

**UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR FACULTAD DE CIENCIAS
EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
“LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”**



**UNIVERSIDAD EVANGÉLICA
DE EL SALVADOR**

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

**CONTRIBUYEN LOS PROCESOS ACTUALES DE LOS SERVICIOS QUE SE
BRINDAN EN LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN LA MEJORA
DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LOS HOTELES PEQUEÑOS UBICADOS
EN SAN SALVADOR (HOPES)**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS.**

PRESENTADO POR:

**RENÉ ULISES CONTRERAS FLORES
EDITH MARLENE HUAJACA HERNÁNDEZ
MARITZA VERÓNICA MINA RODRÍGUEZ**

SAN SALVADOR 26 de MARZO 2021

**UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
“LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”**



**UNIVERSIDAD EVANGÉLICA
DE EL SALVADOR**

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

**DRA. CRISTINA GLORIBEL JUÁREZ DE AMAYA
RECTORA**

**DR. DARÍO ANTONIO CHÁVEZ SILIÉZAR
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL**

**ING. SONIA CANDELARIA RODRÍGUEZ DE MARTÍNEZ
SECRETARIA GENERAL**

**LICDO. JOSE PEREZ
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
“LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”**



**UNIVERSIDAD EVANGÉLICA
DE EL SALVADOR**

COMISIÓN EVALUADORA

**LICDA. ANA INGRID CHÉVEZ
PRESIDENTA**

**LCDA. MAGALY ORTEGA
SECRETARIA**

**LICDA. KLAUDIA MARIA BARAHONA
VOCAL**



INSTRUMENTO 4

VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL



REMISIÓN DE INFORME FINAL

San Salvador, 14 de septiembre de 2021

Señor(a)
Presidente del CIC
Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas
Presente

Estimado(a) Sr(a):

Por este medio envío tres ejemplares del informe final del trabajo de investigación titulado:

CONTRIBUYEN LOS PROCESOS ACTUALES DE LOS SERVICIOS QUE SE BRINDAN EN LOS NIVELES DE SATISFACCION AL CLIENTE EN LA MEJORA DE LA GESTION ADMINISTRATIVA DE LOS HOTELES PEQUENOS UBICADOS EN SAN SALVADOR (HOPES)

Elaborado por los estudiantes

RENE ULISES CONTRERAS FLORES

EDITH MARLENE HUAJACAHERNANDEZ

MARITZA VERONICA MINA RODRIGUEZ

de la carrera Licenciatura en administración de Empresas. Este informe lo he revisado minuciosa detalladamente y doy fe que en su elaboración han seguido los lineamientos para investigación o de innovación que tiene la Universidad y se han cumplido con los objetivos planteados en la investigación.

Atentamente

Kludia María Barahona Álvarez
Nombre y firma
Asesor



Universidad Estratégica
de El Salvador

INSTRUMENTO 5
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL
ACTA DE RESOLUCIÓN DE
EVALUACIÓN DE INFORME FINAL



FACULTAD: Ciencias Empresariales y Económicas
CARRERA: Licenciatura en Administración de Empresas

Este día 10 de Septiembre de 2021, reunida la Comisión Evaluadora de forma virtual en aplicación Zoom, debido a emergencia por pandemia COVID.19, para evaluar el Informe Final de Trabajo de investigación titulado:

CONTRIBUYEN LOS PROCESOS ACTUALES DE LOS SERVICIOS QUE SE BRINDAN EN LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN LA MEJORA DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LOS HOTELES PEQUEÑOS UBICADOS EN SAN SALVADOR (HOPES)

el cuál ha sido presentado por los estudiantes:

	Nombre completo del estudiante	Firma
1	RENÉ ULISES CONTRERAS FLORES	
2	MARITZA VERÓNICA MINA RODRÍGUEZ	
3	EDITH MARLENE HUAJACA HERNÁNDEZ	

Esta Comisión utilizando el instrumento para evaluación de informes finales que la Dirección de Investigación ha elaborado para tal fin (Instrumento 6 y 7) ha asignado las notas y promedio que a continuación se detallan.

Nombre de los miembros de la Comisión Evaluadora	Calificación estudiante 1		Calificación estudiante 2		Calificación estudiante 3	
	Documento escrito	Presentación oral	Documento escrito	Presentación oral	Documento escrito	Presentación oral
Presidente	8.50	7.00	8.50	9.00	8.50	8.00
Secretario	8.50	7.50	8.50	9.00	8.50	8.00
Vocal	9.00	7.80	9.00	9.20	9.00	8.00
Promedio parcial	8.66	7.43	8.66	9.06	8.66	8.00
Promedio Global obtenido en número y letras	8.00 Ocho punto cero, cero.		8.56 Ocho punto cincuenta y seis		8.33 Ocho punto treinta y tres	

Anexar los formularios llenos utilizados en la evaluación

Esta Comisión Evaluadora Acuerda **APROBADO** y para constancia firmamos.

Nombre Presidente: Licda. Ana Ingrid Chevez Firma

Nombre Secretario: Licda. Magaly Ivette Ortega Firma

Nombre Vocal: Licda. Klaudia Maria Barahona Firma



ANEXO

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Nosotros René Ulises contreras Flores, Edith Marlene Huajaca Hernández, Maritza Verónica Mina Rodríguez, con DUI 05400088-2, 05514646-1, 05444134-7, Alumnos de las Carreras de Licenciatura en Administración de Empresas, de la Universidad Evangélica de El Salvador,

Manifestamos:

- 6) Que somos los autores del proyecto de graduación: Contribuyen los procesos actuales de los servicios que se brindan en los niveles de satisfacción al cliente en la mejora de la gestión administrativa de los hoteles pequeños ubicados en San Salvador (Hopes) presentado como finalización de la(s) carrera(s) Administración de Empresas dirigido por el Asesor Lic. Klaudia María Barahona Álvarez de la Facultad Ciencias Empresariales de la Universidad Evangélica de El Salvador.
- 7) Que la obra es una obra original y que no infringe los derechos de propiedad intelectual ni los derechos de publicidad, comerciales de propiedad industrial o de otros, y que no constituye una difamación, ni una invasión de la privacidad o de la intimidad, ni cualquier injuria hacia terceros.
- 8) Que la obra no infringe los derechos de propiedad intelectual de terceros, responsabilizándome ante la Universidad en cualquier reclamación que se pueda hacer en este sentido.

9) Que estamos debidamente legitimados para autorizar la divulgación de la obra mediante las condiciones de la licencia de Creative Commons:

- Reconocimiento (cc by)
- Reconocimiento-Compartir (cc by-sa)
- Reconocimiento-SinObraDerivada (cc by-nd)
- Reconocimiento-No comercial (cc by-nc)
- Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual (cc by-nc-sa)
- Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada (cc by-nc-nd)

de acuerdo con la legalidad vigente.

10) Que conocemos y aceptamos las condiciones de preservación y difusión de la Red de Bibliotecas de universitarias.

Por tanto Solicitamos:

Que la obra quede depositada en las condiciones establecidas anteriormente, en el Catálogo de la Web de Biblioteca y Repositorios pertinentes, y en consecuencia aceptamos se publique bajo la licencia antes expuesta y con una vigencia igual a la de los derechos de autor.

Firman René Ulises Contreras Flores



Edith Marlene Huajaca Hernández



Maritza Verónica Mina Rodríguez



San Salvador, 16 de Septiembre de 2021

Carta de Autorización para la publicación interna y externa de trabajos de grado: tesis, maestrías y doctorados de La Universidad Evangélica de El Salvador en los SITIOS WEB DE LA UNIVERSIDAD, REPOSITARIOS, otros.

INDICE

AGRADECIMIENTOS.....	iv
Resumen.....	v
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
A. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	2
B. ENUNCIADO DEL PROBLEMA	3
C. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.	3
D. CONTEXTO DE ESTUDIO.	4
E. JUSTIFICACIÓN.....	5
CAPITULO II. FUNDAMENTACIÓN TEORICA	6
A. ESTADO ACTUAL DEL HECHO O SITUACIÓN.....	6
B. Hipótesis de investigación o supuestos teóricos.....	45
CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	46
A. ENFOQUE Y TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	46
B. SUJETOS Y OBJETO DE ESTUDIO	46
1. Unidad de análisis. Población y Muestra	46
2. Variables e indicadores	48
C. TÉCNICAS, MATERIALES E INSTRUMENTOS.	51
1. Técnicas y procedimientos para la recopilación de la información.....	51
2. Instrumentos de registro y medición.	51
D. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN (COMO SE HARÁ).....	51
E. Cronograma de actividades.....	53
F. PRESUPUESTO.	54
G. ESTRATEGIAS DE UTILIZACIÓN DE RESULTADOS.	54
CAPITULO IV: ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	55
A. RESULTADOS.	59
B. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	81
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	82
FUENTES DE INFORMACION CONSULTADAS.....	84
ANEXOS.....	86
ARTICULO DE LA REVISTA	98

AGRADECIMIENTOS

RENÉ ULISES CONTRERAS FLORES

Agradecimiento especial a mis padres por brindarme la oportunidad de estudiar y por la motivación que me han dado para poder lograr mis metas. Un sincero agradecimiento a nuestra asesora de Tesis Licenciada. Klaudia Barahona que, gracias a sus conocimientos, experiencias nos ayudó a culminar nuestra tesis, también por el apoyo en cada una de las asesorías.

EDITH MARLENE HUAJACA HERNÁNDEZ

Primeramente, le doy gracias a Dios por haberme permitido culminar mi carrera ya que esto ha sido un gran proceso no ha sido nada fácil porque últimamente se ha presentado muchos obstáculos, pero con la ayuda de Dios he podido ver su mano y sus bendiciones sobre mí con la ayuda de Dios y la de mis padres todo este sueño no hubiera sido posible.

Le doy gracias a mis padres Nelson Antonio Huajaca Castro y Marlene Margarita Hernández de Huajaca por el apoyo incondicional que me han dado por el esfuerzo que han hecho para sacarme adelante, estoy totalmente agradecida porque han estado conmigo desde el principio de mi carrera hasta el final, ellos han sido el motor en mi vida y el mayor ejemplo para poder luchar por mis sueños también le quiero dar las gracias a mi tía porque ha sido una gran bendición en estos últimos días. También quiero agradecer a la asesora que ha estado desde un principio hasta el final pendiente de cada paso que hemos realizado en nuestro proyecto agradecer a la coordinadora de mi carrera a los licenciados que me impartieron clases jurados por cada enseñanza y consejos que nos han brindado.

MARITZA VERÓNICA MINA RODRÍGUEZ

Agradezco inmensamente a Dios por haberme permitido llegar hasta acá, culminar mis estudios universitarios, cumplir una de mis metas y propósitos de vida. A mi madre Maritza Roxana Rodríguez quien ha sido mi guía, sin ella no pudiera ser posible esta etapa en mi vida ya que siempre ha buscado lo mejor para mi vida con todo su esfuerzo, dedicación y amor que me ha brindado a lo largo de los años, a mis licenciados durante toda mi carrera ya que fueron guía para poder llegar hasta acá y un agradecimiento especial a mi asesora de tesis Licda. Klaudia Barahona que estuvo pendiente de nosotros para que todo nos saliera con éxito y así poder culminar una de las etapas de mi vida más importantes.

Resumen

En la presente investigación se dio a conocer que el sector turístico es uno de los que más crecimiento presentan en los años recientes. El objetivo de la investigación fue analizar la calidad de servicio al cliente con relación a la mejora de la gestión Administrativa en los hoteles pequeños que forman parte de Hopes, en el Municipio de San Salvador.

Como hipótesis se estableció si es posible un aumento en la demanda de ocupación hotelera en la medida que los hoteleros mejoren la calidad de servicio al cliente, así como se mejore la gestión administrativa.

Se analizó cómo se posicionan a nivel nacional e internacional los pequeños hoteles del gran San Salvador miembros de HOPES para sus huéspedes, una vez logran establecer el protocolo de Bio- seguridad como parte de la nueva normalidad.

Los resultado de esta investigación se logró con base a encuestas tanto para los empleados y clientes frecuentes de los 13 hoteles del municipio de San Salvador, los cuales opinaron que la calidad del servicio brindada es importante pero ante la nueva normalidad es más importante que cumplan con los protocolos de bio-seguridad hipótesis alternativa.

Todo esto se puede lograr a través de la obtención del sello Safe Travels el cual los ayudará a un mejor prestigio y posición en el mercado hotelero.

Palabras claves: Calidad, Hopes, San Salvador, Gestión, Bio-seguridad, hotelera, huéspedes, demanda, Safe, travel.

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se dio a conocer que el sector turístico es uno de los que más crecimiento presentan en los años recientes. Actualmente se vive en un mundo comercial con cambios constantes la industria turística no es la excepción, se debe avanzar junto con elementos tecnológicos para lograr ser más competitivo.

En el capítulo I: Se detalló las bases de la investigación, los conceptos necesarios para indagar en el estudio; es decir el marco teórico de referencia para sustentar. Los pequeños hoteles que han presentado en los últimos años estabilidad en su crecimiento, por lo que ahora se buscan nuevas formas para incrementar la demanda en sus servicios y su participación en el competitivo mundo de los negocios turísticos.

En el capítulo II: También se detalló que la metodología de la investigación utilizada, los resultados de la investigación de campo y el análisis de la situación de los hoteles, en el que se encontró que los hoteles carecen de publicidad llamativa entre otros hallazgos importantes como la atención al cliente, que se tomaron como base para la elaboración de la propuesta del plan de negocio que busca aumentar la presencia en el mercado de los servicios de los hoteles.

En el capítulo III: Se plantean las estrategias necesarias como promociones, publicidad más llamativa, tener una mejor respuesta mediante las páginas en internet entre otros que les permita a los hoteles tener una comercialización estable y sostenible que aumente los ánimos de las personas involucradas en brindar un servicio de calidad.

Se detalla además el material bibliográfico utilizado y los respectivos anexos para facilitar su comprensión.

Con la investigación se pretendió brindar a los hoteles herramientas para darle un impulso en el mercado de los servicios turísticos, beneficiando de esta forma a todas las personas involucradas en el proceso de comercialización, permitiendo además la generación de fuentes de trabajo y darles una mejor respuesta a los clientes y manejar cualquier situación que se pudiera presentar, así como estar debidamente capacitados para cualquier emergencia.

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.

En los últimos años la calidad del servicio se ha convertido en la principal razón de decisión de donde adquirir bienes o servicios. En las empresas hoteleras la satisfacción al cliente es la principal causa de generar competitividad y eso es muy importante para el desarrollo y crecimiento de una empresa.

Ante la nueva realidad del Covid-19 hoy en día el potencial huésped desea tener garantizado que el hotel donde se hospedara siga los mejores protocolos de Bioseguridad, la mejor higiene y esté libre de virus "COVID19", uno de los problemas que tienen estas empresas es de cómo van a dar a conocer que todas sus áreas están desinfectadas, libre de cualquier virus dándole la mejor satisfacción al cliente.

Es por eso por lo que mediante la falta de conocimientos sobre el manejo de los protocolos que se demanda se crea un obstáculo para estas empresas ya que no tienen una buena gestión administrativa y al no tenerla no aprovechan al máximo su potencial no dan un servicio de calidad a sus clientes y por consiguiente sus ganancias se ven afectadas.

Para mejorar la gestión administrativa en las empresas hoteleras es necesario tener control de las acciones, ya que al no tenerlo presentan una debilidad debido a que la gerencia no cumple con las responsabilidades correspondientes porque no tienen la capacidad necesaria para ejercer el cargo y eso da lugar a tomar malas decisiones debido a que no lidera, ni planifica, tampoco evalúan el desempeño de sus empleados debido a esto la mayoría del personal que trabaja en los hoteles pequeños no cuentan con la capacitación necesaria para mejorar su rendimiento.

B. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

¿Cómo influye la calidad de servicio de satisfacción al cliente para la mejora de la gestión administrativa efectiva de los hoteles pequeños que forman parte de Hopes en el municipio de San Salvador como representante del área metropolitana de San Salvador durante el periodo de enero - agosto del 2021?

C. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.

Objetivo general

Analizar la calidad de servicio al cliente (protocolos de Bioseguridad) en relación a la mejora de la gestión Administrativa en los hoteles pequeños que forman parte de “Hopes”, en el Municipio de San Salvador.

Objetivos específicos

- Identificar la calidad de servicio al cliente que se ofrece en los hoteles que forman parte de “HOPES”.
- Servir de insumo a HOPES para mejorar la calidad de servicios de atención al huésped y así mejorar gestión administrativa de los hoteles con el fin de posicionarlos a nivel nacional e internacional.
- Guiar un plan de servicio al cliente enfocado en las normas de bioseguridad (Sello Safe Travels) efectivas para la nueva normalidad con el covid-19. para los empresarios hoteles concentrados en HOPES.

D. CONTEXTO DE ESTUDIO.

- Contexto de estudio

Dicha investigación tuvo un desarrollo involucrando dos contextos, tomando en consideración que es una investigación donde se pretende conocer cómo influye la calidad del servicio de satisfacción al cliente (protocolos de bioseguridad) para mejorar la gestión administrativa tomando en cuenta los hoteles pequeños del área de San Salvador, y también como les ha cambiado el servicio dada la situación del COVID-19, de la siguiente manera los contextos se relacionan como se describe a continuación:

- Contexto Social.

Tomando en cuenta la pandemia (COVID19) muchos hoteles se han visto afectados a la hora de ofrecer un servicio de calidad, ya que no cuentan con una capacitación necesaria para satisfacer a los clientes de que el lugar donde estarán hospedados está libre de cualquier virus, incluso aunque tengan un protocolo ya establecido para hacerle frente a la pandemia. Es por eso que surge dicha investigación para mejorar su gestión administrativa y así lograr sus objetivos propuestos.

- Contexto Geográfico.

La investigación se llevó a cabo en el área de San Salvador en la asociación HOPES (hoteles pequeños de el salvador) que cuenta con 35 hoteles afiliados, pero en la investigación solo se centrara en 13 hoteles dado que solo esos hoteles están en el área de San Salvador. Se llevarán a cabo entrevistas a personas afines a los hoteles, también se elaborarán encuestas a los trabajadores y a personas que adquieren o utilizan los servicios de dichos hoteles.

E. JUSTIFICACIÓN.

La presente investigación se realizó en base a toda la información obtenida ya que servirá para mejorar la gestión administrativa y a la vez mejorar la calidad de los servicios (Sello Safe travels) en los hoteles pequeños del área de San Salvador. Las empresas de hoteles pequeños se verán beneficiados porque esto les ayudara con el crecimiento y a un mejor desarrollo para la empresa, eso hará que tengan una mejor competitividad en el mercado hotelero.

El tema de investigación surge por el interés de comprender como las empresas de hoteles pequeños hacen frente a la nueva realidad (COVID19), y también por cómo se ven orientadas a tener un servicio de calidad ante esta situación, demostrando que teniendo una buena gestión administrativa logran la mejor calidad en el servicio y esto llevara a la satisfacción del cliente.

Con este proyecto se pretendió investigar si para el huésped es más importante un servicio de calidad que la aplicación correcta de las normas de Bioseguridad que se aplican posterior a la Pandemia. La garantía de no contagio en un hotel aplicando todos los protocolos de Bio seguridad es hoy en día el elemento más importante a la hora de elegir un hotel para hospedarse

CAPITULO II. FUNDAMENTACIÓN TEORICA

A. ESTADO ACTUAL DEL HECHO O SITUACIÓN

ORÍGENES DE LOS HOTELES.

“Como sabemos desde la prehistoria, el hombre ha tenido necesidad de desplazarse con fines comerciales, por estudio y de intercambio, por lo que ha necesitado alojarse en diversos puntos geográficos, en este tiempo, se intercambiaba el hospedaje por mercancías.

Siglos después, en los caminos fueron surgiendo una serie de posadas en las que el viajero podía alojarse con sus caballos y comer a cambio de dinero.

Estos establecimientos se caracterizaban por las precarias condiciones sanitarias que ofrecían, ya que solían alojar a los huéspedes en los establos junto con el ganado.” (Montas Ramírez)

ORÍGENES DE LA PEQUEÑA EMPRESA HOTELERA EN EL SALVADOR.

“El siglo XX pudimos observar que se vio marcado por el surgimiento de la Industria Hotelera en El Salvador, debido a la estabilidad económica por la cual estaba pasando en esos momentos y a factores que impulsaron el desarrollo de la infraestructura hotelera tanto como la motivación de la iniciativa privada al identificarla rentabilidad de ese tipo de inversiones, los incentivos fiscales y las facilidades de crédito otorgadas a ese sector, además de la competitividad que iba a generar la implementación de esa industria a nivel mundial debido a la creación y organización sistemática de instancias para poder tener una mejor facilidad de circulación y modernización de lo cual sería, (ampliación de la infraestructura de caminos, aumento de los vuelos con la creación del Aeropuerto Internacional de Ilopango)” .

Por el motivo que se decidió invertir en la construcción de ese tipo de instalaciones, ya que consideraron que la nación tenía muchos lugares turísticos que visitar, por ende, los turistas se iban a establecer en algún lugar para pasar un período de tiempo.

Por eso aparecieron en ese tiempo, los hoteles y pensiones familiares como lugares de hospedaje; siendo estos los precursores de los principales hoteles que hoy en día son los pilares de la Industria Hotelera en El Salvador.

EVOLUCIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA HOTELERA EN EL SALVADOR.

La evolución que este tipo de industria ha tenido ha sido muy importante ya que en el mundo ha sido muy notable, especialmente en el siglo fue en este siglo que se procuró el empuje necesario a la actividad hotelera para que alcanzara el nivel de industria bien definido que se tiene en la actualidad.

“El sector tuvo uno de los crecimientos más notables, importantes y acelerados en la historia de la década de los 70´s, específicamente en el año 1975 cuando todos los factores se unieron para el despegue; sin observar para ello, ningún plan de desarrollo humanístico, regional o turístico”.

Entre las facilidades que se le otorgaron a este sector fueron las facilidades de financiamiento, ya que esta industria representa una gran rentabilidad para la economía salvadoreña.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA HOTELERA EN EL SALVADOR.

Las pequeñas empresas hoteleras han decidido renovado los servicios, mejorando la calidad y ampliando la oferta de habitaciones para el mercado de turistas extranjeros y centroamericanos. Y por ese motivo surgió de esta manera la Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador, quienes apuestan en convertirse en uno de los principales puntos de destino del país, compitiendo de esta manera con bajos precios y servicios de calidad.

El desarrollo de este sector es impulsado por el Gobierno y con el apoyo financiero no reembolsable del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), ejecutado con programas técnicos y de capacitación del Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE).

En el país los hoteles han surgido gracias a las visitas de los hombres de negocios, pero hoy en día el auge que el turismo está teniendo es una señal más que favorable para el funcionamiento de esta industria.

En las últimas décadas, debido a la Globalización y a los Tratados de Libre Comercio, El Salvador ha logrado proyectarse como un país en vías de desarrollo y con grandes oportunidades para las empresas extranjeras que desean invertir en el país. Debido a la apertura del mercado, la demanda hotelera se vio incrementada notablemente, por lo que los

Hoteles existentes no cubrían las necesidades de las personas que venían al país, es por eso que los empresarios nacionales decidieron invertir en este rubro, creando así una diversidad de hoteles para satisfacer las necesidades de cada tipo de consumidor, y es aquí como de esta manera surgen los pequeños hoteles.

ASPECTOS GENERALES DE LA INDUSTRIA HOTELERA EN SAN SALVADOR.

“Como se sabe que en El Salvador es hasta la primera década del siglo XX que se tiene información y registro de los hoteles y pensiones familiares que servían de hospedaje. Sin embargo, se cree que ya en la época de La Colonia existían lugares de descanso y hospedaje para las personas que viajaban a la capital.

En los años 50 surgió una terminal aérea (Ilopango) donde se recibían vuelos comerciales, esto dio lugar para incentivar el movimiento aéreo y las conexiones de los demás países en el continente americano, de esta manera generando así un aumento de turistas en El Salvador y a la vez demandando alojamiento y servicios de hotelería.

En aquel momento de la historia no existía un lugar, que, como hotel, cumpliera con los estándares requeridos.

La concepción de un hotel o restaurante obliga a aplicar criterios y estándares propios de este tipo de negocios, en los que el local y su equipamiento constituyen parte fundamental del servicio que se ofrece y se vende al público, dentro de un mercado sumamente competitivo”.

Entre los primeros hoteles de El Salvador se pueden mencionar los siguientes:

- “Pensión Germana: este hotel surgió en 1912 por el Señor Jorge Millenhoff. Estaba ubicada en la 11 Avenida Norte, entre la Calle Arce y la 1ª Calle Poniente. Lo cual ofrecía y era reconocido por una excelente y abundante comida, tenía 30 habitaciones y un amplio salón de festejos.
- Hotel Nuevo Mundo: se tenía en cuenta en esa época (1916) el “Hotel más importante de San Salvador”. Uno de los comentarios que surgieron y quedaron escritos sobre este hotel es que: “Está evidenciado que no hay mejor Hotel en toda Centro América, ni establecimiento igual, ya que debido al servicio comodidad que ofrece”. El propietario del hotel era el Señor

Alexander Porth, un ciudadano alemán, quien desde los 15 años había vivido en América Latina. El Hotel Nuevo Mundo estaba ubicado en la 4º calle Poniente y Avenida Cuscatlán, en el mismo lugar que en la década de los cuarenta y cincuenta ubicado el Hotel Astoria.

- Hotel Occidental. Durante 1916 se encontraba este hotel sobre la Calle Delgado frente a la Residencia Presidencial, tenía capacidad para 50 personas 22 habitaciones.
- Hotel Italia. En 1916, este hotel era uno de los cuales consideraron como el más antiguo y uno de los de mayor capacidad y mejor equipo en San Salvador. Estaba ubicado en el antiguo local del Diario Latino sobre la Calle Delgado, entre 6º y 4º Avenida Sur. Fue además uno de los que más sobresale en los hoteles de la ciudad capital. Su primer propietario fue el señor Brown y luego paso a ser propiedad del señor C. Redaelli, quien introdujo mejoras en el establecimiento, con una capacidad de hasta 50 huéspedes. Tenía amplios corredores, un patio, un bar, un gran comedor y amplios dormitorios. Además, tenía salas para banquetes y tres comedores privados.
- Hotel Hispanoamericano. Estaba ubicado frente a la Plaza Barrios en el año 1922, era un edificio de madera de cuatro pisos, con más de 60 habitaciones.
- Hotel Internacional. Este hotel fue construido en el año de 1935. Tenía 68 cuartos con un anexo ubicado enfrente del hotel.
- Hotel Astoria. Estaba ubicado en la esquina de la 4º Calle Oriente y Avenida Cuscatlán. Empezó a funcionar en el año de 1939 y 10 años después, el gerente general había hecho grandes reformas para mejorarlo, instalo un anexo en el edificio Ambroji con una capacidad de 20 habitaciones.” (tareass, 2013)

“A partir de 1950, con el crecimiento de la industria turística, derivada de la revolución industrial a nivel mundial, se pudo observar que los hoteles que funcionaban en San Salvador no eran suficientes; luego se comienza entonces el establecimiento en el país de un diseño innovador del servicio hotelero, siendo así que se da el inicio de la construcción del Hotel Intercontinental el cual comenzó a operar bajo ese nombre en junio de 1975”.

Surgiendo además otros hoteles como:

Después del Gran Hotel, se inaugura el Hotel Alameda, propiedad del Sr. Carranza en el mes de marzo de 1970 con 21 habitaciones; se construyó la segunda etapa en 1974 con 80 habitaciones y la tercera en 1978 con 110. Fue entonces que el ISTU (Instituto Salvadoreño de Turismo) tomó cartas en el asunto aliándose con aerolíneas como Taca y Panamericana. Los hoteles con los que se hacían los planes de promoción para el branding de El Salvador eran el Marimba Fiesta, y El País de la Sonrisa, siendo el slogan de este último "en el corazón de Centro América".

- Gran Hotel (1964)
- Hotel Alameda (1970)
- Hotel Ritz (1971)
- Hotel Camino Real (1972)
- Hotel Terraza (1972)
- Hotel Presidente (1978)
- Hotel Novo Apart (1979)
- Hotel Siesta (1979)

IMPORTANCIA DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS HOTELERAS.

Para el desarrollo de las pequeñas empresas hoteleras en El Salvador es muy importante destacar tres áreas siguientes que son: la económica, social y cultural.

Las cuales se mencionan a continuación:

A- Importancia Económica: Como nos dimos cuenta la importancia económica en la empresa hotelera representa gran importancia para el desarrollo del país, ya que este sector es una fuente que genera divisas(moneda de cambio de otro país, distinta a la moneda vigente en el propio país), empleos y desarrollo social, pues los demás sectores industriales, comerciales y de servicio se benefician a través del turismo; debido a esto el turismo es una de las actividades esenciales para el desarrollo de todos los países.

B- Importancia Social: Las empresas hoteleras juegan un papel trascendental dentro de la sociedad, contribuyendo a satisfacer las necesidades de las personas que viajan con frecuencia a diferentes lugares y ciudades de todo el mundo, por lo que está vinculada la comunicación ya sea esta por vía telefónica o por vía Internet, debido a que sin este tipo de comunicación es imposible que las personas contribuyan con el desarrollo del país de tal manera podemos aportar que son las dos herramientas muy importante que hoy en día se deben mejorar ya que por el tiempo en el cual estamos pasando nos ayuda a mejorar y a tener una buena comunicación y servicio al cliente.

C- Importancia Cultural: El crecimiento de los hoteles ha sido un factor muy importante, debido a que ha permitido que muchas personas conozcan y descubran la calidad y la innovación de los centros turísticos que El Salvador ofrece.

Paso del tiempo han surgido cambios de una época a otra, y los acontecimientos a los que el país se ha sometido ha dado lugar que la cultura se enriquezca, aceptando los cambios que benefician de alguna manera a participar e involucrar al sistema de globalización.

Un buen hotel prioriza la calidad, porque sabe que este es un factor primordial para que el cliente pueda sentirse a gusto y satisfecho. Leonor de Castellanos, la actual presidenta de HOPES (Hoteles pequeños de El Salvador) y su asistente Teresa Pacheco nos comparten este tipo de datos y aún más: Cómo llegaron a donde están ahora.

Relatan que, al principio, no llevaban un verdadero control de nada. Todo comenzó de forma empírica al ver que tenían casas grandes con varias habitaciones. “Hagamos un hotel o una casa de huéspedes” decidieron y luego buscaron otras personas que tuvieran casas de alojamiento para hacer el grupo.

Descripción del Problema.

Concentrados en un mundo globalizado como en la actualidad las tecnologías están afectando todos los campos de la sociedad; en el turismo no es una excepción es fundamental estar en el progreso de estos cambios constantes de las tecnologías, que todas las empresas inmersas en esta industria turística necesitan adecuarse a estos cambios ya que es muy importante porque cada día se van actualizando y se deben utilizar las herramientas actualizadas que

permitan realizar las operaciones de una forma eficiente.

Las Tecnologías de la información y comunicación (Tics), manipulan, y procesa información, y facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores, que pueden manejarse a la conveniencia de cada empresa y adecuarse a cada una de las áreas que hay dentro de ellas; para así lograr un mejor aprovechamiento de los recursos humanos y tecnológicos que poseen.

En el país existe la Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador (HOPES), en la cual esta asociación surgió para ayudar y mejorar a los pequeños hoteles los cuales están afiliados a nivel nacional, HOPES, fue creada en el 2003, con el fin de crear relaciones Inter Empresariales en El Salvador y Centroamérica, ofreciendo la asesoría en las áreas de Asistencia Técnica, Marketing online y Capacitación Financiera, dentro del campo de los pequeños hoteles.

En el área de San Salvador se encuentran aproximadamente veinte y uno pequeños hoteles asociados a HOPES los cuales nos brindan el servicio de hostelería, para el turismo de ciudad; lo que debemos recalcar que es necesario que estos hoteles hagan uso eficiente de la información de sus clientes, a través de sistemas automatizados eficientes que brinden información oportuna y verídica que sirva de base, para la toma de decisiones y de esta forma poder construir planes de acción estratégicos, para mantenerse en un nivel competitivo ofreciendo servicios de calidad lo que hoy en día podemos ver que se está dando mucho problema en el sentido de cuando los clientes necesitan una información de dicho servicio las líneas telefónicas están muy saturadas y las páginas de internet son muy tardadas en responder y brindar el servicio.

Para que los pequeños hoteles puedan mantenerse dentro del mercado de la oferta turística debe implementar ir incrementando sus operaciones, por ello es importante el buen manejo de las herramientas tecnológicas lo que por el momento están fallando lo cual debe actualizar y adecuar en las diferentes áreas administrativas de los pequeños hoteles, especialmente en la gestión de la relación con los clientes, debido a que estos son la base fundamental para su funcionamiento y de no contar con ellas se arriesgan a un estancamiento tecnológico.

Dentro de los problemas que se pueden generar por no hacer un buen uso de los programas de computadora se tienen:

- La pérdida de información de los clientes, ya que por no contar con una buena base de datos electrónica; donde se pueda llevar una bitácora (página web, generalmente de carácter personal) sobre las estadías, así como de sus preferencias o gustos personales en cuanto a la habitación.
- Se generan también barreras económicas, ya sea por un mal manejo de los ingresos o realizar malas inversiones; porque se trabaja con datos desactualizados afectando la toma de decisiones a la hora de realizar un cambio, en la infraestructura o la contratación del personal idóneo dentro de los hoteles.
- Además de un mal manejo del tiempo a la hora de atender a un huésped, por no contar con un buen sistema, para realizar los procesos de registro de cada persona que solicita una habitación.

Por tales motivos es importante que los pequeños hoteles, manejen las herramientas tecnológicas y se actualicen, para el tratamiento de la información además es necesario que conozcan la administración basada en la relación con los clientes (CRM), ya que forman parte de una nueva cultura en el mundo digital y como toda herramienta su objetivo es contribuir, para que no existan conflictos en el manejo de la información; cubriendo los posibles vacíos referente a la gestión de clientes, para lograr el cumplimiento de sus metas con el adecuado sistema o programa que maneja la información.

Pequeños Hoteles

Una de las tendencias de la globalización es la constante movilización de ejecutivos, técnicos, directivos, etc. de un país a otro, los cuales demandan servicios más personalizados y de mayor calidad. Por lo tanto, los huéspedes de los hoteles desean un clima hogareño (que se sienta tranquilo y satisfecho) para estar seguros de poder evitar el viejo fantasma de la soledad. Desean tomar posesión de su habitación en el hotel inspeccionándola, probando las luces y realizando diversos protocolos que les ayuden a sentirse seguros, una llamada de la administración del hotel o ser tratado por el ayudante del director de forma cordial y como si se tratase de una personalidad muy importante, hace sentirse cómodo al huésped recibir las llamadas al instante responder sus mensajes vía internet al instante.

Debido a estas y muchas otras necesidades del turista actual, han surgido Pequeños Hoteles que pretenden ofrecer al huésped un clima de confianza, familiar, en fin, un ambiente que permita hacerlo sentir como en su propia casa. Los Pequeños Hoteles permiten brindar al huésped un servicio más personalizado, sin dejar de lado la calidad del mismo. A los clientes también les agrada sentirse necesitados y encontrarse con otras personas, el Hotel debe convertirse en un centro social en el que la gente pueda reunirse y conversar para satisfacer la necesidad de compañía. Los gerentes de estos hoteles deben evitar a toda costa que los clientes se sientan ignorados. Los huéspedes opinan que los hoteles grandes son muy fríos, impersonales, estériles, faltos de gusto y personalidad, así mismo, que carecen de ambiente y atención personalizada, además son excesivamente sofisticados, hasta el punto de caer en lo superficial.

Descripción de los Pequeños Hoteles

Los Pequeños Hoteles situados en San Salvador presentan características similares, son de regular tamaño; según la Asociación Salvadoreña de Hoteles es considerada pequeño hotel aquel que está constituido de 1 a 50 habitaciones. En su mayoría, se encuentran ubicados en zonas residenciales, lo cual les permite ofrecer una completa seguridad a sus huéspedes. Cuentan con una infraestructura completa para brindar la comodidad que el cliente que necesita, así como también un servicio de primera calidad y más personalizado a la hora de adquirirlo.

TURISMO EN EL SALVADOR

Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos.

Ministerio de Turismo (MITUR)

“Con la llegada del presidente Antonio Saca a la Presidencia de la Republica en junio del 2004, el turismo pasa a formar parte de las prioridades del nuevo gobierno y como muestra de ese apoyo al sector, se creó el Ministerio de Turismo (MITUR), el que, a su vez, asumió la responsabilidad de la conducción de dos instituciones ya existentes, el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).” (Turismo, s.f.)

El turismo cobra relevancia y es reconocido como un sector importante para la generación de

Mejores y mayores alternativas productivas de empleo, generación de riqueza, descentralización y desarrollo local y como un factor importante para la erradicación de la pobreza.

El turismo busca ser el motor del desarrollo económico y social sostenible de El Salvador, por lo tanto, su contribución a la generación de oportunidades, de empleo e ingresos y al mejoramiento de la calidad de vida de los salvadoreños, así como también, al posicionamiento internacional de El Salvador como destino turístico.

Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)

Es una entidad joven, nacida el 25 de julio de 1996, es la institución gestora del desarrollo turístico del país. Sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que el sector se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población en forma sostenible.

Uno de los principales objetivos estratégicos de la organización, es gestionar el establecimiento de un marco regulatorio básico que permite el desarrollo de las actividades turísticas dentro de un ámbito ordenado, seguro y confiable. CORSATUR apoya a otras instituciones públicas y privadas en la promoción del rescate de los valores naturales, culturales e históricos del país con la finalidad de convertirlos en atractivos turísticos, Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)

El Instituto Salvadoreño de Turismo fue creado el año de 1961 siendo dependencia del Ministerio de Economía, regido por una Junta Directiva y administrado por un gerente con el fin de promover la recreación familiar a través de un sistema de calidad en el servicio, apoyado en una infraestructura de Parques Recreativos que satisfagan las expectativas de los visitantes.

Actualmente, el ISTU tiene como objetivos principales fomentar el desarrollo del turismo nacional brindando en forma integral recreación y esparcimiento a la familia salvadoreña, crear condiciones óptimas en la infraestructura de los Parques Recreativos, buscar constantemente una mejor calidad del servicio que se brinda a los usuarios, diseñar e interpretar un programa de recreación familiar en los Parques Recreativos Naturales y Acuáticos que satisfagan las expectativas y las necesidades de los visitantes y proteger y conservar el manejo sostenible

De los recursos naturales y culturales el medio.

Unidades Básicas del Turismo

Se refiere a las personas/hogares que son objeto de actividades turísticas y que, por consiguiente, pueden tratarse en las encuestas como unidades estadísticas. Entre estas se encuentran:

A. Visitante: Toda persona que se traslada a un lugar distinto de su entorno habitual por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

B. Visitante Internacional: Toda persona que viaja para un período no superior a doce meses a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

C. Visitante Interno: Toda persona que reside y que viaja por un período no superior a doce meses a un lugar dentro del país, pero distinto al de su entorno habitual y cuyo principal motivo de visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

D. Turista: Visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

E. Visitantes del día (Excursionistas): Un visitante que trasnocha en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado.

Formas De Turismo

A. Turismo Receptivo: Comprende a las personas residentes en el exterior que visitan un país determinado.

B. Turismo Emisor: Comprende a los residentes de un país determinado que viajan a otras naciones.

Concepto de Demanda Turística

El primer impulso que tiene un individuo, es una necesidad que se transforma en un deseo que lo lleva, de acuerdo a la oferta del mercado, a estructurar un producto turístico o recreativo

Que le permita satisfacer esa necesidad; así, el conjunto de personas que se proponen satisfacer sus necesidades de ocio en el mercado se transforma en la demanda turística o recreativa.

Consciente o inconscientemente este individuo establece una escala de valores para la selección del destino y prioriza aquel que establezca los mejores beneficios.

Clasificación de Demanda Turística

Motivo de la visita

Es una característica fundamental para identificar comportamientos en materia de consumo y gasto del visitante. La clasificación del motivo de la visita recomendada por la Organización Mundial del Turismo, tanto para turismo Receptor como Emisor es la siguiente: ocio, recreo y vacaciones, visitas a parientes y amigos, negocios y motivos profesionales, tratamientos de salud, religiosos y otros motivos.

Alojamiento Turístico

Es toda instalación que regularmente (u ocasionalmente) disponga de plazas para que el turista pueda pasar la noche.

Categorización de Hoteles

En El Salvador no existe una clasificación hotelera basada en estrellas. La clasificación utilizada, aunque no corresponde a una categorización oficial para efectos de diferenciación es la siguiente:

- Establecimientos Urbanos
- Hoteles de lujo, Primera Clase, Casa de Huéspedes, Pequeños Hoteles y Hoteles Clase Turista.
- Establecimientos Extraurbanos, hoteles de Playa, Primera Clase y Hoteles clase Turista.

Crecimiento de la Industria Turística

Según la Organización Mundial del Turismo (1997), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y

Otros”. Desde sus orígenes el hombre se ha visto impulsado u obligado a moverse a diferentes regiones por distintas razones: caza, religión, comercio, guerras, ocio, etc. Así es como los romanos viajaban a sus villas de verano para descansar y escapar del ruido de las ciudades.

Durante la época de la Ilustración, las clases dominantes realizaban viajes por motivos culturales conocidos con el nombre de “Grand Tour”, sin embargo, no fue hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el turismo crece como un fenómeno que mueve millones de personas ya sea hacia el extranjero o dentro de un mismo país.

Defensoría del consumidor:

Principales infracciones sancionadas por la Defensoría del Consumidor:

- A) Realizar cargos en concepto de cuotas, sin autorización del consumidor.
- B) Realizar el cobro de membresías ya canceladas por el consumidor.
- C) Cláusulas abusivas.
 - i. Cláusula que permitía descontar “gastos administrativos, comisiones y otros” a la cantidad de dinero a devolver en caso que el contrato se terminara por incumplimiento del proveedor.
 - ii. Cláusula que elimina cualquier devolución a consumidores que desistan del contrato.
 - iii. Cláusula que exonera de responsabilidades al proveedor sobre incumplimientos efectuados por terceros proveedores que contrataron con él para brindar el servicio a los consumidores.

LA DEFENSORÍA RECOMENDÓ A LOS CONSUMIDORES QUE DECIDAN CONTRATAR ESTE TIPO DE SERVICIOS: FUENTES

1. Leer detenidamente las condiciones de los contratos, y si no entiende alguna de ellas pida que se les expliquen, pues es obligación del proveedor brindar toda la información referente a los bienes y servicios que ofrece.

- 2.Solicitar que cualquier ofrecimiento conste por escrito.
- 3.No dejarse llevar por la emoción y en su lugar tomar decisiones de consumo responsables, considerando su presupuesto, prioridades y necesidades.
- 4.Tener cautela cuando le piden o brinde información personal o crediticia.
- 5.No se deje presionar directa o indirectamente para firmar contratos. Solo firme contratos cuando conozca y esté seguro de lo que está contratando.
- 6.Ante cualquier consulta o denuncia usted debe llamar al 910.” (defensoría del consumidor)

Art. 4.- Derechos del Consumidor: Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes: 1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos; 2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;3. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;4. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.5. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios.

Todas aquellas empresas que son del sector de hoteles pequeños para lo cual es importante respetar los artículos que se estipulan en la Ley debido a que garantiza la protección, salud y bienestar del consumidor al prescindir de un servicio.

HOPES

Hopes nos explica un poco el significado de tener un hotel, es bastante amplio ya que un buen hotel pone 100% siempre como prioridad la calidad de servicios, siempre será uno de los factores más primordiales, ya que así contaremos con un cliente bastante satisfecho, Leonor

de Castellanos, la actual presidenta de HOPES (Hoteles pequeños de El Salvador) y su asistente Teresa Pacheco nos comparten este tipo de datos y aún más: Cómo llegaron a donde están ahora.

Nos dan a conocer diferentes datos como que todo comenzó sin ninguna planificación. Ellos comenzaron de la manera más improvisada ya que ellos se visualizaron contando con grandes casas que tenían bastantes habitaciones. Es así como decidieron optar por emprender y realizar un negocio el cual era un pequeño hotel o una casa de huéspedes, luego de eso buscó personas que tuvieran casas de alojamiento para poder hacer un grupo.

Cuando se trata de la calidad de un servicio siempre se tiene que tomar en cuenta que se debe satisfacer, las necesidades del cliente y siempre sobrepasar las expectativas, “Los pequeños hoteles quizás empezamos a nacer empíricamente” comenta Teresa Pacheco, “Entonces ya puestos en el camino, ya funcionando uno se va dando cuenta de que aquí si yo quiero dar un servicio de calidad necesito esto. Debo implementar esto. Debo trabajar en lo otro.”

Leonor de Castellanos da a conocer que, al inicio, muchos de los hoteles no tenían medios digitales fue creciendo conforme fue pasando el tiempo. “Es así como la idea de que se creara o naciera una asociación donde pudiéramos aglutinarnos o afiliarnos los diferentes hoteles que quisiéramos trabajar” puntualiza Teresa Pacheco.

HOPES, COMO TAL FUE CONSTITUIDO EN EL AÑO 2004

“Nació como un sueño de unos cuantos hoteleros que van a la vanguardia,” comenta Teresa Pacheco, “que toman la batuta.” El propósito de formalizar esto era cimentar la asociación legalmente para buscar la ayuda económica necesaria y el apoyo de entidades que dieran capacitaciones para asegurar el tema de calidad. “Se comenzó ya a trabajar ya de una manera ordenada para que todo fuera quedando hecho ya de una sola vez.”

Esto se basa en que crearon una asociación para tomar en cuenta toda la administración del Hotel. Ellas, decidieron que ser parte de HOPES era algo importante, es por esto que se tomaron el tiempo de evaluar paso a paso para decidir si podían ser parte de HOPES.

Llevar un hotel requiere de una administración bastante esencial ya que contamos con el

Control policial, porque los pequeños hoteles son los más propensos a pasar por altercados con personas de malas intenciones, también cuentan con llevar un registro de todo, así siempre contarán con un orden y la satisfacción de siempre llevar un control de todos los movimientos, “No sólo eso es el hecho de tener un hotel (puedo tener las buenas camas, televisores plasma, televisores inteligentes), sino que lo que conlleva, lo que está como interno” explica Teresa.

Trabajando junto con Moderniza del Ministerio de Turismo y con un consultor de USAID, y de esta manera el tema de calidad fue mejorando aún más. “La verdad es que hemos ido aprendiendo y ahora con mucho orgullo uno dice «no es que aquí yo ya sé” puntualiza Teresa. La asociación busca los beneficios de todos sus trabajadores, como personal de limpieza, cocineras, aspectos legales, aspectos financieros capacitaciones a las recamareras.

“Dentro de las diferentes juntas directivas que han venido pasando todo este tiempo, cada quien ha trabajado y todas han trabajado en beneficio de la asociación y de los asociados” Claramente se pega una membresía la cual es simbólica porque los hoteles no viven de esto y tienen una directora ejecutiva, cada 15 días cuentan con una junta directiva.

Actualmente, existen 35 hoteles de Hopes y son de tipo: Ciudad, Playa, Montaña.

El desarrollo de la industria turística se caracteriza por una alta generación de empleos, ya que utiliza grandes cantidades de mano de obra, tanto en la construcción de la infraestructura básica, hoteles, y zonas comerciales, como en la operación y mantenimiento de estas mismas, garantizando que los beneficios se queden a nivel local, y a la vez permite elevar el nivel de vida de grandes segmentos de la población de diversos estratos socioeconómicos. La industria de turismo es absolutamente estratégica para un país. En el caso de El Salvador este sector produce a la economía 550 millones de dólares; adicionalmente a eso, produce efectos multiplicadores en el empleo prepara una oferta de infraestructura y de inversión a través de la pequeña y mediana y microempresa.

CALIDAD DE SERVICIO

La calidad de servicio es la semejanza de un servicio con las especificaciones y expectativas del cliente. Se da cuando una empresa se ve interesada en que todas sus áreas cumplan con todos sus procesos, estrategias y objetivos para lograr satisfacer las necesidades y

Expectativas que tiene un cliente.

Calidad en el servicio es el dinamismo permanente para la búsqueda de la excelencia en las actividades e interrelaciones, que se generan en el proceso de construcción respecto a la satisfacción de necesidades y expectativas de quien busca el servicio.

Es la que determina si un producto o servicio, realmente es lo que se esperaba es decir un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o prestación de servicios.

La definición es aquella que debe ser tomada en cuenta en las empresas hoteleras, donde la calidad debe ser de mejora continua y los procesos de la organización, es decir, desde que se presenta la necesidad del cliente como primer paso hasta la entrega del servicio de alojamiento en sí

Los procesos que se llevan a cabo con los principios de los empresarios hoteleros siempre actúan basados en la calidad, siempre y cuando tomando en cuenta las necesidades de los clientes externos e internos, optimizando los recursos y reduciendo sus costos en sus servicios de alojamiento cuando dentro del proceso productivo la empresa utiliza todos los recursos disponibles la optimización de los recursos logrando eficacia en la prestación del servicio. Hoy en día ninguna empresa puede permitirse perder un cliente, se debe conocer bien a los clientes y su nivel de satisfacción, planificando. Evaluación por parte de un cliente que cada vez es más exigente, orientar al cliente genuinamente y rentable para las organizaciones debe ser por mucho la principal estrategia, atraer a un cliente nuevo es 5 veces más costoso que

El Modelo

Un Modelo basado en el ciclo de vida de la mejora continua, que de manera estratégica integra los elementos necesarios para estructurar un servicio de calidad, medido y controlado que alinee los esfuerzos, conocimiento y experiencia de los colaboradores para satisfacer al cliente de manera permanente y creciente que genere valor para la empresa

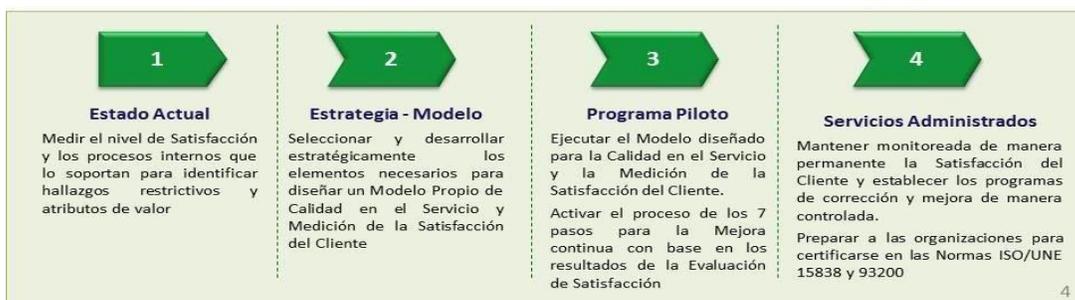


Figura 1

FUENTE: <https://es.slideshare.net/mabrieno/calidad-en-el-servicio-y-medicin-de-la-satisfaccin-del-cliente>

Mantener satisfecho a los clientes actuales, para aumentar la satisfacción del cliente externo debemos aumentar la satisfacción de cliente interno, evaluar la satisfacción del cliente, activar un proceso de mejora continua hace al interior de los procesos, es la clave de generar una mayor confiabilidad en la organización, por parte de los clientes y así ganar mayor cuota de mercado, mayor fidelidad de los clientes actuales.

CALIDAD

La calidad no siempre ha sido tal como la conocemos ahora. Este concepto ha ido sufriendo cambios importantes a lo largo de las décadas, En los años 1950 y 1980 surgieron los primeros sistemas de calidad esto hizo que las compañías se interesaran más por la calidad de su trabajo y no por producir más. En los años 90 la calidad se asume como un proceso estratégico que tiene mejora continua en la actualidad.

Esto siempre determina la percepción del cliente, con un buen servicio y la buena atención que se le lleva a brindar. Ejemplo: Cuando un cliente que ya está inscrito en el negocio en este caso, pequeños hoteles se encuentran satisfecho de los servicios de calidad brindados este será voz para clientes externos se inscriban en los hoteles, es por esto que siempre se tiene que tratar al cliente de la mejor manera posible.

La satisfacción constituye un indicador clave para evaluar el desempeño global de la organización, ayudando a crear una cultura de mejora continua de la gestión.

Lo que se quiere llevar a cabo con la satisfacción del cliente es la percepción que ellos tendrán sobre la calidad del servicio que le estamos brindando, claramente tomando en cuenta las áreas que nos faltan por trabajar, es por esto que tenemos que mejorar el rendimiento, los clientes siempre tomaran cuenta el trato hacia ellos, y lo valoran de gran manera que su voz será una buena manera de adquirir nuevos clientes, la satisfacción también se tratan de llenar las expectativas de los clientes. El buen servicio al cliente es un comportamiento futuro, haciendo o convirtiendo al cliente en, “cliente frecuente”.

CALIDAD DE LOS SERVICIOS HOTELEROS

Las diferentes dimensiones que se pueden destacar para determinar la calidad de servicio son

Las siguientes:

- Las instalaciones del hotel están en óptimas condiciones.
- Reuniones con el personal una vez a la semana.
- Como se muestra la empresa a los clientes y a su personal

La calidad a la hora de prestar un servicio hotelero se ha convertido en algo de mucha importancia para las empresas hoteleras es por eso que se siguen diferentes modelos para medir la calidad que perciben los clientes de los servicios

De esta forma, podemos analizar los tres modelos a seguir:

- Evaluar al personal constantemente: En este punto se tomará en cuenta como el personal trata a los clientes si es amable, respetuoso y cumple con sus obligaciones.
- Evaluación de las instalaciones: Se observa el estado en que están las instalaciones para ver si necesita mejoras para brindar la mejor experiencia y así garantizar que están en óptimas condiciones para los clientes.
- Organización del servicio: Evaluar como el personal realiza el servicio si lo realizan en el menor tiempo posible.

ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LOS HOTELES.

1.- Autenticidad:

La forma en la que se atienden los clientes creara una ventaja entre otros hoteles y se recordara del hotel como algo único que solo lo puede encontrar ahí.

2.- Cultura organizacional:

Si se implementa una cultura organizacional como estrategias, procesos, valores la calidad será muy importante para superar las expectativas.

3.- Empatía:

Es muy importante conocer las necesidades que demandan los clientes, hay que estar muy actualizados con lo que ofrece la competencia para así mejorar lo que ellos ofrecen y hacer

percibir la mejor calidad al cliente.

4.- Automatización:

Dar al cliente la mejor experiencia mediante el uso de tecnología a la hora de reservar una habitación eso le generaría una mejor satisfacción ya que tendría contacto con menos personas.

5.- Eficiencia:

Tener muy bien estructurados los procesos para lograr los objetivos previstos y así dar la mejor calidad en el servicio.

FACTORES DE LOS CUALES DEPENDE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN EL HOTEL SON:

- Atención al cliente, esta debe estar basada en la cordialidad, el respeto, la disposición de servir y ayudar a los clientes para que se sientan cómodos en las instalaciones del hotel.
- Mantenimiento de las habitaciones y áreas del hotel, el encontrar un lugar que esté en buen estado, limpio genera calidad en el servicio y los clientes lo perciben y lo valoran.
- Ambientación del hotel, el disponer de áreas que generen tranquilidad en los clientes es una característica de gran importancia que busca la excelencia y confort.
- El personal que trabaja en los hoteles debe estar capacitados y motivados para que brinden un servicio de calidad.

NORMAS ISO 9000

Son normas internacionales de administración y garantía de la calidad, que fueron diseñadas para que las empresas mantengan un sistema de calidad eficiente.

La norma ISO 9000 aparecieron en el año 1987, teniendo como base una norma estándar británica que se extendió principalmente a partir de una nueva actualización en el año 1994. En la actualidad la principal norma de las ISO 9000 son las ISO 9001:2008 “Sistemas de Gestión de la calidad. Requisitos” que es la norma que se certifica. La norma ISO 9001:2008, se organiza en 8 capítulos los cuales son:

Capítulo 1 al 3: Contienen información de las guías y descripciones generales (objetivos,

campo de aplicación, normas para consulta, términos y definiciones)

Capítulo 4: Contiene información sobre requisitos del manual de calidad y gestión de la documentación.

Capítulo 5: Informa sobre la Responsabilidades de la Dirección e incluye puntos como políticas, planificación, autoridad y revisión de la dirección.

Capítulo 6: Informa en referencia a aspectos de la gestión de los recursos humanos, infraestructura y ambiente de trabajo.

Capítulo 7: Se centra en la realización del producto, los requisitos sobre el cliente, diseño, compras, producción/servicio, además del control de dispositivos de seguimiento y medición.

Capítulo 8: contiene información de los parámetros que deben caracterizar la medición, el análisis y la mejora. Identifican los requisitos para los procesos que recopilan información y la analizan.

Esta norma internacional promueve la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, ya que mejora la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.

Servicio

Es la prestación o esfuerzo destinado a satisfacer las necesidades de los clientes, al brindar un producto. El cliente siempre evalúa la forma en la que se presta el servicio, se fija en cómo es el trato hacia otros clientes y como él quiere ser tratado, el comportamiento del personal con los que el cliente tiene contacto tendrá un impacto en el nivel de satisfacción del cliente, algunos puntos a tener en cuenta para brindar un servicio son:

Cortesía

Como el personal contesta las dudas, resuelve los diferentes problemas que se dan, si siempre está en la disposición a ayudar.

Conocimientos

El personal debe informarse perfectamente los servicios que se ofrecen a la hora que un cliente pregunte sobre cualquier duda que se le presente.

Necesidades reales del consumidor

Hay que estar muy atentos para detectar las necesidades que demanden los clientes para generarles la mejor satisfacción posible

Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente se da cuando se cumplen con las expectativas y necesidades que los clientes demandan a una empresa por un bien o un servicio adquirido. Al no satisfacer necesidades y expectativas esto resultara en insatisfacción.

“Satisfacción es el nivel del estado de una persona que resulta de comparar el rendimiento o resultado, que se percibe de un producto con sus expectativas.

Métodos para hacer un seguimiento y cuantificar la satisfacción de los clientes

- Sistemas de quejas y sugerencias.
- Encuestas de satisfacción de los consumidores.
- Compradores disfrazados.
- Análisis de clientes perdidos.” (Kotler, 8va edición, pág. 10)

Hoy en día la satisfacción al cliente es muy esencial para las empresas, debido a que los tiempos han cambiado y los consumidores han modificado sus hábitos de compra.

Para lograr la satisfacción del cliente hay que seguir estos pasos:

- Fomenta tu relación con el cliente.
- Actúa rápidamente y cerciórate que tus clientes lo sepan
- Se amable y respetuoso
- Crea una política de servicio al cliente detallista
- Anticípate a las necesidades del cliente

Para obtener la satisfacción del cliente es muy importante tener en cuenta:

Producto o servicio: hay que hacer un análisis sobre lo que se ofrece para así saber que pienso sobre lo que ofrezco, así se si lograre una satisfacción en el cliente

Calidad del producto o servicio: Analizar el producto o servicio que se ofrece para ver si se está siendo de la mejor calidad.

Clima laboral: Mantener una buena relación entre los empleados ya que ellos son la cara de presentación en las empresas.

Elementos que conforman la satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente está conformada por tres elementos:

1. El Rendimiento Percibido: Es el agrado o la decepción del resultado Características del rendimiento percibido:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.

2. Las Expectativas: Son las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo

Las expectativas de los clientes se producen por:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión
- Promesas que ofrecen los competidores

3. Los Niveles de Satisfacción: Luego que se realiza la adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de estos niveles de satisfacción:

- Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Rendimiento percibido – Expectativas = Nivel de Satisfacción.

Excelente= 10 estrellas Bueno = 7 Regular = 5 Malo = 3

El cliente siempre se verá afectado por comentarios acerca del lugar es por esto que se debe de siempre atender de manera excelente a los clientes ya que rendimiento percibido pueda ser determinado con exactitud.

Diferencia entre atender y atender bien.

La forma en la que los empleados, ofrecen el servicio también tiene un buen significado es por eso que se tienen clientes capacitados en servicio al cliente, ya que influye también en la forma que se da el servicio, cada empleado decide cómo atender a cada uno de sus clientes, la manera en la que te llevas o conectas con tu cliente es una buena manera de que el cliente quede satisfecho ya que se llevara, la buena sensación que fue atendido de maravilla, expresándose de esta manera se tiene que escuchar y atender al cliente, hablarle de una manera educada, con respeto y empatía, todo esto también influye en el servicio de calidad ya que la atención al cliente es una de las más importantes de los servicios.

Tomando en cuenta que la atención no es lo mismo que servicio ya que se puede dar a conocer ciertos casos que puede llevarse a cabo dar un buen servicio al cliente mas no una buena atención al cliente, claramente también un deficiente servicio acompañado con una atención al cliente excelente y de mayor calidad.

Una atención de calidad es una manera de atraer clientes, ya que ellos siempre se sentirán bienvenidos y cómodos estando en ese lugar, aunque en algunas empresas se suele invertir más esfuerzo en la operatividad de sus servicios que en la calidad de su atención.

Cualquier empresa la calidad del servicio también se transmite a través de:

- La puntualidad de su funcionamiento.
- El cumplimiento de todo lo que prometen.
- La imagen que dan, con sus instalaciones y recursos, y con la apariencia de sus productos y trabajadores.

LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Son tareas y actividades que ayudan a optimizar los recursos con los que cuenta una empresa, ayudan a prevenir problemas y a alcanzar los objetivos previstos obteniendo muy buenos resultados para la organización. Aplicando diferentes técnicas y procedimientos para utilizar eficientemente los recursos humanos, financieros y materiales que poseen ya que van orientados en función de los objetivos que quiere la empresa.

La gestión administrativa es muy fundamental en una empresa ya que ayuda a tener un mejor control de las actividades para una mejor utilización de los recursos y obtener mejores resultados.

Siempre estará a cargo del gerente administrativo, ya que es el encargado de supervisar las operaciones para que los recursos se empleen de manera eficaz.

La gestión administrativa es un elemento muy importante en la administración, ayuda mucho al

Desarrollo empresarial y económico, ya que Permite estar a prevenir problemas y lograr los objetivos deseados.

“la gestión administrativa tiene un carácter sistémico, al ser portadora de acciones coherentemente orientadas al logro de los objetivos a través del cumplimiento de las clásicas de la gestión en el proceso administrativo: planear, organizar, dirigir y controlar.” (Mendoza briones, 2020)

En la empresa actual se produce un gran volumen de tareas y gestiones administrativas, un correcto desarrollo de esta gestión contribuirá en el desarrollo y la eficacia de la organización, por ello están creciendo el interés por localizar a los mejores profesionales del área administrativa como parte fundamental para implementar la estrategia empresarial con éxito y para triunfar como responsable de gestión administrativa es imprescindible dominar las herramientas informáticas más actualizadas, además de disponer de habilidades comunicativas, de dirección y comunicación.

BENEFICIO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA

□ Incremento en la productividad

Si se emplea correctamente la gestión administrativa, permitirá que los procesos sean simples esto ayudara a hacer el trabajo más eficiente y por ende generara un incremento en la productividad.

• Logro de los objetivos

Para lograrlo hay que tener en cuenta una perfecta planificación y muy bien definidas las estrategias junto con un equipo de trabajadores muy coordinado para lograr los objetivos previstos en el menor tiempo posible.

• Optimizar el uso de los recursos

Al tener definidos los objetivos, estrategias y un equipo de trabajadores muy coordinado se logrará utilizar los recursos de forma más inteligente y eficaz.

OBJETIVOS QUE SE PUEDEN LOGRAR IMPLEMENTANDO LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA

- Maximizar los procesos para lograr un mejor desempeño.
- Mejorar el seguimiento y el control de los procedimientos internos de la organización.
- Desempeño de manera sencilla y eficaz, facilitando el logro de los objetivos.
- Mejorar el ofrecimiento de bienes y servicios adaptándose a las nuevas tecnologías.

FUNCIONES DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA

La gestión administrativa se describe en cuatro funciones desempeñadas para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos:

Planificación: Los planes presentan los objetivos de la organización y establecen los procedimientos idóneos para alcanzarlos. Son la guía para que la organización obtenga y comprometa los recursos que se requieren para alcanzar los objetivos.

Organización: Organizar es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización, de tal manera que estos puedan alcanzar las metas de la organización.

Dirección: Dirigir implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales.

Control: Es el proceso para asegurar que las actividades reales se ajustan a las actividades planificadas.

Competitividad

En la actualidad las empresas establecen constantemente estrategias para satisfacer las demandas de su entorno para lograr ser mejor que sus demás competidores.

“La capacidad que una empresa u organización de cualquier tipo desarrolla, para mantener sistemáticamente ventajas competitivas que le permitan disfrutar y sostener en el tiempo una

Posición destacada en el entorno socioeconómico” (Demuner, 2010)

“La competitividad deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización con relación a los de sus rivales en un mercado específico” (Abdel, 2004)

Impacto de la pandemia en la calidad de satisfacción del cliente

La pandemia por COVID-19 tuvo un impacto muy desfavorable en la industria hotelera debido a los confinamientos y restricciones de viaje que se impusieron provocando cierres temporales o algunos operando como centro de contención de COVID-19.

Actualmente realizando un breve análisis, el COVID-19 obligo a tomar medidas y cambios drásticos. Esta crisis hizo que se plantearan la forma en que daban sus servicios ahora tienen que enfocarse más en los protocolos de bioseguridad y en la higiene de todo el hotel, estos cambios se dieron debido a que ahora los clientes buscan que hotel les da mejor seguridad en la higiene.

Protocolo anti-COVID para garantizar la seguridad en los hoteles

- Todos los pequeños hoteles deberán contar con un grupo asignado para las estrategias y la toma de decisiones destinadas a minimizar los riesgos. Posteriores al COVID 19
- Se sugiere utilizar un código QR para ver el menú así evitar el contacto directamente con clientes.
- Cada 15 minutos sanitizar el área, abrir las puertas para que el aire circule y cada vez que un cliente desaloje la habitación sanitizarla.
- Uso obligatorio de mascarilla, y alcohol gel.

Organización del personal

- Los colaboradores de la empresa, deberán ser separados por dos grupos para no tener aglomeración de personal.
- Si no puede asegurarse la desinfección del sistema de control horario con contacto (huella,

Dígitos), en caso de que lo hubiere, debe implementarse un método que evite el uso de una misma superficie por parte de distintos

- Empleados. Si se opta por la desinfección tras cada uso, debe asegurarse
- la disponibilidad de una solución hidroalcohólica.
- Desinfectarse a cada momento, así como también sus objetos personales.
- Los empleados que se encuentran bien de salud, pero tienen un miembro de su familia con los síntomas deberá ser notificado y enviado a casa por 15 días para el bien de los demás empleados.

Área de habitaciones, piso y baños.

- Los colaboradores deberán usar un equipo adecuado para poder sanitizar estos lugares como mascarillas, caretas y guantes.
- Determinar adecuadamente como se desinfecta cada una de las áreas, siempre tomar en cuenta todo tipo de superficie que están limpiando y con qué frecuencia se tocan estas superficies. Tomar siempre la prioridad en superficies que se utilizan y tienen contacto con los clientes con frecuencia.
- Analizar qué tipo de recursos y equipo se utilizan para cada área.
- Implementar un plan adecuado, en este caso se deberá limpiar las superficies visiblemente sucias con agua y jabón antes de desinfectarlas.
- Leer la etiqueta del producto para ver si es el adecuado para cada superficie y hacerlo con regularidad.
- Establecer una rutina de desinfección.
- Superficies blandas (porosas)

En el caso de superficies blandas (porosas) como alfombras, tapetes y cortinas:

- Limpie la superficie con agua y jabón o utilice limpiadores apropiados para esas superficies.
- Lave los objetos (de ser posible) según las instrucciones del fabricante. Use la máxima temperatura de agua permitida y séquelos completamente.
- Ropa

Para la ropa, toallas, ropa de cama y otros artículos de lavandería:

- Para reducir al mínimo la posibilidad de dispersar el virus en el aire, no sacuda la ropa sucia.
- Use guantes desechables al manipular ropa sucia de una persona enferma.
- Lave los artículos según las instrucciones del fabricante. Si es posible, use la máxima temperatura de agua permitida y séquelos completamente.
- La ropa sucia de una persona enferma se puede lavar con la de otras personas.
- Limpie y desinfecte los cestos de ropa según la guía para superficies detallada arriba.
- Lávese las manos después de tocar ropa sucia.

Artículos electrónicos

- Para artículos electrónicos como tabletas, pantallas táctiles, teclados, controles remotos y cajeros automáticos
- Considere colocarles a los artículos electrónicos una funda que pueda limpiarse para facilitar su limpieza y desinfección.
- Siga las instrucciones y recomendaciones del fabricante a la hora de limpiar artículos electrónicos.

Otras consideraciones para los empleadores

- Enseñe a los trabajadores que desempeñan tareas de limpieza, lavandería y recolección de residuos a reconocer los síntomas del COVID-19. Cree políticas que protejan a los trabajadores

Y capacite a todo el personal de limpieza en el lugar antes de asignar tareas de limpieza.

ENTREVISTA con revista FORBES

“¿Cómo hacer nuevamente atractiva la industria turística y hacer que las personas llenen todos los cuartos de hotel que hay en cada destino del país?”

Creando espacios seguros, armónicos y adaptables a las nuevas características de la nueva normalidad en los hoteles, restaurantes y en general en toda la infraestructura turística.

Tres puntos que deben de considerar los hoteleros para poder operar en la nueva normalidad y atraer a más visitantes:

Punto #1: El minimalismo dominará la infraestructura hotelera.

Para Rebeca, lograr crear una atmósfera limpia es el principal reto que tienen los hoteleros hoy en día, y para lograrlo se tiene que recurrir al minimalismo de elementos, la ligereza, comodidad y flexibilidad de los espacios será la única manera de que los clientes sientan que el hotel es “limpio” y se cumpla la “sana distancia”.

Punto #2: Adecuar luz y ventilación en los espacios.

Para que un espacio se sienta seguro este debe de cumplir con brindar confort, mayor radio individual y sensación inmediata y comprobable de un ambiente limpio (luz y ventilación adecuada) Pero no solo estos aspectos, también se debe tener a la mano y visibles los elementos de limpieza como el gel antimateria y el sanitizante para que las personas sientan la confianza que no tendrán un riesgo en susalud.

Punto #3: Servicio lo es todo

Un espacio seguro no solo tiene que ver con la distribución, también con la confianza que tiene la persona que le está brindando un servicio. Pero por ahora, las muestras físicas de servicio estarán limitadas (dar la mano para saludar, sonreír, etc.), los hoteleros deben de buscar alternativas como espacios cálidos o el uso de tecnología para que los huéspedes se sientan tranquilos.” (Rebeca Pérez, 2020)

Certificación de Bioseguridad COVID19

SGS VERIFICA LOS PROTOCOLOS DE DESINFECCIÓN DE COVID-19

SGS trabaja con muchos sectores donde es necesario transmitir confianza para alcanzar la normalidad empresarial. Para ello SGA ha puesto en funcionamiento un servicio de verificación de los protocolos de limpieza y desinfección, que su objetivo es transmitir confianza y seguridad en el cumplimiento de los protocolos de seguridad e higiene de cara a los clientes y empleados que consiste en:

1. Revisar los protocolos de higiene y seguridad en los aspectos de limpieza y desinfección.
2. Comprobar que los productos de limpieza son los adecuados.
3. Comprobar el uso de equipos de protección adecuados, tanto de proveedores, empleados y clientes
4. Inspeccionar que higiene es la adecuada.

Este servicio de verificación de los protocolos de limpieza y desinfección se ha adaptado y calibrado para establecimientos abiertos al público como hoteles y restaurantes.

NUEVA NORMALIDAD DEL TURISMO

“El Ministerio de Turismo anunció que ha concluido los protocolos de bioseguridad para la industria turística, los cuales marcarán la nueva normalidad del sector de cara a la apertura gradual y ordenada anunciada por el Gobierno y la Mesa de Reapertura Económica a partir del 16 de junio.

De acuerdo con la hoja de ruta, durante la primera fase que se extenderá hasta el 7 de julio, podrán iniciar operaciones los restaurantes y hoteles que presten servicios de comidas a domicilio y para llevar. El resto de los sectores reabrirán de manera gradual cada 15 días, y de acuerdo con la evolución de la pandemia COVID- 19.

“Llevamos varias semanas construyendo con el sector turístico los protocolos de bioseguridad para los rubros de transporte, alojamiento, alimentación, recreación e información, los cuales son claves para abrir el sector de manera segura, garantizando la salud y vida de los salvadoreños”, afirmó la ministra de Turismo, Morena Valdez.

En total son 8 documentos normativos de bioseguridad los que se han elaborado para centros

de información, operadores de turismo, transporte turístico, alojamiento turísticos y centros de contención, alimentación turística, parques temáticos y similares, museos, teatros y similares, parques arqueológicos y guías de turismo; los cuales guiarán a la industria a demostrar la gestión eficaz del país para la prevención de infecciones y protección de los visitantes, al tiempo que beneficiará la reactivación de la industria turística en los próximos meses a medida que el mundo se recuperará de la pandemia por el COVID-19.

Junto a los protocolos también se contempla la verificación de normas técnicas de bioseguridad, atención, capacitación y fortalecimiento a los actores de la industria para lograr así una operación turística segura y eficiente. El proyecto, que es liderado por el Ministerio de Turismo en conjunto con el Organismo Salvadoreño de Normalización, ha sido acompañado y validado por el Ministerio de Salud y el Ministerio de Trabajo.

Durante el proceso también han participado el Instituto Salvadoreño de Turismo, el Ministerio de Cultura, Ministerio de Obras Públicas (Viceministerio de Transporte), así como gremiales como: la Asociación Salvadoreña de Hoteles, Cámara Salvadoreña de Turismo, Asociación de Restaurantes de El Salvador, Camarasal, entre otros”.

SELLO SAFE TRAVELS



“SAFE TRAVELS”: PROTOCOLOS GLOBALES Y SELLO

¿QUÉ SON LOS PROTOCOLOS “SAFE TRAVELS”?

- El WTTTC (por sus siglas en inglés) ha creado los nuevos protocolos globales “Safe Travels” para uso de la industria de Viajes y Turismo, y como lineamientos de mejores prácticas para ayudar a reiniciar y acelerar la recuperación del sector a raíz de la crisis por COVID-19.
- Estos protocolos globales han sido diseñados para ayudar a restablecer la confianza entre los viajeros, y dentro del sector, de modo que los viajes seguros puedan reanudarse una vez que las restricciones lo permitan. Estos protocolos proporcionan consistencia a las autoridades de cada destino, así como guía a los proveedores turísticos, operadores y viajeros acerca del nuevo enfoque de salud e higiene en un mundo post COVID-19.
- Los protocolos globales fueron elaborados en colaboración con miembros del WTTTC, organizaciones internacionales y asociaciones líderes en la industria. Dichos protocolos tienen en cuenta las directrices más actuales de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC, por sus siglas en inglés).
- Los protocolos son documentos en constante evolución que serán actualizados conforme haya nueva información disponible acerca de COVID-19. El WTTTC recomienda que tanto el sector privado como las autoridades de cada destino adopten un enfoque basado en el contexto de riesgo de cada lugar y adapten las medidas adecuadas.
- Los Protocolos “Safe Travels” para cada industria clave del sector de Viajes y Turismo ayudarán a proveer lineamientos y consistencia para asegurar el bienestar de los viajeros y los trabajadores conforme el sector se recupera de COVID-19. Los protocolos de la industria se están lanzando en fases. Hasta el momento, nueve protocolos especiales se encuentran disponibles para hotelería, comercios exteriores, aviación, aeropuertos, operadores turísticos, industria de alquileres a corto plazo, atracciones, renta de autos y centros de convenciones, reuniones y eventos. Los protocolos para la industria de seguros y cruceros están bajo desarrollo.
- Cada uno de los protocolos “Safe Travels” cuenta con cuatro pilares: 1. Preparación Operativa y del Personal, 2. Garantizar una Experiencia Segura, 3. Reconstruir la Confianza, e 4. Implementar Políticas Adecuadas.
- El WTTTC hace un llamado a las autoridades de destinos locales, nacionales y regionales a que respalden la adopción de los protocolos “Safe Travels” para que puedan implementarse globalmente y restablecer la confianza que tanto necesitan los viajeros para reiniciar la industria de Viajes y Turismo.

¿QUÉ ES EL SELLO “SAFE TRAVELS”?

- El sello “Safe Travels” es el primer sello global en seguridad e higiene para Viajes y Turismo, diseñado específicamente para dirigirse a COVID-19 y brotes similares.
- El sello permitirá a los viajeros y otros grupos de interés en Viajes y Turismo reconocer a las autoridades de destino y las empresas de todo el mundo que han implementado protocolos de salud e higiene que están alineados con los protocolos de “Safe Travels” del WTTTC.
- Todos los países, las autoridades de destino y las compañías que operan en Viajes y Turismo podrán usar el sello, siempre que cumplan con los protocolos de “Safe Travels” y, en el caso de la aviación, con “Takeoff: Guidance for Air Travel through the COVID-19 Public Health Crisis” del ICAO (por sus siglas en inglés), así como haber firmado los Términos y Condiciones.
- Para la aviación, el sello “Safe Travels” de WTTTC reconocerá y podrá ser utilizado por países y destinos que hayan adoptado los protocolos de “Safe Travels”, así como los lineamientos de aviación “Takeoff” del ICAO.
- El sello es gratuito.
- El sello “Safe Travels” se basa en una autoevaluación y no es una certificación. Los países, las autoridades de destino y las empresas que usan el sello han confirmado que implementaron y garantizarán el cumplimiento continuo de los protocolos de “Safe Travels” y los lineamientos de “Takeoff” del ICAO.

Imagen 2 Fuente:

<https://wttc.org/Portals/0/Documents/SafeTravels%20Documents/WTTTC%20Safe%20Travel>

[s%20Stamp%20Guide%20Spanish.pdf?ver=2021-02-25-203248-873](https://www.wttc.org/~/media/Files/2021/02/25/203248-873/s%20Stamp%20Guide%20Spanish.pdf?ver=2021-02-25-203248-873)

Safe travels es un sello para algunas empresas en el rubro turístico, las consecuencias que trajo el COVID-19 a las organizaciones turísticas en torno al mundo han tenido que ajustarse a nuevos desafíos, prácticas y cánones para la estabilidad de sus usuarios a lo largo de y siguiente a su reapertura, diseñado para todas aquellas empresas del rubro hotelero en todo el mundo, con esto, es que nace el sello Safe Travels, otorgado a destinos que cumplan con las normativas dispuestas para la seguridad del turista.

El sello Safe travels fue creado por World Travel & Tourism council (Consejo mundial de Viajes y Turismo) o WTTC por sus siglas en inglés, organización que presenta a las empresas turísticas del sector privado, la OMS la cual es la Organización Mundial de la Salud, y todas aquellas industrias que estén apoyando la salud pública y la bioseguridad para brindarle al turista a nivel mundial y recuperar la economía.

Prácticamente es un sello que reconoce la aplicación total y correcta de todas las medidas de higiene establecidas y los respectivos protocolos de Bio seguridad, el proceso de certificación se mantendrá en una constante innovación por los cambios respectivos y la información que se vaya conociendo acerca del virus.

Los protocolos aplicables en organizaciones hoteleras integran, en resumen, la preparación de manuales y listas de verificación referente a prácticas de salud y estabilidad internos y la comunicación de los mismos al personal, el entrenamiento y motivación del mismo en cuanto al distanciamiento social, así como eludir conglomeraciones en aulas de espera y en aulas destinadas al personal, utilización de tecnologías para evadir contacto físico, adecuado lavado de manos, uso de cubre bocas y guantes, y la utilización conveniente de productos de sanitización avalados por autoridades de salud.

Para el turismo (industria) de reuniones, convenciones y exposiciones, las medidas aplicables son:

- Desarrollar una estrategia de prevención contra el Covid-19,
- Distancia física reflejada en el reparto de asientos y el diseño de los espacios que limite el número de personal en las superficies habituales.
- Automatización de registros y pagos

Costa Rica es uno de los países seguros ya que El WTTC evaluó los protocolos desarrollados por el ICT en grupo con representantes del sector privado y le ha otorgado al territorio el sello

De viajes seguros Safe Travels. Al cumplir con todos los requerimientos estipulados, el WTTC concedió la utilización del Sello Safe Travels bajo la categoría de “Autoridades de destino”, con la intención de ser embajadores y poder extenderlo a las organizaciones de la industria costarricense que, paralelamente, cumplan con la utilización de los protocolos desarrollados hasta la fecha. Esto con la intención de promover todas las medidas de bioseguridad.



Imagen 3

Fuente <https://www.ict.go.cr/es/servicios-institucionales/sello-safe-travels.html>



Imagen 4:

Fuente: <https://www.ict.go.cr/es/servicios-institucionales/sello-safe-travels.html>

Es el primer sello global en bioseguridad para viajes y turismo. Todas aquellas compañías que utilizan este sello estarían constando que cumplen con las medidas de higiene requeridas para poder ser apto de este.

Los protocolos de ICT, ha desarrollado WTTC han tomado en cuenta las directrices actuales de la OMS y de los CDC, se irán actualizando a medida que se obtenga nueva información sobre el COVID-19.

PROCESO DE SOLICITUD DE USO DEL SELLO

Todas las compañías turísticas, que cuenten con permiso de funcionamiento y patente comercial, podrán usar el sello de forma libre y gratuita, siempre que cumplan con los protocolos desarrollados por el ICT, junto con el sector privado, mismos que se alinean con los protocolos “Safe Travels”, y realicen el proceso de solicitud, donde aceptarán los Términos y Condiciones.

EL PROCESO

1. Asegurarse que el hotel cumpla con las medidas de higiene requeridas.
2. El solicitante del sello tiene que ser conocedor de todos los términos y condiciones
3. La declaración debe ser firmada por el representante legal de la empresa solicitante.
4. Contar con el permiso sanitario de funcionamiento a nombre de la empresa solicitante
1. y vigente a la fecha
5. Patente comercial a nombre de la empresa solicitante y vigente a la fecha. Si la patente comercial no indica la fecha de vencimiento, deberá aportar junto ésta, una copia del último recibo de pago para comprobar su validez (en formato pdf, jpg, o png).
6. Llene el siguiente formulario, en el cual deberá adjuntar la documentación de los puntos anteriores (3, 4, 5 y 6) y aceptará los términos y condiciones para uso del sello.
7. Una vez enviado el formulario con la documentación solicitada, se realizará el análisis y verificación de su solicitud para uso del sello. El ICT le estará contactando vía correo electrónico.
8. Las empresas arrendadoras de vehículos deberán llenar un formulario para cada sede o

Sucursal en territorio nacional.

9. El ICT se reserva el derecho de realizar una visita a su empresa con el fin de verificar el cumplimiento y aplicación de los protocolos de higiene y salud.

10. Cumplir y Aplicar los protocolos de higiene y salud desarrollados por el ICT conforme a su actividad turística.

11. El sello de Viajes Seguros se basa en la autoevaluación, responsabilidad y no es una certificación. Los usuarios del sello han confirmado que han implementado, y asegurarán el cumplimiento continuo de los protocolos publicados por el ICT, bajo los lineamientos del Ministerio de Salud y aprobados por el WTTC.

12. Por favor, realice comprobaciones periódicas de los protocolos publicados por el ICT y de los lineamientos del Ministerio de Salud, para asegurarse de que los de su empresa se mantienen alineados y en cumplimiento.

13. Si tiene alguna preocupación con respecto a la implementación de protocolos, comuníquese al correo protocolos@ict.go.cr. Con gusto le asesoraremos.

BENEFICIOS

Su empresa puede ser beneficiada por un sello reconocido internacionalmente, desarrollado en colaboración con los miembros del WTTC, representantes de asociaciones y organizaciones internacionales líderes de la industria.

Cuando se utiliza el sello está dando un enfoque muy atractivo para los turistas para reconstruir la confianza entre los turistas, y entre el sector turístico, para que sea posible disfrutar de "viajes seguros" a medida que las restricciones se suavizan y se reactiva la industria.

Promocionar el sello en sus redes sociales, usando el hashtag [#SafeTravels](#) [#ViajesSeguros](#).

FORMULARIO DE SOLICITUD PARA USO DEL SELLO SAFE TRAVELS

Nombre:

Primer Apellido:

Segundo Apellido:

Email:

Empresa u organización (Nombre comercial):

Página web:

Número de teléfono:

Provincia, cantón o distrito:

Dirección exacta:

Numero de cedula jurídica o persona física:

Declaratoria Turística Certificado de Sostenibilidad Turística Marca País Ninguno de los anteriores

Seleccione la actividad turística de su empresa para la cual ha solicitado el uso del sello (selección múltiple)

Hospedaje Actividad temática – Turismo Aventura Agencia de viajes – Tour Operadores Restaurantes Actividad recreativa acuática (actividades dentro y sobre el agua) Actividad recreativa aérea Recintos de congresos y convenciones Empresas organizadoras de congresos y convenciones Turismo de Bienestar – Spa Turismo de Bienestar – Termales Marinas Transporte acuático

Autoevaluación:

Declaración jurada:

Permiso de funcionamiento:

Patente municipal y recibo:

He leído y acepto los Términos y Condiciones.

B. Hipótesis de investigación o supuestos teóricos

Hipótesis General:

Existirá un aumento en la demanda de ocupación hotelera en la medida que los hoteleros mejoren la calidad de servicio al cliente, así como se mejore la gestión administrativa en los hoteles pequeños que forman parte de “Hopes”, en el municipio de San Salvador.

Hipótesis Específica 1:

Lograr que los hoteles pequeños que forman parte de HOPES tengan una oferta sostenible, competitiva y de alta calidad a nivel nacional e internacional, mediante las buenas prácticas de calidad de servicio de satisfacción al cliente con lo que se pretende mejorar de la gestión administrativa efectiva de los hoteles pequeños

Hipótesis Específica 2:

Analizar cómo se posicionan a nivel nacional e internacional los pequeños hoteles del gran San Salvador miembros de HOPES para sus huéspedes, una vez logran establecer el protocolo de servicio como parte de la nueva normalidad.

CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

A. ENFOQUE Y TIPOS DE INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se optó por ocupar el enfoque cualitativo ya que se busca comprender el punto de vista de los diferentes individuos que se investigaran sobre la calidad de servicio, la satisfacción del cliente la gestión administrativa y el COVID 19, otra de las razones por las que se seleccionó este enfoque es porque este tema de estudio es real y contemporáneo.

El tipo de investigación que se llevó a cabo es la investigación descriptiva porque da a conocer los hechos de la manera que se presentan a la hora de la recolección de datos (encuestas).

B. SUJETOS Y OBJETO DE ESTUDIO

1. Unidad de análisis. Población y Muestra

En primera instancia se procedió a realizar un mapeo completo sobre los pequeños hoteles del área metropolitana del gran San Salvador.

En donde se encontró un total de 35 pequeños hoteles cuya cabeza es Leonor de Castellanos, la actual presidenta de HOPES y su asistente Teresa de Pacheco nos comparten esta tipo de datos el enfoque será en el municipio de San Salvador especialmente en el área metropolitana de San Salvador, que cuenta con 13 pequeños hoteles siendo esta la población total a investigar, esto por las restricciones que se han tenido por la emergencia nacional actual lo cual no permite presentarse presencialmente ya que es parte de la seguridad sanitaria.

Al analizar los pequeños hoteles de los otros municipios con los del área metropolitana de San Salvador se observaron casos opuestos, ya que algunos tienen un número de hoteles muy bajos y San Salvador cuenta con la población necesaria para cumplir con los objetivos de la investigación los cuales son; 13 pequeños hoteles en donde se buscó aplicar ya sea una entrevista de forma virtual, encuesta virtual o presencial que proporcionen información concisa de los factores que influyen en el clima laboral de dichos hoteles, para realizar una investigación eficaz y eficiente

A partir de esto, se realiza un muestreo que nos permita conocer la cantidad de empleados a encuestar en cada uno de los 13 pequeños hoteles del municipio de San Salvador, logrando así tener un porcentaje de la población equitativa de cada uno de los pequeños hoteles que representa a HOPES y poder hacer un análisis.

A continuación, se detalla el proceso estadístico que nos llevó a la muestra poblacional a encuestar.

N: número de muestra

Z: nivel de confianza

P: probabilidad de éxito

Q: probabilidad de fracaso

E: margen de error

Tamaño de la muestra
n= 13

Parámetro	Valor
N	13
Z	1.960
P	50%
Q	50%
e	5%

Análisis: de 35 hoteles que pertenecen a HOPES de acuerdo a la aplicación de la fórmula se obtuvo una muestra de 13 hoteles que fueron los que se encuestaron.

2. Variables e indicadores

Hipótesis General:

Existirá un aumento en la demanda de ocupación hotelera en la medida que los hoteleros mejoren la calidad de servicio al cliente, así como se mejore la gestión administrativa en los hoteles pequeños que forman parte de “Hopes”, en el municipio de San Salvador.

Tabla 1 fuente: Elaboración propia

Variable Dependiente	Variable Independiente
Aumento de demanda ocupacional al mejorar la calidad del servicio, así como a mejorar la gestión administrativa	Mejora en el servicio al cliente, así como la mejora de la gestión administrativa.
Indicadores	Indicadores
Calificación posterior al servicio	Servicios ofrecidos de alta calidad
Capacitar a todo el personal	Impacto positivo en los clientes
	Adecuarnos a las necesidades

Hipótesis Específica 1:

Lograr que los hoteles pequeños que forman parte de HOPES tengan una oferta sostenible, competitiva y de alta calidad a nivel nacional e internacional, mediante las buenas prácticas de calidad de servicio de satisfacción al cliente con lo que se pretende mejorar de la gestión administrativa efectiva de los hoteles pequeños

Tabla 2 Fuente: Elaboración propia

Variable Dependiente	Variable Independiente
La calidad de servicio al cliente.	Mejora de la gestión administrativa de los pequeños hoteles.
Indicadores	Indicadores

Top of Mind.	permite prevenir problemas y alcanzar objetivos
Redes sociales.	Optimización de recursos.

Hipótesis Específica 2:

Analizar cómo se posicionan a nivel nacional e internacional los pequeños hoteles del gran San Salvador miembros de HOPES para sus huéspedes, una vez logran establecer el protocolo de bio- seguridad como parte de la nueva normalidad.

Tabla 3 Fuente: Elaboración propia

Variable Dependiente	Variable Independiente
Los pequeños hoteles del Gran San Salvador	Posicionamiento a nivel nacional e internacional para el huésped al momento de obtener el protocolo de bioseguridad en covid-19
Indicadores	Indicadores
Mix de Marketing de los dueños de hoteles	Beneficio a largo plazo
Top of Mind.	Alta demanda

MATRIZ DE CONGRUENCIA

Cuadro. 1 relación de congruencia de los principios elementos de la investigación

TEMA: Contribuye la calidad de servicio de satisfacción al cliente en la mejora de la gestión administrativa de los hoteles pequeños ubicados en San Salvador (HOPES)

Enunciado del problema: ¿Cómo influye la calidad de servicio de satisfacción al cliente para la mejora de la gestión administrativa efectiva de los hoteles pequeños que forman parte de Hopes del municipio de San Salvador como representante del área metropolitana de San Salvador durante el periodo de enero - agosto del 2021?

Objetivo general: Analizar la calidad de servicio al cliente en relación a la mejora de la gestión administrativa en los hoteles pequeños que forman parte de “hopes”, en el municipio de san salvador.

Hipótesis general: Existirá un aumento en la demanda de ocupación hotelera en la medida que los hoteleros mejoren la calidad de servicio al cliente, así como se mejore la gestión administrativa en los hoteles pequeños que forman parte de “Hopes”, en el municipio de San Salvador.

Objetivos	Hipotesis	Unidad de análisis	Variables	Operacionalización De variables	Indicadores	Técnicas a utilizar	Tipos de Instrumentos A utilizar
Objetivo general: Analizar la calidad de servicio al cliente en relación a la mejora de la gestión administrativa en los hoteles pequeños	Hipótesis general: Existirá un aumento en la demanda de ocupación hotelera en la medida que los hoteleros mejoren la calidad de servicio al cliente, así como se mejore la gestión administrativa en los hoteles pequeños que forman parte de “Hopes”, en el	Capacitar a todo el personal. Servicios ofrecidos de alta calidad	Variable Dependiente: Aumento de demanda ocupacional al mejorar la calidad del servicio, así como a mejorar la gestión administrativa. Variable Independiente:	Identificar si al mejorar la calidad del servicio aumentara la demanda de los servicios.	La calidad en el servicio creara una demanda de los servicios.	Encuestas Entrevistas Recopilación documental y bibliográfica	Encuesta con preguntas estructurada Checklist Encuesta para personal 4 y 9

que forman parte de “hopes”, en el municipio de san salvador	Municipio de San Salvador.	d.	Mejora en el servicio al cliente, así como la mejora de la gestión administrativa.			a porque se obtuvimos la información de diferentes páginas web, libros. Checklist	
	Hipótesis Especifica 1: Lograr que los hoteles pequeños que forman	Top of Mind .	Variable Dependiente: La calidad de servicio al cliente.	El conocimiento de una gestión administrativa obtendrá procesos eficaces y eficientes	La buena gestión administrativa Mejorará sus ganancias.		

	<p>parte de HOPES tengan una oferta sostenible, competitiva y de alta calidad a nivel nacional e internacional, mediante las buenas prácticas de calidad de servicio de satisfacción al cliente con lo que se pretende mejorar de la gestión administrativa efectiva de los hoteles pequeños</p>		<p>Variable Independiente: Mejora de la gestión administrativa de los pequeños hoteles.</p>	<p>Para la calidad del servicio al cliente.</p>			
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------	--	--	--

<p>Objetivo específico:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar la calidad de servicio al cliente que se ofrece en los hoteles que forman parte de "HOPES". 2. Servir de insumo a HOPES para mejorar la calidad de servicios de atención al huésped y así mejorar gestión administrativa de los hoteles con el fin de posicionarlos a nivel nacional e Internacional. 	<p>Hipótesis Específica 2: Analizar cómo se posicionan a nivel nacional e internacional los pequeños hoteles del gran San Salvador miembros de HOPES para sus huéspedes, una vez logran establecer el protocolo de servicio como parte de la nueva normalidad.</p>	<p>Top of Mind .</p> <p>Mix de Marketing de los Dueños de hoteles.</p>	<p>Variable Dependiente: Los hoteles del Gran San Salvador.</p> <p>Variable Independiente: Posicionamiento a nivel nacional e internacional para el huésped al momento de obtener el protocolo de servicios en covid-19</p>	<p>Una certificación de los protocolos de BIO-SEGURIDAD ayudara a tener un mejor posicionamiento a nivel nacional.</p>	<p>Beneficio en las demandas de sus Servicios.</p>		<p>Encuesta para personal pregunta 8 y 9</p> <p>Encuestas para los clientes pregunta 1, 4 y 9.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>3. Guiar un plan de servicio al cliente enfocado en las normas de bioseguridad efectivas para la nueva normalidad con el covid-19. para los empresarios hoteles concentrados en HOPES</p>							<p>Encuesta para personal pregunta 7,8 y 10</p> <p>Encuestas para los clientes pregunta 2 y 7</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------

C. TÉCNICAS, MATERIALES E INSTRUMENTOS.

1. Técnicas y procedimientos para la recopilación de la información.

Para realizar la investigación se utilizó recopilación documental y bibliográfica porque se obtuvo información de diferentes páginas web, libros. También se utilizará encuestas tanto para el personal como para los huéspedes, dichas encuestas se llevarán a cabo en la plataforma Google Forms ya que, debido a la pandemia no se pueden realizar de forma física. Se realizará una entrevista a la representante de HOPE por medio de la plataforma ZOOM.

2. Instrumentos de registro y medición.

En primer lugar, se realizó una visita general a los diferentes hoteles situados en la zona y se levantó información sobre ellos, nombres, dirección y accesibilidad; posteriormente se hará la investigación por medio de la técnica del cuestionario, con el instrumento "Checklist" (Lista de chequeo) que se pasará a encargados de los hoteles. Esta parte del proceso no se pudo llevar a cabo ya que no permitieron las entrevistas personales ni tampoco se permitió pasar el Checklist por motivos de bioseguridad.

D. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN (COMO SE HARÁ).

Las técnicas que se utilizaron para el análisis de la información obtenidas serán:

Checklist (Lista de chequeo)

Los listados de control, listados de chequeo, Checklist u hojas de verificación, siendo formatos generados para realizar actividades repetitivas, controlar el cumplimiento de un listado de requisitos o recolectar datos ordenadamente y de manera sistemática. Se utilizaron para hacer comprobaciones sistemáticas de actividades o productos asegurándose de que el trabajador o inspector no se olvida de nada importante

Encuestas

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar. El procesamiento se llevará a cabo en la plataforma Google Forms ya que, debido a la pandemia no se pueden realizar de forma física. Esta plataforma nos ayudara a tener un análisis muy eficaz debido a que ella misma genera graficas de cada una de las preguntas procesadas y refleja el porcentaje de cada ítem que se habilito de respuesta ayudando a tener un mejor análisis de la información que se obtuvo.

E. Cronograma de actividades.

	Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto			
Actividades	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4
Capítulo I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA																												
A. Situación problemática.																												
B. Enunciado del problema																												
C. Objetivos de la investigación																												
D. Contexto de la investigación																												
E. Justificación																												
Capítulo II: FUNDAMENTACIÓN TEORICA.																												
A. Estado actual del hecho o situación (incluir antecedentes más importantes)																												
B. Hipótesis de investigación o supuestos teóricos.																												
CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN																												
A. Enfoque y tipo de investigación																												
B. Sujetos y objetos de estudio																												
1. Unidades de análisis. Población y Muestra.																												
2. Variables e indicadores																												
C. Técnicas, materiales e instrumentos																												
1. Técnicas y procedimientos para la recopilación de la información.																												
2. Instrumentos de registro y medición																												
CAPITULO IV: ANALISIS DE LA INFORMACION.																												
A. Resultados																												
Análisis descriptivo																												
Análisis inferencial o cualitativo																												
B. Discusión de resultados																												
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENACIONES																												
ANEXOS																												

F. PRESUPUESTO.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Horas de trabajo	250	\$1.50	\$375.00
Internet	7 (recibos)	\$28.00	\$196.00
Luz	7 (recibos)	\$30.00	\$210.00
Telefono	7 (recibos)	\$20.00	\$140.00
Imprevistos		\$50.00	\$50.00
Costo total			\$971.00

G. ESTRATEGIAS DE UTILIZACIÓN DE RESULTADOS.

El tema de investigación

CONTRIBUYEN LOS PROCESOS ACTUALES DE LOS SERVICIOS QUE SE BRINDAN EN LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN LA MEJORA DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LOS HOTELES PEQUEÑOS UBICADOS EN SAN SALVADOR (HOPES).

Se dará a conocer a los miembros de la comisión evaluadora de la Universidad evangélica de el Salvador, y Hopespara que pongan en práctica la investigación.

CAPITULO IV: ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.

RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La recolección de datos para las encuestas se obtuvo por medio de la plataforma Google Forms ya que, debido a la pandemia no se nos fue permitido realizarlas de forma física porque pondríamos en peligro la salud tanto del personal, como la de los huéspedes así también de los investigadores.

Fue así como se optó por enviar las encuestas por medio de correo electrónico a los 13 hoteles que se encuentran en la zona de San Salvador que pertenecen a Hopes. Ellos se encargaron de encuestar a su personal con un total de 13 empleados encuestados. La encuesta para los huéspedes se realizó gracias a la ayuda que recibimos de parte del personal de los diferentes hoteles obteniendo así un total de 15 huéspedes encuestados. Después de obtener la información la plataforma Google Forms nos generó los gráficos facilitándonos la obtención de los datos para proceder a analizarlos.

Checklist
 (Herramienta que no se logró procesar)
 Tabla 4 Fuente: Elaboración propia

#	Descripción		
		Cumple	No cumple
1	Instalaciones		
1.1	Se garantizan la distancia de seguridad establecida por las autoridades Sanitarias.		
1.2	Dispone de medios para tomar la temperatura corporal a distancia		
1.3	Proveedores y clientes están informados de las medidas que deben seguir como el uso de mascarilla, lavado de manos y distancia.		
1.4	Ventilación diaria en las zonas de uso común.		
1.5	Limpieza de superficies con productos desinfectantes.		
1.6	Se establece un máximo de concentración de personas en la recepción.		
1.7	Poseen marcadores de distancia para evitar aglomeraciones.		
1.8	Se fomenta el pago con tarjeta de crédito u otros medios electrónicos.		
1.9	Dispone de alfombras desinfectantes a la entrada del hotel.		
1.10	El baño de las habitaciones cuenta con la higiene esperada.		
1.11	Existe un espacio dentro de las instalaciones para el consumo de alimentos y bebidas.		
1.12	Los baños tienen registro de limpieza y desinfección diario.		
1.13	Se controla la entrada de visitantes.		
2	Información		
2.1	El huésped está informado de las condiciones de servicio y medidas de seguridad establecidas antes de confirmar su reserva.		
2.2	Se muestra alguna información con medidas preventivas que deben seguir los clientes en algún otro idioma.		

2.3	Cuenta con información sobre los centros de salud y hospitales.		
3	Personal		
3.1	Los empleados tienen una protección adecuada facilitando medios y tiempo para el lavado de manos con agua y jabón o alcohol gel.		
3.2	El personal ha sido capacitado para cumplir los protocolos de desinfección de las instalaciones del hotel.		
3.3	El personal sabe que debe evitar el contacto físico y respetar la distancia.		
3.4	Tienen instrucciones de lavarse las manos tras estornudar, sonarse la nariz, toser o al manipular objetos.		
3.5	Los textiles sucios deben recogerse en bolsa y cerrarla hasta que llegue al proceso de lavandería.		
3.6	Los textiles sucios no se sacuden.		
3.7	El personal se desinfecta después de tener contacto con los textiles.		
3.8	La entrada del personal es diferente a la de los huéspedes.		
3.9	El personal cuenta con un comedor exclusivo dotado fuera del área de cocina.		
3.10	El personal posee uniforme que los identifique como trabajadores del hotel.		
4	Servicio		
4.1	El hotel cuenta con un sistema interno de quejas y reclamos.		
4.2	El hotel cuenta con servicios de teléfono a nivel local, nacional e internacional las 24 Horas del día.		
4.3	Posee restaurante el hotel.		
4.4	Cuentan con botiquín de primeros auxilios.		
4.5	El hotel posee servicios adicionales como alquiler de vehículos, viajes turísticos.		
4.6	El hotel realiza auditorías internas del servicio.		

NOMBRES DE LOS 13 HOTELES ENCUESTADOS

Tabla 5 Fuente: Elaboración propia

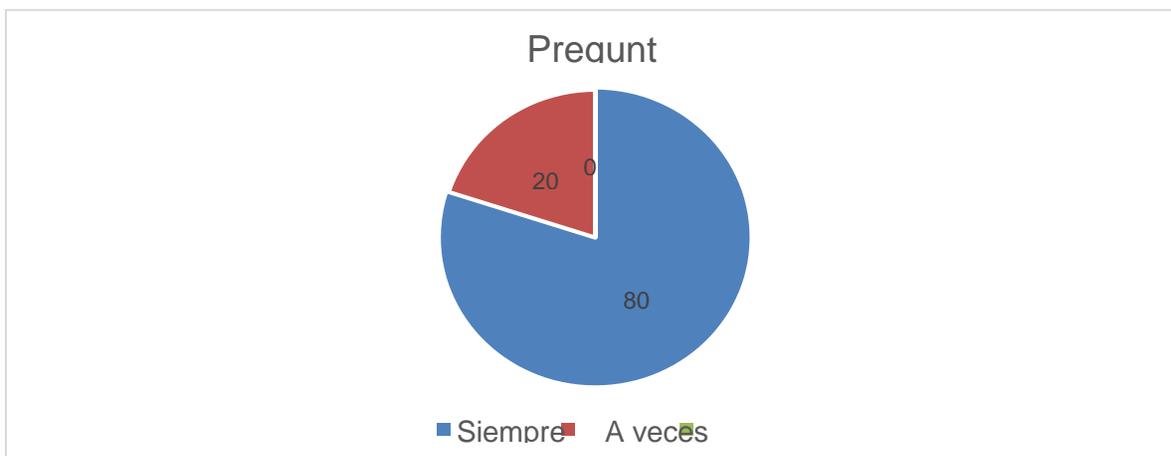
Nombre de hotel	Representante
Hotel Novo	Carmen Elena de García Precio
Hotel Tazumal House	Concepción de Vaquerano
Hotel Villa Florencia	Blanca Margarita De Valencia
Morrison hotel de la Escalón	Cecilia Molina
Eco Hotel Mariscal	Teresa de Pacheco
Terra Bella Hotel Boutique	María Elena Acevedo
Hotel Mirador Plaza	Patricia Trujillo
Hotel San Jose Hostal	Yolanda de Echeverría
La Zona Hostel	Beto Bayo
Hotel Sal & Luz	William Ramos
Clarion Suite Las Palmas	Andrea Rodriguez
Hotel Árbol de Fuego	Teresa Argentina González García
Apart Hotel María José	Cecilia González
Hotel Valverde	Gabriela Benítez

A. RESULTADOS.

ENCUESTA PARA PERSONAL DE LOS HOTELES

1. ¿Cree usted que la calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente?

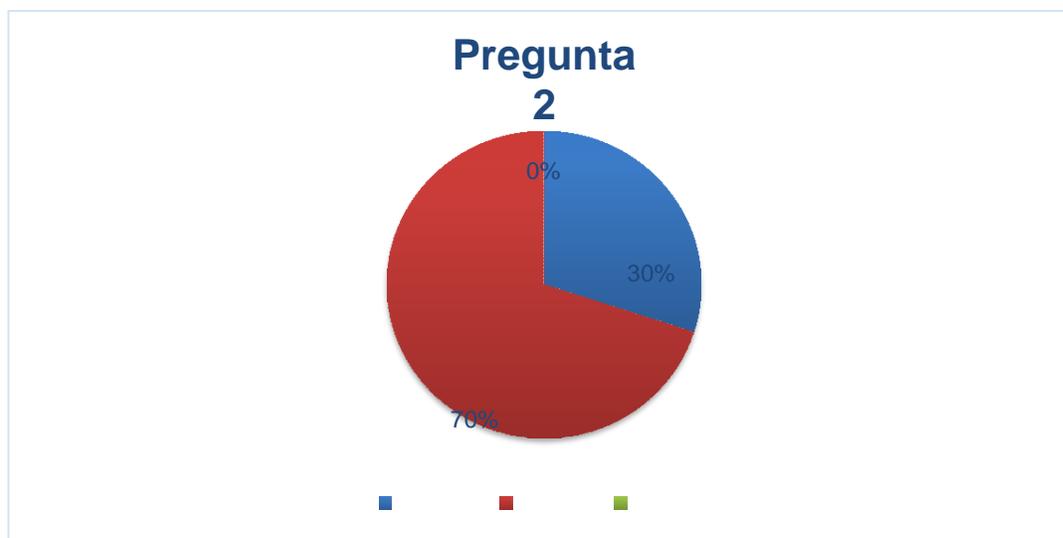
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	10	80%
A veces	3	20%
Nunca	0	0%
Total	13	100%



Análisis punto 1: Se puede observar que el 80% del personal encuestado, votaron que la calidad del servicio influye mucho en la satisfacción de los clientes y un 20% votó que no están de acuerdo con eso.

2. ¿Se logran satisfacer las necesidades que demandan los huéspedes?

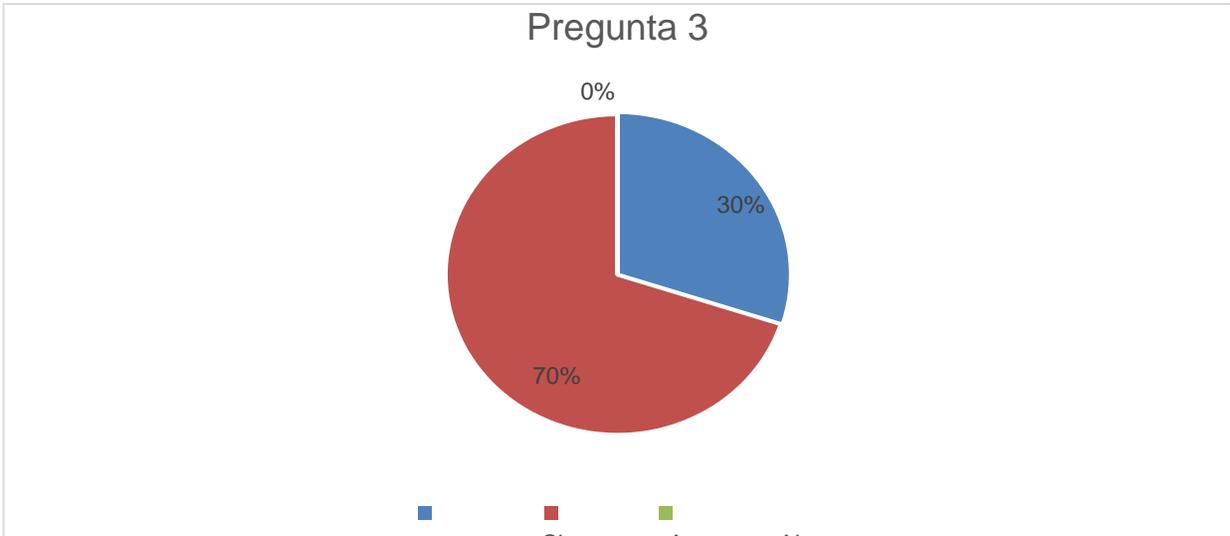
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	30%
A veces	9	70%
Nunca	0	0%
Total	13	100%



Análisis P2: En esta pregunta, el 70% dice que solo a veces se logran satisfacer las necesidades que demandan los clientes y un 30% que siempre las logran satisfacer. Lo cual quiere decir que el hotel necesita mejorar un poco en este aspecto.

3. ¿Durante la estancia de los huéspedes se resuelven los reclamos?

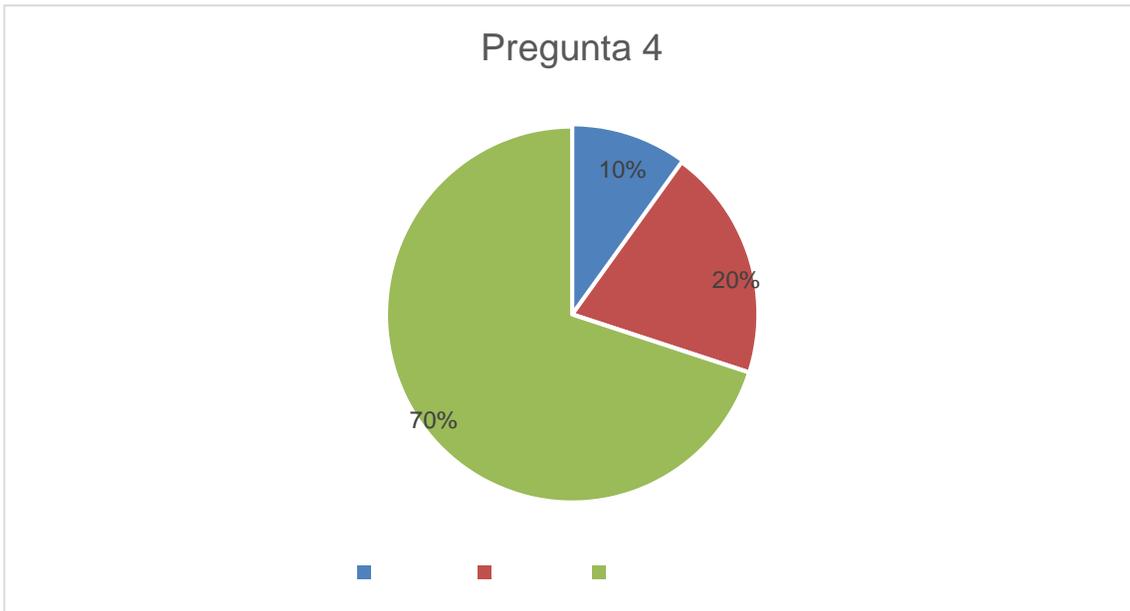
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	30%
A veces	9	70%
Nunca	0	0%
Total	13	100%



Análisis p3: El 70% del personal dice que a veces se logran dar solución a los reclamos, mientras que un 30% del personal dice que siempre se resuelven los reclamos.

4. ¿Tiene acceso a los resultados de las encuestas que se le realizan a los huéspedes?

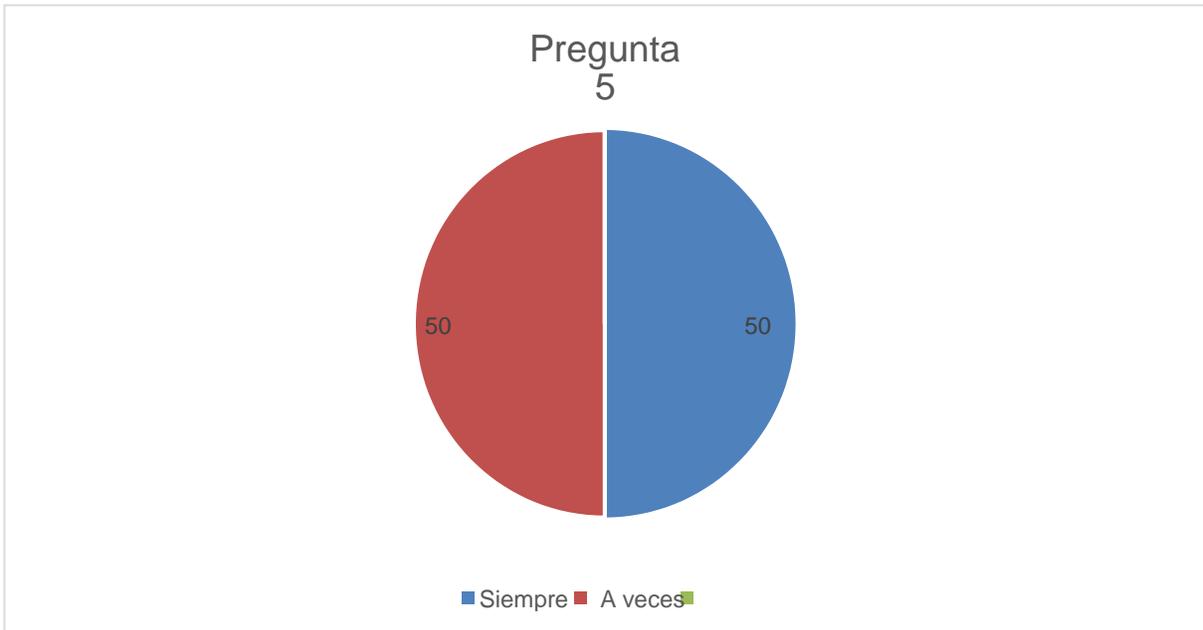
	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	1	10%
A veces	3	20%
Nunca	9	70%
Total	13	100%



Análisis p4: Claramente podemos observar que el 70% dijo que no tienen acceso a los resultados de las encuestas que se les hace a los huéspedes, el 20% dijo que a veces si pueden verlas y el 10% dijo que siempre tienen acceso a ellas.

5. ¿Considera que la relación con sus compañeros de trabajo es buena?

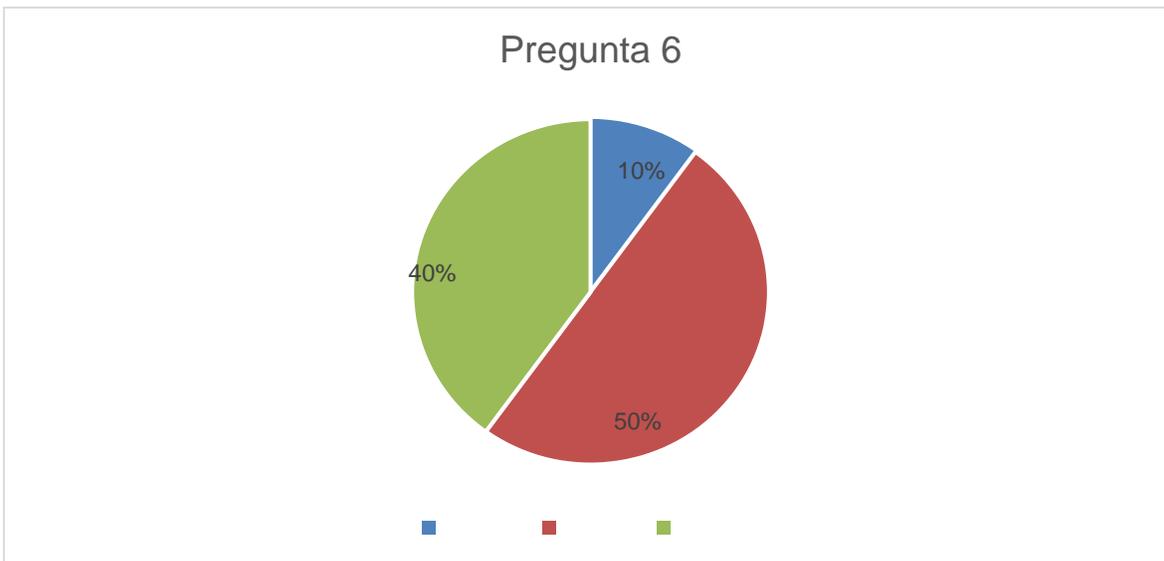
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	6	50%
A veces	6	50%
Nunca	0	0%
Total	13	100%



Análisis p5: Cómo podemos observar, hubo un empate en estos resultados. Tenemos que poner mucha atención a esto, ya que el personal tiene que tener una buena relación dentro del trabajo

6. ¿Su superior pone atención a sugerencias o ideas que usted le plantea para el mejoramiento de sus funciones?

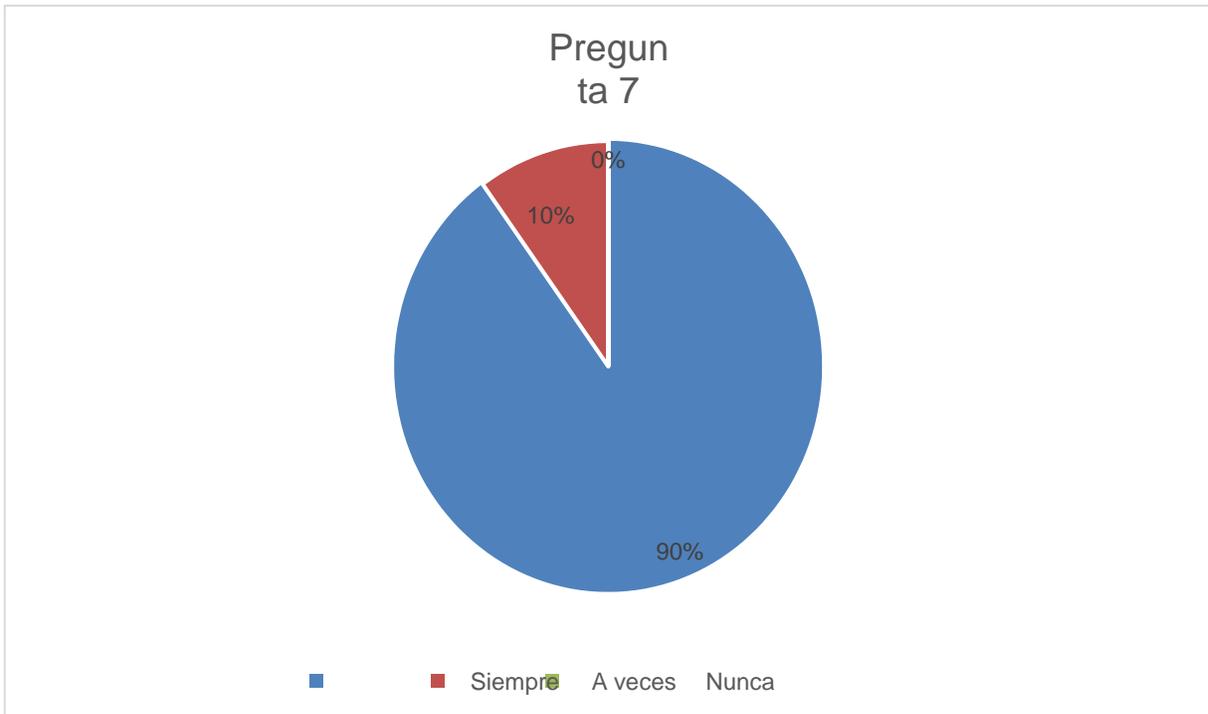
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	1	10%
A veces	6	50%
Nunca	5	40%
Total	13	100%



Análisis P6: La mayoría del personal encuestado dice que a veces sus superiores ponen atención a las sugerencias o a las ideas que le plantean para mejorar sus funciones. El 40% dicen que nunca los toman en cuenta y solamente el 10% dijo que si les ponen atención.

7. ¿Recibió una capacitación adecuada sobre el protocolo de Bio-seguridad del Covid19?

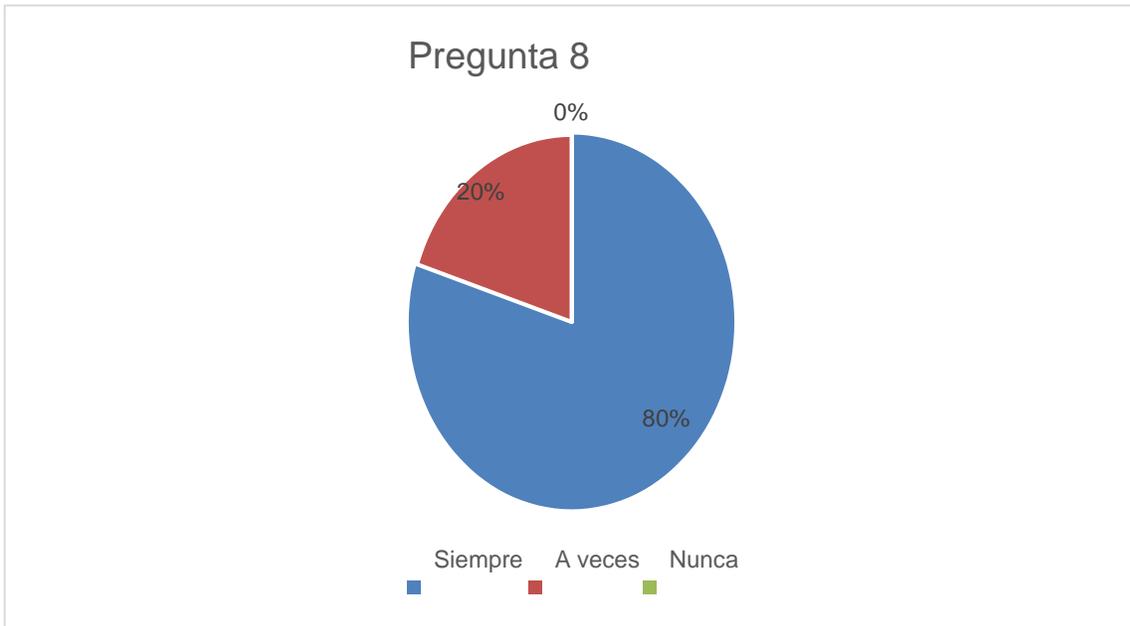
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	12	90%
A veces	1	10%
Nunca	0	0%
Total	13	100%



Análisis P7: El 90% del personal encuestado respondió que si recibieron una capacitación adecuada sobre el protocolo de BIO-seguridad del COVID-19. Solo el 10% respondió que a veces.

8. ¿El hotel para el que labora se preocupa por mantener el protocolo de Bio seguridad en las instalaciones?

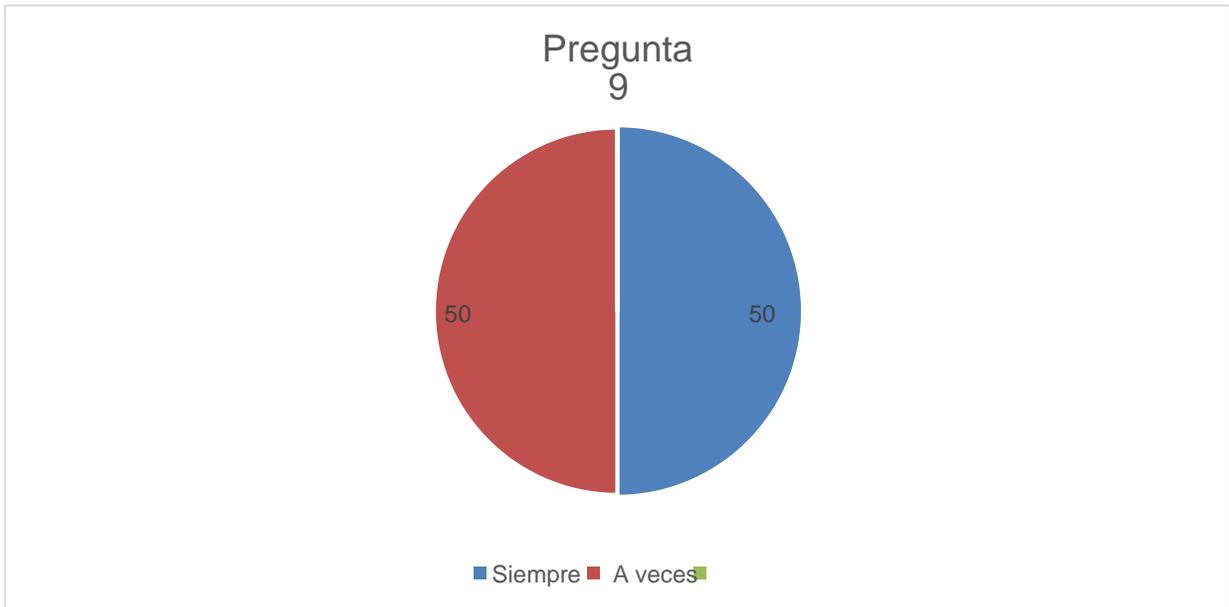
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	8	80%
A veces	2	20%
Nunca	0	0%
Total	13	100%



Análisis P8: El 80% respondió que si se preocupan por mantener el protocolo de BIO-seguridad en las instalaciones del hotel y el 20% que a veces se preocupan por mantener el protocolo de BIO-seguridad en las instalaciones del hotel.

9. ¿Sus superiores se preocupan por la calidad del servicio que se le brinda al cliente?

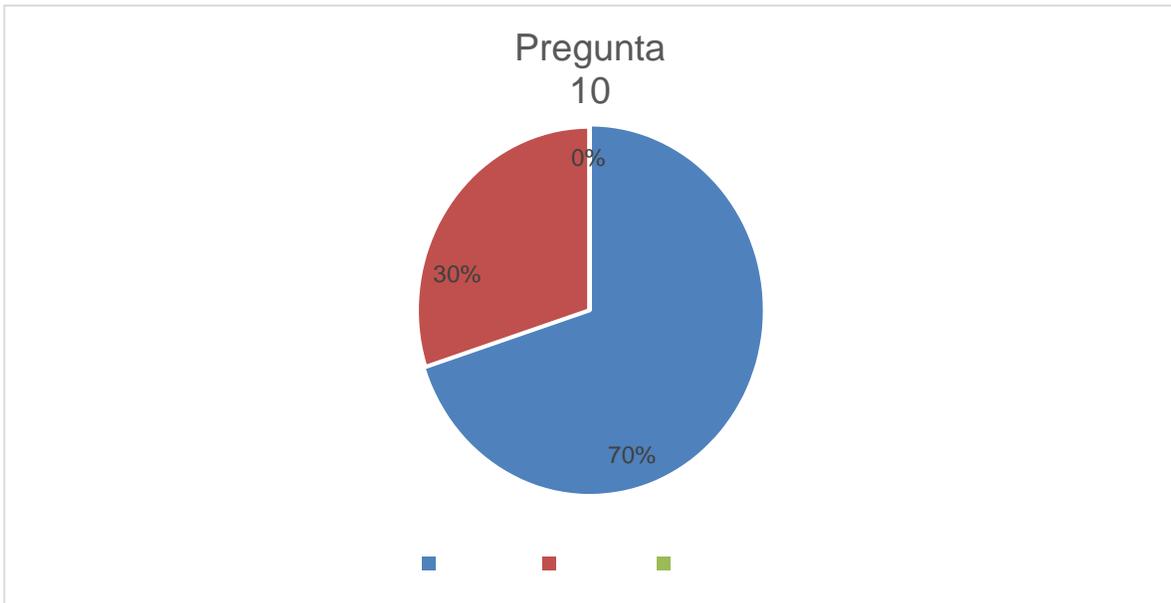
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	6	50%
A veces	6	50%
Nunca	0	0%
Total	13	100%



Análisis P9: Un 50% de los encuestados opina que sus superiores se preocupan por la calidad del servicio que se le brinda al cliente y el otro 50% opina que a veces se preocupan.

10. Le ha sido proporcionado el equipo necesario de trabajo que se demanda hoy en día para asegurar que se cumplan con los estándares de higiene establecidos para los hoteles?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	9	70%
A veces	4	30%
Nunca	0	0%
Total	13	100%



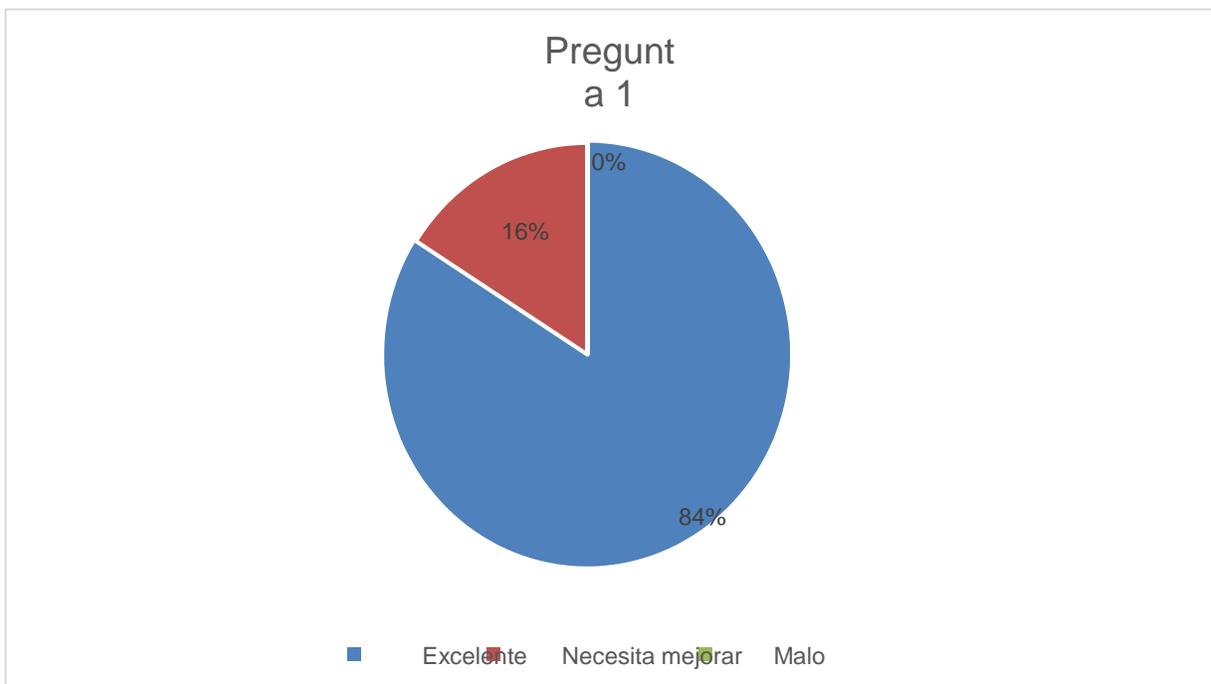
Análisis p10: Cómo podemos observar el 70% dijo que siempre le ha sido proporcionado el equipo necesario de trabajo que se demanda hoy en día para asegurar que se cumpla con los estándares de higiene establecidos por los hoteles y el 30% dijo que solamente a veces se cumple con esto.

Encuesta para los clientes

1. ¿Cómo evaluaría la atención del personal?

2.

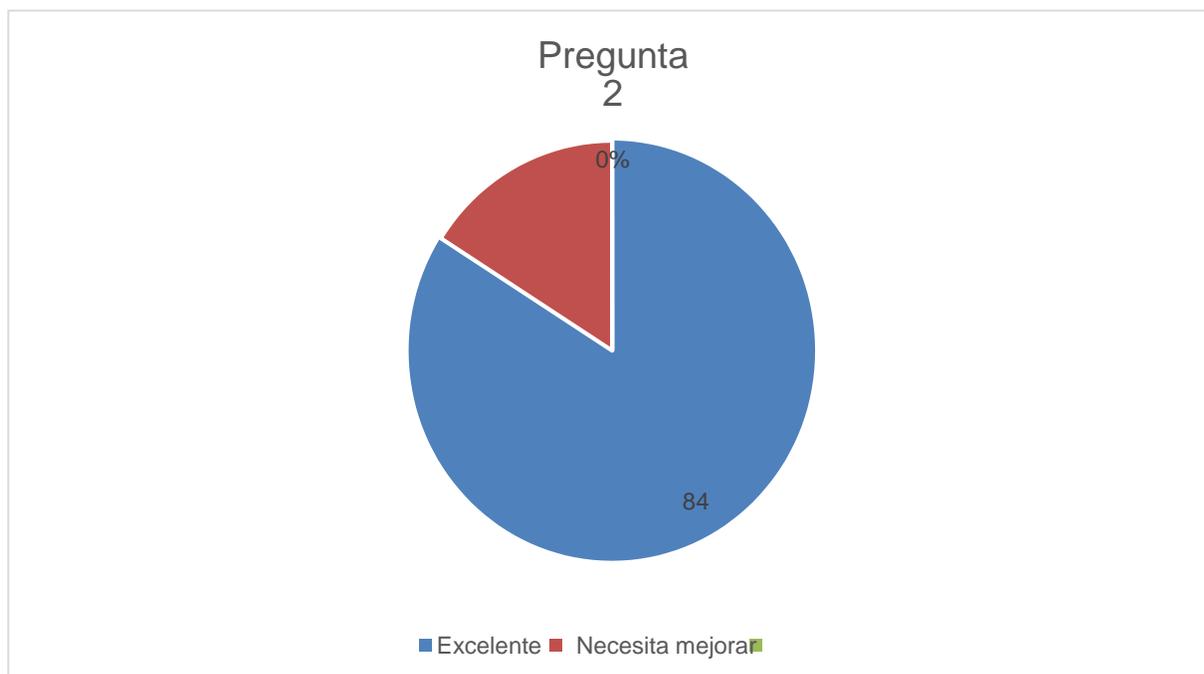
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	13	84%
Necesita mejorar	2	16%
Malo	0	0%
Total	15	100%



Análisis P1: El 84% de los encuestados dijeron que la atención del personal fue excelente y solo el 15% dijo que necesitaba mejorar.

2. ¿Cómo evaluaría la limpieza de la habitación?

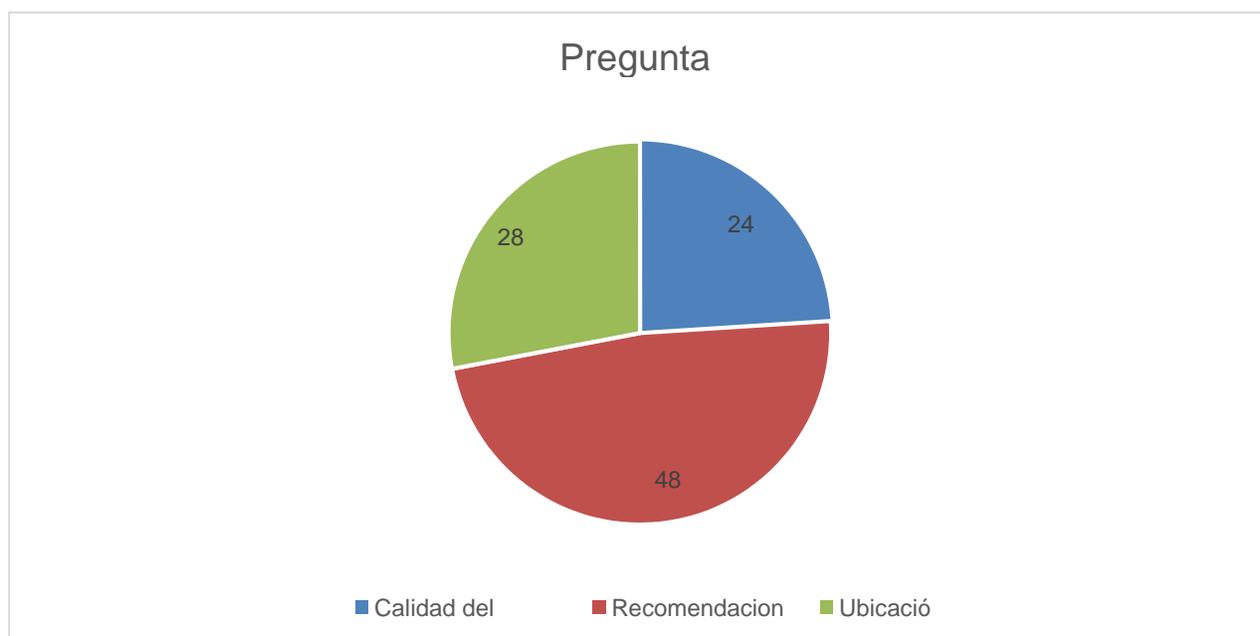
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	13	84%
Necesita mejorar	2	16%
Malo	0	0%
Total	15	100%



Análisis P2: La mayoría de encuestados el 84% dijeron que la limpieza del hotel era excelente y el 16% respondió que necesita mejorar en su limpieza.

3. ¿Por qué decidió hospedarse en el hotel?

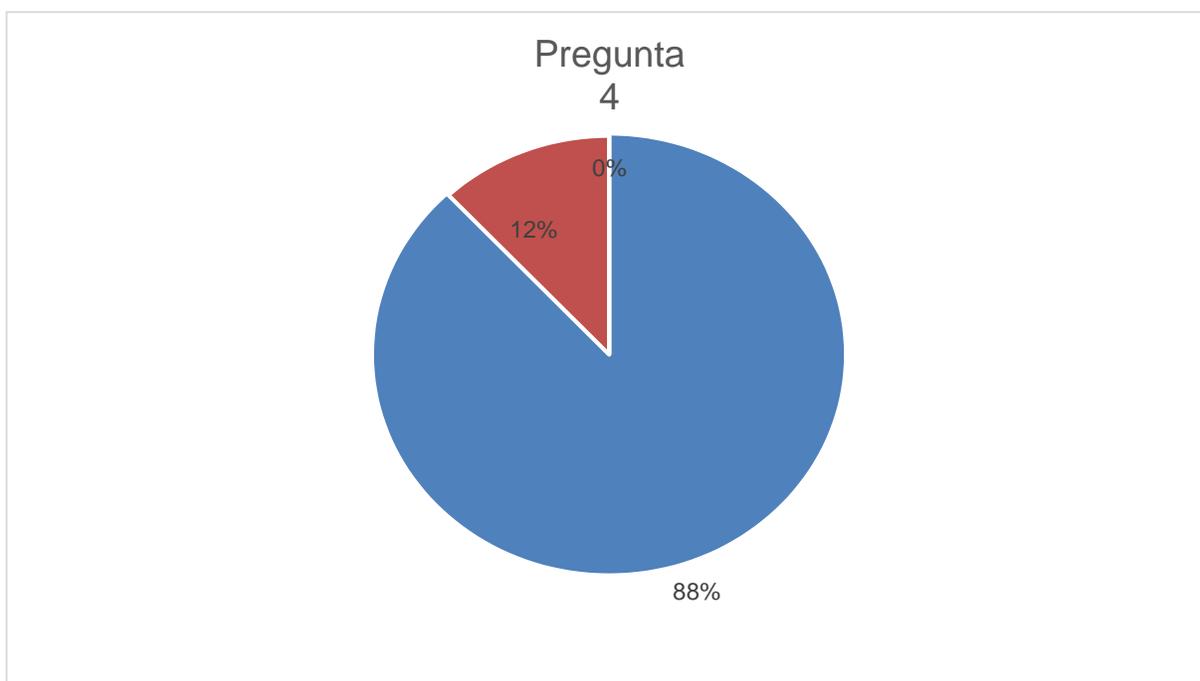
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Calidad del servicio	4	24%
Recomendaciones	7	48%
Ubicación	4	28%
Total	15	100%



Análisis P3: El 48% de los huéspedes dijeron que decidieron quedarse en el hotel por las recomendaciones de otras personas (amigos, familiares, redes sociales, etc.), el 24% dijeron que lo escogieron por la calidad del servicio y el 28% dijo que decidieron quedarse por la ubicación del hotel.

4. ¿Cómo considera la calidad en el servicio del hotel?

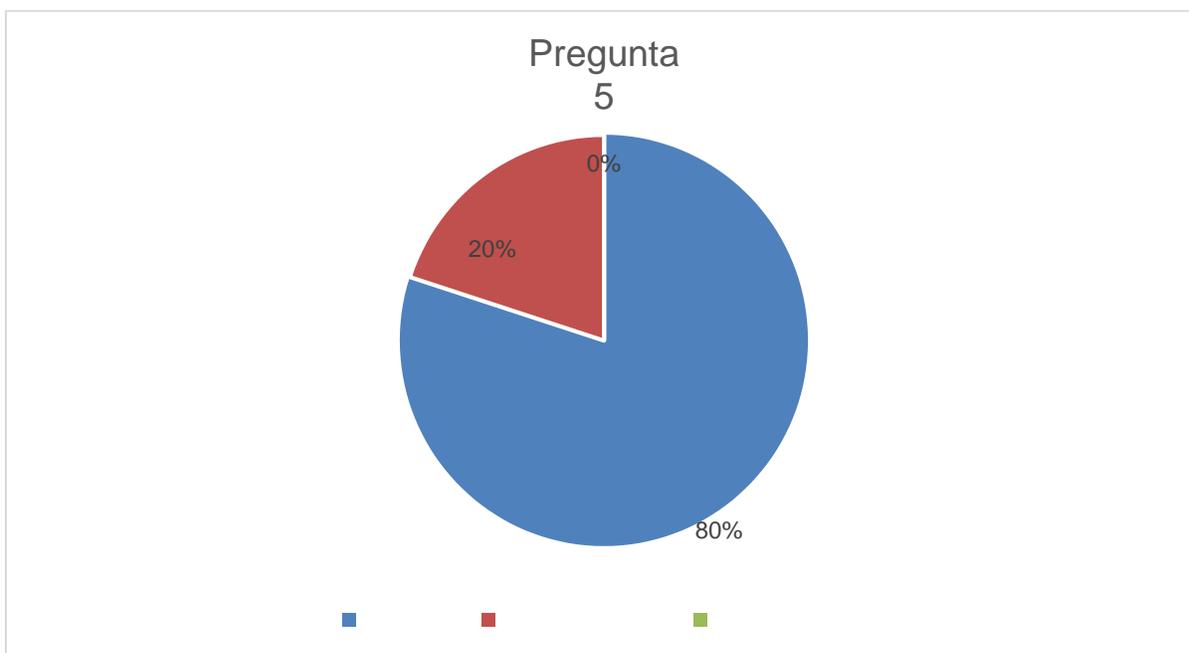
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	13	88%
Necesita mejorar	2	12%
Malo	0	0%
Total	15	100%



Análisis P4: Se puede observar que un 88% dijeron que la calidad en el servicio del hotel es excelente y el 12% dijo que necesita mejorar.

5. ¿Cómo fue la atención a la hora de resolver alguna duda sobre el servicio?

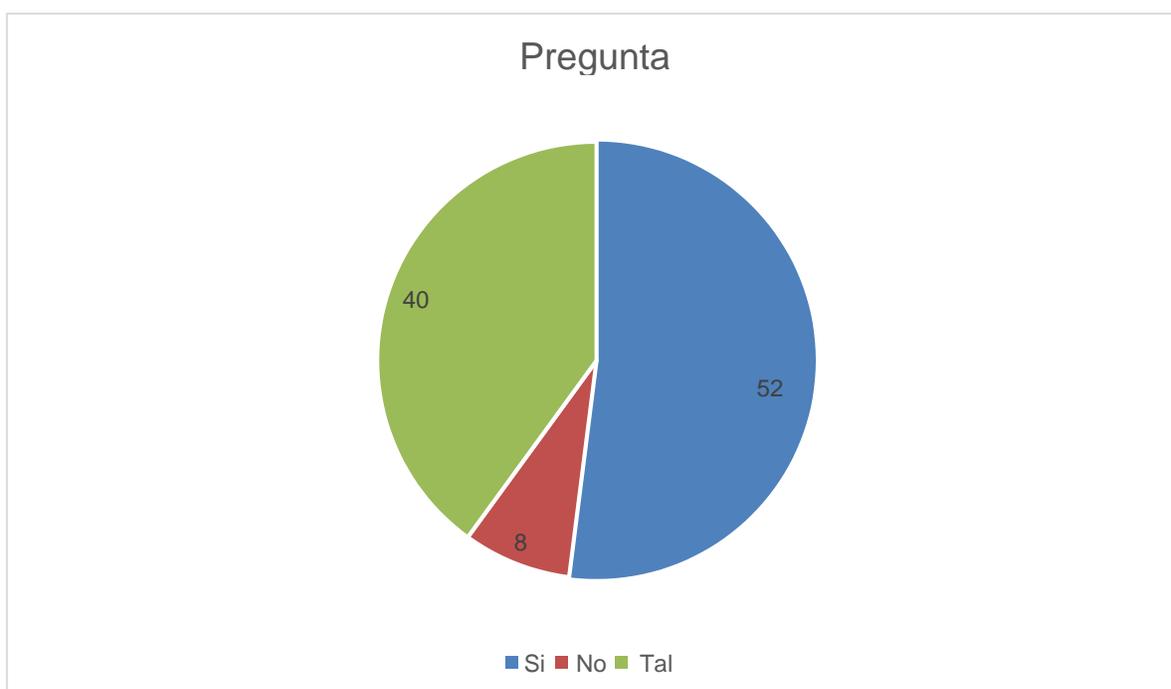
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	12	80%
Necesita mejorar	3	20%
Malo	0	0%
Total	15	100%



Análisis P5: La mayoría de personas encuestadas 80% dijo que la atención a la hora de resolver alguna duda sobre el servicio fue excelente y el 20% dijo que necesita mejorar.

6. ¿Cree que los precios van acorde a la calidad de los servicios?

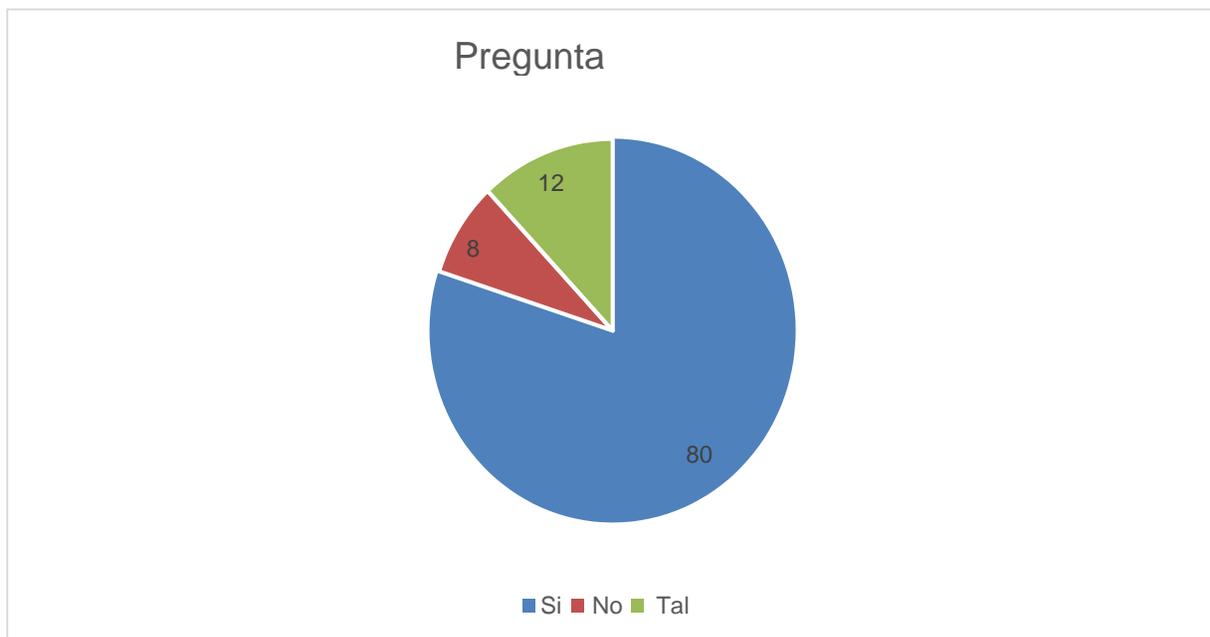
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	52%
No	1	8%
Tal vez	6	40%
Total	15	100%



Análisis P6: Claramente podemos observar que el 52% cree que los precios van acorde a la calidad de los servicios, el 40% opina que tal vez, y, solo el 8% dijeron que no están de acuerdo.

7. ¿Considera que el hotel cumple con medidas de BIO-SEGURIDAD?

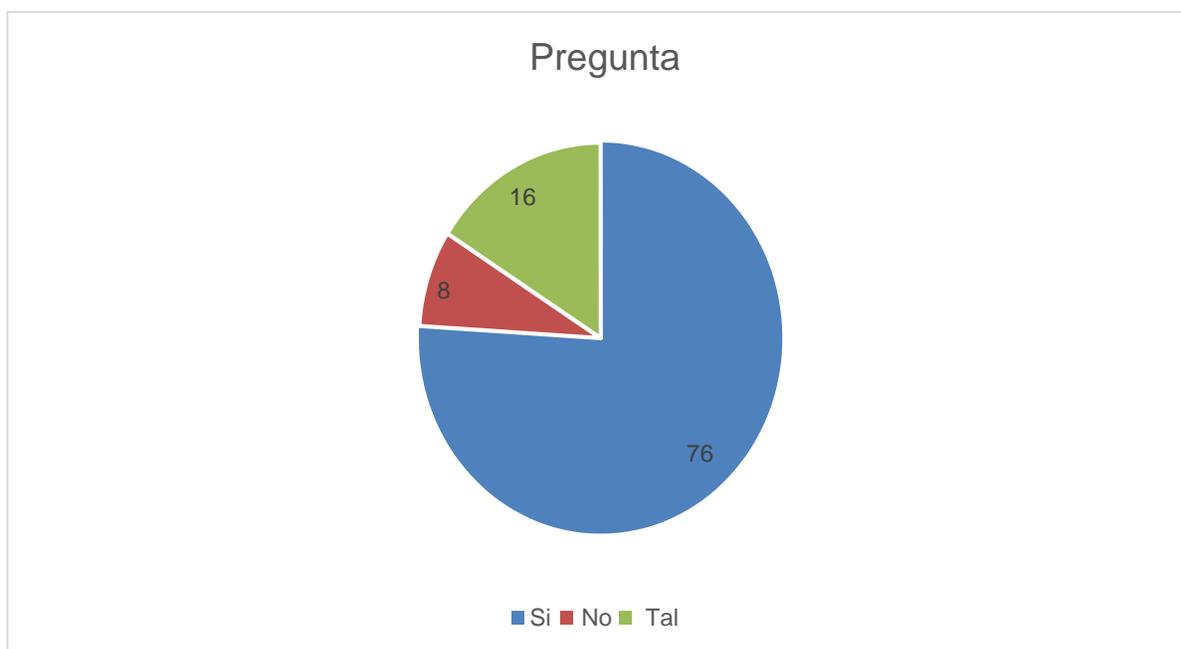
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	80%
No	1	8%
Tal vez	2	12%
Total	15	100%



Análisis P7: El 80% de los huéspedes considera que el hotel cumple con las medidas de Bio- seguridad, el 12% opina que algunas ocasiones si las cumplen y solamente el 8% dijo que no están de acuerdo.

8. ¿Recomendaría este hotel a sus conocidos?

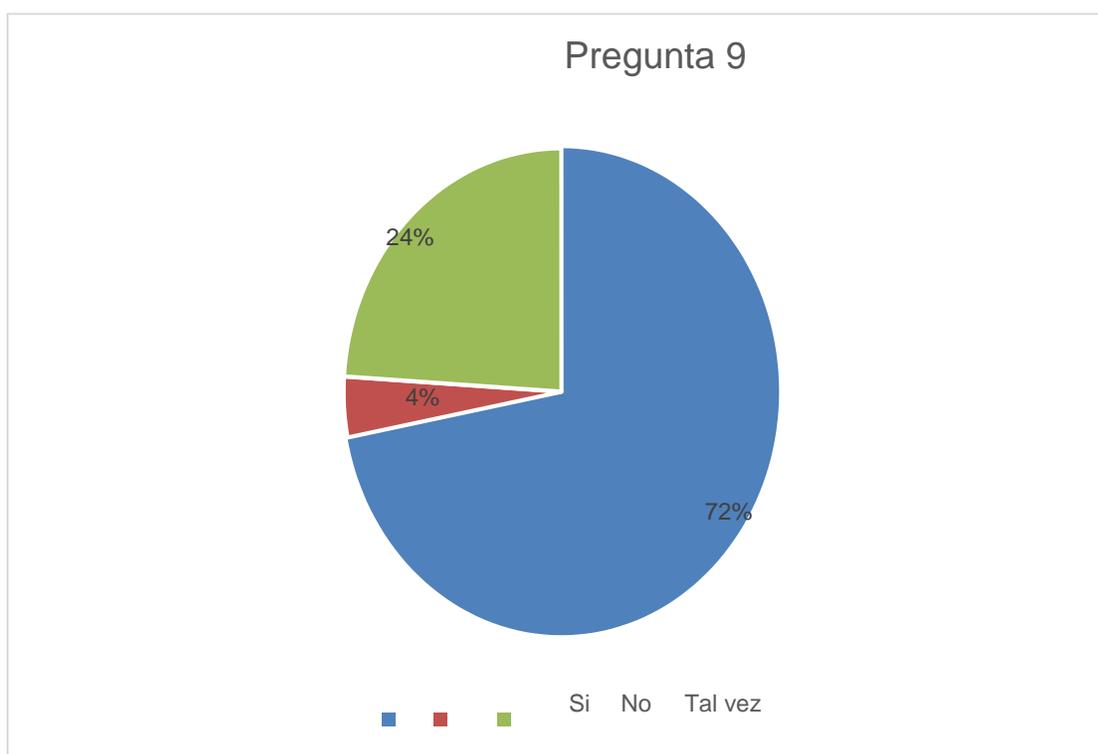
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	76%
No	1	8%
Tal vez	3	16%
Total	15	100%



Análisis P8: El 76% de los huéspedes dicen que, si recomendaría el hotel a sus conocidos, el 16% dijeron que tal vez si lo recomendaría y el 8% dijo que no lo recomendaría.

9. ¿La calidad del servicio es la esperada?

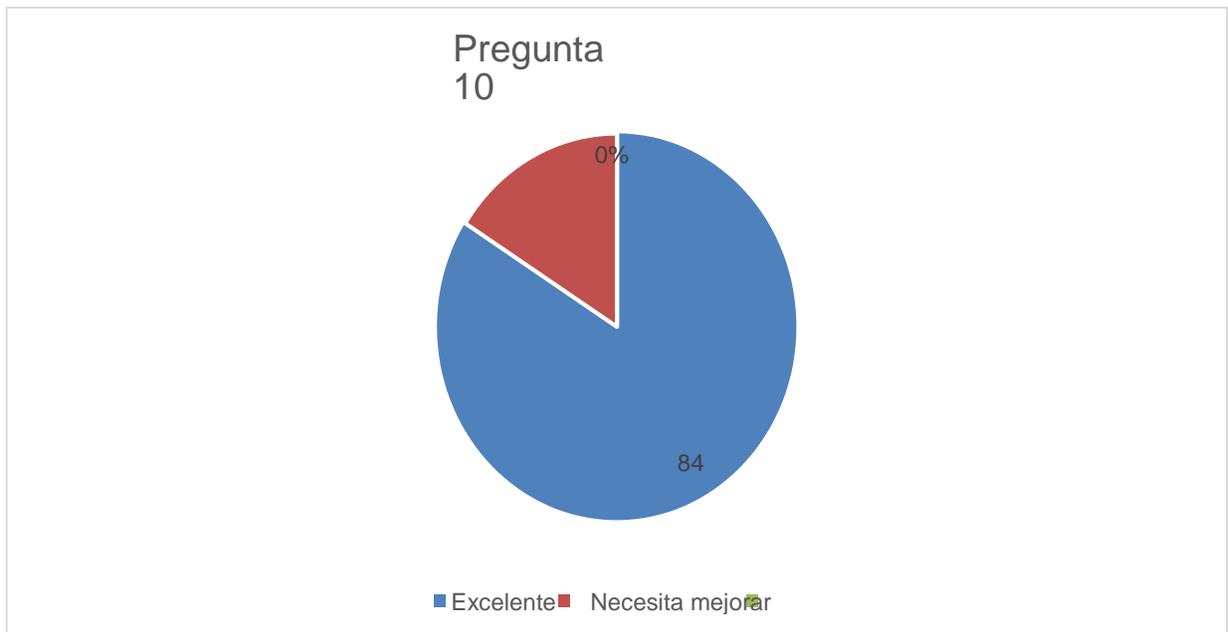
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	72%
No	1	4%
Tal vez	3	24%
Total	15	100%



Análisis P9: La mayoría de los encuestados (72%) opinaron que la calidad del servicio sí es la esperada, el 24% no se sentían tan convencidos, pero tampoco les desagradó y el 4% dice que la calidad del servicio no es la esperada.

10. ¿Cómo calificaría las instalaciones del hotel?

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	13	84%
Necesita mejorar	2	16%
Malo	0	0%
Total	15	100%

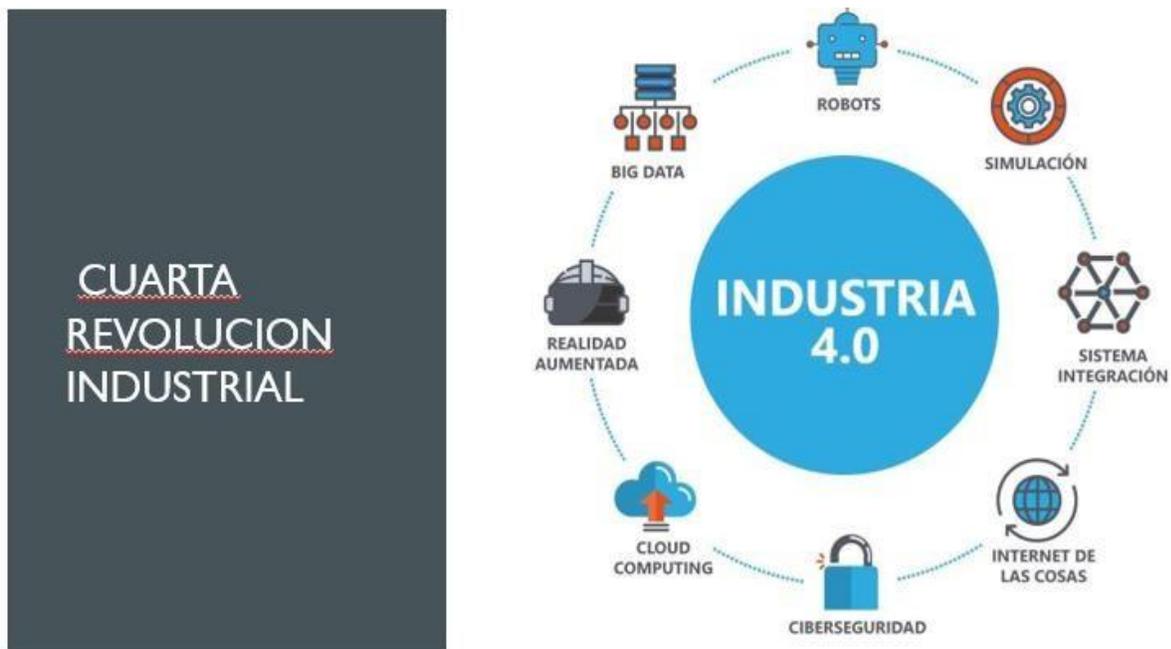


Análisis P10: El 84% de los encuestados opina que las instalaciones del hotel son excelentes y solo un 16% dijo que necesitan mejorar un poco más.

Tabla 5 Fuente: Elaboración propia

ENTORNO			
ECONOMICO	POLITICO	SOCIAL	TECNOLOGICO
<ul style="list-style-type: none"> • Incertidumbre económica por la introducción del Bitcoin. • No hay incentivos para la inversión extranjera en el sector turístico. • No hay inversión extranjera. 	<ul style="list-style-type: none"> • No hay un plan claro post pandemia para la re activación del sector hotelero. • Existe un plan estratégico pero no se ejecuta ni se implementa. • La polarización de la sociedad genera inestabilidad a nivel micro y macro del país. 	<ul style="list-style-type: none"> • El poder adquisitivo de la población en el país a disminuido. • La pandemia trajo consigo el aumento de la pobreza que paso de relativa a absoluta. • La escala de prioridad de las personas cambio es decir antes de viajar desean cubrir otras necesidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • No existen procesos de transformación digital • No van mas haya de las redes sociales. • No hay inversion en <u>innovacion</u> • No hay <u>conocimiento que requieren una transformacion digital.</u> • Apertura de mas <u>canales de distribucion.</u>
<p>En sector hotelero en El Salvador piensan y actúan a nivel estratégico muy local y no tiene mecanismos de distribución.</p>			

Imagen 5 Fuente: Elaboración propia



Hipótesis General:

Existirá un aumento en la demanda de ocupación hotelera en la medida que los hoteleros mejoren la calidad de servicio al cliente, así como se mejore la gestión administrativa en los hoteles pequeños que forman parte de “Hopes”, en el municipio de San Salvador.

Hipótesis Específica 1 (Nula): No se logrará que los hoteles pequeños que forman parte de HOPES tengan una oferta sostenible, competitiva y de alta calidad a nivel nacional e internacional, mediante las buenas prácticas de calidad de servicio de satisfacción al cliente con lo que se pretende mejorar de la gestión administrativa efectiva de los hoteles pequeños

Se rechaza la hipótesis nula debido a que el huésped si bien es cierto reconoce la importancia de la calidad en el servicio que va aparejado a la satisfacción del cliente que ayuda a mejorar la gestión administrativa de los hoteles ante la nueva normalidad, sin embargo con la investigación se logró establecer que hoy en día se le da más importancia a la aplicación de los protocolos de bioseguridad que permiten al huésped una estadía con una mayor tranquilidad.

Hipótesis Específica 2 (Alternativa): Analizar cómo se posicionan a nivel nacional e internacional los pequeños hoteles del gran San Salvador miembros de HOPES para sus huéspedes, una vez logran establecer el protocolo de bio-seguridad como parte de la nueva normalidad.

Se acepta la hipótesis alternativa debido a que se analizó que el huésped, prefiere actualmente que los hoteles cumplan con los protocolos de Bio-seguridad, así como también si logran la obtención de algún tipo de sello que aseguren todas las medidas de Bio- seguridad para hacer de sus estadías experiencias seguras.

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa debido a que se demostró que el huésped actualmente, si bien es cierto reconoce la calidad del servicio, pero debido a la nueva normalidad pone por encima los protocolos de bioseguridad.

B. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos en el contexto de , contribución de los procesos actuales de los servicios que se brindan en los niveles de satisfacción al cliente en la mejora de la gestión administrativa de los hoteles pequeños ubicados en San Salvador arrojaron datos que los 13 hoteles en la zona metropolitana de San Salvador mantienen protocolos de bio seguridad establecidos y que para el huésped hoy en día ante la nueva normalidad optan por preferir hoteles pequeños sin mayor concentración de personas que también les brinden todas las medidas de bioseguridad.

Cabe recalcar que el grupo de tesis mantuvo una comunicación directa con la presidenta de HOPES Doña Leonor de Castellanos y su Asistente la Sra. Teresa de Pacheco fue a través de ellas que se gestionó toda la información que se utilizó en la presente investigación.

Puede existir un margen de error que generara debido a que las encuestas se tomaron a través de Google forms y la información que se utilizó fue la que facilitaron los representantes de HOPES .En todo caso, la investigación dio un parámetro amplio para conocer la realidad de los pequeños hoteles del gran San Salvador así como la calidad de los mismos (Es importante recalcar que la investigación no pudo ser tan presencial ya que las visitas fueron mínimas debido a la bio seguridad) proporcionando datos que serán de utilidad para poder aplicar de forma gratuita al sello Safe travels que los puede ayudar a posicionarse a nivel internacional.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- Como resultado de la investigación y el análisis realizado, se puede concluir que es sumamente importante que los hoteles pequeños que forman parte de HOPES sostengan el posicionamiento en el mercado hotelero, por medio de la calidad de servicio que se brinda a los turistas.
- La investigación demostró que efectivamente se necesita guiar un plan de servicio al cliente enfocado en las normas de bioseguridad efectivas para la nueva normalidad por covid-19, ya que es por este medio que los clientes se sentirán seguros al adquirir los servicios establecidos por el mercado hotelero.
- En El Salvador la pandemia fue uno de los que más impacto ha tenido, sobre todo en los pequeños hoteles por la disminución del turista, debido que tomaron la iniciativa de ser uno de los países que tomaron las restricciones que implicó el cierre de fronteras la suspensión de viajes y la limitación de la movilidad de las personas.
- Los pequeños hoteles fueron uno de los más afectados ya que el colaborador no estaba capacitado para este tipo de vulnerabilidad, uno de sus mayores problemas es la atención al cliente debido a las saturaciones de llamadas telefónicas y demora en responder en sus páginas web.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere la creación de una página web de Hopes, con todos los nombres de los pequeños hoteles, beneficios, reseñas, costos y fotos de instalaciones, para adquirir más confiabilidad en futuros clientes.
- Se sugiere obtener el sello Safe travels, para adquirir un posicionamiento en el mercado internacional y poder reducir el riesgo de exposición al COVID-19 de los visitantes, ya que se asegura que cumplen con las medidas de bio seguridad que brindarían al huésped la tranquilidad de no contagio en su estadía.
- El personal de los pequeños hoteles debe de formar un comité de seguridad de higiene y salud, para disminuir aglomeraciones, dentro de sus instalaciones para poder evitar el riesgo de contagio y poder brindarles mayor seguridad y confianza a sus huéspedes.
- Preparar a los colaboradores a charlas tomando en cuenta las opiniones sobre las experiencias que hoy en día tienen los turistas para que pueda resolver sus dudas de inmediato sobre el alojamiento que ofrecen.
- También se sugiere invitar a los agremiados a HOPES a propiciar la vacunación de sus empleados como una medida de controlar los contagios en el personal interno.

FUENTES DE INFORMACION CONSULTADAS.

HOPES: ¿Qué significa realmente tener un hotel? <http://eltarget.com/2017/07/20/hopes>

Por equipo el target

libro: Dirección de Mercadotecnia, de Philip Kotler, 8va Edición, Página 10
<https://anafuenmayorsite.files.wordpress.com/2017/08/libro-kotler.pdf>

Calidad y servicio hotelero <https://www.ihcshotelconsulting.com/es/blog/calidad-y-servicio-hotelero/>

¿Cómo convertir la calidad de servicios en la filosofía de tu Hotel? Por Ana María Pittaluga Quevedo

https://www.hosteltur.com/comunidad/003047_como-convertir-la-calidad-de-servicios-en-la-filosofia-de-tu-hotel.html#:~:text=La%20calidad%20de%20servicios%20es,%C3%BAnico%20frente%20a%20tu%20competencia.&text=Todos%20sabemos%20que%20calidad%20C%20tiene,o%20servicio%20que%20se%20ofrece

La Satisfacción del Cliente por Iván Thompson
<https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html#elementos>

Satisfacción al cliente <https://www.questionpro.com/es/satisfaccion-al-cliente.html>

Satisfacción del cliente

<https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/satisfaccion-del-cliente#:~:text=La%20satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente%20es,satisfagan%20sus%20necesidades%20y%20expectativas.&text=La%20orientaci%C3%B3n%20de%20los%20sistemas,el%20grado%20de%20satisfacci%C3%B3n%20consequid> o

Gestión administrativa

<https://concepto.de/gestion-administrativa/#ixzz6oJ7T9uLu>

Gestión administrativa por Myriam Quiroa <https://economipedia.com/definiciones/gestion-administrativa.html>

SGS verifica los protocolos de desinfección de COVID-19
<https://prevencionar.com/2020/05/05/sgs-verifica-los-protocolos-de-desinfeccion-de-covid-19/>

El futuro de los hoteles y restaurantes después del Covid-19 por cris Urzúa
<https://www.forbes.com.mx/red-forbes-el-futuro-de-los-hoteles-y-restaurantes-despues-del-covid-19/>

Cómo el COVID-19 ha impactado a la industria hotelera

<https://www.grantthornton.mx/novedades/articulos-y-publicaciones/como-el-covid-19-ha-impactado-a-la-industria-hotelera/>

Hoteles en el POST-COVID: medidas y buenas prácticas.

<https://imeanticipa.com/hoteles-en-el-post-covid-medidas-y-buenas-practicas/>

Instituto Salvadoreño del Turismo

<http://www.istu.gob.sv/marco-institucional/>

Defensoría del Consumidor

[https://www.defensoria.gob.sv/images/stories/descargas/Defensora_emite ALERTA sobre paquetes vacacionales.pdf](https://www.defensoria.gob.sv/images/stories/descargas/Defensora_emite_ALERTA_sobre_paquetes_vacacionales.pdf)

Cuadro de Modelo de Ciclo de Vida

<https://es.slideshare.net/mabrieno/calidad-en-el-servicio-y-medicin-de-la-satisfaccin-del-cliente>

Cuadro de nivel de satisfacción

<https://www.monografias.com/trabajos68/satisfaccion-expectativa-cliente/satisfaccion-expectativa-cliente2.shtml>

Briño, M. (30 de diciembre de 2014). *Slideshare*. Obtenido de

<https://es.slideshare.net/mabrieno/calidad-en-el-servicio-y-medicin-de-la-satisfaccin-del-cliente>

Chacón, E. (2009). *Monografías*. Obtenido de

<https://es.slideshare.net/mabrieno/calidad-en-el-servicio-y-medicin-de-la-satisfaccin-del-cliente>

Defensoría del consumidor. (s.f.). <https://www.defensoria.gob.sv/>. Obtenido de

https://www.defensoria.gob.sv/images/stories/descargas/Defensora_emite_ALERTA_sobre_paquetes_vacacionales.pdf

Montas Ramírez, F. (s.f.). *Monografías*. Obtenido de

<https://www.monografias.com/trabajos62/historia-hoteleria/historia-hoteleria.shtml>

Rebeca Pérez. (29 de octubre de 2020). El futuro de los hoteles y restaurantes

después del Covid-19. (Cris Urzua, Entrevistador) Forbes México. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/red-forbes-el-futuro-de-los-hoteles-y-restaurantes-despues-del-covid-19/>

Tareas, B. (22 de agosto de 2013). Obtenido de

<https://www.buenastareas.com/ensayos/Viaj/32142088.html> Turismo, I. S. (s.f.). Obtenido de <http://www.istu.gob.sv/marco-institucional/>

ANEXOS

Nombres de los hoteles

Tabla 6 Fuente: Elaboración propia Entrevista con: Licda. Leonor de Castellanos

Nombre de hotel	Representante
Hotel Villa Florencia	Blanca Margarita De Valencia
Terra Bella Hotel Boutique	María Elena Acevedo
Apart Hotel María José	Cecilia González
Hotel Valverde	Gabriela Benítez
Hotel Novo	Carmen Elena de García Precio
Eco Hotel Mariscal	Teresa de Pacheco
Hotel Villa Antigua	Carolina
Hotel Mirador Plaza	Patricia Trujillo
Morrison hotel de la Escalón	Cecilia Molina
El Torogoz Casa de Huéspedes	Rosario Calderón
Hotel Tazumal House	Concepción de Vaquerano
Hotel San José Hostal	Yolanda de Echeverría
Armonía Hostal	Aida Delgado
International Guest House	Alma de Benítez
Hotel Sal & Luz	William Ramos
Hotel Oasis	Sra. Carolina Vásquez
Hotel Árbol de Fuego	Teresa Argentina González García
Hotel Las Magnolias	Adriana Vaquerano
La Zona Hostel	Beto Bayo
Clarion Suite Las Palmas	Andrea Rodriguez
Ahuachapán	
Hotel La Casa de Mamapan	Claudia Gazzolo de Munguia
Sonsonate	
Hotel Ágape	Marta Cecilia de Tobar
Hotel Las Cabañas de Apaneca	Patricia de Salaverria
Hotel Juayua Inn	Alberto Bayo
Hotel Santa Leticia	Iris (Encargada)
Santa Ana	
Equinoccio Hotel	Carlos Rodríguez Lazo
Hostal Latino y Cabañas El Tíbet	Douglas Granadino
Cuscatlán	
Hotel Los Almendros de San Lorenzo	Lebailly Pascal Olivier/ Joaquín Rodezno
San Miguel	
Las Flores Resort	Rodrigo Barraza
Hotel Villa San Miguel	Juan Carlos Rodríguez/ Fanny de Cortez
Chalatenango	
Hotel EL Pital Highland	Sr. Wilfredo Reyes & Sra. Lidia

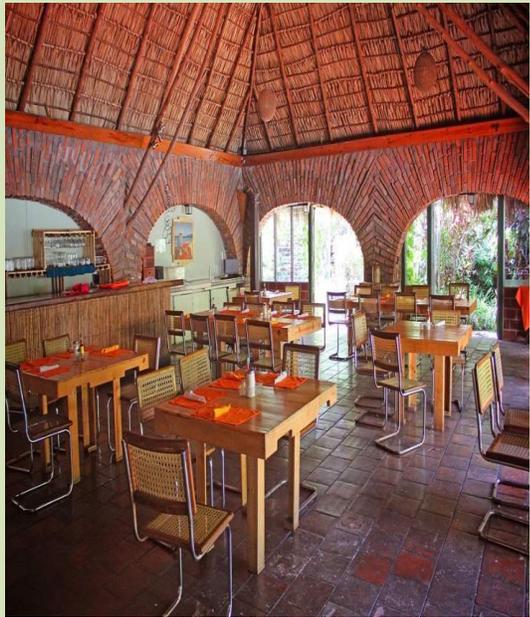


Imagen 6 Novo San Salvador Col.Escalon.
Fuente: <https://m.facebook.com/novosuitehotel/>

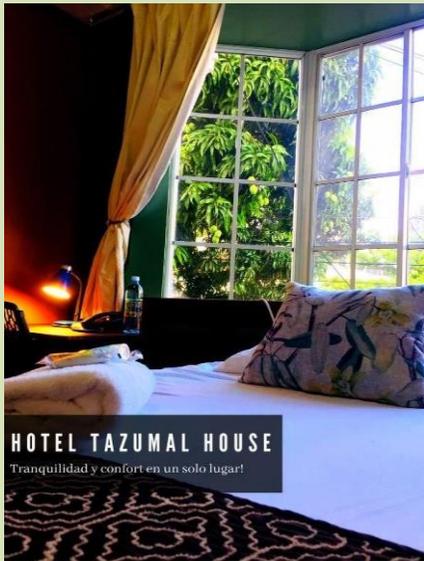


IMAGEN 7



IMAGEN 8



IMAGEN 9



IMAGEN 10

Imágenes fuente: Hotel Tazumal San Salvador
Fuente: <https://www.facebook.com/HOTel-Tazumal-House-283675980429/>



IMAGEN

IMAGEN

Hotel Villa Florencia San Benito
San Salvador

FUETE: https://m.facebook.com/HotelVillaFlorenciaSanBenito/?locale2=es_LA



IMAGEN



IMAGEN



IMAGEN



IMAGEN 18

Morrison Hotel
San Salvador FUENTE: <https://m.facebook.com/MorrisonHotelSanSalvador/>



IMAGEN 19



IMAGEN 20



IMAGEN

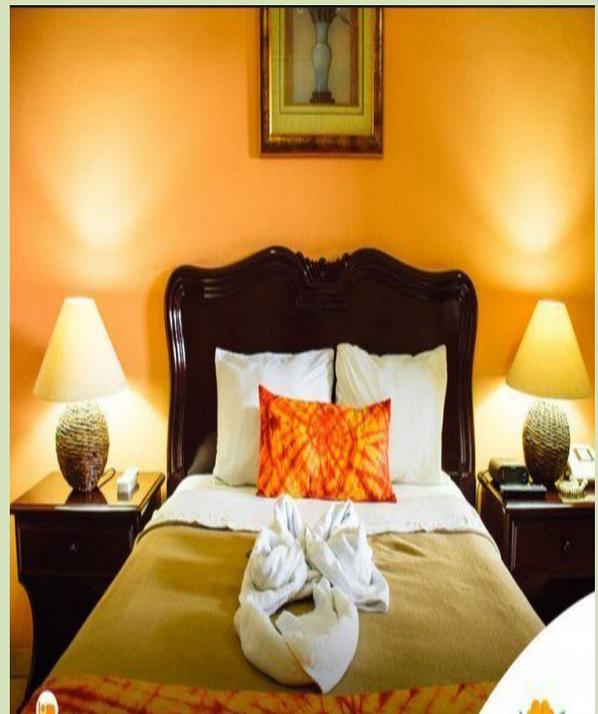


IMAGEN 22

Hotel Mariscal Fuente: <https://www.facebook.com/HOTELMARISCALSV>



IMAGEN 23

Hotel Árbol de fuego

FUENTE: https://m.facebook.com/hotelarboldefuego/?locale2=es_LA

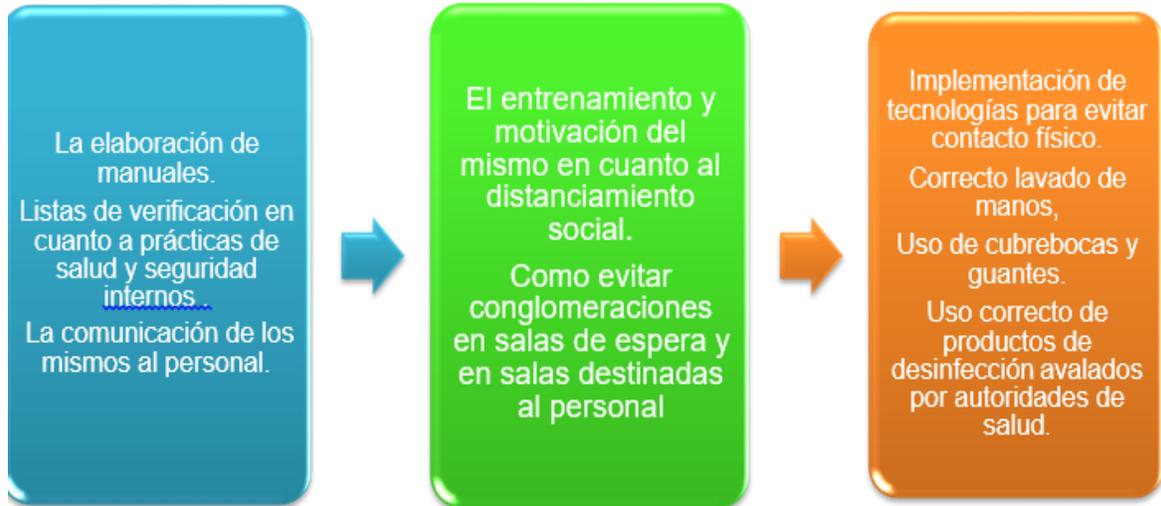


IMAGEN 24

Apart Hotel Maria Jose FUENTE: https://m.facebook.com/mariajosesuites/?locale2=en_GB

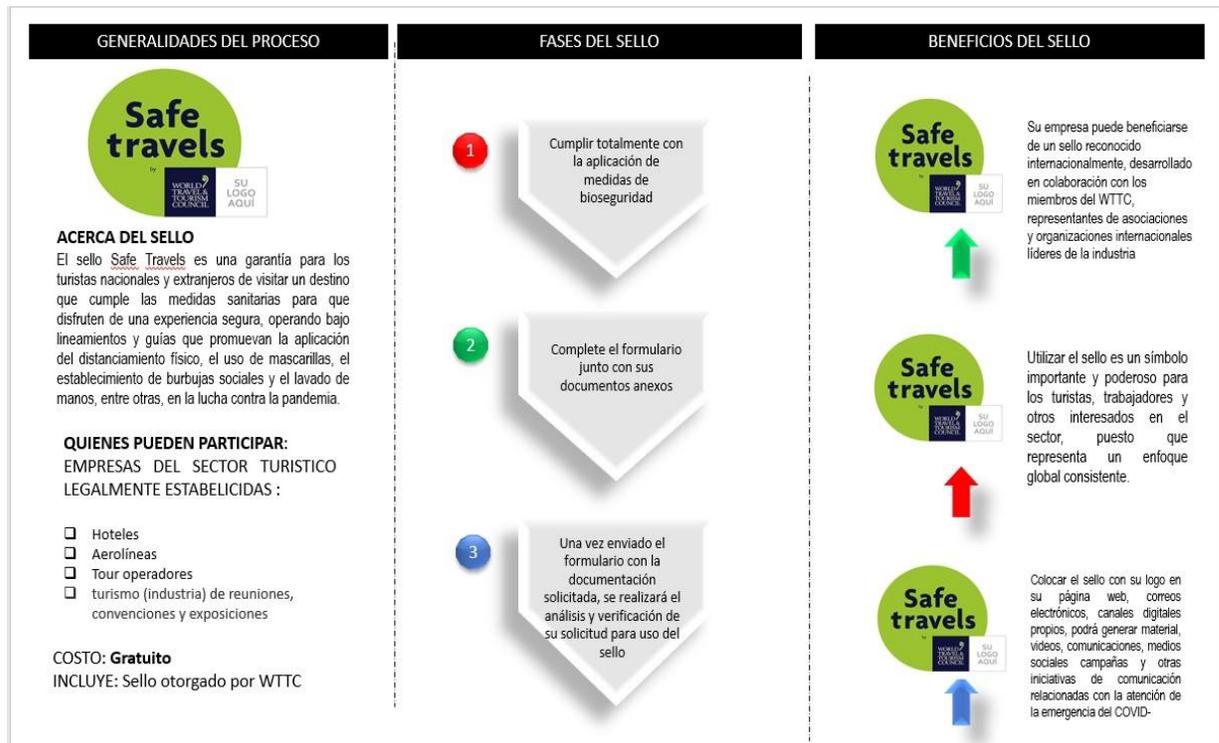
Protocolos aplicables en la Industria hotelera para la obtención del sello Safe travels

Imagen 25 fuente: Elaboración propia.



Diseñar una propuesta de orientación para la obtención del sello Safe travels

Imagen 26 Fuente: Elaboración propia





UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR FACULTAD DE CIENCIA EMPRESARIALES Y ECONOMICAS “LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”.

NOMBRE DEL HOTEL: _____

Objetivo: Identificar a través de los empleados calidad de servicio al cliente que se ofrece en los hoteles que forman parte de “HOPES”.

ENCUESTA PARA PERSONAL DE LOS HOTELES

1. ¿Cree usted que la calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente?
a) Siempre b) a veces c) Nunca

2. ¿Se logran satisfacer las necesidades que demandan los huéspedes?
a) Siempre b) a veces c) Nunca

3. ¿Durante la estancia de los huéspedes se resuelven los reclamos?
a) Siempre b) a veces c) Nunca

4. ¿Tiene acceso a los resultados de las encuestas que se le realizan a los huéspedes?
a) Siempre b) a veces c) Nunca

5. ¿Considera que la relación con sus compañeros de trabajo es buena?
a) Siempre b) a veces c) Nunca

6. ¿Su superior pone atención a sugerencias o ideas que usted le plantea para el mejoramiento de sus funciones?
a) Siempre b) a veces c) Nunca

7. ¿Recibió una capacitación adecuada sobre el protocolo de BIO-seguridad del COVID19?
a) Siempre b) a veces c) Nunca

8. ¿El hotel para el que labora se preocupa por mantener el protocolo de bio seguridad en las instalaciones?

a) Siempre b) a veces c) Nunca

9. ¿Sus superiores se preocupan por la calidad del servicio que se le brinda al cliente?

a) Siempre b) a veces c) Nunca

10. ¿Le ha sido proporcionado el equipo necesario de trabajo que se demanda hoy en día para asegurar que se cumplan con los estándares de higiene establecidos para los hoteles?

a) Siempre b) a veces c) Nunca



UNIVERSIDAD EVANGÉLICA
DE EL SALVADOR

UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR FACULTAD DE CIENCIA EMPRESARIALES Y ECONOMICAS “LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”.

Objetivo: Servir de insumo a HOPES para mejorar la calidad de servicios de atención al huésped y así mejorar la gestión administrativa de los hoteles con el fin de posicionarlos a nivel nacional e internacional.

Encuesta para los clientes

1. ¿Cómo evaluaría la atención del personal?
a) Excelente b) Necesita mejorar c) Malo
2. ¿Cómo evaluaría la limpieza de la habitación?
a) Excelente b) Necesita mejorar c) Malo
3. ¿Por qué decidió hospedarse en el hotel?
a) Calidad del servicio b) Recomendaciones c) Ubicación
4. ¿Cómo considera la calidad en el servicio del hotel?
a) Excelente b) Necesita mejorar c) Malo
5. ¿Cómo fue la atención a la hora de resolver alguna duda sobre el servicio?
a) Excelente b) Necesita mejorar c) Malo
6. ¿Cree que los precios van acorde a la calidad de los servicios?
a) Si b) No c) Tal vez
7. ¿Considera que el hotel cumple con medidas de BIO-SEGURIDAD?
a) Si b) No c) Tal vez
8. ¿Recomendaría este hotel a sus conocidos?
a) Si b) No c) Tal vez
9. ¿La calidad del servicio es la esperada?
a) Si b) No c) Tal vez
10. ¿Cómo calificaría las instalaciones del hotel?
a) Excelente b) Necesita mejorar c) Malo

Bitácoras de investigación

Tabla 7 Fuente: Elaboración propia

La información generada fue poco por motivos de la pandemia Covid-19

Nombre del investigador:	Edith Marlene Huajaca Hernández
Tema de investigación:	Contribuyen los procesos actuales de los servicios que se brindan en los niveles de satisfacción al cliente en la mejora de la gestión administrativa de los Hoteles pequeños ubicados en San Salvador (HOPES).
Tema de Bitácora:	Recopilación de datos en los Hoteles pequeños ubicados en San Salvador (HOPES).
Fecha de reporte:	27 de Agosto 2021
Hora de reporte:	9:00 a.m.

Descripción de las observaciones

Se puede observar que debido a las nuevas normas que ha puesto el turismo, respecto a lo de la pandemia Covid-19, varios hoteles fueron afectados, ya que no estaba capacitados. Hoy en día se hacen las reservaciones por medio del sitio web o por llamadas telefónicas en este caso la mayoría de los pequeños hoteles no brindaban la atención necesaria, ya que no estaban pendiente de sus perfiles en los sitios web, no respondía las llamadas en el momento.

También se observa que el 50% de los empleados de los pequeños hoteles no estaban trabajando por la escasez de los turistas debido a la pandemia.

Datos recabados.

Obtención 13 encuesta a colaboradores y 15 a huéspedes de los hoteles Novo, Tazumal, Villa Florencia, Morrison, Mariscal, Terra bella hotel, Mirador Plaza, San José Hostal, La Zona Hostal, Sal y luz, suite las palmas, Árbol de fuego, Hotel María José, Hotel Valverde.

Proyecto que se lleva a cabo en los pequeños hoteles de San Salvador (HOPES)

Escases de turistas durante la pandemia Covid-19

Mala comunicación por medios de los sitios web y llamadas telefónicas.

Conclusiones

Debido al cierre que se dio por la pandemia, se observó que la mayoría de los pequeños hoteles (HOPES) fueron afectados disminuyendo sus servicios.

Los hoteles entraron en una reinversión debido a la pandemia.

ARTICULO DE LA REVISTA

TITULO: Contribuyen los procesos actuales de los servicios que se brindan en los niveles de satisfacción al cliente en la mejora de la gestión administrativa de los hoteles pequeños ubicados en San Salvador

Autores.

René Ulises Contreras Flores Edith

Marlene Huajaca Hernández Maritza

Verónica Mina Rodríguez

Universidad Evangélica de El Salvador

Resumen

En la presente investigación se dio a conocer que el sector turístico es uno de los que más crecimiento presentan en los años recientes. El objetivo de la investigación fue analizar la calidad de servicio al cliente en relación a la mejora de la gestión Administrativa en los hoteles pequeños que forman parte de Hopes, en el Municipio de San Salvador.

Como hipótesis se estableció si es posible un aumento en la demanda de ocupación hotelera en la medida que los hoteleros mejoren la calidad de servicio al cliente, así como se mejore la gestión administrativa.

Se analizó cómo se posicionan a nivel nacional e internacional los pequeños hoteles del gran San Salvador miembros

de HOPES para sus huéspedes, una vez logran establecer el protocolo de Bio-seguridad como parte de la nueva normalidad.

El resultado de esta investigación fue bastante positivo se realizó encuestas tanto para los empleados y clientes frecuentes de los 13 hoteles del municipio de San Salvador, los cuales opinaron que la calidad del servicio brindada es excelente por lo que existirá un aumento en la gestión administrativa.

Se acepta la hipótesis alternativa debido a que se analizó que el huésped, prefiere actualmente que los hoteles cumplan con los protocolos de Bio-seguridad, y al mismo tiempo esto les ayuda a obtener el sello Safe Travel, el cual los ayudará a un mejor prestigio y posición en el mercado hotelero.

Palabras claves: Calidad, Hopes, San Salvador, Gestión, Bio-seguridad, hotelera, huéspedes, demanda, Safe, travel.

INTRODUCCION:

En la presente investigación se dio a conocer que el sector turístico es uno de los que más crecimiento presentan en los años recientes. Actualmente se vive en un

mundo comercial con cambios constantes la industria turística no es la excepción, se debe avanzar junto a la tecnología para mantenerla a flote:

En el capítulo I: se detalló las bases de la investigación, los conceptos necesarios para indagar en el estudio; es decir el marco teórico de referencia para sustentar. Los pequeños hoteles que han presentado en los últimos años estabilidad en su crecimiento, por lo que ahora se buscan nuevas formas para incrementar la demanda en sus servicios y su participación en el competitivo mundo de los negocios turísticos.

En el capítulo II: también se detalló que la metodología de la investigación utilizada, los resultados de la investigación de campo y el análisis de la situación de los hoteles, en el que se encontró que los hoteles carecen de Publicidad llamativa entre otros hallazgos importantes como la atención al cliente, que se tomaron como base para la elaboración de la propuesta del plan de negocio que busca aumentar la presencia en el mercado de los servicios de los hoteles.

En el capítulo III: Se plantean las estrategias necesarias como promociones, publicidad

más llamativa, tener una mejor respuesta mediante las páginas en internet entre otros que les permita a los hoteles tener una comercialización estable y sostenible que aumente los ánimos de las personas involucradas en brindar un servicio de calidad. Se detalla además el material bibliográfico utilizado y los respectivos anexos para facilitar su comprensión.

La investigación pretende brindar a los hoteles herramientas para darle un impulso en el mercado de los servicios turísticos, beneficiando de esta forma a todas las personas involucradas en el proceso de comercialización, permitiendo además la generación de fuentes de trabajo y darles una mejor respuesta a los clientes y sobre llevar cualquier situación que se nos presente estar capacitados para cualquier emergencia.

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la recopilación de información relacionada con el trabajo se llevará a cabo una investigación con enfoque cualitativo ya que se

Busca comprender el punto de vista de los diferentes individuos que se investigaran sobre la calidad de servicio, la satisfacción del cliente la gestión administrativa y el COVID 19, otra de las razones por las que

se seleccionó este enfoque es porque este tema de estudio es real y contemporáneo.

El tipo de investigación que se llevará a cabo será la investigación descriptiva porque da a conocer los hechos de la manera que se presentan a la hora de la recolección de datos (encuestas).

Análisis y discusión de resultados.

La recolección de datos para las encuestas se obtuvo por medio de la plataforma Google Forms ya que, debido a la pandemia no se nos fue permitido realizarlas de forma física porque pondríamos en peligro la salud tanto del personal, la de los huéspedes como la de las personas encargadas de la investigación.

Fue así que se optó por enviar las encuestas por medio de correo electrónico a los 13 hoteles que se encuentran en la zona de San Salvador que pertenecen a Hopes. Se realizó encuestas tanto para los empleados y clientes frecuentes de los hoteles, los cuales opinaron que la calidad del servicio brindada es excelente por lo que existirá un aumento en la gestión administrativa.

Los hoteles de Hopes forman parte del

turismo en El Salvador para las diferentes personas que se hospedan en ellos por lo que es importante que después de la pandemia tengan las medidas de Bio seguridad necesarias para poder seguir otorgando sus diferentes servicios y al mismo tiempo esto les ayuda a obtener el sello Safe Travel, el cual los ayudará a un mejor prestigio y posición en el mercado hotelero.

De acuerdo a la pregunta numero 1 sobre ¿Cómo considera la calidad en el servicio del hotel?

Se puede observar que un 88% dijeron que



la calidad en el servicio del hotel es excelente y el 12% dijo que necesita mejorar. Lo cual abre las puertas a que más turistas los visiten considerando siempre que ofrezcan calidad de servicio excelente. El 80% de los huéspedes considera que el hotel cumple con las medidas de Bio-seguridad, el 12% opina que algunas ocasiones si las cumplen y solamente el 8% dijo que no están de

acuerdo.



Conclusiones y Recomendaciones.

Conclusiones

Como resultado de la investigación y el análisis realizado, se puede concluir que es sumamente importante que los hoteles pequeños que forman parte de HOPES sostengan el posicionamiento en el mercado hotelero, por medio de la calidad de servicio que se brinda a los turistas.

La investigación demuestra que efectivamente se necesita guiar un plan de servicio al cliente enfocado en las normas de bioseguridad efectivas para la nueva normalidad por covid- 19, ya que es por este medio que los clientes se sentirán seguros al adquirir los servicios establecidos por el mercado hotelero.

Recomendaciones

La creación de una página web de Hopes, con todos los nombres de los pequeños hoteles, Beneficios, reseñas, costos y fotos de Instalaciones, para adquirir más confiabilidad en futuros clientes. Obtener el sello Safe Care, para adquirir un posicionamiento en el mercado internacional y poder reducir el riesgo de exposición al COVID- 19 de los visitantes, ya que se asegura que estaría constando que cumplen con las medidas de higiene requeridas para poder ser apto de este.

Theme:

The current processes of the services that are provided in the levels of customer satisfaction contribute to the improvement of the administrative management of the small hotels located in San Salvador.

Summary

In this research, it was revealed that the tourism sector is one of the fastest growing in recent years. The objective of the research was to analyze the quality of customer service in relation to the improvement of Administrative management in the small hotels that are part of Hopes, in the Municipality of San Salvador.

As a hypothesis, it was established whether an increase in the demand for

hotel occupancy is possible as hoteliers improve the quality of customer service, as well as administrative management is improved.

It was analyzed how the small hotels in Greater San Salvador, members of HOPES, position themselves at a national and international level for their guests, once they manage to establish the Biosecurity protocol as part of the new normal.

The result of this research was quite positive. Surveys were carried out for both the employees and frequent customers of the 13 hotels in the municipality of San Salvador, who believed that the quality of the service provided is excellent, so there will be an increase in administrative management.

The alternative hypothesis is accepted because it was analyzed that the guest currently prefers that the hotels comply with the Bio-security protocols, and at the same time this helps them obtain the Safe Travel seal, which will help them to a better prestige and position in the hotel market.

INTRODUCTION:

In this research, it will be revealed that the tourism sector is one of the fastest growing in recent years. Currently we live in a

commercial world with constant changes, the tourism industry is no exception, it must advance together with technology to keep it afloat:

In chapter I: the bases of the investigation are detailed, the concepts necessary to investigate in the study; that is to say, the theoretical frame of reference to support. Small hotels that have shown stability in their growth in recent years, which is why they are now looking for new ways to increase the demand for their services and their participation in the competitive world of tourism business.

In chapter II: it is also detailed that the research methodology used, the results of the field research and the analysis of the situation of the hotels, in which it was found that the hotels lack striking advertising among other important findings such as customer service, which were taken as the basis for the development of the business plan proposal that seeks to increase the market presence of hotel services.

In chapter III: The necessary strategies such as promotions, more striking advertising, having a better response through internet pages among others that allows hotels to have a stable and

sustainable marketing that increases the spirits of the people involved in providing quality service. The bibliographic material used and the respective annexes are also detailed to facilitate their understanding.

The research aims to provide hotels with tools to give them a boost in the tourist services market, thus benefiting all the people involved in the marketing process, also allowing the generation of job sources and giving them a better response to customers. Clients and dealing with any situation that comes our way, being trained for any emergency.

INVESTIGATION METHODOLOGY

For the collection of information related to work, an investigation with a qualitative approach will be carried out since it seeks to understand the point of view of the different individuals that will be investigated on the quality of service, customer satisfaction, administrative management and COVID 19, another reason why this approach was selected is because this study topic is real and contemporary.

The type of research that will be carried out will be descriptive research because it reveals the facts in the way they are

presented at the time of data collection (surveys).

Analysis and discussion of results.

The data collection for the surveys was obtained through the Google Forms platform since, due to the pandemic, we were not allowed to carry out them physically because we would endanger the health of both the staff, the guests and the guests. People in charge of the investigation.

Thus, it was decided to send the surveys by email to the 13 hotels in the San Salvador area that belong to Hopes. Surveys were carried out for both employees and frequent clients of the hotels, who felt that the quality of the service provided is excellent, so there will be an increase in administrative management.

Hopes hotels are part of tourism in El Salvador for the different people who stay in them, so it is important that after the pandemic they have the necessary Bio-security measures to be able to continue providing their different services and at the same time this helps to obtain the Safe Travel seal, which will help them to a better

prestige and position in the hotel market

According to question number 1 about How do you consider the quality of the hotel service?

It can be seen that 88% said that the quality of the hotel service is excellent and 12% said that it needs to improve. Which opens the doors for more tourists to visit them, always considering that they offer excellent quality of service.

80% of the guests consider that the hotel complies with the Bio-security measures, 12% think that on some occasions it does comply with them and only 8% said that they do not agree.

Conclusions and recommendations.
Conclusions

As a result of the research and analysis carried out, it can be concluded that it is extremely important that the small hotels that are part of HOPES maintain their position in the hotel market, through the quality of service provided to tourists.

The research shows that it is indeed necessary to guide a customer service plan focused on effective biosecurity standards

for the new normal for covid- 19, since it is through this means that customers will feel safe when acquiring the services established by the market hotelier.

Recommendations

The creation of a Hopes web page, with all the names of the small hotels, benefits, reviews, costs and photos of facilities, to gain more reliability in future clients.

Obtain the Safe Care seal, to acquire a position in the international market and be able to reduce the risk of exposure to COVID-19 of visitors, since it ensures that they would be certifying that they comply with the hygiene measures required to be able to be suitable for this.