



CAPACITARTE



A los argentinos les importa más la atención del restaurante que la comida¹

Salen a comer afuera para sentirse como en casa y no perdonan a la hora de hacer reseñas. Del lado de los dueños, el servicio es la mejor manera de marcar la diferencia

JUEVES 09 DE JUNIO DE 2016 • 00:58

[Valentina Ruderman](#)

LA NACION



Foto: *Archivo*

Si bien comer es una necesidad biológica, sentarse en un restaurante es una experiencia social. Buscamos alimentarnos, claro, pero también que nos hagan sentir bien desde todos los ángulos. ¿Qué esperamos los argentinos cuando

¹ Fuente: <http://www.lanacion.com.ar/1906945-a-los-argentinos-les-importa-mas-la-atencion-del-restaurante-que-la-comida>

elegimos un restaurante? Ni platos que parecen obras de arte, ni conciertos de piano en vivo: ser atendidos con amabilidad desde que entran hasta que se van mientras comen algo rico.

"Desde la base de datos de [Yelp](#), notamos que cada vez se le da más importancia a la atención, va a la par que la comida", explica Santiago Mateo, Country Manager de la guía online, que tiene 140 millones de usuarios en todo el mundo. Agrega: "Hay muchas reseñas de 3 estrellas que dicen que los platos estaba excelentes, pero que el servicio fue malo y muchas de 5 estrellas que dicen que la comida estaba OK, pero que la atención fue tan cálida que los hizo sentir como en casa".

Rechazo a primera reseña

Ahí está una de las claves: queremos calidez y estamos dispuestos a pagar por ella. Ian Gutiérrez sale 4 veces por semana (a bares, restaurantes o cafés) y asegura que una buena atención garantiza una segunda oportunidad: "Cuando sentís que el staff del local está feliz de que estés ahí, ya ganó. Aunque sea fingido". Cita también el ejemplo de un café de Palermo Soho que asegura tener el mejor latte del la ciudad, pero porta como pose una actitud agresiva con el cliente. Sin dudas, el cafetín de la esquina con cortado porteño y mozo de la vieja escuela le va a ganar en la pulseada.

Florencia Giaquinta, quien sale a comer en restaurantes 3 veces por semana, cuenta una insólita experiencia en uno de los restaurantes más famosos de Buenos Aires, y mejores rankeados de Latinoamérica. En el medio de un menú degustación que supera los \$ 1000, preguntó si le iban a cambiar los cubiertos entre plato y plato, y el mozo respondió: "Con tal de que paguen, hagan lo que quieran".

Fernando Cuscuela, CEO de [Guía Oleo](#), explica que la ecuación fundamental para elegir un restaurante para los argentinos es la de precio-calidad: "si la comida es

buena y el precio es bueno, por lo general se sigue rescatando el lugar. Pero si la comida es buena, pero tiene mala atención y encima es caro, suelen durar poco".

El ABC de la buena experiencia



Foto: Archivo

Entre los factores que conforman la buena atención están que el camarero se mantenga atento sin estar demasiado encima, que el pedido se tome en forma, que los platos sucios se retiren a tiempo y que la comida de todos los comensales llegue junta. A la lista, Romina Straka, que se sienta en 5 bares o restaurantes por semana, agrega el cuidado personalizado. "Entre mis preferidos están una parrilla chiquita que por tener pocas mesas se dedica mucho a cada una y un bar donde me arman tragos a medida si me siento en la barra", cuenta.

Agustín Bertero, dueño del bar Duarte, explica que el servicio es una oportunidad "divina" para distinguirse, mostrar identidad y marca propia, detalla: "Uno no está inmune a los errores y el servicio puede curarlos. Desde el lado comercial está bueno porque te da aire y no tiene costo". Florencia, desde su visión de comensal, lo confirma: "Si tardan mil años en traerme la carta o la cuenta, pero la onda y la comida son buenas, hay chances de que vuelva. Todos pueden tener un mal día o estar desbordados".

Formar equipo

En la era de las reseñas, los portales como Yelp, Guía Oleo y Trip Advisor pueden ser de gran ayuda para los establecimientos. Cuscuela explica que si bien las experiencias negativas irritan mucho a sus seguidores y se transforman en comentarios indignados, éstos representan una posibilidad de aprendizaje para los restaurantes.



Foto: LA NACION / Sebastián Rodeiro

Para Bertero, se trata de no dar espacio para la sorpresa. Sí en los sabores, no en el tipo de atención y el confort del espacio. Cada lugar tiene sus reglas y su etiqueta, lo importante es mantenerla. Si queremos atención extremadamente atenta, iremos a un restaurante de hotel donde se especializan por acercarse cada cinco minutos a preguntar si necesitamos algo, pero no vamos a esperar lo mismo de una pizzería de Corrientes.

"Charlando con muchos dueños, chefs, bartenders y mozos, noto que están haciendo un énfasis más grande para lograr una continuidad en el servicio", explica Mateo. El problema, en muchos casos, es la alta rotación de los camareros y los equipos. Bertero señala que su secreto es tener siempre alguien de confianza a la cabeza, para que logre enseñar la personalidad del bar a los que se vayan sumando, y concluye: "Estoy completamente de acuerdo con que la gente prefiere un buen servicio a una buena comida. Hay demasiados restaurantes y bares en la ciudad. A la larga, el Negroni lleva siempre los mismos ingredientes y todos lo preparamos bien. Lo diferencial tiene que estar en otro lado".

CAPACITARTE
Es ser líder de tu vida