

¿Cómo gestionar adecuadamente las terrazas de verano?, según Storyous

Las terrazas ayudan a generar mayores ingresos a los establecimientos pero es clave saber adaptarse a lo que supone este servicio adicional: camareros en exclusiva, variación de precios, agilidad para dar salida a las comandas, entre otros. Un comandero móvil reduce un tercio los pasos que deben darse para atender un pedido y puede reducir hasta en 45 minutos el tiempo que requiere atender una mesa en la terraza

Llegan los meses más calurosos del año y lo que apetece con estas temperaturas es disfrutar de las terrazas de toda España. Sin embargo, no siempre es fácil encontrar una acogedora, fresca y con un buen servicio.

Las terrazas suponen una nueva rutina en el día a día de los establecimientos y estos tienen que tomar medidas para adaptar su negocio durante los meses de verano. Storyous, el primer sistema de gestión y control de la información diseñado exclusivamente para el sector de la restauración, ofrece algunas recomendaciones para rentabilizar al máximo el servicio ofrecido en terrazas:

Analizar el funcionamiento que la terraza ha tenido en veranos anteriores: esto ayuda a hacer una previsión y a tomar las medidas necesarias para corregir las deficiencias de años previos. Los horarios de atención en la terraza, el servicio que se ofrecerá y el equipo son los principales elementos que se tendrán que evaluar antes de poner en funcionamiento la terraza.



Terraza Illunbe La Moraleja – Alcobendas foto: sabormadrid.es

Comanderos electrónicos: aquellos establecimientos que cuenten con comanderos móviles para poder atender el servicio en terrazas podrán reducir hasta en un tercio los pasos a seguir en la toma de comandas, ahorrando viajes innecesarios desde la terraza al interior del establecimiento y quedando toda la información registrada en el sistema. Según datos de Storyous se puede llegar a reducir hasta 45 minutos en cada servicio.

Designar el equipo adecuado, no solo en número de personas, también en capacidades. Atender una terraza requiere de una personal ágil, que sea capaz de controlar tanto lo que está ocurriendo fuera del establecimiento como dentro. En función del tipo de restaurante, las terrazas pueden implicar la contratación de personal adicional.

Analizar los precios y el gasto adicional que puede suponer contar con una terraza. Muchos restaurantes repercuten este gasto adicional en los precios de las consumiciones y cuentan con tarifas diferentes para interior o exterior. “Si este es

el caso, será necesario llevar una contabilidad cuidadosa y evitar los errores que pueden producirse al tener que “picar” manualmente los datos. Sin duda, la tecnología aquí es un gran aliado”, señala Jana Šrámková, directora de expansión de Storyous.

Observar cómo afecta el sol en las diferentes horas. Esto ayudará a identificar necesidades en cuanto a toldos, sombrillas, nebulizadores y pulverizadores de agua etc. En función de la hora del día, unas mesas estarán mejor ubicadas que otras por lo que será necesario estar pendiente de corregir el exceso de sol en algunas de ellas.

Entender la terraza como una extensión del establecimiento. Las terrazas se deben atender con la misma profesionalidad que los espacios interiores: menaje adecuado, mobiliario que aguante las altas temperaturas, iluminación para las noches, son algunos de los elementos que hay que tener en cuenta. *“Es importante que el cliente se sienta cómodo y bien atendido. En ocasiones el hecho de sentarse en una terraza supone mayor tiempo de espera y los establecimientos tienen que estar preparados para agilizar esto lo máximo posible”,* añade Jana.

Apostar por la tecnología: en la actualidad hay diversos sistemas de gestión que ayudan a los propietarios de los restaurantes a controlar y gestionar cada una de las áreas de negocio. Sistemas como **Storyous** permiten, no solo controlar el stock, sino también las ventas, las mesas que mejor están funcionando, la facturación.

“Las terrazas se convierten en una actividad social en estas fechas, principalmente en España, donde vivir en la calle, socializar y el terraceo conforman la marca España. Son uno de los mayores atractivos para el turismo y, por consiguiente, también de la hostelería. Es importante estar preparado y rentabilizar al máximo la inversión que requiere contar con una terraza”, señala Jana.