

Creo que no soy el único que está percibiendo un deterioro en la atención al cliente en los bares y restaurantes de las ciudades españolas.

Desde hace meses, los puestos de trabajo en la hostelería se están cubriendo con personal sin experiencia en ese tipo de labores. La culpa, lógicamente, no es de estos, sino de aquellos que los contratan y que, en muchos casos, no se preocupan por que sus nuevos empleados reciban una formación adecuada. Los propietarios de los establecimientos están primando la mano de obra más barata y, sinceramente, creo que al colocarla en primera línea están haciendo un flaco favor a sus negocios.

Me llama la atención que esto esté ocurriendo precisamente en España donde el turismo

paz de hacer un mismo trabajo más barato. Pero, en mi opinión, la época de los clientes cautivos hace tiempo que se terminó y, aunque el precio de los productos siga teniendo importancia, la verdadera carrera se disputa por ver quién es capaz de generar una mayor satisfacción.

Si defendemos un turismo de primera división, no podemos permitirnos ofrecer una atención de tercera, que dé la espalda a su clientela, sino que debemos apostar por ofrecer un trato cada vez más cuidado. Este debería ser un compromiso común, asumido por todos los sectores que componen la industria.

En el caso concreto de la hostelería, esta necesidad es todavía más evidente, pues cuando un refresco o un licor son idén-

La verdadera satisfacción

Paul de Villiers / Director General de SAVIA Amadeus

constituye la primera industria nacional. Durante décadas, los visitantes que acudían a nuestro país lo hacían con la seguridad de que iban a recibir un trato exquisito, y los españoles se afanaban en ello, conscientes de que de la satisfacción de los turistas dependía en gran medida el éxito de sus proyectos.

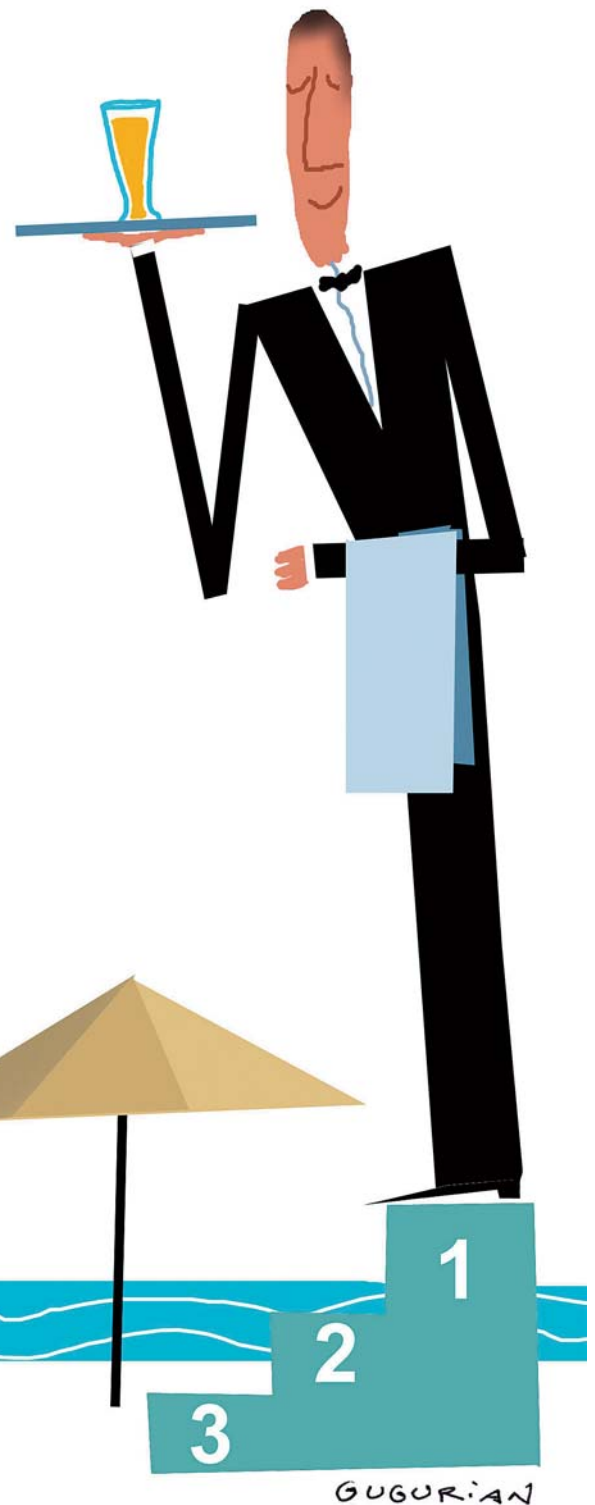
Ahora, cuando se ha logrado que las infraestructuras, los establecimientos y los productos que en ellos se venden están a la altura de los mejores, no se puede comenzar a fallar en lo básico prestando una atención al público deficiente. Hay que ser en extremo cuidadosos con todos los procesos que componen el servicio, y que son los factores que consiguen que un cliente desee repetir la experiencia, no sólo por el producto que adquiere sino también por el trato que recibe.

Siempre hay alguien capaz de trabajar por menos dinero, ca-

uticos en distintos establecimientos, la gran diferencia entre unos y otros viene marcada por la calidad del servicio ofrecido.

Pero tampoco aquellos que en su campo ofrecen productos únicos, diferenciados y con unas condiciones inalcanzables para sus competidores, pueden dejar de tener en cuenta que una parte fundamental de su éxito radica en que sus clientes se sientan tratados como tales.

Por eso, uno de mis mayores empeños es mejorar el servicio que prestamos a las agencias conectadas a SAVIA Amadeus, puesto que llegar a ser líderes es difícil, pero lo más complicado es mantener esa posición privilegiada. Creo que sólo lo conseguiremos si nuestros clientes están completamente complacidos con el trato que les proporcionamos. Ése es el objetivo que nos hemos marcado: lograr que en nosotros encuentren verdadera satisfacción. ■



Paul de Villiers