

La capacitación del personal de servicio

Autor: Jorge M. Ramallo **Fecha:** 15-10-2009

Temática: Recursos Humanos

Nivel: N1- Gestores / Directores de Unidad de Negocio

Focus: General

Resumen: La capacitación es un proceso. Cuando hablamos de capacitación no nos estamos refiriendo a un curso, estamos hablando de un proceso continuo. Una acción permanente. Una acción que tiene un principio, pero que no termina nunca. La capacitación del personal está relacionada con la calidad y la productividad. Personas capacitadas ofrecen servicios con mayores niveles de calidad y son más productivos

Con el patrocinio de:



Algunos conceptos iniciales

La capacitación es un proceso. Cuando hablamos de capacitación no nos estamos refiriendo a un curso, estamos hablando de un proceso continuo. Una acción permanente. Una acción que tiene un principio, pero que no termina nunca.

La capacitación del personal está relacionada con la calidad y la productividad. Personas capacitadas ofrecen servicios con mayores niveles de calidad y son más productivos.

La capacitación implica un aprendizaje, y un aprendizaje es fundamentalmente un cambio de conducta. Es transformarse, modificar formas de hacer las cosas, incorporar nuevos conocimientos, es enriquecerse y crecer.

La capacitación en la empresa tiene como consecuencia que el personal se sienta parte de la empresa y comprenda mejor la relación de su propia tarea con el objetivo final de la empresa.

Un programa de capacitación debe incluir los siguientes factores:

Conocimientos

En algunas acciones de capacitación, el elemento esencial es la transmisión de información y contenidos.

Habilidades

Es la capacitación orientada a tareas específicas que cada uno debe realizar.

Actitudes

Se refiere al cambio de actitudes negativas para la organización por actitudes positivas.

La capacitación tiene ventajas tanto para los empleados como para la gerencia.

Para los empleados:

- Mayor satisfacción en el trabajo
- Mayor capacidad de ingreso
- Mayor oportunidad de promociones
- Mayor sentido de seguridad
- Mayor motivación

Para gerencia:

- Mayor producción
- Mejores métodos y hábitos
- Costos menores de operación
- Menores exigencias de supervisión

Trabajadores más hábiles
Menor rotación

Cotidianamente vemos como el servicio brindado en los restaurantes adolece de las condiciones básicas en cuanto a técnicas de servicio y relaciones interpersonales. Con la capacitación buscamos lograr un procedimiento que asegure que todos nuestros clientes sean atendidos, rápida y cordialmente. Un esquema que guíe a nuestros empleados, dándoles las **herramientas para desarrollar las habilidades de trato y servicio**, que hagan que:

1. Nuestros clientes sean nuestras más eficientes herramientas de comunicación y vuelvan.
2. Nuestros empleados encuentren mayor satisfacción en su trabajo cotidiano.
3. Para ello debemos entender y transmitir:

El Cliente Necesita:	Por lo tanto:
Que lo entiendan	Escuchar con atención sus palabras y estar alerta no sólo a la comunicación verbal sino también a la no verbal.
Que lo atiendan exclusivamente	Evitar interrupciones. No hacer otras cosas. Si alguien nos llama, nos disculpamos por no poder atenderlo hasta tanto no hayamos concluido con el cliente.
Atención rápida	Atender sin pérdida de tiempo. No hacer esperar. Si tiene que esperar, avisarle que enseguida será atendido.
Recibir trato agradable	Saludar amablemente. Sonreír. Mencionar su nombre.
Que se ocupen de él brindándole soluciones	Usar frases positivas: decirle al cliente lo que podemos hacer por él y no lo que no podemos. Ej.: " <i>Enseguida averiguo ese dato</i> " en vez de: " <i>No tengo ese dato</i> ".
Que lo comprendan	Demuestran entendimiento y aceptación de sus sentimientos.
Expresar sus inquietudes y necesidades	No limitarnos a brindar datos. Formular preguntas para que el cliente exprese sus necesidades, conocerlas en profundidad es la base para brindar un buen servicio y vender más.

Hay 3 puntos importantes a tener en cuenta:

- 1- Las relaciones con el cliente forman parte del trabajo, no son una extensión del mismo.

No hay nada más importante para una empresa que sus clientes.

Sin ellos, la empresa no existiría.

- 2- Los clientes satisfechos son esenciales para el éxito de la empresa.

El negocio crece gracias a los clientes satisfechos. Los clientes satisfechos no solamente regresan, sino que traen a sus amistades.

- 3- La calidad en el cuidado del cliente se aprende, no se hereda

Al igual que se domina cualquier habilidad, para sobresalir en el cuidado del cliente se requiere práctica y experiencia.

Estos aspectos deben ser tenidos en cuenta al plantear una tarea de capacitación interna para lograr el objetivo que buscamos y para esto es necesario un absoluto compromiso de la dirección, guiando y transmitiendo las políticas de la empresa.

Lamentablemente todavía nos encontramos con casos donde el dueño sigue viendo a la capacitación como un gasto y no genera un campo propicio para el desarrollo de su personal. Recuerdo en una oportunidad que estaba planteando este tema y un dueño de restaurante me dijo que el no estaba de acuerdo con invertir en capacitación porque si lo hacía después sus empleados se iban y el había malgastado el dinero.

Regularmente, en el dictado de mis cursos, me ha tocado encontrarme con personal de dirección, ya sea dueños o gerentes de establecimientos que no valoran su capital humano.

La capacitación es necesaria porque el componente fundamental de cualquier organización es el factor humano, componente que se encuentra ante nuevas fórmulas de trabajo y ante nuevas definiciones de sus tareas y por tanto, debe desarrollar nuevas competencias y habilidades que respondan a las necesidades de la estructura organizativa a la cual pertenecen. Nadie desconoce hoy que la capacitación es un medio, que correctamente utilizado, facilita el camino hacia el logro de los objetivos del negocio.

Las personas son esenciales para la organización y ahora más que nunca, su importancia estratégica está en aumento, ya que todas las empresas compiten a través de su personal. El éxito de nuestros establecimientos, basados en el servicio, depende cada vez más del conocimiento, habilidades y destrezas de sus trabajadores. Cuando la capacidad de los empleados es valiosa, rara y difícil de imitar y sobre todo organizado, un restaurante puede alcanzar ventajas competitivas que le ayudarán a generar una fuerte identidad.

La dirección debe permanecer alerta a los tipos de capacitación que se requieren, cuándo se necesitan, quién la precisa y qué métodos son mejores para dar a los empleados el conocimiento, habilidades y capacidades necesarias.

Queremos que nuestro cliente pase un momento extraordinario, que nos recuerde, que nos recomiende. Nuestros clientes requieren que hoy nos dediquemos a ellos, sino otro lo hará. Sin lugar a dudas, la mejor estrategia en el mundo actual pasa por volver a los conceptos más conservadores en cuanto a percibir a nuestro cliente como el capital más importante con el que contamos, nuestro cliente y nuestra gente, nuestro equipo de trabajo. Que cuanto más comprometido esté mejor se relacionará con él.

El personal de servicio, el personal de contacto, es vital para lograr que nuestros clientes encuentren satisfacción, vuelvan y nos recomienden.

Jorge M. Ramallo

Consultor de Restauración en Argentina