra vital importancia decidir cuál será nuestra estrategia. No porque nos permitan la apertura, tendremos que abrir el primer día. No sabemos cómo se va a comportar el mercado y desconocemos también los requisitos mínimos de adaptación de los establecimientos, exigidos por el gobierno. Simplemente como referencia, podríamos fijarnos en los protocolos implementados en la hotelería medicalizada (No son tan estrictas). Para ello tenemos que analizar nuestro target de cliente, su edad (el público más joven en líneas generales es más confiado), si es cliente de cercanía o depende de un vuelo para acceder a tu negocio, o si es necesaria la apertura de las fronteras con otros países. Son muchos los aspectos, los cuales habría que analizar caso por caso.

A continuación queremos comentaros algunas de la soluciones que la industria está ofreciendo al mercado, como mejoras a la hora de integración en nuestros negocios, para poder abrir con toda la seguridad.

3.1 el acceso

Deberíamos prestar una especial atención, al **ritual de recibir o acoger a nuestros clientes en nuestra casa**. Siendo conscientes que una de las mejores opciones será trabajar bajo cita previa, para poder adaptarnos a los aforos propuestos por el gobiernos; atendiendo a las diferentes fases en la que nos encontremos, se hace más necesario que nunca, implementar las herramientas informáticas que nos permitan una gestión fluida de la cita previa. No tendremos clientes si los procesos informáticos son engorrosos y complicados, por lo que el diseño de la aplicación basada en un método de reducción de clicks será esencial para la supervivencia del negocio. Desde esta aplicación deberemos manejar tanto la reserva, como el pedido y por supuesto, la entrega a domicilio, un servicio que se impondrá sin duda, durante los primeros meses post Codiv-19.

Una vez tengamos al cliente en nuestro establecimiento, nuestro equipo de staff será esencial para acoger al cliente, transmitiendo con un lenguaje amable y fácil, todos los protocolos implantados para su seguridad en nuestros negocios, siendo reforzados a través de una comunicación gráfica acorde a la propuesta del establecimiento.

No siendo un virus aéreo, deberemos hablar con seguridad y calma sobre este importante dato para inducir confianza y seguridad. Para ello es básico estar bien informados, ser estrictos en los procesos, y comunicarlo con la amabilidad que venimos comentando. En el acceso del local, la industria está ofreciendo instalar sistemas de desinfección como arcos, túneles o dispositivos compuestos por pequeños rociadores, que aplicarán diferentes sustancias (viricidas, ozono o dióxido de cloro) sobre los clientes . Actualmente, el mercado de los túneles de lavado está ofreciendo opciones, pero otras industrias se han sumado a ello.

Basándonos en el posicionamiento SESA, desaconsejan la utilización de cualquiera de estos medios, dado que los arcos o túneles desinfectantes “actualmente no existe en España ningún producto biocida que esté autorizado por el Ministerio de Sanidad, para su empleo mediante nebulización sobre las personas. Muy al contrario, los profesionales que aplican cualquier producto biocida, han de estar protegidos con los equipos de protección personal adecuados a la categoría de peligrosidad del producto”. El mercado nos ofrece varios productos estándar con mensajes predefinidos en varios idiomas, para poder señalar debidamente el protocolo sanitario implantado en nuestro local, con el fin de controlar los flujos del público (desplazamientos internos o recogidas de productos, take away) además de que se respeten las distancias de seguridad.

A continuación os mencionamos algunos de estos productos, como alfombras vinílicas, PVC o de LPP, balizas, vinílicos en pavimento, cartelería colocada adecuadamente, para comunicar muy bien nuestro mensaje, reforzando los valores que queremos transmitir. No nos olvidemos de comunicar gráficamente los aforos y los teléfonos de emergencia médicos de hospitales y centros de salud más cercanos.

Los felpudos desinfectantes de suela de zapatos, pueden ser una buena opción a la hora de resolver uno de los puntos calientes de nuestro acceso del local. Recordar sustituirlos con asiduidad. Podrás proveerte con todos estos productos estándares, pero siempre es un plus para tu establecimiento, contar con una personalización de toda la comunicación a través de profesionales del diseño (Solicita su nº de colegiado para tu mayor seguridad), que os construya una visión global, revisando la distribución e integrando todos los factores necesarios para un local seguro y bello. Siempre que la instalación nos lo permita, podremos situar en el acceso pequeños tótems o muebles dispensadores de gel o solución higienizante para desinfectar a nuestro cliente. El mercado ofrece tres sistemas de dispensador con accionamiento manual, pedal o automático (será el sistema más aconsejable). Pueden estar provistos además de pañuelos desechables, papelera con tapa accionada con pedal, guantes o calzos de un sólo uso (aconsejable materiales biodegradables). Tanto los guantes como los calzos los desaconsejamos en este punto, dado que nos transmite una falsa confianza. Ya hemos visto como en los edificios públicos y centros sanitarios de las comunidades que se encuentran en fase I de la desescala, se prohíbe el uso de guantes. La razón es muy sencilla, cuando te encuentras protegido, descuidas a los demás. Llevar un guante te confía en que puedes actuar con cierta normalidad, algo que no podremos hacer en un tiempo. Si tocamos una superficie contaminada con el guante y no lo lavamos de inmediato, estaremos trasladando el virus, en lugar de contenerlo. Sin embargo, seremos totalmente cuidadosos y escrupulosos con nuestras manos, y eso será lo que contenga el virus, haciendo uso de los geles desinfectantes que colocaremos en cada mesa, en cada hueco de barra, así como en las zonas de paso para que antes y después de pasar podamos higienizarnos.

Otra medida que también desaconsejamos, es la de tomar la temperatura de sus clientes. No somos profesionales de la sanidad, además la temperatura corporal puede ser variable según el individuo o incluso un pequeño estado febril puede deberse a cualquier otra circunstancia, totalmente ajena al contagio. Lo importante es la protección individual, y proteger a los demás de nuestros posibles virus. Tenemos demasiado interiorizado que podemos estornudar y toser de cualquier manera, pero esa programación debe desaparecer. Hoy nos ataca el COVID-19, mañana no sabemos que será. A partir de hoy, siempre que nos encontremos molestos o con unas simples décimas de fiebre, saldremos con nuestra mascarilla para no poner en riesgo la salud de los demás, aunque no debemos olvidar, que según las indicaciones sanitarias, no debemos salir de casa ni acudir al trabajo si tenemos fiebre. No es una utopía, es una realidad implantada en la sociedad asiática, y aquí debemos hacerlo igualmente.

Por último, prestaremos atención a la puerta de acceso a nuestro local. La mejor opción es sustituir nuestra puerta abatible por una puerta con apertura automática, siempre que sea constructivamente viable. La alternativa más sencilla y económica, es dejar la puerta abierta. Estudiaremos la temperatura media de la ubicación del local, corrientes de aire, así como otros factores que puedan influir en el confort interior, para realizar correctamente esta acción. Hoy en día, también existen en el mercado cortinas de aire portátiles, tanto verticales como horizontales, que ayudarían a dejar el local con la puerta siempre abierta. **Los puntos calientes a tener en cuenta para reforzar la higiene y limpieza en zonas de fachada y acceso:**

- Desinfectar frecuentemente la puerta de acceso, reparando en los herrajes, sobre todo en los tiradores, limpiar adecuadamente todas las balaustradas de rampas y escaleras.

- El felpudo debe de ser cambiado con regularidad e higienizado. Recomendamos limpiar con agua clorada la acera y el pavimento de nuestros accesos al local e Incluso usar pulverizadores (atomizadores) de mochila para zonas exteriores, eso sí siempre en horario donde no interfiera con nuestros clientes y siendo aplicado con protección, utilizando materiales y por personal especializado y homologado.

Como os hemos ido comentado, durante este primer contacto con nuestro cliente, es clave para captar su confianza y a continuación, acompañarlo a su mesa o espacio que tenemos previsto para él.

Nuestros negocios abrirán, y los aforos no serán los deseados, estarán marcados por las fases de la desescalada, por el ministerio de sanidad, y por nosotros mismos en última instancia.

Este último filtro será básico para generar la confianza necesaria en el usuario, que valorará positivamente como en un primer instante, nuestro negocio no sólo se adapta, si no que mejora las condiciones higiénico-sanitarias impuestas por el gobierno. Es por ello que debemos contar con un aforo siempre menor al indicado por las autoridades sanitarias, al menos durante las fases de la desescalada, un período básico, en el que nuestra función principal es la de recuperar la confianza de nuestros clientes, mediante las acciones que llevaremos a cabo. Este aforo irá creciendo conforme la situación sanitaria mejore, pero debemos tener en cuenta que a día de hoy, aún existe un alto riesgo de repunte de la enfermedad, por lo que deberíamos estar igualmente preparados para dar pasos atrás.

En un escenario cambiante e imprevisible, la flexibilidad de nuestros locales será la clave para una correcta gestión del negocio. Estamos viendo cómo proliferan las pantallas higiénicas en espacios incluso reducidos. Pantallas transparentes que bien podemos apoyar sobre la mesa, o desplazar por el suelo para separar los espacios, una solución que sin duda, mitigará la expansión de cualquier virus y no afectará demasiado a la estética de nuestros locales.

Sin embargo, como expertos en la gestión del espacio, debemos ir más allá. Sabemos que los puntos calientes en su local son el acceso, la circulación interior; la barra y los aseos. Realizaremos un estudio de su arquitectura interior, para optimizar la circulación de clientes y camareros, ofreciendo la más óptima de las distribuciones. Con esto conseguiremos una racionalización de los recursos, ya que colocaremos elementos divisorios donde sean realmente necesarios y en la medida adecuada, lo que puede suponer un ahorro de hasta un 20% en el coste de adaptación del negocio, sólo por diseñar bien una estrategia de implantación.

En los negocios físicos, no podemos olvidar el diseño. Sin diseño, nuestro cliente puede optar por el pedido en casa, arruinando así cualquier inversión realizada en nuestro local. Es por ello que estudiaremos diferentes soluciones a los separadores que actualmente se están ofreciendo en el mercado, aportando un diseño personalizado y que transmita los valores de nuestro negocio siempre desde el punto de vista de la seguridad de trabajadores y clientes.

La imagen debe ser perfecta, porque sin la imagen adecuada, estás fuera del mercado.

Así pues, nuestro interior se preparará para las distintas fases, organizando las salas para los diferentes escenarios de ocupación, y optimizando nuestra inversión en la adaptación, estableciendo un sistema de turnos como apoyo esencial para su funcionamiento.

Los puntos calientes a tener en cuenta para reforzar la higiene y limpieza en zonas de público:

Debemos situar a lo largo del establecimiento dispensadores de gel o solución higienizante para desinfectante, pañuelos desechables, papeleras con tapa accionada con pedal. Debidamente señalizados y con la cartelería comunicativa. Cualquier documento o material, antes de entregarlos al cliente o al recibirlo, deberemos desinfectarlo delante de nuestro cliente. Incluso cuando se comparta material entre el propio staff del establecimiento, y porque no, volvamos a las buenas costumbres.

Ofrezcamos a nuestros clientes toallas desinfectantes (calientes o no), realicemos un servicio en sala, más personalizado, una buena opción puede ser mediante campanas individuales. Es una fórmula que evita que los alimentos se contaminen durante el transporte además de que ofreceremos un valor añadido. Y sobre todo, realizar un sobreesfuerzo reforzando nuestro equipo de limpieza, incorporando más personal o contratando servicios de empresas especializadas (puede que sea una buena solución para las limpiezas más profundas a través de productos más industrializados (sólo aplicables por personal cualificado). Con el fin de que estén únicamente, destinados a la labor de desinfección de las diferentes superficies del local. Es interesante que sean fácilmente reconocidas, uniformadas adecuadamente (EPIS) y que se distingan claramente del staff del local.

Otra propuesta, es fuera de horario de apertura al público, realizar una limpieza más exhaustiva utilizando desinfectantes y mediante atomizadores manuales, máquinas o incluso con sistemas de rociadores más sofisticados en los falsos techos.

Las máquinas depuradoras de aire son otros de los productos que nos ofrece la industria en estos momentos. Puedes disponer de gran variedad y hay que tener especial cuidado a la hora de estudiar la características. Las más habituales son de filtros de HEPA y filtros MERV neutralizan (no eliminan) virus, bacterias, alérgenos, polen, moho y COV's. Necesitan cambios y mantenimiento constante, además tienen una capacidad limitada, dependiendo de la capacidad del filtro. (No se pueden reutilizar, ni lavar). Otras disponibles son las máquinas de filtros de carbono activo no son capaces de filtrar virus de forma eficiente, ni alérgenos (moho, polen, etc..) pero atrapan bacterias (0.3-60 micras) y eliminan COV's, olores y humos. Tienen mantenimiento y reemplazo de filtros. Los precipitadores electrostáticos no eliminan humo, ni olores pero sí eliminan alérgenos (moho, polén, etc..), virus y bacterias. Su inconveniente es que generan ozono y necesitan

también mantenimiento como la limpieza de recolector. Las lámparas UV tenemos que tener especial cuidado, dado que una exposición directa puede causar daños, tanto en la vista como en la piel, además no elimina alérgenos, ni COV's pero a la hora de utilizar este tipo de sistema hay que saber que sí elimina bacterias y virus. Quizás los más conocidos son los generadores de ozono elimina bacterias, COV's y virus pero hay que saber de ellos, que generan subproductos tóxicos, sustancias corrosivas y tienen efectos nocivos sobre la salud. Las máquinas de Ionizadores eliminan virus y bacterias pero no alérgenos, COV's, humo y olores. Pueden llegar a tener efectos nocivos para la salud, ya que generan ozono.

Otra opción son las de oxidación fotocatalítica, aplicando luz U/V sobre dióxido de titanio y zirconio, elimina hongos, virus, bacterias, esporas, alérgenos y COV's y cualquier patógeno medioambiental. No genera residuos químicos y tiene mantenimiento anual. Se puede utilizar en convivencia con las personas. Pero recordemos que no hay ninguna evidencia científica, ni el ministerio de sanidad, ni ninguna autoridad sanitaria, aprueba estos dispositivos como eficaces frente al coronavirus SARS.CoV-2. No hay ninguna evidencia.

3.3 Zona barra

Uno de los grandes afectados será el servicio de barra, dado que tendremos que cumplir escrupulosamente la distancia social recomendable (2,00m) . Esto nos afectará mucho a la rentabilidad, por ello necesitamos que nuestra clientela rote lo más posible. Lo más adecuado será señalar mediante algún apoyo gráfico o elementos separadores que sean siempre fáciles de limpiar delimitando los espacios, por dos razones, para no crear conflictos entre nuestra clientela y que sirva de apoyo a nuestro staff.

Dichas barras pueden estar reforzadas con elementos translúcidos que sirvan de barrera física. Como curiosidad estamos trabajando en unas estructuras donde podremos desplazar ciertas láminas para separar a nuestros clientes de una manera fácil y salubre. Para las nuevas propuestas, una solución muy eficaz será apoyarnos en mostradores en fachada para potenciar el takeaway. En un primer momento, será una opción que transmite mucha seguridad.

Hacer hincapié de que debemos eliminar todos los elementos superfluos de las barras. La premisa a tener en cuenta para decidir lo que puede ser superfluo es:

1ª Productos que no se vendieran en los tres últimos meses operativos

2ª Todo lo que no se pueda limpiar con facilidad.

Prestando una especial atención a todos los productos alimenticios expuestos sin packaging. (Todos los alimentos en vitrinas y refrigeradas, si fuese necesario) Tanto la barra, como muebles de apoyo y todas las superficies, deberán limpiarse y desinfectarse de forma regular.

Otra acción que podremos plantear para las barras de los restaurantes, es la de reconvertir su función mientras duren los efectos de la pandemia. Si bien podremos abrir con aforo limitado nuestros locales, necesitamos otra serie de espacios, que no estaban previstos antes de este virus y que podremos implementarlos durante la desescalada:

3.3.1. servicio para llevar

Si por las circunstancias de nuestro local, no es posible ocupar la vía pública con mostrador o terraza, donde poder realizar el servicio de recogida de pedidos directamente por nuestros clientes, la barra puede transformarse, bien entera o en parte, en esta nueva zona. Una vez más, la comunicación será básica en este sentido, y siendo importante poder establecer un circuito de entrada y salida, a modo de doble circulación, que permita un flujo de personas constante y cómodo.

3.3.2. recepción de clientes, preparación y espera.

La barra puede convertirse, sin grandes inversiones, en el espacio ideal en el que recibir a nuestros clientes, explicarles de forma individual y aislada el protocolo implantado en ese momento, y ese lugar en el que puedan desinfectar sus manos y proveerse de protecciones individuales si fuera necesario.

3.3.3. ampliación de capacidad.

Si decidimos aprovechar la barra para dar servicio, tendremos en cuenta sistemas de separación opcionales a los habituales, flexibles y adaptables a diferentes capacidades. La barra es un buen generador de tickets medios para grupos de 1 a 4 personas. Un servicio que podemos transformar con ligeras acciones, para ofrecer una experiencia mucho más pausada y cómoda para nuestros clientes, a través de nuevos asientos y separadores, especialmente diseñados para nuestro negocio. La claves para realizar esta adaptación, son las de instalar elementos de separación móvil que aporten la flexibilidad necesaria al servicio de barra, y trabajar los textiles con certificación. En ese sentido, empresas como [Gredecor](#), especializadas en el sector textil, ya han dado el paso a la certificación COVID-free y disponen de todo el textil necesario y personalizable para que el negocio pueda mantener su calidez y categoría sin necesidad de pasar a estar rodeados de plástico. Una empresa que, a través de una gran fábrica y con un sistema de gestión informático implantado desde hace años, nos aportará la solución adecuada y con una concisa planificación de instalación, lo que nos ayudará a mantener siempre los protocolos de seguridad controlados.



3.4 Aseos (público)

3.3.4. Adaptación de las instalaciones.

Para una mejor adaptación de las instalaciones existentes, podemos utilizar productos antibacterianos, que nos ofrece el mercado con todas las garantías y certificaciones reguladas, como algunos solid surface, piedras artificiales, tableros decorativos melamínicos o termolaminados con propiedades antibacterianas. Sonae Arauco So Caring, evita la proliferación de bacterias como Staphylococcus Aureus y E.Coli, frecuentes en superficies de espacios públicos.

También podremos optar por soluciones en cerámica. El porcelánico de Emil Group en gran formato, además de aportar un valor añadido con respecto al diseño, nos da una superficie libre de bacterias puesto que su absorción es nula. Sin bacterias, fácil de limpiar, con el valor añadido del diseño y los certificados ecológicos necesarios para cumplir con la responsabilidad mediambiental, el rediseño de las barras será una potente arma de cara a reconquistar al público perdido, mejorando estética y condiciones sanitarias de las instalaciones de nuestro local.

Las zonas de los aseos son otro gran punto caliente, por lo general al ser muchos de ellos espacios pequeños y no disponer de zona de espera adecuada, respetando la distancia social establecida. Nuestro cliente se va a encontrar con varias barreras:

- Conocer la ocupación
- La apertura de las puertas
- Cabinas muy reducidas en wc.

Realmente creemos que este será un gran reto.

Para el primer escollo que necesitamos superar, que es la ocupación de los aseos, para ello debemos marcar turnos claros, con el fin de que no se generen aglomeraciones. Se puede solucionar mediante un pequeño dispositivo de llamada en mesa, que hasta el día de hoy ya se estaba usando y colocar sensores de ocupación en las cabinas que envíen la información al dispositivo en mesa que ha solicitado el servicio. Dicho dispositivo se puede sustituir por una aplicación para móvil donde puedas hacer reserva de mesa, solicitar aseo, abonar la factura e incluso con rastreo de ubicación (sólo en el local) donde nuestro staff te puede localizar para llevarte tu pedido. Actualmente ya hay varios locales en España con este sistema implantado con éxito. La forma más sencilla será a través de la implantación de señales de ocupación lumínicas, en la puerta principal o situado en una zona visible.

Para la apertura de las puertas, hay diferentes mecanismos que se están ahora comercializando como pequeñas piezas desechables, que te sirven de palanca para abrir la puerta. Otra opción es automatizarlas con diferentes métodos, pero es un poco engorroso para instalaciones en funcionamiento y por último y el más lógico a nuestro parecer, será que a la entrada (antes de la puerta del vestíbulo) dispongamos de gel o solución hidroalcohólica para desinfectar bien las manos tanto al salir como al entrar del aseo, sin olvidarnos de colocar papeleras con tapa accionadas mediante pedal.

Para nuevas apertura la colocación de wc con sistema de autolimpieza será un plus, pero lo mejor sin duda, será reforzar la limpieza de los aseos, destinando un sobreesfuerzo. Si el espacio nos lo permitiera, una solución fantástica sería volver a las viejas costumbres y poder contar nuevamente con una persona uniformada destinada a cubrir las necesidades en los aseos, tanto en cuanto limpieza, cómo ofreciendo diferentes productos de higiene (pueden ser con personalización del local) e incluso comercializables. Le dará un toque de distinción a tu local.

3.4 Terraza (público)

Las terrazas son las primeras que están volviendo a la vida en nuestras ciudades, pero como todo, con control de aforos. Durante las diferentes fases por las cuales transitamos, las autoridades deberían ser flexibles a la hora de ampliar nuestros espacios dado que necesitamos seguir cumpliendo la distancia social. Uno de los puntos calientes, en muchos casos, va a ser como resolveremos los conflictos producidos entre el público que disfruta en nuestra terraza (bebiendo y comiendo) y el tránsito de personas que pasean amablemente por las aceras. Nosotros estamos expuestos, dado que estamos comiendo y la persona que pasea estará cumpliendo la distancia de seguridad o no, estará protegido o no. Para ello proponemos delimitar, siempre en la medida de lo posible, nuestra terraza con diferentes barreras todas ellas fáciles de limpiar. En las terrazas que dispongan de sistema de rociadores, siempre asesorados por profesionales cualificados, podrá adaptar dicho sistema muy sencillamente colocando dos fuentes independientes, una con agua limpia y otra con el producto desinfectante adecuado, para poder realizar una limpieza más profunda fuera de horario de público.

La terraza será la primera sección del negocio que pueda abrir, y ya hemos visto cómo en numerosas comunidades en fase I, muchas han sido sancionadas. Una vez más, la flexibilidad es clave en esta parte del negocio. La necesaria distancia de seguridad, reducirá la capacidad del negocio pero además, esta distancia sólo es útil para gente joven más confiada. El ticket que aportan los adultos tardará mucho más en llegar, si no tomamos medidas extras para ello, dado que el adulto medio es mucho más desconfiado, responsable, y por lo tanto retrasará su vuelta a los locales de ocio.

Para favorecer este regreso necesario, diseñaremos para nuestras terrazas un sistema móvil de separación, que incluso podríamos personalizar, aportando así el valor añadido de la seguridad, siempre de la mano del diseño, para diferenciar nuestro negocio del resto y recuperar la confianza del cliente local lo antes posible.

ZONA OPERATIVA

Es fundamental planificar los procesos de trabajo, de tal forma que se garantice el cumplimiento de las distancias de seguridad establecidas por las autoridades sanitarias. Cuidando la organización de las circulaciones y puestos de trabajo. Debemos adaptar los espacios y para ello, eliminaremos todos los elementos superfluos que sean necesarios. Ante la imposibilidad se pueden tomar otras medidas alternativas. Es necesario revisar los turnos establecidos o en el caso de que no existieran, implementandolos. Es importante asegurarse que los espacios destinados a vestuario, zonas de descanso del personal, control horario del trabajador o zonas de reuniones de trabajo, cumpla todas las medidas necesarias con el fin de la mínima exposición frente al SARS-CoV-2.

Al desempeñar todas las actividades dispuestas para cada empleado, se debe respetar las distancias de seguridad interpersonal, para ello se deberá realizar un control de aforos interno y en el caso de que no sea posible, deben garantizarse las medidas y equipos de protección necesarios. Debemos evaluar la presencia en el entorno laboral, de grupos vulnerables frente a el COVID-19 y determinar las medidas específicas de seguridad para este personal. Facilitar medios y tiempos suficientes para una adecuada protección de los empleados, para que puedan asegurarse que están cumpliendo todos los protocolos. Nuestro staff debe desinfectar frecuentemente, los objetos de uso personal (gafas, móviles, etc.) y los elementos del puesto de trabajo. Siempre que se pueda, dejar los objetos personales (incluidos móviles) en un lugar dedicado al efecto. Recordando no compartir equipos de trabajo o dispositivos siempre que sea necesario en caso contrario establecer pautas de limpieza. Es aconsejable que nuestro staff lleve cabello recogido, no portar joyas, uñas cortas y cuidadas, además de un correcto vestuario. En fin, proporcionar los EPIS adecuados, previa evaluación de riesgos laborales. En caso de que algún servicio se encuentre subcontratado, la empresa principal tendrá que revisar que todo esté correcto.

SISTEMAS INFORMÁTICOS. Gestión, información y comunicación.

La tecnología será un enorme apoyo, tanto para ampliar nuestros canales de venta, como para gestionar el interior de nuestros locales. El diseño de una aplicación informática adaptada a nuestro negocio, aportará la confianza que todo cliente necesita, pues evitaremos las aglomeraciones en los puntos críticos mediante un sistema que ordene automáticamente la gestión de nuestros servicios, diseñando un sistema de turnos que nos avise en mesa cuando tenemos un aseo disponible, o si nuestro pedido está en barra para ir a recogerlo, si es el caso. Todos los escenarios tienen cabida en el diseño de nuestra App personalizada. El cliente estará en todo momento informado sobre la ocupación de las mesas, de la barra y de los aseos, sabrá cuando su pedido está listo para recoger, y conocerá el momento idóneo para desplazarse por nuestro local, o hacia nuestro local, eliminando así el riesgo de contagio por transferencia en una gestión idónea de los flujos de desplazamiento en los que nuestros clientes son más vulnerables. La gestión del cobro tendrá que ser a través de una forma segura. Una buena propuesta es mediante pago con tarjeta o contract-less e incluso conocer en cualquier momento su cuenta o ticket, extremando la higienización de la TPV (si se usasen) y enviando su factura online. El mercado nos ofrece implantar en nuestros locales, nuevos sistemas de gestión en cuanto a solicitud de pedidos a través de nuestros dispositivos móviles. Uno de los inconvenientes, era tener que instalar aplicaciones propias, hoy en día ya se ofrecen soluciones para este inconveniente.

Nuestro cliente puede escanear QR o NFC mediante el contract-less de su móvil y así acceder a la carta, avisadores o botones en mesa, que te ayudarán a llevar una mejor gestión y comunicación con tus clientes, tanto directa como indirectamente. Si puedes implantar alguno de estos sistemas, verás grandes avances a la hora de llevar una mejor gestión y control de todo el negocio, tanto del Back Office (control de inventario, programación de personal o training, control de niveles de temperatura, escenas lumínicas, música, sistema de tracking o geofencing, siempre por supuesto dentro de nuestro local), como en el servicio en sala, que puede ser de lo más visible a ojos de cliente final.

4. Conclusión

Nosotros, desde un punto de vista técnico en las áreas que nos compete, sólo podemos decir que no nos precipitemos, que seamos prudentes y que intentemos ser lo más flexibles y camaleónicos posibles. Respetando escrupulosamente todas las indicaciones proporcionadas por los diferentes Organismos Oficiales del Estado y con sentido común y unión, saldremos seguramente muy pronto de todo esto. Sabemos por la experiencia adquirida, de las comunidades que están en fase 1 y en disposición de acceder a la 2, que los clientes buscan volver a los bares y restaurantes de su ciudad. Sabemos también, por puro sentido común, que las restricciones de movilidad que aún tendremos durante posiblemente todo el año 2020, harán que nuestra clientela sea básicamente local. Serán nuestros propios vecinos los que acudan a consumir en nuestras terrazas en este primer momento, y en nuestros interiores en fases posteriores, de forma que debemos necesariamente, instruir bien al personal para que el trato sea muy cercano, muy de la comunidad, porque **nuestro trabajo en estas primeras fases no es vender, es generar confianza**. Debemos hacer ver a nuestro cliente, que sabemos gestionar una crisis, que estamos bien informados, que somos responsables, y que estamos haciendo un esfuerzo sobrehumano para poder darle aquello que tanto desea, y que posiblemente sea algo tan sencillo como una caña con amigos.

No podemos permitir escenas que comprometan la seguridad de nuestros clientes, y por tanto, la continuidad de nuestras empresas, pues ya se han visto casos de sanciones por incumplimiento de las normas en fase I.