

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE
ESCUELA DE POSGRADOS
MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL



TRABAJO DE POSGRADO
**“MODELO DE GESTIÓN DE ESTÁNDARES DE CALIDAD PARA EMPRESAS
DEL SECTOR TURISMO EN HOTELES Y RESTAURANTES PEQUEÑOS Y
MEDIANOS DE LA RUTA DE LAS FLORES EN LOS MUNICIPIOS
CONCEPCIÓN DE ATACO Y APANECA”**

PRESENTADO POR:
LICDO. ALEXANDER EUGENIO ENRIQUE ARÉVALO JACOBO
LICDA. EMMA ESPERANZA PERAZA CABRERA

PARA OPTAR AL GRADO DE:
MAESTRÍA EN CONSULTORÍA EMPRESARIAL

DOCENTE DIRECTOR:
C. Dr. MARLON ERNESTO JEREZ PORTILLO

AGOSTO, 2015
SANTA ANA, EL SALVADOR, CENTRO AMERICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES



RECTOR
INGENIERO MARIO ROBERTO NIETO LOVO

VICE-RECTORA ACADEMICA
MAESTRA ANA MARÍA GLOWER DE ALVARADO

VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO
MASTER ÓSCAR NOÉ NAVARRETE ROMERO

SECRETARIA GENERAL
DOCTORA ANA LETICIA DE AMAYA

FISCAL GENERAL
LICENCIADO FRANCISCO CRUZ LETONA

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE



DECANO

LICENCIADO RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICE-DECANO

INGENIERO WILLIAM VIRGILIO ZAMORA GIRÓN

SECRETARIO DE LA FACULTAD

LICENCIADO VÍCTOR HUGO MERINO QUEZADA

JEFE DE LA ESCUELA DE POSGRADOS

Med. MAURICIO ERNESTO GARCÍA EGUIZÁBAL

COORDINADOR GENERAL DEL PROCESO DE GRADO.

Contenido

	Pág.
AGRADECIMIENTOS.....	viii
I. Introducción	ix
Capítulo I. Planteamiento del Problema.....	11
1.1. Descripción del Problema.....	12
1.2 Justificación de la Investigación.....	18
1.3 Objetivos.....	19
1.3.1 Objetivo General.....	19
1.3.2 Objetivos Específicos	19
1.4 Cobertura y Alcance	20
1.4.1 Cobertura Espacial.....	20
1.4.2 Cobertura Temporal.....	20
1.4.3 Alcance	20
Capítulo II. Fundamento Teórico	21
2.1 Base conceptual de la calidad para empresas del sector turismo en hoteles y restaurantes	22
2.1.1. Descripción evolutiva del concepto de calidad	22
2.1.2. Sistemas de gestión de estándares de calidad en turismo.....	24
2.1.3. Principios de gestión de la calidad	25
2.1.4. Modelos de gestión de la calidad.....	27
2.1.5. Modelos de estándares de calidad internacionales en hoteles y restaurantes	30
2.1.6. Tipos de alojamientos nacionales e internacionales	31

2.1.7. La Norma Salvadoreña NSR 03.44.01:06 Norma de Calidad Turística de servicios e instalaciones para pequeños y medianos hoteles, hostales y apartahoteles.	36
2.1.8. La Norma Salvadoreña NSR 03.56.01:08 Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del servicio.	36
2.1.9. El NPS (Net Promoter Score).....	37
Capítulo III. Método de Estudio.....	39
3.1 Tipo de estudio	40
3.2 Diseño del Estudio.....	40
3.3 Universo y muestra.....	41
3.4 Criterios de Inclusión.....	42
3.5 Unidades de análisis u observación	43
3.6 Técnicas de recolección de datos.....	43
3.6.1. Entrevista estructurada	43
3.6.2. Observación directa	43
3.6.3. Encuesta.....	44
3.7. Variables e indicadores.....	44
3.8. Discusión de resultados obtenidos a nivel de diagnóstico del problema.....	47
3.8.1. Tabulación de resultados.	47
3.8.2. Resultados por variables de estudio.....	49
Recursos Humanos	50
Otros resultados	54
CAPITULO IV. Propuesta de un Modelo de Gestión de Estándares de Calidad para hoteles y restaurantes pequeños y medianos.....	56
4.1. Presentación de la propuesta.....	57

4.2	. Descripción de los elementos del Modelo.	58
4.2.1.	Plan Estratégico	58
4.2.2.	Trabajadores comprometidos y capacitados.....	58
4.2.3.	Manuales de controles administrativos.....	58
4.2.4.	Vinculación con grupos de interés.....	59
4.2.5.	Procesos de atención al cliente	59
4.2.6.	Estudios de clima laboral.....	60
4.2.7.	Estudios de marketing en servicios.	61
4.2.8.	Ejecución de los planes con vinculación de los diferentes grupos de interés.....	61
4.2.9.	Indicadores o rendimientos finales de las empresas.....	61
CAPITULO V. Plan de Acción para ejecutar el Modelo propuesto		62
5.1	Plan de acción con base al modelo propuesto de gestión de estándares de calidad	63
5.1.1	Facilitadores.....	63
5.1.2	Resultados.....	69
5.1.3	Indicadores.....	71
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		73
CONCLUSIONES.....		74
RECOMENDACIONES		75
Referencia Bibliográfica.....		76
ANEXOS		78

Índice de Figuras.

FIGURA 1 ESQUEMA DE NPS	38
FIGURA 2 MODELO PROPUESTO DE GESTIÓN DE ESTÁNDARES DE CALIDAD.....	57

Índice de Tablas.

TABLA 1 LLEGADAS DE VISITANTES INTERNACIONALES. AÑOS: 2009-2013.....	12
TABLA 2 PROCEDENCIA DE TURISTAS. AÑO 2009-2013	13
TABLA 3 CONCEPTOS DE CALIDAD	22
TABLA 4 MODELOS DE GESTIÓN DE CALIDAD.....	27
TABLA 5 CRITERIOS DE INCLUSIÓN	42
TABLA 6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y VARIABLES CONSIDERADAS.....	44
TABLA 7 RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN EN EMPRESARIOS.....	47
TABLA 8. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN EN EMPLEADOS.	48
TABLA 9. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN A TURISTAS.	52
TABLA 10. PLANIFICACIÓN DEL CRITERIO I.....	63
TABLA 11. PLANIFICACIÓN CRITERIO II.	64
TABLA 12. PLANIFICACIÓN CRITERIO III.	64
TABLA 13. PLANIFICACIÓN DE CRITERIO IV.....	65
TABLA 14. PLANIFICACIÓN DEL CRITERIO V. PROCESO DE LOGÍSTICA INTERNA.	65
TABLA 15. PLANIFICACIÓN DEL CRITERIO V. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	66
TABLA 16. PLANIFICACIÓN DE CRITERIO V. PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.	67
TABLA 17. PLANIFICACIÓN CRITERIO V. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING.....	68
TABLA 18. PLANIFICACIÓN DE CRITERIO V. PROCESO DE DESPEDIDA Y POSTVENTA	68
TABLA 19. PLANIFICACIÓN DE RESULTADOS. APLICACIÓN PARA OBTENER RESULTADOS.	69
TABLA 20. PLANIFICACIÓN DE RESULTADOS. APLICACIÓN DE ESTUDIO DE CLIMA LABORAL.....	70
TABLA 21. EJECUCIÓN DE PLANES CON LA VINCULACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS.....	70
TABLA 22. CONSECUENCIA PLAN ANUAL OPERATIVO.....	71
TABLA 23. EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO.....	72
TABLA 24. APLICACIÓN DEL NPS.	72

AGRADECIMIENTOS.

Culminar un proceso de aprendizaje universitario es proyectarse al éxito, esto no hubiera sido posible sin la misericordia de nuestro Dios por dotarnos de la sabiduría, paciencia, fortaleza y amor.

A nuestros padres; a Dany, Rebe, Gaby, Vane y Pame: por su amor incondicional; a los docentes por compartir sus conocimientos, especialmente al docente asesor por el acompañamiento y guía en nuestro desarrollo educativo profesional.

Un agradecimiento especial a compañeros maestrandos que nos dedicaron tiempo para compartir nuestras inquietudes aportando experiencia y conocimiento para el logro de este éxito.

Un reconocimiento especial a: Máster Carlos Pineda, Dra. Dinora Arriaza de Gochez, Dr. Juan Francisco Sandoval y Licdo. Cesar Duarte por su incondicional apoyo.

Un principal agradecimiento es preciso y necesario decir que esta investigación no hubiese sido posible sin la activa colaboración de las entidades gubernamentales en materia de calidad en el sector turismo, así como las empresas y su recurso humano objeto de estudio.

La suma del trabajo individual jamás será igual al resultado del trabajo en equipo. Con base a este pensamiento se desarrollo esta tesis.

I. Introducción

En las últimas décadas la práctica empresarial y la literatura sobre gestión de la calidad en el servicio o productos que ofertan, han concluido a que la competitividad tiene que estar en un proceso hacia la mejora continua, eligiéndola como uno de los retos estratégico críticos. El fundamento de ésta prescripción teórica es la existencia de una relación positiva entre la gestión de la calidad y la satisfacción del consumidor. (Camisón, Cruz, & González, 2006)

El objetivo de esta investigación es proponer un modelo de gestión de estándares de calidad para empresas del sector turismo en hoteles y restaurantes pequeños y medianos de la ruta de las flores de los municipios Concepción de Ataco y Apaneca, analizando la situación actual en relación a la prestación de servicios y verificando el cumplimiento de los estándares y condiciones de calidad que les permitan competir internacionalmente; con el fin de contribuir al fortalecimiento del turismo, que derive en el crecimiento y desarrollo económico de dichos municipios.

La calidad es definida como la propiedad o conjunto de propiedades, inherentes a una cosa que permiten apreciarlas como igual, mejor o peor que las restantes de su especie. (Real Academia, 2014)

El sector servicio, en las empresas de turismo se ha visto en la necesidad de contar con estrategias y estándares que puedan referenciar la calidad, adquiriendo la obligación de adaptar en su oferta los nuevos valores, gustos y preferencias de los consumidores turistas y su creciente preferencia por los servicios personalizados.

Para plantear esta investigación se hizo un sondeo a través de entrevistas a turistas visitantes en los establecimientos que formaron parte del estudio, para conocer su valoración sobre el servicio recibido tanto en hoteles como en restaurantes. Además se administró un cuestionario a los empleados, una guía de entrevista a los empresarios y un instrumento para registrar lo observado por parte de los investigadores en la zona propuesta, con el fin de identificar las debilidades en el servicio prestado con respecto a los estándares de calidad con

que deben ofertar sus servicios y a partir de los resultados obtenidos, proponer el “MODELO DE GESTIÓN DE ESTÁNDARES DE CALIDAD PARA EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO EN HOTELES Y RESTAURANTES PEQUEÑOS Y MEDIANOS DE LA RUTA DE LAS FLORES EN LOS MUNICIPIOS CONCEPCIÓN DE ATACO Y APANECA”.

El presente documento contiene en el capítulo I titulado Planteamiento del Problema, descripción del problema, justificación de la investigación, objetivos generales y específicos, cobertura y alcance.

En el capítulo II, titulado Fundamentos teóricos, se presenta la base teórica de los conceptos fundamentales para el desarrollo de la investigación.

El capítulo III contiene el método de estudio, en donde se definen las variables e indicadores en estudio, el universo, criterios de inclusión, y discusión de resultados, que proporcionan la base para la propuesta.

El capítulo IV presenta la propuesta del Modelo de Gestión de Estándares de Calidad y la guía de aplicación del mismo, estableciendo el plan de acción a seguir.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación.

Capítulo I. Planteamiento del Problema

1.1. Descripción del Problema

Uno de los principales destinos turísticos en El Salvador, es la denominada Ruta de las Flores, que se localiza en la sierra de Apaneca-Ilamatepec, alcanza una altura máxima de 2,365.07 msnm, posee clima fresco y agradable, dicha ruta comprende cinco destinos llenos de tradición cultural, exquisitos platillos típicos, hostales, hoteles, festivales gastronómicos y un estupendo atractivo natural con los más bellos paisajes a su alrededor. Los cinco destinos son: Concepción de Ataco, Apaneca (localizados en el Departamento de Ahuachapán), Salcoatitán, Juayúa y Nahuizalco (localizados en el Departamento de Sonsonate).

El Ministerio de Turismo, considera que La Ruta de las Flores posee alrededor de 40 atractivos turísticos, donde las personas del Interior y del Exterior del país, además de unos 35 hoteles y hostales y cuenta con más de 42 restaurantes con una capacidad de más de 4,157 sillas. Según datos de esta cartera de Estado, más de un millón de personas, entre nacionales y extranjeros, recorren anualmente la Ruta de Las Flores, lo que genera ingresos para los micros, pequeños y medianos empresarios de la zona. (Portillo, 2014)

Los datos sobre visitantes internacionales que llegan a El Salvador, se presentan a continuación. (CORSATUR, 2013)

Tabla 1 Llegadas de visitantes internacionales. Años: 2009-2013

Clasificación	2009	2010	2011	2012	2013	Variación porcentual 10/09	Variación porcentual 11/10	Variación porcentual 12/11	Variación porcentual 13/12
Visitantes	1481,748	1605,358	1634,679	1738,317	1822,003	8.3%	1.8%	6.3%	4.8%
Turistas	1090,926	1149,561	1184,497	1254,724	1282,792	5.4%	3.0%	5.9%	2.2%
Excursionistas	390,822	455,797	450,182	483,593	539,211	16.6%	-1.2%	7.4%	11.5%

Fuente: Encuesta de conteos Movimientos Turísticos en Fronteras Terrestres CORSATUR - ARALDI 2009-1er.º T 2013 y IT CORNER 2º T a 4º. T 2013 y datos vía aérea de MIGRACION.

La procedencia de los turistas que visitan El Salvador se ve reflejada en la figura 2. (CORSATUR, 2013)

Tabla 2 Procedencia de turistas. Año 2009-2013

Región de residencia	2009	2010	2011	2012	2013	Variación porcentual 13/12	Cuota de mercado 2013
Centroamérica	673,324	739,843	734,796	740,698	708,541	-4.3%	55.2%
Norteamérica	371,280	356,608	368,641	443,075	482,211	8.8%	37.6%
Suramérica	19,861	23,704	33,249	32,897	46,337	40.9%	3.6%
Europa	18,842	19,919	33,891	25,744	32,344	25.6%	2.5%
Asia	3,265	4,927	7,504	5,848	5,699	-2.5%	0.4%
Otros	4,354	4,560	6,416	6,462	7,659	18.5%	0.6%
Total	1090,926	1149,561	1184,497	1254,724	1282,792	2.2%	100.0%

Fuente: Encuesta de conteos Movimientos Turísticos en Fronteras Terrestres CORSATUR - ARALDI 2009-1er.T 2013 y IT CORNER 2º T a 4º. T 2013 y datos vía aérea de MIGRACION

En El Salvador, las principales instituciones de turismo son: Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) y el Ministerio de Turismo (MITUR). El marco institucional del turismo ha evolucionado, dando paso a la creación de instituciones, leyes y planes que priorizaron la visión del turismo como un eje generador de empleos. (Gómez & Ortiz, 2010)

El MITUR es el ente rector de la actividad turística y, por lo tanto, se encarga de la formulación de las políticas, planes, proyectos y otros que contribuyan a dinamizar al sector. Tiene a su cargo la aplicación de la Ley de Turismo, cuyo objetivo es —fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras. (REFERENCIA CORTE)

La Ley General de Turismo fue aprobada mediante Decreto Legislativo N° 899 de fecha 10 de diciembre de 2005, publicado en el Diario Oficial N° 237, Tomo N° 369 del 20 del mismo mes y año. (Justicia, Portal Jurídico, 2010)

Posteriormente se aprueba el Reglamento General de la Ley de turismo mediante Decreto Legislativo N° 108 de fecha 14 de junio de 2012, publicado en el Diario Oficial, Tomo N° 395 del 29 del mismo mes y año. (Justicia, Portal Jurídico, 2012)

El Plan de turismo 2014 hace énfasis en mejorar la estructura turística, basándose en superar las debilidades encontradas en el sector, dentro de las cuales está la reducida oferta turística de calidad superior. Por lo que uno de los objetivos principales es desarrollar la micro, pequeñas y medianas empresas turísticas como sector estratégico generador de empleo, para eso es preciso aprovechar los componentes de la oferta turística que son los que determinan la afluencia de visitantes tanto nacionales como extranjeros. (Gómez & Ortiz, 2010)

Con la creación del Ministerio de Turismo, las leyes y reglamentos se proporcionó un espacio a las empresas turísticas para registrarse ante dicha entidad y gozar de los beneficios de pertenecer a este gremio. El Registro Nacional de Turismo ofrece entre sus beneficios: registrar la empresa en el sitio web El Salvador Impressive (www.elsalvador.travel), participar en ferias y eventos tanto a nivel nacional o internacional, proporcionando cobertura de boletos aéreos para un participante y el stand promotor. (CORSATUR P. d., 2013)

En 2011 se creó El Organismo Salvadoreño de Normalización (OSN) ha sido creado a partir de la entrada en vigencia de la Ley de Creación del Sistema Nacional de la Calidad, publicada en el Diario Oficial N° 158, Tomo N° 392 del 26 de agosto de 2011, siendo uno de los entes de la infraestructura de la calidad que permitirán la inserción de la cultura de la calidad en todos los planos de la vida nacional, y que convierta a la calidad en la exigencia de primer orden en la adquisición de obras, bienes y servicios de cualquier índole. Entre las principales funciones de la ley, relacionadas en materia de normalización y evaluación de la conformidad se encuentran:

- Elaborar, actualizar, adoptar, adaptar, derogar y divulgar normas que faciliten la evaluación de la conformidad, el desarrollo de los sectores productivos y proveer las bases para mejorar la calidad de los productos, procesos y servicios.
- Fomentar la aplicación de las normas técnicas en los distintos sectores productivos.
- Elaborar y desarrollar un programa anual de normalización. (OSN, 2012)

El OSN se encarga de proporcionar una guía sobre la certificación de productos, considerando que esto se ha convertido en un lenguaje común respecto al cumplimiento de los requisitos de calidad en los productos y servicios que ofrece un país. (OSN, 2012)

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), en el programa de Difusión y Socialización de Normas de Calidad Turística con el apoyo del Ministerio de Economía a través del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), pretenden garantizar la excelencia en la prestación del servicio a turistas nacionales e internacionales, mediante los estándares de las “Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas Prácticas Turísticas de Centroamérica” (CONACYT, 2012)

Para tal efecto, se ha creado la Norma Salvadoreña NSR 03.44.01:06 que es la Norma de Calidad Turística de Servicios e Instalaciones para Pequeños y Medianos Hoteles, Hostales y Apartahoteles. Publicada en el Diario Oficial N° 192, Tomo N° 377. También existe la norma NSR 03.56.01:08 Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del servicio. (CONACYT, 2012)

En El Salvador existen organizaciones que pretenden asociar a los establecimientos para incentivar la adopción de estándares mínimos de calidad y servicio al cliente exigido por las Normas de Calidad Turística Salvadoreña, una de ellas es Hoteles Pequeños de El Salvador (HOPES), una asociación con más de sesenta y cinco hoteles asociados en todo el

territorio nacional, todos cumplen con el estándar mínimo de calidad y servicio al cliente. (www.hopes.com.sv)

De igual manera existe una Asociación de Restaurantes (ARES), quienes se rigen por las Normas de Calidad Salvadoreñas; constituida a finales del año 2000, ha incorporado empresarios de restaurantes que por sus características afines, forma de operar, ética profesional, espíritu de colaboración y similitud de intereses, han logrado que ARES, sea considerada por las autoridades gubernamentales de El Salvador por la calidad e integridad profesional, ser el organismo del sector empresarial. (www.ares.com.sv)

Las normas de calidad deben considerarse como herramientas que permiten a los proveedores del sector turismo ser referentes a nivel nacional e internacional, por la calidad de los servicios, logrando así la satisfacción y fidelidad de los clientes. (Camisón, Cruz, & González, 2006)

A pesar que existe toda una estructura que apoya al turismo, incluyendo normas con estándares a aplicar, los empresarios dueños de los establecimientos que prestan sus servicios de alojamiento y alimentación, es decir dueños de pequeños y medianos hoteles y restaurantes, que se encuentran ubicados en la Ruta de las Flores, específicamente en los Municipios de Concepción de Ataco y Apaneca, dicen desconocer la existencia de dichas normas, por lo que no aplican los criterios establecidos en ellas para poder certificar sus servicios y productos; quedando en desventaja competitiva a nivel nacional y de la Región Centroamericana.(Propietarios, 2014)

La no aplicación de estándares de calidad definidos se refleja en la opinión negativa de los usuarios de los servicios prestados, pudiendo constatar a través de entrevistas realizadas en forma verbal, que ellos presentan quejas sobre enfermedades contraídas o

insatisfacciones en las visitas a algunos restaurantes y sobre la inseguridad de los mismos. (turista, 2014)

De ahí que el problema se plantea a partir de las acciones y recursos necesarios para que las Pequeñas y Medianas empresas de los municipios de Concepción de Ataco y Apaneca sean competitivas implementando Normas de Calidad y aplicando Buenas Prácticas en el desarrollo y prestación de sus productos y servicios.

La pregunta que guiará la investigación es la siguiente: ¿Es posible crear un Modelo de Gestión de Estándares de Calidad aplicado a empresas del sector turismo en hoteles y restaurantes pequeños y medianos de la Ruta de las Flores en los Municipios de Concepción de Ataco y Apaneca?

Las preguntas secundarias son: ¿Cuáles son los estándares de calidad que aplican las empresas en estudio, en la prestación de servicios actualmente? ¿Cumplen con los estándares establecidos en las normas vigentes? ¿Los estándares de calidad deben incluirse en un modelo de gestión adecuado para las pequeñas y medianas empresas del sector turismo que comprenden los hoteles y restaurantes?

1.2 Justificación de la Investigación

El crecimiento del turismo como factor de desarrollo económico de la pequeña y mediana empresa es una oportunidad que ha tomado un gran auge debido a la actividad estratégica que impulsan las instituciones gubernamentales y que involucran la participación activa de los comerciantes, tal es el caso de las Normas de Calidad Turística Salvadoreñas, que tienen como objetivo estandarizar la prestación de servicios cumpliendo criterios establecidos para garantizar la calidad de los mismos.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), destacó en su último informe el alto crecimiento en el flujo de turistas que ingresan a El Salvador gracias al Plan Nacional de Turismo lanzado por el Gobierno y enfocado en el segmento de negocios y vacaciones. (CORSATUR, 2013)

Del total de turistas que ingresan a El Salvador, un 68% visita la Ruta de las Flores, puesto que por su naturaleza es un atractivo turístico que motiva visitarla, degustando de un sin fin de actividades y platillos típicos propios de cada municipio que la conforma. (Portillo, 2014), para lograr que el flujo de turistas se mantenga, e incluso, que se genere un mayor crecimiento al presentado en los últimos años, se hace necesario proponer un “MODELO DE GESTIÓN DE ESTÁNDARES DE CALIDAD PARA EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO EN HOTELES Y RESTAURANTES PEQUEÑOS Y MEDIANOS DE LA RUTA DE LAS FLORES EN LOS MUNICIPIOS CONCEPCIÓN DE ATACO Y APANECA”.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Elaborar un modelo de gestión de estándares de calidad para empresas del sector turismo en hoteles y restaurantes pequeños y medianos de la Ruta de las flores en los municipios de Concepción de Ataco y Apaneca.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Establecer un diagnóstico de la situación actual con respecto a los estándares de calidad empleados en los hoteles y restaurantes del sector turismo en los municipios en estudio.
2. Determinar la condición actual de los hostales, hoteles y restaurantes a través de la comparación con los estándares nacionales establecidos en la normativa vigente.
3. Adaptar los criterios establecidos en los estándares nacionales regulados en la Norma de Calidad Turística Salvadoreña generando un modelo ad-hoc a las pequeñas y medianas empresas turísticas en estudio.
4. Establecer un plan de acción para la ejecución del modelo propuesto.

1.4 Cobertura y Alcance

1.4.1 Cobertura Espacial

El proyecto se delimitó al Municipio de Concepción de Ataco y Municipio de Apaneca de la Ruta de Las Flores de El Salvador.

1.4.2 Cobertura Temporal

El trabajo de Investigación se realizó durante los años 2012 al 2014.

1.4.3 Alcance

El alcance de la Investigación comprende el estudio de los procesos relacionados con el servicio y la atención al cliente de los pequeños y medianos hoteles y restaurantes de Concepción de Ataco y Apaneca en la Ruta de las Flores.

Se entenderá para esta investigación, que un pequeño hotel es aquel que posee un mínimo de 5 y un máximo de 100 habitaciones y 16 a 30 empleados. Un mediano hotel es aquel que posee un mínimo de 51 y un máximo de 100 habitaciones y 16 a 30 empleados. (CORSATUR M. d., Agosto, 2012).

Se estudiaron los criterios de la Norma de Calidad Turística de Servicios e Instalaciones para Pequeños y Medianos Hoteles, Hostales y Apartahoteles, para verificar el cumplimiento de los estándares de calidad.

Capítulo II. Fundamento Teórico

2.1 Base conceptual de la calidad para empresas del sector turismo en hoteles y restaurantes

2.1.1. Descripción evolutiva del concepto de calidad

Camisón, Cruz y González establecen que algunos autores opinan que la calidad no es definible, al ser propiedad absolutamente personal que solo puede reconocerse a través de la experiencia. Otros autores concluyen que una definición comúnmente aceptada que fuese válida para todas las empresas e industrias no es posible. (Camisón, Cruz, & González, 2006).

El concepto de calidad como excelencia podría ser útil para fijar estándares en la calidad de diseño buscando un desempeño superior, aunque su naturaleza abstracta lo incapacita para guiar a la dirección en gestión de la calidad; en cambio, el concepto de la calidad como satisfacción de las expectativas del cliente supone una definición enfocada hacia el exterior que permitirá valorar mejor la excelencia, en el diseño, a costa de sus dificultades en medir las expectativas del cliente. (Camisón, Cruz, & González, 2006)

Tabla 3 Conceptos de Calidad

Autores	Enfoque	Acento diferencial	Desarrollo
Platón	Excelencia	Calidad absoluta (producto)	Excelencia como superioridad absoluta, “lo mejor”. Asimilación con el concepto de “lujo”. Analogía con la calidad de diseño.
Shewhart Crosby	Técnico: conformidad con especificaciones	Calidad comprobada/controlada (procesos)	Establecer especificaciones. Medir la calidad por la proximidad real a los

			estándares. Énfasis en la calidad de conformidad. Cero defectos.
Deming, Taguchi	Estadístico: pérdidas mínimas para la sociedad, reduciendo la variabilidad y mejorando estándares	Calidad generada (producto y procesos)	La calidad es inseparable de la eficacia económica. Un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste. La calidad exige disminuir la variabilidad de las características y del producto alrededor de los estándares y su mejora permanente. Optimizar la calidad de diseño para mejorar la calidad de conformidad.
Feigenbaum Jurán Ishikawa	Aptitud para el uso	Calidad planificada (sistema)	Traducir las necesidades de los clientes en las especificaciones. La calidad se mide por lograr la aptitud deseada por el cliente. Énfasis tanto en la calidad de diseño como de conformidad.
Parasuraman Berry Zeithaml	Satisfacción de las expectativas del cliente	Calidad satisfecha (servicio)	Alcanzar o superar las expectativas de los clientes. Énfasis en la calidad del servicio
Evans (Proter & Gamble)	Calidad Total	Calidad gestionada (empresa y su sistema de valor)	Calidad significa crear valor para los grupos de interés. Énfasis en la calidad en toda la cadena y el sistema de valor.

Fuente: (Camisón, Cruz, & González, 2006)

2.1.2. Sistemas de gestión de estándares de calidad en turismo

A medida que en la edad media surgieron las corporaciones, las normas de calidad se hicieron evidentes. Esto pretendía, por un lado garantizar la conformidad de los bienes que se entregaban al cliente y por el otro, mantener la exclusividad de elaborar ciertos productos. El concepto de Calidad se ha desarrollado de manera paralela a diferentes enfoques gerenciales. Es decir, como si hubiera evolucionado en forma aislada. De ahí que concluya que la implantación de calidad total demanda forzosamente un estilo gerencial participativo y que tenga como uno de sus principales valores al trabajo en equipo, la calidad de un servicio, no es aquella que el productor pueda dar, sino aquella que se adecua a las necesidades de los consumidores.

El servicio es un término capaz de acoger significados muy diversos. Se debe entender el servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal, ya consista ésta en un producto o en un servicio.

En la estrategia del servicio: el liderazgo de la alta gerencia es la base de la cadena, la calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados, la satisfacción de los empleados impulsa su lealtad, la lealtad de los empleados impulsa la productividad, la productividad de los empleados impulsa el valor del servicio, el valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente, la satisfacción del cliente impulsa la lealtad del cliente, la lealtad del cliente impulsa las utilidades y la consecución de nuevos públicos.

En los sistemas de gestión de la calidad la conducción y operación exitosa de una empresa requieren de una administración sistemática y transparente. Se puede lograr el éxito con la aplicación y conservación de un sistema de gestión diseñado para mejorar continuamente el desempeño abordando las necesidades de todas las partes interesadas. La administración de una organización abarca la gestión de la calidad además de otras disciplinas de la gestión (ISO9000-2000). En la última década, se ha vivido un gran

crecimiento en el número de empresas certificadas en un sistema de gestión de la calidad según la familia de normas ISO 9000.

El rediseño del sistema de gestión de la calidad partiendo de diagnóstico profundo que contemple las siguientes acciones: los procesos de la empresa, las ineficiencias que genera el actual sistema de calidad, el sistema de información existente y cómo interactúa con el sistema de calidad y con los procesos de negocio, conocimiento y motivación de los integrantes de la empresa al respecto del sistema de calidad, grado de enfoque al cliente de la organización y gestión de recursos humanos.

La competitividad empresarial actual dentro de las empresas, la globalización de los mercados, obliga a una mejora continua de los productos y servicios, y logrando la “Certificación de Empresa” o “Certificación del Producto” siendo la implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad el paso previo para alcanzar dicha Certificación.

2.1.3. Principios de gestión de la calidad

El enfoque de la gestión de la calidad total puede ser perfectamente caracterizado a partir de ocho principios fundamentales y de su grado de implantación según las prácticas y técnicas que se manejen:

Orientación Estratégica a la Creación de Valor: como acciones de la alta dirección, que cuente con un plan estratégico con su estructura global y horizontal, sustentado en la calidad, con estrategias basadas en las necesidades de los clientes y del resto de grupos de interés claves de la organización, así como establecer una estructura que apoye a la gestión de la calidad definiendo un manual con procedimientos de calidad que estandaricen las mejores prácticas en los procesos para el aseguramiento de la calidad y manteniendo una mejora continua.

Orientación al Cliente: éste principio postula la consideración de los clientes internos y externos, como el eje de la actividad empresarial que debe estar enfocada a su satisfacción o más bien que se anticipe a las necesidades futuras buscando la fidelización porque ellos son los que enjuician la calidad del servicio recibido.

Liderazgo y Compromiso de la Dirección: la puesta en práctica de la Gestión de la Calidad Total desde un enfoque estratégico, exige una transformación de la cultura organizativa, que empieza por el cambio de los estilos de dirección, así como en los roles de un líder efectivo que tiene las destrezas para influir, y persuadir, asegurando el compromiso transfiriendo conocimientos y habilidades en todas direcciones.

Visión Global y Horizontal de la Organización: una estrategia global que envuelve a toda la organización, basada en los procesos y no en las funciones, enfocada a la mejora, la innovación, la cooperación externa orientada hacia el diseño y la compra de calidad.

Orientación hacia el Aprendizaje y a la Innovación: la dirección debe liderar la organización abriendo las puertas al aprendizaje adaptativo y generativo, así como a la innovación incremental y radical.

Orientación a la cooperación: establecimiento de alianzas estratégicas con sus proveedores para participar en el diseño de los productos, que los proveedores manejen una calidad concertada, que permita intercambiar conocimientos, información, experiencia o desarrollar nuevas competencias, para que aprendan a gestionar y mejorar la calidad y la eficiencia de sus procesos.

Orientación a las personas y al desarrollo de sus competencias: la mejora continua comienza con la incorporación de la calidad deseada en la fase de diseño, para lo cual es necesario el trabajo en equipo, cuyo proceso contemple: instrucciones de trabajo, la formación del personal, desarrollo en nuevas tecnologías, así como prácticas de benchmarking para aprender de las mejores prácticas de otros.

Prácticas para la orientación ética y social: acciones orientadas a implicar a la empresa en la resolución de los problemas que aquejan a la comunidad local, el respeto medioambiental (norma ISO 14000) y la calidad social y ética de la organización (las normas SGE 21:2005 o SA14000).

2.1.4. Modelos de gestión de la calidad

Elaborar modelos de gestión para las empresas se ha justificado en la historia de la administración y la gerencia, es la principal dimensión de una empresa, en ella debe existir una necesidad permanente de interpretar el entorno, proyectar los cambios y con un modelo de gestión estratégico poder dar respuesta la realidad que exige dicho entorno. Señala que el ideal gerencial es disponer de modelos para pre-evaluar y post-evaluar la viabilidad de planes para alcanzar los objetivos y metas.

Con la transformación de los modelos productivos, en las economías preindustriales, industriales y de servicio y con los propios avances en la orientación para la gestión de la calidad con su valor agregado para el cliente, lo que sería útil para fijar estándares de calidad buscando un desempeño superior.

En la siguiente tabla se presentan los tres modelos de excelencia más reconocidos y los organismos que los gestionan a nivel mundial.

Tabla 4 Modelos de gestión de calidad

Modelo	Organismo que lo gestiona
1. Deming	JUSE (Japón)
2. Malcolm Baldrige	Fundación para el premio de calidad Malcolm Baldrige (EE:UU)
3. EFQM	European Foundation For Quality Management (Europa)

Fuente: (Calidad, 1983)

2.1.4.1. Modelo de Excelencia Premio Deming

Una importante contribución al desarrollo de la calidad total ha sido el Premio Deming, que se otorga a las empresas que han alcanzado resultados mediante la aplicación del Control de Calidad en toda la empresa basado en métodos estadísticos y los criterios que evalúa su política de compañía y planificación, organización, dirección y su gestión, educación y difusión del Control de Calidad, gestión de la información de la calidad, análisis, normalización, Control y aseguramiento de la calidad, resultados y planificación. (Calidad, 1983)

2.1.4.2. Modelo de excelencia Malcolm Baldrige.

Los criterios básicos de éste modelo son:

- Liderazgo: contiene cómo la alta dirección evalúa su liderazgo contribuyendo a la mejora de la calidad y competitividad de las empresas;
- Planificación estratégica: evalúa la planificación estratégica y de negocio y el despliegue de los planes, dando un gran énfasis a los requerimientos de los clientes y los resultados operacionales.
- Enfoque al cliente y al mercado: Evalúa la relación con los clientes, los requerimientos de los factores claves que conducen a la competitividad.
- Información y análisis: evalúa el alcance, validación, uso y gestión de los datos para soportar la mejora en el enfoque hacia el cliente, calidad de los productos, servicios, y operaciones internas.
- Desarrollo y Dirección de los Recursos Humanos, evalúa la eficiencia de los elementos claves desarrollándolos para conseguir los objetivos operacionales y de calidad de la organización.
- Gestión de Procesos: examina los aspectos claves de la gestión de procesos, diseño, productivos y entrega de servicio orientado hacia el cliente.
- Resultados Empresariales: evalúa resultados y mejoras en todas las áreas claves.

2.1.4.3. Modelo de Excelencia de la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM)

Los aspectos básicos del Modelo EFQM de Excelencia incluye los agentes facilitadores, que permite medir cómo realiza las actividades la empresa; y los resultados miden que consigue la empresa. Este modelo evalúa la totalidad, mediante la identificación de fortalezas y sus áreas susceptibles de mejora.

Los criterios básicos del modelo son:

- Liderazgo y Dirección: evalúa cómo el equipo directivo demuestra su compromiso con la calidad, en sus relaciones con sus empleados, clientes y proveedores.
- Política y Estrategia evalúa cómo la organización formula sus políticas y estrategias se comunican a toda la organización y se mejora continuamente.
- Persona: detalla cuáles son los planes que la organización desarrolla para lograr una mejora de gestión de sus recursos de personal interno y externo de la organización.
- Recursos: evalúa cómo gestiona los recursos financieros, de información, los proveedores, materiales y otros activos de la organización.
- Procesos: evalúa cómo la organización identifica, gestiona sus procesos críticos, revisa los resultados de los procesos a nivel adecuado de dirección y mejora sus procesos, aprovechando el talento de los empleados.

Los tres modelos tienen semejanzas muy importantes: están basados en la estructuración de los principios para la calidad total, logran la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, mediante la autoevaluación conocen los puntos fuertes y las áreas a mejorar, coinciden en alcanzar la calidad, buscan la mejora continua y el aprendizaje, son modelos no normativos, orientación a los resultados, y buscan la rentabilidad.

2.1.5. Modelos de estándares de calidad internacionales en hoteles y restaurantes

La certificación en turismo en la última década se ha convertido en una de las prioridades competitivas. El crecimiento de la competencia internacional, junto con el aumento del grado de exigencia de los consumidores turistas, han estimulado a las empresas y a los destinos turísticos a empujar la frontera de la calidad de sus servicios (Camisón, Cruz, & González, 2006).

El crecimiento e implantación de los Sistemas de Gestión de la Calidad en turismo ha seguido un ritmo importante, por ejemplo en España, especialmente desde la segunda mitad de los años 90's hasta el 2004, hay un registro de 390 empresas. El sistema de Calidad turística Española tenía dos objetivos: dotar a las empresas turísticas de una metodología común para establecer un sistema de gestión y mejora de la calidad, que les permitiese mantener y mejorar su posición competitiva; y respaldar institucionalmente el conocimiento de la imagen de marca de España como destino de calidad, utilizando como signo diferenciador en los mercados internacionales la marca de Calidad Turística Española “Q” reconociendo aquellas empresas que han logrado la certificación de su Sistema de Gestión de la Calidad (ICAITI). El Control de Calidad Japonés nació en Occidente, si el Japón lo hubiese adoptado sin modificación no habría tenido éxito; pero hubo problemas cuando no existía una metodología científica y racional, no había participación plena en el análisis de los medios para alcanzar las metas, los participantes no conocían las técnicas de análisis y control basados en métodos estadísticos, no se ofrecía educación en control de calidad a todos los empleados desde la alta gerencia hasta los niveles operativos, habían pocos especialistas; pero éstos pensaban en términos de su propia especialización, y no veían el cuadro global; los altos ejecutivos y los gerentes de nivel medio fijaban metas que solían ser impulsivas y emitían políticas contradictorias, rehusaban asumir sus responsabilidades. El control de calidad es hacer lo que se debe hacer en todas las industrias. Para ellos el Control de Calidad que no muestra resultados no es control de calidad y lo basan en que empieza con educación y termina con educación. En diciembre de

1967, Japón determinó que se distinguía del control occidental por estas seis características: Control de calidad en toda la Empresa, educación y capacitación en control de calidad, actividades de Círculos de Calidad, Auditoría de Círculos de Calidad, utilización de métodos estadísticos y actividades de promoción de la calidad a escala nacional. (Ishikawa, 1988)

En Centroamérica ICAITI 66 000 es una serie de normas sobre sistemas de calidad y considera cinco términos fundamentales para la utilización de ésta norma, estos son Política de Calidad, Gestión de la Calidad, Sistema de la Calidad, Control de la Calidad y Aseguramiento de la Calidad; equivalente a ISO 9000-1987 (ICAITI)

2.1.6. Tipos de alojamientos nacionales e internacionales

Los orígenes históricos de la hotelería según la Organización Mundial del Turismo (OMT), se encuentran en el negocio de las posadas, las que con el tiempo dan origen a los hoteles y restaurantes. (OMT, 2012)

Clasificación de los alojamientos

Reconocidos como lugares para permanecer o pernoctar, su clasificación depende del tipo de servicio de los que pueda disponer la persona alojada.

Alojamientos considerados internacionalmente:

Albergues: Establecimiento público, especialmente para jóvenes viajeros, comodidades mínimas y tarifas accesibles.

Cabañas: Alojamiento con características de departamento que incluye estada y/o cocina para la preparación de alimentos.

Bungaló: Establecimientos amueblados y cuenta con cocina para la preparación y conservación de alimentos.

Camping: Área para acampar o estacionar remolques, servicios mínimos.

Condominios: Equipamiento completo.

Estancia de turismo: Establecimiento agropecuario donde generalmente el alojamiento es secundario.

Habitaciones privadas: Alquiler de camas en casas privadas.

Casa de huéspedes: Establecimiento público, funciona como hotel pequeño y económico.

Posadas: Establecimiento público, primordialmente alimentos y bebidas y el alojamiento son secundarios.

Balnearios o Clínicas de Recuperación: Servicios y tratamientos médicos más las comodidades de un hotel.

Pensiones: Establecimientos públicos, pocos servicios y comida sólo para huéspedes.

Hotel: Establecimiento público que ofrece alojamiento con todos los servicios de estadía y alimentación.

Suite: Establecimiento destinado para dar servicio de hotel, tiene estancia y cocina.

Hotel Balneario: establecimiento de hospedaje construido cerca de manantiales de aguas curativas.

Moteles: Establecimiento público ofrece habitación, baño y estacionamiento.

Botel: Hotel sobre plataforma flotante.

Para efectos de armonizar con la Organización Mundial de Turismo (OMT), se toma la clasificación de alojamiento turístico como lo establece la Norma Salvadoreña NSR 03.44.02:08 (CORSATUR M. d., Agosto, 2012)

1. Alojamiento colectivo

1.1 Hoteles y establecimientos Parahoteleros

1.1.1 Hoteles

- 1.1.2 Establecimientos Parahoteleros
- 1.2 Establecimientos colectivos especializados
 - 1.2.1 Establecimientos de cura
 - 1.2.2 Campamentos de trabajo y vacaciones
 - 1.2.3 Alojamiento en los medios de transporte público
 - 1.2.4 Centros de conferencias
- 1.3 Otros establecimientos colectivos
 - 1.3.1 Alojamiento de vacaciones
 - 1.3.2 Alojamiento de camping turístico
 - 1.3.3 Marinas
 - 1.3.4 Otros establecimientos colectivos, n.o.c.p. (no clasificados en otra parte)
- 2. Alojamiento turístico privado
 - 2.1 Alojamiento privado en alquiler
 - 2.1.1 Viviendas alquiladas a particulares, familias o agencias profesionales.
 - 2.1.2 Habitaciones alquiladas o apartamentos particulares
 - 2.2 Alojamiento privado cedido gratuitamente
 - 2.2.1 Viviendas alquiladas a particulares, familias o agencias profesionales
 - 2.2.2 Hospedajes proporcionados gratuitamente por familiares o amigos
 - 2.2.3 Otros alojamientos privados, n.c.o.p

(Fuente Norma NSR 03.44.02:08 Terminología de los establecimientos de alojamiento turístico).

La misma Norma establece los términos de clasificación por tipo de alojamiento, de la siguiente manera:

Albergue o Refugio: Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento turístico preferentemente en habitaciones con baños semiprivados o comunes y que dispone de un recinto común equipado adecuadamente para que los huéspedes se preparen sus propios alimentos, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios.

Apart-hotel: Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento turístico en departamentos independientes, de un edificio que integra una unidad bajo una misma administración, pudiendo ofrecer otros servicios complementarios, está compuesto como mínimo de los siguientes ambientes: dormitorio con baño privado, sala de estar, cocina equipada y comedor.

Alojamiento Familiar; vivienda y/o dependencia anexa en la cual sus residentes permanentes presten el servicio de alojamiento y alimentación turistas como actividad complementaria de las que desarrolla en forma habitual.

Establecimientos Parahoteleros: comprende hostales, las pensiones, casa de huéspedes, fondas, albergues, residencias para a turistas y alojamientos similares organizados por habitaciones y con servicios hoteleros limitados, incluida la preparación de la cama, la limpieza de la habitación y de las instalaciones sanitarias.

Establecimientos colectivos especializados: comprenden aquellos establecimientos destinados a los turistas en los que, tengan o no fines de lucro, las plazas están bajo un administración de tipo comercial común, con unos servicio mínimos comunes (sin incluir arreglo de cama diario), no siendo necesario que estén organizados por habitaciones, sino que además, pueden estarlo por unidades tipo vivienda, sitios de terreno o dormitorios colectivos y tienen con frecuencia alguna actividad complementaria del alojamiento. Incluye igualmente los establecimientos de cura, los campamentos de trabajo y vacaciones, los alojamientos en los medios de transporte públicos y los centros de conferencia.

Establecimientos de cura: comprenden los establecimientos, par el tratamientos y conservación de la salud dotados de servicios de alojamientos, como estaciones termales, balnearios, clínicas, sanatorios de montaña, centros de convalecencia, hogares para tratamiento geriátrico, centros de cura y mantenimiento físico y otros centros similares.

Campamentos: comprenden instalaciones o establecimientos que proporcionan alojamiento para actividades varias, tales como: vacaciones, trabajos agrícolas, arqueológicos, ecológicos, y otros similares.

Alojamiento en los medios de transporte públicos: comprende el alojamiento con instalaciones para dormir, asociados a servicios de transporte colectivo, del cual es inseparable en cuanto a los gastos; se presta, principalmente, en trenes y barcos.

Hotel : Establecimiento en el que se presta el servicio de alojamiento turístico en habitaciones y otros tipos de unidades habitacionales privadas, en un edificio o parte independiente del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo y con entrada de uso exclusivo. Dispone además como mínimo del servicio de recepción durante las veinticuatro horas, un área para el servicio de desayuno y salón de estar para la permanencia de los huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios.

Los Hoteles comprenden: hoteles, aparto-hoteles, moteles, paradores de carretera, hoteles de playa, clubes residenciales y establecimientos similares con servicios hoteleros complementarios los de preparación diaria de la cama y limpieza de las instalaciones sanitarias y de la habitación.

Hostal: Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento turístico en unidades habitacionales privadas, con estacionamiento para vehículos ubicados frente a cada unidad habitacional.

Motel: Establecimiento en que se preste el servicio de alojamiento turístico en unidades habitacionales privadas, con estacionamiento para vehículos ubicados frente a cada unidad habitacional.

Zona de campamento o camping: Área definida, con medios sanitarios, que facilitan cualquiera de las formas siguientes de alojamiento o el espacio para ello, por ejemplo tiendas, caravanas de turismo, autocaravanas, caravanas residencia de vacaciones, chalet y bungalós, con o sin instalaciones centralizadas de animación, deporte, tiendas y restaurantes.

Resort: Establecimiento que, reuniendo las características que define a un hotel, apartamento, motel o combinación de estas modalidades, tiene como propósito principal ofrecer actividades recreativas y de descanso al aire libre y/o en espaciosos recintos interiores asociados a su entorno natural, y que por lo tanto posee un número significativo de instalaciones, equipamiento, infraestructura y variedad de servicios para facilitar tal fin, dentro o en el entorno inmediato del predio en que se emplaza, el que además es de gran extensión y se ubica preferentemente en ambientes rurales como montañas, playas, campo, desierto o lagos, entre otros.

2.1.7. La Norma Salvadoreña NSR 03.44.01:06 Norma de Calidad Turística de servicios e instalaciones para pequeños y medianos hoteles, hostales y apartahoteles.

Esta norma fue editada por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), no tiene correspondencia con normas internacionales. Su objeto es establecer los requisitos de Calidad para el servicio e infraestructura para pequeños y medianos hoteles, hostales y apartahoteles.

2.1.8. La Norma Salvadoreña NSR 03.56.01:08 Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del servicio.

Esta norma fue editada por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), no tiene correspondencia con normas internacionales. Su objeto es definir requisitos para la prestación del servicio de alimentación y bebidas, en restaurantes y establecimientos gastronómicos similares.

2.1.9. El NPS (Net Promoter Score)

Es un indicador creado por Frederick Reichheld, en el año 2003 para medir la lealtad del cliente, esta herramienta trabaja con índices de percepción, se basa en una sola pregunta “¿qué tan probable es que recomiende el producto o servicio a un familiar o amigo?”. Para ello se les pide calificar en una escala de cero a diez, donde cero es “muy improbable” y diez es “definitivamente lo recomendaría”. (HBR, 2003)

Según los resultados los clientes se clasifican en: promotores, pasivos y detractores:

- Los que responden de 9 a 10 puntos son Los promotores,
- Los que asignan de 7 a 8 puntos son Los Pasivos,
- Los que otorgan de 6 o menos puntos son Detractores.

Al recolectar los datos y obtener un resultado se le restan los detractores a los promotores y se consigue un porcentaje, de manera de medir la calidad del servicio.

Esta es una herramienta de bajo costo y fácil de administrar e interpretar, para distintos perfiles, actores grupos de interés, así como áreas como el marketing, la calidad, Lo que favorece su dispersión horizontal y vertical sobre todo para las industrias del sector turismo y para medir la calidad en este importante rubro.

El objetivo principal de la herramienta es: la monitorear la eficacia del modelo de autoevaluación propuesto para medir el servicio con calidad.

Figura 1 Esquema de NPS



Fuente: www.arpcalidad.com

Ejemplo de uso del NPS:

Suponga que se gestionan 200 consultas de las cuales se obtienen los siguientes resultados:

Promotores: 110 (55%)

Pasivos: 30 (15%)

Detractores: 60 (30%)

NPS= 55-30= 25% se interpreta que el 25% de las consultas manifiestan que no recomendarían el establecimiento.

Esta herramienta tiene como principal crítica es que la construcción de la métrica hace perder información, porque se excluye a los detractores, el NPS parte de la construcción de una variable continua de 11 posiciones y para calcularla se pasa a solo 3 posiciones.

Capítulo III. Método de Estudio

3.1 Tipo de estudio

El tipo de estudio utilizado en la investigación es descriptivo, ya que se busca describir la situación actual en cuanto a la aplicación de estándares de calidad en los pequeños y medianos hoteles y restaurantes de la Ruta de las Flores. (Hernández Sampieri, 1999)

3.2 Diseño del Estudio

El estudio se diseñó por fases. La primera fase consistió en establecer los contactos con los empresarios de los hoteles y restaurantes en estudio, empleados y usuarios de los servicios, es decir los turistas que estaban en los locales.

La segunda fase consistió en realizar visitas para observar directamente la aplicación o no de los criterios que conforman los estándares, según la Norma aplicada, además se pasaron instrumentos de recolección de información.

La tercera fase consistió en analizar los resultados obtenidos en las entrevistas, cuestionarios y observación directa con el fin de comparar los criterios que sí se aplican con respecto a lo que la Norma establece que debe cumplirse para garantizar la calidad en el servicio.

La cuarta fase consistió en diseñar el Modelo. De los resultados del diagnóstico se construyó la propuesta del Modelo de Gestión de Estándares de Calidad para empresas del sector turismo en hoteles y restaurantes pequeños y medianos de la Ruta de las Flores en los municipios Concepción de Ataco y Apaneca.

3.3 Universo y muestra

El Universo de la investigación lo constituyeron:

19 empresarios, dueños de los hoteles y/o restaurantes de la zona,

50 empleados de los establecimientos,

y 49 turistas que visitaron los hoteles y restaurantes de la zona, en el período de la investigación.

Los hoteles y restaurantes considerados en el estudio son:

En Apaneca:

1. Las Cabañas de Apaneca.
2. Santa Leticia Hotel y Resort.
3. Las Flores de Eloisa.
4. La casa de Mamapán.
5. Entre Nubes.
6. Alicante.

En Concepción de Ataco

1. Hotel Quinta El Carmen.
2. Jardín de Celeste.
3. Villa de Santo Domingo.
4. El Pueblito de Don Luis.
5. Casa de Graciela Hotel Boutique.
6. Misión de Ángeles.
7. Los Portones de Ataco.

8. El Rosario.
9. Mesón de San Fernando.
10. Sibaritas.
11. Portland.
12. El Pórtico.
13. Xochicalco.

3.4 Criterios de Inclusión

Tabla 5 Criterios de inclusión

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
<p>Hoteles y restaurantes pequeños y medianos de la Ruta de las Flores, en los municipios de Concepción de Ataco y Apaneca.</p>	<p>Casa de huéspedes, hostales, posadas, comedores, ventas de comida de la calle, cafetines en la Ruta de las Flores.</p> <p>Hoteles y restaurantes fuera de la Ruta de las Flores.</p> <p>Grandes hoteles y restaurantes de la Ruta de las Flores.</p> <p>Establecimientos participantes en festivales gastronómicos.</p>

Elaboración: fuente propia.

3.5 Unidades de análisis u observación

Se observó y analizó la existencia de un Plan Estratégico en los establecimientos, todos los procesos relacionados con el servicio al cliente, las condiciones de infraestructura de los establecimientos y los criterios que se encuentran en la Norma.

3.6 Técnicas de recolección de datos

Para la recolección de datos se utilizaron diferentes técnicas con sus respectivos instrumentos:

3.6.1. Entrevista estructurada

Se realizó a los propietarios de los establecimientos en estudio, para conocer su opinión sobre la implementación de un modelo de gestión de estándares de calidad para dar cumplimiento a la normativa vigente en el país. Ver guía de entrevista en anexo 1.

También se entrevistó al personal de las Alcaldías Municipales, del Centro de Atención al Turista (CAT) ubicado en Apaneca, de la casa de la cultura,, técnicos del Ministerio de Turismo, Unidades de Salud de los municipios, Asociación Salvadoreña de Turismo (ASATUR) y a personal del Organismo Salvadoreño de Normalización (OSN) del Ministerio de Economía. Ver guía de entrevista en anexo 2.

3.6.2. Observación directa

Se visitaron los establecimientos, recorriendo sus instalaciones y observando cómo se realizan las actividades relacionadas con el servicio y atención al cliente.

Se diseñó un guía de observación para investigar aspectos de calidad en los hoteles y restaurantes de la zona, tomando como base los criterios establecidos en la NSR

03.44.01:06 que es la Norma de Calidad Turística de Servicios e Instalaciones para Pequeños y Medianos Hoteles, Hostales y Apartahoteles. (CORSATUR M. d., Agosto, 2012). Ver guía de observación en anexo 3.

3.6.3. Encuesta

Se realizó una encuesta al personal que trabaja en hoteles y restaurantes, considerando un muestreo por conveniencia. Se elaboró un cuestionario para conocer su opinión sobre los servicios que presta a los turistas. Ver cuestionario en anexo 4.

Además se elaboró un cuestionario para ser administrado a los turistas que hacen uso del servicio, y que se encontraban en el lugar cuando se realizó la visita de campo, considerando una muestra por conveniencia. Ver cuestionario en anexo 5.

3.7. Variables e indicadores

Para establecer las variables e indicadores de la investigación, se han relacionado con cada uno de los objetivos específicos.

Tabla 6 Objetivos específicos y variables consideradas.

Objetivo específico No 1.	Establecer un diagnóstico de la situación actual con respecto a los estándares de calidad empleados en los hoteles y restaurantes del sector turismo en los municipios en estudio.
Definición conceptual de cada variable	Estándares de calidad: Son los que reúnen los requisitos mínimos en busca de la excelencia dentro de una organización.
Indicadores.	Los criterios que establecen las Normas NSR 03.44.01:06 y NSR 03.56.01:08

Fuente o recurso a utilizar	Cuestionario administrado a empleados, guía de entrevista administrada a empresarios, cuestionario administrado a turistas, guía de observación directa.
Objetivo específico No 2.	Determinar la condición actual de los hostales, hoteles y restaurantes a través de la comparación con los estándares nacionales establecidos en la normativa vigente.
Definición conceptual de cada variable	Estándares de calidad en el servicio, según la Norma.
indicadores	Grado de cumplimiento de los estándares según la Norma.
Fuente o recurso a utilizar	Norma, datos estadísticos tabulados y analizados.
Objetivo específico No 3.	Adaptar los criterios establecidos en los estándares nacionales regulados en la Norma de Calidad Turística Salvadoreña para el modelo ad- hoc a las pequeñas y medianas empresas turísticas en estudio.
Definición conceptual de cada variable	Elementos del modelo creado
Indicadores	Plan estratégico, Recurso humano, control administrativo, vínculos con grupos de interés, definición de procesos, clima laboral, indicadores de medición
Fuente o recurso a utilizar	Elementos de los Modelos de Gestión de estándares (EFQM) que sirvan de base para la propuesta.

Fuente propia

Las variables relacionadas a los criterios de la Norma de Calidad Turística de Servicios e Instalaciones para Pequeños y Medianos Hoteles, Hostales y Apartahoteles que se han investigado son: (CORSATUR M. d., Agosto, 2012)

1. Reservaciones.
2. Servicio de portería.
3. Servicio de equipaje y botones.
4. Servicio de recepción e información.
5. Servicio de check out y facturación.
6. Servicio de teléfono.
7. Instalaciones y equipo.
8. Instalaciones para empleados.
9. Habitaciones.
10. Baños.
11. Ropa de cama y toallas.
12. Requisitos de seguridad.
13. Limpieza en general.
14. Lavandería.
15. Limpieza de comedores y cocinas.
16. Tratamiento de desperdicios.
17. Mantenimiento de instalaciones.

En relación a los restaurantes, son:

1. Requisitos generales
2. Requisitos de servicio
3. Procesos de atención al cliente
 - i. Comedor
 - ii. Bar
 - iii. Cocina
4. Requisitos de mantenimiento y seguridad.
5. Gestión de proveedores

6. Gestión del Recurso Humano

7. Gestión de la Mejora

3.8. Discusión de resultados obtenidos a nivel de diagnóstico del problema

Con el fin de investigar si los establecimientos en estudio dan cumplimiento a los criterios que establece la Norma Salvadoreña NSR 03.44.01:06, los cuales se han considerado como las variables e indicadores que permitirán conocer si están cumpliendo con los estándares de calidad exigibles, se realizó una entrevista a los propietarios de los hoteles y restaurantes, teniendo como resultados, los presentados en las tabla 7 al 9

3.8.1. Tabulación de resultados.

Tabla 7 Resultados de investigación en empresarios.

Variable/ indicador	Si	No	Total	% Si	% No
Planeación Estratégica					
Plan Anual Operativo	8	11	19	42%	58%
Visión	5	14	19	26%	74%
Misión	5	14	19	26%	74%
Presupuesto Anual	8	11	19	42%	58%
Organigrama	6	13	19	32%	68%
Objetivos Anuales	8	11	19	42%	58%
Metas Anuales	8	11	19	42%	58%
Estrategias	8	11	19	42%	58%
Política de Calidad	0	19	19	0	100%
Recursos Humanos					
Certificación de Calidad	0	19	19	0	100%
Norma de Calidad Turística	0	19	19	0	100%
Interés en certificarse con la Norma Turística de	19	0	19	100%	0%

Calidad					
Reciben Capacitación	6	13	19	32%	68%
Manual de Ingreso de clientes	0	19	19	0	100%
Manual de Atención al Cliente	1	18	19	5%	95%
Manual de Salida de Clientes	1	18	19	5%	95%
Manual de Procedimiento de Quejas	5	14	19	26%	74%
Medición de Satisfacción de Clientes	1	18	19	5%	95%
Procesos de servicio al cliente					
Tiene Menú	18	1	19	95%	1%
Cuenta con recetario propio	14	5	19	74%	26%
Cuenta con Chef	5	14	19	26%	74%
Rotación de inventarios	0	19	19	0%	100%
Tiene Proveedores específicos	8	11	19	42%	58%
Vinculación con grupos de interés					
Tiene afiliación a ARES	0	19	19	0%	100%
Tiene afiliación a CASATUR	0	19	19	0%	100%
Tiene afiliación a HOPES	0	19	19	0%	100%
Se promociona	11	8	19	58%	42%

Elaboración: fuente propia en base a información recolectada.

Del cuestionario administrado a los empleados, se obtuvieron los siguientes datos:

Tabla 8. Resultados de la investigación en empleados.

Variable	Si	No	Total	% Si	% No
Planeación Estratégica					
Plan Anual Operativo	0	50	50	0%	100%
Ha leído la Visión	0	50	50	0%	100%
Ha leído la Misión	0	50	50	0%	100%

Recursos Humanos					
Existe el cargo de Gerente	5	45	50	10%	90%
Existe el cargo de Administrador	20	30	50	40%	60%
Existe el puesto de cajero	42	8	50	84%	16%
Existe el puesto de recepcionista	5	45	50	10%	90%
Existe el puesto de vigilante	5	45	50	10%	90%
Existe el puesto de Chef	5	45	50	10%	90%
Existe el puesto de mesero	50	0	50	100%	0%
Procesos					
Existe el procedimiento de atención al cliente	0	50	50	0%	100%
Existe el procedimiento de despedida del cliente	0	50	50	0%	100%
Manual de Procedimiento de Quejas	0	50	50	0%	100%
Medición de Satisfacción de Clientes	10	40	50	20%	80%
Siempre cuentan con existencias del menú	10	40	50	20%	80%
Recibe capacitaciones	10	40	50	20%	80%
Le exigen la toma de exámenes de laboratorio	10	40	50	20%	80%
Cuenta con los insumos para su trabajo	50	0	50	100%	0%

Elaboración: fuente propia, en base a información recolectada.

3.8.2. Resultados por variables de estudio.

Planeación Estratégica.

Con respecto a la variable: Planeación estratégica, se pretende determinar si los empresarios tienen definido y han elaborado y compartido su visión, misión y valores con

todos los empleados. El 42% de los empresarios aseguran tenerlo, sin embargo ningún trabajador encuestado conoce sobre el plan estratégico de su lugar de trabajo, ni la visión, misión y valores. En el recorrido por las instalaciones se pudo constatar que no está publicada o socializada con los empleados ni clientes.

Esto evidencia que no hay un plan de desarrollo y crecimiento, iniciaron como microempresas y no han logrado llegar a gran empresa, quedándose como pequeñas y medianas empresas. El empleado, al no tener una visión definida no comparte los valores de la empresa y no se crea una sensación de pertenencia. Esto queda plasmado en la forma en que trata a los clientes y en el desconocimiento de los servicios que ofrece el establecimiento, lo que se traduce en una falta de compromiso con la empresa.

Recursos Humanos

El 32% de los empresarios manifestó que sí capacitan a sus empleados en el manejo del negocio; pero solamente el 20% de los empleados manifestó que la reciben. Esto podría deberse a que el empresario considera como capacitación las instrucciones dadas cada día para la atención de los clientes, y el empleado no la considera como capacitación.

El 100% de los empresarios muestra interés en certificarse bajo la Norma Turística, manifestando que actualmente no están certificados bajo ninguna norma, e incluso no la conocen y no han oído hablar de ella.

En este respecto, las empresas no cuentan con manuales de procedimientos que estén definidos por los procesos relacionados con el servicio y la atención al cliente. Y solamente cuentan con un manual de atención de quejas en el 26% de los casos. Este dato se reduce al 0% desde el punto de vista del empleado, pues manifiestan no conocer un manual de procedimiento de quejas.

El 100% de los empleados identifica el puesto de mesero, pero solamente un 10% identifica el puesto de gerente, recepcionista, vigilante y chef.

Procesos de servicio al cliente

En relación a los procesos de servicio al cliente, especialmente en lo referente al servicio de restaurante, se obtuvo que el 100% de los establecimientos posee menú propio para ofertar sus platos, un 74% cuenta con recetario propio; sin embargo, solamente un 26% cuenta con un chef dentro del personal. No se cuenta con personal profesional que pueda prepararlos traducido a una posible insatisfacción del cliente con los productos servidos.

El 100% de los trabajadores dice contar con los insumos necesarios para hacer su trabajo, pero solamente el 20% manifiesta que le exigen la toma de exámenes de laboratorio, siendo este un requisito indispensable exigible por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social de El Salvador, para operar.

Vinculación con grupos de interés

El 100% de los empresarios manifestó que no tienen relación alguna con asociaciones que agrupan al sector, tal es el caso de Asociación de Restaurantes de El Salvador (ARES), Hoteles Pequeños de El Salvador (HOPES) y tampoco Cámara Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)

El 58% manifestó que se promociona por algún medio de información, sobretodo utilizando las redes sociales.

Además se investigó la opinión de los turistas, que hacían uso de los servicios ofrecidos en los hoteles y restaurantes en estudio, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 9. Resultados de investigación a turistas.

Variable	Si	No	Total	% Si	% No
Encontró inconsistencias en el parqueo	11	37	48	23%	77%
Había personal de Parqueo	32	16	48	67%	33%
Había adecuada distribución en el parqueo	43	5	48	90%	10%
Le dieron la Bienvenida	35	13	48	73%	27%
Encontró orden y aseo	36	12	48	75%	25%
Tuvo inconvenientes con insectos	5	43	48	10%	43%
Evalúa bien la atención al cliente	23	25	48	48%	52%
El mesero tenía buena presentación	34	14	48	71%	29%
El mesero estuvo pendiente de sus necesidades	28	20	48	58%	42%
Cómo evalúa la atención prestada por el mesero	33	15	48	69%	15%
La bebida contaba con buena preparación	27	21	48	56%	44%
Existía adecuada higiene del lugar	27	21	48	56%	44%
Los alimentos tenían buena preparación	24	24	48	50%	50%
El servicio de facturación no estuvo tardado	36	12	48	75%	25%
En general calificaría bien el servicio recibido	25	23	48	52%	48%
Compararía el servicio recibido con otro lugar	6	42	48	13%	87%
Regresaría este lugar	31	17	48	65%	35%
Recomendaría este lugar	30	18	48	63%	38%

Elaboración: fuente propia en base a información obtenida.

Infraestructura.

Cuando un turista llega a un establecimiento, la primera impresión sobre el servicio es la atención en el paqueo. El 90% de los turistas manifestó que había una adecuada distribución en el paqueo, sin embargo, un 23% manifestó que había encontrado inconsistencias para parquearse, tales como lugar inadecuado o lejano al establecimiento. Un 67% manifestó que sí había personal para atenderlo en el paqueo.

Orden y limpieza.

El 75% de turistas manifestó que encontró el área de comedor aseado, ordenado y con una adecuada distribución de mesas y sillas; sin embargo, solamente un 56% manifestó que existía una adecuada higiene del lugar, esto se traduce a rechazo por parte del cliente a volver al establecimiento.

Procesos

El 50% de los turistas manifestó que los alimentos tienen una buena preparación y el 56% manifestó lo mismo de la bebida.

Un 71% manifestó que el mesero tenía buena presentación y un 69% evaluó como buena la atención prestada por el mesero.

Con respecto al servicio de facturación, el 75% manifestó que el servicio estuvo tardado, o sea que el tiempo para presentar la factura y hacer efectivo el pago es demasiado.

En general, un 52% calificó como bueno el servicio recibido en los hoteles y restaurantes en estudio.

Un 48% de los turistas evalúa bien la atención al cliente, sin embargo, solamente el 13% compararía bien el servicio recibido con respecto a otros lugares. Por lo que solamente un 63% recomendaría el lugar para que sea visitado por sus conocidos y solamente un 65% regresaría.

Esto refleja que por no cumplir con los criterios exigibles en la Norma de Turismo para establecer estándares de calidad, un 37% de los clientes no promoviera el lugar entre sus conocidos, para ser visitado; esto explicaría el porqué del bajo crecimiento del sector hoteles y restaurantes en la Ruta de Las Flores y la necesidad de implementar un modelo de gestión de estándares de calidad que contribuyan a elevar el grado de satisfacción de los clientes que los visitan.

Otros resultados

Con respecto a las entrevistas realizadas a las instituciones relacionadas con el turismo, se constató que los municipios no cuentan al 100% con los servicios que exige la Norma, se proporciona poca información sobre el lugar y mapas del territorio, no existen suficientes puntos clave o estrategias de desarrollo tal como bancos, cajeros automáticos, conexión a internet, caminos y accesos a los diferentes lugares turísticos y todo lo que sustenta la potencialidad del municipio con muchos atractivos turísticos, culturales y ecológicos.

Un resultado importante de la investigación, radica en que no se evidencia estrategias de crecimiento en las empresas todavía se consideran microempresas familiares, por lo que no se han preparado para fortalecerse dentro del sector económico en que se encuentran, lo que no les permite posicionarse obteniendo así una ventaja competitiva; lo que explica el desconocimiento de las Normas de Calidad, y el poco o nulo cumplimiento de los estándares de calidad que deben cumplir si quieren competir a nivel nacional e internacional como empresas acreditadas en prestar un servicio de calidad.

Otro resultado a destacar es que no están aprovechando su ubicación geográfica, pues la Ruta de las Flores es un punto estratégico de impulso al turismo por parte del Ministerio de Turismo; de tal forma que las empresas deben garantizar la preferencia

constante de sus visitantes tanto nacionales como extranjeros y esto solo lo lograrán al entrar en un proceso de establecimiento de estándares de calidad.

En cuanto a medir la satisfacción del cliente, en la actualidad las empresas no cuentan con un instrumento de medición de la satisfacción al cliente, ni conocen cómo hacerlo. Pareciera que no les interesa saber la opinión del cliente.

Estos resultados confirman la necesidad percibida de crear un **MODELO DE GESTIÓN DE ESTÁNDARES DE CALIDAD PARA EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO EN HOTELES Y RESTAURANTES PEQUEÑOS Y MEDIANOS DE LA RUTA DE LAS FLORES EN LOS MUNICIPIOS CONCEPCIÓN DE ATACO Y APANECA.**

**CAPITULO IV. Propuesta
de un Modelo de Gestión de
Estándares de Calidad para
hoteles y restaurantes
pequeños y medianos**

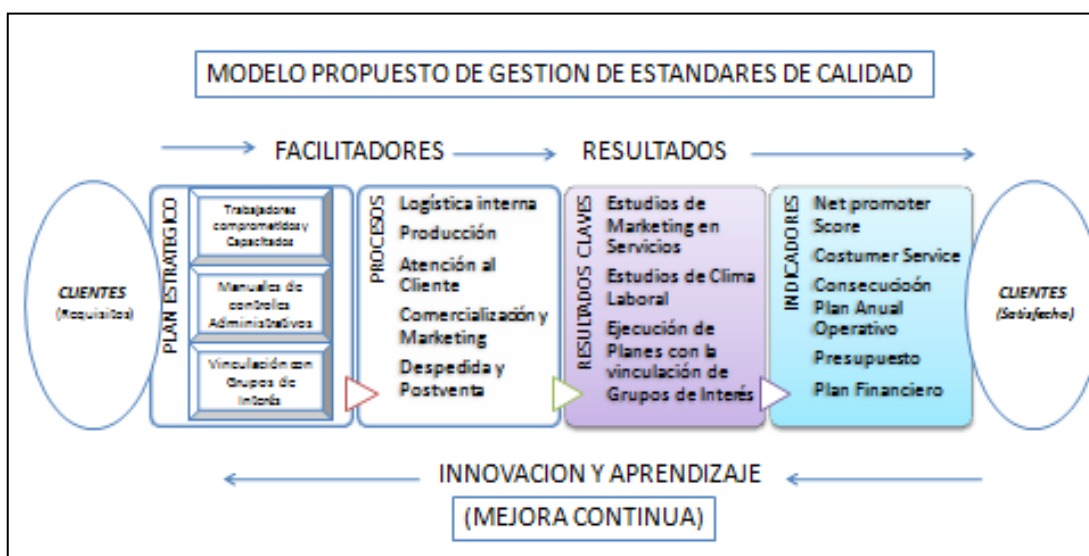
4.1. Presentación de la propuesta

El modelo de gestión de estándares propuesto tiene como referencia el modelo de gestión EFQM, debido a que este modelo tiene definido sus indicadores, así como un marco filosófico conceptual completo, proporciona estándares iguales para todas las empresas, determina que la organización es coherente con las actividades de mejora, permite conducir en la dirección adecuada porque mide los criterios planteados a lo largo del tiempo.

El EFQM se considera que es un Modelo que puede ser aplicado más fácilmente en las empresas que los otros modelos, incluye todos los elementos que se han considerado para aplicar la Norma, principalmente tiene el enfoque al cliente como elemento principal, además, desarrollar un proceso de evaluación para medir de alguna manera el grado de aproximación a lo que se considera como excelencia empresarial. Esta imagen de excelencia es importante en la percepción del cliente o usuario de los servicios prestados.

El esquema general de Modelo de Gestión de Estándares de Calidad propuesto, se observa en la figura.

Figura 2 Modelo Propuesto de Gestión de Estándares de Calidad.



Elaboración: fuente propia basándose en la forma del EFQM

4.2. Descripción de los elementos del Modelo.

4.2.1. Plan Estratégico

Define cómo los hoteles y restaurantes pequeños y medianos de la Ruta de las Flores en los Municipios de Concepción de Ataco y Apaneca, deberán facilitar la consecución de la misión y la visión, implementado valores necesarios para alcanzar el éxito a largo plazo, además de objetivos, principios, políticas y estrategias; implantando todo ello en la organización mediante las acciones y los comportamientos adecuados, estando implicados personalmente los dueños de las empresas empeñados en asegurar que el sistema de gestión de la empresa funcione.

4.2.2. Trabajadores comprometidos y capacitados.

Desarrollo profesional mediante la identificación y mantenimiento de las capacidades del personal, todo para responsabilizar y empoderar a las personas, dialogando con ellos, reconociéndolos y cuidando de ellos, considerando la higiene y seguridad ocupacional del personal y las buenas prácticas de trabajo.

4.2.3. Manuales de controles administrativos.

La empresa debe de contar con herramientas administrativas de control como:

Manual de organización, manual de procedimientos, manual de auditoría interna, manual de compras, planes de mantenimiento, manual de bienvenida, inducción de empleados, de atención al cliente, de manejo de quejas, de manipulación de alimentos, procesos de check in y check out, etc. Como una estrategia claramente enfocada hacia los clientes y el personal con objetivos y procesos que se comunican, se ponen en práctica, se desarrollan, revisan y actualizan.

4.2.4. Vinculación con grupos de interés

Es la relación práctica para el asesoramiento y pautas para quienes desean y quieran mejorar la efectividad y beneficios proporcionados por proveedores, organismos de desarrollo como: la empresa privada, las alcaldías municipales, organismos internacionales, Gobierno Central a través de los diferentes Ministerios como el de Turismo, Economía y Salud Pública. También la relación con los clientes, con los empleados y toda la comunidad local o sociedad en general.

4.2.5. Procesos de atención al cliente

4.2.5.1. Proceso de Logística Interna

El modelo propone que se debe de contar con un procedimiento de bienvenida, una adecuada distribución en planta y empoderar al personal para enfocarlos en la atención del cliente desde su llegada al establecimiento, cada restaurante de las mismas características compiten por los mismos clientes, para lograr la rentabilidad se debe ofrecer el servicio de calidad, por lo tanto forma parte de la logística de un restaurante, la previa capacitación de los empleados que brindan la atención de los servicios directo a los clientes, como por ejemplo: control de entrega de platos, esta tiene como único objetivo el mejoramiento del servicio, un detalle que se vuelve indispensable para el buen funcionamiento del negocio.

4.2.5.2. Procesos de Producción

En el proceso de producción en el modelo se propone que la mejor garantía del éxito de un restaurante es la del proceso de manipulación de alimentos y de preparación de bebidas que cuente con ingredientes y fusión de sabores únicos u originales para garantizar el éxito del tiempo en la preparación de las recetas.

4.2.5.3. Proceso de Atención al Cliente.

En el modelo se proponen procesos como una serie de actividades que realizan las personas que desempeñan el puesto de meseros, con perfil de amabilidad, cortesía, sonriente y respetuoso que estén atentos a las necesidades de cada cliente.

4.2.5.4. Proceso de Comercialización y Marketing.

En este proceso en el modelo está vinculado con las necesidades de los clientes, proponemos que se tenga un proceso de reserva previa, y si no tiene reserva que el cliente espere en el lobby, mientras se realiza su orden garantizando el justo a tiempo, en este proceso el cliente pide la orden, se procesa y cancela, se debe contar con un sistema de registro informático de tal manera que la orden del cliente sea práctica y segura.

4.2.5.5. Proceso de Despedida y Postventa.

En el modelo se propone que en este proceso se aplique como estrategia principal la encuesta para medir la percepción del cliente con respecto a la atención recibida. Tiene como objetivo principal el trato con cordialidad y la satisfacción total del cliente, también se le pide al cliente su cuenta de correo electrónico, twitter, whatsApp, Facebook, y otros para enviarles promocionales si es que así lo desea.

4.2.6. Estudios de clima laboral.

En el modelo se propone que los empresarios deben realizar estudios de clima laboral con enfoque cuantitativo, que permita incrementar la efectividad y rentabilidad de los negocios, con el objetivo de medir la satisfacción de los empleados y las necesidades de capacitación que tienen y poder empoderarlos en cada uno de sus puestos y desarrollarlos con una excelente comunicación entre empresario y empleados.

4.2.7. Estudios de marketing en servicios.

En el modelo se propone que el empresario realice estudios de marketing en servicios para medir los resultados de sus manuales y procedimientos administrativos, logrando posicionarse y aprovechando el efecto multiplicador incidiendo en el consumidor de manera que tenga una experiencia positiva con el servicio.

4.2.8. Ejecución de los planes con vinculación de los diferentes grupos de interés.

Se propone que los empresarios ejecuten sus planes operativos, estratégicos y programas de Responsabilidad Social Empresarial o filantropía, manteniendo un acercamiento con los diferentes grupos de interés, como son las alcaldías municipales, Policía Nacional Civil, la comunidad donde operan, los bancos, es decir, todo su entorno tanto a nivel local, nacional e internacional. Se deberán medir a través de encuestas de percepciones de las personas y presentando debidamente su rendición de cuentas.

4.2.9. Indicadores o rendimientos finales de las empresas

Se recomienda en el modelo que el empresario pueda medir el rendimiento o resultado final de su operación mediante la consecución o logro de indicadores de su plan anual operativo, plan de presupuestos, plan financiero y otros planes.

Con el modelo propuesto el empresario necesitará saber si operativamente está funcionando, es por eso que la propuesta incluye la evaluación con el indicador Net Promoter Score (NPS).

El NPS se considera como uno de los principales indicadores de control, ya que tiene como objetivo el identificar el número y porcentaje de clientes que están dispuestos a promover la compañía y sus servicios a su círculo familiar, colegas y amigos.

CAPITULO V. Plan de Acción para ejecutar el Modelo propuesto

5.1 Plan de acción con base al modelo propuesto de gestión de estándares de calidad.

5.1.1 Facilitadores

Criterio I. Plan estratégico.

Los empresarios deben contar con un plan estratégico, elaborado y en funcionamiento.

Tabla 10. Planificación del criterio I.

id	Actividades	Responsable	Tiempo.
1.	-Buscar alianzas con instituciones gubernamentales, no gubernamentales y autónomas	Empresario/Organismos Cooperantes	2 meses
2.	-Elaboración de un diagnóstico como insumo para el plan	Empresario	1 mes
3.	-Elaboración de Manuales y Procesos definidos	Empresario/Organismos Cooperantes	3 meses

Elaboración: fuente propia.

Criterio II. Trabajadores comprometidos y capacitados.

Los empresarios y empleados establecen acuerdos para lograr el desarrollo de sus capacidades mediante la capacitación y empoderamiento, llevando a cabo las siguientes actividades:

Tabla 11. Planificación criterio II.

<u>id</u>	Actividades	Responsable	Tiempo.
1.	Elaborar un plan de Capacitaciones para los empleados	Empresario/Alianzas estratégicas	1 mes
2.	Desarrollo del plan de Capacitaciones para los empleados	Empresario/Empleados	2 veces al año
3.	Cumplir con los derechos y deberes del empresario y los empleados	Empresario/Empleados	Permanente

Elaboración: fuente propia.

Criterio III. Manuales de controles administrativos.

Los Empresarios deben de contar con una organización enfocada en el cliente y en el personal, con objetivos y procesos que se comunican, se ponen en práctica, se desarrollan, revisan y actualizan.

Tabla 12. Planificación criterio III.

<u>id</u>	Actividades	Responsable	Tiempo.
1.	Elaboración de los diferentes manuales que guíen los procesos de la empresa	Empresario/Alianzas Estratégicas	3 meses
2.	Socialización con los trabajadores	Empresario/Empleados/Alianzas Estratégicas	1 mes
3.	Puesta en Práctica con los trabajadores	Empresario/Empleados/Alianzas Estratégicas	4 meses

Elaboración: fuente propia.

Criterio IV. Vinculación con grupos de interés.

Los empresarios deben establecer alianzas estratégicas que permitan el desarrollo y aprovechar oportunidades que logren minimizar costos, con calidad y buen precio.

Tabla 13. Planificación de criterio IV

<u>id</u>	Actividades	Responsable	Tiempo.
1.	Establecer relación comercial con proveedores locales para garantizar el consumo de productos Cero kilómetros.	Empresario/Proveedores	Permanente
2.	Iniciar relaciones a través de vinculación con colaboradores como ONG's, Alcaldías, Organismos de cooperación.	Empresario/Alianzas Estratégicas	Permanente

Elaboración: fuente propia

Criterio V: Procesos.

Proceso de logística interna

Los empresarios logran todo el desempeño de la empresa mediante los procesos que integran todas las acciones de los facilitadores para el logro de los resultados.

Tabla 14. Planificación del criterio V. Proceso de Logística Interna.

<u>id</u>	Actividades	Responsable	Tiempo.
1.	Actualización de competencias de los meseros, vigilantes y demás personal	Empresario/Organismos Cooperantes	2 veces por año

2.	Adquisición de tecnología	Empresario/Organismos Cooperantes	1 vez
3.	Reingeniería de procesos	Empresario/Organismos Cooperantes	1 Vez
4.	Políticas de Mantenimiento	Empresario	1 Vez por año

Elaboración: fuente propia.

Proceso de Producción

El Empresario contempla una serie de actividades con sus etapas: procedimiento de compras, procedimientos de distribución de alimentos elaborados, procedimientos para evitar contaminación cruzada, diferentes etapas de técnica culinaria, procedimiento de aseo, desinfección, esterilización, y seguridad alimentaria.

Tabla 15. Planificación del criterio V. Proceso de producción.

<u>id</u>	Actividades	Responsable	Tiempo.
1.	Determinar sus procesos de producción	Empresario/Organismos Cooperantes	1 vez
2.	Controlar la calidad de los productos	Empresario/Proveedores	Diario
3.	Capacitación sobre nutrición, microbiología, inocuidad de alimentos Normas de calidad y sistemas	Empresario/Organismos Cooperantes	1 Vez
4.	Control de procedimientos	Empresario/Empleados	1 Vez por año
5.	Registros de devoluciones, rechazos	Empresario/Empleados	Diario

Elaboración: fuente propia.

Proceso de Atención al Cliente

Brindar un servicio de calidad por medio de un adecuado control en los procesos de cada área, para prestar servicios eficientes entregando justo a tiempo los requerimientos de los clientes, facilidad de parqueo, seguridad y confort de las habitaciones y del restaurante, recepción y ubicación del cliente en las mesas, actividades de solicitud de pedidos, nivel de servicio, grado de atención, organización, limpieza y mantenimiento, así como de resolver inmediatamente las insatisfacciones de los mismos.

Tabla 16. Planificación de criterio V. Proceso de atención al cliente.

<u>id</u>	Actividades	Responsable	Tiempo.
1.	Capacitaciones con énfasis en las relaciones interpersonales, atención al cliente, comunicación efectiva	Empresario/Organismos Cooperantes	2 veces por año
2.	Adquisición de tecnología	Empresario/Organismos Cooperantes	1 vez
3.	Capacitación en uso de tecnología	Empresario/Organismos Cooperantes	1 Vez
4.	Capacitación en Salud ocupacional e higiene y seguridad industrial	Empresario/Organismos Cooperantes	1 Vez por año

Elaboración: fuente propia.

Proceso de Comercialización y Marketing

En este proceso debe de crearse los medios como sitio web, para publicidad y promoción de los servicios, además que sirva para recepción de comentarios quejas y

expectativas que el cliente tenga de los servicios recibidos; así como material escrito para publicidad, ofrecer el servicio con calidez y prontitud sin descuidar los pequeños detalles.

Tabla 17. Planificación criterio V. Proceso de comercialización y marketing.

<u>id</u>	Actividades	Responsable	Tiempo.
1.	Diseñar campaña de Social media Marketing e Internet	Empresario/Organismos Cooperantes	3 meses
2.	Lanzamiento de marca o del empresario	Empresario	1 vez
3.	Capacitación en Atención al cliente Postventa	Empresario/Organismos Cooperantes	1 Vez
4.	Diseñar campaña de promoción y publicidad	Empresario	1 Vez

Elaboración: fuente propia.

Proceso de Despedida y Postventa

Una atención personalizada, contar con una base de datos, contar con política de fidelización como cupón de descuentos, clientes frecuentes, encuestas de seguimiento de satisfacción de clientes, buzón de sugerencias, etc.

Tabla 18. Planificación de criterio V. Proceso de despedida y postventa

<u>id</u>	Actividades	Responsable	Tiempo.
1.	Elaborar una política de fidelización de clientes	Empresario/Organismos Cooperantes	1 vez
2.	Capacitación en legislación actualizada en cobro de impuestos	Empresario/Agencia de marketing	1 vez
3.	Elaborar encuestas de satisfacción de clientes	Empresario	1 vez
4.	Compra de equipo	Empresario	1 vez

Elaboración: fuente propia.

5.1.2 Resultados

Estudios de Marketing en Servicios

Análisis de la mezcla de mercado, en cuanto a producto, precio, plaza y promoción, para sugerir las estrategias en los cuatro componentes del Plan.

Tabla 19. Planificación de resultados. Aplicación para obtener resultados.

<u>id</u>	Actividades	Responsable	Tiempo.
1.	Estudio de Mercado	Empresario/Organismos Cooperantes	1 vez
2.	Estudio de Satisfacción del cliente	Empresario/ Organismos Cooperantes	Diario

Elaboración: fuente propia.

Estudios de Clima Laboral

Satisfacción laboral como factor crítico para la calidad, es indudable la fuerte relación que existe en el sector servicios, entre la calidad percibida por los clientes y los niveles de satisfacción laboral y compromiso organizativo de los empleados que los prestan. Esta identificación es más intensa en el sector hotelero y de restaurante, donde la satisfacción del cliente está íntimamente ligada a la de los trabajadores. Se puede analizar la satisfacción del trabajador en dos vías:

Satisfacción intrínseca: La satisfacción laboral intrínseca aborda aspectos como el reconocimiento obtenido por el trabajo, responsabilidad, promoción y aspectos relativos al contenido de la tarea.

Satisfacción extrínseca: La satisfacción extrínseca proviene de factores tales como la satisfacción con el salario, las políticas de la compañía, los recursos, la supervisión, la relación con los compañeros, las oportunidades de promoción, la relación con los clientes o la seguridad en el trabajo.

Tabla 20. Planificación de resultados. Aplicación de estudio de clima laboral

<u>id</u>	Actividades	Responsable	Tiempo.
1.	Estudio de Clima Laboral	Empresario/Organismos Cooperantes	1 vez

Elaboración: Fuente propia.

Ejecución de Planes con la Vinculación de Grupos de Interés.

El financiamiento de todo el modelo parte principalmente de la vinculación con los grupos de interés, por lo tanto es de vital importancia establecer, concretar y ejecutar lo planificado en el plan estratégico, apegado a principios basados en la confianza.

Tabla 21. Ejecución de Planes con la Vinculación de Grupos de Interés.

<u>id</u>	Actividades	Responsable	Tiempo.
1.	Crear comité de rendición de cuentas	Empresario/Grupos de interés/Organismos Cooperantes	1 vez por año
2.	Gestionar los recursos con eficiencia, economía y eficacias	Empresario/Grupos de interés/Organismos Cooperantes	1 por proyecto
3.	Gestionar la conservación y protección de los recursos	Empresario/Grupos de interés/Organismos Cooperantes	Todo el tiempo
4.	Garantizar la custodia y seguridad de todos los recursos	Empresario	Todo el tiempo

Elaboración: fuente propia

5.1.3 Indicadores

El referente del modelo, son los indicadores que sirven para medir los resultados claves, en el ámbito de aplicación; así como la magnitud de factores, en cuanto a su tendencia, consecución de objetivos, comportamientos externos, causa y efecto

Consecución Plan Anual Operativo

La consecución del plan anual operativo, deberá estar sólidamente fundamentado, con una lógica clara, con los procesos bien definidos y desarrollados, con enfoque centrado en los grupos de interés, se ha desplegado de manera estructurada, se comparten mejores prácticas, finalmente se establecen prioridades y se implantan mejoras.

Tabla 22. Consecución Plan Anual Operativo.

<u>id</u>	Actividades	Responsable	Tiempo.
1.	Verificar el logro de los objetivos alcanzados	Empresario/Grupos de interés	1 vez por año
2.	Medir el enfoque a las normas de turismo	Empresario/Grupos de interés/Organismos Cooperantes	1 vez por año
3.	Verificar el aprendizaje, para compartir las mejores prácticas y oportunidad de mejora	Empresario/Grupos de interés/Organismos Cooperantes	Todo el tiempo
4.	Implementar la mejora continua	Empresario	Todo el tiempo

Elaboración: fuente propia.

Presupuesto

El empresario logrará la consecución del presupuesto planificado al final del año, logrando cubrir con todos los gastos e inversiones a realizar.

Tabla 23. Ejecución del presupuesto.

<u>id</u>	Actividades	Responsable	Tiempo.
1.	Verificar que lo presupuestado se cumpla en un porcentaje mayor al 90%	Empresario	1 vez por año
2.	Medir el resultado versus lo planificado	Empresario	1 vez por año
3.	Implementar la mejoras continua	Empresario	1 vez por año

Elaboración: fuente propia.

Porcentaje de Red de Promotores

El empresario mide el logro del modelo a través de la medición de aplicar la encuesta de servicio, con el sistema Net Promoter Score (NPS), como meta deberá alcanzar el 25% en el porcentaje y se sugieren las siguientes actividades:

Tabla 24. Aplicación del NPS.

<u>id</u>	Actividades	Responsable	Tiempo.
1.	Elaborar los formularios del NPS	Empresario	Cada mes
2.	Aplicar el formulario a los clientes	Empresario/Empleados	Cada mes
3.	Tabular la información y analizar	Empresario	Cada mes
4.	Implementar la mejora continua	Empresario	1 Vez al Cada año

Elaboración: fuente propia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Se realizó un diagnóstico de los estándares empleados en los hoteles y restaurantes pequeños y medianos de Concepción de Ataco y Apaneca; investigando bajo qué estándares de calidad realizaban actualmente los procesos relacionados con la atención y servicio al cliente; obteniendo como resultado que un 48% de los turistas evalúa bien la atención al cliente, sin embargo, solamente el 13% compararía bien el servicio recibido con respecto a otros lugares, es decir, el servicio está bien pero no se compara con establecimientos de nivel internacional.

Con respecto al cumplimiento de estándares de calidad, se concluye que por no cumplir con los criterios exigibles en la Norma de Turismo un 37% de los clientes no recomendaría el establecimiento entre sus conocidos para ser visitado; esto explicaría el bajo crecimiento del sector hoteles y restaurantes en la Ruta de Las Flores y la necesidad de implementar un modelo de gestión de estándares de calidad que contribuyan a elevar el grado de satisfacción de los clientes que los visitan.

En la investigación se encontró que el servicio ofertado por hoteles y restaurantes está por debajo de las expectativas del cliente, ya que al ser investigado su condición actual no es excelente ni regular sino que tiene una tendencia a ser buena.

El aseguramiento de la calidad no se encontró implícito en los procesos claves de la oferta de servicios, se exploraron los criterios establecidos en la Norma de Calidad Turística Salvadoreña, al investigar con los empresarios y los empleados de los establecimientos opinaron que el 63% no contaba con estos criterios.

El 100% de los propietarios está dispuesto a adoptar procesos bajo estándares de calidad, si se les propone un modelo que pueda aplicarse fácilmente y que puedan entender, por lo que se propone el Modelo de gestión de estándares de calidad adecuado para ellos.

RECOMENDACIONES

Para garantizar la gestión y aseguramiento de la calidad, que son parte vital de los procesos de producción de un bien o servicio, a través de identificar y superar las debilidades en la aplicación de estándares de calidad, se recomienda la implementación de la propuesta del modelo de gestión de estándares de calidad.

Se recomienda a los empresarios que definan y documenten su plan estratégico de negocio, para definir acciones concretas buscando objetivos de crecimiento y desarrollo económico, tanto del sector como de los municipios en donde se encuentran ubicados.

Aprovechar la ubicación estratégica en la que se encuentran los establecimientos, apoyándose en instituciones relacionadas con el turismo como CORSATUR, MITUR y OSN.

Crear vínculos con asociaciones que agrupan hoteles y restaurantes para aprovechar los beneficios que ofrece el gobierno, las instituciones de turismo y gobiernos locales para las empresas turísticas ubicadas en la zona.

Establecer una administración enfocada a la aplicación de sistemas y procedimientos adecuados que puedan estandarizarse, siguiendo el modelo propuesto, para llegar a medir el grado de cumplimiento de los estándares nacionales exigibles para los establecimientos que atienden turistas

Desarrollar el recurso humano, a través de capacitación continua y formación en la atención y servicio al cliente, pues ellos son un factor clave en el cumplimiento de los estándares y se vuelven la imagen y la primera impresión que un turista tiene del establecimiento.

Medir la satisfacción de los clientes utilizando la metodología NPS (Net Promoter Score) y que los resultados de este indicador sirvan para mejorar el servicio en la atención al cliente.

Para lograr la diferenciación y establecer una ventaja competitiva se recomienda a los propietarios, someterse a la certificación de sus servicios ante el Organismo Salvadoreño de Normalización OSN.

Referencia Bibliográfica

- Calidad, M. d. (1983). *Jurán, J.M; Gryna, Frank M; Bingham, R.S.* España: Reverte.
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la Calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas.* Madrid: Prentice Hall.
- CONACYT. (2012). *Recopilación de Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas Prácticas Turísticas de Centroamérica.* San Salvador: CONACYT.
- CORSATUR. (2013). Boletín Estadístico 2013. *Boletín Estadístico 2013.* San Salvador, El Salvador.
- CORSATUR, M. d. (Agosto, 2012). *Recopilación de Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas prácticas Turísticas de Centroamérica.* San Salvador: CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA CONACYT.
- CORSATUR, P. d. (18 de febrero de 2013). CORSATUR. (Investigadores, Entrevistador)
- Gibson, n., & Carlson, n. (2009). *Fundamentos de la Calidad.* México: Prentice Hall.
- Gómez, I., & Ortiz, X. (2010). *Apuesta por un turismo sostenible en El Salvador.* San Salvador: PRISMA.
- HBR. (2003). One number you need to grow. *Harvard Business Review.*
- Hernández Sampieri, R. (1999). *Metodología de la Investigación.* México: McGraw Hill.
- ICAITI. (s.f.). *Gestión y Aseguramiento de la Calidad. Serie ICAITI 66000.* Guatemala.
- Ishikawa, K. (1988). *¿Qué es el control total de la calidad? La modalidad japonesa.* Colombia: Norma.
- Jaime, I. D. (27 de marzo de 2014). Normalización. (investigadores, Entrevistador)
- Justicia, C. S. (20 de 12 de 2010). *Portal Jurídico.* Recuperado el 6 de octubre de 2012, de <http://www.jurisprudencia.gob.sv>

- Justicia, C. S. (29 de junio de 2012). *Portal Jurídico*. Recuperado el 6 de octubre de 2012, de <http://www.jurisprudencia.gob.sv>
- OMT. (2012). *Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el 16 de octubre de 2013, de www.unwto.org/es
- OSN, M. (2012). *Organismo Salvadoreño de Normalización*. Recuperado el 25 de marzo de 2013, de www.osn.gob.sv
- Portillo, M. (6 de octubre de 2014). Ruta de las Flores declarada zona de interés turístico. *La Prensa Gráfica*, págs. 25-26.
- Propietarios. (2 de noviembre de 2014). estándares de calidad aplicados. (investigadores, Entrevistador)
- Real Academia, E. (2014). *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado el 12 de diciembre de 2014, de <http://www.rae.es/>
- turista. (2 de noviembre de 2014). calidad del servicio. (investigadores, Entrevistador)

ANEXOS

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE

Cuestionario dirigido al Empresario dueño del Hotel y/o Restaurante de la zona de Ataco y Apaneca

Objetivo: Conocer la percepción de los Empresarios sobre la calidad en la oferta de productos y/o servicios ofertados al consumidor para lograr su satisfacción.

Indicación: Por favor marque con una "X" en la casilla que Ud. crea conveniente y haga las sugerencias pertinentes.

- 1- ¿Cuenta con un Plan Anual Operativo del Negocio? Si----- no-----
- 2- ¿Ha elaborado su misión del establecimiento? Si----- no-----
- 3- ¿Ha elaborado su visión Empresarial? Si----- no-----
- 4- ¿Cuenta con un presupuesto anual definido? Si----- no-----
- 5- ¿Revisa al menos cada tres meses como se ejecuta su presupuesto? Si-----
no-----
- 6- ¿Cuenta con una estructura jerárquica (Organigrama)? si----- no-----
- 7- ¿Se traza objetivos claros y precisos para el desempeño del negocio) si-----
no-----
- 8- ¿Se propone metas anuales en su negocio? Si---- no-----
- 9- ¿Tiene claramente definidas sus estrategias del negocio? Si---- no----
- 10- ¿Ha elaborado una política de calidad? Si--- no----
- 11- ¿Ha escuchado sobre la certificación en gestión y aseguramiento de la
calidad para pequeños, medianos hoteles, hostales y aparta hostales? Si---
no----
- 12- ¿Ha escuchado sobre la Norma de Calidad Turística de Servicios e
Instalaciones para Pequeños, Medianos Hoteles, Hostales y Apartahoteles?
Si--- no----
- 13- ¿Su personal recibe capacitaciones aplicables al desempeño del negocio al
menos semestralmente? Si----- no-----
- 14- ¿ Ha elaborado sus manuales de procedimientos del servicio al cliente de
su Empresa como:
 - ✓ Manual de ingreso..... Si----- no----
 - ✓ Manual de atención.....Si----- no-----
 - ✓ Manual de salida..... Si----- no-----

- 15-¿Tiene definida la forma de actuar frente a una queja o reclamo de un cliente? Si----- no-----
- 16-¿Posee algún mecanismo para evaluar la satisfacción del cliente? Si----- no--
- 17-¿dispone de todos los productos que oferta en el menú de su negocio? Si--- --- no----
- 18- ¿Cómo maneja una variación en el alza de los precios que altera su estructura en los costos de los productos?:
- Mantiene los mismos precios-----
 - varía la cantidad de compra-----
 - Varía la calidad en la compra -----
- 19-¿En cuanto a las recetas utilizadas en la producción de los alimentos :
- ✓ Son propias-----
 - ✓ Las deja a criterio del chef-----
- 20-¿En cuanto a su inventario de materia prima para elaborar el producto:
- ✓ Siempre mantiene la cantidad necesaria para enfrentar la demanda--- --
 - ✓ Espera que se le agote el producto para volver a comprar-----
- 21-¿Cómo promociona su Empresa?
- ✓ Redes Sociales----- Sitio web----- Correo electrónico-----
 - ✓ Radio----- Televisión----- Valla Publicitarias----- Hojas Volantes -----
- 22-¿Tiene Proveedores específicos para su negocio? Si----- no-----

GUIÓN DE ALGUNAS PREGUNTAS QUE SE LE REALIZARON EN ENTREVISTA PERSONAL A ENTIDADES GUBERNAMENTALES EN MATERIA DE CALIDAD EN TURISMO.

Las entrevistas se utilizaron para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que se realizaron por los investigadores en las diferentes instituciones.

MINSAL (Ministerio de Salud Pública y Asistencia social) Alcaldías, Gobernación, Policía Nacional Civil Y Otras entidades gubernamentales.

- 1- ¿Qué requisitos exigen para la apertura de establecimiento de alojamiento y servicio de alimentación?
- 2- ¿Cuentan con algún documento donde soliciten permiso de instalación y funcionamiento de establecimientos alimentarios y bodegas que registre los procedimientos para la protección de alimentos?
- 3- ¿Tiene algún costo el registro de las Empresas dedicadas al comercio?
- 4- ¿Realizan algún tipo de inspección sanitaria?
- 5- ¿Proporcionan capacitaciones para los dueños y empleados de hoteles y restaurantes?
- 6- ¿Cuentan con registro de consultas por enfermedades como intoxicación alimentaria, enfermedades gastrointestinales, alergias por picadas de insectos, mordeduras de animal, entre otros?
- 7- ¿Tiene vencimiento los permisos o certificaciones otorgadas para operar?
- 8- ¿Hay registros de accidentes por desastres naturales?
- 9- ¿Hay registro de violencia delincencial?

CORSATUR

- 1- ¿Cuentan con registro legales de empresas de servicio de hoteles y restaurante de Concepción de Ataco y Apaneca?
- 2- ¿Requisitos que exigen para pertenecer a CORSATUR?
- 3- ¿Tiene algún costo el registro de las Empresas dedicadas al comercio en ésta entidad?
- 4- ¿Tiene vencimiento los permisos o membrecías otorgadas para operar?
- 5- ¿Cuentan con Procesos y Procedimientos definidos y accesibles para registrarse?
- 6- ¿Tiene sitio web y está lo necesario para poder registrarse?

- 7- ¿Prestan beneficios para el desarrollo y crecimiento de estas empresas?
- 8- ¿Cuentan con estrategia de seguridad para huéspedes de los hoteles que están registradas?

ORGANISMO SALVADOREÑO DE NORMALIZACIÓN

- 1- ¿Existe un organismo de certificación de calidad?
- 2- ¿Hay estándares de calidad para hoteles y restaurantes pequeños y medianos?
- 3- ¿Certifican productos, procesos, competencias, sistemas de calidad?
- 4- ¿Hay divulgación sobre normas de estandarización para las empresas hotelera y de servicio de alimentación?
- 5- ¿Requisitos legales que exigen para registrarse en la organización certificadora?
- 6- ¿Cuentan con registro de empresas de servicio de hoteles y restaurante de Concepción de Ataco y Apaneca?
- 7- ¿Tiene algún costo el registro de las Empresas dedicadas al comercio en ésta entidad?
- 8- ¿Se puede registrar todo tipo de empresa?
- 9- ¿Prestan beneficios para el desarrollo y crecimiento de estas empresas de forma periódica?
- 10- ¿Tiene algún costo el registro de las Empresas dedicadas al comercio hotelero y de servicio de alimentación en ésta entidad?
- 11- ¿Tiene vencimiento las certificaciones otorgadas para operar?
- 12- ¿Tienen material promocional para fortalecer a las empresas registradas?
- 9- ¿Tiene sitio web y está lo necesario para poder registrarse?
- 10- ¿Hay parámetros respecto a montos de activos de las empresas en cuanto a costos para registrarse?

FORMATO DE GUIA DE OBSERVACION										
<i>en la ruta de las flores específicamente en los municipios de Concepción de Ataco y Apaneca</i>										
VERIFICACION DE CAMPO										
¿El local cuenta con mobiliario y equipo en buenas condiciones										
Excelente		Bueno		Regular	Malo					
¿Dispone con servicios sanitarios adecuados?										
Excelente		Bueno		Regular	Malo					
¿Cuenta con un Menú Escrito?										
Excelente		Bueno		Regular	Malo					
¿La atención recibida se percibió con profesionalidad?										
Excelente		Bueno		Regular	Malo					
¿En la atención recibida se observo que las personas contaba con higiene personal?										
Excelente		Bueno		Regular	Malo					
¿En la atención recibida se observo calidad en cuanto al servicio a la mesa?										
Excelente		Bueno		Regular	Malo					
¿El servicio del mesero se observo calidad en cuanto al tiempo de entrega del pedido solicitado?										
Excelente		Bueno		Regular	Malo					
Excelente		Bueno		Regular	Malo					
¿En las instalaciones se observo una adecuada señalización, acceso, climatización y seguridad?										
Excelente		Bueno		Regular	Malo					
¿Se observó una adecuada limpieza y equipamiento de zonas comunes?										
Excelente		Bueno		Regular	Malo					
¿Se observo una adecuado equipamiento de habitaciones que le proporcione descanso y confort?										
Excelente		Bueno		Regular	Malo					

Formulario Check List Norma de Calidad Turística de Servicios e Instalaciones para pequeños y medianos hoteles, hostales y Apartahoteles.

Requisitos para la Prestación del Servicio

GENERALES	✓ <input type="checkbox"/>	Cumple	No Cumple
1. Reservaciones			
La reservación se realiza en 5 minutos			
Proporciona la información:			
Tarifas Disponibles			
Plan de Tarifas			
Política de reservación			
Políticas de llegada			
Las reservaciones son registradas:			
Fecha de entrada y salida			
Nombre del Cliente			
Numero de habitación y tipo			
Tel. o Correo Electrónico de Contacto			
Tarifa y forma de pago			
2. Servicio de Portería			
Saludar con cortesía			
Ayudar con el equipaje			
Conocimiento de la zona, lugares de interés			
3. Servicios de Equipaje y botones			
Para la entrada de los clientes			
Saludar con cortesía			
Maneja el equipaje con cuidado			
4. Servicio de recepción e información			
Da la bienvenida y saluda con cortesía			
completo la hoja de registro			
Realizar el Check in entre 5 y 10 minutos			
Porta el distintivo con nombre y el del local			
Dispone de un mapa de la ciudad o el país			
5. Servicio de Check Out y facturación			
El servicio se realizo en tiempo no mayor de 10 minutos			
6. Servicio de Teléfono			
Hay servicio de teléfono y de fax			
Hay en las habitaciones listados con los # de teléfonos de emergencias y códigos internacionales			
7. Instalaciones y Equipos			
Las áreas de atención al cliente están identificadas			
Los equipos funcionan al 100%			
Las diversas áreas están señalizadas			
Las instalaciones y equipos están en buen estado			
8. Instalaciones para empleados			
9. Habitaciones			

Había TV a color			
Camas con accesorios			
Espejo y mesa de usos varios			
Silla y Cesto de basura			
Ventilador o Aire acondicionado			
Directorio telefónico			
Closet o ropero			
10. Baños			
Pisos, Muros y Mobiliario limpios			
Inodoro y lavamanos			
Toallas, Papel y cesto de basura			
Amenidades (champú, jabón)			
11. Ropa de cama y toallas			
Juego de toallas por persona			
Las toallas y sábanas en buen estado			
12. Requisitos de seguridad			
Sistema de alarma			
Salidas de emergencia o ruta de evacuación			
Equipo contra incendios			
Guía de seguridad para clientes			
13. Limpieza en general			
Las zonas comunes cumplen con los requisitos mínimos			
Los sanitarios y habitaciones cumplen los requisitos mínimos			
14. Lavandería			
Las prendas no están sucias, no tienen manchas, están planchadas y huelen a limpio			
15. Limpieza de comedores y cocinas			
Se observo limpieza y orden			
16. Tratamientos de desperdicios			
Existen recipientes para la basura			
17. Mantenimiento de instalaciones			
Se observo mantenimiento en los jardines y parqueos			
RESUMEN			
Total de cumplimiento			
Total de incumplimiento			

FORMATO DE ENTREVISTA										
Objetivo: Establecer una comunicación entre el investigador y los grupos conocedores de temas de calidad y turismo en la ruta de las flores específicamente en los municipios de Concepción de Ataco y Apaneca										
VERIFICACION DE CAMPO										
¿Ha visitado o se ha hospedado en Hoteles y Restaurantes de los municipios de Ataco y Apaneca?										
				Si		No				
¿Durante la visita al hotel o restaurante usted pudo observar lo siguiente?										
Visión				Si		No				
Misión				Si		No				
Valores				Si		No				
Salidas de Emergencia señalizada				Si		No				
Fácil acceso al lugar				Si		No				
Parqueo				Si		No				
Servicios Sanitarios				Si		No				
Área de No fumar				Si		No				
Extintores				Si		No				
Wifi				Si		No				
Amenidades (jabón, Shampoo, papel)				Si		No				
¿En los alrededores del lugar usted observa?										
Promontorios de basura				Si		No				
Cajero Automático				Si		No				
Calles limpias				Si		No				
Seguridad				Si		No				
Perro Callejeros				Si		No				
Iluminación				Si		No				
Rutas de evacuación				Si		No				
Acceso Internet				Si		No				
Mapa Turístico en la plaza				Si		No				
Centro de Atención al Turista				Si		No				
Área para depositar la basura				Si		No				

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE

Cuestionario dirigido a los Empleados del Hotel y/o Restaurante de la zona de Ataco y Apaneca

Objetivo: Conocer la percepción de los Empleados sobre la calidad en el desempeño de su trabajo.

Indicación: Por favor marque con una "X" en la casilla que Ud. crea conveniente, y haga las sugerencias pertinentes.

1. ¿Conoce si éste negocio tiene un plan anual de operación? Si----- no-----
2. ¿Ha leído Ud. la misión y la visión de este negocio? Si----- no-----
3. ¿Sabe Ud. si éste negocio tiene puestos como: Gerente----- Administración-----Cajero/a----- Recepcionista----- vigilante----- Chef----- Mesero/a-----

4. ¿Conoce Ud. Si hay un procedimiento para atención del cliente como: Manual de bienvenida----- como ubicar y atender al cliente----- como despedir al cliente-----
5. ¿Conoce Ud. Si hay un procedimiento para el manejo de un reclamo, rechazo o queja de un cliente? Si----- no-----
6. ¿Siempre hay en existencia todos los productos del menú? Si----- no-----
7. ¿Le dan capacitaciones con respecto a su empleo frecuentemente? Como: Atención al cliente ----- Trabajo en equipo----- manipulación de alimentos-----

8. ¿Le realizan exámenes generales como de heces, orina y sangre al menos cada seis meses? Si----- no-----
9. Generalmente cuenta con los insumos necesarios (desinfectantes) y otros para el desempeño de su puesto? Si----- no-----

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE

Cuestionario dirigido al cliente turista que hace uso de Restaurante en la zona de Ataco y Apaneca

Objetivo: Conocer percepción sobre la satisfacción de las necesidades del consumidor en cuanto a la calidad del producto o servicio recibido.

Indicación: Por favor marque con una "X" en la casilla que Ud. crea conveniente, y haga las sugerencias pertinentes

1- ¿El acceso al parqueo del Hotel/Restaurante, se le presentó algún inconveniente:

- Encontró indicaciones de parqueo? si----- no-----
- Había personal de seguridad? si----- no-----
- Había adecuada distribución de espacio en el parqueo? si---no—
- Le dio la bienvenida y le orientó alguna persona al ingreso a las instalaciones si----- no-----

2- ¿Cómo evaluaría el servicio en el área de restaurante en cuanto a:

- Orden y aseo de las mesas, excelente--- buena--- regular---- mala----
- Distribución de mesas y sillas: Excelente----- buena--- regular--- mala---
- Tuvo inconvenientes con insectos a la hora de degustar sus alimentos si— no—
- En general como evaluaría la atención prestada en el restaurante: excelente ---buena---regular---mala----

3- ¿ El mesero/a que le atendió tenía:

- Buena presentación si--- no---
- Conocimiento de los productos ofertados en el menú si----no----
- Permanece al pendiente de sus inquietudes y necesidades si----- no--
-
- En general como evaluaría la atención prestada por el mesero/a: Excelente----buena---regular---mala----

- 4- ¿La bebida degustada contaba con la calidad en sabor, mezcla y preparación que Ud. esperaba si---- no----
Si es no, a que le atribuye?-----

- 5- ¿En general, la higiene ambientación y rotulación del establecimiento reflejaba la calidad que Ud. pretendía? Si ---- no----
Si es no, comente-----

- 6- ¿Los alimentos tenían una buena `presentación, sabor y temperatura al momento de ser consumidos. Si----- no-----
Si es no, Comente-----
--
- 7- Cumplió sus expectativas el servicio de facturación/cobro? Si---no-----
Si es no, comente-----

- 8- ¿según sus expectativas como evaluaría el desempeño del personal
Excelente ----bueno----regular---- malo----
Que
recomendaría.....
- 9- ¿Compararía el servicio de éste establecimiento con la atención en otros establecimientos internacionales o nacionales que Ud. Haya visitado? Si ---
- no-----
- 10- ¿Regresaría a éste establecimiento? Si----- no-----
- 11- ¿Recomendaría éste establecimiento con otras personas? Si----- no-----

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE

Cuestionario dirigido al cliente turista que hace uso de Hotel y Restaurante en la zona de Ataco y Apaneca

Objetivo: Conocer percepción sobre la satisfacción de las necesidades del consumidor en cuanto a la calidad del producto o servicio recibido.

Indicación: Por favor marque con una "X" en la casilla que Ud. crea conveniente, y haga las sugerencias pertinentes

1. ¿Al acceder al parqueo del Hotel/Restaurante, se le presentó algún inconveniente:
 - Encontró indicaciones de parqueo? si----- no-----
 - Había personal de seguridad? si----- no-----
 - Había adecuada distribución de espacio en el parqueo? si---no—
 - Le dio la bienvenida y le orientó alguna persona al ingreso a las instalaciones si----- no-----

2. ¿Cómo evaluaría el servicio en el área de restaurante en cuanto a:
 - Orden y aseo de las mesas, excelente--- buena--- regular---- mala----
 - Distribución de mesas y sillas: Excelente----- buena--- regular--- mala---
 - Tuvo inconvenientes con insectos a la hora de degustar sus alimentos si—no—
 - En general como evaluaría la atención prestada en el restaurante: excelente --- buena---regular---mala----

3. ¿ El mesero/a que le atendió tenía:
 - Buena presentación si--- no---
 - Conocimiento de los productos ofertados en el menú si----no----
 - Permanece al pendiente de sus inquietudes y necesidades si----- no---
 - En general como evaluaría la atención prestada por el mesero/a:
Excelente----buena---regular---mala----

4. ¿La bebida degustada contaba con la calidad en sabor, mezcla y preparación que Ud esperaba:

- . Sabor ----- Mezcla----- preparación general-----
5. ¿En general, la higiene ambientación y rotulación del establecimiento reflejaba la calidad que Ud. pretendía? Si ---- no----
- Si es no, comente-----
-
6. ¿En cuanto a los alimentos al momento de ser consumidos :
Tenían una buena presentación-----buen sabor----- adecuada temperatura---

7. Cumplió sus expectativas el servicio de facturación/cobro? Si---no-----
- Si es no, comente-----
8. ¿según sus expectativas como evaluaría el desempeño del personal:
- Excelente-----bueno----regular---- malo----
- Que recomendaría-----
9. *¿Compararía el servicio de éste establecimiento con la atención en otros establecimientos Que Ud haya visitado?:*
Internacionales si----- no-----
Nacionales Si ---- no-----
Si es no, comente-----
10. ¿ El servicio de reservación y registro en Hotel cumplió sus expectativas en cuanto a información sobre:
- Disponibilidad e habitaciones si--- no-----
 - Tiempo de registro si----- no-----
 - Tarifas de acuerdo al servicio si---no---
 - Tiempo de acomodación si---- no----
 - Restricciones de horarios si---no----
 - Sistema de pago (efectivo ,cheque o tarjeta de crédito) si---- no-----
 - Explicación del funcionamiento de luces, televisión, agua caliente y otros si----- no-----
 - Rutas y señalización de evacuación si----- no----
 - Solventaron alguna petición adicional de una manera satisfactoria si----- no----

- Recibió información en recepción de los servicios como: Fax----- caja de seguridad---- teléfono----- actividades sociales y culturales y atracciones turísticas -----

11 ¿En su habitación estaba disponible:

- Directorio telefónico si----- no----
- Información general del establecimiento y entorno si----- no----
- Mapa del área si---- no-----
- Brochure turístico si----- no----
- Comodidad y confort en cama si----- no-----
- El baño se encontraba con todos los accesorios si----- no----

12 ¿Cómo evaluaría los siguientes aspectos:

- check out: excelente----- bueno----- regular ----- malo-----
- Facturación y detalle de gastos: excelente-----bueno----- regular----- malo---

13- ¿En general como evaluaría la amabilidad y cordialidad con que fue atendido

- Excelente ----- Bueno----- regular----- malo-----

Comente-----

14- ¿Regresaría a éste establecimiento? Si----- no-----

15- ¿Recomendaría éste establecimiento con otras personas? Si----- no-----



El Salvador tiene mucha riqueza cultural, tradición y artesanías para ver en las diferentes rutas turísticas.

El Salvador has much rich culture, tradition and handicrafts to see in the various tourist routes.



Fiestas Patronales



Fiestas Religiosas



Artesanías



Café

Directory

Central Zone

Beaches

Western Zone

Ruta de las Flores



Ruta de las Flores

Distancias desde • Distances from

San Salvador: 61 Km. / 33 Miles • 60 min.

Santa Ana: 25 Km. / 14 Miles • 30 min.

San Miguel: 197 Km. / 106 Miles • 180 min.

En el trayecto que va de la ciudad de Sonsonate hacia Ahuachapán, se ubica una serie de pueblos con mucha tradición cultural, bellezas naturales y un clima agradable que brinda la sierra Apaneca - Ilimatepec. Un recorrido sinuoso, lleno de cafetales entre colinas que comprende 5 poblados: Nahuizalco, Salcoatitán, Juayúa, Apaneca y Concepción de Ataco.

¿Cómo llegar?

A través de la carretera CA-8 que de Sonsonate conduce a Ahuachapán. Otro acceso es desde Santa Ana a Los Naranjos (CA-12), tome el desvío a Juayúa. Otra opción es desde la frontera de La Hachadura sobre la CA-2 llegará al desvío de Jujutla, siga al norte para llegar a Apaneca.

Paseos y Actividades

Nahuizalco
Es el primer poblado que encuentra partiendo de Sonsonate. Era el centro Pipil más populoso y fuerte de El Salvador, establecido mucho antes de la llegada de los españoles. Su nombre en lengua Náhuat significa "Cuatro Izalcos", ya que tenía cuatro veces más habitantes que el pueblo de Izalco. Este pueblo se caracteriza por tener costumbres indígenas muy arraigadas.

Frente a la Iglesia Parroquial se ubica una pequeña plaza, con una pila central que se dice data de los tiempos de la colonia. En los contornos de la plaza se ubican la Alcaldía Municipal, oficinas privadas, el mercado municipal, pequeños comercios y viviendas

dentro de las cuales está la Casa de Artes Nahuizalco.

Uno de sus atractivos turísticos es el Mercado del pueblo, en el que se ilumina con velas; se instala en el pueblo, en él podrá adquirir artículos típicos como canastas y cestas, comida típica y bebidas. Resulta interesante visitar los talleres de artesanía donde se trabaja el mimbre, el tule (fibras naturales de la madera) y el algodón. Para mayor información la Oficina de Turismo ubicada en el pueblo.

Salcoatitán
Situado a 1045 m.s.n.m. posee un agradable clima y temperatura promedio es 22° C. Su nombre en Náhuat significa "la ciudad de quetzalcoatl", viento y lucero de la aurora. Por estar tan cerca de Nahuizalco y Juayúa comparte sus tradiciones y atracciones como los talleres artesanales de artesanía elaborados en mimbre, tule y madera con diseños originales.

También llama la atención el Tren que lo lleva a Ahuachapán, el parque central, la iglesia y sus principales edificios donde se ha establecido un Festival Gastronómico que se lleva a cabo todos los días domingo. En el pueblo usted encontrara variedad de comidas típicas de la zona. Para mayor información llamar a la Alcaldía al 2452-2227.

Los Naranjos
El Plan de Los Naranjos se localiza a 7 Km. al norte de Juayúa, sobre la carretera CA-12, donde se encuentra el cerro El Pilón, con una altura de 1,961 m. s.n.m. que hace su clima templado, presentando temperaturas en los meses de diciembre y enero.

Anexo 1
MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL
FORMULARIO PARA SOLICITAR PERMISO DE INSTALACION Y FUNCIONAMIENTO
DE OTROS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS Y BODEGAS

FORMA : 02S-03A

A. PERMISO DE INSTALACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

Primera Licencia : Fecha: _____

Renovación : Fecha: _____

(Escribir numero)

B. IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

1. Nombre del establecimiento:

2. Nombre del propietario y teléfono:

3. Nombre del representante legal o Administrador y teléfono:

4. Dirección exacta del establecimiento:

5. Teléfono, fax y correo electrónico del establecimiento:

6. Número de empleados y administrativos

Sexo: M _____ F _____ Total _____

Nombre: _____
Solicitante

Firma: _____
Solicitante

C. Primer Permiso (Requisitos)

1. Fotocopia de la patente o registro de comercio de sociedad y de la patente de registro de comercio de la empresa para personas jurídicas, (cuando proceda).
2. Programa de Control de Salud de los trabajadores que incluya exámenes clínicos actualizados cada seis meses.
3. Programa de Control de insectos y roedores
4. Solvencia Municipal

D. Renovación (Requisitos)

1. Fotocopia de patente o registro de comercio de sociedad y de la patente de registro de comercio de la empresa para personas jurídicas (en caso haya cambio de cuando se dio la primera licencia).
2. Programa de Control de Salud de los trabajadores que incluya exámenes clínicos actualizados.
3. Programa de Control de Insectos y Roedores.
4. Solvencia Municipal.

NOTA:

- 1) No se recibirá la solicitud, sino se acompaña de toda la documentación requerida.
- 2) En caso haya cambio de domicilio o haber realizado remodelaciones, en ambos casos debe comunicarlo a la autoridad de salud respectiva.
- 3) La obtención del Permiso estará sujeta al cumplimiento de los requisitos sanitarios.

Certificación de Productos

La certificación de productos es una herramienta que facilita el intercambio comercial entre diversos mercados independientemente del tamaño, distancias y características culturales de sus compradores, ya que es una actividad de la evaluación de la conformidad que por su naturaleza, apego a principios y el involucramiento de una entidad de tercera parte brinda confianza sobre los resultados de la evaluación.

Con el otorgamiento de la marca de certificación, las empresas logran una diferenciación y reconocimiento de sus productos en el mercado, facilitando la decisión de compra ante varios oferentes.

4 Otorgamiento de certificación

Notificación al público en general sobre el otorgamiento de la certificación de productos de la empresa
Auditoría de seguimiento

3 Etapa de decisión de certificación

Análisis de resultados de la auditoría.
Emisión de dictámenes:
- otorgamiento de certificación o
- seguimiento a deficiencias encontradas en la auditoría.

2 Evaluación documental y en instalaciones del fabricante

Selección y notificación de equipo evaluador
Programación de la evaluación
Auditoría documental del cliente a evaluar
Auditoría en las instalaciones del cliente
Toma de muestra del producto y análisis de laboratorio
Entrega de informe de auditoría

1 Atención al cliente y recepción de solicitudes de certificación

Presentación de Solicitud de Certificación
Recepción y revisión de información de la empresa de acuerdo a esquema de certificación
Pago de servicio

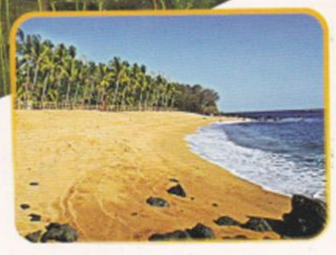
El OSN apoya mediante la certificación de productos del sector alimentos:

Agua Envasada
Embutidos
Especias
Cereales
Lácteos
Bebidas
Harinas
Miel



Pueblos VIVOS
El Salvador

Recopilación de Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas Prácticas Turísticas de Centroamérica



Ministerio de Turismo y
Corporación Salvadoreña de Turismo.



