



LOS COMERCIOS Y GRANDES ALMACENES LLEVAN SEMANAS TRABAJANDO EN LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD PARA LA DESESCALADA. NADA SERÁ IGUAL A PARTIR DE AHORA. MAMPARAS, RAYOS ULTRAVIOLETAS Y CÁMARAS DE CONTROL DE TEMPERATURA ESPERAN A LOS CLIENTES

POR **RAMÓN FERRANDO**

El comercio da empleo a 200.000 valencianos que trabajan en uno de los 60.000 puntos de venta que tuvieron que echar el cierre el 14 de marzo por la evolución de la pandemia. Tras dos meses ruinosos, el sector comienza

a ver algo de luz al final del túnel y lleva semanas preparándose para su reapertura gradual. La prioridad inmediata, según destaca la consultora CBRE, será garantizar en todo momento un entorno seguro a partir de las medidas de distanciamiento social con el control de aforo. Los grandes almacenes están instalando lámparas de rayos ultravioleta para desinfectar la ropa, mamparas de metacrilato en la zona de cajas y cámaras térmicas para medir la temperatura. Los pequeños comercios controlarán que no se supera un 30 % del aforo durante la fase 1 y trabajarán con un empleado por cliente. Rafa Torres - presidente de la Confederació d'Empresaris del Comerç, Serveis i Autònoms de la Comunitat Valenciana, Confecomerc - se muestra cauto ante la reapertura, aunque recuerda que el ahorro de las familias ha aumentado un 9 %. «La gente lleva dos meses sin gastar más que en bienes de primera necesidad y creemos que tiene ganas de consumir. Eso sí, los primeros meses serán duros. El 20 % del sector está en riesgo de cerrar. Muchas empresas tendrán problemas de tesorería», indica.

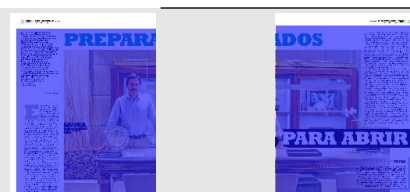
Torres es consciente de que la reapertura de las tiendas «será lenta y gradual». «Llevamos semanas trabajando en las medidas que tienen que implementar los comercios para garantizar la seguridad de todos. La clave en las primeras semanas va a ser la limitación del aforo. Algunos clientes tendrán que esperar fuera de las tiendas. El uso de mascarillas y guantes será habitual, aunque los clientes ya están acostumbrados. Nuestra recomendación es que los clientes entren a las tiendas con mascarillas», subraya el presidente de Confecomerc (que representa a 15.000 comercios valencianos). Torres no ve necesario que las tiendas se doten de mamparas. «Creo que es más importante la limitación de aforo (en la fase dos se amplía al 50 %) y las medidas higiene. En una tienda de ropa no tiene sentido poner mamparas», destaca.

PREPARA



Rafa Torres, en su joyería de la calle de la Paz de València, donde ya lo tiene todo listo para abrir con normalidad.

F. CALABUIG



NDOS



La consultora CBRE incide en que la correcta implantación de las medidas de seguridad pivota en torno a la higiene, la distancia social y una comunicación con el cliente a través de diferentes canales (como el móvil) para informarle de las horas de menor afluencia. Gonzalo Serna, director de Retail de CBRE, incide en que los centros comerciales han desarrollado protocolos que contemplan «el control de los flujos de personas y las colas, la desinfección continua y la revisión de horarios». La consultora advierte que el objetivo principal ha de ser garantizar la seguridad de todas las personas que se encuentren en el centro comercial y que perciban que están en un entorno seguro. CBRE recomienda a los operadores de los centros comerciales que controlen el aforo mediante sistemas de conteo inteligente; señalicen los flujos de circulación de clientes a la entrada y la salida; valoren la posibilidad de suministrar mascarillas, gel desinfectante y guantes desechables; e instalen cámaras termográficas para medir la temperatura de las personas. Además, aconseja sustituir los secamanos de acción manual por otros sin contacto y facilitar toallitas desinfectantes.

El Corte Inglés ya ha adoptado parte de estas medidas en sus centros de la Comunitat Valenciana para abrir en cuanto se lo permita el Gobierno. «Trabajamos con la previsión de abrir el 25 de mayo. Tenemos la ventaja de llevar dos meses con las zonas de alimentación y electrónica abiertas. Hemos implementado las medidas de seguridad necesarias. En los puntos de atención al cliente hemos colocado mamparas de metacrilato que cuelgan del techo y en los probadores de ropa hemos instalado lámparas de rayos ultravioleta que eliminan el virus. Vamos a disponer de cámaras termográficas y todos los trabajadores van a ir con mascarillas y guantes. Nuestra prioridad es garantizar la seguridad y salud de nuestros trabajadores y clientes», subrayó el portavoz de El Corte Inglés. «Estamos preparados para la reapertura completa. Aunque las primeras semanas el aforo está limitado por el espacio, nosotros no tendremos problemas porque nuestros centros son muy grandes», añade.

La Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (Anged) destaca que todas sus firmas asociadas han desarrollado planes de seguridad. «Tenemos experiencia tras dos meses de confinamiento por los hipermercados y supermercados que han hecho un máster acelerado. Nosotros queremos que los centros comerciales abran cuanto antes. No entendemos que al principio solo se permita la apertura de los comercios de menos de cuatrocientos metros», señala un portavoz en Valencia de Anged. «Lo importante es controlar el aforo para asegurar el distanciamiento social y no tanto el tamaño de la tienda. Francia ha permitido la apertura de todo el comercio de golpe desde el lunes pasado e Italia va a hacer lo mismo», añade. Anged también recomienda que todos los clientes usen mascarilla.

PARA ABRIR

EL EJEMPLO CHINO

Tras cinco semanas del levantamiento del estado de alarma en China, las afluencias a los centros comerciales han ido creciendo paulatinamente, aunque todavía están un 30 % por debajo de las registradas el año pasado. En España, tras seis años consecutivos de aumento ventas, la declaración del estado de alarma ha supuesto un cambio de tendencia en el primer trimestre de 2020. CBRE destaca que la irrupción de la covid-19 ha disparado entre los inversores la incertidumbre sobre los activos comerciales. Los únicos activos que se han salvado de esta incertidumbre «son los del sector de la alimentación, donde la rentabilidad exigida se sitúa entre el 5 y el 5,25 %», apunta la consultora. CBRE prevé un ajuste de las rentas en los locales comerciales por el descenso del turismo en un horizonte de entre 18 y 24 meses.