

FACULTAD CIENCIA EMPRESARIALES  
CARRERA TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA



**TEMA**

EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIOS PROPORCIONADOS POR EL  
TURICENTRO MUNICIPAL DE SHUTECAT EN CALUCO MUNICIPIO DE  
SONSONATE

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:**

ALBA MARINA FLORES  
ARLIN VANESSA OCHOA GUERRA  
NORMA ELIZABETH TOLEDO SOTO

**PARA OTORGAR EL GRADO DE:**

TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

MARZO 2012  
SAN SALVADOR, EL SALVADOR

**PAGINAS DE AUTORIDADES**

LIC. JOSÉ MAURICIO LOUCÉL

RECTOR

ING. NELSON ZARATE SÁNCHEZ

VICERRECTOR GENERAL

LIC. JUAN CARLOS CERNA

DECANO

JURADO EXAMINADOR

ING. JULIO ALFREDO BOLAÑO

PRESIDENTE

LICDA. CAROLINA ELIZABETH CERNA

PRIMER VOCAL

LICDA. MARÍA DE LOS ÁNGELES MARTÍNEZ

SEGUNDO VOCAL

MARZO 2012

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

## **AGRADECIMIENTOS**

**A mi Dios** por haberme dado la oportunidad, la dicha y sabiduría para poder lograr tan merecido logro y la capacidad de haber culminado mi meta.

**A mi madre**, Princela Flores por su amor comprensión y apoyo incondicional en las buenas y malas de mi carrera.

**A mi tía**, Marlene Flores por toda su ayuda y por el apoyo que me brindo durante toda mi carrera.

**A mi novio**, Fernando García por todo el apoyo y comprensión que me brindo durante mi carrera.

**A nuestra asesora**, María de los Ángeles Martínez por apoyarnos y ayudarnos en nuestro trabajo.

**A mis amigos**, que siempre estuvieron conmigo dándome animo y apoyándome cuando los necesite.

**Alba Marina Flores.**

## **AGRADECIMIENTOS**

**A Dios** por haberme dado la oportunidad y sabiduría para poder lograr tan merecido logro y la capacidad de haber culminado mi carrera.

**A mi madre**, Gladys Maribel Guerra por su apoyo incondicional y comprensión en las buenas y malas en el transcurso de mi carrera, por estar ahí siempre a mi lado y por esa confianza y seguridad que me brindo en todo momento.

**A mi padre**, Sarvelio Ochoa por brindarme su apoyo en lo largo de mi carrera.

**A mis hermanos**, Cesar Ochoa y Marlon Flores por estar siempre conmigo.

**A mi novio**, Nelson Calderón y su Familia por apoyarme, comprenderme en cada momento a lo largo de mi carrera.

**A mi primo**, Carlos Leonel B. por ayudarme, apoyarme y darme esa confianza y seguridad.

**A nuestra asesora**, Licda. María de los Ángeles Martínez por apoyarnos y ayudarnos en cada momento de nuestro trabajo.

**A mis amigas y amigos**, que siempre estuvieron a mi lado en esos momentos cuando más los necesitaba.

**Arlin Vanessa Ochoa Guerra.**

## **AGRADECIMIENTOS**

**A mi Dios** por haberme dado la oportunidad y sabiduría para poder lograr tan merecido logro y la capacidad de haber culminado mi meta.

**A mi madre**, Ángela María Soto de Toledo por su apoyo incondicional en la buenas y malas de mi carrera y por estar siempre apoyándome.

**A mi padre**, Héctor Alfredo Toledo Rodas por su apoyo incondicional y por sus consejos.

**A mis hermanos**, Héctor Vladimir Toledo Soto y Eva Yamileth Toledo Soto por su apoyo incondicional y estar siempre que los he necesitado.

**A mis tíos**, Jorge Mauricio Dueñas y Cecilia Elizabeth de Dueñas por su infinita ayuda y por brindarme siempre su apoyo en todo momento.

**A mi asesora**, María de los Ángeles Martínez por apoyarnos y ayudarnos en nuestro trabajo.

**A mis amigas**, Alba Marina Flores y Arlin Vanessa Ochoa Guerra por su apoyo y confianza sobre mí.

**Norma Elizabeth Toledo Soto.**

## ÍNDICE

### Nº DE PAGINA

#### INTRODUCCIÓN

i

#### CAPÍTULO I

#### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| 1.1. Descripción del Problema  | 1 |
| 1.2. El Enunciado del Problema | 5 |
| 1.3. Delimitación              | 5 |
| 1.3.1. Delimitación Teórica    | 5 |
| 1.3.2. Delimitación Geográfica | 5 |
| 1.3.3. Delimitación Temporal   | 5 |
| 1.4. Unidades de Análisis      | 6 |
| 1.5. Sujetos de Estudio        | 6 |
| 1.6. Justificación             | 6 |
| 1.7. Objetivos                 | 8 |
| 1.7.1. Objetivo General        | 8 |

|                              |   |
|------------------------------|---|
| 1.7.2. Objetivos Específicos | 8 |
|------------------------------|---|

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1. Generalidades del Municipio de Caluco departamento de       |    |
| Sonsonate                                                        | 9  |
| 2.1.1. Antecedentes Históricos del Municipio de Caluco           | 9  |
| 2.1.2. Ubicación y Demografía del Municipio de Caluco            | 10 |
| 2.2. Generalidades del Turicentro Municipal Shutecat             | 11 |
| 2.2.1. Antecedentes Históricos del Turicentro Municipal Shutecat | 11 |
| 2.3. Instalaciones y Servicios de los Merenderos del Turicentro  |    |
| Municipal Shutecat                                               | 12 |
| 2.3.1. Instalaciones del Turicentro Municipal Shutecat           | 12 |
| 2.3.2. Servicios de los Merenderos del Turicentro                |    |
| Municipal Shutecat                                               | 13 |
| 2.4. Calidad                                                     | 13 |
| 2.4.1. Concepto de Calidad                                       | 14 |

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| 2.4.2. Importancia de calidad                                        | 16 |
| 2.4.3. Gestión de Calidad                                            | 18 |
| 2.4.4. Beneficio de la Gestión de calidad                            | 20 |
| 2.4.5. Normalización y certificación de la calidad                   | 22 |
| 2.4.5.1. Concepto de Normalización                                   | 22 |
| 2.4.5.2. Ventajas de la Normalización para las Áreas<br>de Servicios | 23 |
| 2.4.5.3. Tipos de Normas                                             | 24 |
| 2.4.5.4. Definición de Certificación                                 | 26 |
| 2.4.5.5. Ventajas de la Certificación                                | 28 |
| 2.5. Calidad de Servicios                                            | 29 |
| 2. 5.1. Componentes del Servicio de Calidad                          | 32 |
| 2.5.2. Gestión de Calidad en los Servicios                           | 34 |
| 2.5.3. El Servicio de Calidad al Cliente                             | 37 |
| 2.5.4. Necesidades Básicas del Cliente                               | 41 |
| 2.5.5. La Importancia de la Gestión de Calidad del Servicio          | 41 |



|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.5.6. Evaluación de la Calidad de Servicios                                         | 42 |
| 2.6. Atención al Cliente                                                             | 43 |
| 2.7. Manipulación de Alimentos                                                       | 51 |
| 2.7.1. Normas de Manipulación de Alimentos del Ministerio de<br>Salud de El Salvador | 53 |
| 2.8. Buenas Prácticas de Manufactura                                                 | 66 |
| 2.8.1. Buenas Prácticas de Manufactura de Alimentos                                  | 68 |

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 3.1. Tipos de Investigación  | 74 |
| 3.2. Población y Muestra     | 74 |
| 3.2.1 Población              | 74 |
| 3.2.2 Muestra                | 74 |
| 3.3. Marco Muestral          | 75 |
| 3.3.1. Sujeto de Muestra     | 75 |
| 3.4. Técnicas e Instrumentos | 75 |

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| 3.4.1. Método de Encuesta                            | 76 |
| 3.4.2. Procedimientos para Recolectar la Información | 76 |

## **CAPITULO IV**

### **PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| 4.1. Tabulación y Análisis de la Información | 77 |
|----------------------------------------------|----|

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 5.1. Conclusiones    | 90  |
| 5.2. Recomendaciones | 91  |
| 5.3. Lineamientos    | 92  |
| 5.4. Bibliografía    | 93  |
| 5.5. Anexos          | 99  |
| 5.6. Glosario        | 106 |

## INTRODUCCIÓN

La calidad es uno de los elementos más importantes para la rama turística y en el área de gastronomía, es así que sea realizado este trabajo donde se expresan antecedentes relevantes del Turicentro Municipal Shutecat y a la vez se evalúa la calidad de los servicios que proporcionan en los merenderos del Turicentro ya que para obtener un servicio de calidad es necesario seguir y cumplir con los lineamientos que están establecidos por el Ministerio de Salud y esto es esencial para realizar trámites para un negocio de alimentos, así también practicar las buenas prácticas de manufactura .

Para llegar a brindar un servicio de calidad como el siguiente: calidad de servicio al cliente, componentes de calidad, el régimen de normas y certificación que nos permite obtener una confianza y seguridad que influye en la satisfacción de los turistas que visitan los merenderos.

La investigación ha permitido conocer y evaluar la opinión de los turistas que visitan y degustan en el Turicentro Municipal Shutecat. Por lo que se realiza un planteamiento de mejora en los mismos que le ayudara para incrementar sus ingresos económicos y poder brindar un mejor servicio.

## **CAPÍTULO I**

### **1.1 Descripción Del Problema**

El salvador está lleno de riquezas tales como el municipio de Caluco situado en el departamento de Sonsonate. Caluco en Náhuat significa “Lugar de Hospedaje” otro también “Lugar de Cuervos” en tiempo colonial este municipio se distinguió por su producción de cacao.

Caluco se encuentra ubicado a 7 kilómetros del departamento Sonsonate y 71 kilómetros de San Salvador, limita al norte con Izalco al este con San Julián y Cuisnahuat, al sur con Sonsonate y Cuisnahuat al oeste con Izalco cuenta con un aproximado 10,000 habitantes, sus fiestas patronales son del 26 al 30 de julio en honor de San Pedro y San Pablo Apóstol patronos del municipio de Caluco.

Caluco es un municipio pequeño pero grande en riqueza turística y cerca de él pasa el Rio Shuteecat que en idioma Náhuat significa “Rio de Piedra Podrida” según cuenta la historia que en el nacimiento de este Rio podemos encontrar aguas termales y salutíferas. Don Pedro de Alvarado en año 1524, se lo describe a Hernán Cortez como “Rio de Caudal muy Hermoso” y tan ardiente que no podían pasar con cierta gente de su compañía que iban a hacer una entrada (ataque) hasta que hallaron otro Rio de agua fría “el Rio Chiquihuat” es ahí donde se junta lo templado y lo pudieron pasar. El oidor Diego García de

Palacio en el año 1576 lo llamo “Arrollo de tan Mala Viscosidad “agua que en poco tiempo hace piedra cualquier cosa que caía en el Río.

Desde tiempo atrás ya era un lugar recreativo para el esparcimiento familiar donde los visitantes podrían disfrutar de la variedad de antojitos en una refrescante ramada de coco. Hace 30 años la señora Carmen Abarca inició el negocio de ventas de antojitos y luego la venta de sopa de gallina india, el cual hasta hoy en día ha sido una fuente de ingresos económicos para los lugareños y se ha convertido en uno de los platillos típicos del lugar, con el paso del tiempo la propiedad paso hacer de la Alcaldía municipal de Caluco, donde se han realizado remodelaciones que han beneficiado al Turicentro Municipal Shutecat se construyó la primera piscina pequeña que sirvió como una prueba para evaluar si esta atraía los visitantes, siendo el éxito que en febrero de este año se comenzó a construir una piscina más grande de aguas naturales porque son abastecidas por el agua del mismo Río cual se inauguró en semana Santa del 2011.

Para ofrecer un mejor servicio a los turistas se realizó la remodelación de los merenderos los cuales ahora están contruidos de lámina conformados por 27 establecimientos y una cafetería, la remodelación les brinda mayor espacio para que los visitantes puedan consumir cómodamente dentro de la instalaciones, además ofrece servicio de alquiler de hamacas y de mesas con su respectivas sillas y a la vez le permite el ingreso de ventas a personas del lugar. Hace dos

años se estableció la tarifa de \$ 1.00 dólar por persona y niños menores de edad y personas de la tercera edad no pagan la entrada. Los días sábados y domingos ofrecen el servicio del agro mercado ahí se encuentran ventas de toda clase de hortaliza cultivada por los lugareños del lugar.

El Turicentro Municipal Shutecat cuenta con un clima agradable gracias a su vegetación, ofrece un amplio parqueo y cancha de futbol que sirve a la recreación sana de todos los visitantes.

Los problemas identificados dentro de las instalaciones del Turicentro Municipal Shutecat relacionados a la calidad de servicios son los siguientes.

- El personal que atiende los merenderos no cuenta con la capacitación adecuada para brindar un servicio de calidad al cliente.
- Los dueños y empleados de los merenderos conocen las normas de higiene que hay que seguir a la hora de manipular alimentos pero no las practican.
- Falta capacitación en el área de atención al cliente.

- La administración debe poner atención al mantenimiento e infraestructura de las instalaciones en cuanto a las áreas verdes que brinda el accesos piscinas, servicios sanitarios y des vestidores ya que es deficiente.
- El lugar del área donde se manipulan y despachan los alimentos no es la adecuada y se pueden generar focos de infección.
- El área de los merenderos no están completamente preparadas en infraestructura y servicios para atender al cliente.
- Los empleados no conocen los estándares de calidad en cuanto a los servicios turísticos que ofrecen los merenderos.

Es muy importante tomar en cuenta todos estos puntos antes mencionados que podrán mejorar la calidad de servicios que se están ofreciendo en el Turicentro Municipal Shutecat y de esta forma se podrá vender mejor el lugar, generar más tráfico de turistas de los que hoy en día visitan este Turicentro porque cuando se brinda servicios de calidad al cliente se siente satisfecho y decide visitarlo nuevamente.

## **1.2 Enunciado del Problema**

¿Cómo mejorar la calidad de los servicios turísticos proporcionados por el Turicentro Municipal Shutecat en Caluco municipio de Sonsonate?

## **1.3 Delimitación**

### **1.3.1 Delimitación Teórica**

El estudio se enfocara en evaluar los elementos que influyen en la calidad de los servicios, normas de manipulación de alimentos, atención al cliente, presentación e higiene personal, orden y limpieza ofrecidos en el Turicentro Municipal Shutecat.

### **1.3.2 Delimitación Geográfica**

El estudio se realizara en el Turicentro Municipal Shutecat el cual se encuentra en Caluco municipio de Sonsonate, está ubicado a 7 kilómetros del departamento de Sonsonate y a 71 kilómetros de San Salvador limita al norte con Izalco, al este con San Julián y Cuisnahuat, al sur con Sonsonate y Cuisnahuat y al oeste con Izalco. Carretera del Litoral.

### **1.3.3 Delimitación Temporal**

La investigación se realizara entre los meses de Julio a Noviembre de 2011.



## **1.4 Unidad de Análisis**

- Alcaldía Municipal de Caluco.
- Negocios del Turicentro Municipal Shutecat.

## **1.5 Sujeto de Estudio**

- Administrador del Turicentro Municipal Shutecat.
- Arrendatarios de los negocios que están dentro del Turicentro Municipal Shutecat.
- Empleados de los negocios.

## **1.6 Justificación**

El resultado que se pretende obtener con esta investigación es de gran importancia, ya que permitirá profundizar y abordar la problemática de la calidad de servicios que se brindan en los merenderos ubicados en las instalaciones del Turicentro Municipal Shutecat, hoy en día existe un entorno altamente competitivo y no basta con el solo brindar el servicio si no buscar la satisfacción del cliente y así obtener más tráfico turístico.

En los merenderos se observa la poca atención que se le da al visitante convirtiéndose esto en una deficiencia de este lugar, ya que no le prestan interés a los gustos y preferencias que estos demandan, los cuales no le permiten a los administradores el incremento de sus ventas y ganancias y de esta forma garantizar la oportunidad de atraer a más visitantes. Siendo para ello

necesario no solo el hacer un análisis de la calidad de los servicios que se están ofreciendo, si no también alertar sobre la necesidad de tratar este tema de forma oportuna, además de garantizarle a las personas que los visitan que el área de los merenderos brindara un servicio de calidad acorde a sus exigencias las cuales llenaran sus expectativas en cuanto a lo que estos ofrecen.

Los negocios cuentan con un gran potencial para trabajarlo y para que sus administradores incrementen sus ingresos ya que estos les permitirán mejorar la calidad de vida de sus familias y al desarrollo económico que beneficie al municipio de Caluco departamento de Sonsonate.

Por otra parte no se tiene que perder de vista que para ofrecer los servicios de calidad es necesario buscar soluciones a la problemática que surgirá de la “Evaluación de la calidad de servicios proporcionados por el Turicentro Municipal Shutecat en Caluco Municipio de Sonsonate” y del análisis de los resultados que se obtengan podrán tomarse las medidas necesarias para brindar servicios de calidad a efecto que se beneficie a los visitantes y a los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat.

Con ello se pretende que todo el desarrollo de la investigación rinda frutos y sea de ayuda al Turicentro Municipal Shutecat para que pueda brindar un mejor servicio de calidad.

## **1.7 Objetivos**

### **1.7.1 Objetivo General**

Evaluar la calidad de los servicios que está proporcionando actualmente el Turicentro Municipal Shutecat en Caluco municipio de Sonsonate.

### **1.7.2 Objetivos Específicos**

- Identificar la deficiencia en los servicios que se están brindando en el Turicentro Municipal Shutecat.
- Identificar el proceso de la manipulación de los alimentos que prestan los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat.
- Determinar las normas de calidad adecuados para mejorar los servicios que ofrecen los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat.
- Proponer lineamientos de calidad para mejorar los servicios que se brindan en el Turicentro Municipal Shutecat.

## **CAPITULO II**

### **Marco Teórico**

#### **2.1 Generalidades del Municipio de Caluco departamento de Sonsonate**

##### **2.1.1 Antecedentes Históricos del Municipio de Caluco**

Caluco es un municipio que está situado en el departamento de Sonsonate, es pequeño pero con grandes riquezas en turismo. Caluco en Náhuat significa “Lugar de Hospedaje” otro significado “Lugar de Cuervos” en tiempos coloniales este municipio se distinguió por su producción de cacao.

En topónimo “Calhuco” significa “lugar de Hospedaje” proviene de las raíces: callotica (hospedar) y Co. (en lugar). Otros significados son: “lugar de cuervos” “lugar de los dueños de la casa” proviene de las raíces: Calut (cuervo) y co (lugar).

En el año 1770 fue cabecera parroquial, durante la colonia perteneció a la alcaldía mayor de Sonsonate, y desde el 12 de Junio de 1824. Ingreso al departamento de Sonsonate; después fue segregado del Distrito de Sonsonate para ser anexado al Distrito de Izalco el 6 de abril de 1827. El título ejidal lo obtuvo el 9 de julio de 1887.

Los frailes dominicanos construyeron en Caluco una iglesia colonial que fue destruida en 1773 por el terremoto de Santa Marta. Aun cuentan con las ruinas de la primera iglesia católica.

Sus fiestas patronales son del 26 al 30 de junio en honor de San Pedro y San Pablo Apóstol Patronos del municipio de Caluco.

Caluco se encuentra catalogado en la quinta categoría de extrema pobreza severa.

El gobierno local lo ejerce un Concejo Municipal compuesto por un Alcalde un Síndico y 8 Regidores: 4 propietarios y 4 suplentes.

Entrevista realizada a la Srita. Silvia Navarro

### **2.1.2 Ubicación y Demografía del Municipio de Caluco**

Caluco se encuentra ubicado a 7 kilómetros del departamento de Sonsonate y a 71 kilómetros de San Salvador, limita al norte con Izalco, al este con San Julián y Cuisnahuat, al sur con Sonsonate y Cuisnahuat y al oeste con Izalco.

El pueblo de Caluco se une por carretera litoral con las ciudades de Izalco y Sonsonate. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales. Aproximadamente Caluco cuenta con una población de 10,000 habitantes. El rasgo etnográfico sobresaliente es el mestizaje.

Tiene una extensión territorial de 53.05 kms<sup>2</sup>

Área Rural: 51.3 km<sup>2</sup> aproximadamente

Área Urbana: 2.2 km<sup>2</sup> aproximadamente

Entrevista realizada a la Srita. Silvia Navarro el día jueves 28 de julio de 2011 a las 10:30 de la mañana

## **2.2 Generalidades del Turicentro Municipal Shutecat**

### **2.2.1 Antecedentes Históricos del Turicentro Municipal Shutecat**

En Caluco se encuentra ubicado el Turicentro Municipal Shutecat, el cual tiempo atrás ya era un esparcimiento familiar. Cerca de Caluco pasa el río Shutecat o Agua Caliente; de aguas termales y salutíferas. Don Pedro de Alvarado, en el año 1524, lo describió a Hernán Cortez como; “rio de caudal muy hermoso” y “tan ardiente que no se podía pasar con cierta gente de mi compañía que iba a hacer una entrada (ataque)”, hasta que “hallaron otro rio de aguas frías”. El Chiquihuat, y “ahí donde se juntan hallaron lado templado que lo pudieron pasar”. El oidor Diego García de Palacio (1576) lo llamó “arroyo de tan mala y viscosa agua que en poco tiempo cubre y hace piedra cualquier cosa que en él cae”. Shutecat significa en el bello Idioma Náhuatl: “Rio de Piedras Podridas” (de Shuc= shuco, sucio, podrido; Tet = piedra y At = rio). Caluco en el otro bello Idioma, el Pipil, quiere decir: “Ciudad de Guaras” o “Lugar de Cuervos”, (de Calut = guara, cuervo y Co = sufijo locativo).

<http://tierralinda.freesevers.com/sonso.html>

## **2.3 Instalaciones y Servicios de los Merenderos del Turicentro Municipal Shutecat**

### **2.3.1 Instalaciones del Turicentro Municipal Shutecat**

Las instalaciones de los merenderos tiempo atrás estaban conformadas de ramadas de coco. Ahora están remodelados y contruidos de un material más fuerte y duradero (lamina) cuenta con 27 locales, con un esparcimiento más amplio donde se encuentran diferentes áreas: cocina donde se elabora los alimentos, refrigeradora en la cual se almacena los alimentos, cámaras en la cual se almacena bebidas. Y a su vez cuenta con el respetivo lavadero. Cada uno de los merenderos cuenta con el espacio adecuado donde se encuentran mesas con sus respectivas bancas para que los visitantes puedan consumir sus productos cómodamente.

*Entrevista realizada al Sr. Pedro Molina Administrador del Turicentro Municipal Shutecat el día jueves 28 de julio de 2011 a las 1:30 del medio día.*

### **2.3.2 Servicios de los Merenderos del Turicentro Municipal**

#### **Shutecat**

Hace 30 años la señora Carmen Abarca inició ofreciendo el servicio de alimentos con las ventas de antojitos y luego la venta de sopa de gallina india, hoy en día es un platillo típico del lugar. Y a la vez se ofrecen desayunos típicos y si deseas puedes degustar de deliciosas pupusas, los desayunos los puedes encontrar a partir de las 8:00 a.m. a 10:00 a.m. y para el almuerzo como entrada ofrecen una sopa de gallina india, luego puedes degustar del plato fuerte que es gallina asada, arroz y ensalada fresca, y a la vez se te ofrece un plato de carne asada, arroz, y ensalada fresca. La bebida es de tu elección preferida y se puede degustar de 12:00 p.m. a 2:00 p.m.

*Entrevista realizada a la Sra. Carmen Abarca Arrendataria del Turicentro*

*Municipal Shutecat el día jueves 28 de julio de 2011 a las 2:30 de la tarde.*

### **2.4 Calidad**

La calidad puede definirse como la conformidad relativa con las especificaciones, a lo que al grado en que un producto cumple las especificaciones del diseño, entre otras cosas, mayor su calidad o también como comúnmente es encontrar la satisfacción en un producto cumpliendo todas las expectativas que busca algún cliente, siendo así controlado por reglas las cuales deben salir al mercado para ser inspeccionado y tenga los



requerimientos estipulados por las organizaciones que hacen certificar algún producto.

La calidad significa aportar valor al cliente, esto es, ofrecer unas condiciones de uso del producto o servicio superiores a las que el cliente espera recibir y a un precio accesible. También, la calidad se refiere a minimizar las pérdidas que un producto pueda causar a la sociedad humana mostrando cierto interés por parte de la empresa a mantener la satisfacción del cliente.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad#La importancia de la gesti.C3.B3n de la calidad del servicio](http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad#La_importancia_de_la_gesti.C3.B3n_de_la_calidad_del_servicio)

### **2.4.1 Concepto de Calidad**

- La resultante total de las características del producto y servicio en cuanto a mercadotecnia, ingeniería, fabricación y mantenimiento por medio de las cuales es producto o servicio en uso satisfaga las expectativas del cliente.

*Armand V. Feigenbaum Control Total de la Calidad Tercera Edición, revisada*

- Conjunto de propiedades y características de un producto, proceso o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas.

*Mgar.net/soc/isointro.htm#def1.*

- La calidad es hacer que la gente haga mejor todas las cosas importantes que de cualquier forma tiene que hacer.

(según Philip Crosby) [www.monografias.com](http://www.monografias.com)

- La calidad es la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente.

Dr. J. Juran/[www.wikilearning.com](http://www.wikilearning.com)

- Es el conjunto de características de una entidad que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas.

<http://www.caballano.com/ca.htm>

- Desarrollar diseñar manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor.

Kaoru Ishikawa/[www.wikilearning.com](http://www.wikilearning.com)

Una visión actual del concepto de calidad indica que calidad es entregar al cliente no lo que quiere, sino lo que nunca se había imaginado que quería y que una vez que lo obtenga, se dé cuenta que era lo que siempre había querido.

Para conseguir una buena calidad en el producto o servicio hay que tener en cuenta tres aspectos importantes (dimensiones básicas de la calidad)

1. **Dimensión técnica:** engloba los aspectos científicos y tecnológicos que afectan al producto o servicio.

2. **Dimensión humana:** cuida las buenas relaciones entre clientes y empresas.
3. **Dimensión económica:** intenta minimizar costos tanto para el cliente como para la empresa.

Otros factores relacionados con la calidad son:

- Cantidad justa y deseada de producto que hay que fabricar y que se ofrece.
- Rapidez de distribución de productos o de atención al cliente.
- Precio exacto (según la oferta y la demanda del producto).

[http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad#La importancia de la gesti.C3.B3n de la calidad del servicio](http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad#La_importancia_de_la_gesti.C3.B3n_de_la_calidad_del_servicio)

### **2.4.2 Importancia de calidad**

La calidad total en la organización de una empresa, debe ser el nervio y motor de la misma; si de verdad la empresa desea alcanzar el éxito debe cimentarse en estas dos palabras.

El mensaje de la calidad total debe ser comunicado a tres audiencias que son complementarias entre sí:

- Los Trabajadores.
- Los Proveedores.

- Los Clientes.

**Los fundamentos de la calidad total son los siguientes:**

- El objetivo básico: la competitividad
- El trabajo bien hecho.
- La Mejora continuada con la colaboración de todos: responsabilidad y compromiso individual por la calidad.
- El trabajo en equipo es fundamental para la mejora permanente
- Comunicación, información, participación y reconocimiento.
- Prevención del error y eliminación temprana del defecto.
- Fijación de objetivos de mejora.
- Seguimiento de resultados.
- Indicadores de gestión.
- Satisfacer las necesidades del cliente: calidad, precio, plazo.

**Los obstáculos que impiden el avance de la calidad pueden ser:**

- El hecho de que la dirección no defina lo que entiende por calidad.
- No se trata de hacer bien las cosas, sino de que el cliente opine igual y esté satisfecho.

- Todos creen en su concepto, pocos en su importancia y son menos los que la practican.

<http://www.monografias.com/trabajos6/lacali/lacali.shtml>

### 2.4.3 Gestión de calidad

- **Concepto**

Es el conjunto de actividades de la función general de la dirección que determinan la política de la calidad, los objetivos, las responsabilidades, y se implantan por medios tales como la planificación de la calidad, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad dentro del marco del sistema de calidad.

<http://www.caballano.com/ca.htm>

Un sistema de Gestión de Calidad está compuesto por los siguientes aspectos:

**1 Procedimientos:** responden al plan permanente de pautas detalladas para controlar las acciones de la organización.

**2 Procesos:** responden a la sucesión completa de operaciones dirigidos a la consecución de un objetivo específico. Los procesos se constituyen de una entrada de una serie de actividades que se llevan a una salida que nos permite satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

**3 Recursos:** no solamente económicos, sino humanos, técnicos y de otro tipo, deben estar definidos de forma estable y circunstancial.

- **Implementación**

La implementación se realiza cuando la organización cumpla con los requisitos mínimos que se debe tener para iniciar con un sistema de gestión de calidad. Al tener esta certeza se debe iniciar el proceso con la organización de calidad nacional que certifica en cada país

- **Certificación**

Existen una pluralidad de estándares de gestión de la calidad normalizados, es decir, definidos por un organismo normalizador, como ISO, DIN o EN, etc. que permiten que una empresa con un sistema de gestión de la calidad pueda validar su efectividad mediante una auditoría de una organización o ente externo. Una de las normas más conocidas para gestionar la calidad, es la norma ISO 9001 (última revisión ISO 9001:2008).

También existen normas específicas para determinados sectores o actividades, por ejemplo la norma ISO/IEC 17025:2005 que aplica para el diseño de un sistema de gestión de la calidad en Laboratorios.

En ocasiones, dependiendo del tipo de empresa y de la complejidad de su sistema de gestión, se utiliza un sistema integrado para la gestión de la calidad, el medio ambiente (según norma ISO 14001) y la seguridad, (según

norma OHSAS 18000). Cabe destacar a manera de resumen que los 3 pilares básicos en los que se basa un buen sistema de gestión de la calidad son:

- Planificación de gestión de la calidad...TEST
- Control de la gestión de la calidad.
- Mejora continua de gestión de la calidad.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema\\_de\\_gesti%C3%B3n\\_de\\_la\\_calidad](http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gesti%C3%B3n_de_la_calidad)

#### **2.4.4 Beneficios de la Gestión de Calidad**

El análisis necesario para identificar los beneficios asociados a la adecuada implantación de un SGC, puede realizarse considerando dos puntos de vista de distinto orden: uno externo a la empresa y otro interno.

El primer punto de vista se explica a través de la relación entre la organización y su ámbito de actividad: sus clientes (actuales y potenciales), sus competidores, sus proveedores, sus socios estratégicos, y otras partes interesadas.

Algunos ejemplos de estos beneficios son los siguientes:

- Mejoramiento de la imagen empresarial
- Refuerzo de la confianza entre los actuales y potenciales clientes
- Apertura de nuevos mercados

- Mejoramiento de la posición competitiva

Sin duda, estos beneficios son de una enorme importancia, pero al analizar la implantación de un SGC desde el punto de vista interno de la empresa, surgen otros beneficios que no sólo posibilitan la existencia de los primeros, sino que además permiten sustentarlos en el tiempo, favoreciendo el crecimiento y adecuado desarrollo de la organización.

Entre los beneficios desde el punto de vista interno, se destacan los siguientes:

- Aumento de la productividad
- Mejoramiento de la organización interna
- Incremento de la rentabilidad
- Orientación hacia la mejora continua

La aplicación de los principios de un **SGC** no sólo proporciona los beneficios directos ya citados, sino que también contribuye decididamente a mejorar la **gestión de costos y riesgos**, consideraciones éstas que tienen gran importancia para la empresa misma, sus clientes, sus proveedores y otras partes interesadas.

<http://blogs.monografias.com/calidad-y-gestion/tag/beneficios/>



## 2.4.5 Normalización y certificación de la calidad

### 2.4.5.1 Concepto de Normalización

- **Concepto**

Es la actividad que fija las bases para el presente y el futuro, esto con el propósito de establecer un orden para el beneficio de todos los interesados; es decir la normalización es el proceso de la elaboración y aplicación de normas, son herramientas de organización y dirección.

<http://www.mitecnologico.com/Main/DefinicionConceptoDeNormalizacion>

- **Concepto**

Es el proceso mediante el cual se regulan las actividades desempeñadas por los sectores tanto privado como público, en materia de salud, medio ambiente en general, seguridad al usuario, información comercial, practicas de comercio, industrial y laboral, a través del cual se establecen la terminología, la clasificación, las directrices, las especificaciones, los atributos, las características, los métodos de prueba o las prescripciones aplicables a un producto, proceso o servicio.

<http://es.scribd.com/doc/25542628/1-1-1-Definicion-y-concepto-de-normalizacion>

### **2.4.5.2 Ventajas de la Normalización para las Áreas de Servicios**

Las ventajas que aporta la normalización son:

1. Las beneficiosas para los productores,
  - Disminuye la diversidad de productos.
  - Reduce costes de fabricación y stock.
  - Ayuda a una mejor gestión y al diseño adecuado.
  - Facilita el comercio, al reducir las barreras técnicas.
  - Aumenta la confianza del cliente.
2. Las que afectan a los consumidores.
  - Las marcas y grados de seguridad del producto se encuentran definidos y establecidos.
  - Se conocen las prestaciones y características de los productos, lo que permite comparar entre ofertas semejantes.
  - Reducción de costes y tiempo de entrega.
3. Las que se refieren a la Administración.
  - Puede disponer de una documentación que hace posible legislar.

- Se beneficia como usuario de las ventajas de las normas y sus especificaciones.

<http://www.caballano.com/ca.htm>

### **2.4.5.3 Tipos de Normas**

La norma es la misma solución que se adopta para resolver un problema repetitivo, es una referencia respecto a la cual se juzgara un producto o una función y en esencia es el resultado de una elección colectiva razonada.

<http://www.mitecnologico.com/Main/DefinicionConceptoDeNormalizacion>

#### **Normas Regionales**

Normas que han sido elaboradas en el marco de un organismo de normalización regional, normalmente de ámbito continental, que agrupa a un determinado número de organismos nacionales de normalización.

Ejemplos de organismos de normalización regional son:

1. COPANT (comisión panamericana de normas técnicas) a nivel latinoamericano.
2. CEN, CENELEC y ETSI en el ámbito europeo.

Cen: comité europeo de normalización.

Cenelec: comité europeo de normalización electrotécnica.

Etsi: instituto europeo de normas de telecomunicación.

### 3. ARSO a nivel de África. (Organización Regional Africana de Normalización)

- **Normas Internacionales**

Normas que han sido elaboradas por un organismo internacional de normalización. Las más representativas por su campo de actividad son:

- ISO (Organización Internacional para la Normalización)
- IEC (Comité Electrotécnico Internacional)
- ITU (Unión Internacional de Telecomunicaciones)

De acuerdo a su contenido,

#### **Existen entre otras:**

- **Normas de terminología**

Normas referidas a términos, que usualmente están acompañados por sus definiciones y, algunas veces, por notas explicativas, ilustraciones, ejemplos u otros.

- **Normas de Ensayo**

Normas referidas a métodos de ensayo, algunas veces completadas por otras disposiciones relativas a los ensayos, tales como el muestreo, uso de métodos estadísticos, secuencias de ensayo.

- **Normas de Producto**

Normas que especifican los requisitos que deben cumplir un producto o grupo de productos, para establecer su aptitud para el uso.

- **Normas de Servicios**

Normas que especifican los requisitos que debe cumplir un servicio para establecer su aptitud para el uso.

<http://www.fondonorma.org.ve/conceptos.htm>

#### **2.4.5.4 Definición de Certificación**

Se entiende la acción de acreditar, por medio de un documento fiable, emitido por un organismo independiente y autorizado para la emisión de Marcas y Certificados de Conformidad, que un determinado producto o servicio cumple los requisitos o exigencias definidas por una norma o específica técnica, o que la empresa tiene implantado un sistema de aseguramiento de la calidad conforme a las normas UNE-EN-ISO 9000.

De forma mucho más sencilla, es el procedimiento mediante el cual, un determinado organismo, acredita mediante un documento escrito, que un servicio, producto o proceso, resulta conforme a unas exigencias concretas. Es un instrumento apropiado para comprobar la utilización de la normalización, para establecer sistemas de evaluación de la calidad, y poder elevar el nivel de calidad de los productos y empresas de un país.

<http://www.caballano.com/ca.htm>

La certificación es la acción que ejecuta un organismo reconocido e independiente de las partes interesadas, mediante la cual se pone de manifiesto que un producto, proceso o servicio está conforme con una norma o requisitos permanentes especificados.

<http://www.fondonorma.org.ve/conceptos.htm>

La certificación es el procedimiento mediante el cual un organismo da una garantía por escrito, de que un producto, un proceso o un servicio está conforme a los requisitos especificados.

La certificación es en consecuencia el medio que está dando la garantía de la conformidad del producto a normas y otros documentos normativos. La certificación se materializa en un certificado: El certificado es un documento emitido conforme a las reglas de un sistema de certificación, que indica con un nivel suficiente de confianza, que un producto, proceso o servicio debidamente

identificado, está conforme a una norma o a otro documento normativo especificado.

<http://www.fao.org/docrep/004/ad094s/ad094s03.htm>

### **2.4.5.6 Ventajas de la Certificación**

Las ventajas que aporta la Certificación pueden subdividirse en tres grupos:

1. Las destinadas a los Productores

- Evitar ser evaluado por múltiples clientes.
- Impedir que empresas sin certificaciones penetren en el mercado.
- Verificación de nuestro sistema de calidad.

2. Las que recogen los Exportadores

- Ser reconocido por los más importantes compradores.
- Estar implícitamente reconocido como empresa líder.
- Se protegen las exportaciones.

3. Las destinadas a los Consumidores

- Proporcionan credibilidad y confianza al usuario.
- Se les garantiza relación óptima entre calidad y precio.

- Se garantiza el mantenimiento y la eliminación de la competencia desleal.

<http://www.caballano.com/ca.htm>

## **2.5 Calidad de Servicios**

Satisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se nos contrato la calidad se logra a través del todo el proceso de compra, operación y evolución de los servicios que entregamos. El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances.

La mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes cuando una situación imprevista exija muestra intervención para rebasar sus expectativas.

<http://www.gestiopolis.com/canales5/emp/pymecommx/35.htm>

La calidad en el servicio no es conformidad con las especificaciones sino más bien conformidad con las especificaciones de los clientes.



La calidad en el servicio adquiere realidad en la percepción, considerando esta como un deseo más que la percepción, ya que esta última implicaría un pensamiento y análisis anterior.

Lo que los clientes desean del desempeño del servicio tiene cinco dimensiones globales que son:

- **Tangibilidad:** es la parte visible de la oferta del servicio. Influyen en las percepciones sobre la calidad del servicio de dos maneras; primero ofrecen pistas sobre la naturaleza y calidad del servicio, segundo afectan directamente las percepciones sobre la calidad del servicio. Ejemplos, un restaurante con pisos limpios y personal aseado dará mejor impresión que aquel que no tenga estos atributos.
- **Confiabilidad:** significa llevar a cabo la promesa de servicio de una manera precisa y segura. Dicho de otra manera significa mantener su promesa de servicio.
- **Tiempo de respuesta:** es la prontitud para servir, es la voluntad para atender a los clientes pronto y eficientemente. El tiempo de respuesta implica demostrar al cliente que se aprecia su preferencia y se desea conservarla.
- **Seguridad (confianza):** se refiere a la actitud y aptitud del personal que combinadas inspiren confianza en los clientes. Cuando los clientes tratan

con proveedores de servicios que son agradables y que tienen conocimiento, se les refuerza a seguir siendo clientes de esa organización. La seguridad viene de colocar a la gente adecuada en el puesto adecuado.

- **Empatía:** va más allá de la cortesía profesional. Es la dedicación al cliente, la voluntad de entender las necesidades exactas del cliente y encontrar la manera correcta de satisfacerlas.

Las brechas entre lo que los clientes esperan y el servicio que reciben son:

- La diferencia entre lo que los clientes desean y lo que la gerencia piensa que desean.
- La diferencia entre lo que la gerencia cree que los clientes desean y lo que pide a la organización entregar.
- La diferencia entre las especificaciones de servicio y el nivel de servicio realmente entregado.
- La diferencia entre el servicio entregado y la comunicación externa acerca del servicio.

[http://aprender.fca.unam.mx/~lvaldes/cal\\_pdf/cal11.pdf](http://aprender.fca.unam.mx/~lvaldes/cal_pdf/cal11.pdf) (Calidad de servicios, una ventaja estratégica para instituciones financieras, Díaz de Santos, Madrid, 1989.)

### **2.5.1 Componentes del Servicio de Calidad**

Los componentes del servicio de calidad son:

#### **A) efectividad.**

- El profesional está formado.
- Los materiales y maquinas son adecuados.
- Se hacen las operaciones que son correctas.
- Los procedimientos son los idóneos.

#### **B) eficacia científico - técnica.**

- Es satisfactorio para el cliente.
- La aceptación por parte del público es buena.
- El cliente lo percibe como adecuado.
- El cliente está contento con los resultados.

#### **C) eficiencia.**

Comprende los siguientes campos:

#### **Satisfacción del profesional:**

- Remuneraciones y reconocimiento.

- El trabajador es clave en la calidad.
- Los profesionales contentos participan.

#### **Satisfacción para el Cliente.**

- Tiene un precio adecuado.
- Proporciona beneficios a la empresa.
- Los profesionales utilizan el tiempo bien.
- La relación costes - beneficios es buena.

#### **La Continuidad:**

- Cada profesional tiene que hacer bien su trabajo en beneficio de sus  
Compañeros y del cliente externo.
- Todos los trabajadores somos clientes a su vez de nuestros compañeros,  
esto se denomina SERVICIO AL CLIENTE INTERNO.

#### **Accesibilidad:**

- Geográfica. Un producto debe ser fácilmente logable para el cliente en el espacio.
- Tiempo. En el tiempo.
- Cultural. En cuestión de comprensión cultural.

[http://www.aniorte-nic.net/apunt\\_gest\\_serv\\_sanit\\_4.htm](http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm)

## **2.5.2 Gestión de la Calidad en los Servicios**

Es el conjunto de actividades de la función general de la dirección que determinan la política de la calidad, los objetivos, las responsabilidades, y se implantan por medios tales como la planificación de la calidad, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad dentro del marco del sistema de calidad.

[http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/  
gestiondelacalidad/](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/gestiondelacalidad/)

El concepto de gestión de la calidad abarca todas las actividades que determinan la política de la calidad, los objetivos y las responsabilidades, que se ponen en práctica por medios tales como la planificación, el control, el aseguramiento y el mejoramiento de la calidad en el marco de un sistema.

La gestión de la calidad es responsabilidad de todos los niveles de dirección pero debe estar encabezada por la máxima dirección.

Su aplicación requiere la participación de todos los miembros de la empresa. Teniendo en cuenta que el sistema de gestión se emplea para establecer la política y los objetivos de la empresa, se puede decir que el punto de partida de toda gestión de la calidad, consiste en captar las exigencias de los clientes y analizar la forma de corresponder con soluciones que respondan a sus

necesidades mediante la distancia entre las expectativas del cliente con respecto al servicio y la percepción de éste.

La calidad total y la gestión por procesos son inseparables, de hecho, la gestión por procesos es uno de los pilares donde descansa la administración de la empresa según los principios de la calidad total.

La calidad total se define como una estrategia de gestión cuyo objetivo es que la organización satisfaga de manera equilibrada y eficiente las necesidades y expectativas de los clientes, empleados, accionistas y la sociedad en general. Sólo se puede lograr la satisfacción de las necesidades de los "Destinatarios" de los productos / servicios de la empresa de manera equilibrada y eficiente mediante la gestión por procesos.

La filosofía de la Calidad Total proporciona una concepción global que fomenta la Mejora Continua en la organización y la involucración de todos sus miembros, centrándose en la satisfacción tanto del cliente interno como del externo.

La gestión de la calidad se extiende a todos los ámbitos afectados por las actividades de la empresa (proveedores, cliente externo, cliente interno, etc.), es decir, es entendida como el motor del sistema que genera una mejora de los resultados económicos y calidad de vida a todos los niveles.

Se han identificado ocho principios de gestión de la calidad que pueden ser utilizados por la alta dirección con el fin de conducir a la organización hacia una

mejora en el desempeño. Su objetivo es servir de ayuda para que las organizaciones logren un éxito sostenido.

Enfoque al cliente: Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deben comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y esforzarse en exceder sus expectativas. Un cliente se define como: “Persona que a través de un producto de intercambio espera recibir un producto o servicio para satisfacer integralmente sus necesidades y deseos”.

Los clientes a su vez, quieren proveedores de servicio que sean buenos, que conozcan su trabajo, que sean amables, fiables y que posean una capacidad de solución a los problemas que presenten ante él. Existen diversos tipos de clientes como son:

- **Clientes internos:** Son los beneficiarios o los que reciben las salidas o resultados de los esfuerzos del trabajo de los procesos internos de la organización.
- **Clientes externos:** Son los beneficiarios que reciben el servicio o compradores de una empresa. Estos son impactados por el producto, pero no son miembros de la empresa u otra institución que produce el producto.
- **Cliente intermedio:** Es aquel que media entre los clientes internos y los clientes externos, cuya función es establecer un enlace entre ambos, ya

sea a través de una gestión de venta, promoción, garantizando que exista una correspondencia entre lo que el cliente externo desea con la oferta brindada, para lograr cumplir sus expectativas.

<http://www.gestiopolis.com/marketing/calidad-en-el-servicio-al-cliente.htm>

### **2.5.3 El Servicio de Calidad al Cliente**

El servicio de calidad al cliente / usuario lo proporcionamos las personas como usted y como yo.

Es por ello importante tener presente la importancia de realizar correctamente nuestras funciones, ya que:

Tenemos en nuestras manos la posibilidad de proporcionar un servicio adecuado y cortés al cliente / usuario y debemos ser conscientes de que el éxito de nuestra empresa depende en gran medida de nuestra capacidad para prestar un buen servicio al cliente / usuario.

Es cierto que en muchas ocasiones estamos tan ocupados que no tenemos tiempo para pensar en el trabajo y en cómo se relaciona con el éxito total de la organización. A veces, aquellos los que pasamos la mayor parte del día, atendiendo al público o hablando por teléfono, nos olvidamos de la verdadera importancia de lo que hacemos.



La importancia real radica en que:

- El éxito de la organización depende de sus clientes. Estos no hablarán bien de nosotros a menos que les tratemos de manera profesional y cortés.
- Los Directivos sólo hablan con unos cuantos clientes cada semana. Nosotros hablamos con docenas todos los días.
- Todos los que tratamos directamente con clientes / usuarios tenemos una gran responsabilidad, ya que somos la imagen que el cliente / usuario recibe de nuestra empresa.
- Las organizaciones que tienen la reputación de ofrecer un servicio excelente han logrado esta fama mediante el compromiso de todos los integrantes de su equipo humano.

### **El servicio**

Si bien un servicio algo que se compra o se vende, posee una característica especial: es impalpable y, tras su consumición, todo lo que queda de él es el recuerdo. No hemos adquirido un bien tangible. Un servicio es poner a disposición de los clientes / usuarios y por un tiempo limitado una competencia humana y/o de unos medios materiales.

En los servicios podemos diferenciar entre:

- El servicio básico
- El servicio asociado
- El servicio básico: es la prestación central, que constituye la razón de ser del servicio. Los componentes del servicio básico son:
  - La satisfacción por la prestación
  - La satisfacción por el suministro
- El servicio asociado: es todo aquello que podemos ofrecer y que no forma parte de la prestación central.

Los componentes del servicio asociado son:

- La satisfacción por el acceso.
- Por la relación.
- Por la información.
- Por los consejos.
- Por el seguimiento.
- Por el entorno y soportes.
- Por los materiales.

No olvidemos que el cliente percibe el servicio globalmente y un detalle puede tener una importancia determinante en el resultado final. Tanto es así, que si un eslabón de la cadena falla, el resultado global del servicio es considerado como malo.

<http://www.mailxmail.com/curso-manual-gestion-comercio-quinta-parte/servicio-calidad-cliente-usuario>

Berry (1994, p. 75), expresa que:

La filosofía de calidad de servicio está fundamentada en un enfoque corporativo en el cliente, cultura y sistema de direcciones. El enfoque presenta todo un proceso que incluye desde la preparación y mejoramiento de la organización y del proceso hasta las estrategias, para que además del servicio base, se presten servicios post – venta a través de una comprensión total de las necesidades y expectativas del cliente.

Por lo tanto, calidad de servicio es la satisfacción del cliente, la cual se logra cuando se sobrepasan sus expectativas, deseos y/o percepciones.

En este caso, un servicio de calidad no es ajustarse a las especificaciones, - como a veces se le define- sino, más bien, ajustarse a las especificaciones del cliente. Hay una gran diferencia entre la primera y la segunda perspectiva, las organizaciones de servicio que se equivocan con los clientes, independientemente de lo bien que lo realicen, no están dando un servicio de calidad.

Por último, calidad de servicio es el gran diferenciador, ésta atrae y mantiene la atención al cliente, si es buena, gana clientes y si es pobre, los pierde.

<http://www.monografias.com/trabajos66/calidad-servicio-cliente/calidad-servicio-cliente2.shtml>

### **2.5.4 Necesidades Básicas del Cliente**

Las principales necesidades básicas de un cliente son:

- Ser comprendido.
- Sentirse bienvenido.
- Sentirse importante.
- Sentir comodidad.
- Sentir confianza.
- Sentirse escuchado.
- Sentirse seguro
- Sentirse valioso.
- Sentirse satisfecho.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad>

### **2.5.5 La Importancia de la Gestión de Calidad en el Servicio**

La importancia de la calidad en el servicio se puede entender por las siguientes razones:

- Crecimiento de la industria del servicio.
- Crecimiento de la competencia.
- Mejor conocimiento de los clientes.

- Calidad de servicio hacia el cliente, quedando satisfecho según su perspectiva.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad>

### **2.5.6 Evaluación de la Calidad de servicios**

La evaluación de la calidad comprende aquellas actividades realizadas por una empresa, institución u organización en general, para conocer la calidad en ésta. Supervisa las actividades del control de calidad. A veces se define como "el control del control de calidad".

Uno de los principios más universalmente aceptados de la calidad es que para mejorar hay que medir. Es decir, para saber cómo se está haciendo hay que evaluarse.

La finalidad de la evaluación es conocer como se está en términos de calidad, es decir, como se funciona, internamente y en relación con los destinatarios de los servicios que prestamos, con las empresas y entidades que colaboran en su prestación y en relación con la sociedad en general, y con qué grado de eficacia se realizan las funciones atribuidas.

<http://www.jcyl.es/web/jcyl/AdministracionPublica/es/Plantilla100/>

[1131978244591/ / /](#)

## 2.6 Atención al cliente

El servicio de atención al cliente o simplemente servicio al cliente es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes.

**Concepto:** Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de mercadeo. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales.

Servicio al Cliente es “Un concepto de trabajo” y “una forma de hacer las cosas” que compete a toda la organización, tanto en la forma de atender a los Clientes (que nos compran y nos permiten ser viables) como en la forma de atender a los Clientes Internos, diversas áreas de nuestra propia empresa.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio\\_de\\_atenci%C3%B3n\\_al\\_cliente](http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente)

Para poder realizar una adecuada atención al cliente se debe:

- Identificar quienes son los clientes.
- Agruparlos en distintos tipos.

- Identificar las necesidades de los clientes, así como saber dónde y cómo lo quieren los clientes además del aumento en cuanto a la productividad, es esencial para toda empresa.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad#Gesti.C3.B3n de la calidad en los servicios](http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad#Gesti.C3.B3n_de_la_calidad_en_los_servicios)

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

Si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. De nada sirve que el producto o el servicio sea de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existen compradores.

El mercado ya no se asemeja en nada al de los años pasados, que era tan previsible y entendible. La preocupación era producir más y mejor, porque había suficiente demanda para atender.

Hoy la situación ha cambiado en forma dramática. La presión de la oferta de bienes y servicios y la saturación de los mercados obliga a las empresas de distintos sectores y tamaños a pensar y actuar con criterios distintos para captar y retener a esos "clientes escurridizos" que no mantienen "lealtad" ni con las marcas ni con las empresas.

Muchos emprendedores insisten en que la experiencia puede ser aplicable a cualquier situación y se dan cuenta tarde que su empresa no está sufriendo una recesión pasajera, sino que están quedando fuera del negocio.

El principal objetivo de todo empresario es conocer y entender tan bien a los clientes, que el producto o servicio pueda ser definido y ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlo.

Sería ocioso tratar de encontrar una descripción amplia y precisa del concepto "cliente". Pero podemos elaborar un listado enumerando los aspectos esenciales que pueden caracterizar ese concepto.

Un cliente:

- Es la persona más importante de nuestro negocio.
- No depende de nosotros, nosotros dependemos de él.
- Nos está comprando un producto o servicio y no haciéndonos un favor.
- Es el propósito de nuestro trabajo, no una interrupción al mismo.
- Es un ser humano de carne y hueso con sentimientos y emociones (como uno), y no una fría estadística.
- Es la parte más importante de nuestro negocio y no alguien ajeno al mismo.



- Es una persona que nos trae sus necesidades y deseos y es nuestra misión satisfacerlo.
- Es merecedor del trato más cordial y atento que le podemos brindar.
- Es alguien a quien debemos complacer y no alguien con quien discutir o confrontar.
- Es la fuente de vida de este negocio y de cualquier otro.
- El cliente es nuestro jefe y nuestra razón de ser como empresarios !.

#### Conocer al cliente

Cada empresario debe responder preguntas tales como: ¿Para qué mejorar la atención a mis clientes?, ¿Cómo hacerlo?, ¿Con quién?, ¿Me traerán ventajas o desventajas esos cambios?

Estos interrogantes encuentran respuesta a diario en el comportamiento de los consumidores, que reciben influencia de los medios de comunicación para modificar sus hábitos de compra con mucha rapidez. (Uso de distintos medios de pago, entrega a domicilio, compras por Internet, etc.)

Por otra parte, al consumidor ya "no le venden" nada sino que él decide y exige libremente dónde, qué, cómo y cuánto comprar. No habrá llegado para el pequeño y mediano empresario la hora de preguntarse cosas como: ¿Soy consciente de esto? ¿Qué hago para que los consumidores "me elijan a mí"?.

Si uno abre simplemente la puerta del local y espera a que vengan los clientes, ¿Vendrán a comprarme? ¿Seguirán viniendo? ¿Por qué deberían hacerlo? ¿Por qué no a la competencia? ¿Me alcanzará con lo que hoy hago para crecer? ¿Y para subsistir?

Alguien le puede preguntar: ¿Ud. vende o le compran?, ¿Cómo construye sus ingresos diarios?, ¿Conoce "a fondo" a sus clientes?, ¿Cómo se entera de sus necesidades y que hace para satisfacerlas?

Estas y otras muchas reflexiones son las que nos permiten conocer a nuestros clientes, crear valor, mejorar la calidad del servicio, lograr fidelidad, crecer, etc.

¿Por qué se pierden los clientes?

En primer lugar debemos conocer que requiere un cliente de nuestra empresa. El siguiente listado enumera una serie de valores apreciados por los consumidores a la hora de realizar una compra. Pensemos por un momento en nosotros mismos, ocupando el rol de consumidores, para verificar si estamos o no de acuerdo con los mismos.

¿Qué busca obtener el cliente cuando compra?

- Un precio razonable
- Una adecuada calidad por lo que paga
- Una atención amable y personalizada

- Un buen servicio de entrega a domicilio
- Un horario cómodo para ir a comprar (corrido o tener abierto también el fin de semana)
- Cierta proximidad geográfica, si fuera posible
- Posibilidad de comprar a crédito (tarjeta o cheques)
- Una razonable variedad de oferta, (marcas poco conocidas junto a las líderes)
- Un local cómodo y limpio

Estos son los valores más importantes que un pequeño empresario debe privilegiar a la hora de enfrentar las épocas de crisis y superarlas con éxito. De nada sirven las "vivezas" o "picardías" del tipo: "el cliente no sabe nada y no se va a dar cuenta", o la falta de control en ciertas actitudes de empleados y propietario con alguna manifestación de "soberbia" hacia el cliente.

Un cliente se siente insatisfecho cuando no recibe la atención adecuada y además experimenta un comprensible estado de incomodidad. Esto lo lleva a preguntarse: ¿me quejo? ¿o no vuelvo?.

Algunos estudios que se realizaron sobre el particular señalan:

Solo un 3 % de las operaciones de un negocio terminan en una queja.

El 15 % adicional se queja por vías informales, por ejemplo el boca a boca, que puede ser fatal para un negocio.

Un 30 % adicional no se quejará nunca, pero está seguro de tener motivos suficientes para protestar.

Lo seguro, es que ninguno de los tres grupos volverá a comprar en esa firma y además inducirá a muchos para que compren en otro lado.

¿Por qué se pierden los clientes?

Porque se mueren

Porque se mudan a otra parte

Porque se hacen amigos de otros

Por los precios bajos de la competencia

Por la mala calidad de los productos/servicios

Por la indiferencia y la mala atención del personal de ventas y servicio, vendedores, supervisores, gerentes, telefonistas, secretarias, despachantes, repartidores, cobradores y otros en contacto con clientes.

Como se puede apreciar el problema central no está solamente en la deuda que tenemos con los bancos, los impuestos atrasados, dificultades con los

proveedores u otras cuestiones que nos preocupan a diario: "el fondo de la cuestión pasa siempre por la atención y satisfacción del cliente".

Para ilustrar más en detalle sobre este tema se muestra el cuadro siguiente, como resultado de una encuesta realizada en EEUU:

#### Principales causas de insatisfacción del Cliente

|                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------|
| El servicio se brinda en una forma poco profesional 19%               |
| "He sido tratado como un objeto, no como una persona 12%              |
| El servicio no ha sido efectuado correctamente la primera vez 9%      |
| El servicio se prestó en forma incompetente con pésimos resultados 8% |
| La situación empeoró después del servicio 7%                          |
| "He sido tratado con muy mala educación" 6%                           |
| El servicio no se prestó en el plazo previsto 4%                      |
| El precio pagado fue mayor que el que se pactó al principio 4%        |
| Otras causas menores 31%                                              |

Fuentes: "Consumer satisfaction with professional services" Quelch & Ash, 1981

Como se observa el 31 % de casos de mala atención se debe a pequeñas causas menores. Es decir que estas causas tienen un fuerte peso relativo que

hacen bajar el nivel de calidad del servicio; aunque por otro lado se controlen las cinco causas habituales de problemas y que representan el 48% del total.

Por lo tanto, es muy importante que en un negocio se planifiquen y diseñen cuidadosamente todas aquellas tareas que tengan que ver con el contacto directo o indirecto de los clientes.

Es necesario instrumentar un sistema de capacitación y motivación que involucre a todo el personal que interviene en este proceso. Debe haber una clara definición de tareas y responsabilidades, para hacer previsibles los resultados y reducir constantemente la cantidad de clientes insatisfechos. Porque la disminución de los costos por la "no calidad", tiene como contrapartida un aumento de las ventas y la fidelidad de los clientes satisfechos.

[www.infomipyme.cm/docs/qt/administracion/acliente.htm](http://www.infomipyme.cm/docs/qt/administracion/acliente.htm)

## **2.7 Manipulación de Alimentos**

Existe una relación directa y demostrada entre una inadecuada manipulación de los alimentos y la transmisión de enfermedades a través de estos.

La higiene personal y los hábitos higiénicos de los manipuladores de alimentos constituyen uno de los mecanismos más eficaces para prevenir las toxiinfecciones alimentarias entre los consumidores.

A fin de promover y regular estas prácticas, el Ministerio de Sanidad y Consumo elaboró el Real Decreto 202/2000, por el que se establecen las normas relativas a los manipuladores de alimentos.

### **Definición Oficial**

Según la definición recogida en el RD, se consideran manipuladores de alimentos todas aquellas personas que, por su actividad laboral, tienen contacto directo con los alimentos durante la preparación, fabricación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, venta, suministro y servicio.

Además se especifica la categoría de manipuladores en dos tipos:

- **Manipuladores de alto riesgo:** aquéllos que mantienen contacto directo con alimentos que no sufren un tratamiento posterior antes de llegar al consumidor; asimismo pertenecen a esta categoría las personas que intervienen en la elaboración de alimentos (carniceros, panaderos, camareros, etc.)
- **Manipuladores de bajo riesgo:** aquéllos que mantienen contacto con alimentos que sufrirán un proceso de elaboración posterior antes de llegar al consumidor.

[http://www.cosemarozono.es/pdf/equipo\\_31.pdf](http://www.cosemarozono.es/pdf/equipo_31.pdf)

## **2.7.1 Normas de Manipulación de Alimentos**

**A continuación presentamos las:**

**NORMAS SANITARIAS PARA LA AUTORIZACION Y CONTROL DE  
COMEDORES Y PUPUSERIAS N° 008.2004-A SEGÚN EL MINISTERIO DE  
SALUD DE EL SALVADOR**

### **1. UBICACIÓN Y ALREDEDORES**

#### **1.1UBICACIÓN**

1.1.1 Los comedores y pupuserias deben ubicarse en terrenos que no estén en riesgo de inundarse y ni cerca de focos de contaminación tales como promontorios de desechos sólidos, rastros, fábricas donde se elaboren sustancias químicas que se constituyen en potenciales fuentes de contaminación.

#### **1.2 ALREDERORES**

1.2.1 Los alrededores deben encontrarse libres de aguas sucias estancadas, polvo y desechos sólidos, ya que constituyen fuentes de contaminación o albergue de roedores, criaderos de moscas y malos olores.



## **2. INSTALACIONES FISICAS**

### **2.1 DISEÑO**

2.1.1 Estos establecimientos deben disponer de áreas cerradas para la preparación de los alimentos, comedores, o sus materias primas (pupuserías) de tal manera que se elimine el riesgo de contaminación por medio del humo, polvo, u otras. Así como evitar el ingreso de insectos y roedores.

2.1.2 No debe de permitirse la permanencia de animales domésticos dentro del establecimiento.

### **2.2 PISOS**

2.2.1 Los pisos de la cocina incluyendo el lugar donde se encuentra el lavadero en caso que se encuentre afuera de la cocina, y el área donde se consumen los alimentos deben ser fáciles de lavar, de manera que permita mantenerse dicho lugar en condiciones higiénicas.

2.2.2 Los pisos deben estar contruidos de tal manera que pueda evacuarse rápidamente el agua y no se den empozamientos. De preferencia deben tener tapones tipo inodoro.

### **2.3 PAREDES Y TECHOS**

2.3.1 Las paredes internas en particular en el área de cocinas deben ser lisas, fáciles de lavar, de color claro y no absorbente.

2.3.2 Los techos o cielorrasos deben estar contruidos de forma que reduzcan al mínimo la acumulación de suciedad ya que su desprendimiento puede ocasionar la contaminación de los alimentos. Deben ser de fácil limpieza.

### **3. ILUMINACION**

3.1 Las áreas en donde se manipulan y consumen los alimentos deben contar con suficiente luz natural o artificial, de manera que se puedan realizar las actividades de preparación y cocimiento de los alimentos, limpieza, inspecciones y otras actividades que garanticen la inocuidad de los alimentos.

### **4. VENTILACION**

4.1 Debe existir ventilación natural o artificial, puede colocar u extractor de aire acondicionado, de tal manera que permita la circulación suficiente del aire y no se perciban malos olores.

### **5. AGUA**

5.1 Debe disponerse de suficiente abastecimiento y distribución adecuada de agua potable, para realizar las actividades de limpieza y asegurar la inocuidad de los alimentos. En caso se disponga de cisterna o tanque para almacenar agua, estos deben lavarse o desinfectarse casa seis meses, con una concentración mínima de cloro de 100 Mg/ Litro, al 70%. Estos deben permanecer tapados de tal manera que no se

presente el riesgo de que ingresen insectos, roedores o cualquier otro tipo de contaminación.

5.2 Se debe efectuar el análisis en el balneario, pero si esto no es posible se debe realizar la medición del cloro residual en prueba de campo. Debe cumplir con la norma de agua potable.

5.3 Si se utilizan cantaros u otros depósitos, para almacenar agua, estos deben mantenerse tapados y limpios.

## **6. MANEJOS Y DISPOSICION DE DESECHOS LIQUIDOS Y SOLIDOS**

6.1 Debe disponer de sistema de tubería para eliminar las aguas servidas a manera de evitar que se arrojen al piso o a la canaleta de aguas lluvias, provocando la proliferación de moscas y poniendo en riesgo la inocuidad de los alimentos.

6.2 Debe disponer de recipientes para desechos sólidos en cantidad suficiente, lavables y con tapaderas para evitar que esta al estar descubierta atraiga insectos y roedores, de preferencia deben ser de pedal. Estos deben lavarse diariamente y disponer de bolsa dentro de un recipiente para que se facilite el manejo de la misma.

6.3 En caso que no se pueda eliminar los desechos sólidos diariamente, debe destinarse un lugar alejado del establecimiento de alimentos para almacenar los desechos sólidos en recipientes cerrados. Estos deben mantenerse limpios.

## **7. INSTALACIONES SANITARIAS**

7.1 Cada establecimiento debe disponer de lavamanos para el uso de los clientes con suficiente agua, toallas de papel, jabón desinfectante líquido o jabón pastilla. Debe disponer de un recipiente para depositar el papel toalla utilizado. En los casos extremos que no es posible disponer de lavamanos, deben utilizar bidones plásticos con chorro, los que deben permanecer limpios y provistos de agua potable, esto no quita que debe poner a la disposición jabón y papal toalla u otra forma higiénica para secarse las manos.

7.2 Los establecimientos deben contar con lava trastos en la cocina y deben mantenerlos funcionando adecuadamente y limpios.

## **8. LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN EN EL ÁREA DE PROCESAMIENTO Y EQUIPO.**

8.1 Los pisos, paredes, puertas, ventanas y techos de la cocina y de los lugares donde se consumen y preparan los alimentos deben limpiarse con la periodicidad necesaria a manera que se mantengan limpios y libres de grasa.

8.2 Los platos, tazas y cubiertos deben ser lavados adecuadamente y las mantas utilizadas para limpiar las mesas deben estar limpias.

8.3 Los utensilios deben guardarse adecuadamente en muebles que no permitan el ingreso de insectos y roedores

8.4 Las tablas para picar deben ser de acrílicos o polietileno y estar libre de hendiduras, disponer de una tabla para alimentos crudos y otra para cocidos.

Los cuchillos deben lavarse y desinfectarse después de usarlos para productos crudos.

8.5 Las mesas que se utilicen en el procesamiento de alimentos deben lavarse y desinfectarse al iniciar y al finalizar la jornada.

8.6 Los entrepaños, gavetas y repisas deben estar limpios.

8.7 Los recipientes para cocinar deben estar en buen estado, provistos con mangos, sin mohocidades a manera que no presenten riesgo de contaminación química.

8.8 Los espacios de los pasillos y la ubicación de la cocina, refrigeradoras u otros deben ser tal que permitan la limpieza del local. Si esto no es posible porque el espacio es reducido, es conveniente que se acondicionen rodos para que se facilite moverlos a la hora de hacer la limpieza.

8.9 Las planchas utilizadas para cocinar alimentos, entre estos la pupusas deben lavarse adecuadamente de tal manera que sea eliminada la grasa de todas las esquinas de las mismas, esto debe hacerse al finalizar el trabajo del día. Al iniciar sus labores deben hacer también una limpieza general del área de trabajo.

## **9. CONTROL DE INSECTOS Y ROEDORES**

9.1 Los propietarios de los establecimientos deben mantener el control de insectos y roedores con la periodicidad que amerite. Si el control lo realiza una empresa fumigadora debe presentar constancia de fumigación.

9.2 Deben adoptarse todas las medidas que el personal de salud les recomiende para prevenir la infección.

9.3 Deben emplearse de preferencia barreras físicas, en el caso de que estas no sean efectivas deben utilizarse plaguicidas, los cuales deben estar autorizados por la entidad correspondiente y deben contar con su fecha de vencimiento.

No debe haber presencia de cucarachas, no roedores u otro insecto.

9.4 Antes de aplicar los plaguicidas se debe tener cuidado de proteger todos los alimentos, equipos y utensilios para evitar la contaminación.

9.5 Después del tiempo de contacto necesario los residuos de plaguicidas deben limpiarse minuciosamente.

9.6 Todos los plaguicidas utilizados deben guardarse adecuadamente bajo llave, fuera del lugar de preparación y procesamiento de la materia prima y productos terminados y mantenerlos debidamente identificados.

9.7 En caso que el control lo realice por su cuenta, debe presentar los registros de las fechas en que ha realizado el control, sustancias químicas y cantidades utilizadas, métodos físicos empleados y cualquier

otra información pertinente que permita verificar que el control se está realizando.

## **10. SALUD DEL MANIPULADOR**

10.1 Las personas responsables de los establecimientos deben asegurar en forma permanente el buen estado de salud de su personal. Para ello debe consultar en la Unidad de Salud respectiva en donde le indicaran los exámenes necesarios de acuerdo a la “Guía de Evaluación de Salud del Manipulador de Alimentos”.

10.2 Todo el personal cuyas funciones estén relacionadas con la manipulación de los alimentos debe someterse a exámenes médicos previo a iniciar un trabajo el propietario debe mantener los exámenes clínicos actualizados y renovarse como mínimo cada seis meses, a excepción del examen de tórax que debe realizarse cada año.

10.3 No debe permitirse el acceso al área donde se manipulan los alimentos a las personas que se sabe o sospecha que padecen o son portadores de alguna enfermedad que pueda transmitirse por medio de alimentos, cualquier persona que se encuentre en esas condiciones debe informar inmediatamente al responsable del establecimiento, sobre los síntomas y someterse a exámenes médicos.

10.4 Entre los síntomas que deben comunicarse al responsable del establecimiento para que se considere la necesidad de someter a una

persona a examen médico a la posibilidad de excluirla de la manipulación de alimentos, cabe señalar los siguientes:

- a) Ictericia
- b) Diarrea
- c) Vómitos
- d) Fiebre
- e) Dolor de garganta y fiebre
- f) Lesiones de la piel visiblemente infectadas (furúnculos, cortes y otros)
- g) Secreción de los oídos, los ojos o nariz

## **11. CAPACITACIÓN**

11.1 El personal de los establecimientos debe recibir el curso de capacitación sobre la Buenas Prácticas de Manufacturas, impartido por personal de salud o una asociación especializada en el área. Este curso debe realizarse como mínimo cada año o en un menor tiempo si fuese posible y necesario.

## **12. HABITOS HIGIENICOS EN EL TRABAJO**

12.1 El personal que manipula alimentos debe bañarse diariamente antes de ingresar a sus labores.

12.2 Toda persona que trabaja manipulando alimentos debe, lavarse las manos frecuentemente y minuciosamente con jabón liquido sin olor, con agua potable y suficiente. Estas personas deben lavarse las manos antes



de comenzar el trabajo, inmediatamente después de haber usado los servicios sanitarios, después de manipular cualquier material contaminado y en todas las ocasiones que sea necesario, mientras esta laborando.

12.3 Las personas que manipulan alimentos no deben usar anillos, aretes, relojes, pulseras o cualquier adorno que pueda entrar en contacto con el producto que se manipule.

12.4 Debe evitar fumar, escupir, masticar chicle, comer en las horas laborales, estornudar, toser, hablar, bostezar sobre los alimentos, rascarse, tocarse el cabello y la cara, rascarse la cabeza, tocarse la nariz u oídos, mientras se encuentre manipulando alimentos ya que se corre el riesgo de contaminarlos.

### **13. PRESENTACIÓN E HIGIENE PERSONAL**

13. 1 Usar uniforme completo, gorro o redecilla, gabacha o delantal color claro, zapatos, cerrados y antideslizantes, limpio y exclusivo para trabajar. No deben usarse vestidos o camisas sin manga.

13.2 Conservar las uñas limpias, recortadas y sin esmalte.

13.3 Cambiarse el uniforme diariamente.

13.4 Los hombres deben mantener el pelo, bigote y barba recortados y limpios, las uñas limpias y recortadas.

## **14. PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS**

14.1 Las frutas, verduras y hortalizas deben lavarse y desinfectarse, para tal efecto puede utilizarse yodo y puriagua, en las concentraciones recomendadas en la etiqueta o cualquier otro desinfectante aprobado para alimentos.

14.2 Los alimentos deben descongelarse en la parte inferior del refrigerador o hacer uso del horno microondas. Deben descongelarse las porciones que se utilizaran en el momento, no es conveniente someter los alimentos a procesos de descongelación y luego a congelación nuevamente.

14.4 Se debe asegurar que el personal responsable de la elaboración de los alimentos cocine bien los alimentos. Cuando un alimento se ha conservado adecuadamente a la temperatura de refrigeración, se podrá recalentar el día siguiente lo suficiente para que la temperatura sea uniforme en todo el alimento.

14.5 Las materias primas que se utilizan deben ser seleccionados adecuadamente y cumplir con las características organolépticas y los utensilios para la colocación de los alimentos debe ser material adecuado y estar en buen estado, libres de oxidación, limpios y desinfectados.

## **15. SERVICIO DE LOS ALIMENTOS**

15.1 Los alimentos que se consumen calientes deben mantenerse y servirse calientes hasta una temperatura de 60°C o más y deben mantenerse cubiertos.

15.2 Los alimentos que se consumen fríos deben conservarse a temperatura de 4°C a 7°C en refrigeración, separados de los productos crudos y mantenerlos cubiertos. Si no se cuenta con equipos refrigerantes pueden utilizarse otras alternativas para mantener las temperaturas adecuadas, que garanticen la inocuidad de alimentos.

15.3 Cuando se enfríen bebidas utilizando hielo, este debe utilizarse únicamente para este fin y no para consumirlo con las bebidas.

15.4 Se debe evitar contaminar los alimentos al momento de servirlos, utilizando pinzas u otros utensilios adecuados para evitar el contacto directo con las manos y cumpliendo con los hábitos higiénicos del numeral 12 y 13.

15.5 Los cubiertos deben estar limpios y protegidos.

15.6 Debe evitarse el ingreso a personas ajenas al área de cocina.

15.7 Los vasos, tazas y platos para servir los alimentos y bebidas deben tomarse por la parte inferior, evitando el contacto de las manos con el borde superior al momento de servir.

## **16. CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS**

16.1 Los equipos refrigerantes deben funcionar adecuadamente y no deben sobrepasar la capacidad, porque se corre el riesgo de que los alimentos no se mantengan a las temperaturas adecuadas y por lo tanto que estos se descompongan.

16.2 Las puertas, empaques, charolas y rejillas del equipo de refrigeración deben lavarse cada quince días.

16.3 Los productos crudos (frutas y hortalizas) deben colocarse en la parte inferior del refrigerador. No deben almacenarse productos crudos con productos terminados. Los alimentos con fechas de vencimiento, caducadas, latas, botellas o con otras deficiencias deben desecharse adecuadamente. Los alimentos preparados y las pupusas deben mantenerse debidamente tapados.

16.4 los productos perecederos deben conservarse a las temperaturas descritas en el anexo II.

16.5 El preparado utilizado para el relleno de las pupusas debe mantenerse a temperatura de refrigeración, en tanto no se esté utilizando.

## **17. MANEJO DE SUSTANCIAS QUÍMICAS**

17.1 Los plaguicidas u otras sustancias químicas, incluyendo detergentes, lejías y jabón, deben mantenerse en lugares seguros utilizando para ello gavetas con llave. Deben mantenerse alejados de las

materias primas, ingredientes y productos terminados, así como de la cocina.

17.2 Todas las sustancias químicas y plaguicidas deben mantenerse en recipientes, sellados y debidamente etiquetados y deben estar autorizados por la autoridad competente.

17.3 Los recipientes vacíos que hayan contenido plaguicidas deben eliminarse adecuadamente.

[www.gaisa-mspas.gob.sv](http://www.gaisa-mspas.gob.sv)

## **2.8 Buenas Prácticas de Manufacturas**

Las buenas prácticas de manufacturas se aplican a todos los procesos de manipulación de alimentos y son una herramienta fundamental para la obtención de un proceso inocuo, saludable y sano.

<http://www.labind.com/archivos/BuenasPracticas.pdf>

- **Concepto**

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) están conformadas por un conjunto de normas aplicables a plantas donde se preparan y procesan alimentos. Los contenidos correspondientes, también son aplicables al caso de almacenes de alimentos.

[http://bpa.perucom/bpm.htm#Buenas Practicas en Manufactura,](http://bpa.perucom/bpm.htm#Buenas_Practicas_en_Manufactura)

[Empaque o Almacenaje de Alimentos](#)

Las Buenas Prácticas de Manufactura también conocidas como BPM son procedimientos de higiene y manipulación, que constituyen los requisitos básicos e indispensables para participar en el mercado.

<http://www.mundohelado.com/calidad/buenaspraticas.htm>

Las buenas prácticas de manufactura son una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y forma de manipulación.

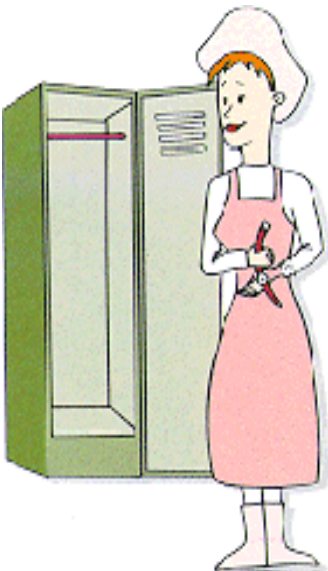
- Son útiles para el diseño y funcionamiento de los establecimientos y para el desarrollo de procesos y productos relacionados con la alimentación.
- Contribuyen al aseguramiento de una producción de alimentos seguros, saludables e inocuos para el consumo humano.
- Son indispensables para la aplicación del sistema HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control) de un Programa de Gestión de Calidad como ISO 9000.
- Se asocian con el control a través de inspecciones del establecimiento.

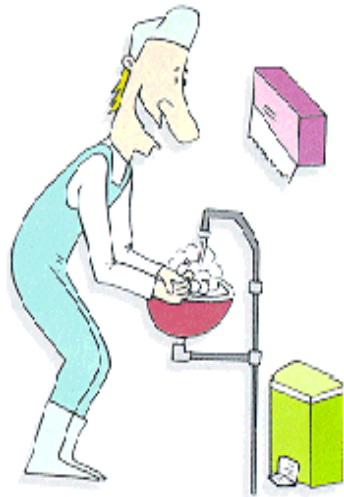
[http://www.alimentosargentinos.gov.ar/programa\\_calidad/calidad/boletines/bolet\\_bpm.PDF](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/programa_calidad/calidad/boletines/bolet_bpm.PDF)

### 2.8.1 BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA DE ALIMENTOS

| VESTUARIO                                                                                                                                                                                        |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Deje su ropa y zapatos de calle en el vestuario.</li><li>• No use ropa de calle en el trabajo, ni venga con la ropa de trabajo desde la calle.</li></ul> |                                                                                    |

| VESTIMENTA DE TRABAJO                                                                                                                                                    |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Cuide que su ropa y sus botan estén limpias.</li><li>• Use calzado adecuado, cofia y guantes en caso de ser necesario.</li></ul> |                                                                                       |

| HIGIENE PERSONAL                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuídese su aseo personal.</li> <li>• Mantenga sus uñas cortas.</li> <li>• Use el pelo recogido bajo la cofia.</li> <li>• De su reloj, anillos, aros o cualquier otro elemento que pueda tener contacto con algún producto y/o equipo.</li> </ul> |  |

| LAVADO DE MANOS                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuándo?</li> <li>• Al ingresar al sector de trabajo.</li> <li>• Después de utilizar los servicios sanitarios.</li> <li>• Después de tocar los elementos ajenos al trabajo que están realizando.</li> <li>• ¿Cómo?</li> <li>• Con agua caliente y jabón.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Usando cepillo para uñas.</li> <li>• Secándose con toallas descartables.</li> </ul>  |



| LAVADO DE BOTAS                                                                                             |                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Lave sus botas cada vez que ingresa al sector de trabajo.</li></ul> |  |

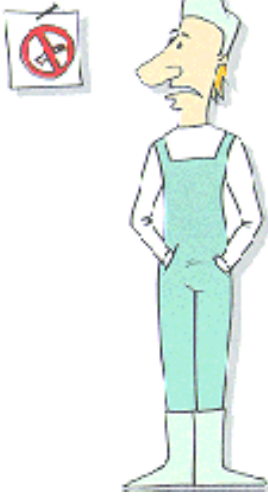
| ESTADO DE SALUD                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Evite el contacto con alimento si padece afecciones de piel, heridas, resfríos, diarrea, o intoxicaciones.</li><li>• Evite toser o estornudar sobre los alimentos y equipo de trabajo.</li></ul> |  |

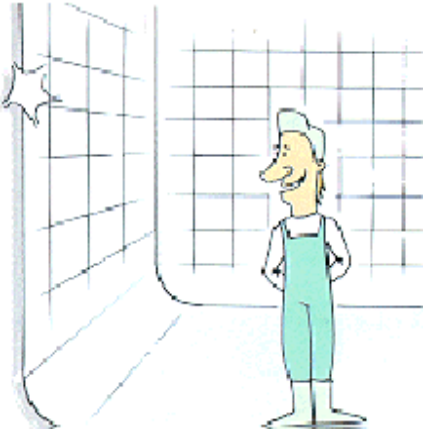
| CUIDAR LAS HERIDAS                                                                                                                            |                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• En caso de tener pequeñas heridas, cubrir las mismas con vendajes y envoltura impermeables.</li></ul> |  |

| RESPONSABILIDADES                                                                                                                                                                                                   |                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Realice cada tarea de acuerdo a las instrucciones recibidas.</li><li>• Lea con cuidado y atención las señales y carteles indicadores.</li><li>• Evite accidentes.</li></ul> |  |

## ATENCIÓN CON LAS INSTALACIONES

| CUIDE SU SECTOR                                                                                                                                       |                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantenga sus utensilios de trabajo limpios.</li> <li>• Arroje los residuos en el correspondiente.</li> </ul> |  |

| RESPETE LOS “NO” DEL SECTOR                                                                                                   |                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• No fumar.</li> <li>• No beber.</li> <li>• No comer.</li> <li>• No salivar</li> </ul> |  |

| LIMPIEZA FÁCIL                                                                                                                                                                                                                      |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para facilitar las tareas de limpieza se recomienda:</li> <li>• pisos impermeables y lavables.</li> <li>• Paredes claras, lisas y sin grietas.</li> <li>• Rincones redondeados.</li> </ul> |                                                                                    |

### ATENCIÓN CON EL PRODUCTO

| CUIDADOS CON LOS ALIMENTO                                                                                                                                                                                                                           |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¡Evite la contaminación cruzada!</li> <li>• ¿Cómo?</li> <li>• Almacene en lugares separados al producto y la materia prima.</li> <li>• Evite circular desde un sector sucio a un sector limpio.</li> </ul> |                                                                                      |

[http://comeralic.blogspot.com/2011/08/las-buenas-practicas-de-manufactura\\_18.html](http://comeralic.blogspot.com/2011/08/las-buenas-practicas-de-manufactura_18.html)

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipos de Investigación**

La investigación que se realiza es Explicativa –Descriptiva.

Explicativa porque se evaluara la calidad de los servicios del Turicentro Municipal Shutecat en Caluco, ya que el tema no ha sido abordado y suficientemente estudiado. Descriptiva ya que se describirán los componentes principales de los servicios que se ofrecen, a su vez, ésta investigación consiste en saber el criterio de los turistas que visitan el lugar y la calidad de servicios que ofrece el Turicentro Municipal Shutecat en Caluco.

#### **3.2 Población y muestra**

##### **3.2.1 Población**

La población para esta investigación está conformada por personas que visitan y hacen uso de los servicios del Turicentro Municipal Shutecat en Caluco.

##### **3.2.2 Muestra**

Para la investigación se utilizo el tipo de muestreo intencionado, el cual se basa en determinar cuáles son los elementos que integran la muestra confiando en que el grupo que se ha seleccionado es representativo a la población. A partir

de los datos obtenidos en la muestra, se hace extensivos (generalizados) los resultados a toda la población. Se utiliza principalmente cuando se tiene dificultad para listar a los elementos de toda la población, dificultad para tener acceso a toda la población en estudio o cuando el investigador conoce ampliamente las características de la población.

Moreno Bayardo, María Guadalupe (1986) Introducción a la Metodología de la Investigación Educativa. Editorial Progreso México.

Se opto por este tipo de muestreo ya que no hay registros confiables de las personas que ingresan al turicentro, por lo que la muestra a utilizar será de 40 personas porque fue el número de turistas que se pudo observar en un día regular que se visito el Turicentro Municipal Shutecat.

### **3.3 Marco Muestral**

#### **3.3.1 Sujeto de Muestra**

La población de la investigación estará conformada por personas de 18 a 65 años que visitan y hacen usos de los servicios del Turicentro Municipal Shutecat.

### **3.4 Técnicas e instrumentos**

Los instrumentos de recolección para la investigación son:

### **3.4.1 Método de Encuesta**

Se administrara por la técnica del cuestionario y será dirigida a personas de 18 a 65 años con el propósito de conocer la opinión sobre la problemática.

#### **Instrumento**

Se utilizara un cuestionario de 10 preguntas para conocer la opinión de las personas sobre la calidad de los servicios que se están proporcionando en el Turicentro Municipal Shutecat, la encuesta está estructurada de la siguiente manera: encabezado, logo, saludo, presentación, objetivo, datos de clasificación, cuerpo del cuestionario.

### **3.4.2 Procedimiento para recolectar la información**

Una vez realizada la recolección de datos se llevara a cabo un análisis estadístico de la investigación partiendo de una tabla de distribución de datos para graficar los resultados y analizar el problema. Esta permitirá conocer diferentes resultados sobre los servicios de calidad que perciben los visitantes del Turicentro Municipal Shutecat.

## CAPITULO IV

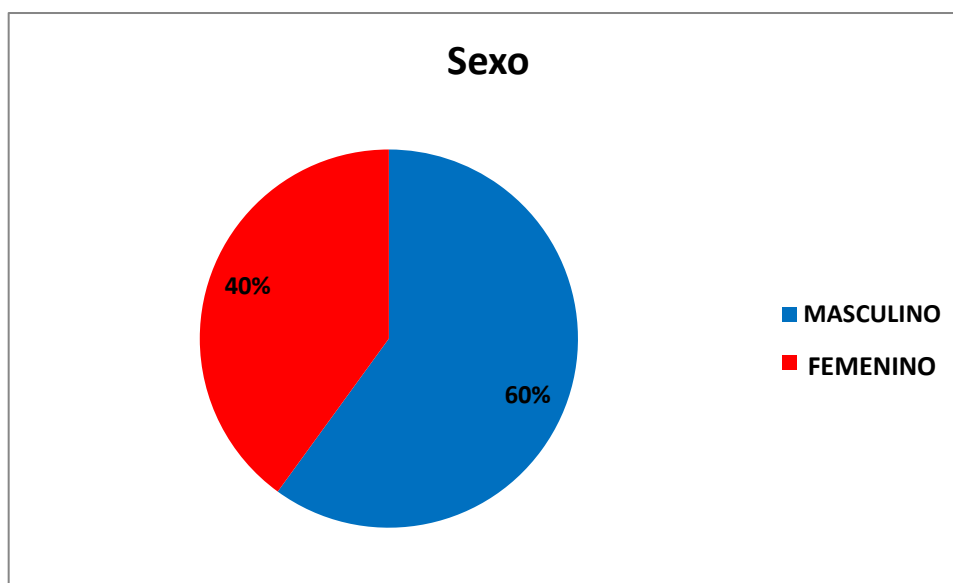
### Presentación de Resultados

#### 4.1 Tabulación de la Información.

##### 1. SEXO

##### Datos de Clasificación

| SEXO      | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| Masculino | 24         | 60%        |
| Femenino  | 16         | 40%        |
| Total     | 40         | 100%       |

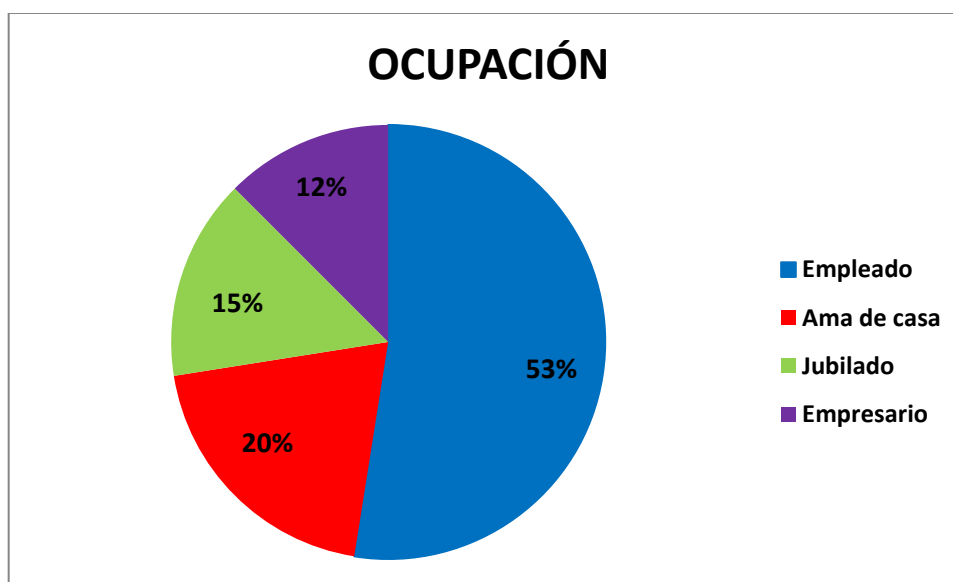


**Análisis:** De acuerdo a los datos mostrados en el anterior grafico el 60% de los encuestados son del sexo masculino, mientras que el 40% son del sexo femenino.



## 2. OCUPACIÓN

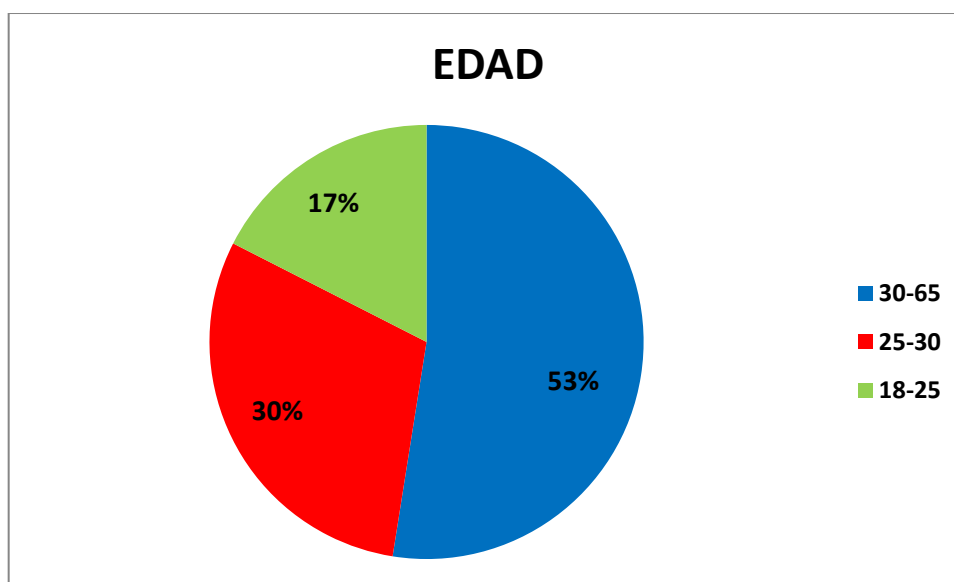
| OCUPACIÓN   | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| Empleado    | 21         | 53 %       |
| Ama de casa | 08         | 20 %       |
| Jubilado    | 06         | 15 %       |
| Empresario  | 05         | 12 %       |
| Total       | 40         | 100%       |



**Análisis:** Los datos reflejan que un amplio sector de las personas encuestadas son empleados con un 53%, el 20% son amas de casa, el 15% jubilado y finalmente 12% empresarios.

### 3. EDAD

| EDAD  | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------|------------|------------|
| 30-65 | 21         | 53 %       |
| 25-30 | 12         | 30 %       |
| 18-25 | 7          | 17 %       |
| Total | 40         | 100%       |



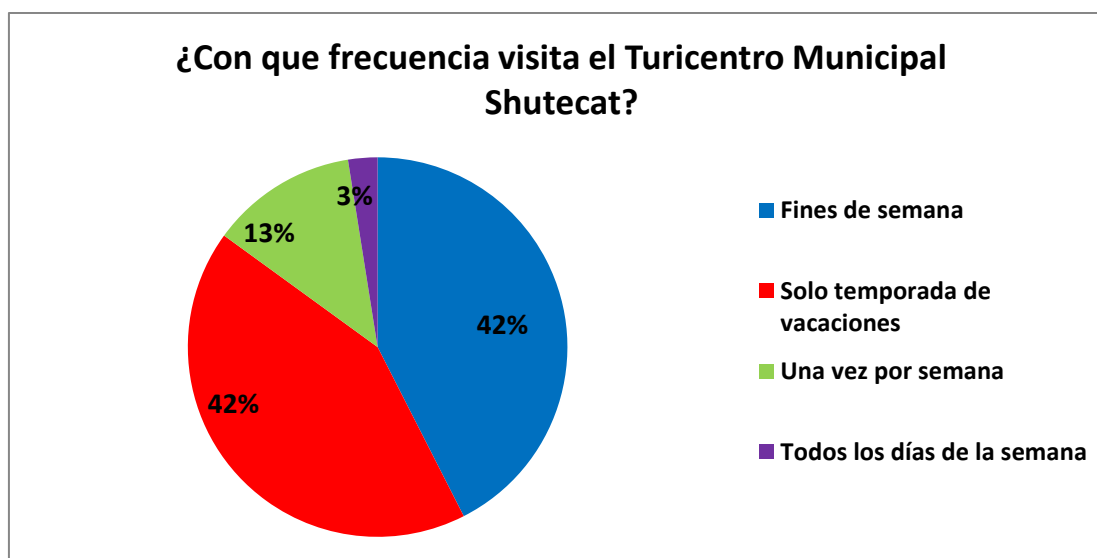
**Análisis:** Al observar los datos y las edades de los encuestados se refleja un 53% con edades de 30 - 65 años, el 30% con edades de 25 – 30 años y el 17% de los encuestados está entre los 18 – 25 años.

### **Análisis e interpretación de la recolección de datos.**

Pregunta 1. ¿Con que frecuencia visita el turicentro municipal Shutecat?

Objetivo: Identificar con qué frecuencia las personas visitan el turicentro municipal Shutecat.

| OPCIONES                     | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|------------|
| Fines de semana              | 17         | 42 %       |
| Solo temporada de vacaciones | 17         | 42 %       |
| Una vez por semana           | 5          | 13 %       |
| Todos los días de la semana  | 1          | 3 %        |
| Total                        | 40         | 100%       |

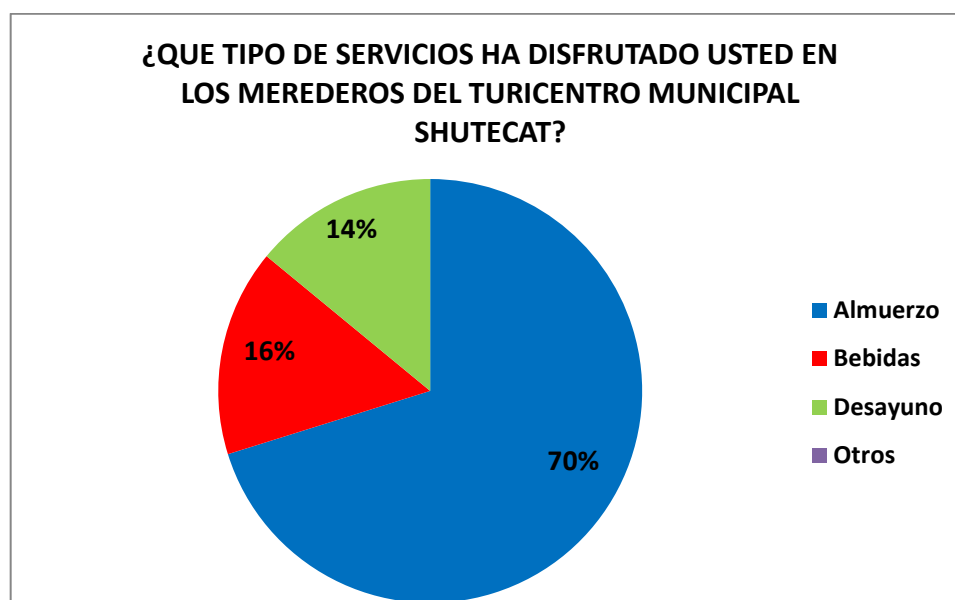


**Análisis:** Se puede observar que el 42% de los turistas prefieren visitar las instalaciones los fines de semana, por lo cual 42% prefiere hacerlo solo en temporada de vacaciones, el 13% lo visitan una vez por semana y el 3% lo visitan todos los días.

Pregunta 2. ¿Qué tipo de servicios ha disfrutado usted en los merenderos del turicentro municipal Shutecat?

OBJETIVO: Conocer qué tipo de servicio han disfrutado los turistas en los merenderos del turicentro municipal Shutecat.

| OPCIONES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------|------------|------------|
| Almuerzo | 40         | 70%        |
| Bebidas  | 9          | 16%        |
| Desayuno | 8          | 14%        |
| Otros    | 0          | 0%         |
| Total    | 57         | 100%       |

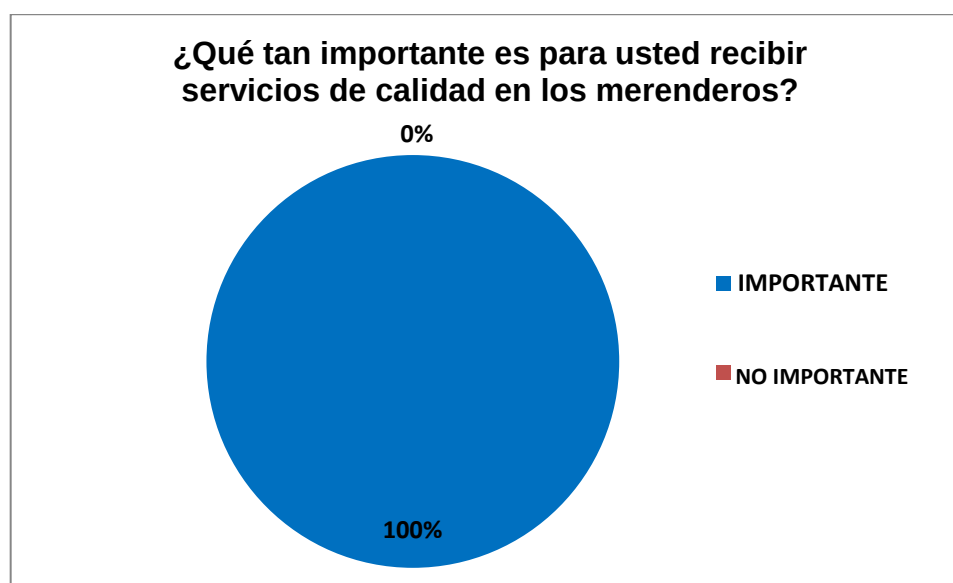


**Análisis:** Los datos revelan que el 70% de los turistas han almorzado en los merenderos, 16% han consumido bebidas y un 14% han degustado los desayunos.

Pregunta 3. ¿Qué tan importante es para usted recibir servicios de calidad en los merenderos?

OBJETIVO: Identificar que tan importante es para los turistas recibir servicios de calidad en los merenderos.

| OPCIONES      | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------|------------|------------|
| Importante    | 40         | 100%       |
| No importante | 0          | 0%         |
| Total         | 40         | 100%       |



**Análisis:** Se ha detectado que para los turistas que visitan los merenderos del turicentro Municipal Shutecat es importante recibir servicios de calidad, ya que está representado por el 100%.

Pregunta 4. ¿Considera usted que los servicios de atención al cliente que le ofrecen los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat satisfacen sus expectativas?

OBJETIVO: Identificar si los servicios de calidad que se ofrecen en los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat satisfacen las expectativas de los turistas.

| OPCIONES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------|------------|------------|
| Sí       | 32         | 80%        |
| No       | 8          | 20%        |
| Total    | 40         | 100%       |

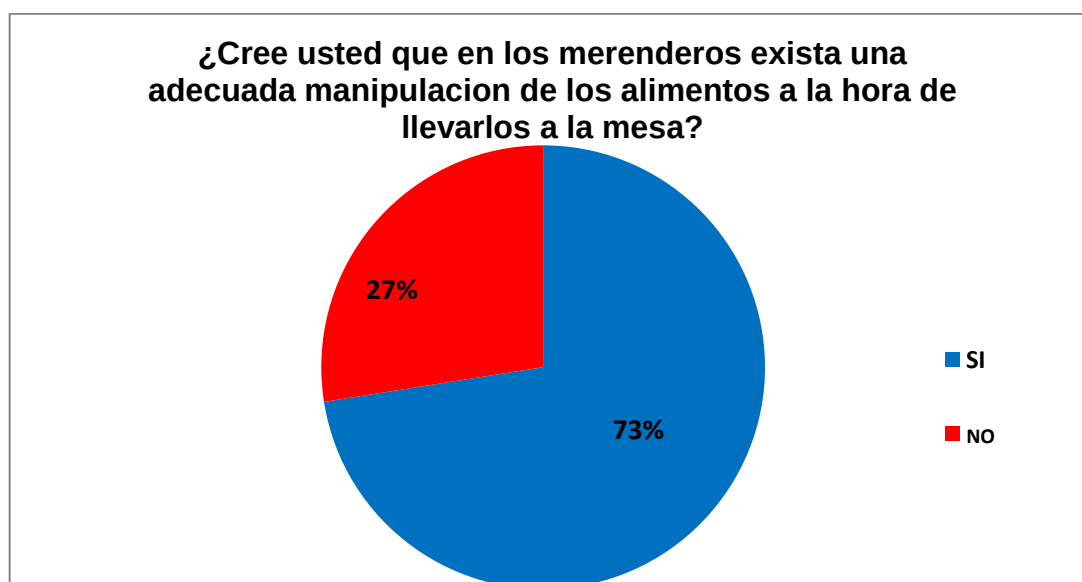


**Análisis:** Los datos revelan que para el 80% de los turistas están satisfechos con los servicios que le ofrecen en los merenderos, mientras que un 20% dice no estar satisfechos.

Pregunta 5. ¿Cree usted que en los merenderos exista una adecuada manipulación de los alimentos a la hora de llevarlos a la mesa?

OBJETIVO: Conocer si en los merenderos existe una adecuada manipulación de los alimentos a la hora de llevarlos a la mesa.

| OPCIONES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------|------------|------------|
| Sí       | 29         | 73%        |
| No       | 11         | 27%        |
| Total    | 40         | 100%       |

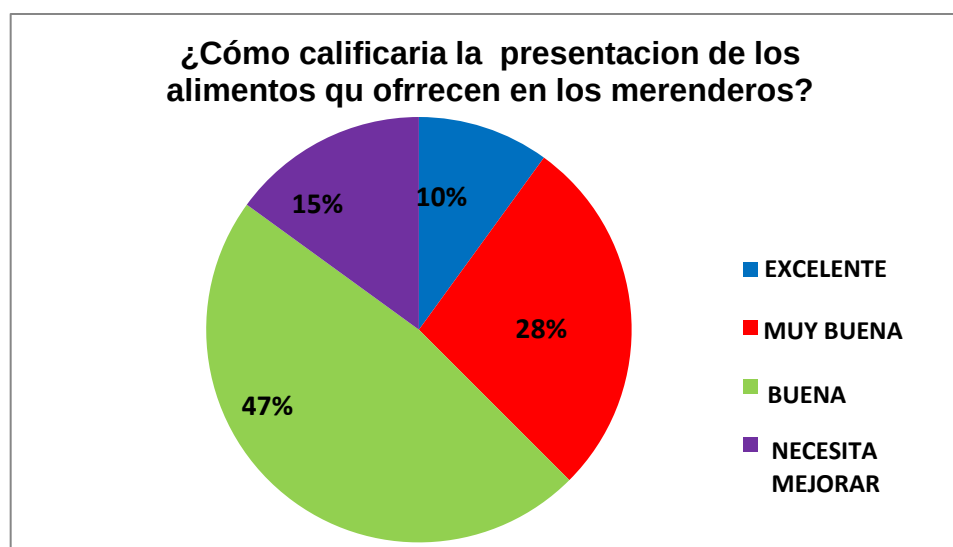


**Análisis:** Los datos reflejan que el 73% de los turistas perciben una buena manipulación de los alimentos al momento de llevarlos a la mesa y un 27% dicen no estar de acuerdo.

Pregunta 6. ¿Cómo calificaría la presentación de los alimentos que ofrecen en los merenderos?

OBJETIVO: Conocer como los turistas califican la presentación de los alimentos que ofrecen en los merenderos

| OPCIONES         | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------|------------|------------|
| Excelente        | 4          | 10%        |
| Muy buena        | 11         | 28%        |
| Buena            | 19         | 47%        |
| Necesita mejorar | 6          | 15%        |
| Total            | 40         | 100%       |



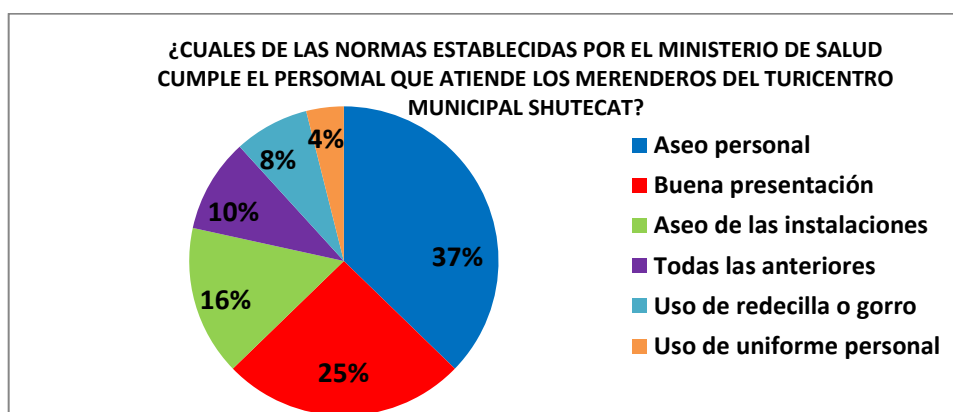
**Análisis:** De acuerdo a los datos representados en la grafica el 47% califica la presentación de los alimentos como buena, un 28% la perciben muy buena, el 15% opina que necesita mejorar la presentación de los alimentos y el 10% dice que es excelente.



Pregunta 7. ¿Cuáles de las normas establecidas por el Ministerio de Salud cumple el personal que atiende los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat?

OBJETIVO: Conocer cuáles son las normas establecidas por el Ministerio de Salud que cumple el personal que atiende los merenderos.

| OPCIONES                  | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------------|------------|------------|
| Aseo personal             | 19         | 37%        |
| Buena presentación        | 13         | 25%        |
| Aseo de las instalaciones | 8          | 16%        |
| Todas las anteriores      | 5          | 10%        |
| Uso de redecilla o gorro  | 4          | 8%         |
| Uso de uniforme personal  | 2          | 4%         |
| Total                     | 51         | 100%       |



**Análisis:** según la investigación el 37% de los turistas han observado que el personal que atiende los merenderos practica el aseo personal, el 25% dijo que la buena presentación, el 16% aseo de las instalaciones, un 10% todas las anteriores, 8% uso de redecilla y un 4% opina que practican el uso de uniforme adecuado.

Pregunta 8. ¿Considera usted que si se implementan mejores servicios de calidad como mejorar la atención al cliente a la hora de servirle, presentación de los alimentos, rapidez a la hora de servirle su platillo aumentara su consumo?

OBJETIVO: Identificar que si se implementan mejores servicios de calidad aumentara el consumo de los turistas.

| OPCIONES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------|------------|------------|
| Sí       | 38         | 95%        |
| No       | 2          | 5%         |
| Total    | 40         | 100%       |

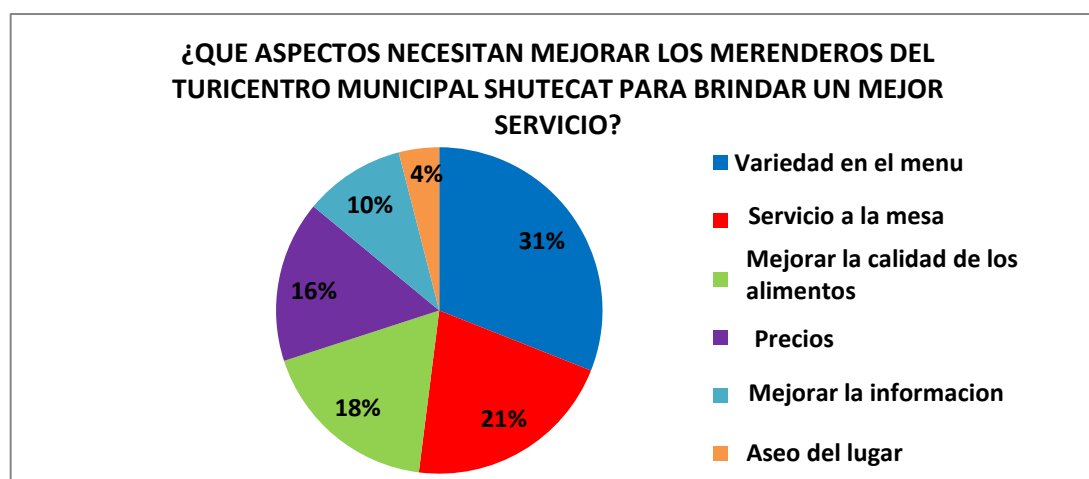


**Análisis:** Se observa que el 95% de los turistas opina que si se implementan mejores servicios de calidad aumentara su consumo y un 5% dijo que no.

Pregunta 9. ¿Qué aspectos necesitan mejorar los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat para brindar un mejor servicio?

OBJETIVO: Conocer que aspectos necesitan mejorar los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat para poder brindar un mejor servicio.

| OPCIONES                            | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------------|------------|------------|
| Variedad en el menú                 | 23         | 31%        |
| Servicio a la mesa                  | 15         | 21%        |
| Mejorar la calidad de los alimentos | 13         | 18%        |
| Precios                             | 12         | 16%        |
| Mejorar la información              | 17         | 10%        |
| Aseo del lugar                      | 3          | 4%         |
| Total                               | 73         | 100%       |

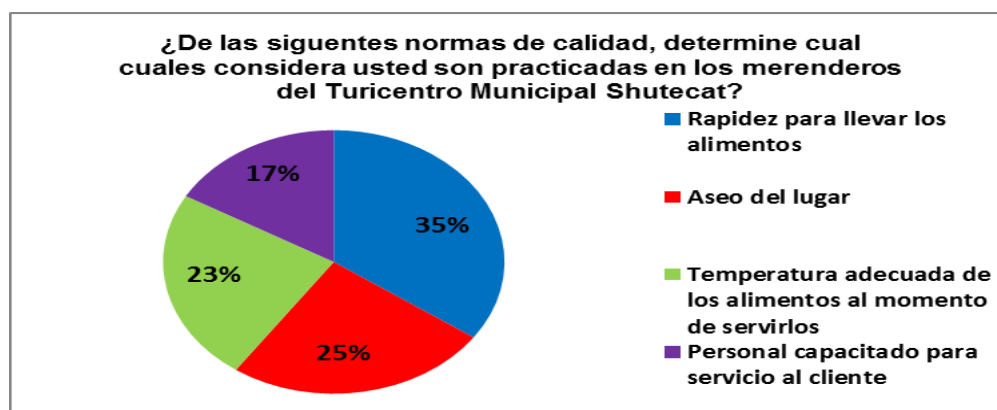


**Análisis:** Se observa que los encuestados opinan que los aspectos que necesitan mejorar en los merenderos para brindar un mejor servicio son variedad en el menú con 31%, 21% servicio a la mesa, 18% mejorar la calidad de los alimentos, 16% precios, el 10% mejorar la información y un 4% dijo aseo del lugar.

Pregunta 10. ¿De las siguientes normas de calidad, determine cuales considera usted son practicadas en los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat?

OBJETIVO: determinar que normas de calidad los turistas creen que se practican en los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat.

| OPCIONES                                                      | FRECUENCIAS | PORCENTAJES |
|---------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Rapidez para llevar los alimentos                             | 25          | 35%         |
| Aseo del lugar                                                | 18          | 25%         |
| Temperatura adecuada de los alimentos al momento de servirlos | 17          | 23%         |
| Personal capacitado para servicio al cliente                  | 12          | 17%         |
| Otros                                                         | 0           | 0%          |
| Total                                                         | 72          | 100%        |



**Análisis:** Los datos nos reflejan que los turistas perciben que las normas de calidad que se practican en los merenderos son: rapidez para llevar los alimentos con un 35%, 25% aseo del lugar, 23% temperatura adecuada de los alimentos al momento de servirlos y un 17% opina que en los merenderos hay personal capacitado para servicio al cliente.

## **CAPITULO V**

### **Conclusiones y Recomendaciones**

#### **5.1 Conclusión**

Al finalizar la investigación se ha detectado que para los turistas que visitan los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat, es importante recibir servicios de calidad, ya que está representado por el 100% de los encuestados.

Las principales deficiencia en los servicios que se brindan en los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat influyen para brindar el 100% de calidad, son principalmente los turistas necesitan una variedad en el menú, un mejor servicio a la mesa desde tomar la orden adecuadamente hasta que el cliente se retira, así como percibir un personal que se interese por su presentación.

Otro factor que se destaca en la investigación es el proceso de la manipulación de los alimentos para brindar servicios de calidad a los clientes, al momento de servirlos en la mesa así como también se considera la presentación de los alimentos que se ofrecen e influye en la satisfacción del cliente.

Se ha determinado que si se implementan mejores servicios de calidad, basado en el cumplimiento de las normas establecidas esto ayudaría a aumentar el consumo de los turistas en los merenderos.

Se identificó que al aplicar adecuadamente los lineamientos mejoran los servicios que se ofrecen en el Turicentro Municipal Shutecat de Caluco y aumentara el incremento de turista.

## **5.2 Recomendaciones**

De acuerdo a la investigación desarrollada en cuanto a los servicios de calidad que se brindan en el Turicentro Shutecat que se encuentra en Caluco municipio de Sonsonate se presentan las siguientes recomendaciones.

- Se le recomienda al personal que atiende los merenderos que mejoren los servicios de atención al cliente, ya que el 20% de los turistas dijeron que no satisfacen sus expectativas, sobre el servicio a la mesa ya que no solo consiste en brindar el servicio de los alimentos sino en atender al visitante desde que llega hasta que se retire del lugar incluso cuando solicitan comida para llevar.
- Los merenderos del Turicentro deberían de incluir más variedad en su menú como diferentes tipos de sopas (sopa de res, sopa de pata, mariscada), carne a la plancha y a su vez ofrecer variedad de bebidas como, refrescos y licuados de frutas naturales, ya que en la respectiva encuesta se identificó que los turistas solicitan diferentes platillos y esto a la vez aumentaría más el flujo de turistas en el Turicentro Municipal Shutecat.

- Se recomienda a los arrendatarios de los merenderos que es importante llevar a cabo un programa de capacitación al personal que atiende los merenderos con la asesoría de la Alcaldía y a través de cursos de INSAFORP sobre servicio de atención al cliente y con un supervisor de cumplimiento de la Unidad de Salud de Caluco ya que esto ayudara a mejorar el servicio de atención al cliente y a aumentar el consumo de los turistas.
- Para mejorar la atención al cliente cada uno de los merenderos debe contar con un área específica donde se encuentre agua limpia, jabón líquido para el lavado de manos adecuado que el turista pueda utilizar antes de consumir sus alimentos.

### **5.3 Lineamientos**

- Considera la aplicación de servicio de calidad en coordinación con la Alcaldía Municipal de Caluco para obtener mejor resultado en la prestación de servicio

- Distribuir una hoja informativa donde estén las Buenas Prácticas de Manufactura para que cada uno de los merenderos la tenga ubicada dentro de sus instalaciones y así puedan practicarlas.
- Implementación de una hoja de evaluación de servicio al cliente por parte de la administración del turicentro para medir el nivel de calidad que se está ofreciendo en los merenderos.
- Realizar festival gastronómico que genere mayor competitividad entre los merenderos para aumentar la afluencia de turistas en temporada baja y de esta forma darse a conocer.
- Acatar las Normas del Ministerio de Salud y las inspecciones que la Unidad de Salud realiza.

## **5.4Bibliografía**

*Alimentos Argentinos (S.F.) Buenas prácticas de manufactura (BPM).*

Recuperado de [http://www.alimentosargentinos.gov.ar/programa\\_calidada/](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/programa_calidada/)

[Calidad/boletines/bolet\\_bpm.pdf](#)

*Bolaños Barrera, R. (2005) Calidad de servicio. Recuperado de*

<http://www.gestiopolis.com/canales5/emp/pymecommy/35htm>



*Berry, L. (1989) Control de lectura la calidad en el servicio. Recuperado de*

[http://aprender.fca.unam.mx/~lvaldes/cal\\_pdf/cal11.pdf](http://aprender.fca.unam.mx/~lvaldes/cal_pdf/cal11.pdf)

*Canal, M. (2007) Control de calidad: buenas prácticas de manufactura: el eslabón inicial en la cadena de la calidad. Recuperada de*

<http://www.mundohelado.com/calidad/buenaspraticas.htm>

*Caballano Alcántara, J.L. (S.F.) Gestión de la calidad. Recuperado de*

[http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/gestionde la calidad/](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/gestionde la calidad/)

*Caballano (S.F.) Gestión empresarial. Recuperado de*

<http://www.caballano.com/ca.htm>

*Clery, A. (2007) La calidad total como una estrategia competitiva aplicada a una empresa de servicios de instalaciones eléctricas y telecomunicaciones.*

<http://www.monografias.com/trabajos6/lacali/lacali.shtml>

*Coma Viñas, X. (2008) Manual de gestión de comercio servicio de la calidad al cliente. Recuperado de*

<http://www.mailxmail.com/curso-manual-gestion-comercio-quinta-parte/servicio-calidad-cliente-usuario>

*Cosemarozono (2011) Importancia de la manipulación de alimentos.*

Recuperado de <http://www.cosemarozono.es/pdf/equipo31.pdf>

*Fernández, R. S. (2009) Calidad en el servicio al cliente. Recuperado de*

<http://www.monografias.com/trabajos66/calidad-servicio-cliente2.shtml>

*Fondo Norma (1973) Normalización y certificación de calidad. Recuperado de*

<http://www.fondonorma.org.ve/conceptos.htm>

Flores, A.M. Ochoa Guerra, A.V. y Toledo, N.E. (2011, Julio) [Entrevista con Sra. Carmen Abarca Silvia Navarro, arrendataria del Turicentro: *Historia del Turicentro Municipal de Caluco*]. Formato Impreso.

Flores, A.M. Ochoa Guerra, A.V. y Toledo, N.E. (2011, Julio) [Entrevista con Sra. Silvia Navarro, secretaria de Alcaldía Municipal de Caluco: *Historia del Turicentro Municipal de Caluco*]. Formato Impreso.

Flores, A.M. Ochoa Guerra, A.V. y Toledo, N.E. (2011, Julio) [Entrevista con Sr. Pedro Molina, Administrador del Turicentro: *Historia del Turicentro Municipal de Caluco*]. Formato Impreso.

*González, H. (2011) Calidad y gestión. Recuperado de*

<http://blogs.monografias.com/calidad-y-gestion/tag/beneficios>

*Ishikawa, K. (2007) Comunidades de wikis libre para aprender. Recuperado de*

<http://www.wikilearning.com>

*Infomipyme (S.F.) Atención al cliente. Recuperado de*

<http://www.infomipyme.cm/docs/gt/administracion/acliente.thm>

*Juran, J. (2007) Comunidades de wikis libre para aprender. Recuperado de*

<http://www.wikilearning.com>

*Junta de Castilla y León (S.F.) Evaluación de la calidad de los servicios.*

Recuperado de <http://www.jcyl.es/web/jcyl/administarcionpublica/es/>

[Platilla100/1131978244591/\\_/\\_/](http://www.jcyl.es/web/jcyl/administarcionpublica/es/Platilla100/1131978244591/_/_/)

*Laboratorio Biológico Industrial (S.F.) Buenas prácticas de manufactura de alimentos. Recuperado de*

<http://www.labind.com/archivos/buenaspracticas.pdf>

*Mgar Net (S.F.) Calidad introducción concepto de calidad. Recuperado de*

[mgar.net/soc/isointro.htmdef1](http://mgar.net/soc/isointro.htmdef1)

*Moreno Bayardo, M. G. (1986) Introducción a la metodología de la investigación educativa. México Progreso.*

*Mitecnológico (S.F.) Definición concepto de normalización. Recuperado de*

<http://mitecnologico.com/main/definicionconceptodenormalización>

*Ministerio de Salud (2010) Unidad de salud ambiental. Recuperada de*

<http://www.gaisa-mspas.gob.sv>

*Océano (1998) Diccionario enciclopédico color (1ar edición) México Océano.*

*Oficina Regional para América Latina y el Caribe (2002) Certificación y acreditación. Recuperado de <http://www.fao.org/docreph/004/ad09s03.htm>*

*Pérez Barrel, C. O. (2009) La calidad en el servicio empresarial a partir del criterio de diferentes autores nacionales e internacionales. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/marketing/calidad-en-laservicio-al-cliente.htm>*

*Perú (S.F.) Centro de recurso Oracle. Recuperado de*

[http://bpa.perucom/bpm.htm#buenas\\_practicas\\_en\\_manu](http://bpa.perucom/bpm.htm#buenas_practicas_en_manu)

[Factura\\_empaque\\_o\\_almacenaje\\_de\\_alimentos](#)

*Peru-v.com (S.F.) Gestión de la calidad y BPA buenas prácticas de manufactura. Recuperado de <http://bpa.peru-v.com/bpm.htm>*

*Scribd (1918) Definición y concepto de normalización. Recuperado de*

<http://es.scribd.com/doc/25542628/1-1-1-definicion-y-concepto-de-normalización>

*Tierra Linda (S.F.) Centros turísticos y de interés en la zona occidental de El Salvador - parte VIII. Recuperado de*

<http://tierralinda.freesevers.com/sonso.html>

*Wales, J. (2011) Calidad. Recuperado de <http://es.wikipedia.org/wiki/calidad>*

*Wikipedia (S.F.) Calidad. Recuperado de*

[http://es.wikipedia.org/wiki/calidad#la\\_importanci](http://es.wikipedia.org/wiki/calidad#la_importancia_de_la_gesti%C3%B3n_de_la_calidad_del_servicio)

[a\\_de\\_la\\_gesti.C3.B3n\\_de\\_la\\_calidad\\_del\\_servicio](http://es.wikipedia.org/wiki/calidad#la_importancia_de_la_gesti%C3%B3n_de_la_calidad_del_servicio)

*Wikipedia (2011) Gestión de calidad. Recuperado de*

[http://es.wikipedia.org/wiki/calidad#gesti.C3B3n\\_de\\_la\\_calidad\\_en\\_los\\_serv](http://es.wikipedia.org/wiki/calidad#gesti%C3%B3n_de_la_calidad_en_los_servicios)  
[icios](http://es.wikipedia.org/wiki/calidad#gesti%C3%B3n_de_la_calidad_en_los_servicios)

*Wikipedia (2011) Servicio de atención al cliente.*

[http://es.wikipedia.org/wiki/sistema\\_de\\_gesti%C3%B3n\\_de\\_la\\_calidad](http://es.wikipedia.org/wiki/sistema_de_gesti%C3%B3n_de_la_calidad)

## 5.5 Anexos

### Anexos 1

#### UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR



Reciba un cordial saludo de parte de los estudiantes de la Facultad de Ciencia Empresarial de la Carrera Técnico en Administración Turística.

A continuación solicitamos su colaboración, para llenar la siguiente información que será completamente confidencial. Con el Objetivo de conocer la calidad de los de servicios proporcionados por el Turicentro Municipal Shutecat en Caluco Municipio de Sonsonate de ante mano gracias.

Datos de clasificación.

Sexo: F\_\_\_ M\_\_\_

Ocupación: Empleado/a \_\_\_ Ama de casa\_\_\_

Empresario/a\_\_\_ Jubilado/a\_\_\_

Edad: 18 - 25\_\_\_ 25 - 30\_\_\_ 30 - 65\_\_\_

Indicaciones: marque con una X la respuesta que prefiera.

1. ¿Con que frecuencia visita el Turicentro Municipal Shutecat?

☐

Una vez por Semana

☐

Fines de Semana

☐ Todos los días de la Semana ☐ Solo temporada de vacaciones.

2. ¿Qué tipo de servicios ha disfrutado usted en los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat?

☐ Desayuno ☐ Almuerzo ☐ Bebidas

☐ Otros especifiquen \_\_\_\_\_

3. ¿Qué tan importante es para usted recibir servicios de calidad en los merenderos?

☐ Importante ☐ No Importante

4. ¿Considera usted que los servicios de atención al cliente que le ofrecen los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat satisfacen sus expectativas?

☐ Sí ☐ No

5. ¿Cree usted que en los merenderos exista una adecuada manipulación de los alimentos a la hora de llevarlos a la mesa?

☐ Sí ☐ No

6. ¿Cómo calificaría la presentación de los alimentos que ofrecen en los merenderos?

☐ Excelente ☐ Muy Buena ☐ Buena ☐ Necesita Mejorar

7. Cuáles de las normas establecidas por el Ministerio de Salud cumple el personal que atiende los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat.

- |                                                    |                                               |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Uso de uniforme Adecuado  | <input type="checkbox"/> Buena Presentación   |
| <input type="checkbox"/> Uso de Redecilla o Gorro  | <input type="checkbox"/> Aseo Personal        |
| <input type="checkbox"/> Aseo de las instalaciones | <input type="checkbox"/> Todas las Anteriores |

8. ¿Considera usted que si se implementan mejores servicios de calidad como mejorar la atención al cliente a la hora de servirle, presentación de los alimentos, rapidez a la hora de servirle su platillo aumentara su consumo?

Sí ☐ No ☐

9. ¿Qué aspectos necesitan mejorar los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat para brindar un mejor servicio?

- |                                                              |                                              |
|--------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Mejorar la Calidad de los Alimentos | <input type="checkbox"/> Servicio a la Mesa  |
| <input type="checkbox"/> Aseo del Lugar                      | <input type="checkbox"/> Pechos              |
| <input type="checkbox"/> Mejorar la Información              | <input type="checkbox"/> Variedad en el Menú |

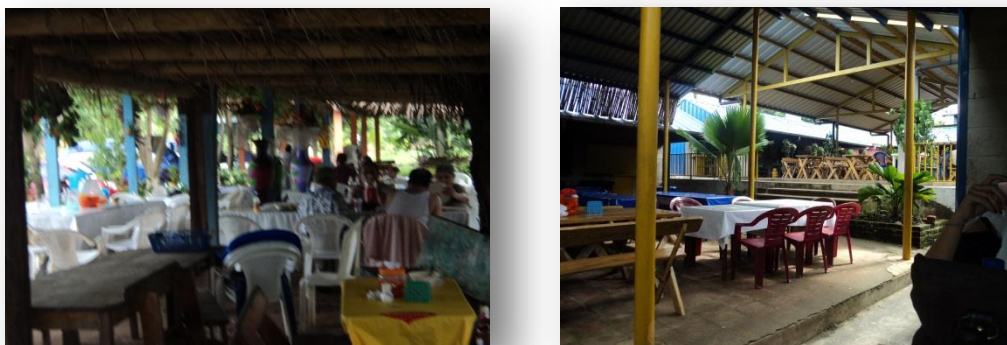
10. De las siguientes Normas de Calidad, determine cuales considera usted son practicadas en los merenderos del Turicentro Municipal Shutecat

- |                                                                                         |                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Personal capacitado para servicio al cliente                   | <input type="checkbox"/> Aseo de lugar |
| <input type="checkbox"/> Temperatura adecuada de los alimentos al momento de servirles. |                                        |
| <input type="checkbox"/> Rapidez para llevar los alimentos                              |                                        |

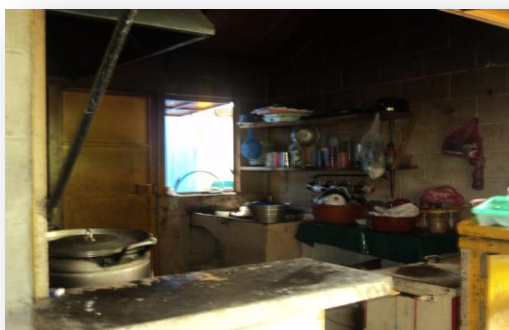
Otros especifique \_\_\_\_\_



## Anexo 2



**Figura: 1 puede apreciar la diferente ubicación de los merenderos.**

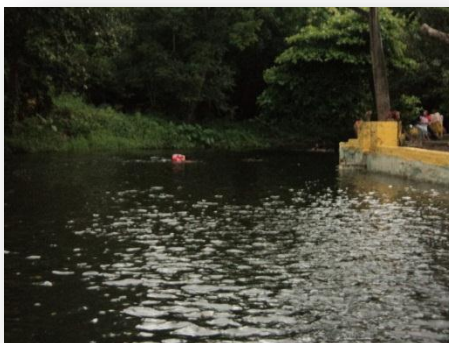


**Figura: 2 muestra el interior de cada merendero.**

### Anexo 3



**Figura: 3 se observa en la entrada principal un agromercado.**



**Figura: 4 se percibe el Rio Shuteocat y la piscina que esta abastecida por el mismo Rio.**

### Anexo 4

#### Hoja Informativa para Evaluar el Servicio que se le Ofrece al Cliente

| Hoja de evaluación de servicio al cliente                          | Si | No |
|--------------------------------------------------------------------|----|----|
| 1. Está satisfecho con el servicio que le ofrece los merenderos    |    |    |
| 2. Le brinda un servicio con rapidez..                             |    |    |
| 3. Percibe calidad en los alimentos                                |    |    |
| 4. Considera que existe un buen aseo en el área de los merenderos. |    |    |
| 5. Le gusta los combos que les ofrecen los merenderos.             |    |    |

Sugerencias

---



---



---

**Anexo 5****HOJA INFORMATIVA DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA  
DE ALIMENTOS**

Vestimenta de  
trabajo  
adecuada.



Lavado de  
mano.



Cuide su sector  
mantenga su  
utensilio de  
trabajo limpios.



Estado de  
salud.



Cuide sus heridas evite el  
contacto con los alimentos.



Cuidado con los alimentos  
evite la contaminación  
cruzada.

## 5.6 Glosario

**Abastecidades:** Tr. Y Prnl. Proveer de bastimentos o de otras cosas necesarias. Abastecedor, ra. Abastecimiento.

**Acrílicos:** Adj. Dic. Del ácido obtenido por oxidación de la acroleína. dic. de las fibras textiles obtenidas a partir del acrilonitrilo.

**Adecuación:** tr. Acomodar una cosa a otra.

**Alimentos:** M. Cualquier sustancia que puede ser asimilada por el organismo y usada para mantener sus funciones vitales. Fig. Lo que sirve para mantener la existencia de algunas cosas que necesitan de pábulo.

**Análisis:** m. Examen de una cosa mediante la separación de sus partes o componentes. Estudio detallado de un asunto, de una obra, de un escrito o de cualquier realidad susceptible de examen intelectual. Inf. Estudio de los límites, características y posibles soluciones de un problema.

**Anexado:** Adj. Dic. De lo que está unido a otra cosa con respecto de ella m. pl. Se llaman así en anatomía los órganos y tejidos que rodean el útero.

**Arroyo:** m. caudal corto de agua, casi continuo. Cauce por donde corre. Parte de la calle, por donde suelen correr las aguas. Amer. Merid. Río de corta extensión, navegable.

**Atención.** Capacidad de concentrar la actividad psíquica sobre un objeto.

**Cortesía.**pl. Negocios, obligaciones. En a. adv. Atendiendo, teniendo presente.

**Beneficio:** m. Bien que se hace o se recibe. Provecho. Acción de beneficiar minas o minerales. Acción de procesar productor agrícola.

**Burocrático:** f. Soc. Influencia excesiva de los funcionarios en el gobierno. Clase social que forman los empleados públicos. Burócrata.

**Calidad:** F. Manera de ser de una persona o cosa. Carácter, genio, índole. Condición o requisito que se pone en un contrato. Fig. Importancia o calidad de una cosa. Estado de una persona, su naturaleza, su edad y demás circunstancias y condiciones que se requieren para un cargo o dignidad. Nobleza del linaje. Ing. Valor absoluto de la tolerancia.

**Caudal:** Adj. Caudaloso de mucho agua. Relativo a la cola. M .hacienda, bienes de cualquier especie, y más comúnmente dinero. Cantidad de agua que mana o corre. Fig. Abundancia de cosas que no sean dinero.

**Certificación:** f. acción y efecto de certificación. Instrumento o documento en que se asegura la verdad de un hecho.

**Cliente:** Com. Respecto del que ejerce alguna profesión, persona que utiliza sus servicios. Parroquiano de una tienda.

**Consumición:** f. consunción, consumo, gasto. Lo que se consume en un café, bar, o establecimiento público.

**Ejidal:** m. campo comunal, lindante con un asentamiento de población, en el que se recogen los ganados o se establecen las eras.

**Empatía:** f. psic. Capacidad de sentir y comprender las emociones ajenas como propias.

**Empozamiento:** tr. Y .Prnl. meter o echar en un pozo. Tr Poner el cañamo o el lino en pozas o charcas para su maceración. Intr. Amer. Quedar el agua detenida en el terreno formando pozas o charcos. Prnl. Fig. Y fam. Quedar sin curso un expediente.

**Especificaciones:** f. acción y efecto de especificar. Der. Confección de una obra nueva usando, en todo o en parte, materia ajena.

**Estándares:** m. Tipo, modelo, patrón, nivel.

**Estipulados:** f. convenio verbal. Der. Cada una de las disposiciones de un documento público o particular.

**Etnográfico:** f. ciencia que tiene por objeto el estudio y descripción de las razas o los pueblos.

**Evacuarse:** tr. Desocupar alguna cosa. Expeler un ser orgánico humores o excrementos. Desempeñar un encargo. Informe o cosa semejante.

**Fiabilidad:** f. calidad de fiable. En teoría de la comunicación, grado de fidelidad de una información con respecto a la de origen.

**Frailes:** m nombre que se da a los religiosos de ciertas órdenes. Fam. Monje de cualquier orden.

**Gestión:** f. Acción y efecto de gestionar. Acción y efecto de administrar.

**Homologación:** tr. Registrar y autorización oficial o privadamente una determinada técnica o producto o aparato, etc. Registra y confirmar un organismo autorizado el resultado de una prueba deportiva. Der. Confirmar el juez ciertos actos y convenios de las partes, para hacerlos más firmes.

**Impalpable:** Adj. Que no produce sensación al tacto. Fig. Ligerero. Sutil.

**Implícitas:** Adj. Dic. De aquello se considera incluido en una proposición sin que necesariamente se exprese.

**Importancia:** f. Calidad de lo que es muy conveniente o de consecuencias notables. Influencias de alguien.

**Importante:** adj. Que tiene importancia.

**Inocuidad:** Adj. Que no hace daño.

**Intercambialidad:** Adj. Que no se puede intercambiar dic. De las piezas similares que se pueden intercambiar.

**Manipulación:** f. Acción y efecto de manipular.



**Manipulación:** tr. Operar con las manos. Fig. Y fam. Manejar uno los asuntos a su modo, o mezclarse en los ajenos.

**Manufacturas:** f. producción artesanal. Cualquier tipo de fabricado. Producción fabril con empleo de maquinaria movida por energía mecánica y con una división compleja de trabajo.

**Mestizaje:** m. hibridación de las especies humana originada por el cruce entre las distintas razas existentes.

**Normalización:** f. acción y efecto de normalizar. Ind. En lenguaje técnico. Sometimiento de las dimensiones y calidades de los productos industriales y del proceso productivo de los mismos a una norma para racionalizar y uniformar la fabricación.

**Normas:** f. Pauta o regla a la que han de adjuntarse las conductas, tareas, etc. Conjunto de criterios que coinciden en el empleo correcto de la lengua.

**Optimización:** tr. Buscar la mejor manera de realizar una actividad. Mat. Maximizar o minimizar una determinada expresión.

**Organolépticas:** Adj. Dic. De las propiedades de los cuerpos que se pueden percibir por los sentidos.

**Percepción:** f. acción y efecto de percibir. Aprehensión de la realidad por medio de los datos recibidos por los sentidos. Idea, acto del entendimiento.

**Periodicidad:** f. calidad de periódico. Biol. Fenómeno por el cual ciertas funciones biológicas de los organismos aparecen de un modo más o menos rítmico.

**Picardías:** f. acción baja, ruindad, vileza, engaño o maldad. Bella quería, astucia o disimulo en decir o hacer una cosa.

**Polietileno:** m. Quím. Polímero del etileno, sólido, blanco, traslado y flexible, de considerable inercia química.

**Prescripciones:** tr. Preceptuar, ordenar, determinar una cosa. Intr. Der. Extinguirse un derecho, una acción o una responsabilidad.

**Proliferación:** intr. Reproducirse en formas semejantes. Fig. Multiplicarse algo abundante.

**Relativa:** Adj. Que hace relación a una persona o cosa. Que no es absoluto. En poca cantidad o intensidad. Gram. . dic. Del pron. Que sirve de nexo entre dos oraciones o elementos de una oración.

**Segregado:** tr. Y Prnl. Separar o apartar una cosa de otra u otras. Secretar, excretar, expeler. Aislar o separar a determinados miembros de una comunidad.

**Servicio:** m. Acción y efecto de servir. Favor que se hace a alguien. Utilidad que resulta a alguien de lo que otro realiza en atención suya.

**Simplificación:** tr. Hacer más sencilla o más fácil una cosa.

**Subsistir:** intr. Permanecer, durar una cosa o conservarse. Vivir, mantener la vida. Estar en vigor.

**Templado:** Adj. Moderado, contenido y parco en la comida o bebida o en algún otro apetito o pasión. Que no está frío ni caliente, sino en un término medio.

**Termales:** f. pl. Baños de aguas minerales calientes. Baños públicos de los antiguos ROM.

**Topónimo:** m. nombre propio del lugar.

**Viscosa:** Adj. Dic. De la sustancia muy espesa pegajosa, glutinosa, f. Quím. Producto que se obtiene por el tratamiento químico de la celulosa.

**Vivezas:** f. prontitud en las acciones o agilidad en la ejecución. Energía en las palabras. Agudeza de ingenio.