



UNAH-CURLA
CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL
DEL LITORAL ATLÁNTICO



MANUAL PARA PRESTADORES DE SERVICIOS EN SAN FRANCISCO DE OPALACA, INTIBUCÁ, HONDURAS.



DICIEMBRE 2021

Elaborado por: Levy Tobías

Contenido

I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. CONCEPTOS BÁSICOS.....	3
III. BUENAS PRÁCTICAS.....	7
ADMINISTRACIÓN.....	7
FINANZAS.....	12
CAPACITACIÓN DE PERSONAL.....	14
COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD.....	17
CALIDAD Y MONITOREO.....	19
BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES.....	20
PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD.....	24
IV. RECOMENDACIONES.....	29
V. BIBLIOGRAFÍA.....	30

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial existen diferentes rubros económicos que son los responsables del sustento de personas, familias, comunidades, países y regiones. Cada uno de esos rubros se enfoca en producir un servicio que pueda ofrecer a la sociedad y con ello satisfacer sus necesidades. Quienes adquieren ese servicio, pagan una determinada cantidad de dinero establecida por las personas que se los brinda y es así que quienes pagan el servicio se llaman clientes o consumidores y quienes ofrecen el servicio se llaman prestadores de servicios.

Con el crecimiento poblacional, las personas demandan más servicios, ya sea en temas de salud, educación, alimentación, recreación, Etc. Por lo que cada vez surgen más personas o empresas que se dedican a prestar diferentes servicios, de acuerdo a lo que la población necesita, es por eso que hoy en día vemos y tenemos una gran cantidad de prestadores de servicios a nuestra disposición.

A pesar de que haya muchos prestadores de servicios, hay diferentes factores que son importantes y que hacen que elijamos a uno en vez de otros, ya sea por la diversidad de los servicios, la cantidad, el tiempo de operación, el precio, la preparación y experiencia del personal y con ello la atención que estos brindan al cliente. Todos esos factores son a la vez, componentes de la calidad de un servicio; con calidad nos referimos a la satisfacción lograda y cumplimiento de las expectativas de un cliente que ha pagado por un servicio.

San Francisco de Opalaca es un municipio que tiene mucho potencial por aprovechar en diferentes rubros económicos; a nivel general, se cuenta con prestadores de servicios en el área de alojamiento y comedores, lo cual contribuye al desarrollo de la comunidad ya que estos servicios están disponibles para personas locales y visitantes. Estos mismos servicios son aprovechados por el rubro turístico, además de guías, que están distribuidos en puntos específicos del municipio.

Para aprovechar ese potencial que hay en el municipio y lograr que este sea de calidad, es necesario aplicar buenas prácticas, por ello, se ha creado este Manual de Buenas Prácticas para Prestadores de Servicios en San Francisco de Opalaca, para que haya más conocimiento e información general y específica que oriente a las personas y contribuya a mejorar sus servicios. El manual se enfoca principalmente en 7 áreas que implican el funcionamiento de un negocio en la actualidad, se detallan buenas prácticas que pueden ser aplicadas por establecimientos de comida y hospedaje; algunas de las buenas prácticas son muy generales y básicas, pero de gran importancia para la operación de un negocio.

El objetivo es brindar información útil que oriente a los prestadores de servicios, ya sean propietarios, administradores y personal de trabajo, pero, a la vez se busca que esta guía sea una pauta para mejorar la calidad de los servicios turísticos en San Francisco de

Opalaca, ya que es un municipio que cuenta con mucho potencial turístico que debe ser aprovechado y para ello también es sumamente importante ofrecer servicios de calidad.

Es necesario mencionar que este manual está dirigido a establecimientos de hospedaje y comida, sin importar que estos sean pequeños o medianos, tanto en dimensión como en personal. Se diseñó de acuerdo al tipo de establecimientos que hay en Opalaca, los servicios que estos ofrecen y a las necesidades de los clientes; la guía no contiene prácticas complejas que no estén al alcance de los propietarios, administradores y personal de los establecimientos.

II. CONCEPTOS BÁSICOS

1. SERVICIOS

En el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado. (Weistrecher, 2018)

2. PRESTADORES DE SERVICIOS

Es una persona física o moral que presta un servicio intangible y autónomo a otra persona física o moral a cambio de un pago. (Weistrecher, 2018)

3. ESTABLECIMIENTO

Es una unidad productora de bienes o servicios, la cual desarrolla una o más actividades de carácter económico o social, bajo la responsabilidad de un titular o empresa, en un lugar, local o conjunto de locales conexos situados en un emplazamiento topográfico determinado. (Estadística, 2016)

4. NEGOCIO

Un negocio es cualquier actividad, ocupación o método que tiene como fin obtener una ganancia. Es decir, un negocio es una actividad económica que busca obtener utilidades principalmente a través de la venta o intercambio de productos o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes. (Roldán, 2017)

5. ADMINISTRACIÓN

Es el proceso que busca por medio de la planificación, la organización, ejecución y el control de los recursos darles un uso más eficiente para alcanzar los objetivos de una institución. (Quiroa, 2020)

6. ADMINISTRADOR

Un administrador es la persona que se ocupa de realizar la tarea administrativa por medio de la planificación, organización, dirección y control de todas las tareas dentro de un grupo social o de una organización, empresa o negocio para lograr los objetivos mediante el uso eficiente de los recursos. (Quiroa, 2020)

7. PERSONAL

Es el total de los trabajadores que se desempeñan en un negocio, empresa, institución u organización. (Quiroa, 2020)

8. FINANZAS

Son una rama de la economía y de la administración que tiene que ver con cómo se obtiene y gestiona el dinero. Son el conjunto de actividades que una persona o empresa debe llevar a cabo para la acumulación de riquezas. Estudia los mercados de dinero, la obtención de recursos, formas de ahorro e inversión. (Weistreicher, 2018)

9. PUBLICIDAD

Es un tipo de comunicación comercial para la presentación, promoción y divulgación de productos o servicios. (Fuentes, 2013)

10. CAPACITACIÓN

Es el acto o acción de proporcionarle a una persona nuevos conocimientos y herramientas para que desarrolle al máximo sus habilidades y destrezas en el desempeño de una labor. (Fuentes, 2013)

11. COMUNICACIÓN

La comunicación es un proceso que consiste en la transmisión e intercambio de mensajes o información entre un emisor y un receptor, ya sea de forma física o digital. (Delgado, 2019)

12. REDES SOCIALES

Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos, negocios o comercios, empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos. Actualmente existen muchas, las más conocidas son Facebook, Instagram, Twitter y Tik Tok. (Quiroz, 2020)

13. CLIENTE

Desde el punto de vista de la economía, es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que

pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa.
(Delgado, 2019)

14. ATENCIÓN AL CLIENTE

Es un proceso comprendido por las diferentes actividades realizadas por una persona para brindarle un servicio a un cliente.

15. CALIDAD

Se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos de calidad. (Fuentes, 2013)

16. MONITOREO

Consiste en una acción que implica observar, analizar y supervisar un determinado proceso para conocer si se está realizando de acuerdo a un objetivo.

17. FUNCIONALIDAD

Son un conjunto de características o cualidades que se le atribuyen a algo o alguien que realiza acciones en el orden y forma para la que fue establecida.

18. PLAN DE CONTINGENCIA

Un plan de contingencia es un conjunto de procedimientos alternativos a la operatividad normal de cada institución.

Su finalidad es la de permitir el funcionamiento de esta, aun cuando alguna de sus funciones deje de hacerlo por culpa de algún incidente tanto interno como ajeno a la empresa, institución u organización. Ya sea un fenómeno natural como un sismo o terremoto (Anderson, 2019)

19. BOTIQUÍN

El botiquín de primeros auxilios es un recurso básico para prestar un primer auxilio, ya que en él se encuentran los elementos indispensables para dar atención satisfactoria, a las víctimas de un accidente o enfermedad repentina, y en muchos casos pueden ser decisivos para salvar vidas. (Márquez, 2020)

20. BIOSEGURIDAD

La bioseguridad es un conjunto de normas, medidas y protocolos que son aplicados en múltiples procedimientos realizados con el objetivo de contribuir a la prevención de riesgos o infecciones derivadas de la exposición a agentes potencialmente infecciosos o con cargas significativas de riesgo biológico, químico y físicos. (Desarrollo, 2019)

21. DESINFECCIÓN

Es la eliminación parcial de microorganismos de superficies inanimadas (suelo, paredes, mesas, sillas, sanitarios, espejos, puertas y cerraduras, etc.) Puede realizarse con diferentes productos (cloro diluido, amonio cuaternario, yodóforos, compuestos aniónicos, alcohol, etc.). Existen niveles de seguridad en la desinfección. (Concepción, 2020)

III. ÁREAS IMPLICADAS EN EL FUNCIONAMIENTO DE NEGOCIO

ADMINISTRACIÓN

La administración es un área muy importante en cualquier negocio, empresa, institución y organización, ya que es responsable de coordinar los diferentes procesos necesarios para que funcione un negocio y los servicios que este brinda. Se encarga de administrar y velar tanto los recursos materiales como los recursos humanos con los que cuenta un negocio o empresa, sin importar el rubro al que se dedique. (Delgado, 2019)

Algunos aspectos a considerar para esta importante área son:

1. El propietario del negocio debe asignar a un administrador o puede ser el mismo propietario quien decida serlo, esto con el fin de tener a una persona pendiente de todos los procesos que se den como cobrar a los clientes, recibir producto, etc. (Weistrecher, 2018)



Fuente: Negocios y Emprendimiento

2. Como propietario o administrador del negocio sea sensible y consciente a las necesidades de su personal de trabajo, ya que juntos forman un equipo.



Fuente: Liderazgo

3. Reconocer, valorar y cuidar a los miembros del equipo. Haga énfasis en la importancia de la participación y cree incentivos para incrementar esa participación. ¡Sea agradecido en todo momento! (STD, 2020)



Fuente: Intrategia

4. Establecer horarios de trabajo para el personal y los horarios de atención a los clientes. Es muy importante definir esos horarios y respetarlos, porque muchas veces los negocios tienen horarios que no cumplen y eso genera molestias tanto al personal como a los clientes. El horario del personal no debe ser el mismo que tiene para atender al público. (Castilla Arévalo & Alarcón, 2017)



Fuente: Microsip

5. Conocer el punto de equilibrio de su negocio, es decir, que pueda cubrir todos los gastos con sus ganancias, que no gane ni pierda. (Ancco Torres, y otros, 2018)



Fuente: Gestión PE

6. Conocer la capacidad de su negocio, no sobrecargue al personal ni al establecimiento. Es mejor que busque alternativas cuando haya mucha demanda. (Ancco Torres, y otros, 2018)



Fuente: CEUPE

7. Es necesario tener en el establecimiento un botiquín de primeros auxilios, que sea visible y que esté al alcance en caso de presentarse un incidente o accidente. (Maldonado & Hernández, 2011)



Fuente: Dosfarma

8. Hacer una lista de los recursos y equipo con los que cuenta o un inventario completo, para que tenga un mayor control. (Estadística, 2016)



Fuente: Wrike

9. Adquirir producto o recursos que necesite, siempre y cuando esté a su alcance. Ya que muchas veces faltan materiales o equipo y le impiden dar un mejor servicio. (Ancco Torres, y otros, 2018)



Fuente: Economipedia

10. Distribuir estratégicamente las diferentes áreas de su establecimiento, de forma que garantice su funcionalidad y limpieza, para que esto genere comodidad durante la permanencia de los clientes. Porque a nadie le gustará estar en un lugar donde solo caben 10 personas y hay 20 en un solo momento.



Fuente: Estudio Nido

11. Realizar regularmente el mantenimiento de la infraestructura física del establecimiento para asegurarse que no haya algún problema en las instalaciones.



Fuente: E-management

12. Disponer de una o más formas de contactar al establecimiento, ya sea un número de celular o teléfono, una red social (Facebook o Instagram)



Fuente: Freepik

Hoy en día las personas tienen muchas dudas sobre un negocio y los servicios que ofrecen y por ello deciden llamar o escribir para preguntar y estar informados. Actualmente la tecnología nos permite comunicarnos sin importar la distancia y de una forma rápida.

FINANZAS

Las finanzas de un negocio o empresa siempre son un asunto que se debe saber manejar de la mejor manera, para que haya un verdadero crecimiento y se eviten las pérdidas o mal gasto de dinero. Ya que esta área se encarga de llevar un control de las ganancias y gastos que tiene un negocio.

Es muy normal que en negocios pequeños y en lugares no tan poblados sea el mismo propietario quien se encargue de las finanzas; sin importar quién lo haga debe saber aplicar su conocimiento y algunas buenas prácticas que contribuyan al manejo de las finanzas de un negocio. Como ser:

1. Llevar un control o registro de los gastos y ganancias del negocio; se debe realizar diario, semanal, mensual y anual. Esto ayudará a tener un mejor control de las finanzas y reflejará resultados reales. (Teruel, 2021)



Fuente: Destino Negocio

2. Tener presente el entorno o lugar donde está su negocio, el consumidor y la competencia. Es decir, sepa qué puede ofrecer y qué no, además del tipo de personas al que se lo ofrecerá. (Ancco Torres, y otros, 2018)



Fuente: Marketingintelli

3. No olvidar que el centro de su desarrollo son los clientes: muestre interés por ellos, conózcalos y aprenda a identificar sus características y necesidades. Evalúe constantemente sus gustos y emprenda acciones de innovación que busquen satisfacerlo y cautivarlo. (Castilla Arévalo & Alarcón, 2017)



Fuente: Esan

La competencia es fundamental, pero no trate de ser mejor que los demás, ofrezca un buen servicio para los clientes.

4. Conocer las principales características de los clientes y mida su grado de satisfacción. (Díaz, 2018)



Fuente: Fuerza Comercial

CAPACITACIÓN DE PERSONAL

El personal o equipo de trabajo de un negocio, empresa o institución juega un papel muy importante, porque el nivel de preparación y lo capacitado que esté será relevante para la reputación y crecimiento del negocio, ya que son ellos los que están en contacto con los clientes. Por ello es necesario que el personal conozca lo que hace y para quién lo hace; si bien hay cualidades muy únicas de algunas personas y que otros no las tienen, pero se pueden adoptar con el fin de brindar un mejor servicio a los clientes.

Aspectos a tomar en cuenta en cuanto al personal de un negocio:

1. Brindar una justa motivación, incluyendo valoración y orientación para el desempeño de sus actividades. (Alanís, 2019)



Fuente: Bizneo

2. Realizar capacitaciones adecuadas para todo el personal en temas como: atención al cliente, primeros auxilios o en el área específica que la persona trabaja. Esto no significa que deba invertir grandes cantidades de dinero, porque depende de la cantidad de personal y del nivel económico que se tenga. Es muy importante que las capacitaciones se realicen con regularidad o cuando hay personal nuevo, no importa si solo es 1, 2 o 3 personas. (E&N, 2018)



3. Fortalecer continuamente la atención al cliente. (E&N, 2018)



Fuente: CEUPE

La atención al cliente muchas veces es el boleto de aceptación para los negocios por parte de los clientes, es algo intangible, pero puede ser tan satisfactorio o muy desagradable y por ende beneficiar o afectar a cualquier negocio.

Se debe invertir tiempo para crear y fortalecer buenos hábitos y comportamientos en el personal de trabajo, para que tengan una buena interacción con los clientes. (Ancco Torres, y otros, 2018)

Algunos de los buenos hábitos y comportamiento pueden ser:

- Ser puntual para llegar al lugar de trabajo y al momento de iniciar las labores.
- Saber organizarse y trabajar en orden.
- Saber escuchar a los superiores y a los clientes.
- Respetar las opiniones y sugerencias de los demás.
- Aceptar los errores cometidos y corregirlos inmediatamente.
- Ser amable y cortés en todo momento con todas las personas.
- Olvidar los problemas ajenos al trabajo durante las horas laborales. Es un asunto complicado de manejar, pero siendo realistas es necesario evitarlo, porque afecta a otras personas y al desarrollo de las labores.
- Recibir y atender a los clientes con la mejor disposición e inmediatez, sin importar el comportamiento que ellos tengan. Esto también implica preguntar, ofrecer y detallar, sobre todo cuando el cliente no pregunta mucho o tiene dudas.
- Contribuir a resolver los problemas o percances que se presenten en el trabajo y con los clientes.
- No mentir ni engañar a los clientes.
- Cumplir con lo ofrecido.
- Evitar en lo posible las demoras y retrasos.
- Preguntar al cliente de forma amable y empática, si ¿le gustó el servicio que recibió?

- Despedirse amablemente de los clientes.
4. Definir y asignar las responsabilidades específicas y diferenciadas al personal o equipo de trabajo, de igual manera supervisar el cumplimiento de estas. (Hernández Martínez, 2019)



Fuente: Negokai

5. Crear prácticas de formación entre los empleados para que aprendan a comunicarse satisfactoriamente con los clientes. Además de fomentar la buena relación entre compañeros. (Maldonado & Hernández, 2011)



Fuente: Marketing Directo

6. Fomentar la buena presentación del personal: la buena higiene, el pelo recogido y ropa presentable, uso correcto de adornos y joyas. Usar uniforme no siempre significa que es una buena presentación del personal, por lo que puede decidir si el personal usa uniforme o no, dependiendo de su negocio o de las circunstancias. (Castilla Arévalo & Alarcón, 2017)



Fuente: Modelo Curriculum

COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

Hay muchos factores que hacen que un negocio sea conocido por muchas personas, estas pueden ser: la ubicación cercana a una carretera transitada, el propietario puede ser muy conocido, se ofrece un servicio diferente o único en un lugar, los precios son más accesibles, etc. Pero la comunicación y la publicidad que realice un negocio sin duda alguna hará que sea conocido, sin importar la ubicación, el tamaño o si es un ciudad, pueblo o zona rural.

Aspectos a considerar:

1. Rotular e identificar su negocio: puede diseñar un rótulo o cartel con el nombre de su negocio y colocarlo afuera para que sea visible; hoy en día hay personas que los fabrican de acuerdo a lo que el propietario quiera y al presupuesto que tenga; también puede pintar el nombre del negocio en una de las paredes, del tamaño que considere, siempre y cuando sea visible y lo pueda leer cualquier persona. (Díaz, 2018)



Fuente: Instapublicidad

2. Tener señalización interna que oriente a los clientes durante su llegada y permanencia en el establecimiento. Por ejemplo: un cartel que diga si está abierto o no, dónde pagar, uno que diga dónde está la entrada y la salida, los baños, etc. (Díaz, 2018)



Fuente: Truper

3. Realizar actividades de difusión para su establecimiento y los servicios que ofrece (Ejem. Crear un perfil en Facebook o Instagram y hacer publicaciones regularmente para que las personas conozcan y a la vez compartan su mensaje). (Pedroche, 2018)



Fuente: Facebook

4. Diseñar material informativo virtual e impreso, donde el cliente pueda conocer con precisión los servicios solicitados y contratados. Por ejemplo: el menú impreso para los comedores, los tipos de habitaciones para los alojamientos, las reglas del negocio, horarios de atención, etc. (Pedroche, 2018)



Fuente: Pinterest

CALIDAD Y MONITOREO

En cualquier negocio siempre se busca crecer económicamente pero también se debe buscar la satisfacción de los clientes, porque son los que le dan vida a un negocio y esa satisfacción se logra a través de la calidad que tengan los servicios que se ofrecen. A la vez, también es necesario monitorear el trabajo que el personal realiza para corregir lo malo que haya y potenciar lo bueno que se esté haciendo, ya que de ello depende gran parte de la calidad de un servicio.

Aspectos a tomar en cuenta:

1. Realizar una evaluación en la que se analice el grado de satisfacción de los clientes, a través de encuestas para determinar los altos y bajos que pueda tener. (Castilla Arévalo & Alarcón, 2017)



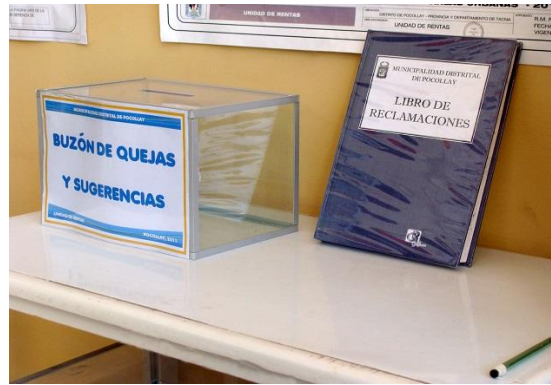
Fuente: Encuesta APP

2. Mantener una evaluación permanente y periódica de los servicios que se ofrece; es decir, no lo haga solo una vez en la vida, sino que hágalo cada cierto tiempo. (Maldonado & Hernández, 2011)



Fuente: Audítool

3. Tener un libro de quejas y sugerencias a disposición de los clientes, o una persona a la cual se puedan avocar en caso de tener una queja o sugerencia. Revise este libro constantemente y analice lo que en él haya. (Castilla Arévalo & Alarcón, 2017)



Fuente: El Heraldo

4. Supervisar al personal de trabajo; se debe realizar constantemente pero no para incomodar. Supervisar no es regañar ni llamar la atención a un trabajador. (Leyva, 2019)



Fuente: Lifeder

BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

Hablar del medio ambiente encierra una gran cantidad de buenas prácticas que todas las personas podemos realizar sin complicaciones, ya sea en nuestra casa, en la escuela, el trabajo, en áreas públicas, en el bosque y en cualquier lugar. No solo implica actividades que tengan que ver con el cuidado directo de la naturaleza, también hay prácticas indirectas que benefician a la naturaleza y por ende a las personas. Para todos los negocios, empresas o instituciones debería ser algo primordial, algo que tengan presente en todo momento, ya sea al ofrecer un servicio o un producto, ya que el medio ambiente ofrece tantos recursos de los cuales obtenemos muchos beneficios y lastimosamente no se compensa o mejor dicho “no se le agradece”.

Algunas buenas prácticas ambientales dentro de un establecimiento:

1. NO talar árboles para construir un establecimiento, remodelarlo o ampliarlo; en el caso de que sea forzoso cortar o podar un árbol por seguridad física del establecimiento, ya sea que haya ramas o raíces muy grandes, se debe compensar inmediatamente, para ello se puede reforestar en otra área cercana al establecimiento. (Redes, 2017)



Fuente: Greenpace

2. Hacer una instalación adecuada de agua potable para evitar fugas, tubos rotos y desperdicio de agua. De igual forma se debe contar con tubería para aguas negras. (Redes, 2017)



Fuente: Decortips

3. Hacer una instalación eléctrica con capacidad para todos los aparatos eléctricos que se tendrán; revisar frecuentemente para evitar que se pueda producir un cortocircuito. (Navia, 2017)



Fuente: Certicalia

4. Usar de preferencia focos ahorrativos, ya que estos consumen menos energía y a la vez hacen que sea menos el gasto en pago de energía eléctrica. (Navia, 2017)



Fuente: Royal Le-compte

5. Apagar las luces que no se estén utilizando, al igual que aparatos eléctricos pequeños que se usen para un determinado momento. (Navia, 2017)



Fuente: Bioguía

6. Cerrar las llaves o grifos del agua cuando no se usen. También se pueden colocar pequeños rótulos que motiven a los clientes a no desperdiciar agua, cerrando las llaves cuando no las estén usando. (Redes, 2017)



Fuente: Bioguía

7. Reducir el uso de productos desechables que luego se convierten en basura. Además, es más recomendable comprar los productos en cantidades mayores para evitar comprar más productos desechables y pequeños. (Redes, 2017)



Fuente: Educo

8. Colocar basureros estratégicamente y debidamente identificados para que tanto trabajadores y clientes los tengan al alcance. (Navia, 2017)



Fuente: Elcomercio

9. Sembrar o colocar plantas naturales ornamentales en el establecimiento o negocio, para que sea más agradable tanto para el negocio y para los clientes. (Redes, 2017)



Fuente: Bioguía

10. Aprovechar la luz natural; se pueden colocar láminas transparentes o tragaluz para que iluminen durante el día y así se reduce el consumo de energía. (Civiles, 2018)



Fuente: RPP

11. Reciclar plástico y vidrio en lo posible; a la vez, promover en los clientes la reducción de consumo de productos desechables y darles el ejemplo. (Navia, 2017)



Fuente: Concienciaeco

PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD

El mundo entero está viviendo una pandemia por el COVID-19 desde finales del año 2019, afectando a Honduras desde marzo del año 2020, lo cual ha traído muchas pérdidas, tanto de personas que son las importantes como de la economía en todos los sectores de producción. Lastimosamente la pandemia aún no se termina, pero, la economía se reactivó desde finales del año 2020, con la condición de implementar diferentes medidas o protocolos de bioseguridad para poder garantizar la seguridad de las personas que producen y de aquellos que consumen.

Las medidas o protocolos no necesariamente deben ser tan sofisticados como en grandes empresas o negocios, pero deben ser básicos y seguros para cualquier trabajador o cliente.

La seguridad y la vida de las personas que trabajan en una empresa y la de los clientes que la visitan se ha vuelto una preocupación primordial en cualquier rubro económico, es por eso que cumplir con las órdenes establecidas por las autoridades sanitarias es una responsabilidad de todos. Ya que nadie quiere que el COVID-19 siga expandiéndose y cobrando más vidas. Nadie sabe cuándo terminará la actual pandemia, pero todos saben cómo cuidarse y cuidar a los demás.

Protocolos básicos de bioseguridad

1. Desinfectar diariamente todos los espacios del establecimiento, materiales y equipo que utilice. No se debe abusar con el uso de detergentes o desinfectantes porque el olor fuerte puede molestar a las personas, aunque sepan por qué se hace. (Castilla Arévalo & Alarcón, 2017)



Fuente: Tunota

Siempre se debe realizar este proceso cuando no estén o no haya clientes en el establecimiento, porque es mal visto que se desinfecte o asee el lugar mientras haya clientes presentes.

2. Es muy importante que propietarios, administradores y trabajadores sean conscientes en todo momento, por eso, si cree estar contagiado o tiene posibles síntomas de coronavirus NO trabaje y acuda lo más pronto al centro de salud más cercano. Por favor no ponga en riesgo su vida ni la de los demás. (Balear, 2020)



Fuente: Medicasur

3. Fomentar el uso obligatorio y correcto de mascarilla a trabajadores y clientes que visiten el establecimiento. (OPS, 2020)



Fuente: Medicasur

4. Fomentar el correcto lavado de manos a trabajadores y clientes. (OPS, 2020)



Fuente: RCN Radio

5. Colocar pediluvio desinfectante de zapatos en las entradas de los establecimientos (asegurarse que no se quede seco por el sol). (OPS, 2020)



Fuente: Diario Forma

No necesariamente se debe comprar un pediluvio especial, puede utilizar una alfombra pequeña que tenga en casa y rociarla de alcohol, cloro y azistín, al menos 2 veces al día.

6. Colocar gel anti-bacterial para los clientes. Si es un establecimiento de hospedaje se debe colocar en la entrada principal, baños compartidos y en las habitaciones (si lo cree conveniente); en establecimientos de comida lo puede colocar en las mesas, baños y en la caja donde pagan los clientes. (OPS, 2020)



Fuente: Asepeyo

7. Disponer de suficientes artículos de bioseguridad (mascarillas, gel para manos, desinfectante, etc.) en el establecimiento, para el personal de trabajo y para los clientes si en alguna ocasión no portan mascarilla o gel al llegar al lugar. (Vásquez, 2020)



Fuente: Paho

8. No reutilizar las mascarillas desechables o quirúrgicas que ya están desgastadas o deterioradas por varios días, ya que en ese estado no le garantizan que lo van a proteger. (Vásquez, 2020)



Fuente: El Universo

El uso de mascarillas se ha convertido en un gasto necesario para toda la población, ya que son un medio de protección del coronavirus; muchas de las mascarillas que se utilizan son de un solo uso, por lo tanto, no es recomendado que se reciclen o se laven para darle más uso. Una alternativa es comprar o fabricar una mascarilla de tela que tenga mayor resistencia y dure más tiempo.



Fuente: Redacción Médica

9. Evitar que el establecimiento esté totalmente lleno, sobre todo en los espacios cerrados y áreas en común para los clientes. Si el espacio lo posibilita, adapte más áreas al aire libre, para brindar mayor tranquilidad. (OIRSA, 2020)



Fuente: RP

IV. RECOMENDACIONES

Este manual la puede tener, leer y aplicar cualquier persona que trabaje o administre un establecimiento de hospedaje y comida. Si usted es propietario o administrador de un negocio, puede compartirla con su personal de trabajo y aprender todos en conjunto o individualmente.

No piense que este manual busca desmeritar el trabajo que su negocio realiza, todo lo contrario, se busca fortalecer con buenas prácticas que le permitan ofrecer servicios de calidad.

Si ya aplica alguna de las prácticas enlistadas en esta guía, le felicitamos por hacerlo y le motivamos a que continúe aplicándolas.

Lograr satisfacer a los clientes no es una responsabilidad solo del propietario, administrador o de los trabajadores, es responsabilidad de todos como equipo.

Todas las personas que trabajan en un negocio deben estar preparándose y capacitándose constantemente, para ofrecer servicios de calidad que traigan muchos beneficios a corto y largo plazo.

Este manual es un material para orientar a las personas que trabajan ofreciendo un servicio, ya sea de alojamiento o de alimentos. Si desea profundizar más en un área de las que se mencionan aquí, puede capacitarse y buscar más información que también le sea útil.

V. BIBLIOGRAFÍA

- Alanís, R. G. (07 de marzo de 2019). *UNITEC BLOG*. Obtenido de La Importancia de la Calidad en el Servicio Turístico: <https://blogs.unitec.mx/vida-universitaria/carreras-2/turismo/calidad-servicioturistico/>
- Ancco Torres, E., Bedoya Pari, A. E., Cosi Pauro, G., Charca Quispe, D., Cházvez Choque, D. A., Monroy, R., . . . Toque, V. (2018). *Estándares de Calidad en AAVV*. Puno, Perú.
- Anderson, C. O. (2019). *Foro de Seguridad*. Obtenido de <http://www.forodeseguridad.com/artic/discipl/4132.htm>
- Balear, M. (26 de mayo de 2020). *You Tube*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=bmaP6ZRPvKI>
- Castilla Arévalo, G., & Alarcón, N. O. (2017). *EVALUACIÓN DE LA CALIDAD EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE*. Medellín.
- Civiles, C. M. (13 de diciembre de 2018). *CMICAC*. Obtenido de <https://cmicac.com/2018/12/13/impacto-ambiental-durante-el-proceso-de-construccion/>
- Concepción, U. d. (17 de abril de 2020). *Dirección de Servicios Estudiantiles*. Obtenido de <https://dise.udec.cl/node/54>
- Delgado, I. (02 de diciembre de 2019). *Significados*. Obtenido de <https://www.significados.com/comunicacion/>
- Desarrollo, U. d. (2019). *Medicina UDD*. Obtenido de <https://medicina.udd.cl/sobre-la-facultad/comite-institucional-de-bioseguridad/definicion-de-bioseguridad/>
- Díaz, R. M. (2018). *Conociendo el Marketing*. México.
- E&N. (2021 de mayo de 2018). *Estrategia y Negocios*. Obtenido de <https://www.estrategiaynegocios.net/empresasymanagement/1180218-330/cinco-capacitaciones-que-deben-recibir-los-trabajadores-en-una-empresa>
- Estadística, I. V. (09 de octubre de 2016). *EusTat*. Obtenido de https://www.eustat.eus/documentos/opt_1/tema_30/elem_1580/definicion.html
- Fuentes, C. (19 de enero de 2013). *Significados*. Obtenido de <https://www.significados.com/publicidad/>
- Hernández Martínez, J. M. (2019). *Establecimiento de Estándares de Calidad en el servicio a huéspedes en Hotel Casa Pomarrosa del municipio de Malinalco, Estado de México*. Tenancingo de Degollado.
- Leyva, M. (25 de abril de 2019). *Nube Villanet*. Obtenido de <https://nube.villanett.com/2019/04/25/como-supervisar-al-personal/>
- Maldonado, C., & Hernández, G. (2011). *Guía para Autogestión de Calidad - Servicios Turísticos Comunitarios*. Lima: Redturs.

- Márquez, H. (2020). *Orihuela*. Obtenido de <http://www.orihuela.es/bienestar-social-juventud-sanidad-y-seguridad/proteccion-civil/primeros-auxilios/botiquin/>
- Navia, S. (22 de febrero de 2017). *Bio Dynamic*. Obtenido de <http://www.biodynamicgroup.com/blog/buenas-practicas-ambientales-dentro-la-empresa/>
- OIRSA. (mayo de 2020). *Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria*. Obtenido de <https://www.oirsa.org/contenido/2020/Gui%CC%81a%20de%20buenas%20practicas%20Inocuidad%20por%20COVID-19%20290520.pdf>
- OPS. (11 de noviembre de 2020). *Organización Panamericana de la Salud*. Obtenido de <https://www.paho.org/es/noticias/11-11-2020-ops-esboza-mejores-practicas-para-controlar-pandemia-covid-19>
- Pedroche, A. (02 de enero de 2018). *Posicionamiento Web*. Obtenido de <https://www.tuposicionamientoweb.net/como-atraer-clientes-con-publicidad/>
- Quiroa, M. (29 de enero de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/administracion.html>
- Quiroz, D. (09 de marzo de 2020). *RDStation*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>
- Redes, L. (06 de octubre de 2017). *Leonardo GR*. Obtenido de <https://www.leonardo-gr.com/es/blog/dec-logo-de-buenas-pr-cticas-medioambientales-en-tu-empresa>
- Roldán, P. N. (31 de julio de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/negocio.html>
- STD, G. (2020). *GlobalSTD*. Obtenido de <https://www.globalstd.com/blog/estandares-iso-para-gestionar-los-servicios-de-turismo/>
- Teruel, S. (2021). *Captio*. Obtenido de <https://www.captio.net/blog/estrategias-de-control-del-estado-de-resultados-o-ganancias-y-perdidas>
- Vásquez, J. C. (julio de 2020). *BID*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/es/recomendaciones-para-prevenir-y-gestionar-los-riesgos-para-la-salud-por-el-contagio-de-covid-19-en>
- Weistrecher, G. (2018). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/contrato-de-servicios.html>