INFORME DE GESTION 2020



HOTEL PUERTA DE TOLEDO

índice

1. Evolución del histórico de acontecimientos con motivo del COVID
2. Medidas adoptadas:
   2.1 Antes de la declaración del estado de alarma.
   2.2 Después de la declaración del estado de alarma.
   2.3 A la reapertura del Hotel. 3 de septiembre.
   2.4 Ajustes ante nuevas restricciones en el último cuatrimestre.
   2.5 Gráficas de evolución del último cuatrimestre.
3. Resultados de Gestión a 31 de diciembre.
4. Informe de gestión.
5. Proyecciones para 2021.

Archivos adjuntos:

Anexo 1: Detalle de evolución del ERTE.
Anexo 2: Resumen control de gestión diciembre y acumulado año 2020
Anexo 3: Resumen control de gestión mensualizado año 2020.
Anexo 4: Balance de situación
Anexo 5: Pool bancario
Anexo 6: Informe Cualtis
Anexo 7: Protocolos y procedimientos internos Covid-19
Anexo 8: Proyección 2021

1. HISTORICO DE ACONTECIMIENTOS CON MOTIVO DEL COVID 19

Sin duda el pasado año 2020, nos puso frente a una situación inédita y excepcional, ni siquiera en periodos de crisis económicas anteriores, nos habíamos tenido que enfrentar a escenarios de "demanda cero", ni a una paralización total de la actividad. Una situación sin precedentes, con un gran impacto a todos los niveles, económico, social, laboral y personal. La crisis global producida por la pandemia del Covid-19 ha cambiado de golpe tanto las reglas como el tablero de juego.

Hasta el mes de marzo todas las previsiones posibles hacían augurar un buen año, con un Madrid en el foco del turismo cultural, del crecimiento empresarial y con grandes eventos confirmados, congresos, acontecimientos deportivos, festivales, etc. La demanda estaba muy activa tanto en peticiones de grupos como de individuales. Las previsiones nos hablaban de un año capaz de mantener los buenos resultados del 2019.

En tan solo "diez días", con una velocidad en la sucesión de los acontecimientos que no daba margen ni tregua, las previsiones se desmoronaron y la información histórica dejó de tener valor.

La expansión del COVID-19, coronavirus, tuvo un rápido e impactante efecto sobre toda la economía y muy directamente sobre nuestro sector.

La cronología de los hechos fue la siguiente:

1.- *El 25 de febrero* con los primeros casos de coronavirus en España, se empieza a notar una contención en la demanda y una disminución en las reservas.

2.- *El 5 de marzo* con la detección de un foco importante en la Comunidad de Madrid se empiezan a recibir masivas cancelaciones tanto de reservas de grupos como de individuales. Se lanza desde el gobierno central la recomendación de no viajar si no es necesario.

3.- *El 10 de marzo* se producen las primeras restricciones internacionales de entrada y salida de viajeros impuestas por numerosos mercados. La recomendación de no viajar se convierte a partir de este día en una situación de impedimento del viaje por fuerza mayor para muchos clientes.

4.- *El 11 de marzo* se cierran a nivel nacional todos los centros educativos, desde infantil a estudios universitarios. Desde el gobierno se lanzan las indicaciones de limitar los desplazamientos a los indispensables y fomentar el teletrabajo en las empresas en la medida de lo posible. La demanda empieza a ser nula mientras siguen aumentando las cancelaciones. A nivel nacional se toman medidas como la cancelación de conciertos, de ferias y congresos como Expo Dental o el Congreso de Aviación, de paralización de eventos deportivos como la liga de fútbol, de fiestas tan importantes como "Las Fallas" en Valencia, solo se pueden celebrar eventos con menos de 1000 personas de asistencia, entre otras. Toda esta situación dispara de nuevo las cancelaciones.

5.-***El 13 de marzo***, el Gobierno de España, decreta el "**estado de alarma**" a nivel nacional. Este estado de alarma dictamina:

a) Cierre de todos los comercios excepto los de primera necesidad (alimentación, farmacias).
b) Se cierran por lo tanto bares, restaurantes, museos, teatros, etc.
c) Prohibición de la libre circulación de personas excepto para: realizar compras de primera necesidad, citas médicas o acudir a sus centros de trabajo, siempre que la empresa mantenga su actividad. La ciudadanía debe permanecer es sus casas.

El Real Decreto 463/2020 del 13 de marzo paraliza el país y toda la actividad profesional y social queda suspendida y bajo vigilancia de las autoridades (Policía Nacional y UME Unidad Militar de Emergencias). El estado de alarma se fija, en principio, por un periodo de 15 días, hasta el 29 de marzo, prorrogable en función de la situación de contención de la pandemia.

Finalmente, este estado de alarma, no se levantaría hasta el 21 de junio.

Queremos destacar que no es fácil hacer una secuencia cronológica de los hechos, ya que algunos se solaparon o se sucedieron con tan solo unas pocas horas de diferencia.

Ante esta situación que, como vemos, fue mostrando un escenario diferente prácticamente cada día, se fueron tomando distintas medidas. Como se indica, las conexiones para evaluar el alcance del impacto e ir tomando las decisiones adecuadas fueron y siguen siendo permanentes, para poder definir así la mejor estrategia posible ante un escenario tan excepcional, tanto a nivel comercial como de contención de gasto/tesorería.

Pero sin duda el punto de inflexión lo marcó la declaración del estado de alarma nacional a partir del cual habría que marcar un antes y un después.

Finalmente, ***el 18 de marzo***, se publica en el BOE (Boletín Oficial del Estado) la Orden Ministerial de suspensión de apertura de hoteles. En la misma, quedó recogido que nos daban un plazo máximo de 7 días, hasta el 26 de marzo, para atender a los clientes ya alojados en el Hotel. Nuestros **últimos clientes** se marcharon el domingo ***22 de marzo*** rumbo a su país.

Durante este periodo de "estado de alarma", hubo establecimientos que, de forma altruista, se ofrecieron para poner sus instalaciones al servicio del Ministerio de Sanidad, considerándose, así como "Hoteles Medicalizados" acogiendo a enfermos con sintomatologías leves de Covid, así como a personal sanitario. Otros hoteles, solicitaron un permiso especial a la Comunidad de Madrid para permanecer como "Hoteles de Guardia", esos hoteles tenían contratos previos con colectivos como Renfe, funerarias, etc con actividad declarada como de primera necesidad. Pero la práctica totalidad de hoteles, permanecieron cerrados hasta el fin del estado de alarma.

Como hemos comentado antes, después de varias prórrogas el estado de alarma **finalizó *el 21 de junio.***

A partir de esa fecha, la desescalada en el sector hotelero se ha ido produciendo de forma muy dispar, dependiendo principalmente de la ubicación de los establecimientos, tamaño, servicios y de la circunstancia de si estos pertenecían a una cadena hotelera o eran independientes.

En lo que a nosotros nos afecta, la Comunidad de Madrid, en el mes de junio abrieron sus puertas unos 60 hoteles, y durante el mes de julio, aproximadamente otros 40 establecimientos más y así hasta alcanzar en septiembre un 52% de hoteles abiertos respecto al total de la planta hotelera (*fuentes de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid*).

Las ocupaciones vuelven a ser muy dispares entre los establecimientos abiertos, contando con una mayor ocupación aquellos hoteles que disfrutan del tan deseado "cliente de empresa" y obviamente una menor ocupación aquellos hoteles que tradicionalmente cuentan con "cliente internacional de ocio"

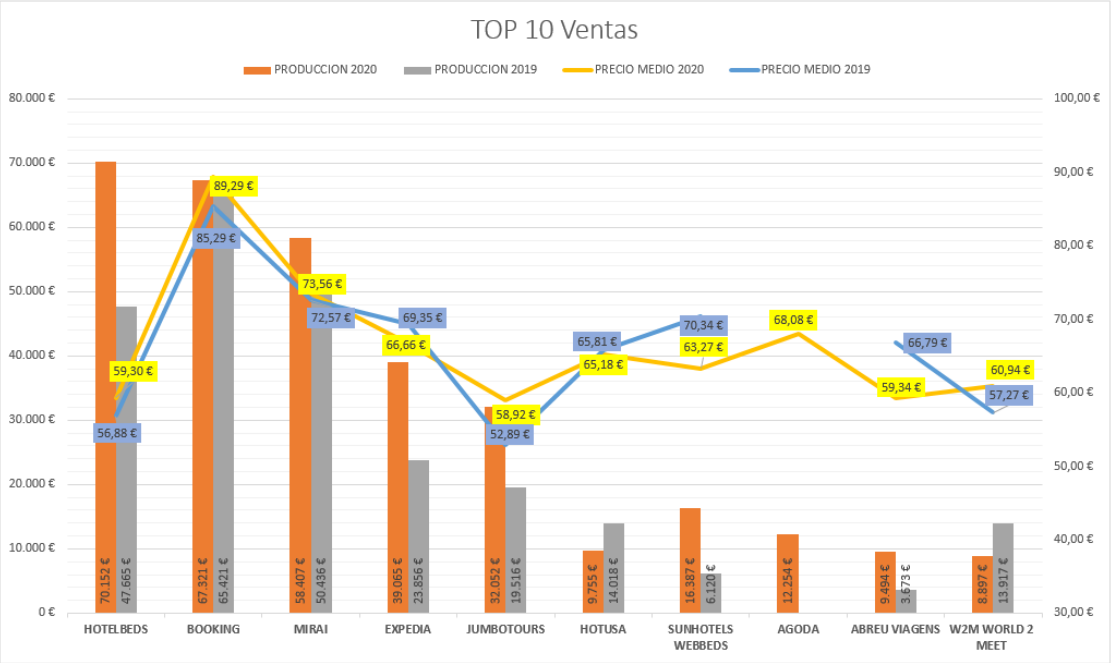
Las grandes cadenas, Meliá, NH, RIU, hicieron una desescalada gradual, priorizando costa e islas y abriendo algunos establecimientos en la ciudad. A partir de septiembre fueron abrieron los establecimientos más corporativos de las ciudades. El motivo no es otro que, julio y agosto son los meses con más baja ocupación hotelera en Madrid.

2. MEDIDAS ADOPTADAS

2.1 Antes de la declaración del estado de alarma:

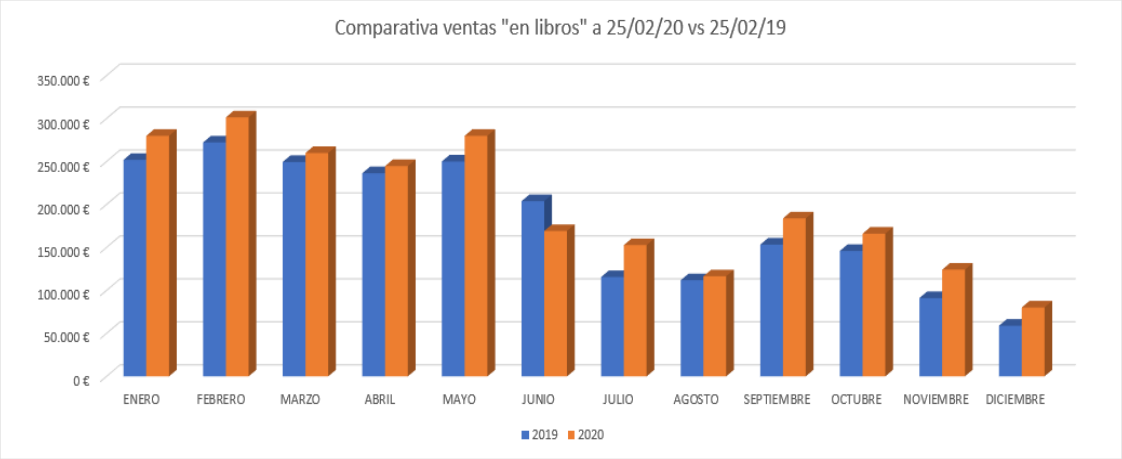
Comerciales:

El primer trimestre llegaba cargado de proyectos, de seguir mejorando nuestro producto. El crecimiento era muy positivo, como lo mostraba la gráfica de ventas de las principales cuentas de los meses de enero y febrero:



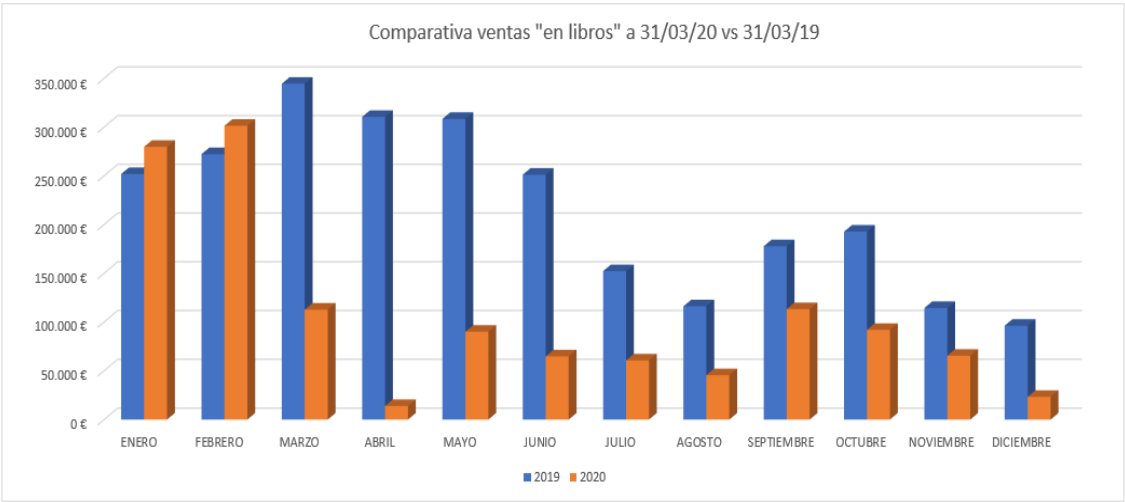
Los gigantes Booking y Hotelbeds, se disputaban como era habitual las primeras posiciones en ventas, con el segundo mostrando unos niveles de crecimiento más destacados. Y nuestra web en tercera posición ganando terreno en la venta directa, arañando cuota de mercado a Booking.

¿Cuál era la situación en ventas antes del 5 de marzo, fecha en la que se empiezan a recibir cancelaciones? Lo vemos con la siguiente gráfica que muestra las ventas realizadas comparándolas con la misma fecha del año anterior. Se incluyen los meses de Enero y Febrero a mes cerrado:



Vemos como, salvo el mes de Junio, todos los meses presentaban una tendencia de mejoría con respecto al año anterior. En Junio de 2019 se celebró la Final de la Champions en Madrid por lo que era previsible esta tendencia.

A 31 de Marzo, solo tres semanas después, la situación era completamente distinta:



Durante los meses de Enero y Febrero, la actividad comercial se mantuvo como venía siendo habitual.

Del 22 al 24.01: Asistencia a la Feria FITUR, en la que se mantienen distintos encuentros comerciales tanto con colaboradores habituales como con posibles nuevos contactos. Durante la feria se alojan en el hotel, directivos y personal de empresas del sector turístico, como viene sucediendo cada año

09.01: Visita de Vanessa Simoes, de la agencia Incoming Emotions, interesada en conocer el hotel para comercializarlo en el segmento de grupos.

13.01: Visita de Desiré Jia de la agencia online CTRIP. Visita de seguimiento de ventas del canal.

15.01: Visita de Isidro Tenorio de B-Quest para analizar cómo se ha comportado el año en las redes sociales.

20.01: Visita de Susanna Dari de Agoda, reunión de seguimiento de la cuenta.

20.01: Visita de Clara Paugan de Group Corner. Agencia especializada en tratamiento de grupos a demanda mediante una plataforma de gestión propia.

23.01: Visita de Ana Paula Fernández del tour operador brasileño CVC Corp, interesados desde hace tiempo en contratar el hotel para venta individual, pero sin opción de poder contratar con ellos las tarifas FIT ya que no podemos, en esta fecha, abrir este segmento a nuevas colaboraciones, y con las tarifas BAR no es posible trabajar ya que no tienen conectividad con Parity Rate, nuestro channel manager. Nos emplazamos a vernos más adelante una vez tengan desarrollada esta conectividad.

05.02: Reunión con Marta Lázaro y María Miñambres de Abreu Online. Reunión que las responsables de la cuenta nos solicitan para analizar el potencial de venta a futuro y manifestar su preocupación ante las acciones agresivas de distribución que competidores directos están llevando a cabo, Hotelbeds entre ellos.

11.02: Reunión con Cecilia Alegre, responsable de MIRAI para el Hotel. Reunión solicitada por el hotel para poner en común acciones de mejora tanto de la página web como de captación de venta directa. Entre otros puntos se definen cambios en el contenido y presentación de los mismos en nuestra web, dar al acceso al hotel al panel de seguimiento en acciones de metabuscadores para un seguimiento de la inversión, migrar lo antes posible al nuevo motor de reservas, condiciones especiales en el precio del desayuno buffet o renegociación de porcentajes de comisión.

11.02: Reunión con Joanna Stopa de Booking. Se analizan los buenos resultados en Booking del año anterior y se analiza la proyección del primer trimestre. Nos comenta que, a pesar de que en la plaza de Madrid los hoteles empiezan a dar señales de agotamiento y disminuyen su potencial de crecimiento en el mes de Enero, nuestro Hotel continúa en la línea del año anterior, siendo de los pocos hoteles que Joanna lleva como contratadora de Booking, que siguen mostrando números de crecimiento tanto en precio como en captación de demanda. Nos informa también que ahora Booking para las reservas de Booking Basic (reservas que Booking compra a terceros con precio por debajo del PVP de venta del hotel) mostrarán el proveedor de la tarifa/habitación y nos indica que prestemos especial atención a la cantidad de habitaciones que compran a Hotelbeds con tarifas FIT.

14.02: Reunión con David García de Expedia, quien al igual que Booking nos felicita por el crecimiento que venimos teniendo con ellos, el cual también se ha mantenido en el mes de Enero. Nos ofrece como posibilidad de crecimiento la participación en un nuevo programa que han desarrollado al que denominan programa VIP, un programa exclusivo que ofrece a las propiedades seleccionadas una mayor visibilidad en los sitios web de Expedia Group a cambio de ofrecer una experiencia superior a los clientes VIP (se requieren +5000€ en reservas para ser cliente Silver y +10.000€ para ser Gold y obtener las ventajas). El programa queda a valoración.

19.02: Visita de Victor Albalat y Aneta Kozera de Lastminute, al igual que en el resto de las reuniones que hemos mantenido, nos muestran su inquietud por la complejidad de la distribución actual, en la cual pierden potencial de venta directa en favor de ventas a través de terceros. También nos indican que compran de forma habitual a Hotelbeds. Nos proponen participar en su programa de empaquetado como acción para dinamizar las ventas, pero, al ser un programa de descuento, queda de momento desestimado en favor de un seguimiento más estrecho por parte del hotel en cuando a la venta online de tarifas destinadas a distribución offline o a descuentos ofrecidos por terceros, al descontar del precio de venta un porcentaje a costa de su comisión de intermediación.

24.02: Se realiza en el hotel una formación del programa de Millenium (PMS del hotel) para poner en común las nuevas funcionalidades del sistema, las dudas que se puedan tener sobre su funcionamiento y proponer mejoras específicas para nuestro hotel.

25.02: Reunión con Juan Antonio de Toyo Publicidad para realizar mejoras en la imagen corporativa.

27.02: Tras habernos reunido con varios colaboradores que nos manifiestan su inquietud ante la distribución tan agresiva que está realizando Hotelbeds, solicitamos una reunión de urgencia con Raquel Cañedo, responsable de contratación para Madrid. No solo teníamos acumuladas pruebas más que suficientes de una fraudulenta distribución de las tarifas FIT en el mercado online a través del portal de Booking, sino que teníamos casos concretos de tarifas de empaquetado distribuidas en abierto y de tarifas exclusivas para la compañía aérea Easyjet accesibles por agencias sin contratar el vuelo o distribuidas a otras compañías aéreas. Tras todas estas incidencias, se le indica que, de persistir en este tipo agresivo de distribución, sin cumplir con las restricciones que cada tarifa tiene por contrato, nos veríamos en la obligación de tomar serias medidas al respecto.

Otras acciones comerciales de estos dos primeros meses:

- Con la integración realizada a finales del año pasado entre nuestro PMS Millenium y nuestro Channel Manager ParityRate, se reestructura todo el entramado de tarifas PVP del hotel y la forma en la que se aplican los suplementos (para Superior y Junior Suite) y los descuentos (para Doble Uso Individual e Individual). Ahora trabajamos con un solo precio de referencia, el precio de la habitación doble estándar. El precio del resto de habitaciones se distribuye en base a un suplemento o descuento fijo sobre este precio de referencia.
- Tras ir detectando de forma reiterada durante el año pasado que el canal de Booking no respetaba el precio del hotel mediante distintas acciones unilaterales de descuento, y sin haber podido llegar a ningún acuerdo de ellos para limitar estas acciones, se decide incrementar el precio de venta que se carga en su plataforma en un 10%. La acción pretende evaluar qué efecto tiene en las ventas este “mark up” y cómo se comporta el canal a la hora de seguir dando disparidades.

En el mes de marzo, evidentemente, la situación comercial se vio directamente afectada. Los cambios se fueron imponiendo de forma tan rápida, que todas las reuniones comerciales fueron canceladas. Así como las nuevas contrataciones.

La primera quincena del mes estuvo enfocada en gestionar las múltiples cancelaciones, tanto individuales como de grupos, que se empezaron a recibir de forma masiva y a diario.

El escenario iba cambiando también de un día para otro:

- En un primer momento solo se aceptaban las cancelaciones cuya política así lo permitía, no era posible cancelar las reservas con política de cancelación no reembolsable.
- En tan solo unos días, se empezó a aplicar una política más flexible y, para las no reembolsables, se ofrecía un cambio de fechas sin penalización.
- En tan solo unos días más, se aplicó una flexibilización total y, aunque se ofrecía a los clientes la posibilidad de cambiar de fechas, si el cliente lo deseaba no se aplicaban gastos para ninguna cancelación.

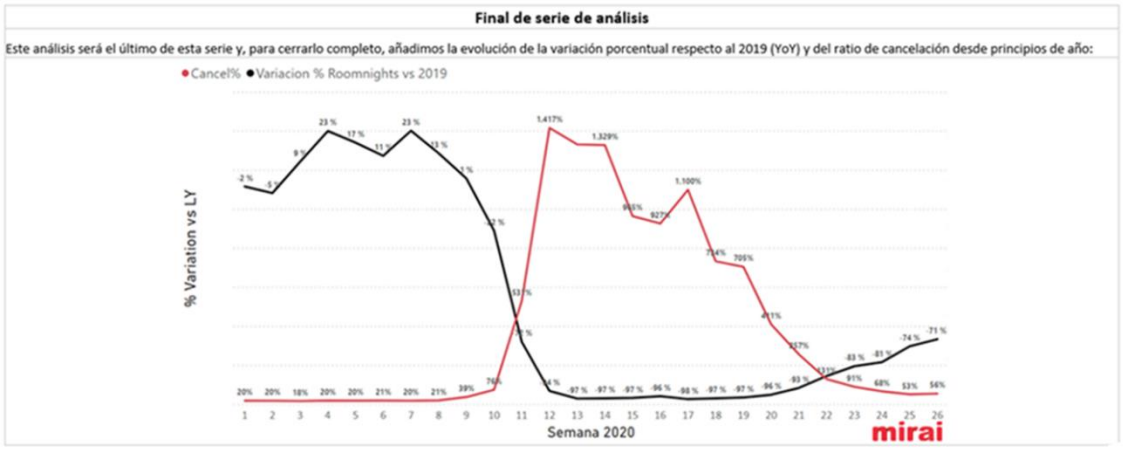
El planteamiento era aplicar toda la flexibilidad posible dentro de un marco razonable.

Entre el 5 y el 10 de Marzo se implementó de inmediato la siguiente política comercial:

- Enfoque de la estrategia de venta en proteger en ADR (precio medio de hab. / día), considerando que el precio no es el factor determinante a la hora de decidir el viaje. Únicamente se ajusta nuestra tarifa al precio actual del mercado sin realizar acciones agresivas de descuento.
- Los segmentos más afectados son el internacional y el corporativo, afectados por la inquietud generalizada, cancelación de eventos y restricciones internacionales de viaje.
- Para captar más cuota de cliente individual se realizan las siguientes acciones:
  - Eliminación del mark up del 10% en Booking. Medida que no afecta al precio medio de venta pero que debe dinamizar este canal.
  - Ante el necesario reajuste tarifario se protege la habitación individual, más sensible al precio, creando un protocolo independiente, tanto en nuestro PMS como en el channel manager (herramienta de actualización automática de disponibilidad y precio en los distintos canales de venta online), para un mejor control.
  - Reapertura de ventas en canales de ventas FIT y aumento de los cupos de habitación en aquellas fechas en las que las cancelaciones tienen mayor impacto.
  - Adelantamos el lanzamiento de las campañas "Spring Sales" y "Summer Sales", normalmente programadas para el mes de Abril, estas campañas solo se lanzan si las ventas de la temporada alta no arrojan las cifras de crecimiento estimadas, por lo que no es una acción que se realice cada año. En esta ocasión se lanza en el mes de Marzo para ventas en Marzo y Abril y algunos días del mes de Mayo. Es una acción promocional "exclusiva de nuestra web propia MIRAI". Sin embargo, tras el decreto de cierre de actividad, la promoción de primavera se desactivó y más adelante lo haríamos con la promoción de verano.
- En la web se da visibilidad a la posibilidad de realizar reservas con política de cancelación flexible.

Hablamos de un periodo de tan solo diez días, desde el 5 al 15 de marzo. El 15 de marzo es el día "uno" del estado de alarma decretado por el gobierno.

Nuestro proveedor web MIRAI, realizó un estudio pormenorizado de cómo se fue comportando la demanda, en este caso de cliente individual, durante el tiempo que el estado de alarma estuvo activo, este comportamiento queda resumido en la siguiente gráfica:



La línea oscura muestra el crecimiento (o decrecimiento) en el volumen de reservas recibidas y la línea roja muestra las cancelaciones. La evolución se muestra por semanas y vemos como desde la

semana 1 hasta la semana siete del año, experimentábamos crecimientos importantes. En la semana 8, finales de febrero, empezamos a caer. Es muy impactante el punto en el gráfico entre la semana 10 (del 2 al 8/03) y la semana 11 (del 9 al 15/03) en el cual las dos curvas se cruzan, para solo en dos semanas más pasar a una total inactividad.

No será hasta la semana 22 (del 25 al 31/05) cuando ambas curvas vuelvan a cruzarse para invertir la tendencia, pero se aprecia como la recuperación será lenta. Si bien las confirmaciones de reservas empiezan a superar las cancelaciones, aún se está lejos de los datos del 2019.

Operativa y Contención de Gastos

Ante la caída de la ocupación las asignaciones de habitaciones se realizaron alojando a los clientes por plantas, desde la primera a la séptima, en ese orden, para concentrar el consumo de suministros y facilitar la operativa diaria. Las plantas que no se ocupaban quedaban cerradas y con todo apagado.

Se eliminó al mozo de apoyo para servicio de maletas de los grupos en domingo.

Se adelantaron vacaciones de los departamentos de pisos y de recepción hasta el inicio del ERTE, disminuyendo el número de personal por turno.

No se solicita personal de las empresas de trabajo temporal (Ett´s), una media de unas 10 personas mes, cubriendo el trabajo con personal propio.

Se posponen los fondeos (limpiezas a fondo) de unas 70 habitaciones, que aún están pendientes de primeros de año, con un coste estimado de personal de unos 2.200€

Se cambiaron las libranzas del Valet, Pablo, que estaba apoyando a mantenimiento 2 días por semana.

Se pospuso el empapelado del pasillo de la planta quinta, que estaba programado para primeros de marzo. Unos 8.000€ + el papel.

Se pospuso la toma de decisión de la ejecución de las ventanas exteriores del Hotel. Con un nuevo coste de 161.172€ con el IVA.

Quedaron canceladas todas las compras (gobernanta y mantenimiento) no indispensables.

Empezamos a negociar con los proveedores y colaboradores “ayudas” y descuentos en las cuotas.

Estaba prevista una incorporación al departamento de recepción a primeros de abril para suplir la baja por embarazo de alto riesgo de Carol López Guirao. La incorporación no tuvo lugar. Cuando la trabajadora finalizó su baja maternal se la envió al ERTE.

Tras la medida de cierre de todos los centros educativos, tanto públicos como privados, son muchas las familias que se encontraron ante la situación de que los niños en edad escolar debían permanecer en sus casas mientras sus padres, ambos, tenían que acudir a sus respectivos puestos de trabajo. Esto supuso un grave problema para muchas familias, situación a la que tampoco fuimos ajenos.

Tras la oportunas conversaciones con el personal afectado con esta medida para conocer su situación y valorar acciones de conciliación familiar, se les priorizó al adelantar vacaciones o adaptar los turnos de trabajo.

2.2 Después de la declaración del estado de alarma:

La declaración del estado de alarma es una situación límite, el país queda prácticamente cerrado, permitiendo a las empresas mantener su actividad, pero decretando el cierre obligatorio de todas aquellas de libre concurrencia de público (museos, salas de fiestas, centros comerciales, etc), así como comercios que no sean de primera necesidad.

Se limitó totalmente la movilidad de los ciudadanos en todo el territorio nacional, quedando solo permitidos los desplazamientos por fuerza mayor u otra de similar magnitud y siempre de forma "individual". La población debió permanecer, en la medida de lo posible, en sus hogares, no se permitió la libre circulación de personas sin causa justificada.

Comerciales:

En esos momentos las acciones comerciales que se pudieron realizar fueron prácticamente nulas y la postura del hotel frente a las cancelaciones o no shows (clientes con reserva que no llegan a presentarse) cambió radicalmente, terminado por aplicar una flexibilización total, como así posteriormente exigió la legislación española.

Después de la declaración del estado de alarma, los gastos de cancelación se flexibilizaron al cien por cien y no se facturaron las reservas de los clientes que no cancelaban, pero que tampoco se presentaban en el hotel.

Desde el 15 de marzo y durante el tiempo que el hotel permaneció cerrado se trabajó principalmente en la comunicación y en la imagen.

En estos tiempos en los que los clientes no estaban realizando búsquedas para viajes o estancias en Madrid, se hacía más necesario mantener una buena y coherente actividad en las redes sociales.

El hotel cierra sus puertas, por primera vez después de 50 años de actividad ininterrumpida, el pasado 26 de marzo por orden gubernamental.

El gobierno establece la fórmula de los ERTE por fuerza mayor y parte del "comité de ventas" comienza a teletrabajar. Durante los meses de Abril, Mayo y Junio, sin ventas para estos meses por estar aún cerrados, ponemos el foco en el último cuatrimestre del año.

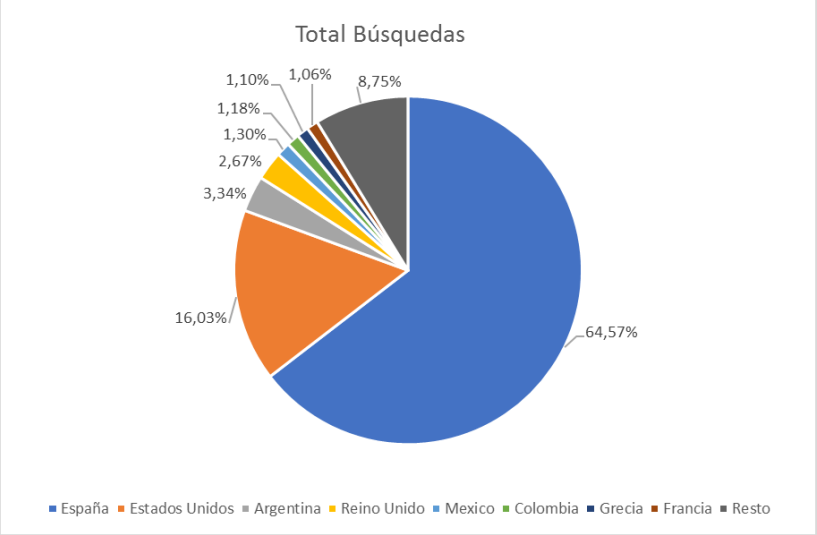
¿Cómo se comportó la demanda para estos meses? Los clientes realizaban búsquedas de alojamiento en nuestra web, no solo cliente nacional, también de otros mercados interesados en recuperar los viajes aplazados cuanto antes, aunque las limitaciones a la movilidad están aún muy activas en muchos países, por el temor a "los casos importados", de difícil seguimiento y complejidad de tratamiento.

Los indicadores empezaron a mostrar una tímida recuperación a partir del mes de mayo en la demanda, principalmente del mes de agosto en adelante.

La demanda en esta fase estuvo marcada por las fases de la "desescalada" fijada por el gobierno. Según el calendario inicial, el cual se fue adaptando según las circunstancias de cada región, el 8 de junio estaba previsto que casi todo el territorio nacional estuviera en "Fase 3", lo que permitía la

movilidad interterritorial en el país. Las búsquedas de disponibilidad realizadas en nuestra web en la semana del 31 de mayo al 7 de junio se dispararon, aunque sin materialización en reservas, la intención de viaje se mantiene, pero latente, a la espera de ver cómo se desarrollaban los acontecimientos.

El mayor porcentaje de estas búsquedas se correspondía, como era de esperar, con cliente nacional, pero nos sorprende el porcentaje de búsquedas desde otros países como, por ejemplo, Estados Unidos, que es, después de España, el mercado desde donde más consultas de disponibilidad empezamos a recibir.



A nivel continente europeo son los británicos los más interesados después del mercado nacional.

Y a nivel continente americano, es Estados Unidos, como ya hemos mencionado, el país con mayor intención de compra.

Se empiezan a recibir algunas reservas para el último cuatrimestre, pero, en este momento, de forma muy tímida, por tres factores principales:

- ✓ La reactivación de los vuelos a nivel europeo es muy limitada, las compañías solo operan aproximadamente el 10% de los vuelos habituales, lo que, unido a la reactivación de la demanda, encarece los billetes aéreos.
- ✓ El mercado doméstico tiene muy poca antelación de compra se concentra sobre todo a 30 días de la fecha de llegada, por lo que, en ese momento, las búsquedas se estaban concentrado para los meses de verano, fechas en las que aún no estábamos abiertos.
- ✓ La flexibilización de las tarifas y la sobre oferta disponible favorecen que el cliente espere hasta el último momento para reservar. No hay conversión, ya que ésta se materializa más próxima la fecha.

El enfoque comercial se centra por tanto en proteger la demanda y el posicionamiento a partir del mes de septiembre ya que, en Madrid, los museos, teatros, espectáculos, etc, deberían haber retomado su actividad y la movilidad ser prácticamente generalizada a nivel nacional.

Son muchos los colaboradores que contactan durante este tiempo con nosotros interesados por la fecha en la que se prevé retomar la actividad, incluso interesándose en disponibilidad para grupos durante el verano. Son comprensivos con la situación de incertidumbre actual, pero, con el fin de

tener clara su estrategia comercial, necesitan saber si cuentan con el producto que tienen contratado con nosotros.

Los turoperadores y agencias mayoristas nos transmiten su intención de mantener su actividad en el último cuatrimestre del año. Por ejemplo, Wamos, nos comunica que su pretensión es la de mantener operaciones durante el verano ya que, aunque el volumen es menor, siguen teniendo clientes dispuestos a viajar.

También se siguen negociando series y se renueva la contratación para el 2021 de los operadores Wamos y VPT.

Para dar una mayor confianza a los clientes y paliar su incertidumbre, se empieza a trabajar en un protocolo de actuación Covid19. Este protocolo se desarrolla siguiendo las indicaciones que la CEHAT (Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos) ha elaborado de la mano del ICTE (Instituto de Calidad Turística de España).

Conscientes de que un factor principal a la hora de decidir sobre el alojamiento a reservar será la "seguridad higiénico-sanitaria", este protocolo se publica en nuestra web, de forma que los clientes pueden consultarlo en cualquier momento del proceso de consulta o reserva. Se puede consultar en el **Anexo 7.**

En la misma línea, se llega a un acuerdo con Quirón Salud, para formar parte de sus dos programas de asistencia sanitaria:

- Medicina Turística: Para asistencia al turista en destino.
- Turismo médico: Como hotel recomendado para los clientes de su red de centros que precisan viajar a Madrid para recibir tratamiento.

Uno de los principales objetivos es seguir trabajando la venta directa a través de nuestra página web. En esta línea se participa en dos iniciativas que MIRAI pone en marcha de forma gratuita para sus hoteles colaboradores:

- The Hotels Network: Herramienta de marketing directo integrada en la web, para hacer llegar mensajes personalizados sobre nuestros productos y servicios. Aplican "machine learning" para influenciar en el comportamiento del usuario y personalizar su experiencia en la *web*.
- Chatbot Quicktext: Esta empresa tiene uno de los "chatbot" más potentes del mercado. Para colaboradores de MIRAI han lanzado su chatbot "Zalia" de forma "gratuita y para siempre". Ofrece menos prestaciones que la versión de pago, pero es un primer paso para conocer mejor la herramienta, sus posibilidades y retorno sin coste para nosotros. El chatbot utiliza inteligencia artificial para responder a las preguntas más frecuentes de los clientes.

Entre las acciones de promoción de venta realizadas en este periodo destacamos:

- Se elimina completamente la tarifa no reembolsable, totalmente inefectiva es estos momentos.
- Se eliminan los suplementos de fecha especiales de la tarifa FIT hasta el 31 de Marzo. Este suplemento se aplica para fechas identificadas como de alta demanda o para los fines de semana.

- Se realizan campañas de comunicación con los clientes informando de la flexibilización de nuestros planes de tarifa y facilitando la posibilidad de aplazar las reservas en vez de cancelar.
- Se modifica el "sistema de tarifas" en nuestra página web al nuevo modelo de MIRAI que es mucho más flexible a la hora de crear nuevos tipos de habitación, tarifas, promociones, códigos de descuento, etc.
- Se activa la promoción especial "Te lo mereces" ofreciendo un 15% de descuento para estancias en el último cuatrimestre.
- Seguimos manteniendo nuestra actividad en redes sociales. Durante las semanas de confinamiento se mantuvo un tono de esperanza y "ánimo", a partir del inicio de la movilidad de la población se empiezan a lanzar mensajes que "inciten a la acción", a conocer y reservar en Madrid.
- Mantenemos contacto permanente con todos nuestros colaboradores para conocer sus impresiones sobre la evolución del mercado y, por supuesto, interesarnos por ellos.

Los clientes de empresa habituales nos manifiestan durante el verano que necesitan empezar a viajar a Madrid en el mes de septiembre, el coste de oportunidad de este cliente es elevado, el riesgo de llegar a perder estos clientes es muy alto si no les atendemos o ven que el mercado mantiene precios que hacen que la tarifa negociada que tenemos con ellos no sea competitiva.

Adicional al trabajo en la gestión de la venta directa a través de nuestra web propia, seguimos colaborando de forma activa en las iniciativas que lanzan las grandes agencias de distribución online. En este sentido, el hotel se incorpora a los programas de reactivación de cuentas como Expedia, Booking y Logitravel.

Expedia pone a disposición del hotel 15.000€ para invertir en posicionamiento "a consumir antes del 31 de diciembre". Para disponer de este crédito Expedia solicita un descuento adicional para su programa de Vuelo+Hotel, prácticamente paralizado, y un descuento para clientes registrados.

Booking lanza un programa de reducir la comisión en un 2% para las reservas de septiembre a cambio de participar en sus programas de hotel preferente y Genius.

Con Logitravel se participa en su programa de "bonos de clientes". Aquellos clientes que reservaron sus vacaciones y decidieron aplazarlas, no cancelarlas, disponen hasta el 31 de Diciembre para saldar los importes pagados. Logitravel selecciona unos 20 hoteles de Madrid para esta campaña.

Las acciones se plantean, no solo para captar más demanda sino para mantener nuestro posicionamiento, ya que este es un indicador bastante sensible, que responde a una combinación complicada que considera varios aspectos: la disponibilidad, el precio, la reputación y el comportamiento anterior del cliente en el entorno web, entre otros.

Para mantener un buen posicionamiento por lo tanto es necesario tener venta activa con la suficiente antelación, ya que el efecto no es inmediato, una vez se reactivan las campañas, las ventas y las inversiones se va "cogiendo velocidad" de forma progresiva. La inversión en Adwords (posicionamiento en Google) se ha mantenido bajo mínimos, aplicando los excedentes de campañas anteriores, pero sin inversión nueva.

Conscientes igualmente de la importancia que la comunicación "directa" tiene en estos momentos se han desarrollado distintas campañas a lo largo de estos meses:

- Campaña de proximidad interesándonos por la situación de nuestros clientes y quedando a su disposición.

- Campaña de comunicación informando de la flexibilización de nuestros planes de tarifa y facilitando la posibilidad de aplazar reservas en vez de cancelar.
- Campañas con promociones exclusivas por ser cliente.
- Campañas de comunicación de la planificación de la apertura.
- Campaña de comunicación a agencias y colaboradores informando de las medidas preventivas frente al Covid que el hotel implementa.

Operativa y contención de gasto:

La realidad es que las medidas a adoptar se tomaron ya antes de la declaración del estado de alarma.

Hasta el sábado 14 de marzo, la situación media era de unas 50/60 habitaciones, pero a partir del decreto de estado de alarma, como hemos indicado, no fue posible facturar las "no llegadas" aunque estuvieran garantizadas, y la media se precipitó vertiginosamente hasta las 10 habitaciones.

En un primer momento, se barajó el posible cierre del Hotel, fueron muchas las empresas que sopesaron si cerraban o no. En nuestro caso, por la localización y entorno teníamos que disponer de una estructura mínima de seguridad del inmueble, para evitar vandalismo, okupas y deterioro de la maquinaría e instalaciones.

- ✓ Empresa de seguridad 24 hrs
- ✓ Mantenimiento, 7 días a la semana.
- ✓ Reservas, 7 días a la semana, con una franja horaria mínima de 9 a 18:00 hrs. para atención a clientes que necesitan saber cómo están sus reservas futuras
- ✓ 1 controlador de toda esta situación

Una vez analizado estos costes, contrastado con varios hoteleros incluidos los de medianas cadenas hoteleras, se decidió mantener el hotel abierto para atender a los clientes que estaban en ruta por Europa y tenían previsto salir hacia sus países vía Madrid e incluso atender con la mínima estructura a los clientes desviados de otros hoteles que habían cerrado.

Ante este escenario de paralización durante quince días, se decidió mantener el hotel con una estructura de "servicios mínimos":

- ✓ un recepcionista por turno, mañana, tarde y noche.
- ✓ una persona de mantenimiento.
- ✓ una camarera de pisos
- ✓ una persona en reservas.
- ✓ el resto del personal sale de vacaciones "forzosas" para ajustar al máximo la plantilla.

Todo el personal mostró su predisposición para adaptarse a la situación y dio toda clase de facilidades para que fuera posible seguir con la actividad manteniendo estos "servicios mínimos". Tan importantes como nuestros clientes, son nuestros empleados y sus familias, e hicimos todo cuanto estuvo en nuestras manos para proteger lo más valioso, nuestro equipo.

Tras publicarse **el 18 de marzo** en el BOE (Boletín Oficial del Estado) la Orden Ministerial de suspensión de apertura de hoteles, se gestionaron las últimos reservas y clientes alojados, los últimos cliente abandonaron el hotel el domingo **22 de marzo**.

A partir de ahí, cerramos nuestras puertas hasta el 3 de septiembre, es decir, durante cinco meses.

En ese tiempo, se tuvieron que gestionar bastantes temas.

- ✓ Comunicación de cierre oficial a la Administración Competente.
- ✓ Preparar las instalaciones del Hotel para un cierre del que desconocíamos su duración. Cubrir mobiliario, corte de suministro eléctrico en plantas, desconexión de maquinaria no necesaria (calderas, aire acondicionado, etc..).
- ✓ Renegociación con proveedores.
- ✓ Gestión del ERTE FM (expediente de regulación temporal de empleo por fuerza mayor) a través de nuestra gestoría Sarot Target Group.
  Ver **Anexo 1** con la evolución del ERTE.

Contrastado el presupuesto de compañías de seguridad 24 horas, 7 días a la semana, se decide dejar un servicio de "vigilancia y seguridad" con nuestros recepcionistas, que queda recogido en el decreto y que aplican la práctica totalidad de hoteles de la ciudad que necesitan servicio de seguridad.

Con este esquema, dejamos 1 persona por turno en vigilancia- recepción (mañana, tarde, noche y libranzas), mantenimiento técnico y a los jefes de departamento teletrabajando desde casa y con briefing telemáticos.

Se elaboran los informes y fichas de procedimientos internos por departamentos. Elaborar estos informes fue un trabajo complejo dado el volumen de fuentes que se tuvieron que consultar para poner en marcha el protocolo más completo y eficaz para nuestros hotel.

- ⇒ Protocolos ICTE (Instituto de Calidad Turística de España) en colaboración con la CEHAT (Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos).
- ⇒ Recomendaciones de la AEHM (Asociación Empresarial Hotelera de Madrid)
- ⇒ Fichas especiales de cumplimiento de medidas y requisitos diseñadas por el ITH (Instituto Tecnológico Hotelero)
- ⇒ Comunicación de la AEPD (Agencia Española de Protección de Datos) sobre tratamiento de la información relativa a la salud.
- ⇒ Guía de limpieza e higienización de hoteles Covid-19 de la AEDH (Asociación Española de Directores de Hotel)
- ⇒ Especificaciones UNE (Asociación Española de Normalización) de Hoteles y Apartamentos Turísticos.
- ⇒ Protocolo para sanidad, comunicación y operativa de la Comunidad de Madrid.
- ⇒ Protocolo del Ministerio de Sanidad de actuación en caso de Covid-19, tanto en clientes como empleados.
- ⇒ Asistencia a Webinars telemáticos organizados por la AEHM para definir los puntos principales a considerar en cada procedimiento.
- ⇒ Consultas a hoteles y empresas de alojamiento del sector para conocer su enfoque y planteamiento cara a la implementación de estas medidas. Se estudia por ejemplo el informe de Paradores, sobre el que finalmente nos basaremos para implementar nuestros procedimientos.
- ⇒ Se comunican estos procedimientos a todas la agencias y colaboradores. Muchos de ellos nos hacen llegar sus directrices propias, como JumboTours, Travco, Logitravel, y se tienen

que analizar todos estos informes para determinar si cumplimos con sus exigencias o hay que introducir adaptaciones.

El resultado se muestra en el **Anexo 7**, con los procedimientos implementados por departamentos, el comunicado a proveedores y clientes y el comunicado publicado en la web.

En los primeros días del mes de Septiembre quedó instalada toda la cartelería de información a clientes sobre medidas Covid-19.
Se instalan mamparas protectoras en la recepción y en la zona de caja de la barra de cafetería.
Se instalan dispensadores de gel hidroalcohólico en los dos ascensores principales y se dispone gel en distintos puntos del hall del hotel.
Se habilita la puerta giratoria como puerta de entrada y la automática corredera como puerta de salida. La entrada de mozos se destina únicamente como entrada de mercancías.

Se diseñaron, antes de la reapertura, códigos especiales QR con la información del hotel y la carta de cafetería. Según las recomendaciones sanitarias y buscando siempre transmitir una imagen de seguridad se generan estos códigos con el objetivo de:

- Eliminación de los elementos de uso compartido.
- Evitar tocas superficies o manipular objetos.

Con el código QR de la habitación el cliente accede a toda la información del hotel, servicios y horarios, restauración y room service, salud y bienestar, información general y ubicación. Donde se indican además la información especial referida el Covid-19.

Con el código QR de la cafetería el cliente accede a la carta de cafetería para poder consultar productos y precios sin necesidad de manipular ningún elemento.





Ambos códigos se han impreso en formato “pegatina”, de modo que en las habitaciones la pegatina se ha colocado en los escritorios y en la cafetería pegado a las mesas.

2.3 A la reapertura del Hotel. 3 de Septiembre.

Una vez sopesados los pros y contras, se decidió abrir el hotel, tal y como tenían previsto hacerlo otros muchos hoteles de nuestra Ciudad, a primeros del mes de septiembre. Es decir, a inicio de la temporada alta habitual.

El día 3 de septiembre el hotel reanudaba su actividad, con mucha ilusión por parte de todo el equipo.

Motivos para la apertura en septiembre:

- Por una menor pérdida, o lo que es lo mismo una **mejora en resultados**, incluso siendo muy moderados en las previsiones de ocupación.
  Durante el periodo en el que el Hotel estuvo cerrado, barajamos infinidad de escenarios y proyecciones. La prórroga de los ertes con exoneraciones variables, hacían presagiar que, a partir de octubre, si se prorrogaban sería prácticamente sin exoneración.
  Con todos los datos de que disponíamos en ese momento, sin concretar descuentos fiscales, ertes, etc., a hotel cerrado, se calculó un margen bruto de explotación mensual en torno a los 85.000/90.000€ de pérdidas y un resultado antes de impuestos, de nuevo mensual, en torno a los **120.000/125.000€ de pérdidas**, después de intereses de préstamos, leasing y amortizaciones.
  Finalmente, los resultados antes de impuestos con hotel abierto, a pesar de todas las limitaciones de movilidad y confinamientos, mejoraron esas previsiones, alcanzando unos resultados correlativos de **-94.108€, -84.647€, -76.778€ y -64.764€** al cierre de ejercicio con ajustes.

- **Apertura de la planta hotelera de la ciudad**. Con independencia de los más de 80 hoteles que ya habían abierto sus puertas desde que el Gobierno autorizó la apertura, la gran mayoría, por no hablar de la totalidad, tenían prevista su apertura para el mes de septiembre. Incluso algunos que abrían por primera vez como el Four Season.
  Ahí quedaban contempladas grandes cadenas, medianas y por supuesto hoteles independientes como el nuestro. Los estudios de grandes compañías como Meliá, NH, RIU, etc., apuntaban a la reactivación de la actividad en nuestra ciudad para ese mes.

- **Ifema**, como gran motor económico, mantenía un 80% de la actividad prevista en el mes de septiembre.

- Algo muy importante a tener en cuenta es que el **restaurador** no podía abrir su actividad si no lo hacía el Hotel, ya que la licencia está a nombre del Hotel. Él tenía el convencimiento que a partir de septiembre despuntaría la actividad en Madrid. Además, tenía a su equipo al 100% en ERTE y no habían cobrado algunos de ellos aún del organismo correspondiente (SEPE), por lo que estaba deseando comenzar la actividad para poder regularizar la situación del equipo. En el mes de septiembre, había varios servicios previstos de pensiones alimenticias que le justificaban poder pagarnos como mínimo el 50% del alquiler, como así quedo facturado.

- **El equipo del Hotel**. A nivel humano está claro que había que intentar normalizar la situación cuanto antes. Cuanto más se tardara en abrir más costaría volver a las rutinas y a los ritmos laborales. Se podía producir un desapego hacía el Hotel.

- La totalidad de las cuentas (Tour operadores y agencias de viajes) nos consultaban con frecuencia sobre la fecha de apertura del hotel. Ni que decir tiene que, los grandes touroperadores que tienen depósitos en el Hotel y por lo tanto cupos de habitaciones, nos requerían continuamente para dar una solución a la mayor brevedad.

- El hotel se incorpora a los programas de reactivación de ventas y demanda de cuentas como Expedia y Logitravel.
  Expedia pone a disposición del hotel 15.000€ para invertir en posicionamiento "a consumir antes del 30 de septiembre". Los informes sobre tendencias de mercado nos indicaban que las búsquedas se realizaban con una antelación de entre 30 y 60 días, pero las confirmaciones se materializaban a más a corto plazo. Realizar esa inversión, (a priori sin coste para el hotel), a largo plazo, supondría perder prácticamente toda su efectividad.
  Logitravel nos incluye en su programa de "bonos de clientes". Aquellos clientes que reservaron sus vacaciones y decidieron aplazarlas, no cancelarlas, disponían hasta el 31 de diciembre para saldar los importes pagados. Logitravel seleccionó unos 20 hoteles de Madrid para esta campaña, la cual es totalmente flexible en condiciones para el hotel, y ya la ha comunicado a sus clientes, pero con ventas cerradas se pierde impacto y credibilidad. De no abrir se perdería el potencial de todas estas campañas.

- Si se plantea una reapertura más allá de primeros de septiembre, todas las reservas que tenemos confirmadas, prácticamente la totalidad de reservas realizadas en fechas anteriores a la declaración del estado de alarma, tendrían que desviarse. Ya no se podría argumentar "causa de fuerza mayor" y los costes asociados a los desvíos se tendrían que asumir, hablamos tanto de reservas individuales como de grupos, algunos de ellos con servicios de restauración y salas.

- Los importes de las reservas no reembolsables que el hotel ya ha cobrado tendrían que devolverse, no se podría plantear al cliente la posibilidad de aplazar su reserva para otra fecha.

- Según se van dando pasos, sobre todo a nivel europeo, en la desescalada, la intención de viaje se va activando. Las consultas a nuestra web se duplican, más del 50% de estas consultas son de mercado nacional, por lo que las búsquedas son para fechas a corto plazo, si los clientes no encuentran disponibilidad, los perdemos.

- Los clientes de empresa habituales del hotel ya nos han manifestado que necesitan viajar a Madrid, si no los atendemos, el coste de oportunidad es elevado, el riesgo de llegar a perder estos clientes es muy alto si no les atendemos. Tenemos una campaña de comunicación preparada para estos clientes que no podemos lanzar hasta tener confirmada la fecha de apertura.

- El posicionamiento no es inmediato, una vez se reactiven las campañas, las ventas y las inversiones, se va "cogiendo velocidad" de forma progresiva.

- Las grandes cuentas con depósito de garantía de habitaciones solicitarán el reembolso del depósito si no tienen recorrido para recuperar ventas con nosotros.

- Todos los indicadores y estudios sobre mercados apuntan que en el mes de septiembre la curva de recuperación será positiva.

- A partir del 15 de Julio, está previsto que no haya restricciones de viaje de ningún tipo a nivel europeo, abriéndose corredores sanitarios internacionales.

A nivel comercial podemos resumir en tres las razones objetivas que recomiendan el inicio de la actividad a partir de Septiembre:

✓ Compromiso con nuestros clientes (tour operadores, agencias de viaje, clientes individuales) y colaboradores.
✓ Unificar nuestra fecha de apertura con el resto de la oferta en Madrid y con el momento previsto de reactivación de la demanda.
✓ Tener recorrido de recuperación con las campañas previstas y contratación actual.

Comercial:

Ineludiblemente, entramos en un ciclo nuevo, y hablamos tanto del presente como del futuro inmediato, en el que la oferta supera, con mucho, a la demanda, a pesar de que en ese momento aún no hubiera abierto la totalidad de la planta hotelera de Madrid, lo que también nos lleva al segundo factor que esta situación desencadena de forma general en un escenario económico como el que estamos viviendo, la adecuación del precio a la baja para ser competitivos en el mercado.

La protección del precio medio ha tenido un seguimiento constante ya desde el inicio, tomándose las primeras medidas en el mismo momento en el que se decretaba el estado de alarma el pasado 15 de marzo. En ese momento se protegió la venta de la habitación individual, mucho más sensible al precio, al ser el producto que mueve una tarifa más económica. Se desvincula de todo el plan tarifario y se maneja de forma independiente para que no se vea especialmente afectada por promociones o descuentos.

Una vez retomada la actividad en el mes de septiembre, se detecta que la habitación doble uso individual (habitación doble ocupada por una persona) también se ve muy afectada por los precios del mercado. Esa habitación, habitualmente, aplica un 20% de descuento sobre el precio de la habitación doble, precio de referencia en todos los canales. Ese descuento sobre los precios de mercado y con las promociones especiales que hemos ido lanzando, perjudicaba mucho la rentabilidad de la habitación.

En un primer momento se ajustó el porcentaje de descuento al 10% para, a día de hoy, tener la habitación el mismo precio, independientemente de la ocupación.

Durante en el mes de septiembre, hemos iniciado lo que hemos denominado “campaña continua de comunicación a cliente corporativo”. Hemos realizado un “mailing” (comunicación por mail) a todos los clientes habituales de empresa, informando de todas las ventajas que el hotel pone a su disposición y esta comunicación se está haciendo extensiva a todas aquellas empresas o agencias especializadas en empresa, de las que conocemos sus datos, bien porque contactan con nosotros a

través de otros canales, bien por ser de sectores que ahora mismo muestran reactivación y tienen proximidad con el hotel.

Este esfuerzo está orientado a captar una mayor, y mejor, venta directa disminuyendo los costes de intermediación, y a intentar una penetración en el mercado corporativo.

Con el mismo enfoque, MIRAI está realizando un importante esfuerzo por implementar nuevos desarrollos para todos sus hoteles colaboradores, además de mejorar su sistema de tarifas y desarrollar la sección de "Alojamiento Seguro", se ponen en marcha las siguientes acciones:

1.- Puesta en marcha de un Club de Fidelización al que se ha migrado nuestra actual propuesta del "Club Amigos Puerta de Toledo" de forma que tanto la captación, gestión y comunicación con nuestros clientes "fieles" sea mucho más ágil.

Se realiza una campaña especial de comunicación por mail a todos los clientes registrados actualmente para que confirmen que continúan formando parte de nuestro club de fidelización, al que hemos llamado "Club15", ya que nuestros clientes disfrutarán "para siempre", aparte de valores añadidos durante su estancia, de un 15% de descuento sobre el PVP.

2.- La sección propia de "comentarios de los clientes" desaparece y se integra con ReviewPro, agencia especializada con la que ya trabajamos, de este modo el cliente dispondrá en nuestra página web propia un mapa completo de los comentarios en otras páginas, como Booking o TripAdvisor, de modo que no tendrá que abandonar nuestra web para realizar consultas sobre opiniones en otras plataformas y se produzcan menos "fugas" de nuestra web.

Para conocer mejor el comportamiento de nuestros clientes y optimizar aún más la venta directa, se finaliza el plan de segmentación de reservas del hotel. De la mano de nuestro PMS Millenium, se ha elaborado un protocolo para identificar cada reserva con su origen o segmento (online, venta directa, venta FIT….) y un subsegmento que identifica que tipo de tarifa ha comprado el cliente. De este modo sabremos "quien" nos vende "que", las tarifas que funcionan para cada segmento, su antelación de compra y otros datos que nos permitirán "afinar" mucho más nuestra estrategia de precios y distribución.

También de la mano de Millenium, se empieza a desarrollar la función "Auto Check-In" de forma que el cliente pueda realizar todo el proceso de recogida de datos (nombre, dirección, etc) desde su dispositivo móvil y en el hotel solo tenga que identificarse con su DNI. Esto disminuirá de forma considerable el tiempo de espera en la recepción a la hora de registrarse. En cuanto a la salida, o el check out, está en marcha la creación de una pasarela de pago con la cual, el cliente, recibe un mail a través del cual puede realizar el pago de su estancia con su tarjeta sin necesidad de estar presente en la recepción. La factura se le puede enviar por correo electrónico.

Todos estos procesos, debidamente estructurados para cumplir con el Reglamento General de Protección de Datos, nos permitirán, además, disponer de una base de datos para seguir fidelizando a los clientes de forma directa.

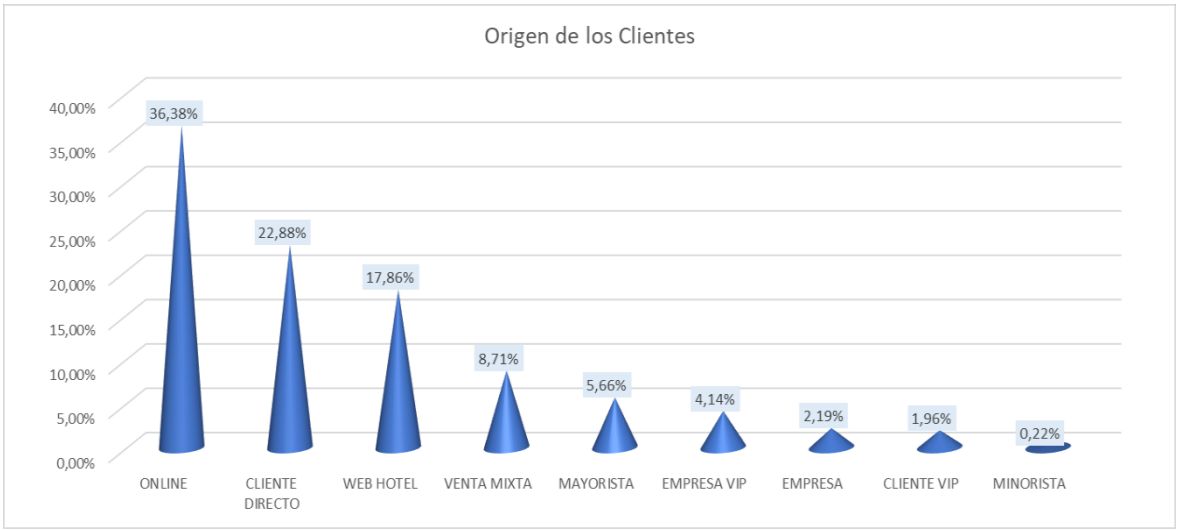
A nivel comercial podemos resumir en tres los puntos en los que nos enfocamos a la reapertura:

1) Compromiso con nuestros clientes y colaboradores.
2) No quedarnos atrás con respecto al resto de los hoteles de Madrid, el cliente es muy voluble, ganar un cliente puede ser más o menos complicado, pero perderlo es muy fácil y recuperarlo tiene un coste muy elevado.
3) Tener recorrido de recuperación con las campañas previstas y contratación actual.

Todos los indicadores que se consultan previos a la reapertura mostraban un escenario de recuperación lento, pero en positivo. Según se fueran reactivando el destino y los mercados emisores y si el sector es capaz de trasmitir la imagen de turismo "seguro", la curva de crecimiento debería coger velocidad.

Durante el mes de septiembre, se mantuvo un "razonable" comportamiento de las ventas, dada la situación.

Analizando los datos de "segmentación" introducido "para cada una de las reservas", para el mes de septiembre obtenemos:



Evidentemente todo el cliente es individual. Si sumamos el cliente que contacta directamente con el que reserva en nuestra web, tenemos que el 40.74% son clientes "directos".

Para el segmento empresa, tenemos en cuenta:

- Empresa VIP: Empresa con tarifa negociada.
- Cliente VIP: Cliente particular con tarifa de empresa negociada.
- Empresa: Cliente identificado de empresa (independientemente de su origen)

El segmento corporativo supuso por lo tanto el 8.29%.

Como cliente online identificamos los que han reservado por internet en lo canales habituales, el 80% de estas estancias proceden del operador Booking.

En la venta mixta tenemos a los grandes operadores que distribuyen tanto tarifas online como tarifas offline (tarifas para vender paquetes con otros servicios, como pueden ser las FIT). Vemos como tienen una cuota de venta muy similar a la del corporativo.

Mayoristas o minoristas, son agencias de viajes tradicionales en función de su modelo de negocio.

Conclusiones:

- Las acciones en captación de cliente directo van dando resultados.
- Ganamos cuota de corporativo.

- La venta online a través de Booking sigue teniendo, como siempre ha sido habitual, mucho peso, por lo que es fundamental mantener un buen posicionamiento.

Operativa y contención de gasto:

Tal y como queda reflejado en la evolución del ERTE, **Anexo 1**, la apertura se realiza con la misma estructura de personal que teníamos a Hotel cerrado y se incrementa tan sólo en 3 camareras al 50%, o lo que es lo mismo una persona y media de recursos en el departamento de pisos.

Se decide, comenzar a trabajar solo con dos plantas (1ª y 2ª) para ahorrar en consumos energéticos y de personal.

Pero ya desde inicio, las nuevas restricciones marcadas por el Gobierno Central y después autonómico, nos llevaron a ocupaciones y precios medios difíciles de manejar, aun así, estábamos convencidos que la decisión de abrir había sido la acertada porque estábamos disminuyendo pérdidas y manteníamos, tanto a nivel de mantenimiento de instalaciones como comercialmente, el Hotel abierto.

2.4 Ajustes ante nuevas restricciones en el último cuatrimestre.

Con la llegada del mes de octubre la situación volvió a complicarse, un aumento en el número de casos hizo que se volvieran a decretar de nuevo medidas de movilidad y de restricción a los viajes principalmente con motivo del puente festivo del 12 de octubre.

Comercial:

La demanda vuelve a disminuir y, aunque no llega paralizarse, hay poco movimiento en ventas, no hay un retorno reseñable a las distintas acciones comerciales y de posicionamiento que se han venido realizando.

El mercado retrocede varios puntos:

- Demanda muy sensible al impacto mediático.
- Mercado afectado por restricciones de viajes entre mercados emisores y receptores.
- En el cliente individual nacional tanto en el segmento de ocio como corporativo se ve afectado por las restricciones de movilidad general de todo el territorio nacional.

Se realizan acciones correctoras:

- Reactivación de las inversiones en SEO/SEM a través de nuestro canal de MIRAI.
- Creación de una habitación especial con política de cancelación más restrictiva para intentar ganar visibilidad con precio.
- Promoción especial en nuestra web propia para captación de demanda de cliente directo.
- Creación de la Habitación Doble + Garaje, para ofrecer el servicio de “parking garantizado” a los clientes que lo reserven en el momento de formalizar la reserva de habitación.
- Tras finalizar el 30/09 el plazo que los dos grandes operadores online, Booking y Expedia, marcaron para sus planes de recuperación, no se han renovado las condiciones especiales que estos planes mantenían, ya que el precio de venta no soporta grandes acciones promocionales de descuento.

De este modo a partir del 01/10 se reduce en Expedia el porcentaje de descuento de su programa de Vuelo+Hotel del 10% al 5% y no se renueva la participación en su programa de miembros registrados, que igualmente ofrecía un 10% para sus miembros activos. Sin embargo, el programa de Booking, Genius, igualmente para clientes registrados de su marca, se mantiene durante el mes de octubre por ser una buena herramienta de visibilidad online.

Nos desvinculamos del programa de bonos de Logitravel.

- Con el colaborador Hotusa se participa en su campaña de "Ventas de Otoño" con un 12% de descuento para las reservas, y estancias, realizadas hasta el 30/11.
- Con el colaborador Welcome Incoming Services se llega a un acuerdo de precios para colaborar en su programa de "ventas privadas" junto con el operador especializado en este segmento "Secret Scapes", ofreciendo un precio fijo para empaquetar y un pequeño cupo de habitaciones.

Durante el mes de octubre se realizaron dos nuevas campañas de comunicación por mail:

- Comunicación a las empresas de administración de fincas y comunidades de vecinos, ofreciendo condiciones especiales para la celebración de las "juntas" en nuestra Sala Toledo.
- Comunicación a más de 300 empresas que tenían prevista sus asistencia a la feria de Biocultura en Madrid, cancelada en su fecha prevista, pero que ponía a disposición de los interesados los contactos de las empresas que tenían previsto participar.

El mes de noviembre fue un mes aún más complicado a la hora de comercializar el hotel debido, una vez más, al aumento en las restricciones de viaje que afectaron a las fechas correspondientes a los puentes del 1 de noviembre (nacional) y el puente del día 9 (local de Madrid). Se perdieron dos fines de semana importantes debido a las restricciones de entrada y salida de la Comunidad de Madrid.

Esta situación se vio agravada al complicarse la incidencia acumulada de contagios en otras comunidades autónomas.

El país se "confina" de forma perimetral por territorios. La venta depende del cliente local y de la escasa demanda de desplazamientos "justificados", por motivos laborales, médicos, atención a personas vulnerables y similares.

El mismo escenario tenemos en el resto de los países europeos, muchos de ellos se enfrentan a una situación más complicada que en el mes de marzo, como los países nórdicos, o se encuentran en una situación similar a la de España como puede ser Francia o el Reino Unido.

A pesar de todo ello, el mes de noviembre presentó un comportamiento mejor al del mes anterior, con una segunda quincena bastante más activa, una vez pasados los días festivos, siempre teniendo en cuenta que los volúmenes que se registran son bajos. De hecho, el mes de noviembre empezó con un porcentaje de ocupación superior al de octubre también al comienzo del mes.

Sí que se observa como las cancelaciones descienden considerablemente, la demanda que existe es de cliente de corto plazo, por lo que la certidumbre del viaje es muy alta lo que afecta al porcentaje de cancelación. Las cancelaciones que se reciben son, o bien residual de cliente internacional que realizó la reserva con mucha antelación, incluso el año anterior, y la han mantenido hasta el último momento con la esperanza de poder viajar, o bien de cliente nacional que, aunque haya reservado con menos plazo, se ve afectado por las restricciones de viaje de las diferentes Comunidades Autónomas.

La situación es de espera latente, ofreciendo flexibilidad a los clientes ante la situación e intentando mantener una posición equilibrada en el mercado, sin acciones nuevas en posicionamiento ni acciones de calado por el nulo impacto que van a tener actualmente. Las campañas que los operadores están poniendo en marcha, las analizamos al detalle y solo se participa en el caso de aportar un elemento diferenciador y garantizar una correcta distribución. Al estar los precios de mercado tan ajustados, tenemos que ser cautos a la hora de lanzar estas campañas.

Al ser el cliente principalmente nacional y "muy de proximidad", los principales esfuerzos los seguimos enfocando a nuestro canal directo y a optimizar la presencia en los escaparates de venta, para permanecer visibles.

Podemos ver en cualquier caso como en el mes de noviembre se quiere hacer notar una ligera modificación en el origen del cliente. Tenemos la misma situación que en los meses previos, cliente nacional principalmente y muy poco internacional. Pero si en octubre casi el 38% de los clientes procedían de Madrid en noviembre se reduce al 23%, con más cuota de otras comunidades autónomas y con un ligero crecimiento del cliente europeo y la aparición, aunque en un porcentaje mínimo, de cliente americano.

Como evento especial del mes de noviembre queremos mencionar la participación del hotel en la edición de la Madrid Hotel Week 2020.

El hotel ha participado en los últimos años en este evento anual que organiza la AEHM Asociación Empresarial Hotelera de Madrid. Se trata de unas jornadas en las que los hoteles organizan diferentes actividades para dar visibilidad a la planta hotelera de la ciudad y acercar los hoteles a los madrileños.

Este año, y dada la situación generada por la pandemia, no teníamos previsto preparar ninguna acción, pero, desde la Madrid Hotel Week, contactaron con nosotros solicitando nuestra colaboración ya que, al permanecer hoteles de Madrid cerrados, necesitaban la mayor participación posible.

Dadas las restricciones de aforo para preparar una acción de tipo presencial y con el fin de reducir al máximo los costes de participación, se lanzó a través de Instagram un concurso de fotografía bajo el hashtag #MadridPuertasAbiertas, reforzando el mensaje de un Madrid acogedor, con mucha historia, patrimonio cultural y artístico, que siempre tiene sus "puertas abiertas" para recibir a sus incondicionales y gente nueva.

Para participar, los concursantes debían subir a su perfil de Instagram, bajo el hashtag indicado, una fotografía de cualquiera de las "Puertas Monumentales de Madrid" (Puerta de Toledo, Puerta de Alcalá, Puerta de Hierro y Puerta de San Vicente).

El concurso ha tenido una gran acogida y nos felicitaron desde la Madrid hotel Week por la iniciativa y el enfoque, tanto es así, que D. Pablo Batlle, director de la MHW2020, nos acompañó en el pequeño acto de entrega de premios que celebramos en el hotel, únicamente con los ganadores.

Dada la gran aceptación de esta acción, se ha valorado mantener el mismo formato para futuras ediciones, de modo que, el concurso de fotografía del Hotel Puerta de Toledo se convierta en un clásico de la MHW. En cada edición se plantearía un tema diferente siempre vinculado a la ciudad.

Durante el mes de diciembre tuvimos una situación similar, con el mismo planteamiento a nivel comercial. Las restricciones se amplían primero al puente de la Constitución afectando del 4 al 13 de diciembre y se mantendrán en muchas comunidades autónomas en un esfuerzo de contención cara las fechas de Navidad, sin embargo, finalmente se mantendrían los cierres perimetrales con el fin de evitar desplazamientos masivos que pudieran ponernos de nuevo en una situación aún más compleja en el mes de enero.

Seguimos manteniendo el pulso a la demanda en el corto plazo y en el mes de diciembre se mejoran los resultados del mes de noviembre. Si en los años anteriores a la pandemia comparábamos las cifras con el mismo mes del año anterior, en estos momentos la referencia es el mes anterior del mismo año. Para evaluar si la tendencia es positiva se comparan, por ejemplo, las ventas de diciembre con las de noviembre del mismo año.

Estimamos que serán necesarios dos años para que los históricos vuelvan a consolidarse y volvamos a realizar comparativas con años naturales.

Por este motivo, contar con una herramienta de análisis como la que el colaborador Hotusa tiene en el mercado, nos pareció muy interesante. Esta herramienta, Smart Revenue, engloba en una sola plataforma de gestión:

- Comparativas de ventas y pick up (captación de venta entre fechas)
- Monitoriza la competencia y el mercado.
- Datos de segmentación.
- Calendario de demanda y fechas calientes de la ciudad.
- Personalización de informes y su descarga en formato Excel.

La herramienta tenía un coste inicial de 200€ al mes, pero se consiguió que Hotusa no nos cobrará esta cuota y nos incluyera la herramienta de forma gratuita en la cuota de marketing que se paga anualmente por contrato.

Del mismo modo, al considerar que la personalización en los mensajes de marketing a través de nuestra web son importantes, se firma contrato con The Hotels Network para continuar con su herramienta de comunicación.

En diciembre se participa en varias campañas de venta que se lanzan tanto desde operadores habituales como de reactivación del destino:

- Campaña Regala Madrid: la Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid en colaboración con la AEHM quiere lanzar una campaña de marketing y

comunicación como apoyo promocional para animar a los madrileños (y otros públicos de provincias limítrofes y ciudades AVE en fases posteriores), a pernoctar (y/o realizar otras actividades) en los hoteles madrileños durante la Navidad. El hotel participa ofreciendo una descuento especial y valores añadidos como salida tardía hasta las 17:0hrs, libro de curiosidades de Madrid y detalle regalo del hotel.

- Campaña TOY de Easyjet y Hotelbeds. Campaña especial para fin de año que el operador EasyJet Holidays lanza a través de Hotelbeds. Campaña especial de descuento para ventas de Easyjet.

Estas campañas, al igual que otras en las que hemos participado con otros operadores, no están teniendo retorno perceptible, es un hecho que conocemos antes de confirmar nuestra inclusión en los programas. Pero lo que se busca principalmente es mantener activa la colaboración con nuestras cuentas habituales, así como con los organismos de promoción del destino.

Están resultando más efectivas las campañas de comunicación directa por lo que seguiremos realizando estas acciones de forma continua.

En el mes de diciembre se realizó, como es habitual, nuestra propia campaña de Navidad con la realización de dos vídeos muy especiales:

- Uno de ellos orientado a su publicación y difusión en redes sociales.
- Y otro algo más corto para enviar una felicitación navideña por mail a todos nuestros colaboradores y contactos. Este último se puede visualizar en el siguiente link https://www.youtube.com/watch?v=7z79knTIYFg&feature=youtu.be

Operativas y de contención de gasto:

A medida que las restricciones se intensificaron, como ocurrió en octubre, fuimos tomando medidas más drásticas, entre ellas con nuestro personal.

A primeros de octubre mandamos al erte al 100% a la gobernanta, al valet y a la limpiadora. Al responsable de mantenimiento lo pasamos de estar a cargo de empresa al 100% al 50% y Gabriel, jefe de ventas, vino a cubrir un turno en recepción al 50% (es decir 2 semanas) para poder ir dando días de vacaciones.

Hay que explicar que, para cubrir un turno, se precisan recursos de 1.60 personas/turno, es decir para que en recepción se puedan cubrir 24 horas, precisaríamos 4.80 personas. Todo ello sin contar posibles bajas, licencias contempladas en convenio, etc..

Teniendo en cuenta que nosotros tenemos 8 personas al 50%, supone un recurso de 4 personas., por lo que para poder dar vacaciones y libranzas habría que completar hasta ese 4,80. Se decidió provisionar el gasto, pero mantenernos con el esquema comentado, hasta ver como evolucionada el Hotel y se decidía si se mantenía abierto.

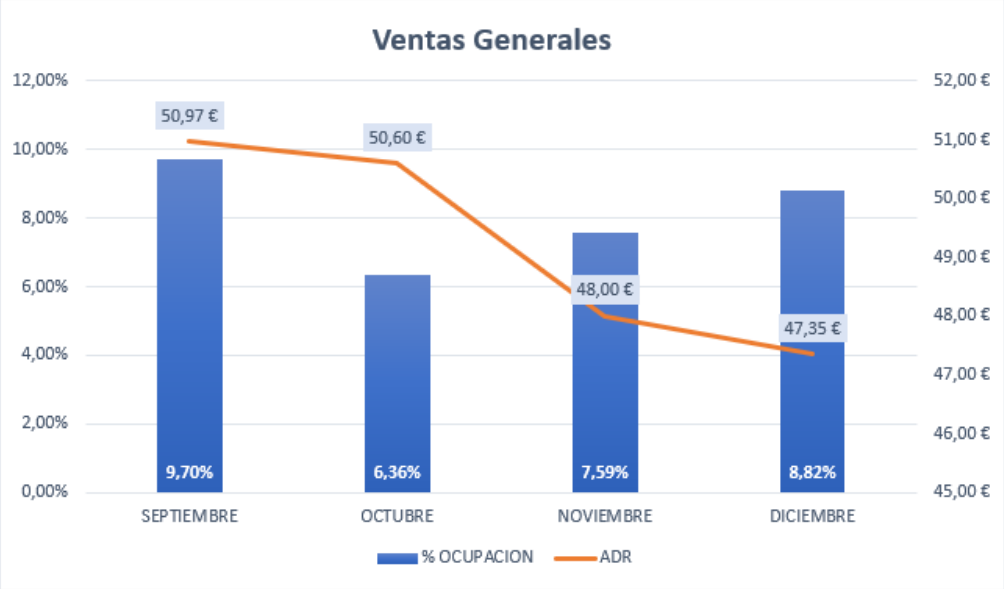
Ver detalle en **Anexo 1.**

En septiembre también se dio una nueva “vuelta” a los proveedores de servicio, a decir verdad, sin enorme éxito, y se volvió a negociar reducciones con don Julio Gutierrez para la renta de alquiler por los locales incorporados al Hotel, que quedaron aún pendientes a final de año.

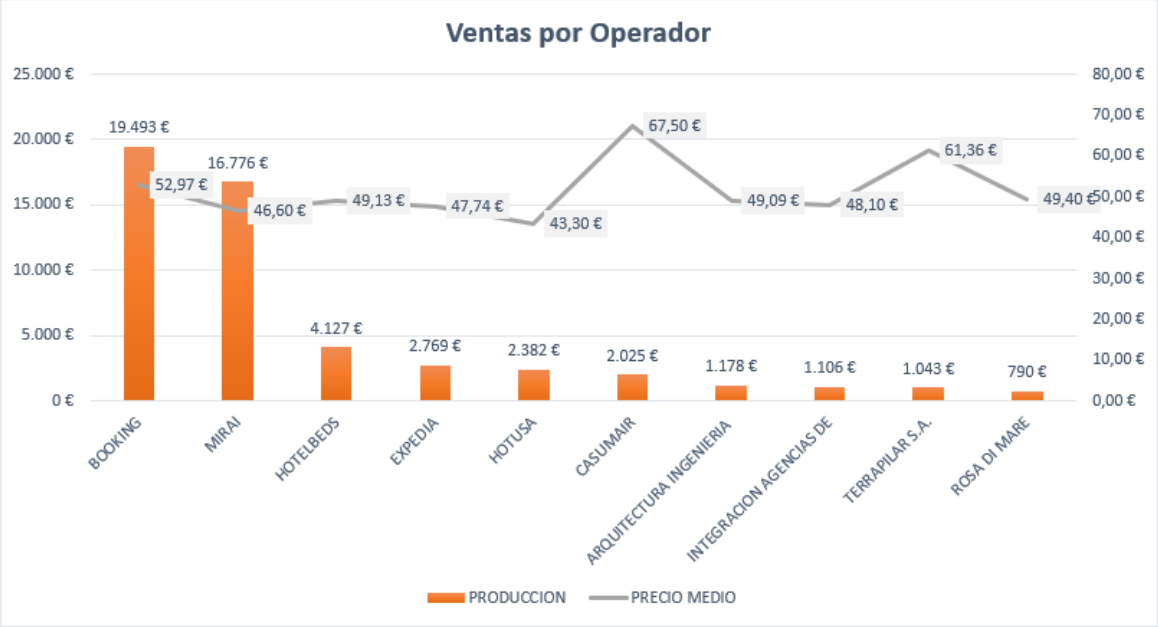
2.5 Gráficas de evolución último cuatrimestre.

Incluimos a continuación gráficas con los datos de venta más significativos. Se incluyen los datos solo del último cuatrimestre por considerarlos los de referencia cara al futuro tanto a corto como a medio plazo.

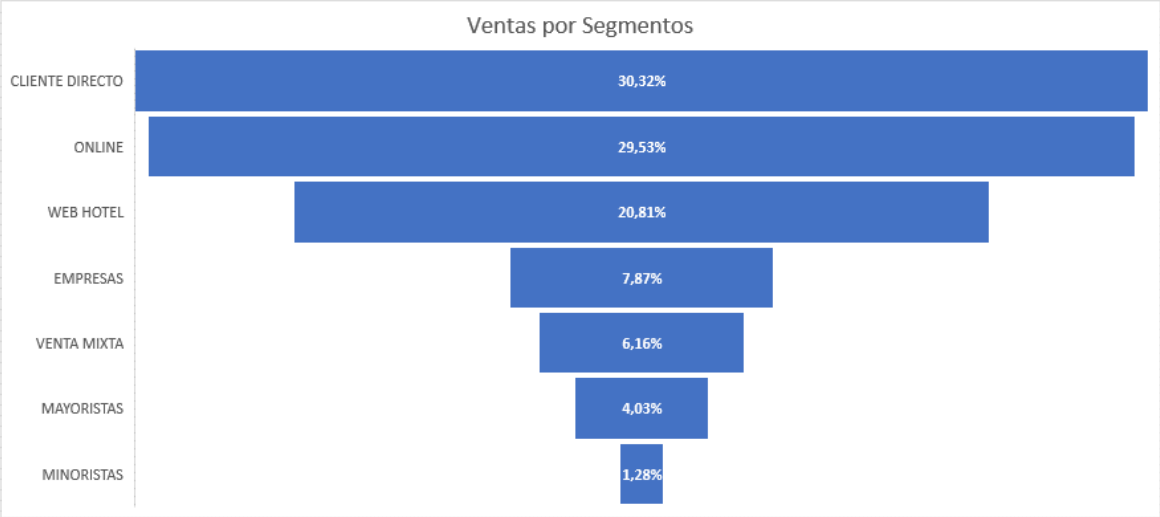
VENTAS GENERALES.



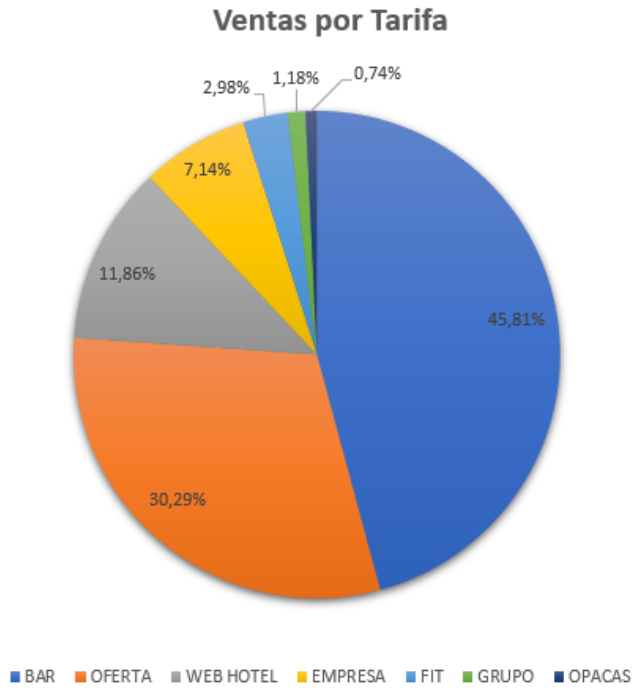
VENTAS POR OPERADOR (VENTAS DE ALOJAMIENTO).



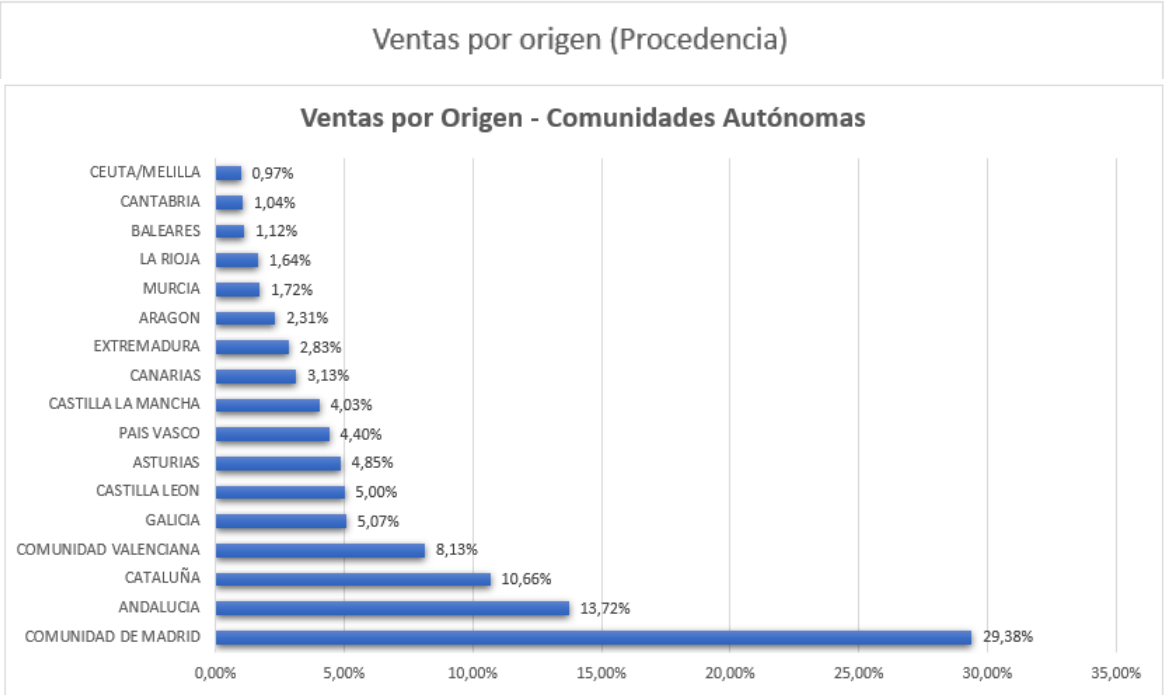
VENTAS POR SEGMENTO



VENTAS POR SUBSEGMENTO (TARIFAS).



VENTAS POR ORIGEN (PROCEDENCIA).



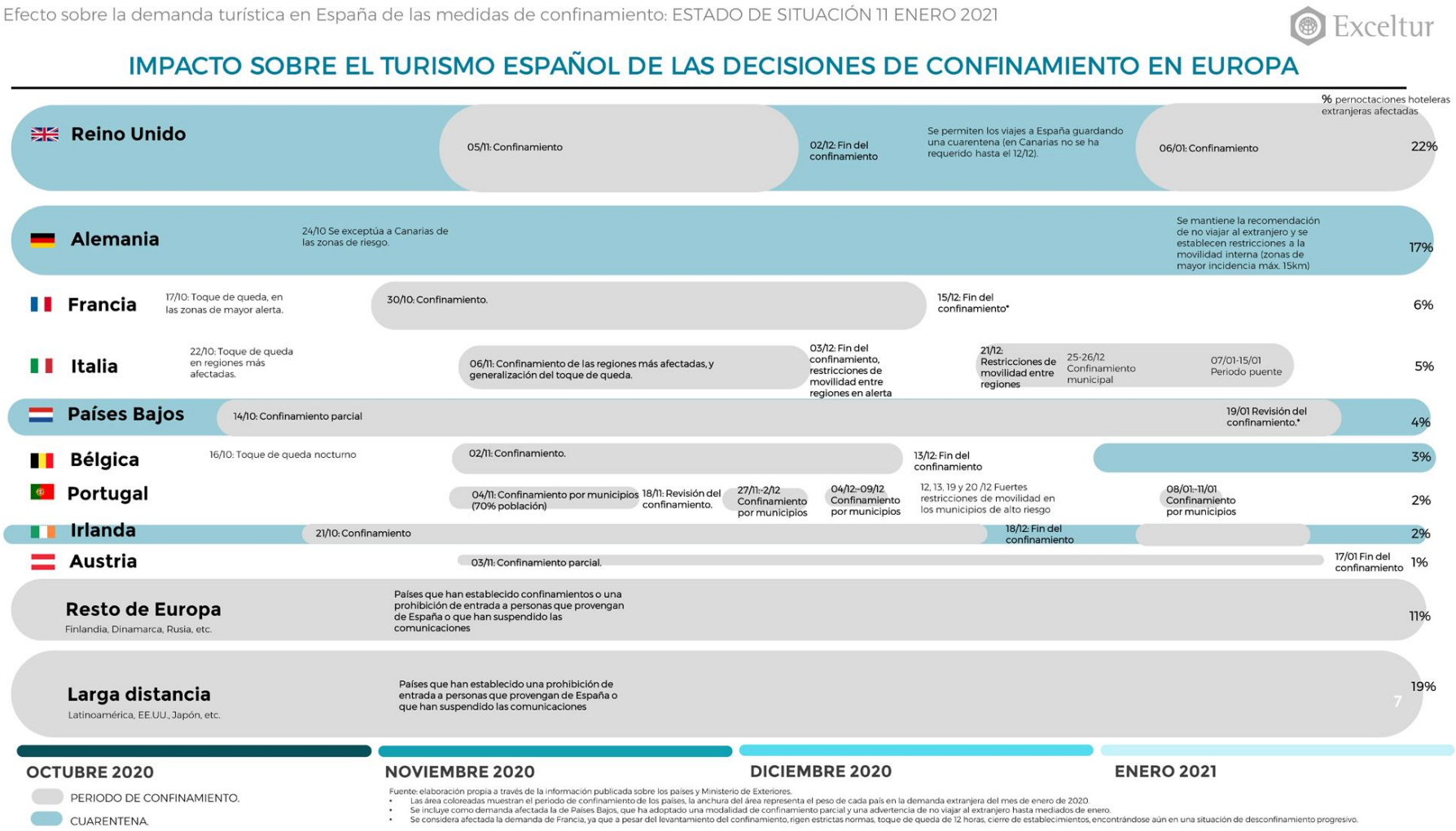
CURVA DE DEMANDA



**Se indican las búsquedas por semanas realizadas en nuestra web, desde la semana de la apertura hasta fin de año. Se observa como los puntos "valle" coinciden con la influencia de las noticias sobre la evolución de la pandemia. A mediados de septiembre se empieza a hablar de la "segunda ola" y la demanda cae, para volver a activarse a finales de noviembre. Si bien no muestra un comportamiento estable hay que entender también que las búsquedas realizadas en una semana se corresponden en un 95% con intención de viaje en la semana siguiente. De ahí por ejemplo que la semana del 14 al 20/12 desciendan, ya que la intención de viaje de la semana siguiente, fechas de Navidad, es baja, para volver a crecer a continuación.

Nos ayuda también a entender el comportamiento de esta demanda como han afectado las restricciones internacionales por mercados de origen, las cuales se detallan en escala de tiempo en la siguiente imagen.

CALENDARIO DE RESTRICCIONES POR PAÍSES:



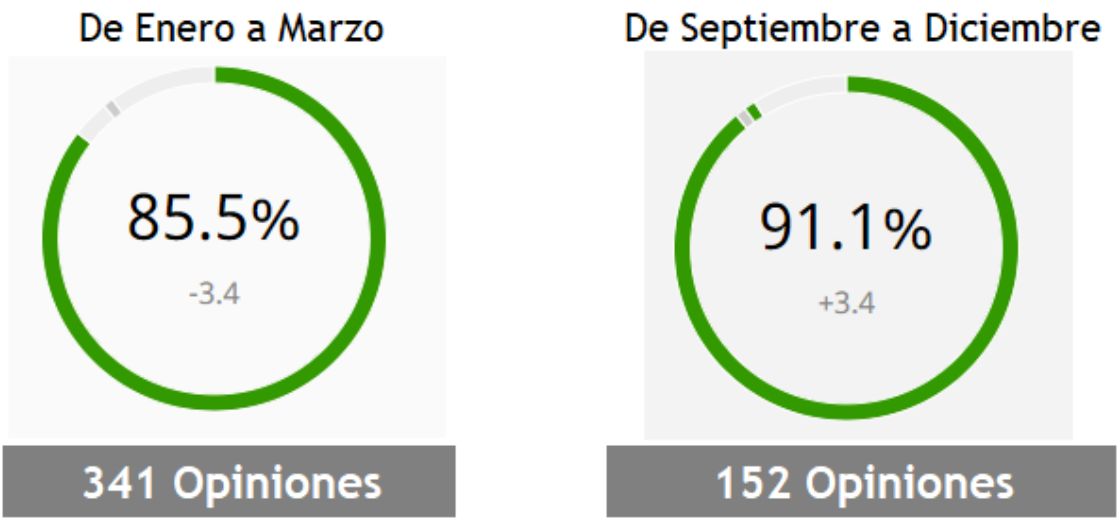
MEDIDAS ADOPTADAS – Gráficas de evolución último cuatrimestre.

2.7 Reputación Online / Redes Sociales:

REPUTACION ONLINE

Evidentemente, tenemos un antes y un después. El cliente y sus preferencias han cambiado y la reputación online del primer trimestre es diferente a la del último cuatrimestre.

Los aspectos de valoración son los mismos, pero hay un salto cualitativo con un descenso cuantitavivo. Que haya menos opiniones al final de año, no es de extrañar, dadas las ocupaciones, pero los clientes tienen una percepción de mejor producto y calidad de servicio:



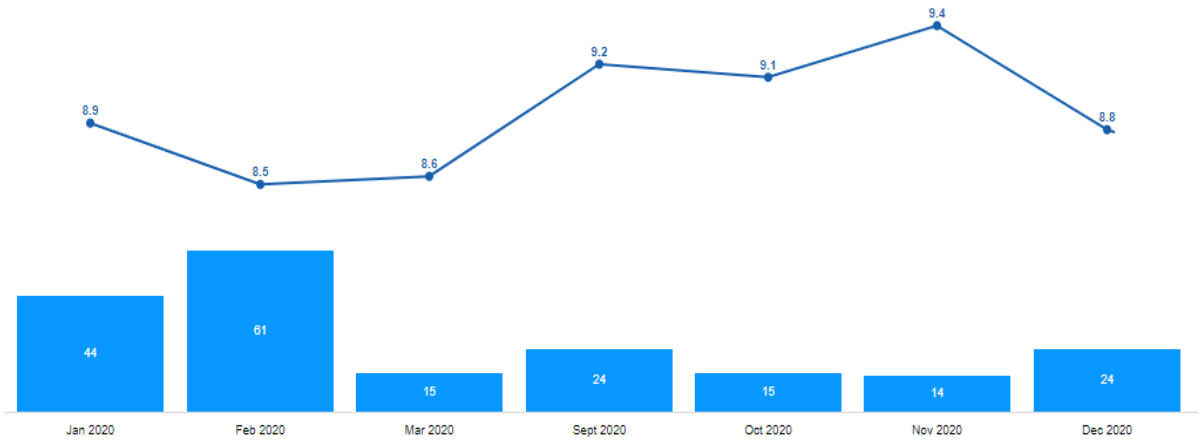
Vemos como la nota media sube del 8.55 del primer trimestre del año al 9.11 al finalizar el año, sin embargo en los últimos meses tuvimos menos de la mitad de opiniones.

Si antes se fijaban más en aspectos como la dificultad de maniobrar en el parking o en los ruidos del exterior. Estos aspectos ya no se mencionan. Las preferencias y expectativas del cliente han cambiado.

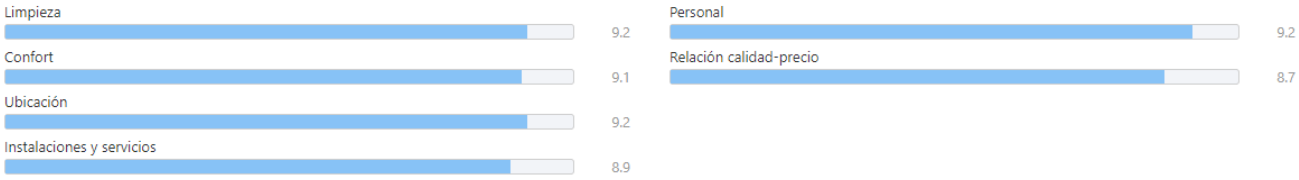
Los clientes están valorando muy bien las medidas adoptadas por el Covid, como la posibilidad de quedarse en la habitación hasta más tarde el día de la salida del hotel, ya que el personal del hotel no entrará en esa habitación, para su limpieza, hasta 24hrs después.

Se está dando prioridad a la asignación de las habitaciones antes de la llegada, lo que nos permite gestionar mejor factores como el ruido o las condiciones del baño. Al personalizar además cada estancia con carta especial de bienvenida y otros detalles, el cliente percibe la dedicación al servicio y a la atención especial, y lo hace ver en sus valoraciones.

En Booking finalizamos el año con una puntuación del 8.8, aunque hemos tenido meses, como el de Noviembre, en el que se ha alcanzado el 9.4



Con la siguiente puntuación por aspectos de valoración:



Categorías básicas:

Son los aspectos más comunes de la experiencia de los clientes. Los valoran ellos y son independientes de tu puntuación general de los comentarios.

Personal	9,1	Ubicación	9,0	Confort	9,0	Instalaciones y servicios	8,7
Limpieza	9,1	Relación calidad-precio	8,4				

Categorías adicionales:

Son las categorías adicionales que podrían servir para promocionar tu alojamiento y distinguirlo del resto ante clientes potenciales. Estas categorías las valoran los clientes y son independientes de tu puntuación general de los comentarios.

Puntuación de la cama	9,2	WiFi	7,8	Café	7,9	Servicio de habitaciones	8,7
Vistas desde la habitación	7,4	Desayuno	8,1				

¿Qué dicen los clientes sobre nosotros en Booking?

Un 56.8% de los comentarios han hecho subir tu puntuación

Las categorías que salen más altas según estos comentarios:

Todo (34)	Relación calidad - precio (1)	Personal (7)	Ubicación (11)	Confort (5)

Limpieza (2)

Estas muy cerca del centro de Madrid y el trasporte público está muy cerca y es muy accesible

La ubicación es su mayor virtud

El trato del personal es exquisito

La limpieza, el servicio de bar y la gente de la recepción

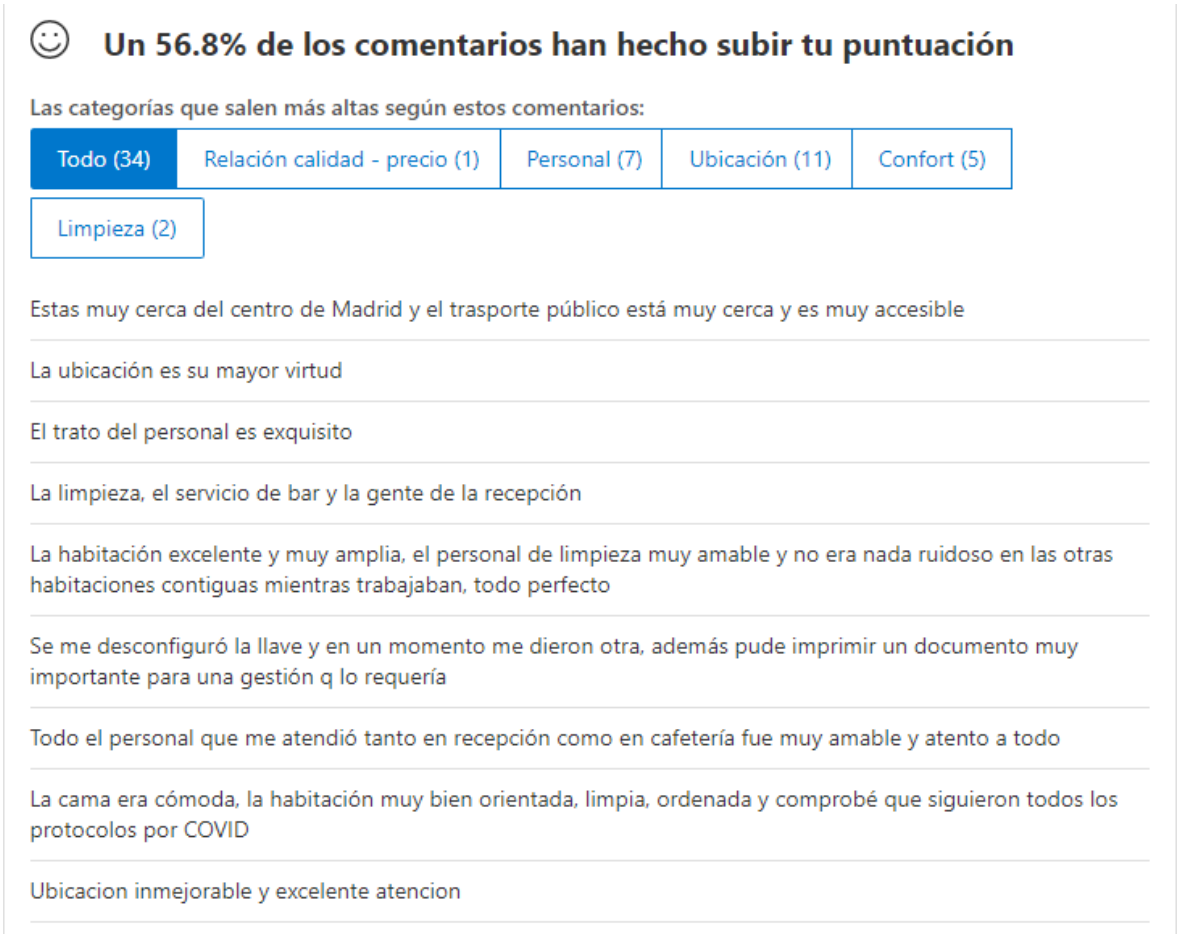
La habitación excelente y muy amplia, el personal de limpieza muy amable y no era nada ruidoso en las otras habitaciones contiguas mientras trabajaban, todo perfecto

Se me desconfiguró la llave y en un momento me dieron otra, además pude imprimir un documento muy importante para una gestión q lo requería

Todo el personal que me atendió tanto en recepción como en cafetería fue muy amable y atento a todo

La cama era cómoda, la habitación muy bien orientada, limpia, ordenada y comprobé que siguieron todos los protocolos por COVID

Ubicacion inmejorable y excelente atencion

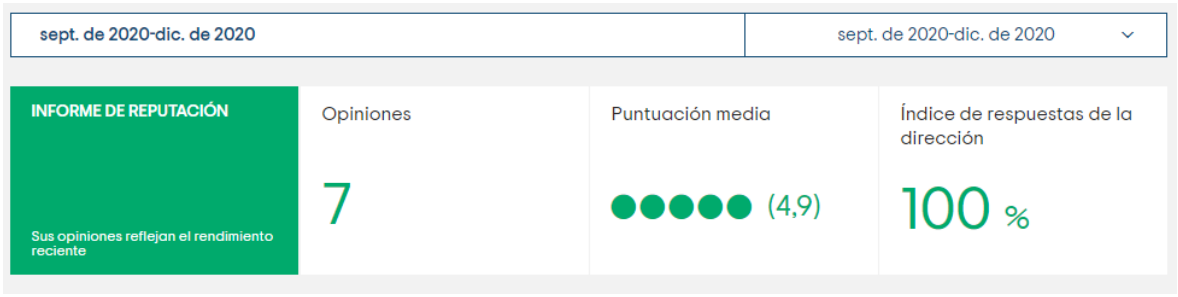


En Tripadvisor teníamos en el primer trimestre un acumulado de un 4.2. En el último cuatrimestre del año se alcanza “casi” la perfección con 4.9/5.

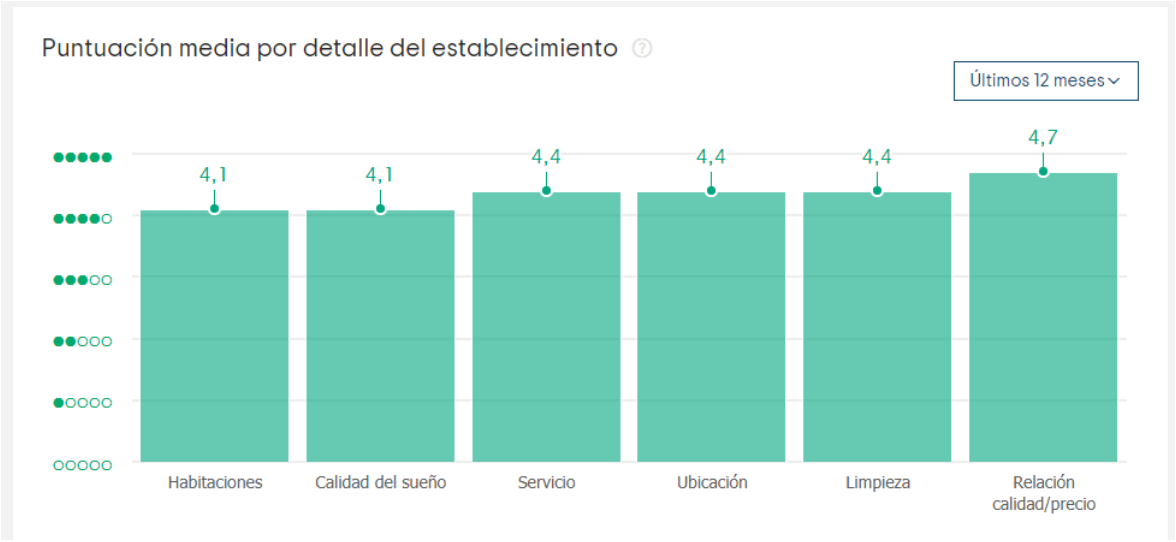
Pero con muchos menos comentarios también, tan solo 7 opiniones se han publicado en el canal.

sept. de 2020-dic. de 2020	sept. de 2020-dic. de 2020

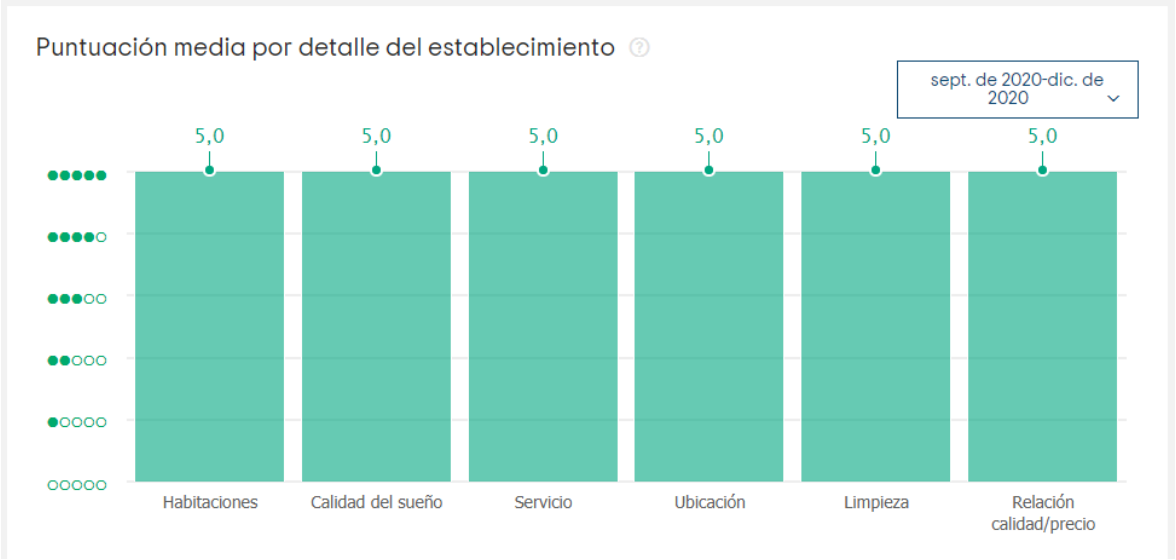
INFORME DE REPUTACIÓN	Opiniones	Puntuación media	Índice de respuestas de la dirección
Sus opiniones reflejan el rendimiento reciente	7	●●●●● (4,9)	100 %



Con la siguiente puntuación por aspectos de valoración acumulada al año 2020:

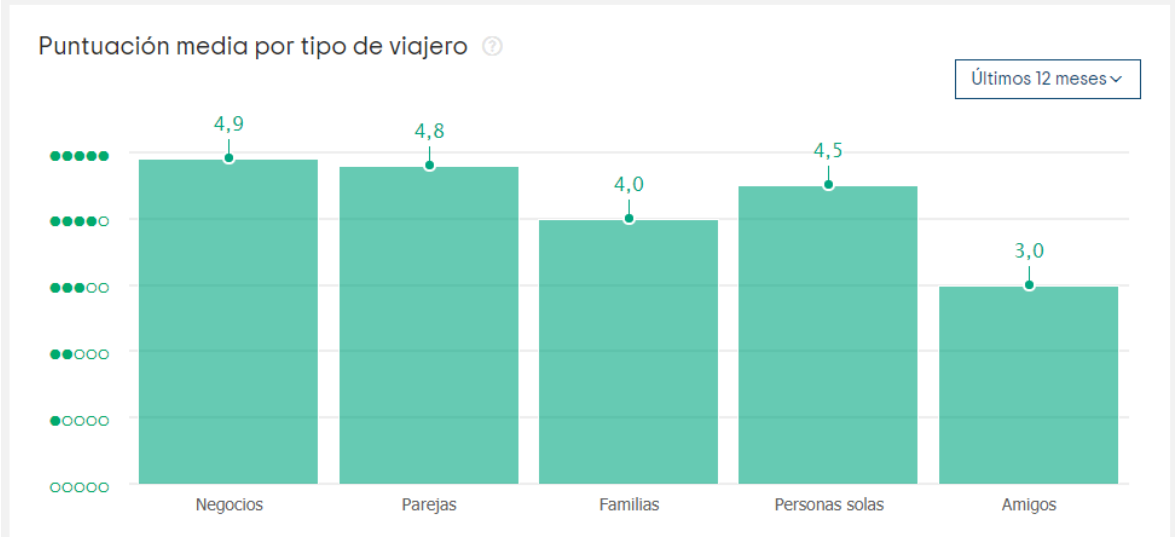


Y la siguiente mejora en los últimos cuatro meses:

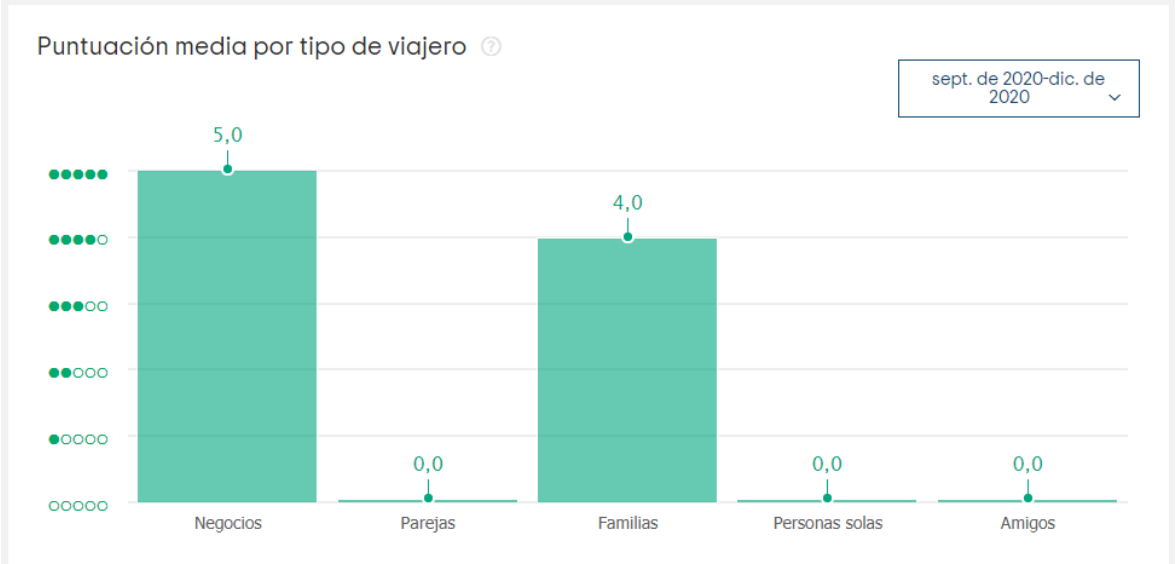


¿Qué clientes se alojado en el hotel y como han cambiado?

En el acumulado del año estos son los grupos de opinión:



Y en los últimos cuatro meses:

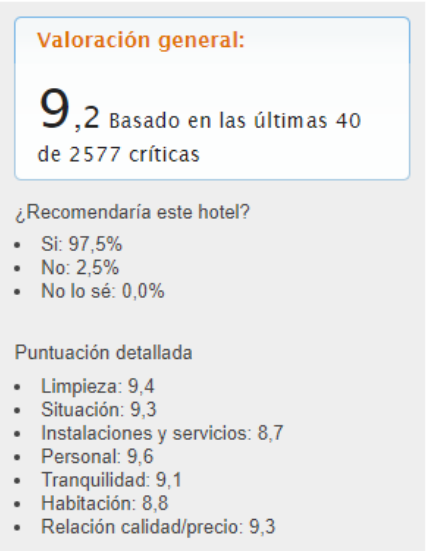


Si bien las opiniones son pocas, es interesante ver como el cliente de “negocios” sigue presente y es el que mejor valora el hotel.

mirai
Apostamos por tu hotel

En MIRAI nos mantenemos a fin de año por encima del sobresaliente.

Sin duda, las acciones de valor interno con las que premiamos a los clientes que reservan por nuestro canal con efectivas.



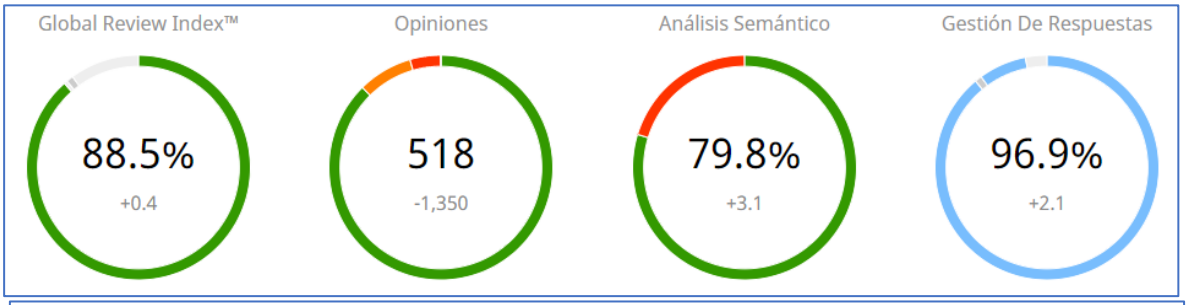
MIRAI eliminó el pasado mes de diciembre la sección de opiniones de los clientes.

Esto quiere decir que ya no se envían encuestas de satisfacción "post estancia". Han decidido dirigir sus recursos hacía otros factores, como el desarrollo de herramientas de marketing, en los que consideran tienen más potencial.

Ahora mismo, y desde mediados de diciembre, la sección de opiniones de nuestra web muestra la puntuación media que indica ReviewPro, nuestra herramienta de gestión de la reputación online, y los comentarios que los clientes muestran en otras plataformas de opinión como Booking. Esto tiene sus ventajas, ya que ahora los clientes no tienen que abandonar la web para conocer las opiniones de otros clientes en otros canales.

ReviewPro
GUEST INTELLIGENCE

MOSTRAMOS A CONTINUACIÓN LOS ÍNDICES QUE NOS MUESTRA REVIEWPRO, COMO HERRAMIENTA PARA EL CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA REPUTACIÓN ONLINE.



Establecimiento	Índice		Opiniones		Competitive Quality Index™
Media de la competencia	**83.9%**	**-0.5**	**504**	**-1,624**	
NH Madrid Ribera del M...	89.8%	+2.4	611	-1,334	107.5%
Hotel Puerta De Toledo	88.5%	+0.4	518	-1,350	105.5%
Hotel Ganivet	85.9%	-1.3	943	-2,289	101.8%
Hotel Principe Pio	83.1%	+1.0	401	-1,995	97.8%
Hotel Madrid Gran Vía ...	80.3%	-1.0	392	-1,837	93.9%
Holiday Inn Madrid - P...	80.2%	-3.7	174	-665	93.8%

Departamento	Índice		Objetivo	Opiniones		Menciones			
GRI™	88.5%	+0.4	90.0%	518	-1,350	80%	20%	+3.1
Servicio	82.0%	-2.9		86	-192	93%	7%	+8.2
Calidad-precio	84.3%	+2.3		79	-127	65%	35%	+10.5
Ubicación	91.6%	-2.2		77	-165	93%	7%	-2.2
Habitación	85.8%	+0.8		76	-170	67%	33%	+3.0
Limpieza	91.2%	-2.2		75	-163	88%	12%	+0.4
Decoración	90.1%	+0.0		0	-23	95%	5%	+5.8
Gastronomía	84.2%	+1.6		0	-17	69%	31%	-1.5

Tipo de Viaje

Grupo mayoritario

40.0% +5.2

En Pareja

Opiniones

88 -203



- En Pareja 40.0%
- En Solitario 22.3%
- De Negocios 18.2%

Grupo	Índice		Opiniones		% Respuestas	
En Pareja	88.4%	+0.0	88	-203	40.0%	+5.2
En Solitario	89.2%	+1.6	49	-137	22.3%	+0.1
De Negocios	85.6%	-0.5	40	-57	18.2%	+6.6
Familias	87.4%	-0.9	31	-124	14.1%	-4.4
Grupos	91.4%	+1.9	8	-84	3.6%	-7.4
Otro	88.1%	+4.0	4	-12	1.8%	-0.1

Recomendado

Respuesta más Frecuente

100% +0.9 Si

Respuestas

73 -144



- Si 100%
- No 0%

PuertaToledoH en Twitter:

Al buen nivel en la adquisición de nuevos seguidores en Twitter acumulado a Febrero, con un buen número de interacciones en función de la audiencia en ese mes de unos 1.835 seguidores, le sigue un mes de Marzo en el que todo el tráfico cambia a partir del día 13. Muchos otros perfiles, de otros hoteles, han detenido sus acciones, pero nosotros apostamos por seguir siendo activos en redes, manteniendo un buen nivel en la adquisición de nuevos seguidores superando incluso meses anteriores, lo que nos indica que hemos ofrecido un contenido acorde a las circunstancias que mantiene el interés de la audiencia.

En el mes de Septiembre la nueva apertura fue muy señalada y fuente de interacciones. Se mantiene un buen nivel de adquisición de nuevos seguidores y parece que se sigue apreciando una recuperación en el interés de la audiencia en esta red.

Durante el resto del año se mantienen los mensajes recordando que estamos abiertos e intentando provocar en la audiencia un interés más concreto en la reserva a corto plazo.

Al final de año, las redes no son ajenas al escenario de permanentes cambios que no permiten estabilidad alguna. En Twitter se mantiene un buen nivel de crecimiento de la comunidad, aunque hubo un par de días con “ajustes” de Twitter, y se consigue mantener el interés de la audiencia.

Hotel Puerta de Toledo Madrid En Facebook:

Un canal un poco más difícil a la hora de obtener resultados y, aunque los valores de alcance e interacciones han sido irregulares durante estos meses, se ha trabajado en su estabilización.

A un primer trimestre en el que se sigue atrayendo audiencia mediante la publicación de posts relevantes y de interés para nuestra comunidad, a la vez que se exploran nuevas vías para interacción con la misma, mediante preguntas, retos, encuestas, etc., le sigue un periodo a partir de Marzo en que, evidentemente, se cambia el tono mediante la publicación de posts emotivos, sugerentes e inspiradores para nuestra comunidad, a la vez que exploramos nuevas vías para la interacción, mediante algunas preguntas (retomadas con prudencia y sensibilidad).
En cuanto al análisis de la competencia, muchos han dejado de publicar o han cancelado campañas de pago,lo que dibuja un panorama en el que se puede marcar la diferencia, comunicando y conversando con nuestra audiencia.

A raíz de la apertura se sigue atrayendo audiencia mediante la publicación de posts emotivos, sugerentes e inspiradores para nuestra comunidad, así como mensajes que promuevan la planificación de viaje/visita a Madrid a corto plazo. En cuanto al análisis de la competencia, seguimos marcando la diferencia en crecimiento, y el engagement parece que se empieza a estabilizar. También se aprecian fuertes campañas de pago de nuestros competidores.

Esta estrategia de comunicación se mantendrá el resto del año, ya que los constantes cambios en la situación global no permiten acciones más concretas o de enfoque.

hotelpuertadetoledo En Instagram:

Hasta Febrero se mantuvo un buen nivel de crecimiento con un nivel de engagement y de interacción muy razonable, aunque siempre mejorable. Durante el mes de Marzo el perfil de Instagram se ralentiza ligeramente.

Vemos que las imágenes que mejor funcionan son las de exterior, puro destino, e inspiradoras/solidarias. En este tipo de contenido se centrar la estrategia, intentando seguir el ritmo de las circunstancias y de las noticias que vayan surgiendo. Se utilizan especialmente imágenes inspiracionales y emotivas, manteniendo un alto nivel de sensibilidad, ya que, en esta red, las imágenes son siempre las protagonistas.

En los meses posteriores a la apertura en Septiembre, se ha mantenido un ritmo alto en el perfil de Instagram, tanto en cuanto a crecimiento, como en interacción, con valores muy razonables, se empiezan a recuperar los anteriores a la crisis, con algo menos de engagement y menor interacción.

Destacamos la buena acogida que tuvo durante el mes de Noviembre la acción #MadridPuertasAbiertas con motivo de la Madrid Hotel Week 2020 que dinamizó mucho este canal cara a la última etapa del año.

3 RESULTADOS DE GESTION AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

- **INGRESOS**

Hasta el mes de febrero, nada hacía prever que no íbamos a tener otro año histórico en cuanto a ingresos y resultados, pero la aparición de la pandemia Covid19 ha dejado un escenario cuanto menos desolador.

Ni recabando datos de los periodos de crisis más profunda 2009/2011 podemos encontrar esos registros.

El total de producción del año alcanza los 809.073€. Como "otros ingresos" aparece la cifra de 26.728€, que se corresponde con el ingreso extraordinario de lucro cesante del siniestro del año anterior en el tejado. Por lo tanto, el total de ingresos asciende a la cantidad de **835.800€**, frente a los 4.217.613€ realizados en 2019.

Teniendo en cuenta que el Hotel permaneció cerrado desde el 23 de marzo al 3 de septiembre, alcanzamos una ocupación media de habitaciones de un **31.60%** a un precio medio de **63.01€**, frente al 80.00% de ocupación de habitaciones, con 71,21€ de precio medio realizados en 2019.

Como es habitual la partida de ingresos por alojamiento es la de mayor peso sobre el total de nuestros ingresos alcanzando un 83,60%.

Otra de las partidas muy importante en nuestra gestión son los ingresos obtenidos del restaurador (empresa externa que gestiona los servicios de comida y bebida del Hotel). Para 2020, teníamos previsto ingresar la cantidad de 95.750€ en concepto de cesión de espacios. Y en 2019 facturamos la cantidad de 435.452€ como total de ingresos de servicio de terceros, del cual nosotros ganamos un diferencial en torno al 10/12%, el pasado año fue de un 13.87%.
La realidad es que el Hotel no puede funcionar sin los servicios de comida y bebida y a su vez el restaurador no puede ejercer su actividad sin el Hotel.
Hay que tener en cuenta que la licencia de actividad es del Hotel, por lo tanto, el restaurador no puede abrir su actividad si el Hotel no está en funcionamiento. Por otro lado, el acuerdo con la empresa externa (antes Café & Té y ahora Food & Gourmet) no es un simple arrendamiento de local está basado en el negocio que le aporta el Hotel y en esa base nos paga un diferencial por los servicios y, como indicábamos antes, una cantidad por el concepto de "cesión de espacios".
Dicho lo anterior, cuando comenzó la pandemia, las limitaciones de servicios e incluso nuestro propio cierre de actividad, fuimos negociando en cada periodo lo que podríamos facturarle. No queríamos tensar excesivamente la cuerda ya que, si el servicio lo tuviéramos que dar nosotros, sería mucho más costoso (por los diferentes convenios laborales).
Así llegamos a facturar la cifra 32.800€ por la cesión de espacios y hemos obtenido un margen de servicio a terceros de 11.693€, todo ello después de haber tenido cerrado el Hotel durante 5 meses y con 10.738 desayunos frente a los 63.565 desayunos realizados en 2019, es decir un 83,11% menos de clientes que desayunaron y con una facturación de 73.940€ (desayunos, bar y restaurante) frente a 438.452€ facturados por esos conceptos en 2019.

El resto de ingresos, en mayor o menor medida han sido proporcionales a la menor actividad por lo que no se detallan.

- **GASTOS**

Por motivos obvios, este año no realizaremos los comparativos de gastos ni la evolución de resultados en base a ratios de gestión, ya que distorsionaría las cifras. Aun así, intentaremos analizar cada una de las partidas reseñables.

Personal

El primer gasto de envergadura al que se encuentra sometido el Hotel es el de personal. La plantilla media acumulada fue de 13.24 personas más 1.47 personas de ett lo que arroja un total de 14.71 personas de media frente a las 39.21 personas (29.77 + 9.44) que trabajaron en 2019. Como explicaremos en detalle en el informe de gestión, tuvimos que realizar un erte con fecha 1 de abril.
En el mes de diciembre, después de los ajustes habituales al cierre de año, termina con un gasto total por importe de 19.522€.
El gasto acumulado total asciende a **662.992€**, frente al 1.488.852€ realizado en 2019.

Si analizamos partida a partida, nos encontramos con el epígrafe de **sueldos y salarios** con un importe total de **457.104€** y que quedaría desglosado según detalle:

Sueldos	338.963,39€
Pagas extra junio	25.072,49€
Paga extra diciembre	23.619,89€
Previsión vacaciones no disfrutadas	12.639,73€
Despido Maribel Rodriguez	56.808,50€

En **gratificaciones incentivos y premios**, con un importe total de **9.120€** frente a 79.667€ realizados en 2019, quedan recogidos desde el premio de vinculación de Angela Sánchez que queda jubilada al 100%, al premio de natalidad de la recepcionista Carolina López Guerao, una pequeña diferencia en el salario variable 2019 y una gratificación por prácticas.

La partida de seguros sociales lleva aplicada las exoneraciones recibidas desde abril a diciembre. El gasto 2020 asciende a 149.022€ frente a 247.150€ de 2019.

En **empresa de trabajo temporal** (ett) tenemos el gasto realizado en los meses de enero, febrero y parte de marzo, con un total de **42.911€** frente a los 269.732€ gastados el año anterior.

Por último, en **otros gastos sociales**, una vez ajustadas las previsiones, finalizamos con un gasto acumulado de **4.835€** frente a 15.144€ realizados en 2019. Recordamos que en esta partida se recogen gastos como el seguro de vida de empleados, las cuotas a la empresa de riesgo laboral, la uniformidad, las revisiones médicas y un largo etc.. todo ello, obviamente requerido en el convenio de hospedaje de la Comunidad de Madrid.

Las **mercancías y materiales** tienen un coste acumulado de **24.899€** frente a los 78.234€ realizados en 2019.

El gasto acumulado de **lavandería externa** supone 33.275€ frente a 91.692€ realizados en año anterior.

Otros gastos financieros tiene un gasto acumulado de 7.429€ frente a 25.430€. Recordamos que aquí quedan recogidos principalmente los gastos de comisiones de tarjetas de crédito de clientes y algunos intereses de préstamos para gestión.

En el **arriendo de los salones** finalizamos con un gasto de 66.500€ frente a 84.000€ previstos en presupuesto y realizados el año anterior.
Ya desde inicio de la pandemia empezamos a negociar reducciones en base a la situación Covid, pero siempre argumentando su situación personal, sólo cedió a condonar la renta del mes de abril. A partir de ahí, intentando ejercer presión, le mandamos una carta anunciándole que sólo podríamos pagar el 30% de la renta y le ingresamos ese importe. Nos devolvió el mismo de forma inmediata y a partir de ahí se forzaron las negociaciones, hasta que, finalmente, en diciembre intervino el presidente para conseguir un acuerdo con una reducción del 50% de la renta desde octubre 2020 a diciembre 2021.
Por todo ello, la cantidad conseguida como reducción para 2020 es de 17.500€.

Referente a los **impuestos**, el Ayuntamiento de la Ciudad, aprobó una reducción de un 25% sobre el IBI (impuesto de bienes inmuebles), IAE (impuesto de actividades económicas) y la exoneración al 100% de la cuota por terrazas y veladores.

Gestión de residuos. Hace ya varios años que contratamos una empresa privada para realizar la gestión de residuos en el Hotel. La decisión se tomó por razones económicas y de mejora de servicios.
Este año, durante los meses que el Hotel estuvo cerrado sólo pagamos la tasa obligatoria y a partir de septiembre, negociamos una reducción en los servicios. Se ha conseguido una reducción de un 50% sobre el coste total del año.

Contratos de mantenimiento. A pesar de que las negociaciones han sido intensas con todos y cada uno de los mantenedores, los resultados obtenidos han sido muy dispares. Desde proveedores que no han facturado nada durante los meses que el Hotel estuvo cerrado y después han aplicado reducciones del 50% a proveedores que tan sólo han aplazado el cobro de las cuotas. Ver detalle en el informe de gestión.
Hay que recordar que la mayoría de los mantenimientos son obligatorios y que por lo tanto el Hotel ha tenido que llevarlos a cabo, incluso durante el periodo cuando estuvimos cerrados.

Reparaciones. Cómo todos los años es en el primer trimestre y hubiera sido también durante el verano, donde se concentran las labores de mejoras del Hotel, dada la menor ocupación de habitaciones.
Por ese motivo, una gran parte del gasto de reparación se produjo en los primeros meses del año, tal y como se detalla en el informe de gestión.
Una vez conocida la gravedad de la situación se paralizaron todas las mejoras a realizar y se acometió, única y exclusivamente, la reparación de las averías importantes.
Con todo ello se ha conseguido un menor gasto sobre lo realizado en 2019 por importe de 57.350€, o lo que es lo mismo un 45,77% menos.

Suministros. El comportamiento del gasto de suministro de agua y de combustible, ha estado en la línea de lo previsto para una bajísimas ocupaciones como las que hemos tenido desde apertura de hotel. No ha ocurrido lo mismo con la electricidad, no sólo se ha disparado el consumo (debido a las bajísimas temperaturas alcanzadas) si no que el precio del Kw no ha ayudado en nada a controlar este desfase.

Por otro lado, las comunicaciones también han aumentado, al tener más gastos de mensajerías, mantenimiento de zoom y otros.

Seguro Hotel. Se mantiene lo previsto en presupuesto. Intentamos gestiones con los corredores para reducir el gasto, como poco, les pedíamos que nos hubieran quitado la parte de responsabilidad civil mientras el Hotel estuvo cerrado, pero el no, fue tajante.
De hecho, estamos pidiendo otros presupuestos a otras aseguradoras a través de la correduría.

Comisiones de ventas y rappels. El ratio de coste sobre las ventas sube al 6% sobre el 4.10% previsto. En grandes líneas, al no haber tenido grupos ni series en todo el periodo y trabajar con una tipología de cliente individual, este último está mucho más intermediado, de ahí el ratio de coste.

Publicidad y gastos de representación. Estos gastos quedan a la mínima expresión, manteniendo los de marketing digital y marketing general con las distintas cuentas colaboradoras.

En asesorías/auditorias. Tenemos un menor gasto por importe de 26.977€ con respecto a lo realizado el año 2019, que básicamente se corresponde con la diferencia de gasto en la secretaría de la Sociedad.

Otros gastos. Agrupa mensajerías, florista, señalética Covid.

Provisiones. Aquí quedan recogidas las provisiones para insolvencias. Esta cantidad se corresponde con una factura de la empresa WHL que, tras reiteradas gestiones para su cobro, tenemos dudas más que razonables de que finalmente no la cobraremos.

Gastos Generales:

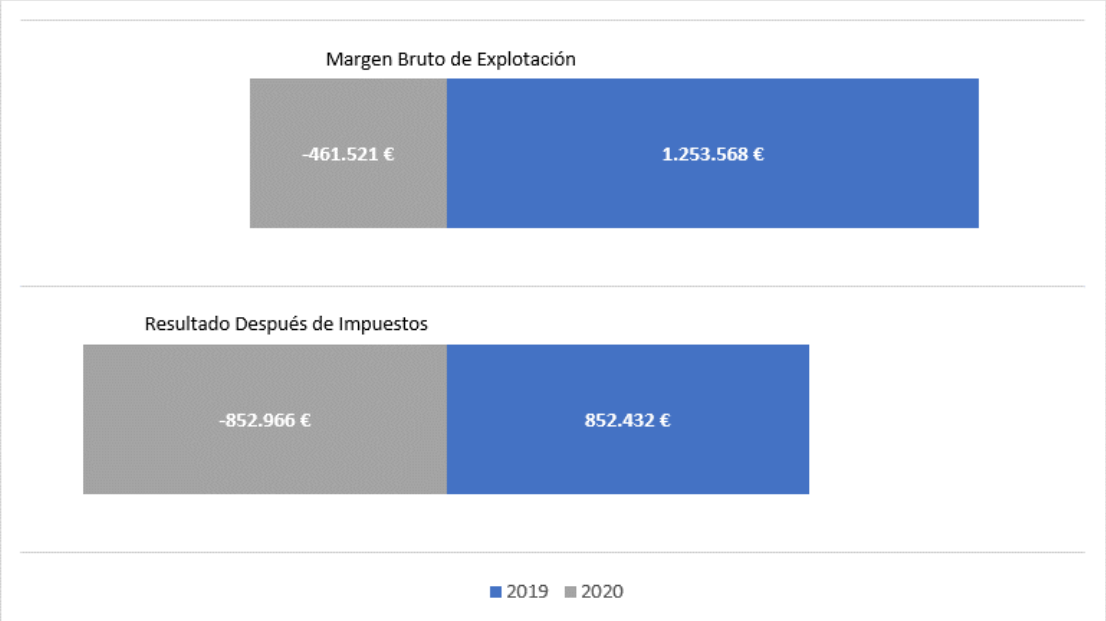
El total de gastos generales acumulados asciende a 607.611€ frente al 1.369.120€ realizado en 2019.

MARGEN BRUTO DE LA EXPLOTACION (EBITDA) / RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS

Con todo ello, llegamos a un margen bruto de explotación acumulada de **-461.531**€ frente al 1.253.568€ realizados el año anterior.

En otros gastos ajenos a la explotación quedan recogidos los gastos inherentes a la tasación del Hotel y a los locales de don Julio Gutierrez.

Una vez ajustadas las amortizaciones, intereses de préstamos y leasing, el resultado acumulado antes de impuestos se situaría en **-852.966€** frente a los 852.432€ realizados en 2019.



4 INFORME DE GESTION

A continuación, detallamos los hechos más reseñables en este periodo:

4.1 RECURSOS HUMANOS

En el mes de enero se produjo la salida de Maribel Rodríguez Haro. Recordamos que modificamos sus condiciones laborales al tener que eliminar el departamento de lavandería-lencería. La trabajadora que tenía un plazo para decidir si aceptaba o no el cambio, finalmente nos comunicó el día 9 de enero que no aceptaba, por lo que procedimos a preparar su finiquito, con acuerdo al despido por causas objetivas.

Con el cálculo de antigüedad y salario de la trabajadora, un despido improcedente hubiera tenido un coste de 125.748€ sin contar con el premio de vinculación de 27.579,05€, es decir un total de **153.327,05€.** En la actual situación el coste empresa ha pasado a ser de **57.828,05€.**

Rosa Rodríguez, permanece en el Hotel, con nueva categoría de camarera de pisos, aunque nuestro compromiso con ella es que sus labores sean de costurera, encargada de pisos y excepcionalmente como camarera.

En el mismo mes, se reconvirtió el contrato laboral de Alberto Carrizo en indefinido.

En el mes de Agosto se jubiló totalmente la limpiadora Angela Sánchez Hernández.

Pero sin lugar a dudas, el hecho excepcional del año fue la tramitación vía nuestra gestoría, Sarot Target Group, de un ERTE FM (expediente temporal de regulación de empleo por fuerza mayor) en el mes de marzo con efectos 1 de abril. Ver explicativo en **Anexo 1**.

Hay que tener en cuenta que cada periodo y condiciones de prorroga se conoció días antes de finalizar el mismo, por lo que ha sido y sigue siendo francamente difícil realizar cualquier proyección de resultados.

Por otro lado, la gestión de los recursos humanos ha sido cuanto menos agotadora y muy difícil. Los trabajadores en ERTE no perciben el total de su prestación, el estado abona el 70% de su base de cotización con un tope 1.089,09€, lo que consideran el 100%. A ese porcentaje hay que descontarle la parte proporcional de seguridad social a cargo del trabajador que es igual al promedio de los últimos seis meses antes del ERTE.

Además, esta proporcionalidad castiga más a los salarios medios y más altos al estar topado, por lo que la pérdida del poder adquisitivo es mucho mayor. En esta situación se encuentran los jefes de departamento que han visto disminuidos sus ingresos en un porcentaje muy alto, al pasar al máximo del 70% a cuenta del estado y verse afectados por los límites que la legislación establece, sin embargo, asumiendo la misma carga de trabajo e, incluso, aumentándola al asumir funciones adicionales al disminuir el resto de los recursos humanos.

Tampoco se ha cobrado la prestación estatal puntualmente, de hecho, finaliza el año con un salto de un mes entero sin abonar nada por “ajustes” en el SEPE (servicio estatal público de empleo).

Además de toda la presión económica de nuestra plantilla está el problema de gestionar la desafectación hacía su puesto de trabajo. La incertidumbre genera un “desgaste” importante que no siempre es fácil de gestionar.

Previamente a la apertura del hotel tuvimos que implementar todos los protocolos que las administraciones dictaminaron, tanto obligatorios como recomendados. Entre los obligatorios se realiza en el mes de Agosto un "Curso de Formación" realizado por nuestra empresa de prevención de riesgo laboral, Cualtis. Entre los voluntarios, pero altamente recomendables dada la situación epidemiológica, se realiza pruebas serológicas de antígenos a todos los trabajadores que se incorporan de forma presencial.

Incluimos como **Anexo 6** el informe desarrollado por Cualtis, con las recomendaciones y protocolos a seguir e implementar.

4.2 PROVEEDORES

Todos y cada uno de los gastos, por pequeños que parecieran, fueron minuciosamente valorados para su renegociación con los proveedores / colaboradores.

El nivel de respuesta como era de esperar fue muy diferente con cada uno de ellos, pero casi todos tuvieron algún tipo de gesto, si bien es cierto, a partir de la autorización de apertura para los hoteles, disminuyeron los descuentos e incluso no los aplicaron más. Detallamos alguno de los resultados:

ENTIDAD		
AEHM	Asociación patronal hoteles	Abril/mayo cuotas a 0 Junio/julio al 50% Agosto/septiembre al 100% Octubre a Diciembre al 80%
MILENIUM SOFT	PMS Hotel	60% Dto. desde abril
ONITY	Cerraduras electrónicas	Prolonga contrato mantenimiento para 2021 sin coste los meses del estado de alarma.
B-QUEST	Gestor de redes sociales	50% dto. desde abril
INFOCOM	Central telefónica y DEC	10% dto. Sobre el 2º semestre
ACICLA	Gestión de residuos	Desde abril a agosto sólo tasa vertedero Desde sept se baja frecuencia servicios.
OTIS	Elevadores	50% cuotas abril y mayo
CIBERSUITE	Gestor red Wifi	Sin cuota abril/mayo/junio y después escalados
BLUENATUR	Ambientadores	Sin cuota y servicio desde abril.

SOTECS	Mantenimiento equipos informáticos	Suspensión de cuotas durante cierre Hotel y un 30% desde apertura.
OTECLIMA	Mantenedor ACS, placas y AC	Suspensión de cuotas durante estado alarma.
ALLIANZ	Seguro Hotel	Solicitamos suspensión de garantías de coberturas a actividad cerradas de RC pero no lo concedieron. Sólo retrasaron pago de cuotas.
JUANJO GONZALEZ	Asesoramiento SSTT	Suspensión de cuotas durante cierre Hotel. A partir de octubre el 50%
CANAL DE ISABEL II	Suministro de Agua	Suspensión cuotas fijas durante el periodo de alarma, 6 meses siguientes al 50% y el resto hasta completar un año el 25%
AYTO. MADRID	Impuestos	En IAE e IBI un 25% y Terraza un 100% de exoneración.

Separamos el **arriendo de "salones"** por la importancia que su importe tiene sobre la cuenta de explotación. Con Julio Gutierrez, se negoció el que pudiera condonar el alquiler, o reducir el mismo, durante el periodo que estuviera cerrado el Hotel. Incluso se le traslado la posibilidad de aplazar el arrendamiento de estos meses o periodos futuros, pero nos manifestó que por sus circunstancias personales no podía hacer nada al respecto. Finalmente se consiguió que no facturara el mes de abril, 7.000€.

A partir del mes de septiembre se inician nuevas negociaciones finalizando el año sin haber firmado un acuerdo en firme, si bien es cierto, don Julio había aceptado que a partir del mes de octubre y hasta mayo de 2021 se aplicase un 50% de reducción en el alquiler, por lo que se aplica para los tres últimos meses del año ese ajuste.

Como ya quedo informado en la última Junta General de Accionistas del mes de diciembre, el Presidente se encargaría personalmente de gestionar que ese acuerdo de descuento en la renta se aplicase hasta final de año.

4.3 BANCOS

A fin de poder hacer frente a los diferentes pagos previstos, se solicitó financiación ICO, con las dos entidades que trabaja el Hotel, Santander y BBVA.

Hay que entender que en este capítulo se han realizado arduas gestiones. No se trataba de conseguir financiación sin más a los tipos de mercado, si no de aprovechar las estupendas condiciones de los fondos ICO.

Si bien es cierto que las políticas de las entidades financieras, entre ellas la de nuestro Banco de "cabecera" el Santander, se centraron en atender PYMES con importes de hasta 50.000€ y después poner todos sus recursos en las grandes operaciones de grandes empresas. Tanto fue así que, de las 3 remesas de fondos distribuidas a las entidades, no habían aplicado aún la tercera y ya tenían comprometido el total de los fondos.

Dicho lo anterior, tuvimos que pelear para conseguir las condiciones preferenciales.

Finalmente fue el BBVA, quien atendió nuestra solicitud. Así pues, el pasado día 11 de junio se firmó la operación ICO, por importe total de un millón de euros, con acuerdo al siguiente detalle:

- Préstamo empresarial, por importe de 700.000€, a 5 años (con un año de carencia) a un interés fijo preferencial para PYMES del 1.5%. Comisión de apertura 0%, comisión de estudio al 0% y comisión de cancelación anticipada del 1%.
- Póliza de crédito, por importe de 300.000€, a 5 años, el capital dispuesto a un interés variable de Euribor + 1.5% y el capital disponible al 0.10%. Comisión de apertura y de estudio al 0% y comisión de cancelación anticipada al 1%

Ya tenemos solicitado a la entidad BBVA, que amplíe la carencia para el pago de intereses y por ende los años de extensión del préstamo.

En el mes de octubre, solicitamos una nueva operación de préstamo para hacer frente al pago de impuestos. La cantidad necesaria era de 130.000€. En esta ocasión firmamos un préstamo (no con fondos ICO) por importe de 130.000€, a doce meses, con una comisión de apertura del 0.25% y un interés del 2.15%. Por cómo está el mercado en estos momentos y la desconfianza hacía nuestro sector, estamos francamente contentos con las condiciones obtenidas.

En noviembre, estuvimos reunidos con las dos entidades para solicitar un nuevo ICO. Preparamos nuevas proyecciones para los Bancos y solicitamos reunirnos personalmente con los responsables de sus departamentos de riesgos.

A priori el BBVA, está bastante negativo ya que su Central no está dando préstamos a hotelería y restauración. El Santander accedió a nuestra petición y además conseguimos reunirnos en el propio Hotel, teniendo así la oportunidad de mostrar las instalaciones personalmente. Tenemos esperanzas que finalmente nos concedan el préstamo, si no toda la cantidad si una buena parte.

La situación de tesorería a 31.12.2020 se cierra con la siguiente situación:

BANCO	SALDO
BBVA	14.666,30 €
SANTANDER	75.136,91 €
SUMA	89.803,21 €

4.4 Mejora del producto. Reparaciones.

Al mismo tiempo que se llevan a cabo todas las labores de mantenimiento habituales, lectura y tomas de temperaturas de agua, aperturas grifos y toma de temperatura en terminales, calderas, placas, control eléctrico, limpiezas de filtros de aire y un larguísimo etcétera, se realizan los "partes" de habitaciones y zonas comunes (cisternas, cerraduras de habitaciones o de cajas de seguridad, etc.) y quedan programadas distintas acciones para mejorar nuestro producto.

Eso sí, tenemos que tener en cuenta que desde primeros de abril ya no contamos con Raúl Prados, quien trabaja con el Hotel como autónomo y desde octubre, redujimos la jornada del responsable de mantenimiento al 50%, y anulamos el valet que estaba al 50% pasándole al ERTE al 100%, por lo tanto, el ritmo de avisos y mantenimientos se ha visto reducido de manera muy drástica.

Es raro el año en el que no tenemos que hacer frente a alguna avería importante que hemos de solucionar, por lo que a continuación pasamos a reflejar algunas de las averías y mejoras varias acometidas a lo largo del año, sobre todo en el primer trimestre del año:

- ✓ A partir del día 8 de enero, se llevaron las antiguas máquinas de lavandería por lo que se contó con un espacio nuevo que no teníamos anteriormente. Al tener que variar la logística para lavar en el exterior, estudiamos las nuevas necesidades y adaptamos los espacios a las nuevas circunstancias.

  Ubicamos el despacho de la gobernanta en la antigua lavandería, intentando minimizar los ruidos que percibían nuestros clientes alojados próximos a la antigua ubicación. Su despacho pasa a ser oficio para almacenar camas supletorias básicamente. Y donde estaban las camas (sexto) se utilizará para depositar todas las jaulas vacías de ropa.

- ✓ En los oficios de las plantas quinta y cuarta se bloquea la puerta que da al pasillo de clientes y se abre una nueva puerta más grande con acceso desde la escalera de servicio. De nuevo esta medida intenta paliar ruidos y el mal aspecto de los golpes con los carros y puertas abiertas más a menudo de lo deseado.

- ✓ Se aprovecha para adecuar las baldas del resto de los oficios y adecentarlos (pintura, luces con sensor para ahorro, etc..).

- ✓ También se aprovecha en el mes de enero para sustituir las zonas dañadas de rodapié en todos los pasillos de clientes con un material más duro en PVC que imita a madera.

- ✓ Se mejora la iluminación general del salón de desayunos.

- ✓ También se adquirieron los 3 carros de camarera que faltaban para completar nuestro "parque móvil". Con eso ya tenemos totalmente actualizados los carros de nuestras camareras, esperamos que si no 50 años, por lo menos nos sirvan para los próximos 25 años. Nuestro equipo ha colocado a todos los carros ruedas libres y protecciones para que no lastimen nuestras paredes.

- ✓ Entre enero, febrero y primera quincena de marzo, se coordinó para hacer las tareas de mantenimientos habituales de estas épocas: pintura de techos de baños en 12 habitaciones (sanear, dar fibra de vidrio en grietas, pintura antihumedad en zonas con manchas, plastecer desperfectos y lijar para pintar en liso. Repaso de papel de cabeceros en 5 habitaciones. Sanear pintura en 4 techos habitaciones. Empapelado

- ✓ Papel completo y pintura en habitaciones 607 y 528.

- ✓ Nuestro equipo mejoró el banco de madera de la lencería e instaló y fabricó todas las nuevas puertas y estanterías. También se han colocado las protecciones a todos los accesos a esa zona. Incluidas unas metálicas que hemos anclado al suelo.

- ✓ El antenista tuvo que reprogramar todas las televisiones ante el inminente apagón digital ya que pasan a 5G.

- ✓ En febrero se adquirió un tostador nuevo para el salón de desayunos. El existente iba ya muy lento y era a todas luces insuficiente para dar un buen servicio.

- ✓ Tuvimos que cambiar dos extractores eólicos de la cubierta por rotura.

- ✓ A primeros de marzo, practicamos un hueco en el antiguo aljibe del Hotel que llevaba mucho tiempo en desuso. Se cerró hacía el garaje con una puerta metálica. La idea era conseguir más espacio para almacenamiento.

- ✓ Quedó instalada la ventana exterior de "muestra" en la habitación 101. Al final, después de ver distintas opciones en hoteles y de dejarnos recomendar por el mejor uso de los clientes y para su limpieza, pedimos que se cambiara del mecanismo actual "pivotante" al "oscilo batiente" con llave para servicio interno. También solicitamos que la ventana llevara dos colores, en el exterior el bronce (imitando al actual) y en el interior de la habitación el blanco. La ventana presenta un ligero brillo en el cristal que hace que el cliente tenga más intimidad y da un aspecto más "alegre" a nuestra fachada. Aunque esto último no lo habíamos pedido, la verdad es que nos ha gustado mucho.
  Obviamente la sustitución de ventanas exteriores quedó suspendida hasta mejor momento.

- ✓ Nuestro equipo reubicó los cierres de la terraza. Recordamos que hemos ampliado por el lado izquierdo y se acortó por el derecho (frente a Café & Té). También se ha colocado césped nuevo en ese espacio. El mobiliario y las sombrillas quedaron actualizadas.

- ✓ En marzo quedaron instalados los burletes de las puertas de entrada en las plantas 6ª, 5ª y 4ª. Y a final de año quedó completada la planta pendiente, 7ª. Se recuerda que el instalar los burletes tenía como fin aislar las habitaciones de ruidos, luz y sobre todo poder evitar robos con la técnica de "la percha".

- ✓ Se completó la cartelería de los cuadros eléctricos de habitaciones con acuerdo a normativa.

- ✓ Entre abril y mayo, quedaron instalados todos los muelles pendientes de las puertas de entrada de habitaciones completando así el Hotel. Recordamos que la instalación de estos muelles era para evitar "portazos" de los clientes y asegurarnos que quedaran cerradas ante un incendio de acuerdo a normativa.

- ✓ De abril a junio se retiraron los antiguos termostatos de aire acondicionado de las habitaciones, para lo que hubo que repasar papel y pintura de esas zonas.

- ✓ Desde marzo a octubre, se han sustituido las antiguas siliconas de los cuartos de baño. Para el próximo año queda pendiente actuar en dos plantas.

- ✓ Entre julio y agosto, se instalaron más repisas de cristal en las duchas. Ya quedan muy pocas unidades por instalar.

- ✓ En junio hubo que modificar el cuadro eléctrico de cafetería para ajustarlo a potencias y normativa.

- ✓ Antes de reabrir nuestras puertas en septiembre, pedimos un presupuesto para "adecentar" los dos montacargas para que pudieran ser usados ocasionalmente por nuestros clientes, para poder cumplir con los protocolos del COVID19. Dado el alto importe que presupuesto el mantenedor, decidimos actuar nosotros con algo de ayuda externa, mejorando iluminación, nueva pintura e instalando sintasol.

- ✓ También entre julio y agosto, se fabricaron marcos para los cuadros de situación de plantas que están ubicados detrás de cada puerta de habitación. Se estaban combando y despegando las esquinas y daba muy mala imagen. Como son fotoluminiscentes y bastante caros, decidimos mantenerlos (están pegados a las puertas) y añadir unos marcos a las láminas. Han quedado bastante presentables.

- ✓ En pleno mes de agosto tuvimos una avería de importancia en dos de los equipos que suministran aire acondicionado y calefacción al Hall principal del Hotel. Ya venían avisando con distintas averías el año anterior y finalmente, sin arreglo posible, tuvimos que reemplazarlos.

- ✓ También actuamos en el antiguo pasillo (en el distribuidor interno que accede al salón de desayunos) donde se dejaban los carros con ropa sucia de la lavandería, convirtiendo ese espacio en un pequeño almacén para el restaurador. Así se evita el transito con mercancía a través del salón de desayunos y cumplimos de nuevo con las medidas COVID.

- ✓ Uno de los problemas de mantenimiento que nos encontramos con mayor frecuencia y de peor imagen de cara al cliente es el inadecuado uso por parte de los clientes de las duchas y el consiguiente abombamiento de los marcos de las puertas.
  Llevábamos tiempo buscando materiales similares al PVC pero con apariencia de madera que nos permitiera hacer una impresión lo más parecido a las propias puertas instaladas.
  Encontrada una posible solución, realizamos 3 pruebas en habitaciones con distintas terminaciones y estamos estudiando el uso por parte de los clientes.

4.5 LICENCIA TERRAZA

Por fin se consiguió la licencia de la terraza.

Después de un año de iniciar los trámites legales para solicitar la licencia de la terraza a nombre del Hotel, y que incluso interviniese en nuestro nombre un tramitador de este tipo de licencias, finalmente con fecha 30 de enero de 2020 fue firmado el decreto. Por lo que nos comentan, nuestro Distrito, Arganzuela, es especialmente "difícil" para los temas de licencias.

Han autorizado una superficie total de 41.40 m2, con una longitud de 18.40 m. y una anchura de 2,25 m. Básicamente todo el frontal del Hotel. Hemos "crecido" por la parte de la calle Pontones y se ha reducido respecto a lo existente frente a Café & Té.

Al final salen 9 mesas, a nuestro entender mejor situadas, separadas en dos zonas.

Vuelven a no autorizar el cerramiento alrededor del mobiliario, sólo lo admiten móvil, aunque en principio lo hemos dejado tal cual.

El restaurador ha cambiado el mobiliario y tapizado las sombrillas ya que el cuerpo de estas es muy bueno.

4.6 Servicio de tintorería externo

Después de valorar distintas tintorerías que pudieran prestar servicio a los hoteles, por distintas recomendaciones seleccionamos a "Tintorería La Estrella" para realizar el servicio de clientes del Hotel.

Se acordaron precios. Estaba previsto haber comenzado en el mes de abril, pero obviamente se decidió esperar a 2021 para establecer el servicio.

4.7 Reunión con la empresa Remica

La empresa Remica ha realizado un estudio del posible cambio de gasoil a gas para el ACS (agua caliente sanitaria).

Este tema siempre ha preocupado al Hotel y dada la fuerte apuesta que tiene el actual Gobierno por todo lo "sostenible", hay que tener preparadas opciones a energías alternativas menos contaminantes.

Según nos comentan sería factible ubicar una caldera dual en la zona donde está ubicado el actual tanque de gasoil, si bien es cierto, cuando fuéramos a tomar la decisión tendríamos que realizar un informe previo con una enicre (empresa de control) para tener una certeza de esta posibilidad.

El coste de una instalación de esta índole estaría en torno a los 57.000€ y con el cálculo de ahorro energético estaría amortizada en unos 10 años.

Como es lógico, si no permitiesen esa ubicación, a parte, de representar un problema por la falta de espacio del Hotel, se incrementaría de forma exponencial por el volumen de obra a realizar.

4.8 Comunicaciones

A pesar de las dificultades, ni que decir tiene que ha sido un año convulso donde se ha mantenido contacto permanente con el personal del hotel, con el equipo de jefes de departamento y por supuesto de forma intensa con la presidencia.
Para facilitar estas comunicaciones, creamos entre otros, una cuenta de WhatsApp para poder hacer comunicados a la plantilla del Hotel y un perfil de empresa en Zoom para poder mantener reuniones con los jefes de departamento, clientes, presidencia e incluso para la celebración de reuniones de consejo y juntas de accionistas.

4.9 REUNIONES DE JUNTA DE ACCIONISTAS Y DE CONSEJO

Con el ánimo de mantener permanentemente informados a los accionistas y de poder ir tomando decisiones sobre el futuro del Hotel, se han celebrado numerosas reuniones vía zoom o mixtas a lo largo del año.

- 10.03.20 - Consejo de Administración. Formulación de Cuentas
- 20.05.20 - Consejo de Administración. Poderes para firma préstamo ICO.
- 14.10.20 - Junta General Ordinaria. Informe de auditoria y aprobación de cuentas del ejercicio 2019.
- 24.11.20 - Reunión con accionistas españoles. Presentación Resumen Ejecutivo del Hotel.
- 28.11.20 - Reunión con accionistas chilenos. Presentación Resumen Ejecutivo del Hotel.
- 10.12.20 - Consejo Administración. Poder para firma de un nuevo ICO.
- 14.12.20 - Junta General Extraordinaria de accionistas. Ratificación de mantener el Hotel abierto. Análisis de tesorería. Aprobación de obtención de capital vía préstamos de los accionistas y búsqueda de nuevos préstamos bancarios.

5 PROYECCIONES PARA 2021

TENDENCIAS Y RETOS

Tras registrar en 2020, como consecuencia de la pandemia por coronavirus, unas pérdidas económicas en el sector turístico 8 veces mayores que la registradas en la crisis financiera mundial de 2008, el 2021 será un año clave para el turismo internacional.

Lo cierto es que, en un escenario de crisis globalizada donde las economías se han visto afectadas por el coronavirus, es necesario destacar que el turismo supone un alto porcentaje de ingresos a nivel internacional, siendo en muchos países casi su única fuente de ingresos.

Es por ello por lo que, a medida que el mundo se recupera lentamente, las predicción para el sector empiezan a sucederse. La mayoría coinciden en un comienzo de la recuperación en el segundo trimestre del año y un repunte real a partir del tercer trimestre coincidiendo con las fechas de verano. Los empresarios siguen confiando en las buenas previsiones del sector para 2021 y apuestan por las ganas de viajar de los turistas.

Hay que destacar que los viajeros post-Covid se han vuelto aún más exigentes por lo que, además de comodidad y servicios, buscan otros factores como la salud, el distanciamiento social o la libertad; pero a su vez quieren disfrutar todo lo posible de sus viajes como en el pasado, respetando aforos, horarios, medidas de seguridad y con una conciencia mucho más arraigada que anteriormente.

Además, el sector se verá obligado a replantearse estrategias y a llevar a cabo numerosos intentos de innovación para revitalizar la demanda y garantizar la seguridad sanitaria de aquellos que comiencen a coger sus maletas en 2021. Con todo, las restricciones vividas en el pasado ejercicio van a hacer que los viajes se disparen tan pronto como haya una estabilidad sanitaria y siempre que la economía haya permitido a las familias y a las empresas mantenerse a flote.

La pandemia ha supuesto un golpe durísimo para la industria hotelera por lo que es necesario hacer un análisis sobre las tendencias y los retos que irán influyendo en la nueva hoja de ruta:

A| LAS VACUNAS CONTRA EL COVID-19

Sin duda lo más deseado por todos es el fin de la pandemia y, para ello, será fundamental comprobar el grado de eficacia sobre la población de las distintas vacunas que se han desarrollado en un tiempo récord.

La vuelta de los viajes y el ocio turístico se encuentran muy ligados a lo que se espera sea una inmunización eficaz de un alto porcentaje de la población.

Una vez avanzada la vacunación de la población, que prioriza a los colectivos más vulnerables y siguiendo con cada uno de los grupos estratégicamente establecidos, se podrán llevar a cabo con mayor certidumbre y concreción los planes de recuperación económica y social para 2021.

De esta forma, a medida que más y más ciudadanos estén eficazmente protegidos e inmunizados contra la Cocid-19, la pandemia empezará a formar parte del pasado y se vislumbrará con más claridad un horizonte de esperanza.

El turismo es, probablemente, el sector que con más atención va a estar observando el cambio de paradigma, el cual llegará de manera progresiva en los próximos meses. Todos los agentes del sector son conscientes de que las expectativas sobre la vuelta de los viajes y el ocio turístico,

aunque intervengan otros factores, se encuentran muy ligados a lo que se espera sea una inmunización eficaz y duradera de un alto porcentaje de la población.

El sector, por su propio carácter y tipología de negocio, tiene la capacidad de reactivarse con fuerza y rapidez ante los anuncios positivos que, desde la sociedad y la ciencia, se emitan. Cuando las noticias sobre la efectividad de las vacunas aporten buenos datos sobre protección e inmunización de amplias capas sociales y empiece la paulatina disminución de las restricciones de movilidad, se apreciará un "reinicio de la máquina, en toda su cadena de valor" que es el turismo.

B| Ayudas públicas.

A pesar de la tradicional resiliencia del sector turístico, éste ha sido tan duramente golpeado en 2020 que su recuperación tendrá que ir de la mano, necesariamente, de la financiación y las ayudas económicas y fiscales de entidades públicas, tanto nacionales como internacionales.

El zarpazo al turismo ha sido de tal magnitud que en muchos momentos la actividad, en cualquier de los ámbitos (hoteles, transportes….), se ha visto reducida a cero en lo que ha sido una crisis sin parangón en todo el sistema turístico mundial.

En este contexto, las ayudas públicas deberán formar parte del turismo en 2021, al mismo tiempo que los fondos europeos se van a destinar a proyectos relacionados con la transformación digital, la transición ecológica y la cohesión social y territorial. Cada subsector turístico va a tratar de poner el foco en sus necesidades, que pueden no ser totalmente compatibles con las de otros, por ello, el abanico de opciones debe ser muy importante en términos de fiscalidad, créditos y subvenciones.

El turismo va a salir de esta crisis fundamentalmente por su capacidad de adaptación y recuperación, tanto de los destinos como de sus profesionales. Se trata de una práctica asociada al ocio y a las vacaciones que se ha consolidado en las últimas décadas y que va unida a hábitos de consumo y estilos de vida de nuestra sociedad.

C| Polarización de consumo turístico.

La crisis ha provocado una importante pérdida de masa crítica en las clases medias. Esto hará que, por motivos económicos, determinados grupos sociales queden excluidos del entusiasmo por volver a viajar del que antes sí participaban. El segmento MICE (Reuniones, Incentivos, Convenciones y Ferias) o también llamado turismo de negocios, será el más afectado y su recuperación será la última en producirse. Sin embargo, el cliente corporativo, cliente individual de empresa tendrá una recuperación más rápida y será un segmento más seguro.

El 2021 va a traer consigo una polarización del consumo turístico, un fenómeno congruente con los desequilibrios que supone haber atravesado una crisis tan dura. Esto significa que determinados grupos van a incorporarse de forma más rápida a la dinámica de los viajes y las escapadas turísticas, mientras que otros grupos van a mostrar más dificultades.

Entre las razones para el optimismo destaca el notable incremente de la tasa de ahorro. Cuando se retiren las medidas restrictivas, la propensión a gastar será un factor a tener en cuenta tras tantos meses de contención forzosa.

La polarización se irá reduciendo paulatinamente conforme hay una mejora en las previsiones económicas y de empleo, tal y como ocurrió en la crisis del 2008.

D| Auge de un turismo con mayor poder adquisitivo.

Los clientes van a mostrarse dispuestos a pagar más por servicios privados, exclusividad en el servicio y ventajas que reduzcan el contacto con otros huéspedes o pasajeros.

En este contexto, la tipología de clientes con mayor poder adquisitivo va a encabezar el reinicio del turismo en 2021, pero también, los viajes post-Covid, van a contar con otras tipologías de clientes, particularmente los jóvenes que, en la medida de sus posibilidades y recursos, van a sumarse igualmente a este estilo de consumo turístico. Así pues, tendremos un mercado "hipersegmentado".

E| Predominio de los viajes domésticos.

Las "staycation" (o vacaciones "en" o "cerca" del lugar de residencia), serán una pauta de consumo durante mucho tiempo. En 2021 volverán los viajes de largo recorrido, pero, de manera mayoritaria, lo que observaremos será un turismo de proximidad.

F| Flexibilidad en las reservas.

El factor precio seguirá siendo crucial. Sin embargo, las condiciones de la reserva con respecto a facilitar cancelaciones, cambios y reembolsos tienen un protagonismo destacado y funcionarán como estimulantes de la demanda, a la vez que generan confianza.

Las encuestas y estudios realizados coinciden en este aspecto: los viajeros en 2021 van a otorgar una importancia máxima a las condiciones de cancelación de las reservas. El tema es tan crucial que, de hecho, los clientes demandan más información sobre procedimientos de cancelación, cambios y opciones de reembolso, que sobre los procedimientos de limpieza y sanitización.

Los precios atractivos seguirán siendo un factor clave, pero, para recuperar la confianza de los viajeros, el turismo va a verse obligado a adaptar sus tiempos, sus condiciones y sus métodos.

Vender productos y servicios turísticos no va a ser una experiencia únicamente asociada a la anticipación y evocación de las emociones del destino, sino que también habrá que tener en cuenta un componente racional y organizativo tras lo que ha sido un periodo de incertidumbre generalizada. Ese componente se sintetiza, en una palabra, seguridad. Reactivar los viajes será sinónimo de reactivar la confianza.

G| Dimensión sanitaria de la seguridad.

Aunque la pandemia vaya remitiendo, los viajeros de todo el mundo tomarán precauciones teniendo en cuenta los riesgos asociados al Covid-19. Las medidas de salud e higiene o magnitudes como la distancia social seguirán siendo fundamentales en 2021 para transmitir confianza en todo el sector.

El futuro pasa inevitablemente por una dimensión sanitaria de la seguridad que va a incidir en las decisiones de compra, en los desplazamientos y la conectividad aérea, y en la configuración de las estancias hoteleras y resto de alojamientos. En definitiva, influirá en todo aquello que tenga que ver con desplazamientos.

La pandemia pasará y la recuperación llegará, pero, en ese interludio, vamos a seguir manteniendo la disciplina social en medidas relativas a la protección de nuestra salud y la prevención de contagios.

El esfuerzo realizado por todo el sector en la adecuación de sus establecimientos de protocolos de seguridad e higiene ha sido enorme y costoso. Los profesionales del turismo se han

convertido en un ejemplo, no solo de resistencia ante una escenario adverso, sino también de adaptabilidad a una situación totalmente inédita que ha puesto de manifiesto su alta formación y cualificación.

El sector en el 2021 se va a caracterizar, por consiguiente, por ser seguro desde el punto de vista sanitario, con todos los actores implicados perfectamente al tanto de las directrices preventivas y de salud. Unas recomendaciones y normativas que van a formar parte del ocio turístico como base para la seguridad y que deben transmitir confianza.

PREVISION 2021

Estamos viviendo desde hace meses un escenario inédito, ya que no se tienen modelos comparables. Al ser un problema mundial, que afecta a todos los sectores, nadie puede hacer previsiones de la manera en la que estábamos acostumbrados. Esto va a continuar en 2021 hasta que la gestión de las restricciones por parte de los gobiernos se estabilice, y se pueda contar con la demanda natural de los cliente, sin que estén coartados por leyes ni prohibiciones.

En la medida en que las predicciones de mercado se basan en la codificación del pasado, podemos decir que venimos de un año en el que la mayoría de los registros están a cero. Anticipar precios, planificar plazas y, en definitiva, organizar la demanda, va a resultar un reto.

Asistiremos por tanto a una reinvención en la que, por encima de la minería de datos, deberemos tener en consideración, además de los patrones habituales, como la competencia, factores sociales e incluso emocionales.

Después de realizar un sinfín de proyecciones a lo largo del año, en base a los datos que disponíamos en diciembre, y aún con la incertidumbre de nuevo de la prolongación del ERTE, que recordamos finaliza el 31 de enero próximo, elaboramos la proyección adjunta, en lo que hemos venido a denominar “economía de guerra”. **Anexo 8.**

Con una ocupación de habitaciones de un 11,70% y un precio medio de 51,30€, se proyecta un margen bruto de operación o ebitda de -435.702€ y un resultado antes de impuestos de -852.385€ .

➢ Anexo 1 – Detalle de la evolución del ERTE

Los ERTE´s por fuerza mayor FM han tenido dos prórrogas en este año y por lo tanto 3 periodos definidos con distintas condiciones de exoneración a los seguros sociales a cuenta de la empresa

De 01/04/2020 a 30/06/2020 el 100% de exoneración.
Del 01/07/2020 a 31/07/2020 el 70% de exoneración.
Del 01/08/2020 a 31/08/2020 el 60% de exoneración.
Del 01/09/2020 al 30/09/2020 los trabajadores que reanudan la actividad 60% y lo que no reanudaron de jornada al 35% y resto 35%.
Del 01/10/2020 al 31/12/2020 el 85% de exoneración.
La variación en nuestros equipos de trabajo se produce en los periodos que quedan reflejados a continuación:

	01.04/31.08		01.09/4.10		5.10/31.12	
Porcentajes de afectación	Erte	Hotel	Erte	Hotel	Erte	Hotel
7 Recepcionistas y 1 Jefe de Recepción	50	50	50	50	50	50
1 Recepcionista de baja por ILT	0	100	*(1)*	*(1)*	100	0
2 Ayudantes de Recepción	100	0	100	0	100	0
1 Responsable Mantenimiento	0	100	0	100	50	50
1 Valet (apoyo a mantenimiento)	50	50	50	50	100	0
1 Valet	*(2)*	*(2)*	100	0	100	0
1 Gobernanta	70	30	70	30	100	0
9 Camarera/os y una limpiadora	100	0	*(3)*	*(3)*	*(4)*	*(4)*
1 Jefe de Ventas-Reservas *(5)*	70	30	70	30	50	50
1 Comercial-revenue	70	30	70	30	70	30
1 Jefe Administración-RRHH	70	30	70	30	70	30
1 Dirección	70	30	70	30	70	30

(1) Después de su baja por embarazo de riesgo y de su baja maternal, pasa al ERTE al 100% desde el 30 de septiembre.

(2) Estaba de excedencia voluntaria por estudios, por eso no entró desde el primer momento en el ERTE. Pasa al 100% desde el 1 de junio.

(3) Del 1 de septiembre al 4 de octubre, se utilizan 3 personas al 50%, o lo que es lo mismo, los recursos de 1.5 personas.

(4) Del 5 al 31 de octubre se utilizan 2 personas al 50%, es decir, el equivalente a 1 persona.
Del 1 de noviembre al 31 de diciembre, se utilizan recursos de 1.75 personas.

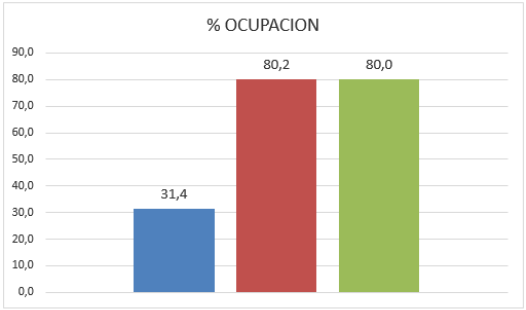
(5) Se pasa al jefe de ventas a cubrir turnos de recepción para poder ir dando vacaciones y libranzas que hay pendientes del equipo. Se le pasa al 0.50% para que pueda fichar. Esto nos cubre dos semanas por mes.

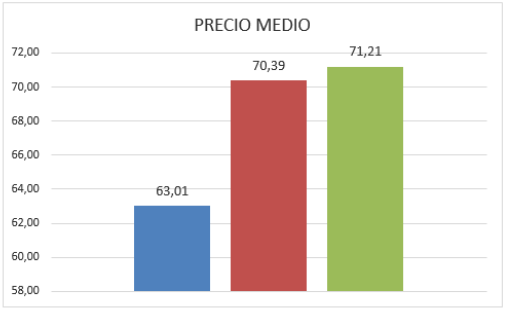
➢ Anexo 2 – Resumen control de gestión de diciembre y acumulado año 2020

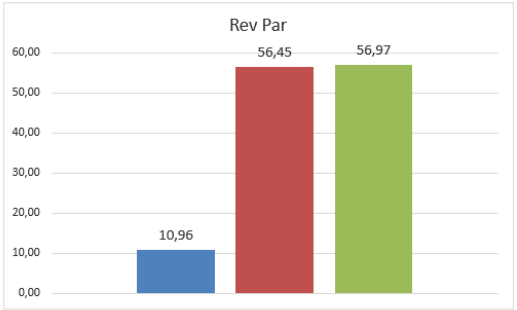
HOTEL PUERTA DE TOLEDO - RESUMEN CONTROL DE GESTION - DICIEMBRE 2020																
PERIODO MENSUAL									ACUMULADO AÑO							
MES ACTUAL	%	PRESUPUESTO MES	%	DESVIACIÓN MES	%	MES AÑO ANTERIOR	%	CONCEPTOS	ACUMULADO AÑO ACTUAL	%	PRESUPUESTO ACUMULADO	%	DESVIACIÓN ACUMULADO	%	ACUMULADO AÑO ANTERIOR	%
21.877	73,9	267.575	84,2	-245.698	8,2	274.751	85,7	HABITACIÓN	676.041	83,6	3.482.347	84,9	-2.806.306	19,4	3.513.904	85,1
118	0,4	227	0,1	-109	52,0	236	0,1	MINI-BAR	590	0,1	2.876	0,1	-2.287	20,5	2.866	0,1
1.025	3,5	2.870	0,9	-1.845	35,7	3.894	1,2	GARAJE	11.469	1,4	37.389	0,9	-25.920	30,7	33.112	0,8
	0,0	0	0,0	0	0,0	172	0,1	LENCERÍA	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2.846	0,1
0	0,0	1.935	0,6	-1.935	0,0	1.967	0,6	SALONES	6.021	0,7	20.887	0,5	-14.867	100,0	20.921	0,5
0	0,0	49	0,0	-49	0,0	34	0,0	TELEFONO / INTERNET	107	0,0	612	0,0	-505	17,4	616	0,0
496	1,7	1.964	0,6	-1.468	25,2	1.719	0,5	VARIOS	8.106	1,0	23.381	0,6	-15.276	34,7	23.103	0,6
4.000	13,5	8.000	2,5	-4.000	50,0	8.000	2,5	CESIÓN DE ESPACIOS	32.800	4,1	96.000	2,3	-63.200	34,2	95.750	2,3
883	3,0	30.224	9,5	-29.340	2,9	26.882	8,4	DESAYUNOS	63.688	7,9	380.126	9,3	-316.439	16,8	373.239	9,0
443	1,5	1.114	0,4	-671	39,8	1.108	0,3	BAR	5.360	0,7	14.916	0,4	-9.556	35,9	13.936	0,3
750	2,5	3.712	1,2	-2.961	100,0	1.927	0,6	RESTAURANTE	4.893	0,6	44.266	1,1	-39.374	11,1	51.277	1,2
2.077	**7,0**	**35.049**	**11,0**	**-32.972**	**5,9**	**29.917**	**9,3**	**TOTAL INGRESOS SERVICIO TERCEROS**	**73.940**	**9,1**	**439.308**	**10,7**	**-365.368**	**16,8**	**438.452**	**10,6**
29.592	**100,0**	**317.668**	**100,0**	**-288.076**	**9,3**	**320.691**	**100,0**	**TOTAL PRODUCCIÓN**	**809.073**	**100,0**	**4.102.801**	**100,0**	**-3.293.729**	**19,7**	**4.131.571**	**100,0**
0	0,0	0	0,0	0	100,0	47.160	14,7	**OTROS INGRESOS**	26.753	3,3	18.277	0,4	8.476	146,4	86.042	2,1
29.593	100,0	**317.668**	100,0	-288.076	9,3	367.851	114,7	**TOTAL INGRESOS**	835.826	103,3	4.121.078	100,4	-3.285.252	20,3	4.217.613	102,1
23.465	79,3	74.667	23,5	-51.202	31,4	74.040	23,1	SUELDOS	457.104	56,5	897.533	21,9	-440.429	50,9	877.159	21,2
-5.584	-18,9	6.681	2,1	-12.265	-100,0	13.575	4,2	GRATIFICACIONES / INCENTIVOS / PREMIOS	9.120	1,1	80.333	2,0	-71.213	11,4	79.667	1,9
7.068	23,9	21.759	6,8	-14.691	32,5	17.967	5,6	SEGUROS SOCIALES	149.022	18,4	261.864	6,4	-112.843	56,9	247.150	6,0
0	0,0	19.387	6,1	-19.387	0,0	20.226	6,3	E.T.T.	42.911	5,3	260.873	6,4	-217.961	16,4	269.732	6,5
-5.427	-18,3	1.748	0,6	-7.175	-310,4	985	0,3	OTROS GASTOS SOCIALES	4.835	0,6	20.665	0,5	-15.831	23,4	15.144	0,4
19.522	**66,0**	**124.241**	**39,1**	**-104.720**	**15,7**	**126.793**	**39,5**	**TOTAL GASTOS DE PERSONAL**	**662.992**	**81,9**	**1.521.269**	**37,1**	**-858.276**	**43,6**	**1.488.852**	**36,0**
719	81,4	26.547	87,8	-25.828	2,7	23.551	87,6	DESAYUNOS	54.987	86,3	333.153	87,6	-278.166	16,5	321.678	86,2
391	88,4	1.002	90,0	-611	39,1	976	88,1	BAR	4.800	89,6	13.429	90,0	-8.630	35,7	12.481	89,6
635	84,5	3.137	84,5	-2.502	100,0	2.002	103,9	RESTAURANTE	4.205	85,9	37.625	85,0	-33.420	11,2	43.441	84,7
1.745	**32,8**	**30.686**	**78,0**	**-28.941**	**5,7**	**26.529**	**73,7**	**TOTAL GASTOS SERVICIO TERCEROS**	**63.991**	**62,8**	**384.207**	**78,2**	**-320.216**	**16,7**	**377.600**	**78,2**
-95	-0,3	336	0,1	-431	-28,3	216	0,1	MERCANCIAS	709	0,1	4.308	0,1	-3.599	16,5	4.218	0,1
5.242	17,7	5.804	1,8	-561	90,3	6.207	1,9	MATERIALES	24.190	3,0	74.500	1,8	-50.309	32,5	74.016	1,8
858	2,9	14.511	4,6	-13.653	5,9	7.488	2,3	LAVANDERIAS EXTERNAS	33.275	4,1	186.474	4,5	-153.199	17,8	91.692	2,2
26	0,1	2.102	0,7	-2.076	1,2	1.918	0,6	OTROS GASTOS FINANCIEROS	7.429	0,9	26.882	0,7	-19.452	27,6	25.430	0,6
3.500	11,8	7.000	2,2	-3.500	50,0	7.000	2,2	ARRENDO SALONES	66.500	8,2	84.000	2,0	-17.500	79,2	84.000	2,0
107	0,4	108	0,0	0	99,9	108	0,0	HILO MUSICAL Y PROP. INTELECTUAL	1.291	0,2	1.291	0,0	0	100,0	1.291	0,0
2.497	8,4	11.356	3,6	-8.859	22,0	647	0,2	IMPUESTOS	117.217	14,5	136.210	3,3	-18.993	86,1	134.179	3,2
659	2,2	741	0,2	-82	88,9	777	0,2	GESTIÓN DE RESIDUOS	4.386	0,5	8.934	0,2	-4.548	49,1	8.816	0,2
865	2,9	3.946	1,2	-3.081	21,9	3.567	1,1	CONTRATOS MANTENIMIENTO	41.301	5,1	47.278	1,2	-5.977	87,4	45.939	1,1
6.183	20,9	8.000	2,5	-1.817	77,3	17.018	5,3	REPARACIONES	67.960	8,4	108.000	2,6	-40.039	62,9	125.310	3,0
578	2,0	1.731	0,5	-1.153	33,4	1.624	0,5	AGUA	6.343	0,8	23.759	0,6	-17.416	26,7	23.702	0,6
1.142	3,9	2.696	0,8	-1.554	42,3	2.863	0,9	COMBUSTIBLE	8.590	1,1	19.828	0,5	-11.238	43,3	19.618	0,5
4.015	13,6	4.347	1,4	-333	92,4	4.563	1,4	ELECTRICIDAD	34.511	4,3	57.626	1,4	-23.114	59,9	60.656	1,5
917	3,1	1.504	0,5	-587	61,0	1.226	0,4	TELEFONO / INTERNET / COMUNICACIONES	12.728	1,6	17.947	0,4	-5.218	70,9	18.047	0,4
14.358	**48,5**	**22.964**	**7,2**	**-8.606**	**62,5**	**31.637**	**9,9**	**TOTAL SUMINISTROS Y SERV EXTERIORES**	**175.820**	**21,7**	**283.371**	**6,9**	**-107.551**	**62,0**	**302.088**	**7,3**
1.183	4,0	1.183	0,4	0	100,0	1.155	0,4	SEGUROS	14.190	1,8	14.190	0,3	0	100,0	13.681	0,3
5.763	25,3	12.210	4,1	-6.447	47,2	15.714	5,2	COMISIONES DE VENTAS Y RAPPELS	44.603	6,0	158.361	4,1	-113.758	28,2	165.392	4,3
-1.760	-5,9	3.450	1,1	-5.210	-51,0	2.734	0,9	PUBLICIDAD/GASTOS REPRESENTACIÓN	9.802	1,2	41.400	1,0	-31.598	23,7	40.487	1,0
4.864	16,4	5.728	1,8	-864	84,9	7.275	2,3	ASESORIAS/AUDITORIAS	43.115	5,3	68.737	1,7	-25.622	62,7	70.092	1,7
44	0,1	421	0,1	-377	100,0	289	0,1	OTROS	1.993	0,2	4.835	0,1	-2.842	41,2	4.954	0,1
3.484	11,8	4.103	1,3	-619	0,0		0,0	PROVISIONES	3.484	0,4	4.103	0,1	-619	100,0	0	0,0
13.576	**45,9**	**27.094**	**8,5**	**-13.518**	**50,1**	**27.168**	**8,5**	**TOTAL GASTOS DIVERSOS**	**117.187**	**14,5**	**291.626**	**7,1**	**-174.439**	**40,2**	**294.606**	**7,1**
41.816	**141,3**	**121.961**	**38,4**	**-80.144**	**34,3**	**108.918**	**34,0**	**TOTAL GASTOS GENERALES**	**607.611**	**75,1**	**1.472.870**	**35,9**	**-865.258**	**41,3**	**1.389.120**	**33,6**
-31.746	**-107,3**	**71.466**	**22,5**	**-103.212**	**-44,4**	**84.980**	**26,5**	**MARGEN BRUTO DE EXPLOTACION (EBITDA)**	**-461.531**	**-57,0**	**1.108.663**	**27,0**	**-1.570.194**	**-41,6**	**1.253.598**	**30,3**
849	2,9	147	0,0	703	579,4	597	0,2	INTERESES PRESTAMOS	9.861	1,2	3.733	0,1	6.128	264,1	9.833	0,2
202	1	202	0,1	0	100	415	0	LEASING	3.602	0	3.602	0,1	0	100	6.311	0
28.429	96,1	34.277	10,8	-5.848	82,9	23.900	7,5	AMORTIZACIONES	396.623	49,0	411.329	10,0	-14.706	96,4	393.899	9,5
3.538	1,1	0	0,0	0	0,0	7.944	2,5	OTROS GASTOS AJENOS A LA EXPLOTACIÓN	8.102	1,0	0	0,0	0	0,0	77.160	1,9
-64.764	-218,9	36.840	11,6	-101.604	-175,8	99.283	31,0	**RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS**	-852.966	-105,4	708.275	17,3	-1.561.242	-120,4	852.438	20,6
	0,0		0,0	0	0,0	24.821	7,7	**IMPUESTO SOCIEDADES**	0	0,0	167.859	4,1	-167.859	0,0	213.109	5,2
-64.763,92	**-218,9**	**36.840**	**11,6**	**-101.604**	**-175,8**	**74.462**	**23,2**	**RESULTADO DESPUES DE IMPUESTOS**	**-852.966**	**-105,4**	**540.417**	**13,2**	**-1.393.383**	**-157,8**	**639.328**	**15,5**
-36.335	-122,8	71.118	22,4	-107.453	-51,1	98.362	30,7	**CASH FLOW**	-456.343	-56,4	951.746	23,2	-1.408.089	-47,9	1.033.227	25,0
332	16,0	4.363	12,4	-4.031	7,6	3.389	11,3	**MARGEN SERVICIO TERCEROS**	9.948	13,5	55.101	12,5	-45.152	18,1	60.852	13,9

HOTEL PUERTA DE TOLEDO - RESUMEN CONTROL DE GESTION - DICIEMBRE 2020

PERIODO MENSUAL									ACUMULADO AÑO							
MES ACTUAL	%	PRESUPUESTO MES	%	DESVIACIÓN MES	%	MES AÑO ANTERIOR	%	CONCEPTOS	ACUMULADO AÑO ACTUAL	%	PRESUPUESTO ACUMULADO	%	DESVIACIÓN ACUMULADO	%	ACUMULADO AÑO ANTERIOR	%
462		3.850		-3.388	12,0	3.908		OCUPACIÓN HABITACIONES	10.729		49.474		-38.745	21,7	49.346	
8,8		73,5		-64,7	12,0	74,6		% OCUPACIÓN HABITACIONES	31,4		80,2		-48,78	39,2	80,0	
47,35		69,50		-22,15	68,1	70,30		PRECIO MEDIO HABITACIÓN	63,01		70,39		-7,38	89,5	71,21	
744		6.622		-5.878	11,2	6.727		OCUPACIÓN PERSONAS	16.824		84.536		-67.712	19,9	84.071	
7,69		67,4		-59,7	11,4	68,5		% OCUPACIÓN PERSONAS	26,69		73,06		-46,37	36,5	72,7	
29,41		40,41		-11,00	72,8	40,84		PRECIO MEDIO POR PERSONA	40,18		41,19		-1,01	97,5	41,80	
1,5		2,1		-0,6		2,1		POMEDIO DE NOCHES	2,0							
141		4.995		-4.854		4.603		UNIDADES DESAYUNOS	10.738		63.240		-52.502		63.565	
19,0		75,4		-56,5		68,4		% DE ESTANCIAS QUE DESAYUNAN	63,8		74,8		-10,98		75,6	
6,3		6,1		0,2		5,8		PRECIO MEDIO DE VENTA	5,9		6,0		-0,1		5,9	
5,1		5,3		-0,2		5,1		PRECIO MEDIO DE COSTO	5,1		5,3		-0,1		5,1	
59		292		-233		165		UNIDADES RESTAURANTE	418		3.529		-3.111		4.157	
7,9		4,4		3,5		2,5		% DE ESTANCIAS QUE COMEN / CENAN	2,5		4,2		-1,69		4,9	
12,7		12,7		0,0		11,7		PRECIO MEDIO DE VENTA	11,7		12,5		-0,8		12,3	
10,8		10,7		0,0		12,1		PRECIO MEDIO DE COSTO	10,1		10,7		-0,6		10,5	
4,18		51,07		-46,90		52,44		REVPAR HABITACIONES	10,96		56,45		-45,49		56,97	
5,65		60,64		-54,99		61,21		REVPAR TOTAL INGRESOS	13,12		66,51		-53,40		66,98	
-6,06		13,64		-19,70		16,22		GOPPAR	-7,48		17,97		-25,46		20,32	
7,7	100	29,3		0,0		30,3	79	PLANTILLA MEDIA HOTEL	13,2	90	29,3	77	-16,0	45	29,8	76
0,0	0	7,7		0,0		7,9	21	PLANTILLA MEDIA E.T.T.	1,5	10	8,8	23	-7,3	17	9,4	24
7,7	100	36,9		0,0		38,2	100	PLANTILLA MEDIA TOTAL	14,7	100	38,1	100	-23,4	39	39,2	100







AÑO ACTUAL | PRESUPUESTO | AÑO ANTERIOR

➢ Anexo 3 – Resumen control de gestión mensualizado año 2020

HOTEL PUERTA DE TOLEDO - RESUMEN MENSUALIZADO 2020														
CONCEPTOS	***ENERO***	**FEBRERO**	**MARZO**	**ABRIL**	**MAYO**	**JUNIO**	**JULIO**	**AGOSTO**	**SEPTIEMBRE**	**OCTUBRE**	**NOVIEMBRE**	**DICIEMBRE**	**TOTAL 2020**	**%**
HABITACIÓN	238.928	261.205	95.300	-111	-110	124	75	0	23.397	16.849	18.506	21.877	676.041	83,56
MINI-BAR	179	177	115	0	0	0	0	0	0	0	0	118	590	0,07
GARAJE	3.246	3.087	745	0	0	0	0	0	1.927	707	732	1.025	11.469	1,42
LENCERÍA	0	0	0	0	0	0	0	0					0	0,00
SALONES	1.322	2.231	1.364	0	0	0	0	0	83	620	401	0	6.021	0,74
TELEFONO / INTERNET	32	22	52	0	0	0	0	0	0	0	0	0	107	0,01
VARIOS	1.780	2.034	1.306	617	0	0	0	0	81	688	1.104	496	8.106	1,00
CESIÓN FOOD & GOURMET	8.000	8.000	2.800	0	0	0	0	0	4.000	2.500	3.500	4.000	32.800	4,05
DESAYUNOS	23.477	26.063	10.397	0	0	0	0	0	1.263	774	830	883	63.688	7,87
BAR	1.668	1.645	676	0	0	0	0	0	214	220	494	443	5.360	0,66
RESTAURANTE	1.229	2.913	0	0	0	0	0	0	0	0	0	750	4.893	0,60
TOTAL SERVICIO TERCEROS	***26.374***	***30.621***	**11.073**	**0**	**0**	***0***	**0**	**0**	**1.477**	**995**	**1.324**	**2.077**	**73.940**	**9,14**
TOTAL FACTURACIÓN HOTEL	***279.861***	***307.378***	**112.755**	**506**	**-110**	***124***	**75**	**0**	**30.965**	**22.359**	**25.567**	**29.592**	**809.073**	**100,0**
OTROS INGRESOS	18.277	*26*	200	0	0	7.996	0	0	0	0	254	0	26.753	3,31
TOTAL INGRESOS	***298.138***	***307.404***	**112.955**	**506**	**-110**	***8.120***	**75**	**0**	**30.965**	**22.359**	**25.821**	**29.593**	**835.826**	**103,3**
SUELDOS	76.198	75.428	71.945	27.692	27.204	25.409	26.875	26.967	30.110	22.505	23.307	23.465	457.104	56,50
GRATIFICACIONES / INCENTIVOS / PREMIOS	6.846	6.616	2.018	-775	0	0	0	0	0	0	0	-5.584	9.120	1,13
SEGUROS SOCIALES	22.517	21.822	20.474	4.941	6.016	6.389	12.894	14.891	17.177	7.372	7.462	7.068	149.022	18,42
E.T.T.	15.980	19.468	7.464	0	0	0	0	0	0	0	0	0	42.911	5,30
OTROS GASTOS SOCIALES	1.434	1.599	988	275	316	439	474	333	2.000	1.366	1.038	-5.427	4.835	0,60
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	***122.974***	***124.932***	**102.890**	**32.132**	**33.536**	**32.237**	**40.242**	**42.191**	**49.287**	**31.243**	**31.806**	**19.522**	**662.992**	**81,94**
DESAYUNOS	19.783	22.020	10.048	0	0	0	0	0	1.051	689	678	719	54.987	86,34
BAR	1.506	1.585	505	0	0	0	0	0	191	200	421	391	4.800	89,55
RESTAURANTE	1.071	2.499	0	0	0	0	0	0	0	0	0	635	4.205	85,94
TOTAL SERVICIO TERCEROS	***22.360***	***26.104***	**10.553**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**1.241**	**889**	**1.099**	**1.745**	**63.991**	**7,91**
MERCANCIAS	315	188	75	0	0	0	0	0	92	45	88	-95	709	0,09
MATERIALES	5.459	5.825	4.343	0	0	0	0	0	1.127	1.109	1.084	5.242	24.190	2,99
LAVANDERIAS EXTERNAS	13.848	11.655	5.334	0	0	0	0	0	1.533	0	47	858	33.275	4,11
OTROS GASTOS FINANCIEROS	1.981	1.325	777	21	85	314	730	681	427	807	256	26	7.429	0,92
ARRENDO SALONES	7.000	7.000	7.000	0	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	3.500	3.500	3.500	66.500	8,22
HILO MUSICAL Y PROPIEDAD INTELECTUAL	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	107	1.291	0,16
IMPUESTOS	11.293	11.414	11.356	11.363	11.363	11.363	11.363	11.363	11.363	9.886	2.592	2.497	117.217	14,49
GESTIÓN DE RESIDUOS	788	749	739	130	130	130	130	130	335	373	92	659	4.386	0,54
CONTRATOS MANTENIMIENTO	3.871	3.871	3.794	2.714	3.239	3.302	4.052	3.871	3.809	3.994	3.920	865	41.301	5,10
REPARACIONES	8.000	9.940	6.814	3.492	3.239	5.517	3.527	5.820	4.968	5.946	4.515	6.183	67.960	8,40
AGUA	1.430	1.779	1.284	14	15	15	15	15	211	564	424	578	6.343	0,78
COMBUSTIBLE	1.918	1.425	1.307	0	0	0	0	0	815	1.128	856	1.142	8.590	1,06
ELECTRICIDAD	6.000	4.329	3.417	1.955	1.626	1.433	1.484	1.553	2.520	2.860	3.319	4.015	34.511	4,27
TELEFONO / INTERNET / COMUNICACIONES	1.403	1.595	1.008	1.319	650	792	784	1.147	881	1.271	959	917	12.728	1,57
TOTAL SUMINISTROS Y SERVICIOS EXTERIORES	***23.410***	***23.687***	**18.363**	**9.625**	**8.899**	**11.189**	**9.992**	**12.536**	**13.539**	**16.136**	**14.085**	**14.358**	**175.820**	**21,73**
SEGUROS	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	14.190	1,75
COMISIONES DE VENTAS	10.758	11.386	5.071	0	0	0	0	0	1.730	3.912	5.983	5.763	44.603	6,03
PUBLICIDAD/GASTOS REPRESENTACIÓN	3.450	3.233	614	250	250	0	545	716	758	727	1.019	-1.760	9.802	1,21
ASESORIAS/AUDITORIAS	5.729	5.728	4.868	1.757	2.357	2.575	2.955	2.810	2.960	3.132	3.382	4.864	43.115	5,33
OTROS	203	142	19	74	9	160	23	481	9	657	173	44	1.993	0,25
PROVISIONES												3.484	3.484	0,43
TOTAL GASTOS DIVERSOS	***21.322***	***21.671***	**11.755**	**3.263**	**3.799**	**3.917**	**4.706**	**5.189**	**6.639**	**9.609**	**11.740**	**13.576**	**117.187**	**14,48**
TOTAL GASTOS GENERALES	*107.097*	*108.977*	*69.664*	*24.380*	*31.253*	*33.891*	*33.898*	*36.877*	*43.070*	*42.089*	*34.599*	*41.816*	607.611	75,10
MARGEN BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)	***49.789***	***73.469***	***-59.799***	***-56.006***	***-64.899***	***-66.004***	***-74.065***	***-79.068***	***-61.393***	***-50.973***	***-40.838***	***-31.746***	**-461.531**	**-57,04**
INTERESES Y GASTOS PRESTAMOS / L.C.	548	516	446	415	364	1.148	1.149	1.097	1.134	1.084	1.112	849	9.861	1,22
LEASING	397	380	362	345	327	309	292	274	256	238	220	202	3.602	0,45
AMORTIZACIONES	34.277	34.277	34.277	34.277	34.277	34.277	34.277	34.277	31.325	31.325	31.325	28.429	396.623	49,02
OTROS GASTOS AJENOS A LA EXPLOTACIÓN	0									1.027	3.537	3.538	8.102	1,00
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	*32.844*	*38.322*	-94.685	-91.043	-99.867	-93.742	-109.783	-114.716	-94.108	-84.647	-76.778	-64.764	**-852.966**	**-105,43**
IMPUESTO SOCIEDADES	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	0	0,00
RESULTADO DESPUES DE IMPUESTOS	***32.844***	***38.322***	**-94.685**	**-91.043**	**-99.867**	**-93.742**	**-109.783**	**-114.716**	**-94.108**	**-84.647**	**-76.778**	**-64.763,92**	**-852.966**	**-105,43**
CASH FLOW	*67.122*	*72.599*	-60.407	-56.765	-65.590	-59.465	-75.506	-80.439	-62.783	-53.322	-45.453	-36.335	-456.343	-56,40
MARGEN SERVICIO TERCEROS	*4.014*	*4.517*	520	0	0	*0*	0	0	235	106	225	332	9.948	13,45

ANEXO 3 – Resumen control de gestión mensualizado año 2020.

HOTEL PUERTA DE TOLEDO - RESUMEN MENSUALIZADO 2020

CONCEPTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	*JUNIO*	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL 2020	
OCUPACIÓN HABITACIONES	*3.674*	*3.884*	1.532	0	0	0	0	0	459	333	385	462	10.729	
% OCUPACIÓN HABITACIONES	*70,13*	*79,25*	41,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9,70	6,36	7,59	8,82	31,43	
A.D.R.	*65,03*	*67,25*	*62,21*	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*51,47*	*50,00*	*48,53*	*48,50*	63,01	
OCUPACIÓN PERSONAS	5.760	6.134	2.432	0	0	0	0	0	676	525	553	744	16.824	
% OCUPACIÓN PERSONAS	*59,55*	*67,79*	35,43	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7,74	5,43	5,91	7,69	26,69	
PRECIO MEDIO POR PERSONA	*41,48*	*42,58*	39,19	0,00	0	*0,00*	0,00	0,00	34,61	32,09	33,46	29,41	40,18	
POMEDIO DE NOCHES POR HABITACIÓN	*2,09*	*2,06*	2,54	0,00	0,00	*0,00*	0,00	0,00	1,56	1,62	1,63	1,50	2,03	
UNIDADES DESAYUNOS	3879	4276	1968	0	0	0	0	0	206	135	133	141	10.738	
% DE ESTANCIAS QUE DESAYUNAN	67,3%	69,7%	80,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	30,5%	25,7%	24,1%	19,0%	63,8%	
PRECIO MEDIO DE VENTA	6,05	6,10	5,28	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6,13	5,74	6,24	6,27	5,93	
PRECIO MEDIO DE COSTO	5,10	5,15	5,11	0,00	1594346	1594345,91	1594345,91	0,00	5,10	5,10	5,10	5,10	5,12	
UNIDADES RESTAURANTE	104	255	0	0	0	0	0	0	0	0	0	59	418	
% DE ESTANCIAS QUE COMEN / CENAN	1,8%	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,9%	2,5%	
PRECIO MEDIO DE VENTA	11,82	11,42	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	12,72	11,71	
PRECIO MEDIO DE COSTO	10,30	9,80	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10,75	10,06	
REVPAR HABITACIONES	45,61	55,20	18,19	-0,02	-0,02	0,02	0,01	0,00	4,61	3,22	3,65	4,18	10,96	
REVPAR TOTAL INGRESOS	53,42	64,96	21,52	0,10	-0,02	0,02	0,01	0,00	6,11	4,27	5,04	5,65	13,12	
GOPPAR	9,50	15,53	-11,41	-11,05	-12,39	-13,02	-14,14	-15,09	-12,11	-9,73	-8,05	-6,06	-7,48	
PLANTILLA MEDIA HOTEL	29,5	29,3	28,3	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	9,5	7,1	7,7	7,7	13,2	
PLANTILLA MEDIA E.T.T.	6,4	8,3	3,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,5	
PLANTILLA MEDIA TOTAL	35,9	37,6	31,2	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	9,5	7,1	7,7	7,7	14,7	

ANEXO 3 – Resumen control de gestión mensualizado año 2020.

Balance Operativo al 31-12-2020

HOTEL PUERTA DE TOLEDO, S.A. - A28196715

A C T I V O

DESCRIPCIÓN	
ACTIVO NO CORRIENTE	3.199.212,65
INMOVILIZADO INTANGIBLE	25,88
203,PROPIEDAD INDUSTRIAL	1.743,61
206,APLICACIONES INFORMATICAS	14.492,28
280,AMORT. ACUM. DEL INMOV. INTANGIBLE	-16.210,01
INMOVILIZADO MATERIAL	3.185.186,77
210,TERRENOS Y BIENES NATURALES	1.229.013,28
211,CONSTRUCCIONES	2.849.496,82
213,MAQUINARIA	48.021,31
214,UTILLAJE	20.380,88
215,OTRAS INSTALACIONES	3.496.585,90
216,MOBILIARIO	775.156,53
217,EQUIPOS PARA PROCESOS DE INFORMACION	36.802,36
219,OTRO INMOVILIZADO MATERIAL	139.741,15
281,AMORT. ACUM. DEL INMOVILIZADO MATERIAL	-5.410.011,46
INVERSIONES FINANCIERAS A L/P	14.000,00
260,FIANZAS CONSTITUIDAS A L/P	14.000,00
ACTIVO CORRIENTE	259.725,58
EXISTENCIAS	94.650,79
321,COMBUSTIBLES	3.324,58
322,REPUESTOS	46.173,59
325,MATERIALES DIVERSOS	42.605,10
328,MATERIAL DE OFICINA	2.547,52
DEUDORES CIALES. Y OTRAS CTAS.A COBRAR	70.797,88
430,CLIENTES	6.353,13
431,CLIENTES, EFECTOS COMERCIALES A COBRAR	241,90
440,DEUDORES	5.207,32
460,ANTICIPOS DE REMUNERACIONES	3.900,00
470,H.P, DEUDORA POR DIVERSOS CONCEPTOS	38.069,88
472,HACIENDA PUBLICA, IVA SOPORTADO	20.509,19
490,Deter.valor crdtos.por oper.ciales	-3.483,54
PERIODIFICACIONES	836,36
480,GASTOS ANTICIPADOS	836,36
EFECTIVO Y OTROS ACTIVOS LIQUIDOS EQUIV.	93.440,55
570,CAJA (EUROS)	1.597,62
572,BANCOS E INSTITUCIONES DE CREDITO C/C VI	91.842,93
Resultado (Pérdidas)	852.966,48
TOTAL ACTIVO	4.311.904,71

PATRIMONIO NETO Y PASIVO

DESCRIPCIÓN	
PATRIMONIO NETO	2.820.838,28
FONDOS PROPIOS	2.820.838,28
Capital	1.123.894,00
100,CAPITAL SOCIAL	1.123.894,00
Reservas	1.696.944,28
112,Reserva Legal	224.778,80
113,Reservas voluntarias	938.665,07
114,RESERVAS ESPECIALES	533.500,41
PASIVO NO CORRIENTE	1.124.957,07
DEUDAS A LARGO PLAZO	1.037.933,05
170,Deudas a L/P con entidades de crédito	941.164,14
174,Acreed.por arrendam.financ. a L/P	64.824,77
185,Depósitos recibidos a largo plazo	31.944,14
PASIVOS POR IMPUESTO DIFERIDO	87.024,02
479,PASIVOS POR DIFER.TEMPORARIAS IMPONIBLES	87.024,02
PASIVO CORRIENTE	366.109,36
DEUDAS A CORTO PLAZO	231.916,28
520,DEUDAS C/P CON ENTIDADES DE CREDITO	-51,10
524,ACREED. POR ARREND. FINANCIERO A C/P	29,98
551,CTA. CORRIENTE SOCIOS Y ADRES.	172.056,84
561,Depósitos recibidos a corto plazo	59.880,56
ACREEDORES CIALES Y OTRAS CTAS.A PAGAR	134.193,08
400,PROVEEDORES	1.032,88
410,ACREEDORES POR PRESTACIONES DE SERVICIOS	54.742,20
465,REMUNERACIONES PENDIENTES DE PAGO	27.555,74
475,H.P,ACREEDORA POR CONCEPTOS FISCALES	26.727,95
476,ORGANISMOS DE LA SEG. SOC. ACREEDORES	14.312,47
477,HACIENDA PUBLICA, IVA REPERCUTIDO	9.821,84
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	4.311.904,71

POOL BANCARIO

PRÉSTAMOS - PENDIENTES	CAPITAL			INTERESES		PENDIENTE DE PAGO	CUOTA MENSUAL	CUOTAS MENSUALES PENDIENTES
	INICIAL	AMORTIZADO	PENDIENTE	PAGADOS	PENDIENTES			
Linea ICO emprendedores - 3ª y 2ª planta (16-06-15 al 16-06-20)	300.000,00	300.000,00	0,00	30.904,06	0,00	0,00	6.685,20	0
Préstamo BEI - fase 1ª Y RESTO 3ª Y 2ª (23-12-15 al 23-12-20)	300.000,00	300.000,00	0,00	24.741,32	0,00	0,00	6.597,95	0
Impuestos (01-12-20 al 01-12-21)	130.000,00	0,00	130.000,00	0,00	1.518,92	131.518,92	10.959,91	12
Préstamo Salón Desayunos-puertas baños+techos pasillos+preinst. a.a. (04-05-2016 al 04-05-20)	150.000,00	150.000,00	0,00	12.550,11	0,00	0,00	3.386,65	0
Préstamo para circulante (19-06-19 al 19-05-22)	220.000,00	108.886,86	111.113,14	3.417,48	1.191,20	112.304,34	6.239,13	18
Préstamo para circulante (09-06-20 al 08-06-25)	700.000,00	0,00	700.000,00	5.337,51	27.067,06	727.067,06	15.034,32	54 (*)
SUMA DE PRESTAMOS - PENDIENTES	1.800.000,00	858.886,86	941.113,14	76.950,48	29.777,18	970.890,32	48.903,16	

LEASING - PENDIENTES	IMPORTE			RENDIMIENTOS		I.V.A. PENDIENTE	PENDIENTE DE PAGO	CUOTA MENSUAL	CUOTAS MENSUALES PENDIENTES
	INICIAL	AMORTIZADO	PENDIENTE	PAGADOS	PENDIENTES				
Leasing - VRV - (16-11-16 al 15-11-21)	340.148,90	268.292,57	71.856,33	31.120,93	59.882,73	12.575,37	72.458,10	7.245,81	10
SUMA DE LEASING - PENDIENTES	340.148,90	268.292,57	71.856,33	31.120,93	59.882,73	12.575,37	72.458,10	7.245,81	
TOTAL PENDIENTE (Préstamos + Leasing)	**2.140.148,90**	**1.127.179,43**	**1.012.969,47**	**108.071,41**	**89.659,91**	**12.575,37**	**1.043.348,42**	**56.148,97**	

	IMPORTE INICIAL	IMPORTE DISPUESTO	PENDIENTE DE PAGO
LINEA DE CREDITO (29-01-20 al 28-01-21)	120.000,00	0,00	0,00
LINEA DE CREDITO ICO BBVA (Cancelar el 08-06-25)	100.000,00	0,00	0,00

(*) Préstamo para circulante BBVA - 1 año de carencia

Índice

1. Objeto
2. Alcance
3. Evaluación de riesgo5
4. Recomendaciones técnicas. Protocolo de actuación
   - 4.1. Medidas de prevención/protección de carácter general
   - 4.2. Normas de actuación si se presentan síntomas de la enfermedad
   - 4.3. Presencia de trabajadores en zonas de posible contacto con personal infectado o donde exista una posibilidad cierta de presencia del agente biológico
     Trabajadores vulnerables

Anexo 1: Información a los trabajadores

Anexo 2: Formato para el registro de entrega de información

Anexo 3: Planificación de la actividad preventiva. Protocolo de actuación

1. Objeto

El objeto del presente informe es la evaluación del riesgo y la proposición de las medidas de prevención y control de la posible exposición en relación con el nuevo coronavirus SARS-CoV-2. Para ello se van a analizar las características de las tareas o actividades realizadas en las que puede existir riesgo de exposición a dicho agente y las medidas de prevención existentes. Adicionalmente, en caso necesario, se propondrán medidas de prevención y control para garantizar la seguridad y salud de los trabajadores.

La presente evaluación se realiza en base a las circunstancias excepcionales debidas al Estado de Alarma decretado por el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por la enfermedad COVID-19 y la reglamentación derivada del mismo. De acuerdo con esto, identificados uno o más riesgos relacionados con la exposición al citado agente durante el trabajo, se procederá, para aquellos que no hayan podido evitarse, a evaluar los mismos determinando la naturaleza, el grado y la duración de la exposición de los trabajadores.

La presente evaluación se realiza en base al conocimiento científico actual en relación con el agente en cuestión (SARS-CoV-2) y las medidas de protección y prevención publicadas por el Ministerio de Sanidad. Estas recomendaciones están en continuo cambio y actualización por lo que, más allá de lo establecido en el presente informe, si éste se consulta en fecha posterior a su elaboración, se deberá contrastar con las recomendaciones actualizadas que haya publicado el citado Ministerio.

(https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov-China/home.htm).

2. Alcance

El alcance de la presente evaluación se centra en las tareas o actividades descritas a continuación, no siendo objeto de este informe otras posibles actividades realizadas y que puedan suponer la exposición al SARS-CoV-2 por parte de los trabajadores que las realizan.

Tarea a evaluar	Atención al cliente, administración, limpieza instalaciones
Puesto de trabajo	Camarera de pisos, oficina, mantenimiento, limpieza, recepción, valet
Descripción de la actividad realizada	
Edificio de uso residencial público. Compuesto de habitaciones para huéspedes, salón comedor, salas de reuniones, oficinas y garaje aparcamiento	

3. Evaluación de riesgo

Para la evaluación del riesgo por la posible exposición, se tienen en cuenta los siguientes aspectos:

Naturaleza del agente.

Los coronavirus son miembros de la subfamilia orthocoronaviridae dentro de la familia coronaviridae (orden nidovirales). Esta subfamilia comprende cuatro géneros: alphacoronavirus, betacoronavirus, gammacoronavirus y deltacoronavirus de acuerdo con su estructura genética. Los alfacoronavirus y betacoronavirus infectan solo a mamíferos y normalmente son responsables de infecciones respiratorias en humanos y gastroenteritis en animales. Se han descrito seis coronavirus en seres humanos hasta la aparición del 2019-nCov (SARS-CoV-2), que provoca la enfermedad Covid-19.

La vía de transmisión entre humanos se considera similar al descrito para otros coronavirus a través de las secreciones de personas infectadas, principalmente por contacto directo con gotas respiratorias de más de 5 micras (capaces de transmitirse a distancias de hasta 2 metros) y las manos o los fómites contaminados con estas secreciones seguido del contacto con la mucosa de la boca, nariz u ojos. (Basado en la información del Centro de Coordinación de Alertas y Emergencias Sanitarias).

En relación a la clasificación como agente biológico del SARS-CoV-2, el 4 de junio de 2020 se publica en el Diario Oficial de la Unión Europea la Directiva (UE) 2020/739 de la Comisión, de 3 de junio de 2020, por la que se modifica el anexo III de la Directiva 2000/54/CE del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que respecta a la inclusión del SARS-CoV- 2 en la lista de agentes biológicos que son patógenos humanos conocidos, así como la Directiva (UE) 2019/1833 de la Comisión. Esta Directiva (UE) 2020/739 (UE) entra en vigor a los 20 días de su publicación en el Diario Oficial de la Unión Europea, es decir, el 24 de junio de 2020, momento a partir del cual el **SARS-CoV-2** quedará clasificado dentro del **grupo 3** de la clasificación que recoge el anexo II del **Real Decreto 664/1997,** de 12 de mayo, sobre la protección de los trabajadores contra los riesgos relacionados con la exposición a agentes biológicos durante el trabajo.

Grupo	Descripción
1	Aquél que resulta poco probable que cause una enfermedad en el hombre .
2	Aquél que puede causar una enfermedad en el hombre y puede suponer un peligro para los trabajadores, siendo poco probable que se propague a la colectividad y existiendo generalmente profilaxis o tratamiento eficaz.
3	Aquél que puede causar una enfermedad grave en el hombre y presenta un serio peligro para los trabajadores, con riesgo de que se propague a la colectividad y existiendo generalmente una profilaxis o tratamiento eficaz.

4	Aquél que causando una enfermedad grave en el hombre supone un seno peligro para los trabajadores, con muchas probabilidades de que se propague a la colectividad y sin que exista generalmente u na profilaxis o un tratamiento eficaz.

Posibilidad de vacunación.

En la actualidad no existe posibilidad de vacunación para este agente biológico.

Evaluación del riesgo de exposición.

En función de la naturaleza de las actividades y los mecanismos de transmisión del coronavirus SARS-CoV-2, podemos establecer los diferentes escenarios de riesgo en los que se pueden encontrar los trabajadores, que se presentan en la siguiente tabla.

Escenarios de riesgo de exposición al coronavirus SARS-CoV-2 en el entorno laboral

EXPOSICIÓN DE RIESGO	EXPOSICIÓN DE BAJO RIESGO	BAJA PROBABILIDAD DE EXPOSICIÓN
Personal sanitario asistencial y no asistencial que atiende a un caso sospechoso o confirmado de COVID-19. Técnicos de transporte sanitario, si hay contacto directo con un caso sospechoso o confirmado de COVID-19 trasladado. Situaciones en las que no se puede evitar un contacto estrecho en el trabajo con un caso sospechoso	Personal sanitario cuya actividad laboral no incluye contacto estrecho con un caso sospechoso o confirmado de COVID-19, por ejemplo: - Acompañantes para traslado. - Celadores, camilleros, trabajadores de limpieza. Personal de laboratorio responsable de las pruebas de diagnóstico virológico. Personal no sanitario que tenga contacto con material sanitario, fómites o desechos posiblemente contaminados. Ayuda a domicilio de contactos asintomáticos.	Trabajadores sin atención directa al público, o a más de 1,5 metros de distancia, o con medidas de protección colectiva que evitan el contacto, por ejemplo: - Personal administrativo. - Técnicos de transporte sanitario con barrera colectiva, sin contacto directo con el paciente. - Conductores de transportes públicos con barrera colectiva. - Personal de seguridad.
REQUERIMIENTOS		
En función de la evaluación específica del riesgo de exposición de cada caso: componentes de EPI de protección biológica y, en ciertas circunstancias, de protección frente a aerosoles y frente a salpicaduras.	En función de la evaluación específica del riesgo de cada caso: componentes de EPI de protección biológica.	No necesario uso de EPI. En ciertas situaciones (falta de cooperación de una persona sintomática): - protección respiratoria - guantes de protección.

Extraído de "Procedimiento de actuación para los servicios de prevención de riesgos laborales frente a la exposición al nuevo coronavirus (SARS-Cov-2)". Ministerio de Sanidad.

NOTA: *En la primera fila de la tabla se aportan ejemplos de personas trabajadoras que cumplen c on las definiciones para ser ubicadas en cada escenario de riesgo, y en la segunda fila, los requerimientos en lo que a equipos de protección se refiere.* ***Se trata de ejemplos de actividades, no de una relación exhaustiva de las mismas.***

Entendemos por:

- **Exposición de riesgo:** aquellas situaciones laborales en las que se puede producir un contacto estrecho con un caso sospechoso o confirmado de infección por el SARS-CoV-2.
- **Exposición de bajo riesgo:** aquellas situaciones laborales en las que la relación que se pueda tener con un caso probable o confirmado, no incluye contacto estrecho.
- **Baja probabilidad de exposición:** trabajadores que no tienen atención directa al público

o, si la tienen, se produce a más de 2 metros de distancia, o disponen de medidas de protección colectiva que evitan el contacto (mampara de cristal, separación de cabina de ambulancia, etc.).

Según el documento 'Estrategia de detección precoz, vigilancia y control de covid-19', del Ministerio de Sanidad, de 16 de junio de 2020, se clasifica como ***«contacto estrecho»***:

- Cualquier persona que haya proporcionado cuidados a un caso: personal sanitario o sociosanitario que no han utilizado las medidas de protección adecuadas, miembros familiares o personas que tengan otro tipo de contacto físico similar.
- Cualquier persona que haya estado en el mismo lugar que un caso, a una distancia menor de 2 metros (ej. convivientes, visitas) y durante más de 15 minutos.
- Se considera contacto estrecho en un avión, tren u otro medio de transporte de largo recorrido (y siempre que sea posible el acceso a la identificación de los viajeros) a cualquier persona situada en un radio de dos asientos alrededor de un caso y a la tripulación o personal equivalente que haya tenido contacto con dicho caso.

El periodo a considerar será desde 2 días antes del inicio de síntomas del caso hasta el momento en el que el caso es aislado. En los casos asintomáticos confirmados por PCR, los contactos se buscarán desde 2 días antes de la fecha de diagnóstico.

En función de estos criterios, los puestos de trabajo y tareas estudiadas se clasifican en los siguientes escenarios de riesgo:

PUESTO DE TRABAJO	TAREA EVALUADA	ESCENARIO DE RIESGO
Recepción	Atención al cliente	Exposición de bajo riesgo
Oficina	Administrativas	Baja probabilidad de exposición
mantenimiento	Mantenimiento de las instalaciones	Baja probabilidad de exposición
Camarera de piso	Limpieza de las instalaciones	Baja probabilidad de exposición
valet	Abastecimiento de sabanas, toallas	Baja probabilidad de exposición
OBSERVACIONES:		

PUESTOS DE TRABAJO QUE NO IMPLICAN RIESGO DE EXPOSICIÓN PROFESIONAL AL SARS-CoV-2 (BAJA PROBABILIDAD DE EXPOSICIÓN)

En aquellos puestos/tareas en los que el resultado de la presente Evaluación de la Exposición se hubiera concluido una baja probabilidad de exposición, la presencia del SARS-CoV-2 en los centros de trabajo constituye una situación excepcional, derivada de la infección de los trabajadores y trabajadoras por otras vías distintas de la profesional (Criterio Operativo nº 102/20206 de ITSS) no resultando, por tanto, de aplicación, el Real Decreto 664/1997, de 12 de mayo, sobre la protección de los trabajadores contra los riesgos relacionados con la exposición a agentes biológicos durante el trabajo,

Para la prevención de posibles contagios serán de aplicación, por la empresa, las medidas previstas al efecto por el Ministerio de Sanidad, autoridad competente en dicha materia desde la entrada en vigor del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19.

Nota: en este sentido procede recordar que, una vez decretado el estado de alarma por Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, y de conformidad con el artículo 10 de la Ley Orgánica 4/1981, de 1 de junio, de los estados de alarma, excepción y sitio "e l incumplimiento o la resistencia a las órdenes de la autoridad competente en el estado de alarma será sancionado con arreglo a lo dispuesto en las leyes". Por lo tanto, atendiendo al estado de alarma decretado el día 14 de marzo, el cumplimiento, por parte de las empresas, de las distintas medidas previstas por el Ministerio de Sanidad, tiene carácter obligatorio.

PUESTOS DE TRABAJO QUE SI IMPLICAN RIESGO DE EXPOSICIÓN PROFESIONAL AL SARS - CoV-2 (EXPOSICIÓN DE BAJO RIESGO / EXPOSICIÓN DE RIESGO)

Este grupo abarca a todas las personas trabajadoras que, en función de la actividad en la que prestan servicios, se encuentran en una situación de riesgo por posible exposición al SARS-CoV-2, fundamentalmente, servicios de asistencia sanitaria (comprendidos los desarrollados en aislamiento, traslados, labores de limpieza, cocina, eliminación de residuos, transporte sanitario, etc.), laboratorios y trabajos funerarios.

Para dichos colectivos, además de las medidas previstas por el Ministerio de Sanidad para la prevención de posibles contagios serán de aplicación, por la empresa, las disposiciones previstas por el Real Decreto 664/1997,

de 12 de mayo, sobre la protección de los trabajadores contra los riesgos relacionados con la exposición a agentes biológicos durante el trabajo,

4. RECOMENDACIONES TECNICAS. PROTOCOLOS DE ACTUACION

Se detallan a continuación las medidas de prevención generales que a empresa deberá implantar con el fin de minimizar el riesgo de contagio de la enfermedad entre sus trabajadores y/o clientes. Estas medidas serán de aplicación mientras sigan vigentes las disposiciones legales publicadas a raíz de la crisis sanitaria relativa a la COVD19.

Es necesario tener en cuenta la continua modificación y actualización de las disposiciones legales relativas a este aspecto, lo que obliga a revisar posibles actualizaciones normativas que hayan podido surgir con posterioridad a la publicación de este informe.

4.1. Medidas de prevención/protección de carácter general

Medidas higiénicas básicas

- Respete las medidas de distanciamiento interpersonal.
- Lávese las manos con frecuencia: la higiene de manos es la medida preventiva más importante para reducir la transmisión indirecta de cualquier agente infeccioso; para la higiene de manos se podrá recurrir al empleo de agua y jabón, geles hidroalcohólicos, o desinfectantes con actividad virucida, autorizados por el Ministerio de Sanidad; en todos los casos se deberán respetar escrupulosamente las recomendaciones establecidas al efecto por las autoridades sanitarias.
- Utilice mascarilla higiénica o quirúrgica en todos los espacios cerrados y en todos aquellos lugares al aire libre en los que no pueda mantener la distancia interpersonal. Siga las recomendaciones del fabricante en cuanto a los tiempos de utilización máximos de la mascarilla y su correcta colocación.
- Cúbrase la nariz y la boca con un pañuelo desechable al toser y estornudar, y deséchelo a continuación, depositándolo en un cubo/papelera que disponga de tapa. Si no dispone de pañuelos, emplee la parte interna del codo para no contaminar las manos.
- Evite tocarse la cara: la propagación de gérmenes se produce con frecuencia cuando una persona toca una superficie contaminada y luego se toca los ojos, nariz o boca.
- Evite los apretones de manos: evite estrechar la mano como señal de saludo; en su caso, lávese las manos después de estar en contacto físico con otras personas.
- Evite, en la medida de lo posible, el uso compartido de útiles y/o equipos de trabajo. Cuando esto no puede evitarse, proceda a su desinfección, antes de hacer uso de los mismos, y lávese/desinfecte las manos después de cada uso.
- No coma, beba o fume, mientras no se haya realizado una correcta higiene.
- En su caso, haga uso de los equipos de protección individual puestos a su disposición por la empresa, informando al titular de la actividad o persona designada al efecto en caso de deterioro y/o pérdida de eficacia de los mismos.
- En su caso, facilite el trabajo al personal de limpieza al abandonar el puesto de trabajo,

despejando éste lo máximo posible.

- En la medida de lo posible, priorice el uso de medios de transporte individual frente al transporte colectivo y, en su caso, adopte las medidas de distanciamiento y utilización de medios de protección individual previstas por las autoridades sanitarias.
- No acuda al centro de trabajo:
  - Si ha sido diagnosticado o presenta síntomas compatibles con el COVID-19.

o Si se encuentra en período de cuarentena domiciliaria por haber tenido contacto con alguna persona diagnosticada, o que presente síntomas, de COVID-19

- Si presenta síntomas de la enfermedad en el centro de trabajo:
  - Evite todo contacto con sus compañeros de trabajo, y
  - Ponga el hecho en conocimiento de su empleador.
- Cumpla con todas aquellas medidas de prevención y protección establecidas por las autoridades sanitarias, así como las establecidas por la propia empresa, para la prevención de posibles contagios durante el desarrollo de la actividad laboral.

Medidas de carácter técnico

- Se garantizará el mantenimiento de una adecuada **distancia interpersonal** entre los trabajadores, así como, en su caso, entre estos y los potenciales visitantes/usuarios/clientes que puedan concurrir en los lugares de trabajo, en los términos previstos por las autoridades sanitarias; en este sentido:
  - la **disposición de los puestos de trabajo**,
  - la **organización de la circulación de personas** y
  - la **distribución de espacios en el centro de trabajo**

deberán garantizar el mantenimiento de la distancia de seguridad prevista al efecto.

Las citadas medidas de distanciamiento interpersonal deberán cumplirse, igualmente, en los locales de descanso, aseos, vestuarios, etc., así como en cualquier otra zona de uso común.

- En aquellas situaciones en las que no resulte posible garantizar la correspondiente distancia de seguridad entre personas:
  - Se dispondrá de **medios de protección colectiva** (instalación de elementos de protección entre puestos de trabajo y/o entre éstos y los posibles visitantes/usuarios/clientes), y/o
  - Se pondrán a disposición de los trabajadores **equipos de protección** adecuados.
- Se garantizará que los trabajadores (así como, en su caso, los posibles visitantes/usuarios/clientes) tengan a su disposición, en los lugares de trabajo, **agua y jabón**, **geles hidroalcohólicos,** o **desinfectantes con actividad virucida**, autorizados y registrados por el Ministerio de Sanidad para la limpieza de manos (se recomienda dar prioridad al uso de geles/desinfectantes sobre el uso de agua y jabón, para minimizar el uso de los aseos por parte de los trabajadores).
- Se reforzará la **limpieza y desinfección diaria de los lugares de trabajo,** prestando especial atención a los aseos y zonas de uso común, así como a aquellas superficies de contacto más frecuentes, tales como pomos de puertas, pasamanos y otros elementos de similares características.

Así mismo, se adoptarán las medidas necesarias para garantizar la limpieza y desinfección, después de cada uso, de los equipos de trabajo de uso común, así como, en su caso, del mobiliario y objetos susceptibles de ser utilizados por los posibles visitantes/usuarios/clientes del establecimiento.

Nota: *para la limpieza y desinfección de los lugares de trabajo se utilizarán diluciones de lejía (1:50) o cualquiera de los desinfectantes con actividad virucida autorizados por el Ministerio de Sanidad.*

- En los lugares de trabajo (así como en los locales de aseo) se deberá disponer de **papeleras**, a ser posible, con tapa y pedal, en las que poder depositar pañuelos y cualquier otro material

desechable; dichas papeleras deberán ser limpiadas de forma frecuente y, al menos, una vez al día.

- En los locales de aseo se dispondrá de **secadores eléctricos** o de **papel desechable**; en ningún caso se recurrirá al empleo de toallas (u otros medios similares) para el secado de manos.
- Se adoptarán las medidas necesarias para favorecer una adecuada **ventilación** de los lugares de trabajo, cuando dicha ventilación se realice mediante sistemas de ventilación forzada se garantizará la máxima renovación.

Nota: *en este sentido, se deberán tomar en consideración las siguientes recomendaciones:*

- *El parámetro más importante a tener en cuenta es la renovación de aire por ocupante; se recomienda un mínimo de 12,5l/segundo y ocupante; para asegurar este valor mínimo, se puede trabajar en dos direcciones: aumentar la ventilación o reducir la ocupación.*
- *Si el sistema dispone de controles específicos de calidad de aire (sondas de CO_2, etc.) se recomienda proceder a la desconexión de los mismos, dando prioridad al uso continuado y a máximo caudal del sistema; en este sentido, se recomienda en horario laboral trabajar con el caudal máximo que permita el sistema y, en las horas restantes de la semana, incluidos fines de semana, mantener el sistema funcionando a bajo caudal (se recomienda no bajar del 25% del nominal establecido).*
- *Si se dispone de unidades de tratamiento con recirculación de aire, siempre que las condiciones de operación lo permitan se recomienda cerrar las compuertas de recirculación, trabajando al máximo con aire exterior; debe observarse que es prioritario hipotecar en cierta medida el confort y la eficiencia energética frente a la salubridad mientras sea prioritario evitar contagios.*
- *Si existe un sistema de extracción dedicado para la zona de aseos u otras zonas anexas a las oficinas, se recomienda mantener dicha extracción de forma permanente.*

- En los lugares de trabajo y, en especial, en los locales de aseo/vestuario, se colocarán **paneles informativos y/o señalizaciones** que fomenten las medidas de higiene y prevención.
- En los accesos a salas de reuniones, salas de espera, aseos, vestuarios, comedores, etc., se colocarán **paneles informativos** indicativos del aforo máximo del recinto, así como de las condiciones de ocupación/utilización del mismo.
- Además de las anteriores medidas, de carácter general, serán de aplicación todas aquellas **medidas de prevención y protección específicas** que puedan ser establecidas por las autoridades sanitarias para determinados sectores de actividad, así como el control de posibles brotes.

Medidas de carácter organizativo

- Se establecerán los mecanismos para garantizar la identificación de posibles **trabajadores vulnerables** y, en su caso, la valoración de los mismos por el servicio sanitario del Servicio de Prevención para determinar si, en algún caso, dichos trabajadores deben ser considerados como especialmente sensibles en relación a la infección de coronavirus SARS-CoV-2.
- En caso de detección de un **caso sospechoso** en el centro de trabajo, se adoptarán las medidas necesarias para garantizar el aislamiento del trabajador, evitando todo posible contacto con sus compañeros, informando al Servicio de Salud de la Comunidad Autónoma así como al Servicio de Prevención de la empresa, adoptando las medidas necesarias para la localización de los posibles contactos estrechos y manteniendo al trabajador (así como a dichos contactos) en aislamiento domiciliario, a la espera del resultado de las pruebas diagnósticas correspondientes.
- No deberán incorporarse a sus puestos, en el centro de trabajo, los siguientes trabajadores:

o Trabajadores que estén en **aislamiento domiciliario** por tener diagnóstico de COVID-19 o tengan alguno de los síntomas compatibles con el COVID-19.

- o 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 adoptarán las medidas necesarias para posibilitar:

- la **reincorporación progresiva de forma presencial a los puestos de trabajo** y
- la **potenciación del teletrabajo**

cuando por la naturaleza de la actividad laboral sea posible.

- Se adoptarán las medidas necesarias para garantizar que no se superen las **limitaciones de aforo** establecidas, en su caso, por las autoridades sanitarias; en dichas circunstancias
  - se habilitarán mecanismos de control de acceso necesarios, y
  - se establecerán medidas para garantizar que aquellas personas que permanezcan a la espera guardan las debidas distancias de seguridad y son debidamente informadas sobre las medidas de protección que resultan de aplicación para el acceso al recinto.
- Se adoptarán las medidas necesarias para **evitar el riesgo de confluencia masiva de personas**, trabajadoras

o no, en espacios o lugares de trabajo durante las franjas horarias de previsible máxima afluencia o concentración; en este sentido:

- Se fomentará la **flexibilidad horaria** y los **turnos de trabajo escalonados,** para reducir las concentraciones de trabajadores.
- Se evitarán las **reuniones** presenciales, dando prioridad a las comunicaciones on-line y las video-reuniones, evitando, especialmente, la celebración de cualquier reunión que implique una elevada concentración de personas. En todo caso, se adoptarán las medidas necesarias para garantizar el mantenimiento de las distancias interpersonales previstas al efecto.
- Se dará prioridad a la **formación** on-line respecto de la presencial, garantizando, en el caso de que no fuera posible evitar dicha modalidad (y ésta estuviese permitida), las correspondientes medidas de distanciamiento interpersonal, higiene y/o protección individual, necesarias para garantizar la seguridad y salud de los trabajadores.

- Se limitará todo desplazamiento que implique la utilización de **medios de transporte colectivo**, salvo causa de fuerza mayor.
- Siempre que sea posible, se evitará el uso compartido, por parte de los trabajadores, de **útiles y equipos de trabajo**. En este sentido, el **fichaje** con huella dactilar será sustituido por otro sistema de control horario que garantice las medidas higiénicas adecuadas para protección de la salud y la seguridad de los trabajadores.
- Además de las anteriores medidas, de carácter general, serán de aplicación todas aquellas **medidas de prevención y protección específicas** que puedan ser establecidas por las autoridades sanitarias para determinados sectores de actividad, así como el control de posibles brotes.
- Medidas específicas Hoteles
- Establecer carteles informativos en los idiomas más habituales de los clientes exponiendo las condiciones restrictivas de uso de las instalaciones y las normas de higiene a observar en relación con la prevención de contagios.
- En las zonas de recepción o conserjería deberá garantizarse la debida separación de 1,5 metros entre trabajadores y clientes. Cuando no se pueda mantener la distancia de seguridad, se deberán utilizar los equipos de protección adecuados al nivel de riesgo.
- En aquellos puntos de atención al cliente donde se prevean aglomeraciones o colas puntuales se marcarán en el suelo los espacios de manera que se respeten la distancia de seguridad interpersonal.
- Se realizará la correspondiente desinfección de objetos tras su manipulación por el cliente o entre trabajadores y se dispondrá geles hidroalcohólicos o desinfectantes con actividad virucida autorizados y registrados por el Ministerio de Sanidad y desinfectante de superficies.
- Para las unidades de alojamiento se dispondrá de un procedimiento documentado de limpieza, de acuerdo con las medidas generales de prevención e higiene frente al COVID-19 indicadas por las autoridades sanitarias, incluyendo los procedimientos de reposición y retirada de residuos

de los alojamientos, en caso de ofrecerse estos servicios, y el acondicionamiento de habitaciones o viviendas tras la salida del cliente y en donde se concrete para cada elemento a limpiar en una unidad de alojamiento, el Orden en el que se deberá hacer, y el material y el producto químico a utilizar, el equipo de protección adecuado al nivel de riesgo a emplear en cada tarea, y procesado del material y producto de limpieza tras su uso.

- Previa apertura del establecimiento será necesario realizar una limpieza de las instalaciones, incluyendo zonas de paso, zonas de servicio, habitaciones, parcelas y viviendas.
- Se limpiarán y desinfectarán regularmente todos los objetos y superficies de las zonas de paso susceptibles de ser manipuladas o contaminadas por diferentes personas, tales como botoneras de ascensores o máquinas , pasamanos de escaleras, tiradores de puertas, timbres, grifos de lavabos compartidos.
- Desde el 6 de julio de 2020 y hasta que la evolución epidemiológica lo aconseje el porcentaje de ocupación permitido en las zonas comunes se elevará al setenta y cinco por ciento. Para ello cada establecimiento deberá determinar el aforo de los distintos espacios comunes, así como aquellos lugares en los que se podrán realizar eventos y las condiciones más seguras para su realización conforme al aforo máximo previsto y de acuerdo con las medidas de higiene, protección y distancia mínima establecidas.
- En todo caso deberá garantizarse el cumplimiento de la debida distancia de seguridad interpersonal de, al menos, 1,5 metros o, en su defecto, la utilización de medidas alternativas de protección física.

Protección Individual

En este sentido, se deberá de tener en cuenta la existencia de diferentes medios y equipos de uso individual que, ante la imposibilidad de garantizar la aplicación de las necesarias medidas de protección colectiva, y/o como complemento de las mismas, pueden resultar adecuados para garantizar la protección de los trabajadores en función de las características de las actividades desarrolladas por estos.

Es imprescindible que tanto la empresa como, en su caso, los trabajadores usuarios de los mismos sean conocedores de sus características, grado de protección y condiciones de utilización, así como de las diferencias entre los mismos:

- **Protección respiratoria:**
    - **Mascarillas higiénicas:** no son un equipo de protección individual (EPI) ni un producto sanitario; se trata un complemento a las medidas de distanciamiento físico e higiene recomendadas por el Ministerio de Sanidad en el contexto de crisis sanitaria asociada a la COVID-19; cubren boca, nariz y barbilla y están provistas de un arnés que rodea la cabeza o se sujeta en las orejas; suelen estar compuestas por una o varias capas de material textil y pueden ser reutilizables o de un solo uso (consultar indicaciones del fabricante).
    - **Mascarillas quirúrgicas:** se trata de un producto sanitario y están diseñadas para filtrar el aire exhalado, su misión es, por tanto, proteger a quienes están alrededor del usuario, evitando la dispersión vírica al estornudar, toser o hablar; este tipo de mascarillas no son reutilizables.

No se trata, por tanto, de un equipo de protección individual por lo que su uso está recomendado para la población en general, en aquellos ambientes/actividades laborales en los que no exista riesgo de contacto con un caso sospechoso o confirmado, así como para el aislamiento de aquellas personas sospechosas o diagnosticadas de la enfermedad.

- **Mascarillas autofiltrantes FFP2/FFP3:** se trata de Equipos de Protección Individual (EPI) cuya función consiste en crear una barrera entre un riesgo potencial y el usuario, filtrando el aire inhalado para evitar la entrada de partículas contaminantes en nuestro organismo: según su eficacia de filtración pueden ser de tipo FFP1, FFP2, y FFP3 (para la protección contra la COVID-19 se recomienda el uso de mascarillas del tipo FFP2 o FFP3).

Este tipo de mascarillas deberán utilizarse, por tanto, en aquellos ambientes/actividades laborales en los que exista riesgo de contacto con un caso sospechoso o confirmado de COVID-19.

Nota: *en algunos casos, estas mascarillas autofiltrantes pueden estar dotadas de una válvula para facilitar la salida del aire exhalado; en este sentido se debe tener en cuenta que el uso de mascarillas con válvula de exhalación por personas que pudieran encontrase infectadas puede poner en riesgo a las*

personas que les rodeen, si éstas no cuentan con una protección adecuada, no estando aconsejado, por tanto, su uso por personas diagnosticadas o sospechosas de padecer la enfermedad.

En todos los casos, por cuestiones de comodidad e higiene, se recomienda no hacer uso de las mascarillas durante más de 4 horas seguidas y, en caso de que se humedezcan o se deterioren por el uso, se recomienda proceder a la sustitución de las mismas.

- **Otros equipos de protección:**
    - **Guantes de protección:** se debe tener en cuenta que la utilización de este tipo de equipos de protección individual no garantiza la seguridad del usuario si no se respetan, además, las normas de higiene básica; el usuario del este tipo de equipos deberá evitar, por tanto, tocarse la cara con los guantes (ya que estos podrían haber entrado en contacto con una superficie contaminada) y, en caso de tener que hacerlo, deberá proceder, previamente, al quitarse los guantes y a llevar a cabo una adecuada higiene de manos, haciendo uso, para ello geles hidroalcohólicos o desinfectantes con actividad virucida autorizados.
    - **Pantallas faciales:** se debe tener en cuenta que se trata de un equipo de protección frente a posibles proyecciones/salpicaduras y, por lo tanto, se debe tener en cuenta que este tipo que equipos no ofrecen protección frente a una posible inhalación del virus, por lo que, en su caso, deberá utilizarse de forma combinada con la correspondiente protección respiratoria.

El Ministerio de Sanidad no ha establecido recomendaciones relativas al uso de este tipo de equipos de protección individual por parte de la población en general, siendo imprescindible el uso de los mismos (guantes de protección) en aquellas actividades en las que no sea posible evitar el contacto directo con personas diagnosticadas o sospechosas de padecer la enfermedad, o en las que se manipulen material sanitario, fómites o desechos posiblemente contaminados, así como (pantallas faciales) en aquellas actividades en las que no sea posible evitar la realización de operaciones a muy corta distancia de personas diagnosticadas, o sospechosas de padecer la enfermedad, sin que medie ningún tipo de barrera de protección colectiva.

Formación e información

- Todo el personal recibirá una adecuada **información y formación** en relación al virus, sus vías de transmisión y a las medidas de prevención y protección que resulten de aplicación para minimizar el riesgo de un posible contagio.

4.2. Normas de actuación si se presentan síntomas de la enfermedad

Si los síntomas aparecen en el domicilio:

Todo aquel trabajador que presente síntomas compatibles con la enfermedad no acudirá al centro de trabajo, lo comunicará a la empresa y se pondrá en contacto con los servicios de salud, siguiendo las recomendaciones que le indiquen. Mantendrá informada a la empresa de la evolución.

Las actuaciones en la empresa deben consistir en ventilar bien la zona (despacho o sala) en la que haya estado el enfermo y limpiar las superficies de trabajo con las que haya podido entrar en contacto (mesa, silla, teclado, herramientas) con una solución de hipoclorito sódico (lejía) en agua a la proporción de 1/50 (una parte de lejía más 49 de agua), debiendo desecharse la bayeta que se haya empleado. El personal de limpieza utilizará para esta tarea guantes de protección y mascarilla de protección FFP2.

Se deberá valorar la posible presencia de trabajadores que hayan tenido un **contacto estrecho** con este trabajador, considerando como contacto estrecho a cualquier persona que haya estado en el mismo lugar que un caso, a una distancia menor de 2 metros y durante más de 15 minutos. El periodo a considerar será desde 2 días antes del inicio de síntomas hasta el momento en el que el caso es aislado.

Los **contactos estrechos** de casos confirmados realizarán **cuarentena domiciliaria** durante 14 días desde la fecha de último contacto con el caso, realizándose seguimiento por parte del Servicio de Prevención.

Respecto al resto de los trabajadores que hayan podido estar en contacto con el enfermo, **sin haber mantenido con éste un contacto estrecho**, tal y como éste ha sido definido anteriormente, deberán realizar una **toma de temperatura dos veces al día** (cada 12 horas aproximadamente, antes de salir de casa y por la noche) y, en caso de fiebre (más de 37,5ºC), no salir de casa y llamar a su médico o a los teléfonos anteriormente indicados.

Siempre es importante, pero en estos casos más aún si cabe, ser muy estricto con el lavado regular de las manos y el evitar tocarnos la cara, pues el virus lo tomamos con las manos de las superficies y al tocarnos la cara lo adquirimos por ojos, nariz o boca. Si no presentan los síntomas, pero tienen dudas, deberán contactar con su médico de familia.

Si los síntomas aparecen en el trabajo:

Si un trabajador se pone repentinamente enfermo estando en el trabajo, con síntomas de infección respiratoria de vías altas (fiebre, tos, estornudos, sensación de fatiga), debe apartarse del resto del personal lo antes posible (un despacho o sala con puerta y preferiblemente ventana para poder ventilar después es suficiente), debe ponerse una mascarilla tipo quirúrgico para evitar diseminar el virus (si es que lo tuviera) y marcharse a casa lo antes posible, preferiblemente en transporte privado, y desde allí contactar con los servicios de salud.

Las actuaciones en la empresa deben consistir en ventilar bien la zona (despacho o sala) en la que haya estado apartado el enfermo y limpiar las superficies de trabajo con las que haya podido entrar en contacto (mesa, sil la, teclado, herramientas, bancos de trabajo) con una solución de hipoclorito sódico (lejía) en agua a la proporción de 1/50 (una parte de lejía más 49 de agua), debiendo desecharse la bayeta que se haya empleado. El personal de limpieza utilizará para esta tarea guantes de protección y mascarilla de protección FFP2.

Al igual que el supuesto anterior, se deberá valorar la posible presencia de trabajadores que hayan tenido un **contacto estrecho** con este trabajador, considerando como contacto estrecho a cualquier persona que haya estado en el mismo lugar que un caso, a una distancia menor de 2 metros y durante más de 15 minutos. El periodo a considerar será desde 2 días antes del inicio de síntomas hasta el momento en el que el caso es aislado.

Los **contactos estrechos** de casos confirmados realizarán **cuarentena domiciliaria** durante 14 días desde la fecha de último contacto con el caso, realizándose seguimiento por parte del Servicio de Prevención.

Respecto al resto de los trabajadores que hayan podido estar en contacto con el enfermo, **sin haber mantenido con éste un contacto estrecho**, tal y como éste ha sido definido anteriormente, deberán realizar una **toma de temperatura dos veces al día** (cada 12 horas aproximadamente, antes de salir de casa y por la noche) y, en caso de fiebre (más de 37,5ºC), no salir de casa y llamar a su médico o a los teléfonos anteriormente indicados.

Siempre es importante, pero en estos casos más aún si cabe, ser muy estricto con el lavado regular de las manos y el evitar tocarnos la cara, pues el virus lo tomamos con las manos de las superficies y al tocarnos la cara lo adquirimos por ojos, nariz o boca. Si no presentan los síntomas, pero tienen dudas, deberán contactar con su médico de familia.

4.3. Presencia de trabajadores en zonas de posible contacto con personal infectado o donde exista una posibilidad cierta de presencia del agente biológico

Para tareas que implican la **presencia de trabajadores en zonas de posible contacto con personal infectado o donde exista una posibilidad cierta de presencia del agente biológico**, se deben seguir las recomendaciones siguientes:

- Se debe realizar una correcta coordinación de actividades con la empresa principal del centro de trabajo.
- Evitar el contacto cercano/directo (mantener al menos una distancia de 2 metros) con personas que puedan sufrir infecciones respiratorias agudas, presenten tos, estornudos o expectoración o con aquellos que tengan la consideración de casos (en estudio). No compartir sus pertenencias personales.
- Uso de EPI adecuado, **mascarilla de protección de vías aéreas clase FFP2 o superior.** Los equipos de protección respiratoria deben quitarse en último lugar, tras la retirada de otros componentes como guantes, batas, etc.
- **Uso de guantes de nitrilo desechables.**
- De forma general, la recomendación es utilizar EPI desechables, o si no es así, que puedan desinfectarse después del uso, siguiendo las recomendaciones del fabricante.
- Es imprescindible reforzar las medidas de higiene personal en todos los ámbitos de trabajo y frente a cualquier escenario de exposición. Se recomienda:
    - La higiene de manos es la medida principal de prevención y control de la infección. Si las manos están visiblemente limpias la higiene de manos se hará con productos de base alcohólica; si estuvieran sucias o manchadas con fluidos se hará con agua y jabón antiséptico.
    - Las uñas deben llevarse cortas y cuidadas, evitando el uso de anillos, pulseras, relojes de muñeca u otros adornos.

- Recoger el cabello largo en una coleta o moño bajo.
    - Evitar el uso de lentillas.
    - Se recomienda retirar el maquillaje u otros productos cosméticos que puedan ser fuente de exposición prolongada en caso de resultar contaminados.
- Está prohibido que los trabajadores coman, beban o fumen durante su estancia en las zonas de riesgo y una vez fuera de ellas, mientras no se haya realizado una correcta higiene.
- Al salir de la zona de riesgo, el trabajador deberá quitarse las ropas de trabajo y los equipos de protección personal que puedan estar contaminados por agentes biológicos y deberá guardarlos en lugares que no contengan otras prendas, en el caso de los equipos de protección de no reutilizables, desecharlos de manera adecuada.
- Se deberá formar e informar a los trabajadores sobre los riesgos de la exposición a los agentes biológicos presentes en el ambiente de trabajo y las medidas de prevención a tomar, así como, en caso necesario, de la correcta utilización de los equipos de protección individual suministrados.
- Durante los 14 días siguientes a la posible exposición al agente biológico, se deberán seguir las siguientes recomendaciones:
    - Si tiene un buen estado de salud puede realizar su vida habitual (familiar, laboral, ocio y/o escolar)
    - Si es posible realizar teletrabajo, se optará por ello.
    - Si durante ese periodo presenta sintomatología compatible con infección respiratoria aguda como fiebre, tos o dificultad respiratoria de inicio súbito, deberá quedarse en su domicilio o alojamiento y deberá:
        - Contactar telefónicamente con un servicio médico a través del teléfono específico establecido en su comunidad autónoma, informando de los antecedentes y los síntomas que presente.
        - Evitar el contacto con otras personas y colocarse una mascarilla si no se puede evitar ese contacto.
        - Mantener una buena higiene de manos e higiene respiratoria:
            - Taparse la boca y nariz al toser o estornudar con pañuelos desechables o con la parte interior del codo o de la manga de la camisa
            - Lavarse las manos con frecuencia con agua y jabón durante al menos 20 segundos y después del contacto con secreciones respiratorias. Usar un desinfectante para manos a base de alcohol si no hay agua y jabón disponibles

- Evitar en lo posible el contacto de las manos con los ojos, la nariz y la boca.

4.4. Trabajadores vulnerables

Se define como persona vulnerable a los riesgos de padecer la enfermedad causada por el nuevo coronavirus – SARS-Cov-2, a aquellas que, en función de sus características personales o estado biológico conocido, pueden sufrir las consecuencias de la enfermedad con una mayor severidad que el resto de la población o padecer determinadas complicaciones en su evolución.

Con la evidencia científica disponible a fecha 18 de mayo de 2020 (Información científica-técnica sobre el COVID- 19, del Ministerio de Sanidad; ECDC; CDC), el Ministerio de Sanidad ha definido como grupos vulnerables para COVID-19 las personas con:

- enfermedad cardiovascular, incluida hipertensión,
- enfermedad pulmonar crónica,
- diabetes,
- insuficiencia renal crónica,
- inmunodepresión,
- cáncer en fase de tratamiento activo,
- enfermedad hepática crónica severa,
- obesidad mórbida (IMC>40),
- embarazo, y
- mayores de 60 años.

En caso de que, entre el personal de la empresa, existiera alguna persona perteneciente a alguno de dichos colectivos, se deberá poner el hecho en comunicación con el área sanitaria del Servicio de Prevención, que procederá a evaluar la posible presencia de personal trabajador especialmente sensible en relación a la infección de coronavirus SARS-CoV-2, estableciendo, en su caso, la naturaleza de especial sensibilidad de la persona trabajadora; para ello, se tendrá en cuenta la existencia o inexistencia de unas condiciones que permitan realizar el trabajo sin elevar el riesgo propio de la condición de salud de la persona trabajadora.

Anexo 1: Información a los trabajadores

MEDIDAS DE PREVENCIÓN/PROTECCIÓN DE CARÁCTER GENERAL

Medidas higiénicas básicas

- Respete las medidas de distanciamiento interpersonal.
- Lávese las manos con frecuencia: la higiene de manos es la medida preventiva más importante para reducir la transmisión indirecta de cualquier agente infeccioso; para la higiene de manos se podrá recurrir al empleo de agua y jabón, geles hidroalcohólicos, o desinfectantes con actividad virucida, autorizados por el Ministerio de Sanidad; en todos los casos se deberán respetar escrupulosamente las recomendaciones establecidas al efecto por las autoridades sanitarias.
- Utilice mascarilla higiénica o quirúrgica en todos los espacios cerrados y en todos aquellos lugares al aire libre en los que no pueda mantener la distancia interpersonal. Siga las recomendaciones del fabricante en cuanto a los tiempos de utilización máximos de la mascarilla y su correcta colocación.
- Cúbrase la nariz y la boca con un pañuelo desechable al toser y estornudar, y deséchelo a continuación, depositándolo en un cubo/papelera que disponga de tapa. Si no dispone de pañuelos, emplee la parte interna del codo para no contaminar las manos.
- Evite tocarse la cara: la propagación de gérmenes se produce con frecuencia cuando una persona toca una superficie contaminada y luego se toca los ojos, nariz o boca.
- Evite los apretones de manos: evite estrechar la mano como señal de saludo; en su caso, lávese las manos después de estar en contacto físico con otras personas.
- Evite, en la medida de lo posible, el uso compartido de útiles y/o equipos de trabajo. Cuando esto no puede evitarse, proceda a su desinfección, antes de hacer uso de los mismos, y lávese/desinfecte las manos después de cada uso.
- No coma, beba o fume, mientras no se haya realizado una correcta higiene.
- En su caso, haga uso de los equipos de protección individual puestos a su disposición por la empresa, informando al titular de la actividad o persona designada al efecto en caso de deterioro y/o pérdida de eficacia de los mismos.
- En su caso, facilite el trabajo al personal de limpieza al abandonar el puesto de trabajo, despejando éste lo máximo posible.
- En la medida de lo posible, priorice el uso de medios de transporte individual frente al transporte colectivo y, en su caso, adopte las medidas de distanciamiento y utilización de medios de protección individual previstas por las autoridades sanitarias.
- No acuda al centro de trabajo:
  - Si ha sido diagnosticado o presenta síntomas compatibles con el COVID-19.
  - Si se encuentra en período de cuarentena domiciliaria por haber tenido contacto con alguna persona con diagnosticada, o que presente síntomas, de COVID-19
- Si presenta síntomas de la enfermedad en el centro de trabajo:
  - Evite todo contacto con sus compañeros de trabajo, y
  - Ponga el hecho en conocimiento de su empleador.
- Cumpla con todas aquellas medidas de prevención y protección establecidas por las autoridades sanitarias, así como las establecidas por la propia empresa, para la prevención de posibles contagios durante el desarrollo de la actividad laboral.

Medidas de carácter técnico

- Se garantizará el mantenimiento de una adecuada **distancia interpersonal** entre los trabajadores, así como, en su caso, entre estos y los potenciales visitantes/usuarios/clientes que puedan concurrir en los lugares de trabajo, en los términos previstos por las autoridades sanitarias; en este sentido:
  - la **disposición de los puestos de trabajo**,
  - la **organización de la circulación de personas** y
  - la **distribución de espacios en el centro de trabajo** deberá garantizar el mantenimiento de la distancia de seguridad prevista al efecto.
  - Las citadas medidas de distanciamiento interpersonal deberán cumplirse, igualmente, en los locales de descanso, aseos, vestuarios, etc., así como en cualquier otra zona de uso común.
- En aquellas situaciones en las que no resulte posible garantizar la correspondiente distancia de seguridad entre personas:

- Se dispondrá de **medios de protección colectiva** (instalación de elementos de protección entre puestos de trabajo y/o entre éstos y los posibles visitantes/usuarios/clientes), y/o
- Se pondrán a disposición de los trabajadores **equipos de protección** adecuados.

- Se garantizará que los trabajadores (así como, en su caso, los posibles visitantes/usuarios/clientes) tengan a su disposición, en los lugares de trabajo, **agua y jabón**, **geles hidroalcohólicos,** o **desinfectantes con actividad virucida**, autorizados y registrados por el Ministerio de Sanidad para la limpieza de manos (se recomienda dar prioridad al uso de geles/desinfectantes sobre el uso de agua y jabón, para minimizar el uso de los aseos por parte de los trabajadores).
- Se reforzará la **limpieza y desinfección diaria de los lugares de trabajo,** prestando especial atención a los aseos y zonas de uso común, así como a aquellas superficies de contacto más frecuentes, tales como pomos de puertas, pasamanos y otros elementos de similares características.

Así mismo, se adoptarán las medidas necesarias para garantizar la limpieza y desinfección, después de cada uso, de los equipos de trabajo de uso común así como, en su caso, del mobiliario y objetos susceptibles de ser utilizados por los posibles visitantes/usuarios/clientes del establecimiento.

Nota: *para la limpieza y desinfección de los lugares de trabajo se utilizarán diluciones de lejía (1:50) o cualquiera de los desinfectantes con actividad virucida autorizados por el Ministerio de Sanidad.*

- En los lugares de trabajo (así como en los locales de aseo) se deberá disponer de **papeleras**, a ser posible, con tapa y pedal, en las que poder depositar pañuelos y cualquier otro material desechable; dichas papeleras deberán ser limpiadas de forma frecuente y, al menos, una vez al día.
- En los locales de aseo se dispondrá de **secadores eléctricos** o de **papel desechable**; en ningún caso se recurrirá al empleo de toallas (u otros medios similares) para el secado de manos.
- Se adoptarán las medidas necesarias para favorecer una adecuada **ventilación** de los lugares de trabajo, cuando dicha ventilación se realice mediante sistemas de ventilación forzada se garantizará la máxima renovación.

Nota: *en este sentido, se deberán tomar en consideración las siguientes recomendaciones:*

- *El parámetro más importante a tener en cuenta es la renovación de aire por ocupante; se recomienda un mínimo de 12,5l/segundo y ocupante; para asegurar este valor mínimo, se puede trabajar en dos direcciones: aumentar la ventilación o reducir la ocupación.*
- *Si el sistema dispone de controles específicos de calidad de aire (sondas de CO_2, etc.) se recomienda proceder a la desconexión de los mismos, dando prioridad al uso continuado y a máximo caudal del sistema; en este sentido, se recomienda en horario laboral trabajar con el caudal máximo que permita el sistema y, en las horas restantes de la semana, incluidos fines de semana, mantener el sistema funcionando a bajo caudal (se recomienda no bajar del 25% del nominal establecido).*
- *Si se dispone de unidades de tratamiento con recirculación de aire, siempre que las condiciones de operación lo permitan se recomienda cerrar las compuertas de recirculación, trabajando al máximo con aire exterior; debe observarse que es prioritario hipotecar en cierta medida el confort y la eficiencia energética frente a la salubridad mientras sea prioritario evitar contagios.*
- *Si existe un sistema de extracción dedicado para la zona de aseos u otras zonas anexas a las oficinas, se recomienda mantener dicha extracción de forma permanente.*

- En los lugares de trabajo y, en especial, en los locales de aseo/vestuario, se colocarán **paneles informativos y/o señalizaciones** que fomenten las medidas de higiene y prevención.
- En los accesos a salas de reuniones, salas de espera, aseos, vestuarios, comedores, etc., se colocarán **paneles informativos** indicativos del aforo máximo del recinto, así como de las condiciones de ocupación/utilización del mismo.
- Además de las anteriores medidas, de carácter general, serán de aplicación todas aquellas **medidas de prevención y protección específicas** que puedan ser establecidas por las autoridades sanitarias para determinados sectores de actividad, así como el control de posibles brotes.

Medidas de carácter organizativo

- Se establecerán los mecanismos para garantizar la identificación de posibles **trabajadores vulnerables** y, en su caso, la valoración de los mismos por el servicio sanitario del Servicio de Prevención para determinar si, en algún caso, dichos trabajadores deben ser considerados como especialmente sensibles en relación a la infección de coronavirus SARS-CoV-2.
- En caso de detección de un **caso sospechoso** en el centro de trabajo, se adoptarán las medidas necesarias para garantizar el aislamiento del trabajador, evitando todo posible contacto con sus compañeros, informando al Servicio de Salud de la Comunidad Autónoma así como al Servicio de Prevención de la empresa, adoptando las medidas necesarias para la localización de los posibles contactos estrechos y manteniendo al trabajador (así como a dichos contactos) en aislamiento domiciliario, a la espera del resultado de las pruebas diagnósticas correspondientes.

- No deberán incorporarse a sus puestos, en el centro de trabajo, los siguientes trabajadores:
  - Trabajadores que 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 adoptarán las medidas necesarias para posibilitar:
  - la **reincorporación progresiva de forma presencial a los puestos de trabajo** y
  - la **potenciación del teletrabajo**

cuando por la naturaleza de la actividad laboral sea posible.

- Se adoptarán las medidas necesarias para garantizar que no se superen las **limitaciones de aforo** establecidas, en su caso, por las autoridades sanitarias; en dichas circunstancias
  - se habilitarán mecanismos de control de acceso necesarios, y
  - se establecerán medidas para garantizar que aquellas personas que permanezcan a la espera guardan las debidas distancias de seguridad y son debidamente informadas sobre las medidas de protección que resultan de aplicación para el acceso al recinto.
- Se adoptarán las medidas necesarias para **evitar el riesgo de confluencia masiva de personas** , trabajadoras o no, en espacios o lugares de trabajo durante las franjas horarias de previsible máxima afluencia o concentración; en este sentido:
  - Se fomentará la **flexibilidad horaria** y los **turnos de trabajo escalonados,** para reducir las concentraciones de trabajadores.
  - Se evitarán las **reuniones** presenciales, dando prioridad a las comunicaciones on-line y las video-reuniones, evitando, especialmente, la celebración de cualquier reunión que implique una elevada concentración de personas. En todo caso, se adoptarán las medidas necesarias para garantizar el mantenimiento de las distancias interpersonales previstas al efecto.
  - Se dará prioridad a la **formación** on-line respecto de la presencial, garantizando, en el caso de que no fuera posible evitar dicha modalidad (y ésta estuviese permitida), las correspondientes medidas de distanciamiento interpersonal, higiene y/o protección individual, necesarias para garantizar la seguridad y salud de los trabajadores.
- En caso de que en los lugares de trabajo se disponga de **ascensores** o **montacargas**, el uso de los mismos se limitará al mínimo imprescindible y se utilizarán preferentemente las escaleras.
- Se limitará todo desplazamiento que implique la utilización de **medios de transporte colectivo**, salvo causa de fuerza mayor.
- Siempre que sea posible, se evitará el uso compartido, por parte de los trabajadores, de **útiles y equipos de trabajo**. En este sentido, el **fichaje** con huella dactilar será sustituido por otro sistema de control horario que garantice las medidas higiénicas adecuadas para protección de la salud y la seguridad de los trabajadores.
- Además de las anteriores medidas, de carácter general, serán de aplicación todas aquellas **medidas de prevención y protección específicas** que puedan ser establecidas por las autoridades sanitarias para determinados sectores de actividad, así como el control de posibles brotes.

Protección Individual

En este sentido, se deberá de tener en cuenta la existencia de diferentes medios y equipos de uso individual que, ante la imposibilidad de garantizar la aplicación de las necesarias medidas de protección colectiva, y/o como complemento de las mismas, pueden resultar adecuados para garantizar la protección de los trabajadores en función de las características de las actividades desarrolladas por estos.

Es imprescindible que tanto la empresa como, en su caso, los trabajadores usuarios de los mismos sean conocedores de sus características, grado de protección y condiciones de utilización, así como de las diferencias entre los mismos:

- **Protección respiratoria:**
  - **Mascarillas higiénicas:** no son un equipo de protección individual (EPI) ni un producto sanitario; se trata un complemento a las medidas de distanciamiento físico e higiene recomendadas por el Ministerio de Sanidad en el contexto de crisis sanitaria asociada a la COVID-19; cubren boca, nariz y barbilla y están provistas de un arnés que rodea la cabeza o se sujeta en las orejas; suelen estar compuestas por una o varias capas de material textil y pueden ser reutilizables o de un solo uso (consultar indicaciones del fabricante).
  - **Mascarillas quirúrgicas:** se trata de un producto sanitario y están diseñadas para filtrar el aire exhalado, su misión es, por tanto, proteger a quienes están alrededor del usuario, evitando la dispersión vírica al estornudar, toser o hablar; este tipo de mascarillas no son reutilizables.

No se trata, por tanto, de un equipo de protección individual por lo que su uso está recomendado para la población en general, en aquellos ambientes/actividades laborales en los que no exista riesgo de contacto con un caso sospechoso o confirmado, así como para el aislamiento de aquellas personas sospechosas o diagnosticadas de la enfermedad.

- **Mascarillas autofiltrantes FFP2/FFP3:** se trata de Equipos de Protección Individual (EPI) cuya función consiste en crear una barrera entre un riesgo potencial y el usuario, filtrando el aire inhalado para evitar la entrada de partículas contaminantes en nuestro organismo: según su eficacia de filtración pueden ser de tipo FFP1, FFP2, y FFP3 (para la protección contra la COVID-19 se recomienda el uso de mascarillas del tipo FFP2 o FFP3).

Este tipo de mascarillas deberán utilizarse, por tanto, en aquellos ambientes/actividades laborales en los que exista riesgo de contacto con un caso sospechoso o confirmado de COVID-19.

Nota: *en algunos casos, estas mascarillas autofiltrantes pueden estar dotadas de una válvula para facilitar la salida del aire exhalado; en este sentido se debe tener en cuenta que el uso de mascarillas con válvula de exhalación por personas que pudieran encontrase infectadas puede poner en riesgo a las personas que les rodeen, si éstas no cuentan con una protección adecuada, no estando aconsejado, por tanto, su uso por personas diagnosticadas o sospechosas de padecer la enfermedad.*

En todos los casos, por cuestiones de comodidad e higiene, se recomienda no hacer uso de las mascarillas durante más de 4 horas seguidas y, en caso de que se humedezcan o se deterioren por el uso, se recomienda procedera la sustitución de las mismas.

- **Otros equipos de protección:**
  - **Guantes de protección:** se debe tener en cuenta que la utilización de este tipo de equipos de protección individual no garantiza la seguridad del usuario si no se respetan, además, las normas de higiene básica; el usuario del este tipo de equipos deberá evitar, por tanto, tocarse la cara con los guantes (ya que estos podrían haber entrado en contacto con una superficie contaminada) y, en caso de tener que hacerlo, deberá proceder, previamente, al quitarse los guantes y a llevar a cabo una adecuada higiene de manos, haciendo uso, para ello geles hidroalcohólicos o desinfectantes con actividad virucida autorizados.
  - **Pantallas faciales:** se debe tener en cuenta que se trata de un equipo de protección frente a posibles proyecciones/salpicaduras y, por lo tanto, se debe tener en cuenta que este tipo que equipos no ofrecen protección frente a una posible inhalación del virus, por lo que, en su caso, deberá utilizarse de forma combinada con la correspondiente protección respiratoria.

El Ministerio de Sanidad no ha establecido recomendaciones relativas al uso de este tipo de equipos de protección individual por parte de la población en general, siendo imprescindible el uso de los mismos (guantes de protección) en aquellas actividades en las que no sea posible evitar el contacto directo con personas diagnosticadas o sospechosas de padecer la enfermedad, o en las que se manipulen material sanitario, fómites o desechos posiblemente contaminados, así como (pantallas faciales) en aquellas actividades en las que no sea posible evitar la realización de operaciones a muy corta distancia de personas diagnosticadas, o sospechosas de padecer la enfermedad, sin que medie ningún tipo de barrera de protección colectiva.

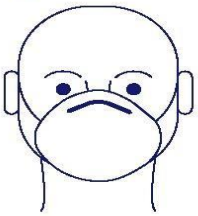
Formación e información

- Todo el personal recibirá una adecuada **información y formación** en relación al virus, sus vías de transmisión y a las medidas de prevención y protección que resulten de aplicación para minimizar el riesgo de un posible contagio.

MINISTERIO DE CONSUMO

Información extraída de la Guía de Compra de Mascarillas del Ministerio de Consumo, de 03/05/2020; para más información: https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/consumo/Documents/2020/030520%20GU%C3%8DA%20COMPRA%20MASCARILLAS.pdf

Mascarillas higiénicas



Este producto no es un EPI ni un producto sanitario.

Las mascarillas higiénicas son un complemento a las medidas de distanciamiento físico e higiene recomendadas por el Ministerio de Sanidad en el contexto de la pandemia de la COVID-19.

Cubren boca, nariz y barbilla y están provistas de un arnés que rodea la cabeza o se sujeta en las orejas. Suelen estar compuestas por una o varias capas de material textil y pueden ser reutilizables o de un solo uso.

¿Cuánto duran?

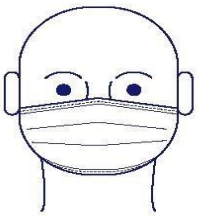
Si son reutilizables, el fabricante indicará el número máximo de lavados. A partir de ahí, no se garantiza la eficacia de la mascarilla.

Las no reutilizables deben ser elimi nadas después de su uso recomendado.

Por cuestiones de comodidad e higiene, se suele recomendar no usar la mascarilla durante más de 4 h.

En caso de que se humedezca o se deteriore por el uso, se recomienda sustituirla por otra.

Mascarillas quirúrgicas



Pueden tener fecha de caducidad.

Las mascarillas quirúrgicas son las que acostumbramos a ver en ambientes clínicos. Su objetivo es evitar que el personal sanitario y los pacientes infectados (o sospechosos de estarlo) transmitan agentes infecciosos.

Estas mascarillas están diseñadas para filtrar el aire exhalado. Su misión es proteger a quienes están a tu alrededor, evitando la dispersión vírica al estornudar, toser o hablar.

Deben tener un mecanismo que permita ceñirla estrechamente sobre nariz, boca y barbilla a quien la lleva puesta.

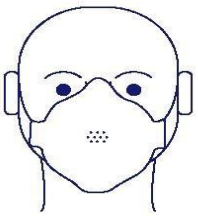
¿Cuánto duran?

Depende del fabricante. Consulta las instrucciones.
Cuando la notes húmeda o sucia, cámbiala.

Por cuestiones de comodidad e higiene, se suele recomendar no usar la mascarilla durante más de 4 h.

En caso de que se humedezca o se deteriore por el uso, se recomienda sustituirla por otra.

Mascarillas EPI



¿Qué debo mirar en el etiquetado?

CE certificado europeo | UNE EN-149 estándar de calidad | NR No reutilizable | R Reutilizable

Este tipo de mascarillas son Equipos de Protección Individual (EPI) y se recomiendan fundamentalmente para su empleo por profesionales para crear una barrera entre un riesgo potencial y el usuario. También pueden estar recomendadas para grupos vulnerables por indicación médica.

Las mascarillas EPI tienen como finalidad filtrar el aire inhalado evitando la entrada de partículas contaminantes en nuestro organismo.

Según su eficacia de filtración pueden ser de tres tipos: FFP1, FFP2, y FFP3.

Para la protección contra la COVID-19 se recomienda el uso de mascarillas EPI FFP2.

¿Cuánto duran?

Depende del fabricante. Consulta las instrucciones.
Cuando la notes húmeda o sucia, cámbiala.

Por cuestiones de comodidad e higiene, se suele recomendar no usar la mascarilla durante más de 4 h.

En caso de que se humedezca o se deteriore por el uso, se recomienda sustituirla por otra.

MINISTERIO DE CONSUMO

Información extraída de la Guía de Compra de Mascarillas del Ministerio de Consumo, de 03/05/2020; para más información: https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/consumo/Documents/2020/030520%20GU%C3%8DA%20COMPRA%20MASCARILLAS.pdf

¿Qué mascarilla necesito?

Mascarillas para la población general:

		Para protegerme a mí	Para proteger a los demás
 Mascarillas higiénicas	Con especificaciones UNE	⊕ 1-2 m	✓
	Sin especificaciones UNE	Consulta en la página 2	
 Mascarillas quirúrgicas	Tipo I	⊕ 1-2 m	✓
	Tipo II	⊕ 1-2 m	✓
	Tipo IIR	⊕ 1-2 m	✓

⊕ 1-2 m *Son un elemento de barrera para protegerme frente al contagio de la COVID-19 siempre y cuando se usen junto al resto de medidas de distanciamiento físico, higiene de manos y demás recomendaciones del Ministerio de Sanidad.*

Mascarillas para uso preferente por profesionales:

ATENCIÓN: *Si no eres profesional, no estás en contacto con el virus o no tienes actividades de riesgo relacionadas con el COVID-19, no necesitas este tipo de mascarillas para protegerte de contagio, a no ser por indicación médica.*

		Para protegerme a mí	Para proteger a los demás
 Mascarillas EPI	FFP1 sin válvula de exhalación	✓	✓
	FFP2 sin válvula de exhalación	✓	✓
	FFP3 sin válvula de exhalación	✓	✓
	FFP2 con válvula de exhalación	✓	✗
	FFP3 con válvula de exhalación	✓	✗

¿Se pueden lavar las mascarillas de tipo No Reutilizable?

No. Si el fabricante no indica que la mascarilla es lavable –y, por lo tanto, reutilizable– no lo hagas. No se puede garantizar que conserve sus propiedades.

¿Cómo se lavan las mascarillas reutilizables?

Cada fabricante explica las instrucciones de lavado. Usar un método distinto al recomendado puede deteriorar el producto y, por lo tanto, perder su efectividad.

El Ministerio de Sanidad ha publicado los métodos de lavado aceptados que son capaces de eliminar la COVID-19. El fabricante debería recomendar en sus instrucciones uno de estos métodos de higienización.

¿CÓMO DEBO LAVARME LAS MANOS?



40-60"



GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD

www.mscbs.gob.es


¿Has estado en contacto con alguien con síntomas de COVID-19?
Si has sido un contacto "estrecho", es decir:
• Has sido cuidador/a de esa persona
• Has tenido un contacto a menos de 2 metros de forma continuada
#Cuarentena EnCasa
No debes salir en 14 días salvo:
• Necesidad de asistencia sanitaria
• Indicación por trabajar en servicio esencial
Y si tienes síntomas
#Aíslate Quédate en tu habitación
Consulta cómo actuar en la web del Ministerio de Sanidad
www.mscbs.gob.es
26 marzo 2020
Consulta fuentes oficiales para informarte:
www.mscbs.gob.es
@sanidadgob
#ESTE VIRUS LO PARAMOS UNIDOS
GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD

Decálogo sobre cómo actuar en caso de tener síntomas de COVID-19:



Saber cómo actuar nos puede ayudar a controlar mejor las situaciones que puedan surgir estos días y a prestar ayuda a las personas de nuestro entorno. En caso de tener síntomas (fiebre o tos o dificultad respiratoria), sigue estos pasos:

1	**AUTO-AISLARSE**	En una habitación de uso individual con ventana, manteniendo la puerta cerrada, y, si es posible, baño individual. Si no es posible: mantén la distancia de seguridad de 2 metros con el resto de convivientes y extrema la higiene.	
2	**MANTENTE COMUNICADO**	Ten disponible un teléfono para informar de las necesidades que vayan surgiendo y puedas mantener la comunicación con tus seres queridos.	
3	**¿SENSACIÓN DE GRAVEDAD?**	Si tienes sensación de falta de aire o sensación de gravedad por cualquier otro síntoma llama al 112.	
4	**TELÉFONO DE TU COMUNIDAD AUTÓNOMA**	Si no, llama al teléfono habilitado en la comunidad autónoma o contacta por teléfono con el centro de salud.	
5	**AUTOCUIDADOS**	Usa paracetamol para controlar la fiebre; ponte paños húmedos en la frente o date una ducha templada para ayudar a controlar la fiebre; bebe líquidos; descansa, pero moviéndote por la habitación de vez en cuando.	
6	**AISLAMIENTO DOMICILIARIO**	Ahora que ya has hecho lo más inmediato, estudia y aplica las recomendaciones para el aislamiento domiciliario e informa a tus convivientes de que tienen que hacer cuarentena.	
7	**LAVADO DE MANOS**	Asegúrate de que en casa todos conocen cómo hacer un correcto lavado de manos.	
8	**SI EMPEORAS**	Si empeoras y tienes dificultad respiratoria o no se controla la fiebre, llama al 112.	
9	**14 DÍAS**	Se recomienda mantener el aislamiento 14 días desde el inicio de los síntomas, siempre que el cuadro clínico se haya resuelto.	
10	**ALTA**	El seguimiento y el alta será supervisado por su médico de Atención Primaria o según indicaciones de cada Comunidad Autónoma.	

Consulta fuentes oficiales para informarte
www.mscbs.gob.es
@sanidadgob

25 marzo 2020

#ESTE VIRUS LO PARAMOS UNIDOS

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD

Recomendaciones para el aislamiento domiciliario en casos leves de COVID-19

Estas son las recomendaciones que se deben seguir si se está en aislamiento domiciliario por ser un caso leve de COVID-19.
Lea atentamente estas recomendaciones y pregunte (telefónicamente) cualquier duda.
Sus familiares y convivientes deben recibir también la información.

Lugar de aislamiento (debe disponer de teléfono en la habitación)

Quédese en su casa, evite salir de la habitación, manteniéndola ventilada y con la puerta cerrada.

Evite distancias menores de 2 metros de los convivientes.

Evite visitas a su domicilio. Si necesita ayuda con las compras, se las pueden dejar en la puerta.

Utilice su propio baño; si lo comparte, debe desinfectarse antes de que lo usen otros.

Tenga en la habitación **productos de higiene de manos.**

Tenga un cubo de basura de pedal en la habitación.

Los productos de desecho deben tirarse en la bolsa de plástico colocada dentro del cubo de basura. Anúdela bien antes de tirarla.

La personas responsable de los cuidados será considerada contacto estrecho y deberá realizar cuarentena domiciliaria durante 14 días.

Persona cuidadora

La persona cuidadora **no debe tener factores de riesgo de complicaciones**, y debe realizar **autovigilancia de los síntomas**

Guantes para cualquier contacto con secreciones

Utilice mascarilla cuando compartan espacio

Lave las manos si entra en contacto, aunque haya usado guantes

Prevenir el contagio

Tápese al toser y estornudar con un pañuelo de papel

Tire el pañuelo en la **papelera**

Lávese las manos con agua y jabón

No comparta utensilios personales como toallas, vasos, platos, cubiertos y cepillo de dientes

Póngase la mascarilla si sale a espacios comunes o entra alguien en la habitación, mantenga la distancia y lávese las manos al salir

Comuníquese por un **teléfono** para evitar salir de la habitación

Limpieza

Use **lavavajillas** o friegue con agua caliente

No sacudir la ropa, meterla en **bolsa hermética. Lavarse siempre las manos** después de tocar la ropa

Lave la ropa **a 60-90º** y séquela bien

Limpie a diario las superficies que se tocan a menudo, baño e inodoro con bayetas desechables y lejía (1 parte de lejía al 5% por 50 partes de agua). **Lávese las manos al terminar**

BOLSA 1 en la habitación, que se cierra y se introduce en **la BOLSA** 2, donde se introducen los guantes y mascarilla del cuidador y va a la **BOLSA** 3 que va al contenedor de resto (ninguno de separación por reciclaje)

Si nota empeoramiento comuníquelo a su profesional de referencia o al 112.
Si algún conviviente o cuidador presenta síntomas no acuda a un centro sanitario y llame al teléfono habilitado por su Comunidad Autónoma.

11 abril 2020

- Basada en la Infografía de Recomendaciones para el paciente caso en investigación o caso confirmado leve en aislamiento domiciliario. Consejería de Sanidad de Asturias.
- Manejo domiciliario de casos en investigación, probables o confirmados de COVID-19. Ministerio de Sanidad.
- COVID-19: self-isolation for patients undergoing testing. Public Health England.

Teléfonos de información

Andalucía	900 400 061 / 955 545 060
Aragón	976 696 382
Asturias	900 878 232 / 984 100 400 / 112 marcando 1
Cantabria	900 612 112
Castilla La Mancha	900 122 112
Castilla y León	900 222 000
Cataluña	061
Ceuta	900 720 692
C. Madrid	900 102 112
C. Valenciana	900 300 555
Extremadura	112
Galicia	900 400 116
Islas Baleares	061
Canarias	900 112 061
La Rioja	941 298 333
Melilla	112
Murcia	900 121 212
Navarra	948 290 290
País Vasco	900 203 050

En caso de urgencia sanitaria llamar al **112**.

Anexo 2: Formato para el registro de entrega de información

REGISTRO DE ENTREGA DE INFORMACIÓN

NOMBRE DEL TRABAJADOR/A:		**DNI:**

PUESTO DE TRABAJO:	

Por la presente se certifica que el trabajador arriba indicado ha sido informado de las siguientes recomendaciones sanitarias que debe seguir de forma individual para prevenir un posible contagio del Covid-19.

Dichas informaciones han sido extraídas de la Evaluación de la Exposición a Coronavirus (SARS-CoV-2) elaborada por Cualtis, S.L.U., en calidad de Servicio de Prevención Ajeno de la Empresa, estando obligado el trabajador a colaborar con la empresa en la adopción de las medidas de prevención y protección establecidas en dicho documento.

Información entregada:

- ☐ Medidas de prevención/protección de carácter general
- ☐ Infografía: Tipos de Mascarillas
- ☐ Infografía: ¿Qué mascarilla necesito?
- ☐ Infografía: ¿Cómo debo lavarme las manos?
- ☐ Infografía: ¿Has estado en contacto con alguien con síntomas del Covid-19?
- ☐ Infografía: Cómo actuar en caso de presentar síntomas
- ☐ Infografía: Recomendaciones para el aislamiento domiciliario en casos leves de Covid-19
- ☐ Infografía: Teléfonos de información

Fecha de entrega: Firma del trabajador:

Anexo 3:

Planificación de la actividad preventiva. Protocolo de actuación

En la siguiente tabla se detallan los recursos materiales y humanos necesarios para asegurar la implementación de las medidas propuestas en el apartado 4.

Localización	Medidas Preventivas	Prior.*	Coste	Firma Resp.	Fecha fin
Todos los puestos	*En todos aquellos puestos cuya actividad pueda ser desarrollada mediante la modalidad de teletrabajo, se dará prioridad a ésta, frente a la presencial*	*5*			
Todos los puestos	*Establecer Planes de Contingencia para asegurar el mantenimiento de la actividad de aquellos actividades clasificadas como críticas o esenciales.*	*5*			
Todos los puestos	*Formar e informar a todo el personal sobre el virus, sus vías de transmisión y las medidas de prevención individuales a adoptar, haciendo especial hincapié en aquellas medidas de carácter higiénico*	*5*			
Instalaciones propias	*La disposición de los puestos de trabajo, la organización de los turnos y el resto de las condiciones de trabajo se garantiza la posibilidad de mantener la distancia de seguridad interpersonal mínima de 1,5 metros entre los trabajadores*	*5*			
Todos los puestos	*Cuando no pueda garantizarse la distancia de seguridad interpersonal de aproximadamente 1,5 metros, se asegurará que los trabajadores dispongan de equipos de protección adecuados al nivel de riesgo. (mascarillas) En este caso, todo el personal deberá estar formado e informado sobre el correcto uso de los citados equipos de protección*	*4*			
Todos los puestos	*Fomentar la flexibilidad horaria y los turnos de trabajo escalonados, para reducir las concentraciones de trabajadores. Sin perjuicio de la adopción de las necesarias medidas de protección colectiva e individual, los centros deberán realizar los ajustes en la organización horaria que resulten necesarios para evitar el riesgo de coincidencia masiva de personas, trabajadoras o no, en espacios o centros de trabajo durante las franjas horarias de previsible máxima afluencia o concentración*	*4*			
Todos los puestos	*Limitar al máximo las reuniones presenciales, evitando la celebración de cualquier reunión que implique una concentración alta de personas y, en todo caso, se adoptarán las medidas necesarias para garantizar un adecuado distanciamiento entre las personas, para ello, no se ocuparán sillas contiguas y se mantendrá la distancia de seguridad de 2 metros.*	*4*			
Todos los puestos	*Aplazar los cursos de formación interna que impliquen el desplazamiento de trabajadores entre provincias, asistiendo diferentes trabajadores de distintos centros de trabajo y se dará prioridad a la formación On Line respecto de la presencial, garantizando, en el caso de que no fuera posible evitar dicha modalidad, las correspondientes medidas de distanciamiento, higiene y/o protección individual necesarias para garantizar la seguridad y salud de los trabajadores*	*4*			
Todos los puestos	*Limitar todo desplazamiento que implique la utilización de medios de transporte colectivo, salvo causa de fuerza mayor.*	*4*			
Analista de laboratorio	*se facilitará la utilización de guantes de protección desechables para la manipulación de aquellos materiales/equipos/objetos que sean utilizados por más de una persona.*	*4*			
Instalaciones propias	*Esta previsto un espacio para el aislamiento de los trabajadores que pudiesen presentar síntomas durante su estancia en el trabajo, hasta que se coordine su evacuación de acuerdo con las indicaciones de las autoridades sanitarias. Cualquier dependencia puede valer para esta cuestión, pero es preciso tenerlo previsto para no tener que improvisar.*	*4*			
Recepcion de muestras	*Se dispondrá de mamparas de protección entre los puestos de trabajo y clientes o interposición de obstáculos para garantizar la distancia de 1,5 metros*	*4*			
Instalaciones propias	*Colocar en los lugares de trabajo y, en especial, en los locales destinados a aseo carteles y/o señalizaciones que fomenten las medidas de higiene y prevención*				

Localización	Medidas Preventivas	Prior.*	Coste	Firma Resp.	Fecha fin
Instalaciones propias	. *Reforzar la limpieza y desinfección de los lugares y equipos de trabajo, prestando especial atención a las superficies que puedan ser susceptibles de favorecer la transmisión, teniendo en cuenta también el número de personas que pueden tocar esas superficies.* *En las tareas de limpieza se prestará especial atención a las zonas de uso común y a las superficies de contacto más frecuente como pomos de puertas, mesas, muebles, pasamanos, suelos, teléfonos, perchas, y otros elementos de similares características, conforme a las siguientes pautas:* *o 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. En el uso de ese producto se respetarán las indicaciones de la etiqueta.* *o Tras cada limpieza, los materiales empleados y los equipos de protección utilizados se desecharán de forma segura, procediéndose posteriormente al lavado de manos.* *Las medidas de limpieza se extenderán también, en su caso, a zonas privadas de los trabajadores, tales como vestuarios, taquillas, aseos, cocinas y áreas de descanso.* *Asimismo, cuando existan puestos de trabajo compartidos por más de un trabajador, se realizará la limpieza y desinfección del puesto tras la finalización de cada uso, con especial atención al mobiliario y otros elementos susceptibles de manipulación.* *En los locales de aseo disponer de secadores eléctricos o de papel desechable; en ningún caso se recurrirá al empleo de toallas (u otros medios similares) para el secado de manos.* .	*4*			
Instalaciones propias	*Se deben realizar tareas de ventilación periódica en las instalaciones y, como mínimo, de forma diaria y por espacio de cinco minutos.*	*4*			
Instalaciones propias	*Se deberá 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.*	*3*			
Instalaciones propias	*Facilitar los medios necesarios para garantizar una adecuada higiene de manos de las personas trabajadoras, según las recomendaciones establecidas al efecto por el Ministerio de Sanidad; para ello, en los lugares de trabajo se dispondrá de dispensadores de solución hidroalcohólica para la desinfección de manos o desinfectantes 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.*	*3*			
Hotel	*Establecer carteles informativos en los idiomas más habituales de los clientes exponiendo las condiciones restrictivas de uso de las instalaciones y las normas de higiene a observar en relación con la prevención de contagios.*	*4*			
Hotel	*En las zonas de recepción o conserjería deberá garantizarse la debida separación de 1,5 metros entre trabajadores y clientes. Cuando no se pueda mantener la distancia de seguridad, se deberán utilizar los equipos de protección adecuados al nivel de riesgo.*	*5*			
Hotel	*En aquellos puntos de atención al cliente donde se prevean aglomeraciones o colas puntuales se marcarán en el suelo los espacios de manera que se respeten la distancia de seguridad interpersonal.*	*4*			
Hotel	*Se realizará la correspondiente desinfección de objetos tras su manipulación por el cliente o entre trabajadores y se dispondrá geles hidroalcohólicos o desinfectantes con actividad virucida autorizados y registrados por el Ministerio de Sanidad y desinfectante de superficies.*	*4*			

Localización	Medidas Preventivas	Prior.*	Coste	Firma Resp.	Fecha fin
Hotel	*Para las unidades de alojamiento se dispondrá de un procedimiento documentado de limpieza, de acuerdo con las medidas generales de prevención e higiene frente al COVID-19 indicadas por las autoridades sanitarias, incluyendo los procedimientos de reposición y retirada de residuos de los alojamientos, en caso de ofrecerse estos servicios, y el acondicionamiento de habitaciones o viviendas tras la salida del cliente y en donde se concrete para cada elemento a limpiar en una unidad de alojamiento, el Orden en el que se deberá hacer, y el material y el producto químico a utilizar, el equipo de protección adecuado al nivel de riesgo a emplear en cada tarea, y procesado del material y producto de limpieza tras su uso.*	*5*			
Hotel	*Previa apertura del establecimiento será necesario realizar una limpieza de las instalaciones, incluyendo zonas de paso, zonas de servicio, habitaciones, parcelas y viviendas.*	*5*			
Hotel	*Se limpiarán y desinfectarán regularmente todos los objetos y superficies de las zonas de paso susceptibles de ser manipuladas o contaminadas por diferentes personas, tales como botoneras de ascensores o máquinas, pasamanos de escaleras, tiradores de puertas, timbres, grifos de lavabos compartidos.*	*5*			
Hotel	*Desde el 6 de julio de 2020 y hasta que la evolución epidemiológica lo aconseje el porcentaje de ocupación permitido en las zonas comunes se elevará al setenta y cinco por ciento. Para ello cada establecimiento deberá determinar el aforo de los distintos espacios comunes, así como aquellos lugares en los que se podrán realizar eventos y las condiciones más seguras para su realización conforme al aforo máximo previsto y de acuerdo con las medidas de higiene, protección y distancia mínima establecidas.*	*5*			
Hotel	*En todo caso deberá garantizarse el cumplimiento de la debida distancia de seguridad interpersonal de, al menos, 1,5 metros o, en su defecto, la utilización de medidas alternativas de protección física.*	*5*			
Hotel	*Establecer carteles informativos en los idiomas más habituales de los clientes exponiendo las condiciones restrictivas de uso de las instalaciones y las normas de higiene a observar en relación con la prevención de contagios.*	*4*			
Todos los puestos	Se tendrán en cuenta igualmente las medidas previstas en los apartados 4.4 y posteriores, relativas a la actuación en caso de que se presenten síntomas de la enfermedad, normas de viaje y desplazamientos, posibles contactos con personal infectado, trabajadores vulnerables o especialmente sensibles, y otras.	*5*			

** Criterio establecido para la asignación de prioridades:*
5: Las consecuencias pueden ser de la máxima gravedad / 4: Pueden producirse daños muy graves / 3: Pueden producirse daños graves / 2: Pueden producirse daños que si persisten en el tiempo pueden afectar al bienestar del trabajador / 1: Molestias leves, no es previsible que afecten al bienestar del trabajador de manera relevante.



AREA DE RECEPCION

PAUTAS GENERALES:

- ✓ No olvides higienizarte las manos con agua y jabón o solución desinfectante antes de comenzar el turno y con frecuencia durante la jornada de trabajo.
- ✓ Recuerda mantener la distancia de seguridad sanitaria con tus compañeros y los clientes. Dispones de mampara protectora en el mostrador.
- ✓ Evita tocarte ojos, nariz y boca con las manos.
- ✓ Dentro de lo posible, trabaja con el mismo equipo durante toda la jornada. Si no es posible, desinfecta tus manos antes de cada uso.
- ✓ LIMPIEZA Y DESINFECCION frecuente, y al cambio de turno, de los objetos de uso personal (gafas, móvil…) así como de los elementos de trabajo (teléfono, teclado, ratón, pantalla protectora…) y superficies de contacto.
- ✓ El uniforme se cambia al finalizar la jornada y se lava/desinfecta a diario. Se recuerda que tanto el uniforme como el calzado no deben utilizarse fuera del centro de trabajo.

TU SEGURIDAD

- Al incorporarte al turno, desinfecta tus manos y si no es posible mantener la distancia de seguridad con los compañeros, deberás utilizar mascarilla quirúrgica.
- Realiza el cambio de turno manteniendo la distancia de seguridad con tu compañero.
- Limpia tu área de trabajo y tu material con limpiador desinfectante y papel desechable.
- Ayuda a mantener el aforo máximo determinado en la recepción y la distancia entre clientes.
- Recuerda higienizarte las manos antes y después del intercambio de objetos con solución desinfectante.

ATENCIÓN AL CLIENTE

- Mantén siempre la distancia de seguridad al atender a un cliente.
- Utiliza la mampara, la mascarilla y los desinfectantes.
- Evita el saludo (estrechar las manos) y el contacto de cualquier tipo.
- Debemos seguir siendo anfitriones y acogedores pero dando prioridad a la seguridad.
- Se puede transmitir la sonrisa con la mirada y con tu actitud.

RESERVAS

- Informar al cliente, siempre que sea posible, de las condiciones del servicio y de las medidas preventivas.
- En reserva directa preguntar la hora de llegada para prever puntas de clientes.
- Pre check-in. Se intentará realizar pre check-in a través del PMS con el mayor número de reservas posibles.
- A los clientes que no tengamos cardex (con mail validado y autorizado) ni posibilidad de pre check-in, se le solicitará que nos envíe por mail sus datos para crear su cardex previo a la llegada. La entrega de datos siempre tendrá carácter voluntario.

OTRA INFORMACION

- Los artículos de la tienda NO se podrán dar al cliente para que los mire o pruebe. No podemos aceptar devoluciones salvo por defecto o mal funcionamiento.
- El mostrador estará libre de folletos, papelería y expositores. Los planos se entregarán bajo petición y se informará que se puede consultar, y descargar, con el código QR del hotel.
- Seremos proactivos pero educados solicitando al cliente que respete las indicaciones dispuestas por el establecimiento.



AREA DE RECEPCION

CHECK IN

- Solicitar DNI/Pasaporte, manipularlos lo menor posible. Si el cliente no ha hecho pre check-in, deberá introducir su DNI en el lector de documentos. Solo se manipula su documentación en el caso de que el lector no reconozca el documento.
- Si el cliente ha hecho pre check in verificar los datos, incluidos los del acompañante.
- DESAYUNOS: **Informar al cliente del aforo y horario establecido en desayunos. Deberá reservar por adelantado el turno de desayuno que desea durante su estancia.** Los turnos son de media hora de servicio.
- La llave se entregará tras desinfectarla delante del cliente.
- Informar sobre código QR del hotel y de la cafetería.
- Minimizar el intercambio de objetos/ documentación con el cliente.
- Antes y después de tocar el equipaje de un cliente desinféctate las manos.

CHECK OUT

- El cliente depositará la llave en la urna preparada al respecto.
- Fomentar el pago con pasarela de pago virtual o el pago adelantado el día anterior a la salida.
- Limpia o desinfecta el datáfono después de cada uso.
- Minimiza el intercambio de objetos/ documentación con el cliente. Fomentar el envío de las facturas por mail.
- Cuarto de equipajes: El cliente dejará las maletas en la habitación para recogerlas a lo largo del día. En caso del uso de consigna, dejar un espacio de seguridad entre maletas. Se limpiarán las estanterías antes y después de la colocación de un equipaje. El espacio se limpiará y desinfectará a diario.

AREA DE LIMPIEZA – TU SEGURIDAD

PAUTAS GENERALES – TU SEGURIDAD:

- ✓ No olvides higienizarte las manos con agua y jabón o solución desinfectante antes de comenzar a trabajar y con frecuencia durante la jornada laboral.
- ✓ Mantén la distancia física de seguridad con todas las personas que hay en tu lugar de trabajo: compañeros, clientes y trabajadores externos del hotel. Si no fuera posible, utiliza mascarilla quirúrgica.
- ✓ Evita tocarte ojos, nariz y boca con las manos.
- ✓ Dentro de las posibilidades, trabaja siempre con el mismo equipo durante tu jornada laboral.
- ✓ Trabaja siempre con guantes de nitrilo y mascarilla en zonas comunes.
- ✓ Desinfecta siempre manos/guantes escrupulosamente con solución desinfectante antes de empezar la limpieza y cada vez que se realice una tarea diferente para evitar contaminación cruzada
- ✓ Por cada habitación/zona, utiliza mopas limpias que se desecharán en la bolsa habilitada para ello al finalizar la limpieza, para lavar y desinfectar. Las bayetas pueden reutilizarse ya que están en contacto con el virucida, se sigue respetando el protocolo de colores habitual.
- ✓ Todos los artículos usados deben manejarse adecuadamente para mitigar el riesgo de posible transmisión.
- ✓ Recoge tu mascarilla identificada con tu nombre, fecha de puesta en uso y desinfectada antes de comenzar tu trabajo. Lleva siempre un sobre o bolsa de papel limpio que te sirva para guardar la mascarilla por si necesitas utilizarla en algún momento durante la jornada laboral y evitar que se contamine.
- ✓ RESIDUOS: Desecha tras el uso las mascarillas o guantes de un solo uso en el contenedor de orgánico.
- ✓ El uniforme se cambia al finalizar el servicio. Recuerda seguir las pauta de lavado recomendadas para su desinfección. Recuerda que tanto los uniformes como el calzado no deben utilizarse fuera del centro de trabajo.
- ✓ Desinféctate las manos adecuadamente antes y después de fichar.
- ✓ Recoge las indicaciones relativas a tus funciones manteniendo la distancia de seguridad con tus compañeros.
- ✓ Al finalizar cada turno limpiarán y desinfectarán los elementos utilizados, incluidos carros.
- ✓ Mantén tu carro y/o material de trabajo perfectamente ordenado, limpio y desinfectado, siguiendo las instrucciones dadas.
- ✓ Evita la utilización de tu móvil personal durante la jornada de trabajo.
- ✓ Toda la limpieza en pisos y zonas comunes se realizará con la frecuencia establecida y con limpiadores detergentes desinfectantes viricidas indicados, respetando los tiempos de contacto del producto en las superficies, así como las instrucciones de uso.
- ✓ Las mamparas protectoras de recepción se limpiarán por fuera por el departamento de pisos con una frecuencia de al menos 3 veces al día y por dentro el personal de recepción según sea necesario y al cambio de cada turno.
- ✓ Es muy importante incidir especialmente en los puntos críticos o superficies de alto contacto, con la frecuencia establecida.

LIMPIEZA Y DESINFECCION EN ALMACENES Y OFFICES, RECEPCION DE MERCANCIAS. ACCESO AL PERSONAL.

- ✓ Se incrementan las frecuencias de limpieza en las zonas de almacenes, incidiendo en las zonas de almacenaje de elementos que van a estar en contacto con los clientes (lencería, amenities), con limpiador desinfectante.
- ✓ Diariamente, se realizarán pulverizaciones de limpiador desinfectante en almacenes, zona de mercancías y zonas internas en general.
- ✓ Los envíos de mercancía que se recepcionen paletizados con plástico, se pulverizarán antes de abrir con limpiador desinfectante.
- ✓ Todos los artículos estarán convenientemente guardados en cajas o bolsas.
- ✓ Se respetará la distancia interpersonal en estos espacios, entrando de uno en uno en espacios pequeños.
- ✓ Incorporación de cartelería con indicaciones en lencería, offices, almacenes.
- ✓ Se dispone de punto para la recepción de mercancías, mantener distancia de seguridad y retirar siempre que sea posible el embalaje exterior. Atención a la desinfección de carros de la lavandería con limpiador desinfectante.
- ✓ En el punto de acceso al personal, los sistemas de control horario y de entradas/salidas por contacto, se limpiarán mínimo 3 veces al día. Hacer coincidir estas limpiezas después de las "horas punta" de acceso de empleados.

AREA DE LIMPIEZA - GENERAL

MONTAJE DE CARRO Y MATERIAL DE LIMPIEZA:

- ✓ El carro se limpia y desinfecta a diario al finalizar la jornada o el turno, si lo hubiera, con limpiador desinfectante de superficies.
- ✓ Cada carro estará dotado de un dispensador de gel desinfectante.
- ✓ La lencería limpia se debe colocar en el carro protegida por bolsas.
- ✓ Los amenities se llevan en cajas cerradas o tapados. Ningún material quedará a la vista de los clientes. Se prepara un "kit" de artículos de limpieza por habitación: 2 mopas de suelo por zona y habitación, 2 bayetas de distinto color, 2 carros de ropa sucia, una para lencería plana y otro para la felpa. Se dispondrá de una dotación mínima de bolsas para guardar la lencería sucia de las habitaciones.
- ✓ Se debe incluir una bolsa para recoger en las habitaciones de salida los artículos a mantener en cuarentena, para su reutilización
- ✓ El material de limpieza utilizado se lavará a diario en un programa de alta temperatura (bayetas de microfibra y mopas). Los utensilios de limpieza se limpiarán también con desinfectante al finalizar la jornada (fregonas, escobas, mopas) pulverizados con limpiador desinfectante de superficies.

LIMPIEZA Y DESINFECCION EN ZONAS COMUNES:

- ✓ Seguir las pautas generales de seguridad.
- ✓ Se incrementan las frecuencias de limpieza de las zonas y aseos comunes, así como las áreas internas de personal.
- ✓ Se verifica con todas las limpiezas que hay gel hidroalcohólico y celulosa suficiente en los dosificadores de las zonas comunes, así como se vacían las papeleras de forma que la bolsa quede cerrada para su traslado al punto de residuos. Se rellenan/sustituyen los productos si es necesario. Todas las papeleras se montarán con doble bolsa, retirando únicamente la primera (salvo daño o rotura) y cuidando de cerrar la bolsa antes de retirarla.
- ✓ **Puntos críticos en todas las áreas:** Se limpiarán y desinfectarán al menos cada dos horas durante sus correspondientes periodos de uso todos los objetos y superficies de las zonas de paso susceptibles de ser manipuladas o contaminadas por diferentes personas, tales como:
  - Elementos de apertura: puertas y pomos de puertas.
  - Interruptores y botoneras de ascensores.
  - Superficies de mesas, sillones y sofás, con especial atención en reposabrazos.
  - Textiles: alfombras, cortinas…
  - Dispensadores de gel hidroalcohólico de zonas comunes.
  - Baños y aseos comunes: grifos, pulsadores inodoro, papeleras batientes. Se limpian cada hora.
  - Mostrador y mamparas de recepción (por el exterior)
- ✓ **Recepción:** limpieza y desinfección de superficies y puntos críticos, incluyendo mamparas, mínimo 3 veces al día con limpiador desinfectante de superficies.
- ✓ **Salas:** si están en uso se repasarán los puntos críticos 3 veces al días o según horario del cliente, con gel desinfectante de superficies.
- ✓ **Ascensores:** se limpiarán y desinfectarán como mínimo 6 veces al día y siempre que sea necesario, haciendo hincapié en los puntos críticos.
- ✓ **Aseos comunes:** se limpiarán como mínimo 6 veces al día y siempre que sea necesario, haciendo hincapié en los puntos críticos.
- ✓ **Papeleras:** se debe aumentar a frecuencia de limpieza y su recogida se debe realizar en condiciones de seguridad, de forma que las bolsas queden cerradas y sean trasladadas al punto de residuos.
- ✓ **Textiles:** Utilizar desinfectante de superficies pulverizado sobre los textiles, que se limpiarán retirando el exceso de humedad con un paño limpio . El uso del desinfectante de superficie en textiles deberá verificarse sobre cada tipo de textil.

AREA DE LIMPIEZA –HABITACIONES

LIMPIEZA Y DESINFECCION DE HABITACIONES – LAS HABITACIONES NO SE LIMPIAN SI EL CLIENTE ESTÁ EN LA HABITACIÓN

Habitaciones de salida:

- ✓ Ventilar la habitación, como mínimo, 5 minutos.
- ✓ La ropa de cama es lo primero que se retira de la habitación, se cambia sin airear, metiendo en bolsa y cerrándola inmediatamente para depositarla en el carro de la ropa sucia. Hacer lo mismo con la felpa, cada tipo de ropa en su carro.
- ✓ Proceder a la limpieza de la habitación incidiendo especialmente en los **PUNTOS CRÍTICOS** o superficies de alto contacto.
  - o Elementos de apertura: pomos de puertas, armarios, ventanas…
  - o Interruptores (luz en general, lámparas, apliques de luz de lectura, climatización, caja de seguridad)
  - o Auricular del teléfono y mando TV. El mando TV debe quedar precintado.
  - o Superficies de mesas y mesillas, interior de armarios, perchar, cartel de no molestar.
  - o Interior de la nevera y punto de apertura de la puerta.
  - o Dispensadores de gel/champú.
  - o Grifos, pulsador del inodoro, rociador de ducha, bañera y lavabo.
  - o Secador.
  - o Papelera del baño, montada con doble bolsa, retirando únicamente la primera (salvo daño o rotura) y cuidando de cerrar bien la bolsa antes de sacarla del cubo.
- ✓ Retirar los artículos aparentemente no utilizados por el cliente (amenities, bolsa de lavandería, papel higiénico……) depositándolos una bolsa para su posterior cuarentena en offices/almacenes, mínimo 48hrs.
- ✓ Elementos precintados: Dosificador gel y champú, amenities, manto TV, teléfono, perchas y caja fuerte.
- ✓ Para el suelo pasando primero la mopa seca y a continuación fregamos la habitación con otra mopa mojada distinta.
- ✓ Las mopas se desechan después de limpiar una habitación, se depositan en bolsa aparte específica.
- ✓ Al finalizar, se pulveriza las superficies textiles (cortinas, tapicerías) son pulverizador aerosol virucida.
- ✓ Entre habitaciones, desinfectar los equipos de limpieza y prestar especial atención al pomo de las puertas.
- ✓ Recuerda mantener la distancia de seguridad con los clientes que te encuentres en los pasillos y evita dejar los carros dificultando el paso y con cajas/bolsas abiertas, todo lo que pueda estar a la vista del cliente siempre cubierto, cerrado o guardado.
- ✓ **Si en algún momento se tiene que salir de la habitación por cualquier motivo, se desinfectarán correctamente los guantes antes de volver a entrar y proseguir con la limpieza y preparación de la habitación.**

Habitaciones de clientes que continúan:

Mismo procedimiento, salvo en el punto de realización de la cama, que se efectuará después de terminar al baño, procurando no agitar las sábanas. No se repone ningún precinto.
En caso de realizar limpieza de habitación ocupada por cliente posible, probable o confirmado con Covid-19, utilizar mascarilla FFP2 y guantes de protección de nitrilo.

AREA DE LIMPIEZA – ITINERARIO HABITACION DE SALIDA

1. DEJAR EL CARRO EN LA PUERTA DE LA HABITACION.
HIGIENIZARSE LAS MANOS Y PONERSE LOS GUANTES.

2. ABRIR VENTANAS PARA AIREAR.

3. RETIRAR LA ROPA DE CAMA SIN AGITARLA. METER EN BOLSA CORRESPONDIENTE.
RETIRAR TOALLAS Y METER EN BOLSA CORRESPONDIENTE.
RETIRAR BOLSA DSEL CUBO HIGIENICO CERRADA.
SACAR DE LA HABITACIÓN Y COLOCAR EN EL CARRO DE ROPA SUCIA Y EN BOLSA PARA RESIDUOS ORGANICOS QUE IRÁ CERRADA.
A CONTINUACIÓN ¡¡HIGIENIZARSE LAS MANOS!!
RETIRAR ARTÍCULOS DEPOSITÁNDOLOS EN BOLSA ESPECÍFICA PARA SU PUESTO EN CUARENTENA.

4. LIMPIAR EL BAÑO SEGÚN PROCEDIMIENTO HABITUAL CON EL PRODUCTO VIRUCIDA, INCIDIENDO EN PUNTOS CRITICOS.
DEJAR ACTUAR EL PRODUCTO.

5. LIMPIAR Y DESINFECTAR SUPERFICIES DE HABITACION, INCIDIENDO EN PUNTOS CRÍTICOS.
NO OLVIDAR LA NEVERA POR DENTRO Y LAS PERCHAS.
PULVERIZAR SUPERFICIES Y MOBILIARIO.

6. ACLARAR Y TERMINAR LA LIMPIEZA DEL BAÑO

7. HACEMOS LA CAMA DE LA FORMA HABITUAL.
RECUERDA QUITARTE LOS GUANTES ANTES DE TOCAR LA ROPA LIMPIA.

8. MOPEAR EL SUELO CON MOPA SECA DE UN USO POR HABITACION Y RECOGER RESIDUOS.

9. PASAR MOPA IMPREGNADA DE PRODUCTO DESINFECTANTE.

10. COLOCAR LOS PRECINTOS.
EN SUPERIORES Y JUNIOR SUITE, REPONER AGUA MINERAL, VASO DESECHACBLE PRECINTADO Y COMPLEMENTOS CAFETERA.
CERRAR VENTANA.
PULVERIZAR CON AEROSOL VIRUCIDA LA CORTINA.

11. DESINFECTAR POMOS DE PUERTAS ANTES DE SALIR POR AMBOS LADOS, EL LADO EXTERIOR AL CERRAR LA PUERTA Y DAR LA HABITACION POR PREPARADA.

SUPERVISION DE HABITACIONES

SE REALIZARÁ SIEMPRE PORTANDO PAÑOS DESECHABLES (CELULOSA O SIMILAR), BOLSA POR SI HAY QUE RETIRAR ALGÚN ARTÍCULO Y PULVERIZADOR DESINFECTANTE POR SI SE REQUIERE ALGÚN REPASO O SE HA TOCADO ALGÚN PUNTO.

¡¡MUY IMPORTANTE!!

SI EN ALGÚN PUNTO DEL PROCESO SE TIENE QUE SALIR DE LA HABITACIÓN PARA COGER CUALQUIER ARTÍCULO DEL CARRO, U OTRO MOTIVO, SE DESINFECTARÁN CORRECTAMENTE LOS GUANTES ANTES DE VOLVER A ENTRAR Y PROSEGUIR CON LA LIMPIEZA-PREPARACIÓN DE LA HABITACIÓN

AREA DE LIMPIEZA – ITINERARIO HABITACION DE CLIENTE

1. DEJAR EL CARRO EN LA PUERTA DE LA HABITACION.
HIGIENIZARSE LAS MANOS Y PONERSE LOS GUANTES.

2. ABRIR VENTANAS PARA AIREAR.

3. RETIRAR TOALLAS Y METER EN BOLSA CORRESPONDIENTE SI EL CLIENTE QUIERE QUE SE RETIREN.
SACAR DE LA HABITACIÓN Y COLOCAR EN EL CARRO DE LA ROPA SUCIA, BOLSA PARA FELPA

4. LIMPIAR EL BAÑO SEGÚN PROCEDIMIENTO HABITUAL, INCIDIENDO EN PUNTOS CRITICOS.
DEJAR ACTUAR.

5. LIMPIAR SUPERFICIES DE HABITACION, INCIDIENDO EN PUNTOS CRÍTICOS.

6. RECUERDA QUITARTE LOS GUANTES ANTES DE TOCAR LA ROPA LIMPIA.
TERMINAR LA LIMPIEZA DEL BAÑO,

7. HACEMOS LA CAMA DE LA FORMA HABITUAL PROCURANDO NO AGITAR LA ROPA.

8. MOPEAR EL SUELO CON MOPA DE UN USO POR HABITACION Y RECOGER RESIDUOS.

9. DESINFECTAR LOS GUANTES CON DESINFECTANTE Y COGER TOALLAS Y AMENITIES DE REPOSICION SI SE REQUIERE CAMBIO.
COLOCAR EN SU SITIO

10. PASAR MOPEADO FINAL CON MOPA IMPREGNADA DE PRODUCTO DESINFECTANTE.

11. DESINFECTAR POMOS DE PUERTAS ANTES DE SALIR POR AMBOS LADOS, EL LADO EXTERIOR AL CERRAR LA PUERTA Y DAR LA HABITACION POR PREPARADA.

SUPERVICIO DE HABITACIONES

SE REALIZARÁ SIEMPRE PORTANDO PAÑOS DESECHABLES (CELULOSA O SIMILAR), BOLSA POR SI HAY QUE RETIRAR ALGÚN ARTÍCULO Y PULVERIZADOR DESINFECTANTE POR SI SE REQUIERE ALGÚN REPASO O SE HA TOCADO ALGÚN PUNTO.

¡¡MUY IMPORTANTE!!

SI EN ALGÚN PUNTO DEL PROCESO SE TIENE QUE SALIR DE LA HABITACIÓN PARA COGER CUALQUIER ARTÍCULO DEL CARRO, U OTRO MOTIVO, SE DESINFECTARÁN CORRECTAMENTE LOS GUANTES ANTES DE VOLVER A ENTRAR Y PROSEGUIR CON LA LIMPIEZA-PREPARACIÓN DE LA HABITACIÓN

AREA DE MANTENIMIENTO

PAUTAS GENERALES:

- ✓ No olvides higienizarte las manos con agua y jabón o solución desinfectante antes de comenzar el turno y con frecuencia durante la jornada de trabajo.
- ✓ Recuerda mantener la distancia de seguridad sanitaria con tus compañeros y los clientes.
- ✓ Evita tocarte ojos, nariz y boca con las manos.
- ✓ Dentro de lo posible, trabaja con el mismo equipo durante toda la jornada. Si no es posible, desinfecta tus manos antes de cada uso.
- ✓ LIMPIEZA Y DESINFECCION frecuente, y al cambio de turno, de los objetos de uso personal (gafas, móvil…) así como de los elementos de trabajo (teléfono, teclado, ratón…) y superficies de contacto.
- ✓ El uniforme se cambia al finalizar la jornada y se lava/desinfecta a diario. Se recuerda que tanto el uniforme como el calzado no deben utilizarse fuera del centro de trabajo.

TU SEGURIDAD

- Al incorporarte al turno, desinfecta tus manos y si no es posible mantener la distancia de seguridad con los compañeros, deberás utilizar mascarilla quirúrgica.
- Realiza el cambio de turno manteniendo la distancia de seguridad con tu compañero.
- Limpia tu área de trabajo y tu material con limpiador desinfectante y papel desechable.
- Ayuda a mantener el aforo máximo determinado en la recepción y la distancia entre clientes.
- Recuerda higienizarte las manos antes y después del intercambio de objetos con solución desinfectante.

ATENCIÓN AL CLIENTE

- Mantén siempre la distancia de seguridad al cruzarte con clientes.
- Utiliza la mascarilla y los desinfectantes.
- Evita el saludo (estrechar las manos) y el contacto de cualquier tipo.
- Debemos seguir siendo anfitriones y acogedores pero dando prioridad a la seguridad.
- COMO NORMA NO SE REALIZARÁN REPARACIONES NI ACTUACIONES EN LAS HABITACIONES ESTANDO EL CLIENTE EN LA HABITACION.

ACTUACION EN HABITACIONES:

COMO NORMA NO SE REALIZARÁN REPARACIONES NI ACTUACIONES EN LAS HABITACIONES ESTANDO EL CLIENTE EN LA HABITACION.

- Si es absolutamente necesario actuar en una habitación ocupada con el cliente en la habitación: Extrema las medidas de seguridad, sobre todo el distanciamiento de mínimo 1,5m con el cliente.
- Si no se puede garantizar la distancia mínima utiliza mascarilla.
- Desinfecta tus manos al entrar y al salir de la habitación.
- Desecha los elementos de protección que hayas utilizado al salir de la habitación

ACTUACION CON PROVEEDORES:

- Mantén siempre la distancia de seguridad al recibir visitas de proveedores o personal de empresas mantenedoras externas.
- Si no es posible garantizar la distancia mínima de 1,5m utiliza la mascarilla.
- Evita el saludo (estrechar las manos) y el contacto de cualquier tipo.
- No compartas herramientas de trabajo. Si es necesario compartir algún elemento (herramientas, bolígrafo…..) desinfecta el elemento tras su uso y desinfecta cuidadosamente tus manos con gel desinfectante.
- Lava o desinfecta cuidadosamente tus manos después de firmar un parte de trabajo o albarán de entrega y archiva el documento de forma segura cuanto antes.
- Al recepcionar cualquier pedido embalado, se desinfectará con el producto virucida recomendado antes de abrirlo y llevarlo al almacén correspondiente.
- Elimina los envases y embalajes de forma adecuada y presta especial atención a la desinfección de las manos en todo el proceso tantas veces como sea necesario/recomendable

AREA DE RESTAURACION – BUFFET DE DESAYUNOS

el jardín

PAUTAS GENERALES:

- ✓ No olvides higienizarte las manos con agua y jabón o solución desinfectante antes de comenzar el turno y con frecuencia durante la jornada de trabajo.
- ✓ Recuerda mantener la distancia de seguridad sanitaria con tus compañeros y los clientes.
- ✓ Evita tocarte ojos, nariz y boca con las manos.
- ✓ USO DE GUANTES: Necesario el uso de guantes de nitrilo para evitar contaminación cruzada.
- ✓ LIMPIEZA Y DESINFECCION frecuente, y al cambio de turno, de los objetos de uso personal (gafas, móvil…) así como de los elementos de trabajo y superficies de contacto.
- ✓ El uniforme se cambia al finalizar la jornada y se lava/desinfecta a diario. Se recuerda que tanto el uniforme como el calzado no deben utilizarse fuera del centro de trabajo.
- ✓ Al finalizar el servicio de desinfecta toda la sala y el mobiliario con producto indicado y papel de un solo uso.

TU SEGURIDAD

- Al incorporarte al turno, desinfecta tus manos y si no es posible mantener la distancia de seguridad con los compañeros, deberás utilizar mascarilla quirúrgica.
- Procura mantener la distancia de seguridad con tus compañeros y clientes.
- Ayuda a mantener el aforo máximo determinado y la distancia entre clientes.
- Haz uso de la mascarilla proporcionada por la empresa.

MONTAJE DE LAS MESAS

- La sala está montada respetando la distancia de seguridad de 2 metros entre las mesas.
- La distancia entre respaldo de silla a silla mínimo de 1,5 metros.
- No colocar manteles individuales.
- No hay elementos decorativos ni informativos.

OPERATIVA DEL SERVICIO

- El cliente deberá informar en la recepción al menos 24hrs antes de la franja horaria en la que va a desayunar. El servicio comienza a las 07:00hrs y se establecen franjas de turnos de ½ hora para los clientes.
- Se atiende solo a clientes con reserva previa. Si un cliente no ha realizado la reserva se le dirige a la recepción para verificar aforo.
- La ruta de acceso y salida está marcada con flechas, verde para entrada y roja para salida. A la entrada hay un soporte con gel desinfectante y cartel recomendando su uso.
- El pasillo definido de espera entre clientes tiene marcas de espera respetando la distancia social.
- Una vez el cliente ha llegado al mostrador para ser atendido, informa "al personal de la barra" del número de su habitación, se le pregunta sobre lo que desea desayunar, se prepara en una bandeja individual junto con sus cubiertos y se le entrega.
- El personal de sala indicará al cliente donde debe sentarse, en función de las personas que en ese momento están ya desayunando y del aforo previsto en esa franja horaria.
- Al finalizar se retira todo de la mesa. Se limpia y desinfecta la mesa y las sillas.

AREA DE RESTAURACION – CAFETERIA / TERRAZA / ROOM SERVICE

PAUTAS GENERALES:

- ✓ No olvides higienizarte las manos con agua y jabón o solución desinfectante antes de comenzar el turno y con frecuencia durante la jornada de trabajo.
- ✓ Recuerda mantener la distancia de seguridad sanitaria con tus compañeros y los clientes. Dispones de mampara protectora en el mostrador en la zona de caja. Fomenta el pago con tarjeta.
- ✓ Evita tocarte ojos, nariz y boca con las manos.
- ✓ USO DE GUANTES: Necesario el uso de guantes de nitrilo para evitar contaminación cruzada.
- ✓ LIMPIEZA Y DESINFECCION frecuente, y al cambio de turno, de los objetos de uso personal (gafas, móvil…) así como de los elementos de trabajo y superficies de contacto.
- ✓ El uniforme se cambia al finalizar la jornada y se lava/desinfecta a diario. Se recuerda que tanto el uniforme como el calzado no deben utilizarse fuera del centro de trabajo.
- ✓ Al finalizar el servicio de desinfecta toda la sala y el mobiliario con producto indicado y papel de un solo uso.

TU SEGURIDAD

- Al incorporarte al turno, desinfecta tus manos y si no es posible mantener la distancia de seguridad con los compañeros, deberás utilizar mascarilla quirúrgica.
- Procura mantener la distancia de seguridad con tus compañeros y clientes.
- Ayuda a mantener el aforo máximo determinado y la distancia entre clientes.
- Haz uso de la mascarilla proporcionada por la empresa.

MONTAJE DE LAS MESAS

- Tanto la cafetería como la terraza están montadas respetando la distancia de seguridad de 2 metros entre las mesas.
- La distancia entre respaldo de silla a silla mínimo de 1,5 metros.
- En la mesa No hay elementos decorativos ni informativos.
- La carta está disponible mediante código QR en una etiqueta pegada a las mesas.
- Para clientes en el hall se pondrá sobre la mesa el Código QR en peana para su consulta.

OPERATIVA DEL SERVICIO DE CAFETERIA / TERRAZA:

- o Habrá cartel indicando al cliente que espere a ser atendido.
- o Se le ubicará en una mesa teniendo en cuenta los clientes que haya en ese momento.
- o Se le pregunta que desea consumir y se le informa sobre el código QR de la mesa para que pueda consultar la carta.
- o Se le hace entrega de toallita desinfectante de cortesía.
- o Se debe utilizar guantes de nitrilo y mascarilla en todo momento.
- o Se fomentará el pago con tarjeta. En caso de pago en efectivo, se le indica al cliente que deposite el dinero en la ¿bandeja? y se le dan las vueltas del mismo modo.
- o Hay dispensador de gel en el hall del hotel. Se recomendará al cliente su uso después de levantarse y dejar la mesa.
- o Las mesas y sillas se limpian y desinfectan tras cada uso con producto desinfectante específico y papel de un solo uso.

OPERATIVA DEL SERVICIO DE ROOM SERVICE:

- o La bandeja se monta con cubiertos individuales, aderezos monodosis, los platos cubiertos. Para servicios de solo bebida presentar como un servicio de cafetería.
- o Colocar la toallita desinfectante de cortesía.
- o Preguntar al cliente al hacer su pedido como desea que se facture su pedido. Fomentar el cargo a la habitación o pago con tarjeta.
- o No debemos acceder a la habitación del cliente. La bandeja se entrega al cliente en la puerta quien deberá devolvernos la comanda firmada si es posible con su bolígrafo. Si desea abonar la consumición se fomentará el pago con tarjeta.


PROTOCOLOS ESPECIALES
Hotel
Puerta de Toledo
MADRID

Contexto

- Damos prioridad a la salud y seguridad de nuestros clientes, empleados y colaboradores.
- Diseñamos espacios seguros respetando las recomendaciones sanitarias vigentes.
- Redefinimos nuestros procedimientos para minimizar el contacto interpersonal.
- Adaptamos el servicio según las nuevas necesidades sin reducir nuestra oferta.

Instalaciones

- Todas nuestras instalaciones son desinfectadas a diario de forma frecuente.
- Encontrará dispensadores de gel hidroalcohólico homologado en numerosas zonas de uso frecuente.
- La recepción y la barra de cafetería estará dotada de mampara de protección.
- El uso del ascensor está limitado.
- Las llaves de habitación y todo objeto de uso compartido es desinfectado en cada uso.
- Esterilización permanente de puntos críticos de contacto (botoneras, interruptores....)
- Limpieza regular de filtros de ventilación.
- Eliminación en habitaciones de papelería y objetos de uso compartido.
- Puntos de espera debidamente señalizados.
- Vías de acceso señalizadas de entrada y salida indicando el sentido recomendado.
- Las habitaciones son desinfectadas a diario y se establece un intervalo de uso ente clientes de mínimo 24hrs.

Clientes

- Se deberá mantener la distancia mínima interpersonal de seguridad de 1,5m o en su defecto utilizar mascarilla.
- Encontrará dispensadores de gel hidroalcohólico en zonas comunes de uso frecuente.
- Se recomienda tocar el menor número posible de superficies.
- El uso del ascensor queda limitado al uso individual, solo pudiéndose compartir con personas del mismo grupo hasta un máximo de dos personas.
- El servicio de desayuno buffet se atiende bajo reserva previa.
- Posibilidad de realizar el check in online. Contacte con nuestro personal previo a su llegada.
- Se recomienda el pago con tarjeta. Puede realizar el pago mediante pasarela de pago seguro contactando con nuestro personal 24hrs antes de su salida del hotel.
- Siga en todo momento las instrucciones e indicaciones de nuestro personal.

Empleados

- Todo nuestro personal conoce las directrices sobre seguridad e higiene y su prevención.
- Nuestro personal llevará o utilizará en todo momento los equipos de protección recomendados (mascarilla, mamparas....)
- El equipo se controla de forma diaria la temperatura corporal.
- El equipo de recepción desinfecta de forma regular el mostrador y elementos de uso compartido.
- El equipo de limpieza ha sido formado sobre elementos virucidas recomendados y su uso y realiza desinfecciones constantes incidiendo en puntos críticos.
- Los desplazamientos entre departamentos están limitados.

Restauración

- Todo nuestro personal conoce las directrices sobre seguridad e higiene y su prevención.
- El servicio de desayuno buffet se atiende con reserva previa. Contacte con recepción con 24hrs de antelación.
- El desayuno es un servicio tipo “buffet asistido”.
- También está disponible la opción de “picnic” para el desayuno,
- Las mesas y sillas se desinfectan tras cada uso y de forma regular. Espere a ser atendido antes de sentarse.
- La carta del servicio de bar/cafetería/terraza/room service está disponible mediante código QR.
- Se han eliminado todos los elementos de uso compartido siendo sustituidos por elementos individuales (aceite, vinagre,sal….)
- Con cada servicio se entrega sobre de gel desinfectante de uso individual.

PROTOCOLOS ESPECIALES

- Damos prioridad a la salud y seguridad de nuestros clientes, empleados y colaboradores.
- Diseñamos espacios seguros respetando las recomendaciones sanitarias vigentes.
- Redefinimos nuestros procedimientos para minimizar el contacto interpersonal.
- Adaptamos el servicio según las nuevas necesidades sin reducir nuestra oferta.



INSTALACIONES

- Todas nuestras instalaciones son desinfectadas a diario de forma frecuente.
- Encontrará dispensadores de gel hidroalcohólico homologado en numerosas zonas de uso frecuente.
- La recepción y la barra de cafetería estará dotada de mampara de protección.
- El uso del ascensor está limitado.
- Las llaves de habitación y todo objeto de uso compartido es desinfectado en cada uso.
- Esterilización permanente de puntos críticos de contacto (botoneras, interruptores....)
- Limpieza regular de filtros de ventilación.
- Eliminación en habitaciones de papelería y objetos de uso compartido.
- Puntos de espera debidamente señalizados.
- Vías de acceso señalizadas de entrada y salida indicando el sentido recomendado.
- Las habitaciones son desinfectadas a diario y se establece un intervalo de uso ente clientes de mínimo 24hrs.

CLIENTES

- Se deberá mantener la distancia mínima interpersonal de seguridad de 1,5m o en su defecto utilizar mascarilla.
- Encontrará dispensadores de gel hidroalcohólico en zonas comunes de uso frecuente.
- Se recomienda tocar el menor número posible de superficies.
- El uso del ascensor queda limitado al uso individual, solo pudiéndose compartir con personas del mismo grupo hasta un máximo de dos personas.
- El servicio de desayuno buffet se atiende bajo reserva previa.
- Posibilidad de realizar el check in online. Contacte con nuestro personal previo a su llegada.
- Se recomienda el pago con tarjeta. Puede realizar el pago mediante pasarela de pago seguro contactando con nuestro personal 24hrs antes de su salida del hotel.
- Siga en todo momento las instrucciones e indicaciones de nuestro personal.

EMPLEADOS

- Todo nuestro personal conoce las directrices sobre seguridad e higiene y su prevención.
- Nuestro personal llevará o utilizará en todo momento los equipos de protección recomendados (mascarilla, mamparas....)
- El equipo se controla de forma diaria la temperatura corporal.
- El equipo de recepción desinfecta de forma regular el mostrador y elementos de uso compartido.
- El equipo de limpieza ha sido formado sobre elementos virucidas recomendados y su uso y realiza desinfecciones constantes incidiendo en puntos críticos.
- Los desplazamientos entre departamentos están limitados.

RESTAURACION

- Todo nuestro personal conoce las directrices sobre seguridad e higiene y su prevención.
- El servicio de desayuno buffet se atiende con reserva previa. Contacte con recepción con 24hrs de antelación.
- El desayuno es un servicio tipo "buffet asistido".
- También está disponible la opción de "picnic" para el desayuno,
- Las mesas y sillas se desinfectan tras cada uso y de forma regular. Espere a ser atendido antes de sentarse.
- La carta del servicio de bar/cafetería/terraza/room service está disponible mediante código QR.
- Se han eliminado todos los elementos de uso compartido siendo sustituidos por elementos individuales (aceite, vinagre, sal....)
- Con cada servicio se entrega sobre de gel desinfectante de uso individual.



- Todas las habitaciones son desinfectadas a diario.
- Dispensadores de gel hidroalcohólico en varios puntos.
- Mamparas de protección en zona de atención al cliente.
- Las llaves de habitación se desinfectan completamente.
- Check-in on line.
- Esterilización de mando a distancia TV y puntos críticos de contacto.
- Limpieza regular de filtros de ventilación.

- No se vuelve a ocupar una habitación hasta pasadas 48hrs.
- Controles de aforo para impedir aglomeraciones.
- Desayuno buffet asistido. Reserve su franja horaria el día anterior.
- En la medida de lo posible se recomienda el pago con tarjeta.
- Los TPV se desinfectan regularmente.
- Elementos de un solo uso. Reducción de elementos de uso compartido.
- Consulte nuestros códigos QR para ampliar información.



➢ Anexo 8 – Proyección 2021

HOTEL PUERTA DE TOLEDO - PROYECCIÓN 2021														
CONCEPTOS	***ENERO***	**FEBRERO**	**MARZO**	**ABRIL**	**MAYO**	***JUNIO***	**JULIO**	**AGOSTO**	**SEPTIEMBRE**	**OCTUBRE**	**NOVIEMBRE**	**DICIEMBRE**	**TOTAL PREVISTO 2021**	**%**
HABITACIÓN	15.717	14.196	15.717	25.857	40.864	31.637	26.195	20.956	39.546	49.980	41.371	48.094	370.130	80,14
MINI-BAR	16	15	16	26	40	31	27	22	39	48	42	48	371	0,08
GARAJE	211	191	211	340	527	408	352	281	510	633	544	633	4.841	1,05
LENCERÍA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
SALONES	215	215	215	215	430	430	215	215	430	430	430	430	3.870	0,84
TELEFONO / INTERNET	3	3	3	6	9	7	6	5	8	10	9	10	80	0,02
VARIOS	1.251	1.251	1.251	1.251	1.251	1.251	1.251	1.251	1.251	1.251	1.251	1.251	15.017	3,25
CESIÓN FOOD & GOURMET	1.500	1.500	1.500	2.000	2.500	3.000	3.000	3.500	4.000	4.500	4.500	4.500	36.000	7,79
DESAYUNOS	988	893	988	1.882	2.916	2.258	1.944	1.555	2.822	3.500	3.010	3.500	26.256	5,68
BAR	79	71	79	127	196	152	131	105	190	236	203	236	1.802	0,39
RESTAURANTE	0	0	0	500	500	500	0	0	500	500	500	500	3.500	0,76
TOTAL SERVICIO TERCEROS	***1.067***	***963***	**1.067**	**2.508**	**3.613**	***2.910***	**2.075**	**1.660**	**3.512**	**4.235**	**3.713**	**4.235**	**31.558**	**6,83**
TOTAL FACTURACIÓN HOTEL	***19.981***	***18.334***	**19.981**	**32.203**	**49.235**	***39.674***	**33.121**	**27.890**	**49.297**	**61.088**	**51.861**	**59.202**	**461.867**	**100,0**
OTROS INGRESOS	*0*	*0*	0	0	0	*0*	0	0	0	0	0	0	0	0,00
TOTAL INGRESOS	***19.981***	***18.334***	**19.981**	**32.203**	**49.235**	***39.674***	**33.121**	**27.890**	**49.297**	**61.088**	**51.861**	**59.202**	**461.867**	**100,0**
SUELDOS	19.644	19.644	19.644	20.371	23.061	21.832	20.371	20.371	23.061	24.238	23.061	23.061	258.360	55,94
GRATIFICACIONES / INCENTIVOS / PREMIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
SEGUROS SOCIALES	8.100	8.100	8.100	8.322	9.135	8.762	8.322	8.322	9.135	9.495	9.135	9.135	104.064	22,53
E.T.T.													0	0,00
OTROS GASTOS SOCIALES	1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	13.637	2,95
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	***28.880***	***28.880***	**28.880**	**29.829**	**33.333**	***31.731***	**29.829**	**29.829**	**33.333**	**34.869**	**33.333**	**33.333**	**376.061**	**81,42**
DESAYUNOS	878	793	878	1.678	2.600	2.013	1.734	1.387	2.516	3.120	2.684	3.120	23.401	89,12
BAR	71	64	71	114	177	137	118	94	171	212	182	212	1.622	90,00
RESTAURANTE	101	92	101	171	265	205	177	141	257	318	274	318	2.421	69,18
TOTAL SERVICIO TERCEROS	***1.050***	***948***	**1.050**	**1.963**	**3.042**	***2.355***	**2.028**	**1.623**	**2.944**	**3.651**	**3.140**	**3.651**	**27.444**	**5,94**
MERCANCIAS	27	24	27	43	67	52	45	36	65	81	69	81	617	0,13
MATERIALES	1.132	1.022	1.132	1.825	2.829	2.190	1.886	1.509	2.738	3.395	2.920	3.395	25.971	5,62
LAVANDERIAS EXTERNAS	1.064	961	1.064	1.716	2.661	2.060	1.774	1.419	2.575	3.193	2.746	3.193	24.426	5,29
OTROS GASTOS FINANCIEROS	421	406	421	521	664	573	529	475	651	745	677	745	6.830	1,48
ARRENDO SALONES	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	42.000	9,09
HILO MUSICAL Y PROPIEDAD INTELECTUAL	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	1.317	0,29
IMPUESTOS	8.995	8.995	8.995	8.995	8.995	8.995	8.995	8.995	8.995	8.995	8.995	8.995	107.936	23,37
GESTIÓN DE RESIDUOS	759	759	759	759	759	759	759	759	759	759	759	759	9.104	1,97
CONTRATOS MANTENIMIENTO	3.450	3.450	3.450	3.450	3.450	3.450	3.450	3.450	3.450	3.450	3.450	3.450	41.400	8,96
REPARACIONES	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	54.000	11,69
AGUA	917	912	928	986	1.112	1.068	1.066	1.049	1.178	1.163	1.101	1.170	12.649	2,74
COMBUSTIBLE	1.114	1.083	1.105	1.157	1.189	1.102	1.184	1.086	1.162	1.222	1.267	1.610	14.281	3,09
ELECTRICIDAD	2.973	2.697	2.606	2.814	3.030	2.974	3.174	3.065	3.051	3.087	3.083	3.365	35.920	7,78
TELEFONO / INTERNET / COMUNICACIONES	1.504	1.504	1.504	1.504	1.504	1.504	1.504	1.504	1.504	1.504	1.504	1.504	18.047	3,91
TOTAL SUMINISTROS Y SERVICIOS EXTERIORES	***15.217***	***14.904***	**14.852**	**15.169**	**15.544**	**15.356**	**15.637**	**15.413**	**15.604**	**15.685**	**15.663**	**16.357**	**185.402**	**40,14**
SEGUROS	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	1.183	14.190	3,07
COMISIONES Y RAPPELS POR VENTAS	1.086	981	1.086	1.803	2.846	2.203	1.829	1.463	2.754	3.476	2.885	3.354	25.765	6,50
PUBLICIDAD/GASTOS REPRESENTACIÓN	1.217	1.217	1.217	1.217	1.217	1.217	1.217	1.217	1.217	1.217	1.217	1.217	14.600	3,16
ASESORIAS/AUDITORIAS	3.485	3.485	3.485	3.485	3.485	3.485	3.485	3.485	3.485	3.485	3.485	3.485	41.816	9,05
OTROS	228	228	228	228	228	228	228	228	228	228	228	228	2.733	0,59
PROVISIONES												462	462	0,10
TOTAL GASTOS DIVERSOS	***7.197***	***7.092***	**7.197**	**7.915**	**8.957**	**8.315**	**7.941**	**7.575**	**8.866**	**9.588**	**8.996**	**9.927**	**99.566**	**21,56**
TOTAL GASTOS GENERALES	*38.713*	*37.962*	*38.347*	*41.757*	*46.369*	*43.506*	*42.444*	*40.653*	*46.046*	*48.941*	*46.818*	*49.953*	521.509	112,91
MARGEN BRUTO DE EXOLOTACIÓN (EBITDA)	***-47.612***	***-48.508***	***-47.247***	***-39.382***	***-30.468***	***-35.562***	***-39.152***	***-42.593***	***-30.082***	***-22.722***	***-28.290***	***-24.084***	**-435.702**	**-94,34**
INTERESES Y GASTOS PRESTAMOS / L.C.	1.262	1.149	1.210	1.155	1.157	1.102	1.105	1.060	988	971	899	881	12.938	2,80
LEASING	184	166	148	129	111	93	74	56	37	19	0	0	1.017	0,22
AMORTIZACIONES	33.561	33.561	33.561	33.561	33.561	33.561	33.561	33.561	33.561	33.561	33.561	33.561	402.728	87,20
OTROS GASTOS AJENOS A LA EXPLOTACIÓN	0	0	0	0	0	*0*	0	0	0	0	0	0	0	0,00
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	*-82.619*	*-83.383*	-82.165	-74.227	-65.297	-70.317	-73.892	-77.269	-64.667	-57.273	-62.750	-58.525	**-852.385**	**-184,55**
IMPUESTO SOCIEDADES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
RESULTADO DESPUES DE IMPUESTOS	***-82.619***	***-83.383***	**-82.165**	**-74.227**	**-65.297**	**-70.317**	**-73.892**	**-77.269**	**-64.667**	**-57.273**	**-62.750**	**-58.525**	**-852.385**	**-184,55**
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	*-49.058*	*-49.823*	-48.604	-40.666	-31.736	*-36.757*	-40.331	-43.709	-31.107	-23.712	-29.189	-24.965	-449.657	-97,36
MARGEN SERVICIO TERCEROS	*17*	*15*	17	545	570	*555*	47	38	568	585	573	585	4.114	13,04

ANEXO 8 – Proyección 2021.

HOTEL PUERTA DE TOLEDO - PRESUPUESTO 2021 - 0.0

CONCEPTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PREVISTO 2021
OCUPACIÓN HABITACIONES	314	284	314	507	786	608	524	419	761	943	811	943	7.215
% OCUPACIÓN HABITACIONES	6,00	6,00	6,00	10,00	15,00	12,00	10,00	8,00	15,00	18,00	16,00	18,00	11,70
A.D.R.	50,00	50,00	50,00	51,00	52,00	52,00	50,00	50,00	52,00	53,00	51,00	51,00	51,30
OCUPACIÓN PERSONAS	472	426	472	761	1.179	913	786	629	1.141	1.415	1.217	1.415	10.822
% OCUPACIÓN PERSONAS	4,88	4,88	4,88	8,13	12,19	9,75	8,13	6,50	12,19	14,63	13,00	14,63	9,35
PRECIO MEDIO POR PERSONA	33,33	33,33	33,33	34,00	34,67	34,67	33,33	33,33	34,67	35,33	34,00	34,00	34,20
POMEDIO DE NOCHES POR HABITACIÓN	2,09	2,06	2,06	2,06	2,06	2,06	2,06	2,06	2,06	2,06	2,06	2,06	2,06
FLUJO DE CAJA FINAL													
FLOJO DE CAJA OPERACIONAL	-49.058,25	-49.822,76	-48.604,22	-40.666,27	-31.736,01	-36.756,66	-40.331,20	-43.708,85	-31.106,83	-23.711,91	-29.189,43	-24.964,75	-449.657,15
AMORTIZACIÓN LEASING	5.804,32	5.822,46	5.840,65	5.858,90	5.877,21	5.895,58	5.914,00	5.932,48	5.951,02	5.969,36	6.168,27	0,00	65.034,25
CAPITAL PRESTAMOS	16.841,12	16.867,22	16.893,37	16.919,54	16.945,77	16.972,03	31.157,67	31.201,71	31.245,83	31.290,01	31.334,25	31.378,57	289.047,09
INVERSIONES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
DIVIDENDOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CASH FLOW FINAL	-71.703,69	-72.512,44	-71.338,24	-63.444,71	-54.558,99	-59.624,27	-77.402,87	-80.843,04	-68.303,68	-60.971,28	-66.691,95	-56.343,32	-803.738,49
CASH FLOW ACUMULADO	-71.703,69	-144.216,13	-215.554,37	-278.999,08	-333.558,07	-393.182,33	-470.585,21	-551.428,25	-619.731,93	-680.703,21	-747.395,16	-803.738,49	
TOTAL LEASING Y PRESTAMOS (CAPITAL + INTERES)													368.036,03