

# GUIA DE BUENAS PRÁCTICAS Y RECOMENDACIONES COVID-19

*COMERCIO*

Actualización a 14 de mayo de 2020

**Cullera**

# ÍNDICE

## **1. PRÓLOGO**

## **2. MEDIDAS BÁSICAS DE PREVENCIÓN**

- 2.1. MEDIDAS DE HIGIENE PERSONAL
- 2.2. MEDIDAS DE HIGIENE EN EL CENTRO DE TRABAJO
- 2.3. EN CASO DE SOSPECHA DE SUFRIR ENFERMEDAD
- 2.4. PROCEDIMIENTO DE LIMPIEZA DE SUPERFICIES
- 2.5. INCORPORACIÓN DEL PERSONAL

## **3. MEDIDAS ESPECÍFICAS DE PREVENCIÓN**

- 3.1. DIRECCIÓN/GERENCIA
- 3.2. ATENCIÓN AL CLIENTE
- 3.3. CONDUCTA DEL CLIENTE
- 3.4. LIMPIEZA ESPECÍFICA
- 3.5. MEDIDAS INFORMATIVAS
- 3.6. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS PARA ESTABLECIMIENTOS UBICADOS EN CENTROS COMERCIALES
- 3.7. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS PARA DISTINTOS SECTORES COMERCIALES
- 3.8. MEDIDAS Y CONDICIONES DE SEGURIDAD PARA LA ACTIVIDAD DE MERCADOS DE VENTA NO SEDENTARIA.

## **4. RECOMENDACIONES Y ACCIONES**

- 4.1. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN Y FLUJO DE INFORMACIONES
- 4.2. EL NEGOCIO DEL TURISMO EN EL ENTORNO DIGITAL
- 4.3. QUE NOS GENERA VISIBILIDAD ONLINE
- 4.4. COMO TRABAJAR LA COMUNICACIÓN ONLINE

## **5. FUENTES**

# 1.

## PRÓLOGO

Guía práctica que recopila las principales medidas de prevención a adoptar y recomendaciones para hacer frente a la situación económica y sanitaria causada por la Covid-19.

El Ayuntamiento de Cullera, consciente de la extraordinaria situación por la que están atravesando las empresas de Cullera como consecuencia de la alarma sanitaria por Coronavirus (Covid-19), y la consiguiente declaración del estado de alarma decretada por RDL 463/2020, de 14 de marzo, hace extensible a las empresas, la presente guía práctica donde se incluyen las principales medidas preventivas a adoptar además de recomendaciones para hacer frente a esta situación inédita.

Las medidas y recomendaciones recogidas en este texto, deben ser interpretadas como lo que son: una guía de buenas prácticas y recomendaciones, supeditadas siempre a las decisiones que en cada momento adopten las autoridades y administraciones públicas.

# 2.

## MEDIDAS BÁSICAS DE PREVENCIÓN

### 2.1. MEDIDAS DE HIGIENE PERSONAL

- Lávate las manos frecuentemente con agua y jabón o soluciones alcohólicas, especialmente después de tener contacto directo con personas enfermas o su entorno.
- Evita el contacto estrecho y mantén una distancia de más de un metro con las personas con síntomas catarrales (moqueo, congestión nasal o conjuntival, tos seca o productiva, lagrimeo, aspecto febril).
- Cúbrete la boca y la nariz con pañuelos desechables o con el codo flexionado al toser o estornudar y lávate las manos.
- Evita tocarte los ojos, la nariz y la boca, ya que las manos facilitan su transmisión.
- Si presentas síntomas respiratorios, evita el contacto cercano con otras personas
- No hay que tomar precauciones especiales con los animales en España, ni con los alimentos para evitar esta infección.

### 2.2. MEDIDAS DE HIGIENE EN EL CENTRO DE TRABAJO

- Cada local dispondrá de un protocolo de limpieza que responda a las características del mismo y a la intensidad de uso
- **Ventilación:**
  - Realizar una revisión de la instalación de climatización antes de la reapertura, donde se asegure la limpieza o reemplazo de los filtros de aire exterior en caso necesario, para maximizar en lo posible el caudal de ventilación. (Nota técnica: se recomienda incrementar el caudal de ventilación a 12,5 litros/segundo y persona para el aforo del establecimiento).
  - Aumentar en lo posible la ventilación de los espacios con aire exterior. Generalmente los sistemas que se emplean en comercios pueden funcionar tomando solamente aire exterior. En este caso, cerrar en lo posible la recirculación de aire para ventilar al máximo con aire exterior.
  - Poner la ventilación forzada de aire exterior (de existir) a caudal nominal al menos 2 horas antes de la hora de apertura del comercio y dejar un caudal más bajo 2 horas después del cierre del establecimiento. Por las noches y fines de semana, no apagar la ventilación forzada de aire exterior (de existir). Mantener los sistemas funcionando a bajo caudal (siempre que se pueda).
  - Realizar una ventilación natural (regular) abriendo puertas y ventanas el mayor número de horas posible. Se recomienda comenzar la ventilación natural una hora antes de la hora de apertura del comercio y dejarla al menos una hora

después del cierre del establecimiento. Esta acción es especialmente importante en locales que no dispongan de sistemas de climatización con ventilación forzada de aire exterior.

- La ventilación de los comercios siempre se refiere al aporte de aire exterior (aire fresco). En este sentido, no se debe poner en funcionamiento ventiladores de techo o de pie ya que únicamente remueven el aire interior sin aportar aire fresco.
  - Mantener la ventilación de los aseos permanentemente: 24horas/7días en funcionamiento. Verificar el correcto funcionamiento de la extracción de aire en los aseos. No abrir ventanas de los aseos para asegurar la dirección correcta de ventilación.
  - Indicar que los inodoros se descarguen con la tapa cerrada
  - En el caso de equipos con recuperación de calor, se pararán los recuperadores rotativos y se revisarán los recuperadores estáticos para minimizar fugas.
  - Priorizar la ventilación con aire exterior sobre el confort y la eficiencia energética.
  - La sobre-ventilación puede producir corrientes de aire y falta de confort porque las temperaturas exteriores sean elevadas. Temperaturas de 26-27°C en modo refrigeración son admisibles en muchos casos. En aquellos casos en los que, por la naturaleza del producto, requieran de otro rango de temperatura, ésta se bajará (por ejemplo, carnicerías, floristerías, etc.)
  - Los trabajos de mantenimiento correctivo de la instalación, se realizarán preferentemente fuera del horario de apertura, tomando las medidas de protección adecuadas para evitar el contagio por COVID-19.
  - En las instalaciones que lo admitan, se recomienda instalar sistemas de purificación del aire como los de luz ultravioleta.
- **Tareas de limpieza:** Los establecimientos y locales comerciales que abran al público realizarán, al menos dos veces al día, una limpieza y desinfección de las instalaciones con especial atención a las superficies de contacto más frecuente como pomos de puertas, mostradores, muebles, pasamanos, máquinas dispensadoras, suelos, teléfonos, perchas, carros y cestas, grifos, etc. utilizando para ello desinfectantes como diluciones de lejía (1:50) recién preparada o cualquiera de los desinfectantes con actividad virucida que se encuentran en el mercado y han sido autorizados y registrados por el Ministerio de Sanidad. En el uso de estos productos siempre se respetarán las indicaciones del etiquetado. Se realizará una limpieza por la mañana, antes de la apertura del establecimiento, y una segunda limpieza a lo largo de la jornada (preferentemente a mediodía). Es muy recomendable realizar una pausa al mediodía en la apertura, dedicada a realizar las tareas de mantenimiento, limpieza, desinfección y reposición de productos sin la presencia de clientes. Se reforzarán las condiciones de limpieza de aseos y zonas comunes para cuyo acceso se establecerán turnos de entrada para evitar aglomeraciones. No se utilizarán los aseos de los establecimientos comerciales por parte de los clientes, salvo en caso estrictamente necesario. En este último caso, se procederá de inmediato a la limpieza de sanitarios y grifos. En todo caso, se debe asegurar una correcta protección del personal encargado de la limpieza. Como mínimo, el personal encargado de la limpieza debe utilizar mascarilla y guantes. Los guantes deberían ser de vinilo/acrilonitrilo. En caso de utilización de guantes de nitrilo, es conveniente su desinfección con gel hidroalcohólico u otra sustancia virucida validada

por el Ministerio de Sanidad. Si los guantes no son de un solo uso, debe procederse a la desinfección. En caso de uso de guantes de látex, éstos deberían emplearse sobre otros de algodón. Se recomienda el siguiente tipo de equipamiento: guantes de nitrilo no desechables, protección respiratoria frente a partículas (mascarilla FFP2), pantalla facial, mandil desechable. Una vez finalizada la limpieza y tras despojarse de guantes y mascarilla, el personal encargado de limpieza debe realizar una completa higiene de manos, con agua y jabón. Los guantes y mascarillas deben desecharse tras su uso a la finalización de su vida útil y según las instrucciones del fabricante. Se habilitarán cubos con tapa para su depósito y posterior gestión. En caso de que los servicios aquí descritos estén subcontratados, la empresa principal supervisará que el personal cuenta con los equipos de protección individual necesarios y actúa bajo los procedimientos establecidos.

- **Normas de uso:** Es aconsejable establecerse normas de uso de las instalaciones en la que se desarrolla el trabajo y los espacios compartidos para mantener la distancia de seguridad (p.e en ascensores, comedores, accesos y zonas comunes, vestuarios, salas de reuniones).
- **Productos de higiene:** Es preciso proveer al personal de los productos de higiene necesarios para poder seguir las recomendaciones individuales, adaptándose a cada actividad concreta. Con carácter general, es necesario que todos los trabajadores cuenten con equipos de protección individual adecuados al nivel de riesgo y de que tengan permanentemente a su disposición, en el lugar de trabajo, geles hidroalcohólicos con actividad virucida autorizados y registrados por el Ministerio de Sanidad para la limpieza de manos, o cuando esto no sea posible, agua y jabón. El uso de mascarillas será obligatorio cuando no pueda garantizarse la distancia de seguridad interpersonal de aproximadamente dos metros entre el trabajador y el cliente o entre los propios trabajadores. Todo el personal deberá estar formado e informado sobre el correcto uso de los citados equipos de protección. Todos los establecimientos y locales deberán disponer de papeleras, a ser posible con tapa y pedal, en los que poder depositar pañuelos y cualquier otro material desechable. Dichas papeleras deberán ser limpiadas de forma frecuente y al menos una vez al día.
- **Objetos personales:** Limpieza y desinfección periódica de los objetos de uso personal como: gafas, móviles, teclados, ratón, tarjetas, etc. Se recomienda evitar compartir objetos (por ejemplo, dinero, tarjetas de pago, bolígrafos...etc.) con clientes u otros empleados. En caso de no poder evitar el intercambio de objetos, se realizará una desinfección de manos después de dicho intercambio.
- **Aparatos de uso común:** eliminar o clausurar en los lugares de trabajo aparatos de uso común como surtidores de agua, cafeteras, neveras, microondas, etc. Se hará lo posible por facilitar a los empleados agua envasada en caso de que no se disponga de surtidor para rellenar botellas personales. En teléfonos usados por diferentes personas, es recomendable utilizar el sistema de “manos libres” o sistemas que permitan la individualización de su utilización, o, de no ser posible, serán limpiados después de cada uso.
- **Uniformes:** si se utilizan uniformes, se debe determinar, en función del tipo de uniforme, el tipo de limpieza a aplicar y su frecuencia de lavado. Dado que el uniforme sólo se debe utilizar durante la jornada laboral, se recomienda que el establecimiento se haga cargo del lavado de ropa de trabajo del personal debiendo asegurar la limpieza de la misma a una temperatura >60°C. En el caso de que el lavado del uniforme del

personal se haga en el domicilio del personal el establecimiento debe informar a los empleados de que el lavado debe realizarse a  $>60^{\circ}\text{C}$ . Cuando se transporte la ropa de trabajo, ésta debe introducirse en una bolsa cerrada. En aquellos casos en que los uniformes no puedan ser lavados a esa temperatura, se deberá proceder a una adecuada desinfección. Se recomienda la higienización o limpieza diaria de los uniformes por lo que podría valorarse el aumento de dotación de los mismos. En caso de que esto no fuera posible, se recomienda cubrir los uniformes con batas, guardapolvos o similares. Ante la imposibilidad de cumplir con todo lo señalado anteriormente, podría suspenderse la obligatoriedad del uso de uniformes de manera que al llevar la vestimenta propia del trabajador se puedan garantizar las medidas de higiene y su desinfección diaria.

- **Toallas:** Se prestará igualmente atención a la desinfección de las toallas y similares con las mismas recomendaciones en cuanto a su lavado y se deberán depositarse en algún lugar aislado hasta que se proceda a su lavado. Se recomienda el reemplazo de toallas por papel.
- **Vestuarios y zonas comunes:** es aconsejable habilitar un espacio para que el empleado pueda cambiarse de ropa y calzado al llegar al centro de trabajo y al finalizar su turno antes de salir de la instalación. Este espacio debe contar con taquillas o, al menos, facilitar un porta-trajes o similar (bolsa de plástico, etc.) en el que los empleados dejen su ropa. Se recuerda que el uniforme y calzado sólo pueden utilizarse en el lugar de trabajo. Siempre que sea posible se cerrarán los vestuarios y las zonas o salas de descanso. Si no se cerrasen, se limitará su uso al mínimo imprescindible y en ese caso al mínimo de afluencia y tiempo de permanencia. En caso de que se utilicen dichas áreas de descanso, no se compartirán utensilios de cocina, menaje o comida.
- **Distanciamiento social:** es interesante planificar las tareas y procesos de trabajo de tal forma que se garantice la distancia de seguridad establecida por las autoridades sanitarias; la disposición de los puestos de trabajo, la organización de la circulación de personas y la distribución de espacios (mobiliario, estanterías, pasillos, etc.), en el centro de trabajo debe adaptarse si fuera necesario. En caso de imposibilidad, se tomarán medidas alternativas para evitar el riesgo de contagio por contacto. En caso de que existan turnos, éstos deben planificarse siempre que sea posible de forma que se concentren los mismos empleados en los mismos grupos de turnos. Igualmente, si el personal precisa cambiarse de ropa, debe habilitarse un espacio que permita también asegurar dicha distancia interpersonal o establecer el aforo máximo de los vestuarios de personal, si lo hubiere. Además, se debe mantener el distanciamiento social en reuniones internas. Evitar permanecer en la empresa fuera del tiempo de trabajo, tanto al inicio como a la finalización del turno, sin perjuicio de los descansos laborales.
- En caso de considerarlo conveniente y según el tipo de establecimiento, se dispondrá de felpudos humedecidos con una solución de agua y lejía al 2% en las entradas y salidas al centro de trabajo.
- Es conveniente completar el botiquín con un termómetro.

### 2.3. EN CASO DE SOSPECHA DE SUFRIR ENFERMEDAD

Si se empieza a tener síntomas compatibles con la enfermedad (tos, fiebre, sensación de falta de aire, etc.) y se ha viajado a una zona de riesgo o se ha estado en contacto con una persona diagnosticada, hay que avisar al 112 o a los servicios sanitarios o centro de salud que corresponda.

Hasta que intervengan las autoridades sanitarias, deberán extremarse las medidas de higiene respiratoria, lavado de manos y distanciamiento social. Se deberá llevar mascarilla (si se dispone de ella). Se recomienda permanecer en una habitación aislado, en calma, con buena ventilación, preferiblemente al exterior y con la puerta cerrada. Si esto no es posible se deberá permanecer en un extremo de la sala a más de 2 metros de otras personas y si es posible con separación física mediante mamparas o pantallas. Colocarse una mascarilla quirúrgica cuando se tienen síntomas respiratorios es la primera medida de protección a los demás.

## 2.4. GRUPO DE TRABAJO DE RIESGO Y EMERGENCIA

El establecimiento debe conformar un grupo de trabajo en el que participará la representación legal de los trabajadores si la hubiere, o designará un responsable para la gestión del riesgo. Este grupo de trabajo asumirá la definición de estrategias y toma de decisiones para la minimización de riesgos higiénico-sanitarios por COVID-19.

En concreto, este comité debe:

- Establecer los objetivos a perseguir.
- Establecer los mecanismos para reunir la información que le permita tomar las mejores decisiones (consultas a las autoridades, empleados, especialistas, etc.).
- Establecer la forma en la que se va a coordinar (entre los componentes del comité, entre los empleados y con las autoridades competentes en cada materia, con proveedores y subcontratas).
- Identificar los riesgos considerando la naturaleza del de la empresa e (afluencia de clientes, tipología de clientes, servicios que se presta, etc.) En función de la tipología o tamaño del establecimiento, si éste cuenta con servicio de prevención de riesgos laborales propio o ajeno, será éste el que realice esta evaluación. Para ello, seguirá el “Procedimiento de actuación de los servicios de prevención de riesgos laborales frente a la exposición al SARS-COV-2”, elaborado por el Ministerio de Sanidad.
- Realizar un análisis de los mismos y extraer conclusiones.
- Diseñar las medidas de protección necesarias, recogidas en un plan de contingencia.
- Planificar la implementación del plan de contingencia.
- Implementar el plan de contingencia, en función del tamaño y complejidad de la empresa, y supervisar su cumplimiento, valorando su eficacia y modificándolo si fuera necesario en función de la eficacia demostrada.

Este plan de contingencia debe incluir como mínimo:

- La posibilidad de modificar los procesos dirigidos a la toma de decisiones, si fuera necesario.
- La asignación de autoridades y responsabilidades en el marco de la gestión del riesgo.
- La asignación de recursos humanos y materiales, incluida la determinación el uso de Equipos de Protección Individual (EPIS) atendiendo a las necesidades derivadas del análisis previo de la evaluación de riesgos laborales y sin perjuicio de lo establecido en esta norma y en la normativa aplicable para la prevención de riesgos laborales.
- La determinación e implantación de un protocolo de actuación en el caso de que un empleado o cliente muestre sintomatología compatible con la COVID-19, siguiendo en todo caso las directrices de la prevención de riesgos y autoridades sanitarias respectivamente, y considerando la revisión de los protocolos de limpieza y desinfección de las superficies



potencialmente contaminadas.

- La supervisión del cumplimiento de las recomendaciones y pautas dictadas por las autoridades sanitarias en relación a medidas especiales frente al COVID-19, tanto por parte de empleados como de clientes, así como de las medidas adicionales contenidas en el plan de contingencia resultante del análisis de riesgos.

## 2.5. INCORPORACIÓN DEL PERSONAL

No podrán incorporarse a sus puestos de trabajo los siguientes trabajadores:

- Trabajadores que en el momento de la reapertura del establecimiento comercial estén en aislamiento domiciliario por tener diagnóstico de COVID-19 o tengan alguno de los síntomas compatibles con el COVID-19.
- Trabajadores que, no teniendo síntomas, se encuentren en período de cuarentena domiciliaria por haber tenido contacto con alguna persona con síntomas o diagnosticada de COVID-19.
- Se recomienda a los trabajadores que se realicen un control diario de la temperatura antes de salir de su vivienda y, en caso de tener más de 37.5 grados, no acudan al trabajo y lo notifiquen a su empresa llamando al contacto médico habilitado por la compañía. Asimismo, deberán contactar con el servicio público de salud para tramitar su baja por IT y asistencia médica.
- En el caso de que algún trabajador tenga la certeza o sospechas fundadas de que ha podido contraer la enfermedad por COVID-19, solo podrá incorporarse a su puesto de trabajo previo reconocimiento médico específico por el Servicio Sanitario de Vigilancia de la Salud.
- **El fichaje:** Si no puede asegurarse la desinfección del método de control horario con contacto (huella, dígitos) en caso de que lo hubiere, debe implementarse un método de control horario que evite el uso de una misma superficie por parte de distintos empleados. En caso de que se opte por la desinfección tras cada uso, debe asegurarse la disponibilidad de una solución hidroalcohólica.

# MEDIDAS ESPECÍFICAS DE PREVENCIÓN

## 3.1. DIRECCIÓN/GERENCIA

A la dirección y/o gerencia le corresponde la gestión de cualquier incidencia que ocurra en el establecimiento y, entre otras, deberá tener presente las siguientes cuestiones:

- En el hipotético caso de que, de forma aislada, un empleado estuviera en situación de ser un caso confirmado o en investigación de COVID-19, debe abstenerse de asistir al trabajo hasta que se confirmen resultados negativos o hasta que las autoridades sanitarias den por resuelta la infección, según el caso, ya que se encontrará en situación de baja.
- Evaluar la presencia en el entorno laboral de grupos vulnerables frente a la COVID-19 y deberá determinar las medidas específicas de seguridad para este personal.
- **Plan organizativo:** Establecer un plan organizativo donde se detallen los procedimientos de actuación del personal (propio y ajeno), a la relación de material de protección y limpieza necesario en cada zona del centro o los centros de trabajo y las medidas establecidas o recomendaciones para las personas trabajadoras y los clientes, que se actualizarán permanentemente según evolucionen las circunstancias sanitarias y sociales. Estos planes deberán ser consultados y participados por la representación legal de los trabajadores de las empresas, allí donde los hubiere, en el ámbito de los Comités de Seguridad y Salud.
- **Disponibilidad de recursos:** se debe disponer de los medios materiales y estratégicos suficientes para desarrollar todas las medidas de prevención recomendadas por las autoridades sanitarias. Se instalarán mamparas de plástico o similar, rígido o semirrígido, de fácil limpieza y desinfección, de forma que, una vez instalada quede protegida la zona de trabajo, procediendo a su limpieza en cada cambio de turno. Si no fuera posible la instalación de mamparas, el personal de caja y atención al público llevarán sobre la mascarilla, una pantalla facial protectora de toda la cara, adecuada a la actividad que van a desarrollar.
- Se deben analizar en el comité de gestión las necesidades formativas de los profesionales de la empresa para reforzarlas a través de formación (p.e. uso y mantenimiento de equipos de protección individual) conforme a la legislación vigente en materia de prevención de riesgos laborales. Debe quedar registro de esta formación.
- **Coordinación del comité de crisis:** en caso de declararse la presencia de casos en investigación o confirmados en el establecimiento, se recomienda organizar un comité con los responsables departamentales implicados. Todas las acciones relacionadas con la gestión de la crisis sanitaria deben ser gestionadas desde el comité de crisis, desde la implantación de medidas preventivas hasta las políticas de comunicación con la prensa,

empleados, clientes, proveedores y agencias de viajes. Se informará a la representación legal de los trabajadores si la hubiera y/o a los comités de seguridad y salud.

- **Registros de acciones:** se recomienda llevar a cabo un libro o agenda de registro de acciones que se tomen, especificando la fecha, la hora, las personas responsables, etc., y guardar toda la documentación que pueda generarse: partes de limpieza, controles externos de mantenimiento, albaranes de servicios, bajas laborales, etc.
- Es aconsejable minimizar las visitas de contratas, clientes y proveedores. Para aquellas contratas que deban prestar servicios en el establecimiento, se recomienda que tengan lugar fuera del horario comercial y que se mantengan las mismas medidas de seguridad que para el personal propio.
- Es conveniente establecer un protocolo para minimizar el contacto con los transportistas. Si es posible, establecer una zona exclusiva de entrega de pedidos la cual será desinfectada entre pedido y pedido. A su vez, en la medida de lo posible, se eliminará el embalaje original y, de no ser posible, se desinfectarán los paquetes siempre y cuando el material lo permita.
- Es recomendable enviar electrónicamente los albaranes firmados de forma que no se entreguen en papel de mano en mano, en la medida de lo posible.
- **Medidas escalonadas:** los detalles de las fases, las actividades permitidas y sus condicionantes se puedan consultar en:  
<https://www.msbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov-China/planDesescalada.htm>

### 3.2. ATENCIÓN AL CLIENTE

- **Informar al cliente:** de forma general deben establecerse los mecanismos de información que las autoridades sanitarias establezcan en caso de detección de casos en la zona o en el propio establecimiento, así como las medidas preventivas específicas que deben establecerse en caso de detectar síntomas compatibles. De forma voluntaria y en función de cómo evolucione la situación, los clientes pueden disponer de información genérica sobre qué es el coronavirus y cómo protegerse ante él. Se puede consultar en:  
<https://www.msbs.gob.es/en/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov-China/home.htm>  
Asimismo, los clientes deben ser informados de aquellas medidas que les afecten directamente y deban aplicar (p.e. uso de mascarilla, lavado de manos, distancias de seguridad, etc.) Las medidas informativas deben contemplar: cartelería con medidas preventivas e higiénicas implantadas en el establecimiento y marcado en el suelo del local y donde se precise mantener la distancia de seguridad de acuerdo con esta norma. Los establecimientos podrán obligar a los clientes al uso de mascarillas quirúrgicas o sanitarias dentro del establecimiento.
- **Disponibilidad de materiales:** En la entrada o zona de atención al cliente se dispondrá de gel o solución desinfectante si no hay un baño cercano, pañuelos desechables y cubos de basura con tapa accionada con pedal. Se desaconseja el abastecimiento de mascarillas sin su prescripción por parte de las autoridades sanitarias. En caso de tener un mostrador, deberá limpiarse y desinfectarse de forma frecuente evitando que haya excesivos elementos que puedan manipular los clientes.

- **Distancia**: los establecimientos y locales deberán señalar de forma clara la distancia de seguridad de 2 metros entre clientes, con marcas en el suelo, o mediante el uso de balizas, cartelería y señalización para aquellos casos en los que sea posible la atención personalizada de más de un cliente al mismo tiempo, que no podrá realizarse de manera simultánea por el mismo empleado. La distancia entre vendedor o proveedor de servicios y cliente durante todo el proceso de atención al cliente será de al menos un metro cuando se cuente con elementos de protección o barreras, o de aproximadamente dos metros sin estos elementos. Asimismo, estas medidas de distancia deberán cumplirse, en su caso, en los vestuarios, taquillas y aseos de los trabajadores, así como en las áreas de descanso, comedores, cocinas y cualquier otra zona de uso común. En el caso de servicios que no permitan el mantenimiento de la distancia de seguridad interpersonal, como pueden ser las peluquerías, centros de estética o fisioterapia, se deberá utilizar el equipo de protección individual oportuno que asegure la protección tanto del trabajador como del cliente, debiendo asegurar en todo caso el mantenimiento de la distancia de dos metros entre un cliente y otro. Se deberá establecer un aforo máximo, que deberá permitir cumplir con las medidas extraordinarias dictadas por las autoridades competentes en cada fase de flexibilización de las medidas de contención, concretamente con el requisito de distancias mínimas. El aforo será proporcional a la superficie del local y fase de desescalada y deberá estar expuesto mediante cartelería en el acceso al establecimiento, siendo visible tanto para el cliente como para los trabajadores. En caso de completarse el aforo permitido, los clientes deberán esperar fuera del establecimiento de forma organizada y guardando rigurosamente la distancia de seguridad.  
En la línea de caja se respetará la distancia de seguridad interpersonal de 2 metros. En la medida de lo posible, se utilizarán terminales alternos, para aumentar la distancia entre filas y evitar aglomeraciones.
- **Cita previa**: se recomienda establecer un sistema de cita previa para las empresas de servicios para garantizar el ratio: 1 trabajador = 1 cliente. No se pueden habilitar zonas de espera en el interior.
- **Atención individualizada**: con la debida separación física, en el caso de que esto no sea posible, mediante instalación de mostradores o mamparas.
- **Atención personalizada**: En los establecimientos en los que sea posible la atención personalizada de más de un cliente al mismo tiempo deberá señalarse de forma clara la distancia de seguridad interpersonal de dos metros entre clientes, con marcas en el suelo, o mediante el uso de balizas, cartelería y señalización. En todo caso, la atención a los clientes no podrá realizarse de manera simultánea por el mismo trabajador. Se priorizará la atención a embarazadas, personas mayores, discapacitados, personas con movilidad reducida y padres y madres con niños menores de 3 años y carritos de bebé.
- **Horario**: se recomienda establecer un horario de atención preferente para mayores de 65 años. El horario tiene que coincidir con las franjas horarias para la realización de paseos y actividad física de este colectivo.
- **Recogida en el local**: se podrá establecer un sistema de recogida en el local de los productos adquiridos, siempre que garanticen una recogida escalonada que evite aglomeraciones en interior del local o su acceso.
- **Entrega a domicilio**: Es recomendable facilitar las entregas a domicilio. A ser posible a con pago on-line y preferiblemente se debe depositar la entrega en la puerta del domicilio, sin acceder a la vivienda, manteniendo en todo caso la distancia recomendada

con el cliente de al menos 1 metro cuando se cuente con elementos de protección, o de 2 metros sin estos elementos y sin ningún contacto físico. Es aconsejable informar al cliente de ello en el momento de tramitar su pedido. Al personal de reparto, sea propio o subcontratado, se le facilitará mascarilla y gel o solución alcohólica sustitutiva del lavado de manos, para proceder de manera inmediata a la higiene necesaria entre cada entrega. Asimismo, se recomienda mantener en óptimo estado de limpieza el transporte utilizado para el reparto, interior y exteriormente.

- **Acceso**: Se recomienda la colocación de alfombras desinfectantes a la entrada de los establecimientos. Siempre que sea posible, utilizar puertas distintas para la entrada y para la salida de los clientes al establecimiento, donde se situarán medios de limpieza adecuados para la higiene de las manos. Si las características del establecimiento lo requiriesen, se contará con personal de seguridad que se encargará del control de aforo a la entrada del establecimiento o para la dispersión de personas. En el interior de los locales podrá dedicarse personal a labores de organización de la circulación de los clientes y evitar zonas de elevada concentración de personas.
- **Aforo máximo permitido en mi tienda**: Según la previsión orientativa, para el levantamiento de las limitaciones de ámbito nacional establecidas en el estado de alarma, en función de las fases de transición a una Nueva Normalidad, del Gobierno de España, Ministerio de Sanidad:
  - Fase 1: 30% aforo máximo
  - Fase 2: 40% aforo máximo
  - Fase 3: 50% aforo máximo

Aforo máximo = Superficie útil/Ocupación máxima

**Superficie útil**: superficie total del conjunto de los espacios por los que pueden transitar tus clientes, incluyendo el espacio ocupado por pasillos, estanterías, mostradores, escaparates probadores.

**Ocupación máxima** (establecimiento comercial a pie de calle: 2m<sup>2</sup> por persona (en tiendas de venta de muebles 5m<sup>2</sup> por persona)

*Ejemplo: tienda (no de muebles) con superficie útil de 50m<sup>2</sup>. En ese caso, su aforo máximo es de  $50/2 = 25$  personas.*

- Fase 1: 30% aforo máximo = 7 personas
- Fase 2: 40% aforo máximo = 10 personas
- Fase 3: 50% aforo máximo = 12 personas

Recuerda, hay que garantizar una distancia interpersonal de 2 metros, lo que puede obligarte a reducir aún más el número de clientes que permanecen simultáneamente dentro de tu tienda atendiendo a tu superficie comercial.

### 3.3. CONDUCTA DEL CLIENTE

- **Desinfección de manos de clientes**: el personal deberá recomendar a los clientes a desinfectar sus manos con gel desinfectante a la entrada y a la salida del establecimiento. El personal pondrá a disposición del público dispensadores de geles hidroalcohólicos con actividad virucida autorizados y registrados por el Ministerio de Sanidad, en la entrada del local, y deberán estar siempre en condiciones de uso. A la salida del establecimiento: papeleras con tapa de accionamiento no manual, dotadas con una bolsa de basura. Se recomienda a los clientes el uso de mascarillas dentro del establecimiento para asegurar así la protección del resto de clientes y trabajadores.

- **Mostradores:** En el mostrador, se recomienda el menor número de personas si este no tiene un tamaño que permita la separación entre trabajadores. Evitar compartir bolígrafos. Si se presta, se deben desinfectar tras su uso. Los mostradores deben limpiarse y desinfectarse al menos diariamente, considerando la mayor o menor afluencia de clientes.
- **Pago:** fomentar el pago con tarjeta u otros medios contactless evitando, en la medida de lo posible, el uso de efectivo. Se deberán desinfectar las manos después del manejo de billetes o monedas y antes de empezar la siguiente transacción. Cuando se use un TPV, con PIN, se limpiará el terminal, así como el bolígrafo en el caso de que la operación requiera firma. Será válido el proteger el TPV con un film desechable en cada operación. En el caso de uso de dinero en efectivo este se depositará por la clientela en una superficie de fácil limpieza evitando el contacto personal y desinfectando la superficie por cada operación. Se deberá evitar, en la medida de lo posible, que el personal que manipule dinero u otros medios de pago despache simultáneamente productos. En caso que no sea posible, se utilizarán las medidas higiénicas indicadas
- **Aseos:** No se utilizarán los aseos de los establecimientos comerciales por parte de los clientes, salvo en caso estrictamente necesario. En este último caso, se procederá de inmediato a la limpieza de sanitarios, grifos y pomos de puerta.
- **Duración:** El tiempo de permanencia en los establecimientos y locales será el estrictamente necesario para que los clientes puedan realizar sus compras o recibir la prestación del servicio.
- **Zona de autoservicio:** En los establecimientos y locales comerciales que cuenten con zonas de autoservicio, deberá prestar el servicio un trabajador del establecimiento, con el fin de evitar la manipulación directa por parte de los clientes de los productos.
- **Productos de prueba:** No se podrá poner a disposición de los clientes productos de prueba.
- **Probadores:** En los establecimientos del sector comercial textil, y de arreglos de ropa y similares, los probadores deberán utilizarse por una única persona y después de su uso se limpiarán y desinfectarán. En caso de que un cliente se pruebe una prenda que posteriormente no adquiera, el titular del establecimiento implementará medidas para que la prenda sea higienizada antes de que sea facilitada a otros clientes.
- **Devolución de productos:** En el caso de devolución de productos, el establecimiento contará con una estrategia de tratamiento y/o desinfección de los mismos, que defina en función de las características del producto el tratamiento adecuado, antes de ponerlos a la venta, procediendo a su recogida con guantes desechables.
- **Máquinas expendedoras:** Informar sobre la necesidad de que los clientes mantengan la distancia de seguridad de 2 metros al esperar turno. Informar sobre la conveniencia de usar guantes o alguna protección para accionar la máquina o, si no se utilizan, la necesidad de desinfectarse las manos antes y después de su uso. Extremar la limpieza y desinfección de las máquinas con especial incidencia en los puntos de contacto directo con el usuario (pantalla, botoneras, recogida producto, etc.). Eliminar o inhabilitar las máquinas expendedoras que no formen parte de la actividad principal del comercio como máquinas de café o de bebidas.

### 3.4. LIMPIEZA ESPECÍFICA

- **Programa de limpieza y desinfección:** hay que extremar las medidas establecidas en el programa de limpieza y desinfección, especialmente en las áreas comunes manteniendo siempre una frecuencia adecuada en los servicios de limpieza. Se recomienda una especial atención a los objetos que se manipulan frecuentemente como manivelas, botones, pasamanos, ascensores, interruptores, etc.
- **Disponibilidad de materiales:** en los carros de limpieza, se dispondrán de gel o solución desinfectante para manos, pañuelos y guantes desechables, delantales y bolsas de basura. Los carros, cestas, las escaleras mecánicas y los ascensores serán objeto de atención y limpieza continua. Podrán facilitarse al cliente guantes o bolsas de plástico asimilables que puedan usarse como guantes y toallitas desinfectantes para la limpieza de carritos o cestas de la compra antes y después de su uso.
- **Limpiezas diarias:** Se realizarán al menos dos veces al día, una limpieza y desinfección de las instalaciones con especial atención a las superficies de contacto más frecuentes como pomos de puertas, mostradores, muebles, pasamanos, máquinas dispensadoras, suelos, teléfonos, perchas, carros y cestas, grifos, y otros elementos de similares características, conforme a las siguientes pautas:
  - Una de las limpiezas se realizará, obligatoriamente, al finalizar el día;
  - Se utilizarán desinfectantes como diluciones de lejía (1:50) recién preparada o cualquiera de los desinfectantes con actividad virucida que se encuentran en el mercado y que han sido autorizados y registrados por el Ministerio de Sanidad. Si se utiliza un desinfectante comercial se respetarán las indicaciones de la etiqueta.
  - Tras cada limpieza, los materiales empleados y los equipos de protección individual (en adelante EPIs) utilizados se desecharán de forma segura, procediéndose posteriormente al lavado de manos.
- **Pause de apertura:** se podrá realizar, a lo largo de la jornada y preferentemente a mediodía, una pausa de la apertura dedicada a tareas de mantenimiento, limpieza y reposición.
- **Cambio de turno:** se realizará una limpieza y desinfección de los puestos de trabajo en cada cambio de turno, con especial atención a mostradores, mamparas, teclados, terminales de pago, pantallas táctiles, herramientas de trabajo y otros elementos susceptibles de manipulación, prestando especial atención a aquellos utilizados por más de un trabajador.
- **Zonas privadas de los trabajadores:** cuando en el establecimiento o local vaya a permanecer más de un trabajador atendiendo al público, las medidas de limpieza se extenderán no solo a la zona comercial, si no también, en su caso, a zonas privadas de los trabajadores, tales como vestuarios, taquillas, aseos, cocinas y áreas de descanso.
- **Dispensadores:** Se debe revisar al menos diariamente el funcionamiento de dispensadores de jabón, gel desinfectante, papel desechable, etc., procediendo a reparar o sustituir aquellos equipos que presenten averías. Se recomienda disponer de un registro de estas acciones.
- **Aire:** Realizar una revisión de la instalación de climatización antes de la reapertura, donde se asegure la limpieza o reemplazo de los filtros de aire exterior en caso necesario, para maximizar en lo posible el caudal de ventilación. (Nota técnica: se recomienda incrementar el caudal de ventilación a 12,5 litros/segundo y persona para el aforo del establecimiento). Aumentar en lo posible la ventilación de los espacios con aire exterior. Generalmente los sistemas que se emplean en comercios pueden

funcionar tomando solamente aire exterior. En este caso, cerrar en lo posible la recirculación de aire para ventilar al máximo con aire exterior.

Poner la ventilación forzada de aire exterior (de existir) a caudal nominal al menos 2 horas antes de la hora de apertura del comercio y dejar un caudal más bajo 2 horas después del cierre del establecimiento. Por las noches y fines de semana, no apagar la ventilación forzada de aire exterior (de existir). Mantener los sistemas funcionando a bajo caudal (siempre que se pueda).

Realizar una ventilación natural (regular) abriendo puertas y ventanas el mayor número de horas posibles. Se recomienda comenzar la ventilación natural una hora antes de la hora de apertura del comercio y dejarla al menos una hora después del cierre del establecimiento. Esta acción es especialmente importante en locales que no dispongan de sistemas de climatización con ventilación forzada de aire exterior.

La ventilación de los comercios siempre se refiere al aporte de aire exterior (aire fresco). En este sentido, no se debe poner en funcionamiento ventiladores de techo o de pie ya que únicamente remueven el aire interior sin aportar aire fresco.

Mantener la ventilación de los aseos permanentemente: 24horas/7días en funcionamiento. Verificar el correcto funcionamiento de la extracción de aire en los aseos. No abrir ventanas de los aseos para asegurar la dirección correcta de ventilación. La sobre-ventilación puede producir corrientes de aire y falta de confort porque las temperaturas exteriores sean elevadas. Temperaturas de 26-27°C en modo refrigeración son admisibles en muchos casos. En aquellos casos en los que, por la naturaleza del producto, requieran de otro rango de temperatura, ésta se bajará (por ejemplo, carnicerías, floristerías, etc.).

- **Productos virucidas autorizados en España:**

[https://www.msccbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov-China/documentos/Listado\\_virucidas.pdf](https://www.msccbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov-China/documentos/Listado_virucidas.pdf)

### 3.5. MEDIDAS INFORMATIVAS

La empresa debe informar a todos los actores (empleados, proveedores, clientes) de las medidas de prevención establecidas. En concreto, los clientes deben ser informados de aquellas medidas del plan que les afecten directamente y deban aplicar (p.e. uso de mascarilla, lavado de manos, distancias de seguridad, etc.) Las medidas informativas deben contemplar:

- Información expuesta con medidas preventivas e higiénicas implantadas por la empresa comercial (cartelería, plano guía de las distintas pautas de uso de las instalaciones, etc.) y que el cliente deba cumplir.
- Marcado en el suelo de distancia de seguridad si es necesario en alguna instalación. Si es posible, definir sentidos de circulación de clientes en las zonas de mayor confluencia, diferenciando ambos sentidos mediante cintas de separación y/o vinilo adhesivo en el pavimento. Igualmente, en el pavimento de los espacios generales de las tiendas se podrán instalar vinilos adhesivos circulares (20 cm de diámetro) con la inscripción “2m”, separados entre sí 2m, en forma de línea o malla en función de la anchura del espacio disponible (hasta 3m anchura una hilera, entre 3 y 5, dos hileras y así sucesivamente cada 2m de anchura adicional). Esto supondrá un recordatorio permanente a empleados y clientes y un indicador de cuándo el aforo del centro o de la planta alcanza el máximo admisible, que será una fracción del número de puntos rojos dispuestos en la planta.



En la medida de lo posible, debe evitarse el uso de folletos u otras medidas informativas en documentos de uso compartido, promoviendo en su caso la información a través de medios digitales.

Se darán recomendaciones especiales en las zonas más sensibles como:

- Escaleras mecánicas: evitar, en la medida de lo posible, tocar los pasamanos. Además, cada 4 o 5 escalones, se marcarán para indicar la distancia de seguridad de 2m.
- Ascensores: evitar, en lo posible, su uso. Limitar su ocupación máxima a una persona o más si se puede garantizar el distanciamiento de 2 metros. Se dará prioridad a aquellas personas con limitaciones físicas que podrán estar acompañadas si se requiere o a carritos de niño.
- Cajas: respeto de las distancias de seguridad.

### **3.6. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS UBICADOS EN CENTROS COMERCIALES**

Además de todas las indicaciones contenidas en este documento, se indican otras adicionales o se incide sobre las especialmente importantes para los centros comerciales por disponer éstos de aparcamientos, así como zonas comunes amplias.

#### **3.6.1. MEDIDAS HIGIÉNICO-SANITARIAS**

- Desinfección completa del centro comercial antes de la apertura, prestando especial atención a la limpieza de las áreas públicas (aparcamiento, áreas de descanso, baños...) y de los muelles de carga y puntos de residuos.
- En la zona de aparcamiento, además de la desinfección continuada de los puntos de contacto habituales y puesta a disposición del cliente de gel hidroalcohólico al alcance, se fomentará el pago por medios electrónicos “contactless”.
- Limpieza y desinfección regular durante el horario de apertura de las principales áreas de contacto (aseos, suelos, pasamanos de escaleras mecánicas, pomos de puertas, mostrador de bienvenida, etc.)
- Instalación de mamparas de protección en cajas, puestos de información y atención al público.
- Instalación de dispensadores de geles hidroalcohólicos en varios puntos del centro y en especial en entradas, aseos, puntos de atención y ascensores, verificando regularmente su correcto funcionamiento.
- Cierre de zonas infantiles, ludotecas o cualquier otra zona dedicada a alguna actividad del tipo no permitida según la fase de desescalada de ese momento. Las áreas de descanso también permanecerán cerradas o se limitarán de manera que se garantice el cumplimiento de la distancia de seguridad.
- Desactivación de directorios digitales y soportes en pantallas táctiles interactivas y limpieza y desinfección continua aun estando desactivadas, salvo en los casos en que estas tengan por finalidad la gestión de turnos, en cuyo caso deberá extremarse la limpieza.
- Se prestará especial atención al control de acceso por turnos a los aseos y salas de lactancia garantizando la distancia de seguridad y en caso de que tuviese que usarse por parte de un niño, solo será acompañado por un adulto.
- Suspensión de actividades dentro del centro que puedan ocasionar formación de grupos de personas (eventos, promociones, actividades culturales).
- Señalización con vinilos en el suelo marcando la distancia de seguridad entre clientes a la

entrada de hipermercado, aseos, y otras zonas de gran afluencia.

- Se informará del protocolo de medidas a cada establecimiento comercial del centro.
- Uso de sistemas de video vigilancia para seguimiento de las medidas de distanciamiento y sanitarias, en el caso de existir la instalación correspondiente y en el marco de la normativa de protección de datos.

### 3.6.2. MEDIDAS HIGIÉNICO-SANITARIAS PARA EMPLEADOS Y TRABAJADORES DEL CENTRO

- Formación específica para empleados y proveedores sobre la nueva normativa y protocolos de higiene.
- Desinfección del área de gerencia.
- Instalación de mamparas de protección en los puestos de atención de las oficinas de gerencia.

### 3.6.3. MEDIDAS RELATIVAS A LOS VISITANTES DEL CENTRO COMERCIAL

- Se recomienda el uso de sistema de conteo de personas y medidas de control de distanciamiento social, incluyendo estos sistemas en el aparcamiento.
- El personal de seguridad controlará que se respete la distancia mínima, prestando especial atención a zonas de escaleras mecánicas y ascensores.
- Colocación de vinilos indicando la distancia de seguridad en escaleras, ascensores, aseos, mostrador de bienvenida, etc.
- Cartelería y megafonía con cierta frecuencia recordando recomendaciones de seguridad.

### 3.6.4. PROTOCOLO DE ACTUACIÓN EN CASO DE DETECCIÓN DE POSIBLES CASOS DE INFECCIÓN

- En el caso de detección de un posible caso de infección en el centro comercial se deberá avisar a la gerencia del centro y llamar al teléfono de emergencia sanitaria de la comunidad autónoma.
- Trasladar al afectado a un área restringida.
- Desinfectar todas las zonas donde haya podido estar el cliente/empleado infectado conforme a lo establecido por el Ministerio de Sanidad

### 3.6.5. MEDIDAS RELATIVAS A UNA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

- Estudio de la opción de disponer de asesorías externas especializadas para la adopción de buenas prácticas según evolucione la crisis sanitaria.
- Comunicación de las medidas sanitarias adoptadas incluyendo certificaciones sanitarias con el objetivo de concienciar al consumidor del estricto cumplimiento de la normativa.
- Divulgación de la comunicación de sensibilización en redes sociales y otros medios si se considera.
- Información sobre puntos de venta de mascarillas.
- Mantener una línea de comunicación con las autoridades competentes con el fin de adoptar las medidas pertinentes en función de la evolución de la crisis sanitaria y de actualizar la información a los comerciantes del centro.

### 3.7. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS PARA DISTINTOS SECTORES COMERCIALES

- **Alimentación:** Se reiteran las medidas de seguridad aprobadas y adoptadas hasta este momento por el comercio alimentario y su experiencia en este periodo.

Si el producto se encuentra expuesto directamente al cliente sin envasar, se deberá proteger en vitrinas, plástico, cristal, metacrilato o cualquier otro material que garantice su higiene. En el caso de productos de la pesca, carne, charcutería, pollería o de frutas y verduras y hortalizas en despacho asistido podrá establecerse una distancia de seguridad entre el cliente y los productos adaptada al tamaño del establecimiento. En el caso de frutas y verduras en autoservicio deberán recogerse recomendaciones respecto al lavado y tratamiento del producto y el uso obligatorio de guantes desechables. En el autoservicio de otros productos a granel deberán habilitarse las medidas de seguridad adaptadas al tipo de productos.

Utilización de guantes tanto para el vendedor como para el cliente que manipulen productos no envasados. Se recomienda que el vendedor utilice guantes, cumpliendo con la reglamentación sobre manipulación de alimentos si es el caso. En el caso de no contar con ellos, se extremarán las medidas de seguridad y la frecuencia en la limpieza y desinfección.

- **Textil:** En los establecimientos del sector comercial textil, y de arreglos de ropa y similares, el uso de probadores deberá ser limitado al máximo, la zona de probador deberá ser limpiada y desinfectada tras cada uso. Dada la variedad de tejidos existentes y procedimientos de desinfección, el establecimiento dispondrá de una estrategia de tratamiento y/o desinfección de las prendas probadas y/o devueltas tras su adquisición.

Los probadores deberán higienizarse tras cada uso. Asimismo, deberá garantizarse la higienización y/o cuarentena de las prendas probadas y/o devueltas tras su adquisición.

Con objeto de limitar el uso de los probadores con el fin de cumplir las medidas de distanciamiento interpersonal e higiene, se recomienda que se valore la posibilidad de cierre temporal o apertura parcial de los probadores alternando, por ejemplo, uno abierto con uno cerrado.

Se establecerá un control de entrada en la zona de probadores y contarán con la asistencia de personal interno de tienda, todo ello con el fin de garantizar las medidas de seguridad e higiene.

En caso de que el acceso al probador sea mediante cortina, esta se tocará solo con guantes o bien con el codo. Las cortinas deberán ser desinfectadas, así como el interior de los probadores, especialmente suelos y mobiliario. Se evitará la existencia de mobiliario y decoración no imprescindible para su uso.

En la medida de lo posible, se facilitarán guantes a los clientes a la hora de tocar las prendas.

- **Calzado:** Se recomienda que las pruebas del producto se realicen mediante calcetines desechables o mediante bolsa plástica proporcionadas por el comercio.

Limpieza del producto probado y no comprado y el devuelto.

- **Joyerías, relojerías y similares:** Por las especiales características y valor de los artículos a la venta y con aras a mantener las medidas básicas de seguridad del establecimiento se podrá pedir al cliente que se descubra de la mascarilla al pedir entrar en el establecimiento para su identificación más clara y una vez permitido su acceso pueda volver a usarla

El cliente no deberá tocar ninguna superficie, vitrina o catálogos salvo con guantes nuevos proporcionados por la tienda o aquellos que aporte la clientela y que sean lavados con gel

hidroalcohólico. No podrá tocar las mercaderías, sino que será el comerciante quien se las enseñe.

Todo el muestrario deberá estar desinfectado y se realizará la desinfección de cada una de las piezas cada vez que se toque o se prueben.

Si se realizan pruebas de artículos, se recomienda al vendedor y al cliente usar mascarilla y guantes, en todo caso ambos tendrán que desinfectarse con gel hidroalcohólico las manos o la parte del cuerpo donde vaya a realizarse la prueba. Otra alternativa sería usar una cubierta de plástico desechable (por ejemplo, film) que cubra la parte necesaria del cuerpo (mano, brazo, escote...etc.) dependiendo de dónde se pruebe la sortija, reloj, collar, etc.

Se recomienda como productos desinfectantes el agua y jabón de manera general. También el alcohol propílico de 70º frotándolo con una toallita o disco de algodón evitando su aplicación en aquellas joyas que puedan ser dañadas por el alcohol (como perlas) en cuyo caso se recomienda el uso de peróxido de hidrógeno (agua oxigenada) o realizar un baño de vapor con dicho compuesto. Igualmente, se recomienda la desinfección con radiación ultravioleta.

- **Tecnología, telefonía y cultura:** Se proporcionará a los clientes guantes desechables en la entrada del establecimiento o área siendo obligatorio su uso para la manipulación de los productos.

Se limpiará frecuentemente expositores y productos expuestos.

En caso de devolución de productos, se actuará como se recoge en el apartado de medidas generales de higiene y protección de los clientes.

No se desinfectarán los libros.

Teniendo en cuenta que los materiales que componen los libros y publicaciones en papel están compuestos por materiales variados (papel, cartón, plástico, tela, cuero, pegamento, hilo, etc.), se recomienda que en los casos de devoluciones, éstas se depositen en un lugar apartado y separadas entre sí durante 14 días, de manera que pueda garantizarse que no están infectados cuando vuelvan al canal librero.

- **Muebles:** En la medida de lo posible, los clientes recogerán los productos de forma individual o bien con la adecuada protección si se requiere ayuda para su carga en el vehículo. Los repartidores a domicilio y los montadores de las tiendas deberían llevar cantidad suficiente de elementos de protección individual (mínimo dos pares de guantes y 2 de mascarillas por persona) por si resultan dañados en alguna manipulación y también geles desinfectantes para antes y después de cada entrega.

Los sofás, sillas, colchones o cualquier mueble o accesorio que para su venta requiera de contacto físico, será cubierto con protectores o cubre canapés que se desecharán o desinfectarán una vez terminada la prueba.

- **Tiendas de cerámica, baños, cocinas y reformas en general:** En la presentación de muestras, a la hora de testar la textura de los materiales, se indicará al cliente la zona donde realizar la prueba y a continuación se someterá la pieza al oportuno proceso de desinfección.

A la hora de trabajar con catálogo físico, o bien lo presenta el vendedor u ofrecer guantes protectores y desechables al cliente para su utilización.

Se fomentará la relación con el profesional contratado por el cliente para poder apoyar la coordinación de la obra evitando al máximo la movilidad del cliente.

El suministro de los productos se realizará directamente al destino de la obra bajo el procedimiento de suministro que asegure la higiene y desinfección de los espacios transitados.

Para mayor seguridad, en los mostradores de albaranes es recomendable que se utilicen

mamparas y en lo posible protección por parte de los trabajadores.

- **Tiendas de sombreros o tocados:** Cuando se realicen pruebas de accesorios de cabeza, se usarán gorros desechables de celulosa que se tirarán una vez terminada la prueba.
- **Gasolineras:** Asegurar el uso de guantes desechables y el mantenimiento de la distancia interpersonal de 2 metros utilizando surtidores alternos para repostaje de carburante siempre que no pueda cumplirse la distancia interpersonal de 2 metros. Mantener la zona de repostaje limpia y desinfectada.

### 3.8. MEDIDAS Y CONDICIONES DE SEGURIDAD PARA LA ACTIVIDAD DE LOS MERCADOS DE VENTA NO SEDENTARIA

- **Aforo y disposición de los puestos:** Los mercados de venta no sedentaria, podrán adaptarse o mantener su actividad en los lugares donde habitualmente se celebren, siempre y cuando el espacio donde se desarrollan permita garantizar que la afluencia de personas no supera el aforo permitido según la fase de desescalada y que permita cumplir con los requisitos de distancia mínima de seguridad entre personas. El ayuntamiento podrá valorar, en su caso, la ampliación de la superficie destinada al mercado de venta no sedentaria.

En espacios no cubiertos habilitados para la celebración de mercados no sedentarios, deberán estar totalmente delimitados con cinta de obra, vallas, o con cualquier otro medio que permita marcar de forma clara los límites del espacio, como consecuencia de la coordinación entre comerciantes y autoridades locales de forma que se pueda controlar la entrada y salida de gente evitando las aglomeraciones

Los mercados de venta no sedentaria que no puedan mantener la actividad en un entorno cerrado o delimitado, valorarán el traslado de su ubicación a instalaciones deportivas o de otro tipo, donde puedan adoptar medidas de control para dosificar el aforo.

La disposición y el número de puestos en funcionamiento debe permitir igualmente el mantenimiento de la distancia de seguridad.

Se recomienda que la distribución lineal de los puestos se realice a bastante distancia evitando que, en una calle, los puestos queden unos enfrente de otros, separados por una vía de tránsito y con una distancia mínima entre ellos de 6 metros, con una separación mínima de 2'5 metros entre los laterales.

Se aplicarán las mismas reglas y recomendaciones descritas en el comercio textil para los puestos de ropa y similares.

Se garantizará la vigilancia del espacio donde se celebre el mercado durante el horario de funcionamiento, para el cumplimiento de las normas de distanciamiento social, así como para evitar aglomeraciones.

- **Medidas de higiene y seguridad adicionales en los vehículos de transporte y venta ambulante:** Realizar limpieza y desinfección frecuente del vehículo de carga con especial atención a superficies, volante, pomos etc. Para esta acción puede utilizarse lejía de uso doméstico diluida en agua, o cualquiera de los desinfectantes virucidas existentes en el mercado que han sido autorizados y registrados por el Ministerio de Sanidad. En el manejo de estos productos se seguirán las indicaciones del etiquetado de los mismos.

Después de cada jornada, se deberá realizar limpieza y desinfección de superficies, máquinas dispensadoras, mostradores, etc., y en general, cualquier superficie que haya podido ser tocada con las manos siguiendo los protocolos de limpieza establecidos al efecto.

# 4.

## RECOMENDACIONES Y ACCIONES

### 4.1. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN Y FLUJO DE INFORMACIONES

#### Comunicación con los clientes

Tus clientes buscan a las empresas en las que confían para obtener orientación y claridad. La mejor manera de tranquilizar la ansiedad y los nervios es comunicarse periódicamente para mantenerlos informados. Es importante ser empático y expresar el apoyo colectivo de tu empresa a tu base de clientes. Debes expresarte con empatía y comunicar que todos estamos juntos.

Luego, proporciona información detallada y procesable que sea útil para tus clientes en este momento. Informales sobre cualquier política nueva que tu empresa esté adoptando en este momento para capear la tormenta y ayudar a tus clientes a hacer lo mismo.

La comunicación se revela imprescindible no sólo para gestionar la reputación de las marcas, empresas o destinos, sino especialmente para devolver la confianza al consumidor y que vuelva a viajar. Éstos son algunos de los principios que ayudarán al turismo a sumar, a través de la comunicación, en la dirección correcta cuando alcancemos el día después:

- **Comunicación cercana**, que conecte con los problemas de los ciudadanos, que incide en la medida de lo posible en mensajes positivos que muestren empatía y sensibilidad y que dé respuesta a las demandas e inquietudes reales de los grupos de interés. La comunicación durante el periodo de recuperación se debe focalizar en garantizar a los viajeros un entorno seguro.
- **Ultra transparente**. Planificar el relato de una compañía en una situación de crisis desde la transparencia y la cercanía es uno de los principales retos para las empresas y un elemento indispensable para proteger la reputación y la credibilidad.
- **A través de los mensajeros correctos**. En el contexto que viene es tan importante el mensaje como las voces que escojamos para hacerlo llegar. La comunicación es una herramienta clave para la construcción de la confianza y una buena selección de plataformas y comunidades que compartan los mismos valores reforzará la consistencia de los mensajes de forma natural.
- **Pensar a medio-largo plazo** y empezar a desarrollar el plan de recuperación para estar preparados cuando todo esto pase... Las organizaciones que tengan un ojo puesto en el futuro, mantengan el optimismo, escuchen a sus clientes actuales y potenciales y, sobre todo, planifiquen qué van a hacer cuando se levanten las restricciones y vuelva la demanda estarán mejor preparadas para convertir este desafío en una oportunidad.
- **El plan para el día de después empieza hoy**. Aunque los potenciales consumidores no estén planificando sus viajes en estos momentos, ahora es el momento de crear y fortalecer vínculos con la audiencia, no de desaparecer. Implementar, durante la crisis,

un plan de comunicación on y off que inspire, explique historias y permita mantener a la audiencia informada y cercana a la organización. Porque lo que habremos hecho como marca durante la crisis -y lo que no hayamos hecho- marcará en parte nuestra posición futura.

### **Medios de comunicación**

Esta información a los medios debe realizarse prioritariamente a través de los canales de las autoridades sanitarias, procurando que sea consensuada con el establecimiento. Tiene que haber un solo portavoz del establecimiento que se dirija a los medios de comunicación evitando que haya varias personas informando de la situación y aportando sus opiniones personales. De forma esquemática y acorde con la Organización Mundial de la Salud, se establecen los siguientes criterios:

- Crear, mantener o restablecer la confianza de la población en los responsables que gestiona la crisis y emitan información.
- Una comunicación que es fácil de entender, completa y exacta. Una mayor transparencia provoca mayor confianza. La transparencia también tiene límites, como son los datos confidenciales de pacientes o empresas, que no se harán públicos por razones éticas y legales.
- Respetar la preocupación de la población, que tiene derecho a informarse sobre aquello que afecta a su salud. La comunicación de un brote funciona mejor cuando se consideran las opiniones de todos los sectores implicados.
- La planificación de la información debe ser parte importante de la gestión del brote desde el principio. En las condiciones de una emergencia, la información no se debe decidir en el último minuto; una comunicación de un brote que no se ha previsto de antemano muchas veces está condenada al fracaso.

### **Claves de la comunicación**

La labor fundamental de la empresa es trabajar el branding y la responsabilidad social corporativa. Desde el 14 de marzo, que fue el primer día de confinamiento, las conexiones a las redes sociales aumentaron mucho y casi todos nos conectamos diariamente a ellas porque necesitamos consumir el contenido. Por lo tanto, las empresas, debe generar ese contenido para estar presentes en los clientes. Este es el momento de ponerse más que nunca del lado del usuario y de la sociedad, y hacer ver que las redes corporativas son una plataforma que apoya y con la que, viendo sus stories, sus tweets o sus publicaciones en Facebook uno se encuentra cómodo.

El trabajo principal del departamento de social media es mostrar cómo la empresa empatiza con la sociedad y pone de su parte a ayudar.

¿Qué puede funcionar entonces y que ayudará a mantener el compromiso?

- Interactuar con los usuarios en las redes sociales, preguntándoles por la situación actual. Lo ideal es publicar todas las respuestas y en la misma publicación comentarlas, empatizando con el sentimiento de aquella persona que ha escrito.
- Seguridad & Confianza – mensajes de confianza para que el turista tenga la sensación de seguridad y ayudarle que venga.
- Lanzamiento de campañas de awareness como consideración – la clave para atraer los turistas está en utilizar los datos de las audiencias para personalización. Intentar lanzar mensajes más personalizados que generales.

- Generar contenido que entretenga: publicaciones que lleven al usuario a dedicar tiempo a una tarea (grabarse, preparar una imagen, redactar un texto).
- Realizar sorteos de productos.
- Promover hábitos de vida saludable.
- Utilizar un tono cercano, incluso divertido: hemos de dar imagen de flexibilidad y adaptación a los acontecimientos.
- Si podemos ofrecer algún tipo de servicio gratuito que no suponga coste para nuestra empresa, es un momento perfecto para lanzarlo. Tendrá repercusión mucho más allá de nuestras redes, ya que es posible que los medios de comunicación se hagan eco de la noticia
- Probar nuevos canales y formatos: experimenta y descubre cómo tu marca se puede relacionar de otra manera.
- Aportar valor: todo lo que consideres que suma en la sociedad en los momentos que vivimos. Empatiza con tu audiencia, escucha de forma activa y actúa en consonancia con lo que necesita.

## 4.2. EL NEGOCIO DEL TURISMO EN EL ENTORNO DIGITAL

- Las oportunidades de negocio en este nuevo ecosistema digital son infinitas, y abren una puerta inmensa para las agencias de marketing. Si adaptamos nuestra estrategia a fidelizar a un nuevo cliente, podemos ganarlo de por vida, pero ¿cómo?
- **Anuncios Display:** debido a la necesidad de conocer la última hora, los anuncios en periódicos digitales nos ofrecen mucha más visibilidad que antes.
- **Promocionarse en redes sociales:** debido al confinamiento su uso y consumo va en aumento, ahora más que nunca debemos apostar por ellas.
- **Desarrollar más contenido de video** y utilizar YouTube: por iniciativa o por envío entre personas y grupos, los vídeos curiosos son tendencia.
- **Analizar el rendimiento del sitio web** para comprender cómo se comportan los usuarios durante este tiempo y actualizar pronósticos e informes.
- **Evaluar la cobertura pagada (SEM) y orgánica (SEO)** durante los próximos meses para comprender cómo ambos pueden equilibrarse como parte de una estrategia general de marketing en respuesta al impacto en su negocio.
- **Aprovechar la naturaleza a largo plazo del SEO** para garantizar que un sitio web se clasifique bien para las palabras clave de alto volumen y alta competencia que se espera que alcancen su máximo en el cuarto trimestre.

## 4.3. QUE NOS GENERA VISIBILIDAD ONLINE

Una de las herramientas que tienes a tu disposición para comunicar con tus clientes durante la situación que estamos viviendo es el marketing digital. Tienes que buscar la comunicación con tus clientes y clientes potenciales para que en medio o largo plazo puedas generar negocio. Roberto Gorraiz, CEO y cofundador de agenciaSEO.eu, analiza los factores que nos ayudan a tener mayor visibilidad online:

Factores internos:

- Web y contenidos
- SEO y SEO Local



- Publicidad y SEM
- Redes sociales
- Email Marketing

Factores externos:

- Plataformas digitales
- Prensa digital
- Otras webs y negocios
- Blogs temáticos
- Influencers
- Etc.

#### 4.4. COMO TRABAJAR LA COMUNICACIÓN ONLINE

Ante la situación actual, nos vemos obligados a cambiar la forma de comunicar con los clientes y mantener la actividad digital para que, cuando la situación se normalice, puedas generar negocio. En estos momentos hay que fidelizar.

##### Web

Cuidar tu sitio web podría aportar muchas ventajas. En estos momentos debes adecuar la información de tu web al estado actual, ofrecer mensajes de apoyo, tranquilidad y cercanía y crear contenidos relacionados con el contexto. Además, es recomendable que tengas en cuenta las necesidades y miedos que existen en la actualidad y adaptes la información. En este sentido, por ejemplo, puedes dar facilidades de cancelación de reservas, pero mejor si consigues aplazar esa reserva ofreciendo otras fechas a mejor precio, u ofreciendo algún regalo adicional.

##### SEO

El posicionamiento de tu negocio en buscadores es una herramienta prioritaria para diseñar tu estrategia digital. Requiere un trabajo continuo, una optimización constante y una adaptación a los cambios de algoritmo. Debes tener en cuenta que a menor posibilidad de que el cliente te encuentre en buscadores, menor posibilidad de venta en tu sitio web o tienda online.

Para lograr un buen posicionamiento debes construir tu web en torno a las palabras claves de negocio. Debes tener un buen *SEO On Page*, es decir, tener una buena arquitectura de la página web, generar buenos contenidos, conocer las necesidades de los usuarios en tu web y satisfacerlas de una forma sencilla y clara. También es interesante tener una estrategia de *Link Building*, es decir, que otras webs puedan enlazar a la tuya. Otra medida a tener en cuenta es el SEO Local, mediante la herramienta *Google My Business*. Esta herramienta es gratuita y permite vincular un negocio con el entorno, es decir, permite una gestión eficiente y sencilla a través de un único panel en el que puedes añadir información relativa a tu negocio; como, por ejemplo: una breve reseña, información de contacto, ubicación, horario de apertura, etc.

Existen, además, una serie de trucos SEO que propone [agenciaSEO.eu](https://agenciaseo.eu) y que puedes consultar en el siguiente enlace: <https://agenciaseo.eu/trucos-seo/>

##### Publicidad y SEM

En estos momentos no es prioritario invertir en SEM pero sí que es prioritario invertir en tu propia marca para no perder oportunidades de negocio. Haz todo lo posible por tener el control sobre tu marca y sobre las búsquedas que se realizan de ella. Además de la estrategia de marca, también puedes utilizar la estrategia de competidores, para ello es importante que tu gancho

sea bueno frente al gancho de tus competidores (hacer ofertas, promociones, ventajas competitivas...).

## Redes Sociales

Las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para conectar con tus clientes.

La elección de la red social que mejor se adapte a tu negocio dependerá, principalmente, de en qué segmento de la población se encuentra tu público. Cada perfil necesita y reclama un tipo de contenido distinto. Si tienes recursos, puedes dedicarte a todas las redes sociales, pero si no, pon el foco en aquella que te merezca la pena.

Los siete aspectos más importantes que debes tener en cuenta siempre a la hora de trabajar tus redes sociales son:

- Crea una estrategia y línea editorial dónde esté tu Buyer Persona.
- Mantén tus redes sociales al día.
- Cuida el mensaje y utiliza herramientas de monitorización para ver su eficacia.
- Las redes sociales son un escaparate: comunica bien o te afectará.
- Potencia tus contenidos de blog a través de las redes sociales.
- Crea variedad de formatos: videos, imágenes, infografías y todos aquellos formatos que rompan con el clásico formato texto.
- Busca Millenials deseosos de compartir sus experiencias.
- No utilices correos corporativos, sino una dirección gmail, yahoo o similar.
- La foto de perfil se debe corresponder con tu logo optimizado, ya que tiene que ser circular.
- Incluye títulos en las imágenes que subas a la red social.
- No abuses de los hashtags (máx. 30).
- Utiliza las estadísticas para publicar a las mejores horas.
- Crea una estrategia de contenidos.
- Crea una estrategia visual.
- Humaniza tu perfil siempre que sea posible.
- Sácale partido a los vídeos y a los Gifs.
- Pública tanto stories informativos, como interactivos y de inspiración.
- Repostea fotos de tus usuarios.
- Haz visible tu marca, utiliza hashtags en cartelería, paneles...

Puedes consultar información y consejos sobre el Social Media Marketing en el siguiente enlace: <https://agenciaseo.eu/social-media-marketing/>

La situación excepcional que estamos viviendo nos obliga a realizar un pequeño cambio a la hora de comunicar con nuestros clientes.

- Adapta el mensaje a la situación actual. El mensaje tiene que ser positivo, de apoyo, de respeto en tono y estilo. Haz uso de los *hashtags* relacionados con la situación junto con los tuyos propios que utilices normalmente. No es necesario publicar mucho pero sí hacerlo bien.
- Puede resultar interesante barajar la opción de marketing colaborativo, es decir, buscar sinergias y colaboraciones con otros negocios y ofrecer sus servicios para completar los tuyos y viceversa.

### **Plataformas digitales**

Las plataformas digitales tienen mucha fuerza de marketing digital. Por lo tanto, es recomendable complementar tu estrategia con ellas. Aprovecha para optimizar tu perfil en las plataformas digitales. Ten en cuenta que también hay algoritmos dentro de estas plataformas y es interesante conseguir un mejor posicionamiento. La plataforma Tripadvisor pone a tu disposición consejos para optimizar tu perfil en el siguiente enlace: <https://www.tripadvisor.es/ForRestaurants/r642>

Cullera\*

# 5.

## FUENTES

Gobierno de España. Ministerio de Sanidad. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2020). Covid-19, Guía de buenas prácticas para los establecimientos y trabajadores del sector turístico.

Gobierno de España. Ministerio de Sanidad. (2020) Buenas prácticas en los centros de trabajo. Medidas para la prevención de contagios del Covid-19

Organización Mundial del Turismo (2020). Apoyo al empleo y a la economía a través de los viajes y el turismo.

Gobierno de España. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Secretaria de Estado de Comercio. Ministerio de Sanidad. (2020). Guía de buenas prácticas para los establecimientos del sector comercial.

Gobierno de España. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Secretaria de Estado de Comercio. Ministerio de Sanidad. (2020). Protocolo y Guía de Buenas Practicas dirigidas a la actividad comercial en establecimiento físico y no sedentario.

Europreven. (2020) Ficha informativa sobre medidas de seguridad y salud en el trabajo. Pla de actuación frente a covid-19 ayuntamiento de Cullera

Gobierno de España. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Secretaria de Estado de Comercio. (2020) Covid-19 Principales medidas de impacto económico y laboral para el sector turístico y sus trabajadores por el coronavirus.

Turisme Comunitat Valencia (2020) Webinar, aspectos de mejora de empresas y destinos durante la crisis. Juan Francisco Castro León. CEO de Castroconsulting.

Turisme Comunitat Valencia (2020) Webinar, como ganar visibilidad On-line. Roberto Gorraiz. CEO de Agencia SEO.

Turisme Comunitat Valencia (2020) Webinar, 5 claves para tu empresa turística en “tiempos de guerra”. Javier Pet. CEO de Javier Pet Hospitality Advisors

Turisme Comunitat Valencia (2020) Webinar, es momento de comunicar. Raquel Lara. Asesora de comunicación de empresas turísticas. Profesora en Eurooula. Escuela de Turismo.

Turisme Comunitat Valencia (2020) Webinar, Big Data en tiempo se crisis. Sara Pastor. Managing Director Destinations en Adara.

Turisme Comunitat Valencia (2020) Webinar, estrategias empresariales para tiempo de crisis. Nicolas Ayela. Director de APS Hostelería.

Turisme Comunitat Valencia (2020) Webinar, La clave del éxito de un restaure. Arístides Sanjuan. Consultor de restaurantes en APS Hostelería.

Turisme Comunitat Valencia (2020) Webinar, el futuro del negocio de la hosteleria. Manel Morillo. Socio director de Con Gusto.

Turisme Comunitat Valencia (2020) Webinar, comunicación digital en tiempo convulsos. Oscar Garcia. Kamm de Food Fighters.