

# IDEAS PARA HOSTELEROS QUE LUCHAN POR SOBREVIVIR A LA CRISIS DEL COVID-19

STORYOUS.

Desde Storyous queremos ayudar a superar estos tiempos inciertos. La hostelería está sufriendo una gran crisis por la pandemia y en Storyous lo estamos viviendo muy de cerca. Hemos recopilado varios artículos de nuestra revista que creemos que pueden ser útiles para que los negocios de restauración consigan salir adelante.

Llevamos meses trabajando duro en nuevas herramientas para adaptarnos a las necesidades del sector y queremos apoyar a la digitalización de la hostelería regalando nuestras nuevas Cartas digitales con códigos QR. Si te interesa, haz click aquí...

**QUIERO MI CARTA DIGITAL  
GRATIS**



1.

**Los consejos de los expertos para tener éxito en  
hostelería durante la nueva normalidad**

**STORYOUS.**

La hostelería española se está poniendo en marcha tras el devastador parón por la pandemia del COVID-19. Vuelve con muchas dudas de cara a la «nueva normalidad» pero con la certeza de que el panorama y la rutina han cambiado. Nuevas normas, nuevas medidas y nuevas tecnologías que van a ser cruciales para que los negocios de restauración aguanten esta crisis.

En **Storyous** hemos adaptado nuestro sistema TPV a las nuevas circunstancias y estamos preparados para aportar los servicios digitales que está demandando la restauración. Hemos charlado con importantes expertos del sector para conocer las **necesidades que van a tener los hosteleros** para que sus negocios funcionen ante esta nueva era.

## Eva Ballarín

(Asesora, speaker y analista de Horeca)

En mi opinión, hay tres acciones principales que pueden hacer ahora: analizar los recursos del negocio, el posicionamiento y la política de precios. Lo primero es **analizar los recursos del negocio**, porque lo que vamos a hacer ahora es entrar en un nuevo juego y, para jugarlo, vamos a necesitar las mejores cartas.

Como propietario del negocio **debes identificar cuáles son tus mejores recursos ahora**, porque es en esos en los que te tienes que enfocar y por los que tienes que apostar; es con los que tienes que jugar en el momento de la reapertura. Y hablo de recursos tangibles e intangibles: **desde tu reputación de marca hasta el equipo** que tienes.



El siguiente paso es **analizar el posicionamiento del negocio**. Cómo te entiende la gente, cómo te ve tu cliente, dónde te tiene posicionado. Y, a partir de aquí, ver hacia dónde quieres moverte. Y la tercera línea es **analizar la política de precios** y plantear hacia dónde deben moverse en beneficio de tu negocio.

Mi recomendación es **enfocarse en la gestión y en trabajar el margen de beneficio**, en lugar de enfocarse en bajar precios sin un análisis previo que nos permita tener una verdadera estrategia al respecto. Y una vez hayamos analizado nuestros precios, tal vez sí tengamos que bajarlos dependiendo del tipo de modelo de negocio, del cliente y de las circunstancias, pero eso **no supone tener que bajar márgenes**.

Es momento de pensar en **un cambio en el negocio que tal vez sea más estructural**, que nos lleve a poder comunicarnos mejor con nuestro cliente, a conocerlo mejor, a pulir mejor nuestra oferta, a trabajarla más hacia la rentabilidad, es lo que creo que debemos hacer ahora. Y saber muy bien con qué recursos contamos, es la tarea principal que hay que hacer.





## Beatriz Romanos

(Fundadora de [The TechFood](#))

Los establecimientos de hostelería se enfrentan al reto de recuperar sus negocios tras el confinamiento y para ello hay tres frentes específicos a los que tendrán que prestar especial atención. Primero, será fundamental no solo cumplir las normas de distanciamiento social sino, y creo que más importante, **generar la confianza suficiente** a los potenciales clientes.

En el informe que hemos realizado en [TechFood Magazine](#) sobre el impacto del Covid-19, **el miedo y la inseguridad** aparece como la primera amenaza, por delante incluso de la crisis económica. Hemos entrado en la era de la **Low Touch Economy**, que trasladado al mundo de la restauración, significará un impulso acelerado de **soluciones sin contacto**: el pago móvil, el pre-order, las cartas digitales, dispensadores de bebidas con sensores a distancia, quizá sistemas de reconocimiento de voz...

Pero esa confianza hay que ganársela más allá de la sala. La transparencia de lo que ocurre en el backoffice y de las **buenas prácticas de seguridad** que sigue el establecimiento van a ser un elemento clave para generar tranquilidad en el usuario. Crear un **canal de comunicación** que una la trastienda con el front office, que dé visibilidad y ponga en valor las buenas prácticas, será un elemento diferenciador muy importante.

Esto se une a otro aspecto importante, la **comunicación con el cliente**. Si antes era importante, ahora es indispensable. Una comunicación transparente, honesta y que permita también la escucha. La situación cambia de forma muy rápida, y **escuchar activamente al cliente** para conocer sus inquietudes puede ser la llave que nos permita actuar de forma rápida y flexible en cada momento.

Finalmente, **el delivery, y en general el canal digital**, ha explotado como la gran tabla de salvación para muchos negocios de restauración, incluso para aquellos que jamás habían valorado esa alternativa. Pero en este río revuelto se presentan más pescadores para echar su caña, multiplicando las opciones que los restaurantes tienen a su disposición para poner en marcha el **servicio entrega a domicilio o take away** que mejor se adapte a su modelo de negocio.

Plataformas y agregadores, soluciones de click&collect (que han disparado su ritmo de adopción en estas semanas) o incluso el canal retail. Cada uno de estos canales tiene sus ventajas e inconvenientes. La buena noticia es que **hay tecnología, soluciones y proveedores suficientemente maduros** para dar una respuesta inmediata a esta acuciante necesidad de los restaurantes de crear de cero un modelo de negocio adaptado a esta nueva realidad.

## Marianela Olivares

(Directora General en [Linkers](#))

Para tener una vuelta ordenada y preparada a la nueva realidad, debemos **analizar los puestos** de nuestro negocio y aquellas **nuevas tareas** que deban incorporarse en el desempeño diario. Empezando por la **nueva confección de flujo de trabajo** y llegando hasta la adecuación de horarios, los nuevos métodos de supervisión y, sin lugar a dudas, los **recursos formativos** que ayuden a fomentar la capacidad de resolución y autonomía del equipo ante las nuevas dificultades.



Esta «nueva normalidad” pondrá de manifiesto **dos factores importantes** en la nueva gestión de los restaurantes. El primero es que las empresas centrarán la energía en el **valor añadido que genere su equipo** y en la misma línea formarán y buscarán perfiles con talento y vocación.

El segundo será que **la tecnología dejará por fin de ser considerada solo como TPV de cobro de cuentas y gestión de reservas**. Creo que si algo veremos en esta nueva etapa, será la inversión de tiempo en conocer a fondo las funcionalidades como la gestión de almacenes, implementación de inventarios y seguimiento de control de escandallos. Es decir, el **análisis de datos** que hasta ahora nos resistíamos a hacer y que nos ayudará a agilizar las diferentes tomas de decisión de una forma más segura.

En definitiva, **talento, formación y tecnología** será la base de los nuevos negocios de restauración para esta «nueva normalidad», en un entorno por describir y absolutamente cambiante en el día a día.





## Óscar Carrión

(Director de [Gastrouni](#))

Las operaciones, junto con **la gestión económica-financiera**, son los puntos críticos de nuestro negocio de ahora en adelante. Es imprescindible revisarlas, ajustarlas y optimizarlas para controlar al detalle todos los **costes de nuestro establecimiento**: protocolos de seguridad, operaciones en gerencia, sala, cocina y compras, así como la puesta en marcha de nuevos modelos de negocio como el delivery y el take-away.



Necesitamos como nunca **crear y manualizar todos los procesos** para lograr la consistencia y rigor de las mismas. Esta crisis ha provocado que **muchas de las tendencias** que esperábamos que configurarían (a varios años vista) el restaurante del futuro, se aceleran y se producen ya.

Los cambios estructurales van a ser profundos y muy rápidos, con **nuevos actores y subsectores** que conformarán la restauración del futuro, que aportarán muchas mejoras y cambios en oferta gastronómica, operaciones, gestión, marketing, atención a cliente... En relación a la «nueva normalidad» y como decía Darwin: **«No sobreviven los más listos o fuertes, sobreviven los que tengan mejor capacidad de adaptación».**

## Xavi Iglesias

(Barista, profesor y escritor)

Sin duda, habrá muchas cosas que van a tener que cambiar, pero para hablar de cambios, prefiero enfocarme en los que suceden **dentro de las personas**. Nos sensibilizamos con lo que está pasando, pero esta situación nos ha venido genial para parar, reflexionar y valorar muchas cosas que perdimos de golpe.

Lo que tenemos que hacer a la vuelta es actuar de manera diferente, **ser creativos y romper con lo antiguo**. Reinventarnos como profesionales sí, pero sobretodo como personas. Como dicen los memes que circulan por las redes sociales: **«¿Volver a la normalidad? ¡Pero si la normalidad era el problema!»**.



Después de estas semanas tan duras, la gente saldrá de sus casas con la **necesidad de ser emocionalmente reconstruida**, y tendrá que pasar más tiempo aún hasta que recuperemos las costumbres sociales que tan felices nos hacen. Pero todo llegará y **seremos los camareros los que estaremos en las primeras líneas**. Hemos de estar preparados para recibirlos. ¿Cómo? Invirtiendo en nuestra propia **salud emocional y fuerza mental**.

En mi libro **Espresso para ti**, trece de los diecisiete capítulos están dedicados a desarrollarnos como personas, de ahí mi prisa en este momento por relanzarlo **con un 50% de descuento**. ¡Hazte con tu copia que te prometo que este manual no puede ser más oportuno! Fijaros que bonita manera de aprovechar el tiempo de parón, **cultivándonos y haciendo acopio de energía** para poder luego darla a los demás.



2.

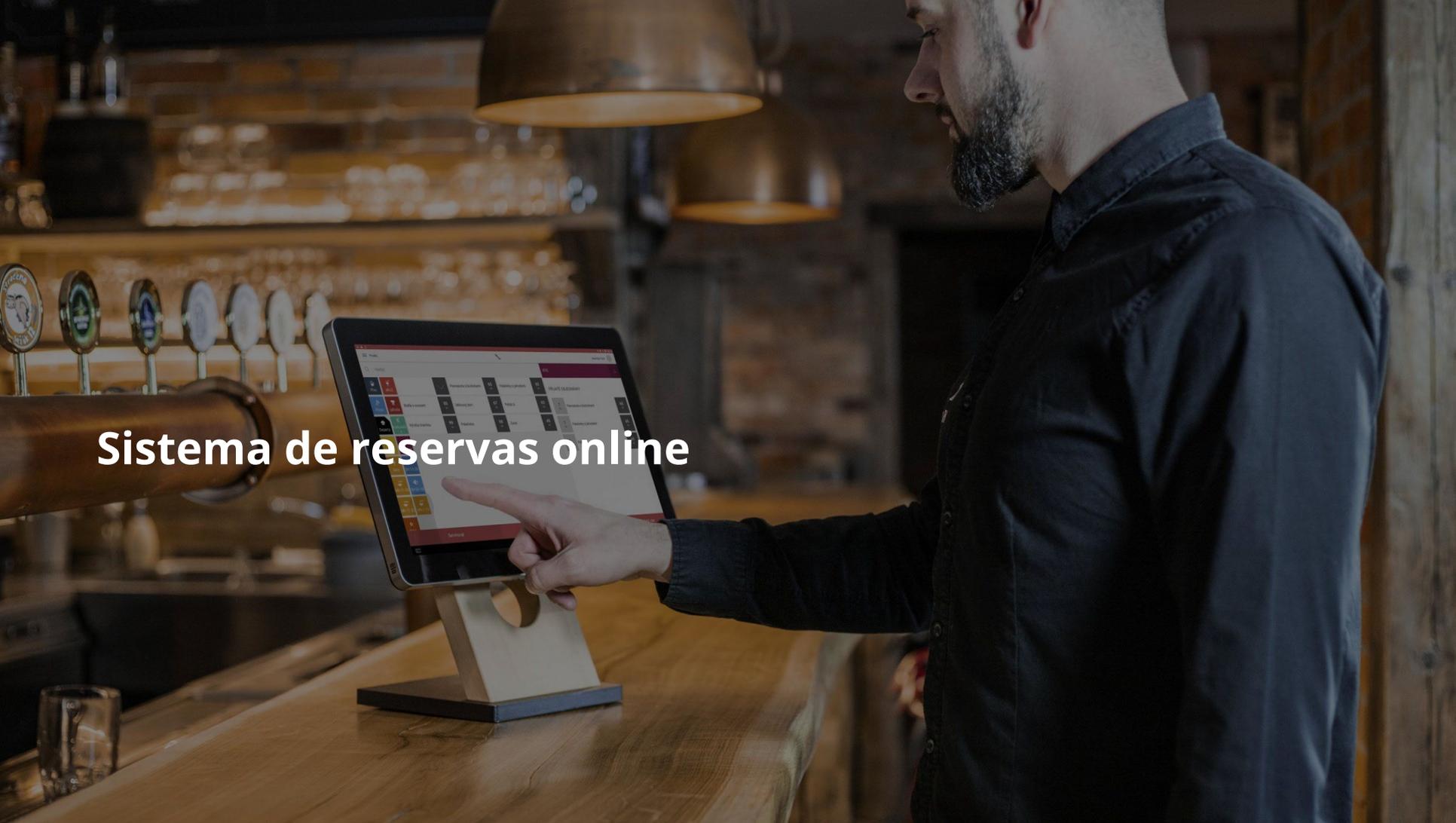
## 7 herramientas digitales imprescindibles en la hostelería post-coronavirus

**STORYOUS.**

Estos desgraciados meses de pandemia han provocado una gran crisis para la hostelería y muchos negocios se ven contra las cuerdas. Son tiempos complicados para la restauración pero **es el momento de apoyarse en la tecnología como mejor aliada en la era post-COVID19.** Las herramientas digitales que ya destacaban como tendencias se han convertido en una necesidad para los hosteleros.

En Storyous llevamos años proponiendo una evolución para la hostelería española acorde con la era digital que estamos viviendo. Hemos trabajado a fondo para pulir nuestros servicios tecnológicos y **facilitar a nuestros clientes las últimas novedades** para optimizar sus locales, como ya explicaron nuestros responsables en [este artículo](#).

Compartimos nuestro listado de **herramientas digitales imprescindibles** que destacarán en esta “nueva normalidad” y se asentarán en el sector para siempre.

A man with a beard, wearing a dark blue button-down shirt, is standing at a wooden bar counter. He is pointing his right index finger at a tablet computer mounted on a wooden stand. The tablet displays a reservation system interface with a grid of buttons and text. The background shows a bar with several beer taps and warm, ambient lighting from pendant lamps. The overall scene is dimly lit, focusing on the man and the tablet.

**Sistema de reservas online**

Las reservas en negocios de restauración han evolucionado mucho en los últimos años. Antes era normal pasar por el local para reservar una mesa aunque **lo más cómodo era realizar las reservas por teléfono**. Después llegaron las plataformas como [El Tenedor](#), donde facilitan la reserva on-line a través del perfil del restaurante en su página web, ya fuera con descuento o sin él, pero con un coste adicional.

Esta opción dio un paso adelante con motores de reservas especializados que gestionan de forma más específica, a través de empresas punteras como Cover Manager, con la que Storyous está integrada. También es posible crear un sistema de reservas propio desde la web del negocio que facilita un seguimiento personal. Cualquiera de las formas es válida, lo importante es dar facilidades al cliente para llegar a tu negocio a través del móvil.

# Carta digital para móviles



Lo que se veía como una propuesta demasiado avanzada, se ha convertido en una obligación para evitar contactos entre clientes y empleados. **La carta de toda la vida se ha visto relegada por su versión digital**, más cómoda y editable, algo que ya se empezaba a ver en el sector en negocios que apostaban por ir a la vanguardia en tendencias.

Ahora podemos encontrar códigos QR donde descargar la carta directamente, sin necesidad de esperar a que la traiga el camarero. Existen empresas especialmente dedicadas a ofrecer este servicio a negocios hosteleros y otras que lo han incorporado a sus sistemas para facilitar el servicio en tiempos de “nueva normalidad”.

En **Storyous** hemos incorporado esta novedad en nuestras nuevas herramientas digitales que incluyen el perfil del negocio en un mapa de locales donde se puede incorporar su carta digital. Si quieres más información puedes visitar [nuestra web OneMenu.](#)

**Código QR para elegir, pedir  
y pagar con el móvil**



El uso del móvil en negocios de hostelería ha pasado a otro nivel debido a la pandemia. **La reducción de contacto entre camareros y clientes** ha provocado que se acelere la implantación de este servicio en la mayoría de locales. Esta función ayuda a aligerar los servicios, evitar errores en la toma de comandas, reducir las esperas en el pago de la cuenta y provocar una mayor rotación de mesas.

En [Storyous](#) hemos desarrollado [nuestros propios códigos QR](#), elegantes y resistentes, que van pegados a cada mesa para que los clientes lo escaneen. Facilitan ver la carta del restaurante, elegir y pedir platos y bebidas cuando el comensal lo desee, pagar con el móvil de manera online e incluso dejar propina a los camareros. Si quieres saber más, contáctanos en [nuestra nueva web OneMenu](#).



# Cupones digitales para la fidelización de clientes

Los hosteleros tienen que volver a recuperar a los clientes y es recomendable utilizar todas las vías posibles. Muchos ofrecían **cupones de fidelización en formato de cartón**, el cliente lo mostraba y el camarero lo sellaba si cumplían las condiciones. Este formato es más costoso para el negocio porque deben preocuparse de imprimir los cupones y muchos acaban perdidos en bolsillos, bolsos o carteras.

Ahora vuelve a coger fuerza la fidelización digital, a través de cupones registrados en el móvil del cliente, de tal forma que siempre están a mano. El hostelero puede lanzar sus promociones de forma **mucho más sencilla y rápida, pudiendo modificarlas** en cualquier momento. El camarero simplemente tiene que escanear la pantalla del cliente y todo el proceso se acelera con el mínimo contacto.

**Sistema propio de delivery  
y take-away**

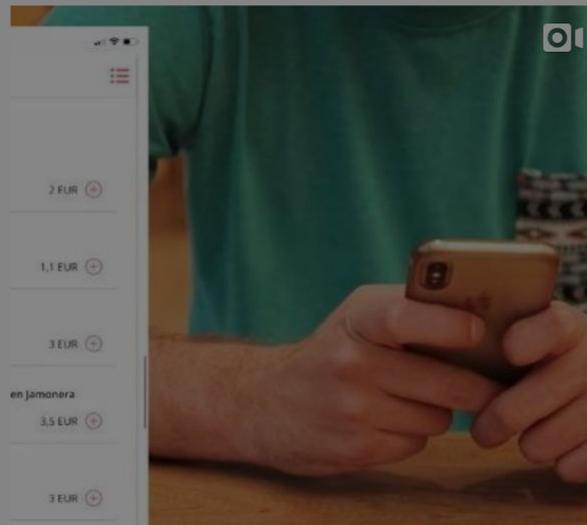


La comida a domicilio ha sido [el único recurso de la hostelería](#) durante semanas. Su consumo se ha incrementado y muchos han aprovechado para fomentar este formato. Después se habilitó la comida para recoger en el local, algo que no existía en muchos negocios y que se ha convertido en un buen modo de seguir vendiendo. **Se minimiza la estancia en el local y el contacto con el personal**, a la vez que se aumenta la facturación.

Muchas plataformas facilitan el delivery y muy pocas el take-away. El problema está en las comisiones que afrontan los hosteleros. Hemos desarrollado un [mapa con negocios de comida a domicilio y para recoger](#) donde los restaurantes pueden contar con su propio servicio de reparto y reducir costes. El cliente puede pedir a través de la carta digital en [OneMenu](#) o desde un widget instalado en la web del negocio.



## Redes sociales activas



La cuarentena ha marcado un antes y un después en redes sociales. Los negocios de hostelería que han estado activos en [Instagram](#) o [Facebook](#), han captado la atención de nuevos clientes y han potenciado su marca. Desde hace años, estar presentes en redes sociales **se considera algo muy importante para dar difusión al negocio**, pero ahora se presupone obligatorio.

Dependiendo del presupuesto, existen diferentes opciones para gestionar estos canales de comunicación. Empresas como [Aplus Gastromarketing](#) ofrecen sus servicios para llevar las redes de forma profesional, algo recomendable en estos tiempos. También se pueden gestionar desde el propio local, si alguien del equipo tiene tiempo y conocimientos. Lo importante **es estar activos en el día a día del negocio**, los resultados se notarán.

**Sistema TPV digital para  
controlar el negocio**



Llevamos años hablando de la importancia de disponer de [un sistema TPV digital](#) que controle todos los detalles del negocio. Es el momento de guardar el boli y el papel, incluso las tablas de Excel, y dejar paso a **un software que pueda optimizar todos los procesos** que necesita un local de restauración. Ventas, almacén, escandallos, empleados, clientes... Todo desde un mismo sitio y con las estadísticas necesarias para mejorar.

En [Storyous](#) disponemos de un TPV especialmente diseñado para hostelería, con todas las funciones necesarias para controlar el negocio y notar los resultados en poco tiempo. **El hostelero puede ahorrar tiempo y dinero** para dedicarlo a otras actividades. La era de la digitalización ha comenzado y esta etapa determinará el futuro de muchos negocios. Es momento de confiar en la tecnología y echar un vistazo a la [opinión de nuestros clientes](#).

Con estas herramientas digitales esperamos **apoyar a los hosteleros para adaptarse a los nuevos tiempos**. Estamos seguros que se podrá salir de esta crisis alineados con la era tecnológica en la que estamos inmersos. En [Storyous](#) nos encanta explicar todos los detalles de nuestros productos, te invitamos a [visitar nuestra web](#), leer nuestra [Revista](#), seguirnos en [redes sociales](#) y contactarnos para [más información](#). **¡Estamos juntos!**



3.

¿Tu restaurante es un caos?

**El consultor Roberto Ruiz te ayuda a diseñar un plan  
de acción fácil y efectivo**

Por Roberto Ruiz Rúa, director del [Curso Consultor Restaurantes](#)

**STORYOUS.**

El 90% de los negocios de hostelería que han abierto su negocio en estas semanas no han realizado su plan de acción, he recibido múltiples llamadas de que se sienten perdidos y confundidos, y sobre todo tienen la sensación de que sus operaciones son un desastre y su futuro es más incierto que nunca.

El objetivo es que de una forma fácil y efectiva, entiendas la importancia de realizar tu propio plan de acción y sobre todo que seas consciente que **ya no es suficiente con gestionar tu negocio desde las operaciones**, sino que es necesario gestionarlo empresarialmente.

*“Un restaurante no puede navegar sin rumbo y dirección en este mar de incertidumbre, toma el mando de tu negocio gastronómico y comienza a gestionarlo empresarialmente, el primer paso es ser consciente que tus operaciones son un caos, con eso es más que suficiente”.*



**¿QUIERES DARLE  
UN GIRO A TU  
RESTUARANTE?**

Estoy aquí junto al equipo de [Storyous](#) para ayudaros y guiaros en este mar de incertidumbre. Ahora más que nunca se trata de tomar el control y para ello es clave que empieces a gestionar de forma empresarial, significa básicamente:

- 1. Controla tu restaurante conectando con tu modelo de negocio.**
- 2. Gestiona tu día a día mediante un manual de operaciones.**

*“Al igual que nadie compra un electrodoméstico sin un manual de instrucciones, no se puede gestionar un restaurante sin un plan por escrito, si no corres el riesgo de vivir en el caos y de quebrar tu negocio”.*

¡No hay atajos! Para que tu restaurante pueda afrontar la situación de incertidumbre que se presenta para los próximos meses, es clave trabajar con una herramienta que englobe todas las necesidades presentes y futuras. Esta se llama plan de acción.

## Conecta de nuevo con tu modelo de negocio

El modelo de negocio es el ADN de un restaurante, engloba el concepto y los números. Vamos a realizar un ejercicio básico, es lo primero que enseñé a los propietarios de restaurantes y los consultores que entreno. Quiero realizarlo de forma sencilla, por eso toma un lápiz y un papel y solo tienes que responder estas preguntas, obtendrás al instante una fotografía nítida de tu negocio gastronómico:

- **¿Quién es tu cliente? Truco: No me vale todo el mundo, tienes que pensar en tu cliente objetivo, disparar a todos es el error más habitual**
- **¿Cuál es tu oferta gastronómica? Truco: Piensa en el precio de tu ticket medio, los platos que configuran tu carta y el producto estrella.**
- **¿Qué tipo de servicio ofreces? Truco: Para que sea estándar debes de trabajar con manuales de procesos por escrito.**
- **¿Cuál es tu propuesta de valor? Truco: Piensa en tus fortalezas, de esta forma serás más competitivo y será más fácil que te pueda reconocer tu cliente.**

Ahora ya has conectado con el concepto, este es un gran paso. ¡Enhorabuena!

A man with a beard and short hair, wearing a light blue t-shirt and a blue and white striped apron, stands in the doorway of a restaurant. He is smiling and looking upwards and to the right. The background shows the interior of the restaurant, which is dimly lit with warm lights. A large sign hanging from the ceiling reads "OPEN" in white letters on a dark background. Below it, another sign lists "OPENING HOURS" with "MON-FRI 11am-3pm" and "SAT-SUN 8am-4pm".

### 3 Ventajas de trabajar con el plan de acción

Este documento lo puedes realizar en cualquier momento aunque lo ideal es hacerlo después del plan de negocio, al principio del todo. También lo puedes hacer más tarde pero lo importante es que seas consciente de que es esencial.

*“Desgraciadamente, como el 90% no lo realiza, serás mucho más competitivo que los demás negocios que te rodean. Lograrás ser más rentable, captar más clientes y ser más eficiente”.*

Veamos tres ventajas para que te motive realizarlo:

- 1. Te ayudará a estar menos ansioso y preocupado, pues es un ejercicio de visualización y una auténtica hoja de ruta empresarial.**
- 2. Te ayudará a empatizar con las necesidades de tu cliente, por lo que ganarás en adaptabilidad frente a posibles cambios del mercado.**
- 3. Al englobar todas las áreas de gestión, lograrás resultados: viables, coherentes y competitivos.**



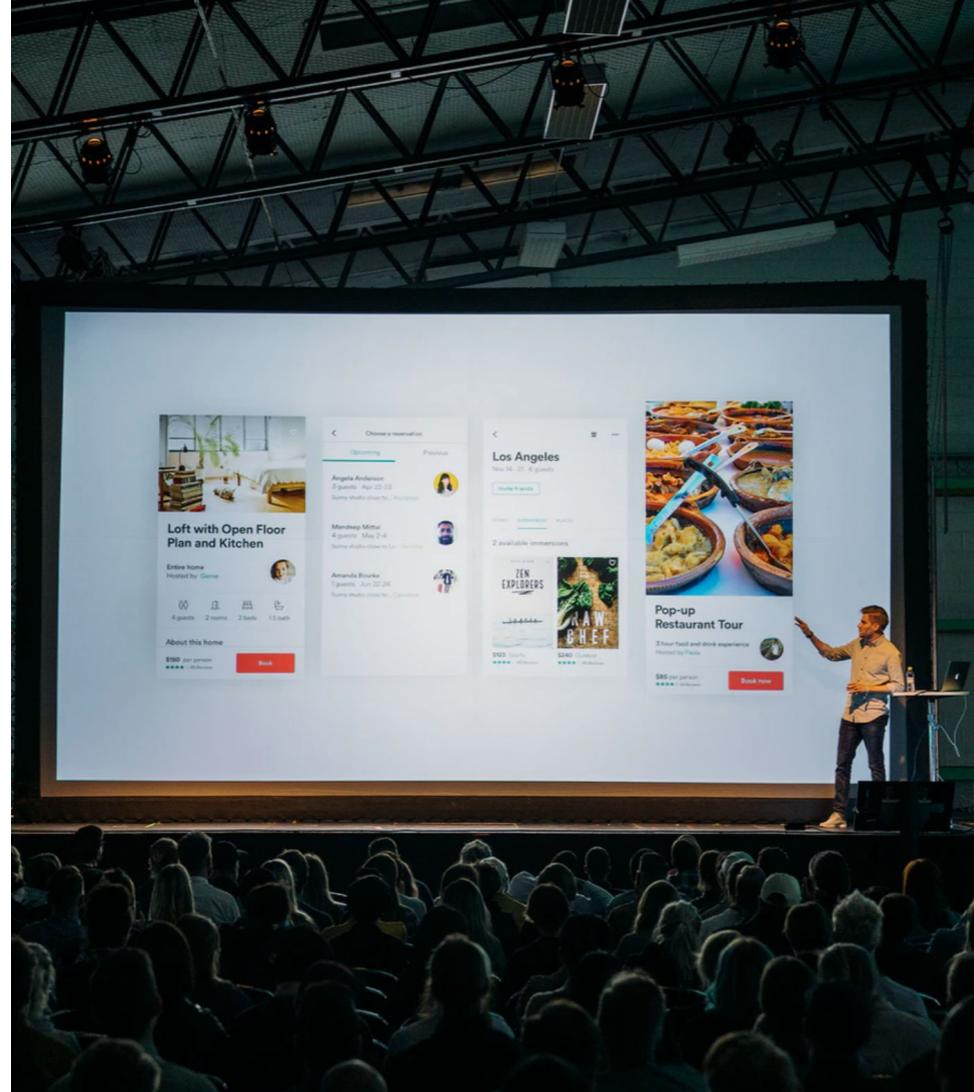
## Cómo realizar tú mismo un plan de acción

Si no lo has hecho nunca es conveniente acudir a un profesional. En este caso, un consultor de restaurantes es la persona adecuada. Te ayudará a optimizar tus recursos y te acompañará en la implementación del mismo, que suele ser lo más complejo. Si no puedes invertir en un consultor, te voy a explicar de forma muy sencilla y eficaz el armazón de un plan de acción para que lo puedas realizar tu mismo.

## 1º Listado de acciones

Debes recoger un listado de acciones detalladas que englobe a todas las áreas de gestión empresarial de un negocio gastronómico, así no te dejarás nada. Te recuerdo que son cuatro áreas:

- **Oferta gastronómica**
- **Recursos Humanos**
- **Marketing y comunicación**
- **Operaciones (suele ser “el cajón desastre”)**



## 2º Planificación

Planifica sobre calendario, por días, semanas y meses. Así verás lo que se puede o no, y sobre todo será un verdadero ejercicio de visualización de tu presente y de tu futuro.



### 3º Revisión

Es un documento vivo, habrá que revisarlo y adaptarlo según se vaya avanzando en el tiempo, esta parte es fundamental. Así de sencillo... ¡hazlo y estarás tomando las riendas de tu presente y de tu futuro! Dos trucos a la hora de realizarlo.

- Recuerda que menos es más, no rellenes por rellenar.
- Implica a todo tu equipo, es una dinámica de participación brutal.





## Los 6 errores más comunes en un plan de acción

No cometas los errores que veo a diario. Solo el mes pasado realicé 30 consultorías a negocios gastronómicos y el 99% cometió alguno de estos errores.

- 1. Pensarlo pero no realizarlo por escrito.**
- 2. ¡Olvidarse del equipo! Implica a todo tu equipo en la elaboración, son ellos los que deben de implementarlo, recuerda que cuatro ojos ven más que dos.**
- 3. Mucha gente realiza el listado de acciones y luego no las llevan al calendario.**
- 4. ¡No lo metas en el cajón! El seguimiento es fundamental, haz las modificaciones oportunas de esta forma y cada vez serás más eficiente.**
- 5. Un gran error: poner solo el foco en las operaciones de tu restaurante. Es vital implicar todas las áreas de gestión empresarial, si no será poco coherente.**
- 6. Otro error: pensar que esto es solo para grandes empresas. Es para cualquier tamaño de negocio y es una herramienta básica, no delata gestión empresarial como piensa mucha gente.**

*“Si no realizas tu plan de acción por escrito, más tarde o más temprano te arrepentirás, pues vivirás en el caos y es una cuestión de tiempo que cierres tu negocio”.*

Para los que no me conocéis, soy [Roberto Ruiz Rua](#), formador y entrenador de consultores de restaurantes. He querido dar un paso al frente en estos momentos, y no solo compartir mi experiencia si no sumar fuerzas con el equipo de [Storyous](#). Queremos ayudaros de verdad, así que os ofrezco tres opciones en base a vuestros recursos emocionales, tiempo y dinero:

- **Opción 1: si seguís este post paso por paso, os garantizo que podéis realizarlo vosotros mismos, pues recojo mi experiencia de más de 30 años en el sector.**
- **Opción 2: os animo a ver mi webinar gratuito pero tenéis que invertir 45 minutos. Os garantizo que os ayudará a optimizar vuestros recursos al máximo, es este: [Cómo diseño mi plan de acción para afrontar la crisis del coronavirus](#).**

**¡Muchas gracias por leernos!**  
**Si podemos ayudarte... ¡Contáctanos!**

venta@storyous.com  
soporte@storyous.com  
910601744 o 689764776  
[www.storyous.com/es](http://www.storyous.com/es)

**STORYOUS.**