



intercoiffure

M O N D I A L

PARIS · TOKYO · LONDON · ROMA

NEW YORK · BERLIN

E S P A Ñ A

# ESPECIAL COVID-19



# ADAPTÁNDONOS A LA 'NUEVA NORMALIDAD'

**Queridos amigos y compañeros de Intercoiffure España:**

Como todos sabéis, hemos y estamos pasando momentos de gran incertidumbre a causa de la pandemia COVID-19. Todos nos hemos visto obligados a cerrar nuestros negocios, con los consiguientes perjuicios para nuestros clientes y salones.

En estos momentos con restricciones comienzan las aperturas con limitaciones, dependiendo de la fase en la que nos encontremos.

Es necesario que tomemos todas las medidas preventivas para nuestra salud, la de nuestros empleados y clientes. En este sentido, todos estáis al corriente de los protocolos a seguir. Desde la organización os hemos enviado información sobre medidas preventivas, así como cartelera para vuestros salones. Dadas las circunstancias, hemos comprobado la importancia de una buena organización en la distribución del trabajo; en muchos casos se extraen experiencias muy positivas que nos indican el camino previsible hacia el futuro.

Desde Intercoiffure España estamos en contacto con diferen-

tes organizaciones nacionales e internacionales, pues todos coincidimos en sufrir el mismo problema. También estamos al corriente de las distintas formas de orientar el trabajo.

Estamos seguros de que nuestro colectivo está adaptándose a esta nueva situación, implementando los cambios que sean necesarios para salir reforzados.

Toda la Junta y los delegados de Intercoiffure estamos a disposición de nuestros socios para recoger y compartir información. En este sentido, esperamos que este ESPECIAL COVID-19 Y LAS PELUQUERÍAS ESPAÑOLAS que hemos preparado entre todos sea de vuestro interés.

No dudéis en dirigiros a nosotros ante cualquier duda que os pudiera surgir.

En primer lugar, veréis dos importantes cuestiones planteadas a la Junta ICD y después tenéis interesante información acerca de cómo algunos de nuestros Asociados y Delegados han afrontado la nueva 'normalidad' en sus respectivos salones.

**Un cordial y afectuoso saludo.**

**Luis Romero**

Presidente  
INTERCOIFFURE España

**José Besó**

Vicepresidente  
Artístico  
INTERCOIFFURE España

**Santiago Vila**

Tesorero  
INTERCOIFFURE España

**Mónica Hidalgo**

Redacción, Coordinación  
Editorial y Contacto  
Prensa

# ¿QUÉ SOLUCIONES PUEDE TOMAR EL MEDIANO Y PEQUEÑO COMERCIO EN LAS CIRCUNSTANCIAS ACTUALES?

Debido a la situación actual que estamos viviendo, y de cara a los próximos retos que vamos a tener que afrontar, **es necesario tomar todas las medidas sanitarias posibles** a nuestro alcance para ofrecer un servicio seguro a nuestros clientes.

Ahora más que nunca, debemos desarrollar protocolos de servicio para conseguir la excelencia y mejorar la experiencia de nuestros clientes en el salón. El ajustar los recursos a las nuevas necesidades es imprescindible.

**Recomendamos incrementar el coste del servicio** al repercutir el coste del material de protección extra. Debemos negociar alternativas para mejorar la financiación de los pagos pendientes de estos días de inactividad.

# ¿QUÉ ACCIONES HA LLEVADO A CABO INTERCOIFFURE PARA APOYAR LA PELUQUERÍA DURANTE EL CONFINAMIENTO?

La Junta de Intercoiffure decidió por unanimidad **no pasar el cargo de las cuotas de asociado** mientras las peluquerías no pudieran volver a abrir sus puertas. Esto supone un gran esfuerzo para la asociación, pero creemos que es la mejor forma de contribuir con el sector y ayudar a nuestros socios.

Y durante todo este tiempo, no hemos dejado de trabajar para todos vosotros: Hemos elaborado para nuestros asociados una **GUÍA COVID-19 DE BUENAS PRÁCTICAS PARA ESTABLECIMIENTOS Y TRABAJADORES DEL SECTOR DE LA PELUQUERÍA**, con el fin de clarificar protocolos de trabajo y medidas a tomar en los salones y ofrecer servicios seguros y profesionales.

Hemos diseñamos un cartel exclusivo para los salones INTERCOIFFURE en dos formatos y colores distintos.



Además, organizamos **dos fantásticos directos de Instagram**.

El primero de la mano de nuestro Director Artístico, Manuel Mon, sobre técnicas de recogidos comerciales y de vanguardia, que fue un verdadero éxito. Y un segundo directo de Rafael Bueno, miembro del equipo artístico de la Colección de Intercoiffure, sobre Ondas y Recogidos.

Ambos tutoriales despertaron un gran interés en redes, consiguiendo **más de 1.800 visualizaciones**. Ahora más que nunca es necesario permanecer unidos, compartir conocimientos y buenas prácticas para crear un sentido de comunidad, ya que estamos todos juntos en este barco.



## Luis Alegría

Delegado  
Sección  
INTERCOIFFURE  
Murcia



## Antonio Fernández

Delegado  
Sección  
INTERCOIFFURE  
Albacete



## Mª José Jiménez

Delegada  
Sección  
INTERCOIFFURE  
Andalucía



## Mª José Llata

Delegada  
Sección  
INTERCOIFFURE  
Cantabria



## Ramón Miyar

Delegado  
Sección  
INTERCOIFFURE  
Asturias



## Mayrata Salaber

Delegada  
Sección  
INTERCOIFFURE  
Zaragoza



## Lucky Seoane

Delegado  
Sección  
INTERCOIFFURE  
Galicia



## Gonzalo Zarauza

Delegado  
Sección  
INTERCOIFFURE  
Euskadi



# ¿QUÉ PRÁCTICAS DE DESARROLLO DE NEGOCIO HABÉIS LLEVADO A CABO EN ESTOS DÍAS?

## RAMÓN MIYAR

Nos centramos en una **buena organización de la agenda**, ya que sólo se puede trabajar con cita previa.

## MAYRATA SALABER

Durante el confinamiento hemos realizado un servicio de seguimiento del color a las clientas más fieles, haciéndoles llegar a su domicilio su kit de color y los productos necesarios e instrucciones para que se pudieran realizar un mantenimiento hasta que pudiéramos abrir el salón.

Una vez de vuelta al salón, hemos gestionado los turnos con el fin de contar con el personal necesario para poder cubrir el servicio. Durante esta primera fase, hemos tenido que **ampliar el horario de apertura** de los salones para gestionar mejor la demanda, cumpliendo con todos los protocolos y medidas de seguridad.

Debido a la inversión que hemos tenido que hacer para cumplir con las medidas de prevención, hemos añadido un suplemento al ticket.

## Mª JOSÉ LLATA

Antes de la apertura, el 4 de mayo, realizamos una investigación de mercado buscando la opinión de expertos y cubriendo las necesidades del salón. Para ello, **implantamos un protocolo que se compartió con todo el equipo** mediante videollamada conjunta y luego de forma individualizada con cada componente del grupo.

Formamos a nuestros estilistas en los looks a proponer y les asesoramos sobre el contenido de las conversaciones con nuestros clientes. Nuestro objetivo era transmitir total seguridad y optimismo y ofrecer un servicio ágil, ya que teníamos una gran demanda de citas.

Otra buena iniciativa fue la de **ofrecer a nuestras clientas la venta de productos de mantenimiento** acompañados de un obsequio durante el estado de confinamiento.

## LUIS ALEGRÍA

Lo que hemos hecho en primer lugar ha sido no perder el contacto con nuestros clientes ofreciéndoles **una comunicación proactiva con SMS personalizados**, presencia en redes sociales y poniendo a su disposición un colaborador como consultor en todo momento para solucionar cualquier consulta telefónica.

En segundo lugar, **hemos organizado el trabajo en dos turnos**, permaneciendo siempre abiertos de 09:00 a 21:00; de esta manera, hemos conseguido mayor eficacia atendiendo menos clientes pero realizando más servicios y con tickets más altos.

Mª JOSÉ JIMÉNEZ

El grupo Nebro, como Academia de Formación, aún no ha podido abrir sus puertas, pero durante este tiempo hemos estado al lado de nuestros alumnos, **preparando videos, tutoriales de corte y peinados**. Además, hemos realizado seguimiento de clases online, tanto para alumnos del centro como para profesionales del sector.

## ¿QUÉ MEDIDAS DE SEGURIDAD HABÉIS IMPLANTADO EN VUESTROS SALONES?

RAMÓN MIYAR

Desde la Asociación de Peluqueros de Asturias queremos **transmitir normalidad y seguridad a nuestros clientes** y estamos tomando la misma batería de medidas preventivas:

- Colocación de felpudos húmedos con desinfectante para la limpieza de la pisada.
- Geles de manos y desinfectantes.
- Cartelería sobre medidas de seguridad.
- Lavado y desinfección de todo el material.

MAYRATA SALABER

**Hemos reorganizado los espacios** para cumplir con las medidas de distanciamiento; también hemos realizado una desinfección integral del salón por una empresa homologada antes de la reapertura y hemos tomado múltiples medidas, como la desinfección de la pisada a la entrada y gel hidroalcohólico a disposición de todos o material desechable como batas, capas, mascarillas y guantes para los clientes. Los peluqueros llevan delantal, mascarilla, pantalla protectora y guantes. **Tras cada servicio, se desinfecta el lugar de trabajo**. Además, hemos instalado una mampara de protección en la mesa de la manicurista.

Mª JOSE LLATA

Comenzamos a implantar medidas de seguridad antes de la reapertura de los salones:

- Instalación de **filtros de carbono**, tanto en los filtros de los secadores de mano como en los aires acondicionados. Instalamos mamparas fijas para optimizar el espacio de los lavacabezas y para el resto del salón según el

aforo (30%); con una mampara movable nos bastó.

- Trabajamos con cita previa y utilizamos material desechable.
- Se desinfecta la zona tras cada cliente.
- **El material de trabajo se esteriliza** con autoclave y cada estilista tiene su propio equipo de trabajo.
- El personal trabaja con mascarillas y pantallas, un uniforme de uso exclusivo para el salón y lavado a más de 60° y desinfección continua de manos con gel.
- Control exhaustivo de la limpieza en tablilla de registro.
- Se han retirado los testers, la revistas, los snacks y los caramelos; ofrecemos botellines de agua o café de máquina con desechable como cortesía.

LUIS ALEGRIA

Básicamente, hemos implementado tres medidas de actuación como la mayoría de los salones:

- Clientes: Mascarilla, desinfección de pisada y manos.
- Colaboradores: Uniforme, guantes, mascarilla, pantalla o gafas.
- Salón: **Separación de dos metros por tocador**; donde no era posible, hemos instalado una pantalla de polycarbonato. Equipos individuales para cada cliente y cada colaborador, geles hidroalcohólicos, materiales individuales en cada puesto de trabajo, esterillas de desinfección de la pisada para la entrada, etc.

Mª JOSÉ JIMÉNEZ

Con el alumnado realizaremos tomas de temperatura, desinfección de manos con gel y uso de mascarillas. El número de alumnos por aula se reducirá. Habrá una parte del curso presencial y otra parte online. A nuestros clientes les aplicamos todas las normas de seguridad y **no permitimos la entrada en grupo**.



**AMPLIAR EL HORARIO  
GESTIONAR LOS TURNOS DEL PERSONAL  
IMPLANTAR PROTOCOLOS DE SEGURIDAD  
REORGANIZAR LOS ESPACIOS  
ESTERILIZAR EL MATERIAL  
USO OBLIGATORIO DE MASCARILLAS  
REDUCIR EL NÚMERO DE SERVICIOS  
AUMENTAR EL TICKET**

# ¿QUÉ EXPERIENCIAS POSITIVAS HABÉIS VIVIDO DESDE LA APERTURA DE VUESTROS SALONES?

RAMÓN MIYAR

La experiencia más positiva de todo esto es **ver salir a las clientas satisfechas**, sobre todo a las mayores. Cada acabado es una fiesta. A pesar de que tenemos que soportar una mayor carga de trabajo, somos capaces de realizar los servicios con menos personal.

MAYRATA SALABER

La clientela es más agradecida, se muestra más concienciada y respetuosa en el salón. **La cita previa hace que el trabajo sea mucho más ordenado** y menos estresante para el peluquero.

M<sup>a</sup> JOSÉ LLATA

Todos los días, las experiencias vividas junto al cliente son maravillosas y nos llenan de satisfacción. Su felicidad, su bienestar y **las demostraciones que nos hacen de cariño** y de gratitud.

LUIS ALEGRÍA

Lo positivo, que volvemos a reabrir nuestras peluquerías trabajando intensamente con las limitaciones que nos impone el protocolo.

Después de dos meses cerrados, la respuesta de nuestros clientes ha sido muy positiva, siendo **comprensivos con las citas y tiempos de espera**.

Todos nuestros clientes estaban ansiosos, esperando la reapertura de las peluquerías como agua de mayo para reparar su imagen. Hemos tenido que programar citas a un mes vista. La demanda de nuestros clientes es tan alta que es difícil poder atenderles con la prontitud que nos piden. Esto va a ayudar a paliar en cierto modo las cuantiosas pérdidas que hemos tenido.

M<sup>a</sup> JOSÉ JIMÉNEZ

La Academia aún no ha podido abrir sus puertas, pero mantenemos el contacto con nuestros alumnos. Tienen muchas ganas de retomar su día a día. **Hay matriculaciones sin tener fecha prevista de reapertura**. Espero que esto sirva para recibir el reconocimiento que, como colectivo, nos merecemos.

# ¿CÓMO AFRONTARÍAS ÉSTA 'NUEVA NORMALIDAD'?

GONZALO ZARAUZA

Pues yo creo que ahora como siempre, como lo venimos haciendo toda la vida: Volver a la lucha diaria, al esfuerzo constante por sacar adelante nuestros negocios, nuestros puestos de trabajo, nuestro futuro. Ahora tenemos la oportunidad de demostrar a la clientela nuestro nivel profesional, teniendo que **arreglar colores mal realizados en el hogar y cortes desastrosos**. Nunca antes ha quedado tan patente que lograr nuestros conocimientos y habilidades no es tarea fácil. Y, por supuesto, lo que queda demostrado es que **nuestra profesión es percibida por la sociedad como esencial**.

Yo lo que haría, además de todo lo anterior, es:

- **Sonreír mucho**. Seguro que pensáis: “¿Para qué sonreír, si tenemos la boca tapada con la mascarilla?”. No olvidéis que también se sonríe con la mirada, que incluso las palabras suenan diferente si tenemos una sonrisa pegada en los labios.
- **Eficacia y eficiencia**. Eficacia para realizar los trabajos perfectamente, con calidad y buenos resultados; y eficiencia para que impliquen el menor gasto y tiempo posibles. Esto, sin duda, marcará la diferencia entre los diferentes salones. Creo que se va a imponer, por un periodo, el concepto Fast Beauty, en el que la calidad y el tiempo formarán un binomio indisoluble.
- **Actitud y lenguaje positivos**. Por el momento, la parte sensorial de los servicios va a tener que pasar a segundo plano —porque los clientes no van a querer estar demasiado tiempo en los salones— y como además nosotros necesitaremos reactivar la agenda, tendremos que ser capaces de inyectar positivismo para que el recuerdo de la visita al salón sea agradable.

**AHORA MÁS QUE NUNCA DEBEMOS VOLVER AL ESFUERZO CONSTANTE POR SACAR ADELANTE NUESTRO FUTURO”.**

# ¿CÓMO HABÉIS VIVIDO LA VUELTA A LA PELUQUERÍA?

ANTONIO FERNÁNDEZ

Mi experiencia del regreso al salón ha sido positiva. Hemos tenido que cambiar nuestra forma de atender a nuestra clientela, ofreciendo un trato más personalizado y específico, con lo cual **hemos ganado aún más la confianza de nuestros clientes.**

Estos son tiempos para agudizar el ingenio, para atraer a nuevos clientes, para hacernos fuertes e importantes, para dar confianza a nuestros clientes; para, poco a poco, acabar con la intrusión laboral y las peluquerías de bajo coste.

Volver a la peluquería nos ha hecho ver que estos son tiempos de competitividad, que para ganar necesitamos calidad, prestigio y confianza.

Me he tomado la libertad de sondear a mi equipo sobre la situación actual y estas son algunas de sus respuestas:

“Nos ha venido muy bien para enseñar al cliente cómo y cuándo tiene que venir”.

“Nos ha sorprendido mucho que, trabajando menos horas somos más eficientes, ya que hemos aprovechado para mejorar la organización de los horarios”.

“El trato más personalizado y exclusivo y cumplir con todas las medidas de higiene hace sentir más seguros a nuestros clientes”.

“La gran mayoría de los clientes coincide: ‘Tenía miedo a venir, pero viendo como cumplís con las medidas, me siento segura.’ Esto les da confianza para repetir la visita al salón.”

# ¿QUÉ LECTURA POSITIVA SACAS DE ESTA SITUACIÓN?

LUCKY SEOANE

A pesar de todo lo negativo, todas las medidas de precaución y todos los cambios que estamos viviendo, esta situación me ha hecho **ilusionarme otra vez con proyectos nuevos** y mejorar el negocio online; me ha dado un empujón moral a nivel empresarial. También ha quedado demostrado que la peluquería es una necesidad básica, tanto para mujeres como para hombres, por lo que es una profesión de futuro y no va a desaparecer.

La iniciativa de “Te llevamos el color a casa” para nuestras clientas ha funcionado muy bien y nos ha ayudado a mantener los colores en línea.

**La formación también se ha adaptado a la nueva realidad con aulas virtuales y tutoriales online.**

También es cierto que, tras el confinamiento, nuestros clientes piden más cambios de imagen que antes, otros estilos de corte y peinado. Además del color es importante que, de cara al verano, ofrezcamos a nuestros clientes los mejores tratamientos de hidratación. Es importante que tratemos el cabello que ha sufrido a nivel hidratación de cara al verano.

Aunque las bodas y celebraciones se han retrasado, pronto volverán.

Personalmente creo que, en estos tiempos, el optimismo es fundamental para salir adelante.

**GRACIAS A ESTA SITUACIÓN HA QUEDADO DEMOSTRADO QUE LA PELUQUERÍA ES UNA NECESIDAD BÁSICA, TANTO PARA MUJERES COMO PARA HOMBRES, POR LO QUE ES UNA PROFESIÓN DE FUTURO Y NO VA A DESAPARECER”.**



*intercoiffure*

M O N D I A L

PARIS · TOKYO · LONDON · ROMA  
NEW YORK · BERLIN

E S P A Ñ A