



PEOPLE TRAINING
Agencia RR.HH.

EL PAÍS

EDICIÓN MADRID

DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA

Redacción, Administración y Talleres: Miguel Yuste, 40 / 28037 Madrid / ☎ (91) 337 82 00 / Año XXII. Número 7.179 / Precio: 275 pesetas (incluye suplemento semanal)

DOMINGO 5 DE ENERO DE 1997

Negocios

EL PAÍS

AÑO XIII, NÚMERO 584
DOMINGO 5 DE ENERO DE 1997

Artículos de éxito a domicilio

P. G. S.

La agencia de recursos humanos People Training ofrece cada 15 días, y a domicilio, artículos personalizados de autores de prestigio nacional e internacional que han sido extraídos de revistas y libros nacionales y extranjeros.

Los artículos, que se sirven por suscripción, están relacionados con el liderazgo, las ventas, las relaciones humanas, la motivación y las actitudes. "Creemos que en estas fechas esta oferta es un original regalo para un compañero de trabajo, amigo o conocido", afirma Juan Haro Ordóñez, director de la agencia.

People Training es una agencia especializada en estrategia y evolución humana. La selección de personal, el análisis del clima laboral y la comunicación interna son algunos de los aspectos estratégicos que aborda. Asimismo, orientan a quienes buscan un puesto de trabajo o a aquellas que teniendo lo quieren descubrir nuevos campos.

El área de evolución humana está constituido por servicios tales como suscripciones a artículos y publicaciones y un amplio programa de premios dirigidos tanto al personal del negocio como a los clientes.

"Queremos que la gente se levante por la mañana pensando que tiene una oportunidad de crecer y no arrastrar una cruz cuando va al trabajo", afirma Belén Fernández, fundadora de la agencia. En su opinión, la forma de lograrlo es participando en programas de entrenamiento o talleres eminentemente prácticos, conferencias sobre cómo aprovechar el tiempo, liderazgo, comunicación y ventas que People Training organiza.

Otra de las ofertas innovadoras de esta firma es la de los programas de premios destinados tanto al personal de la empresa como a los clientes. "La motivación de los empleados es la piedra esencial para que la empresa se oriente hacia el proceso final de atención al cliente, y ya sabemos que el cliente satisfecho comunica a dos personas su apreciación, y el insatisfecho, a diez", afirma Juan Haro.

Los programas de premios requieren un estudio detallado de la empresa o negocio en los que se van a implantar. A partir de ese momento, People Training presenta un estudio con los beneficios que se esperan obtener de la implantación de los programas. "Tratamos de convencer al empresario de que el personal no es un gasto sino una inversión", dice Belén Fernández.