



CURSO:  
**ATENCIÓN EN SALA EN LA ERA DE LA GASTRONOMÍA DE LA EXPERIENCIA**  
"DEL SERVICIO CORRECTO AL DISEÑO DE EXPERIENCIAS A RECOMENDAR"

## INTRODUCCIÓN

La "economía de la experiencia" exige a los restaurantes llevar a cabo una transformación en profundidad que les permita adaptarse, en el menor tiempo posible, a un mercado tan exigente y competitivo como el actual que sitúa a los clientes como centro de todas las estrategias.

La forma de proceder de los clientes de restaurantes ha cambiado de forma radical de la mano de la revolución digital. Hoy tienen acceso a una gran cantidad de información, lo que los hace tremendamente exigentes, suelen compartir sus experiencias gastronómicas en redes sociales y consideran, la mayor parte de las veces, que el mejor consejo es el de familiares y amigos.

Hoy el cliente tipo de restaurantes desea vivir esas experiencias "memorables" que le cuentan con todo lujo de detalles sus "amigos" en redes sociales. La "era de la gastronomía de la experiencia" ha llegado para quedarse. Se ha pasado de ofrecer una oferta gastronómica atractiva y un servicio satisfactorio y correcto a diseñar experiencias que el cliente acabe recomendando.

Los clientes de los restaurantes tienen actualmente el poder de potenciar o destruir la imagen de un local con sus comentarios en redes sociales. El poder del cliente es, por tanto, mucho mayor. Por esta razón resulta fundamental escuchar más su voz y situarlo como centro de toda estrategia empresarial.

Ya no es suficiente limitarse a la mejora de la calidad de servicio en sala en los restaurantes para cumplir con el objetivo de satisfacer al comensal como se hacía a finales del siglo XX. El objetivo a la hora de diseñar la experiencia de cliente, y cada una de las interacciones que la componen, será "emocionar" al comensal hasta tal punto que esté dispuesto a recomendar ese restaurante a familiares y amigos.

Y esta experiencia de cliente es, en un mundo tan competitivo como el actual en el que podemos encontrar infinidad de restaurantes similares, la que puede marcar la diferencia y aportar el valor necesario para mejorar la competitividad.

Y para ello es más necesario que nunca contar con un equipo humano que conozca a fondo el nuevo escenario y las nuevas variables en las que se moverá, que esté motivado, bien formado y que sea consciente de la importancia de conocer las necesidades y expectativas de los nuevos huéspedes para conseguir emocionarlos con una experiencia que compartirán con "sus amigos en redes sociales"

## OBJETIVO GENERAL

Analizar el concepto de "experiencia de cliente" aplicado a los restaurantes y la transformación que debe llevarse a cabo en la sala a la hora de atender al comensal actual, mucho más informado y exigente.



## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Concienciar a los participantes de la importancia de situar al cliente del restaurante en el centro de todas las estrategias y de la necesidad de escuchar su 'voz'.
- Conocer las características de los nuevos tipos de clientes en el restaurante así como su forma habitual de proceder, sus necesidades y sus expectativas para diseñar experiencias para cada uno de ellos.
- Analizar de forma teórica y práctica el diseño de experiencias personalizadas y memorables que el comensal esté dispuesto a compartir con familiares y amigos.
- Analizar la atención al comensal en la era de la gastronomía de la experiencia que parte por el diseño del "mapa del viaje del cliente", ("customer journey") que incluye todas las interacciones que se tengan con el comensal desde el primer contacto vía teléfono o internet.
- Analizar de forma teórica y práctica la atención a diferentes tipos de cliente en interacciones habituales o esporádicas reforzando la actitud y la forma de enfrentar a clientes conflictivos y situaciones difíciles.
- Cambiar el enfoque negativo de las quejas y reclamaciones para acabar considerándolas como oportunidades de mejora.
- Analizar la importancia de una comunicación personal eficaz a la hora de atender al cliente y aprender de forma práctica a comunicar de forma verbal y no verbal.
- Profundizar en cuanto a las normas de protocolo necesarias para llevar a cabo de forma correcta todo tipo de interacciones con los huéspedes así como el montaje de mesas y el servicio.

## PÚBLICO OBJETIVO

Propietarios, gerentes y personal de sala de restaurantes y hoteles así como estudiantes de hotelería

## CERTIFICACIÓN

Al finalizar el curso se entregará un certificado de asistencia avalado por la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra – UPSA. Podrán acceder a dicha certificación quienes cumplan como requisito una asistencia mínima del 80%.

## DURACIÓN

15 horas reloj.

## CONTENIDO MÍNIMO

- La era de la gastronomía de la experiencia
- Nuevos tiempos para la sala
- Una nueva tipología de clientes
- El customer journey de un restaurante
- El diseño de experiencias memorables
- La atención desde el punto de vista del comensal
- El equipo de atención en sala la era de la experiencia
- Comunicación Personal
- Imagen personal y profesional
- Protocolo en el montaje de mesas
- Saber estar del personal de sala en cada interacción con el comensal
- Motivaciones y frustraciones
- Quejas y reclamaciones: una oportunidad de mejora
- Atención telefónica
- Atención por WhatsApp, E Mail y Redes Sociales

## METODOLOGÍA

Curso teórico - práctico apoyado por una presentación en PPT y proyección de videos

## INSTRUCTOR

**Ismael Quintana Vila**

Periodista español experto en protocolo social y corporativo, comunicación personal y experiencia de cliente. Ha asesorado a empresas e instituciones como: Embajada de Francia en España, Unicef, Fundación Eurochile (Unión Europea), Gobierno



Autónomo de Asturias, Consejería de Turismo de Tirol (Austria), Lan, Iberia, y a **hoteles exclusivos** como el Plaza Athenee (París), Ritz (París y Londres), De Russie (Roma), Alvear Palace (Buenos Aires), Llao Lao (Bariloche), Explora (Chile), Hyatt (Chile) y Soneva (Maldivas).

Ha colaborado entre otros con los siguientes medios en España: Vogue, Elle, Cosmopolitan, GQ, Hola, Conde Nast Traveler, El Dominical, El País, El Mundo, ABC, Agencia EFE, Cadena Ser Radio, Radio Televisión Española, Onda Cero Radio y Canal Plus España.

Ha impartido cursos, clases y talleres con la Universidad Carlos III (Madrid), Embajada de Francia en España, Fundación EuroChile (Unión Europea y Gobierno de Chile), CAINCO, Gobierno Autónomo Departamental de Santa Cruz, Fundación Trabajo Empresa (Santa Cruz, Bolivia), AL INVEST IV y AL INVEST 5.0 (Unión Europea), FIE-CAM (Fundación Iberoamérica Europa - Comunidad Autónoma de Madrid) y Universidad NUR (Bolivia), UPDS (Universidad Domingo Sabio), UPSA, CENACE (UPPSA) y UCATEC (Cochabamba),

Actualmente escribe el blog de protocolo social de Quito Velasco Designer, colabora con la revista "Empresa y Desarrollo" de CAINCO y en el programa "Contame" de Sandra Coscio en ATB e imparte cursos de protocolo corporativo, comunicación personal y experiencia de cliente en CAINCO, CENACE (UPSA), UCATEC (Cochabamba), Centros de Desarrollo de Talentos (CDT) del Banco Económico y en empresas e instituciones en Bolivia. Así mismo, imparte cursos en el Hotel Bugarvillas de Educación y Buenos Modales para niños a partir de 7 años, Protocolo Social para jóvenes y quinceañeras, Protocolo Corporativo Básico para universitarios y Protocolo Social y Recibir en Casa para adultos.