

NOMBRE DE LA PONENCIA:

“LA CAPACITACIÓN COMO VENTAJA COMPETITIVA PARA LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS”

NOMBRE DEL(A) PONENTE: L.A.E.T. IRMA B. SUAREZ RODRÍGUEZ

**Docente de la Universidad del Valle de México
Campus San Luis Potosí**

irma_brigida@hotmail.com

suarez_irma@hotmail.com

VI CONGRESO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA

CESTUR

“LA CAPACITACIÓN COMO VENTAJA COMPETITIVA PARA LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS”

PRESENTADO POR.

L.A.E.T. IRMA B. SUAREZ RODRÍGUEZ

Docente de la Universidad del Valle de México

Campus San Luis Potosí

"Pensemos en el cliente como si fuera un emperador romano que al bajar o subir su pulgar estará diciendo "Vivirás o morirás", en el momento en que decida comprar o no los productos o servicios de nuestra organización".

Dr. Andrés Frydman

JUSTIFICACIÓN

Ante una competencia cada vez más agresiva y numerosa entre destinos que aspiran a ser la mejor alternativa para los visitantes, lo que hace la diferencia es la calidad del servicio recibido, debido principalmente a los siguientes factores:

- El turista demanda permanentemente satisfactores de calidad
- Los viajeros buscan experiencias más auténticas
- Exigen calidad ambiental
- Demandan seguridad personal, de salud y jurídica
- Reciben mucha información y discriminan lo que no les interesa
- Escogen los mejores estándares de calidad y servicio al mejor costo

Por lo anterior, se requiere de la completa participación de las empresas del sector turístico, las cuales están obligadas a diseñar programas de capacitación que permitan al capital humano que labora dentro de ellas ofrecer al turista un servicio de calidad que supere sus expectativas.

En la investigación llevada a cabo en la ciudad de San Luis Potosí¹ para conocer los requerimientos de capacitación de los establecimientos de alimentos y bebidas, los cuales forman parte muy importante de la actividad turística del estado, se encontró que de la muestra representativa de restaurantes encuestados, un 44% de estos no ofrecen a sus empleados capacitación continua que les permita actualizar y perfeccionar los conocimientos y habilidades, motivar su desarrollo humano, obtener información sobre la nueva tecnología, prevenir riesgos de trabajo, incrementar la productividad, ofrecer un servicio de higiene y calidad; en general, mejorar sus aptitudes.

La capacitación es importante, ya que por medio de esta se permite un mayor aprovechamiento de los recursos. Para las empresas del ramo que pretenden diferenciarse de la competencia, mejorar su rendimiento y desarrollar a su personal, la capacitación es la opción.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas en todo el mundo se han dado grandes cambios de índole social, económica, política y tecnológica. El turismo también ha evolucionado. La oferta turística mundial se ha desarrollado considerablemente en el transcurso de los últimos 30 años. En 1970 se contaban 40 países considerados como destinos turísticos... hoy podemos nombrar más de 140².

La actividad turística hoy día desde la perspectiva económica, es considerada uno de los sectores de más rápido crecimiento de la economía mundial; para algunos países es la primera generadora de ingresos por encima de la industria y el petróleo.

Asimismo, el Turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes de México; actualmente es la tercera fuente de divisas del país, después de las exportaciones petroleras (13.087 millones de dólares) y las remesas de los mexicanos en EEUU (10.502 millones de dólares³). No sólo impacta al propio sector económico, sino que además influye fuertemente en los resultados de otros sectores, aumentando la calidad de vida de los habitantes.

En 2003⁴, los ingresos por turismo en nuestro país ascendieron a 9.457 millones de dólares. El turismo representa casi el 10% del PIB de México, produce igual porcentaje de empleos y es el tercer generador de divisas. Se pronostica que los ingresos por turismo se elevarán este año a cerca de 11.000 millones de dólares.

En el estado de San Luis Potosí, se ha observado un fuerte desarrollo de la industria turística⁵, la cual llega en un momento clave; en el momento donde los compromisos empiezan a abrir posibilidades a una sociedad que espera un cambio positivo en su estado.

MARCO TEÓRICO

Según datos del Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática (INEGI), el 99.7% de las empresas en el país son Micro, Pequeñas y Medianas empresas (Mpymes), mismas que generan el 42% del Producto Interno Bruto (PIB) y además ocupan alrededor del 64% de la fuerza laboral.

El 99% de los establecimientos de alimentos y bebidas en México corresponde a Mpymes, pues según lo publicado por la entonces Secretaría de Comercio y Fomento Industrial en el Diario Oficial de la Federación el 30 de marzo de 1999, la estratificación por número de empleados para el sector servicios es:

Tamaño	Número de empleados
Micro empresa	0-20
Pequeña empresa	21-50
Mediana empresa	51-100

Queda en evidencia el papel fundamental que juega el sector de los restaurantes en la actividad turística y económica del país; por lo tanto es de vital importancia el contar con hombres y mujeres con preparación, habilidades, vocación, actitud positiva y emprendedora; ya que resulta el factor que anima y otorga el sentido de calidad que el cliente espera recibir y que permite a los restauranteros obtener ventaja sobre sus competidores.

Por ello se hace más necesaria la preparación de los recursos humanos, con el objetivo de otorgar mejores servicios y lograr captar la preferencia de los clientes sobre la competencia; se requiere del afán y el cumplimiento de responsabilidades de quienes intervienen.

Las empresas que en la actualidad intenten retener y fidelizar a sus clientes deben mostrar una verdadera preocupación por la calidad en la atención a sus clientes; seleccionar a la gente adecuada y ubicarla en el lugar donde realmente rinda al máximo de sus posibilidades gracias a los conocimientos y habilidades que posee; capacitar constantemente a todo su personal, en especial, aquel que tiene

contacto directo con el público; es importante que estos conozcan a fondo la estrategia de servicio y que puedan tener acceso a todos los elementos necesarios para cumplir su tarea con comodidad y con plena confianza en sí mismos. La prioridad número uno deben ser los recursos humanos, por lo tanto, se debe tener un trato superior incluso al que se tiene con los clientes. No se debe olvidar que el rostro de la empresa es la gente que la compone.

Anteriormente se consideraba una gracia del patrón dar capacitación, hoy en día es una obligación establecida en la Ley Federal del Trabajo en su Título Cuatro: “Derechos y Obligaciones de los trabajadores y de los patrones”; Capítulo III bis, “De la capacitación y adiestramiento de los trabajadores”, que comprende del Artículo 153 A al 153 X.

Es pues obligación legal del patrón dar capacitación y adiestramiento, porque con ello el trabajador desempeñará mejor su trabajo, aumentara su nivel de aptitudes y no solo se benefician los trabajadores, sino también el patrón ya que se verá reflejará en el aumento de la productividad y mejores servicios de su empresa, lo cual redundará en la preferencia de los clientes ante la competencia. La obligación del trabajador es aprovechar al máximo los recursos que se le impartan.

TIPOS DE CAPACITACIÓN

Las necesidades de capacitación varían según las diversas circunstancias para cubrirlas, existen tres tipos de capacitación, tales como:

CAPACITACIÓN PARA HACER

Es la que generalmente se practica y se refiere al desarrollo de las aptitudes, y habilidades para poder actuar sobre las cosas. Sus condiciones son lo observable, lo cuantificable, lo dominable. Es la capacitación que parece ser más útil y de resultados más inmediatos.

CAPACITACIÓN PARA LLEGAR A SER

Esta capacitación es generalmente ignorada, pero es vital para que el personal pueda realmente llegar a ofrecer un servicio de calidad. Se enfoca hacia el desarrollo del hombre, es decir, hacia el perfeccionamiento de su personalidad. Se

refiere entre otras cosas, a la conciencia de la responsabilidad personal en el trabajo, a la auto valoración de la dignidad humana, al acrecentamiento del sentido del deber y el desarrollo del espíritu de justicia.

CAPACITACIÓN PARA HACER Y LLEGAR A SER

Se refiere al obrar humano en la conveniencia de la empresa. Tiene un doble objeto: el hacer trabajo conjunto, esto es, el trabajo en su dimensión social, o más claro aún, el trabajo organizado; y por otra parte, el desarrollo del hombre como miembro de grupos de la comunidad de la empresa y de la sociedad en general.

Estos tipos de capacitación se complementan y por ello no pueden desligarse, a veces ocurre que se emplea únicamente la capacitación para hacer. Se piensa erróneamente que lo esencial es la eficiencia en el trabajo, como si este pudiese desprenderse del trabajador en su calidad humana. El resultado es casi siempre negativo, el trabajador puede adquirir la habilidad y competencia necesaria, pero se sentirá desligado de la labor que ejecuta, no se identifica con ella, se está entonces en presencia del trabajo deshumanizado y del trabajador enajenado, y menos puede esperarse que el trabajador se vincule con la empresa y descubra el valor o significado social que su esfuerzo representa.

La única forma de subsanar tales deficiencias es abordar la capacitación en toda su amplitud. Los aspectos de participación, la solidaridad, la cooperación, la coordinación y la integración son los que darán vida, sentido y positiva eficiencia a la capacitación para hacer.

La capacitación no solo debe ser efectiva, sino que debe notarse. Puede ser una de las maneras más eficaces de transmitir habilidades y una fuerza poderosa para el desarrollo de las propias empresas y de sus empleados.

Una organización en aprendizaje permanente, es aquella que reconoce la importancia de las personas que la integran, la que aumenta su pleno desarrollo y productividad, crea un contexto en el que pueden aprender. Es vital no solo pensar en los empleados como un simple par de manos, sino como seres humanos inteligentes, que son capaces de aprender, si se les da oportunidad de hacerlo.

PRINCIPALES HALLAZGOS DE INVESTIGACIÓN

Un 44% de los restaurantes en la capital de San Luis Potosí muestreados no otorgan capacitación continua a sus empleados; esto orilla al establecimiento a ofrecer un servicio deficiente, que no otorga ninguna ventaja competitiva, lo que repercute en su estancamiento. El 66% restante, ofrece capacitación en su mayoría en temas de higiene (47%), siguiendo la capacitación en desarrollo personal (23%) y por último en habilidades técnicas (19%).

El desconocimiento de los beneficios, la falta de interés de ambas partes, el miedo a que la inversión se convierta en pérdida, son algunos de los factores que hacen olvidar a los restauranteros de la localidad de San Luis Potosí, una herramienta tan importante como lo es la capacitación.

En cuanto a las medidas de seguridad, aspecto muy relevante para el cliente en su decisión de preferencia, un 34% de los establecimientos no capacita a sus empleados en el uso de extinguidores de fuego; un 71% no otorga cursos de prevención de incendios; solo un 47% tiene alarma contra incendio y un 28% no cuenta con salidas de emergencia habilitadas; además, en un 44% de los restaurantes no sabrían que hacer en caso de algún accidente pues no cuentan con conocimientos acerca de primeros auxilios.

En lo referente a la seguridad en la salud, factor de suma importancia en cuanto a la elección de un restaurante por parte de los consumidores, se encontró que en un 57% de los establecimientos encuestados, el personal de cocina desconoce la Norma Oficial Mexicana que establece los estándares para el manejo higiénico de los alimentos y bebidas en establecimientos fijos. En un 13% de los establecimientos todavía se siguen usando tablas de picar de madera; en un 57% de la muestra el personal de cocina desconoce las temperaturas para el desarrollo de bacterias en los alimentos. En un 31 % se desconocen las formas de contaminación de los alimentos y en un 39% de los negocios encuestados no se

practican exámenes médicos al personal que labora en el área de preparación y servicio de alimentos y bebidas.

CONCLUSIONES

Actualmente los negocios del ramo gastronómico requieren de personal altamente calificado; por lo tanto, es necesario cambiar, concientizamos sobre la importancia de contar con elementos dentro de la empresa que intervengan de manera favorable para que el servicio que estos proporcionen a los clientes, se traduzca en la principal ventaja competitiva del establecimiento.

Debemos aceptar que el costo real de un empleado sin capacitación puede llegar a ser mucho mayor que el costo de esta.

La capacitación consiste en un proceso constante en los conocimientos, las habilidades y las actitudes; y este solo se puede lograr en conjunto; gobierno, empresas, directivos, trabajadores y capacitadores.

El personal de los establecimientos de alimentos y bebidas necesita capacitación independientemente del nivel dentro de la organización (operativos, mandos medios o directivos), conviene implementar programas de capacitación de manera general, ya que el crecimiento en la productividad y por ende de la ventaja competitiva dependerá de eso. Además, la capacitación no solo debe limitarse a las situaciones que necesitan ser corregidas, sino prevenidas, pues probablemente nunca se lograrán al máximo los objetivos de la empresa.

Aun contando con excelentes sistemas en selección de los empleados, el trabajo será inútil si no se respalda con un programa de capacitación constante.

Los conocimientos adquiridos por el personal incrementaran su capacidad de razonamiento y de decisión y propondrán nuevas ideas.

La falta de empresas dedicadas a la capacitación dentro de la localidad, la tendencia de los trabajadores de abandonar prematuramente el empleo, la inexistencia de políticas de capacitación dentro de las empresas, el conformismo por parte de los empleados y que no son abiertos a aceptar cambios o a ser orientados por otras personas, son algunas de las causas por las cuales los restauranteros no toman en cuenta a la capacitación entre sus planes y programas, olvidando a:

LA CAPACITACIÓN COMO VENTAJA COMPETITIVA.

¹ “Niveles de capacitación, seguridad e higiene en los establecimientos de alimentos y bebidas en la capital de S.L.P.” Primer coloquio de Investigación, 2003. Universidad del Valle de México, campus San Luis Potosí.

² Fuente: Organización Mundial del Turismo

³ Secretaría de Economía, datos del 2002.

⁴ Secretaría de Turismo

⁵ Denotada por la construcción de nuevos hoteles de importantes cadenas hoteleras, la inclusión de nuevos vuelos hacia y desde San Luis Potosí, así como la apertura de nuevos establecimientos de alimentos y bebidas.

BILIOGRAFIA

- Ramirez Cavassa, Cesar. Modelo De Capacitacion Empresarial. Mexico 1988.
- Chiavenato, Idalberto. “Iniciacion A La Administracion De Personal”. Mcgraw Hill, Mexico 1993.
- Leonie Comblece, Lambertine. “Tecnica Hotelera”. Ecasa. Primera Edicion.
- Revista “Convenciones” Edición Ene/Feb 2003
- [Www.Sectur.Gob](http://www.Sectur.Gob)
- [Www.Economia.Gob](http://www.Economia.Gob)

NOTAS METODOLOGICAS.

La técnica utilizada para la investigación fue el cuestionario, con una muestra de 50 establecimientos de alimentos y bebidas. El cuestionario se dividió en dos secciones, una para ser aplicada al personal de comedor y servicio, y otra para ser aplicada al personal de cocina, además contó con un anexo para diagnóstico y observación personal del encuestador.