



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA**



TEMA:

**“EVALUACION DE LA CALIDAD DE SERVICIOS PROPORCIONADOS POR
LOS RESTAURANTES UBICADOS EN EL COMPLEJO TURISTICO DEL
PUERTO DE LA LIBERTAD (MALECON) MUNICIPIO DE LA LIBERTAD”**

TRABAJO DE GRADUACION PRESENTADO POR:

**KATHERINE JHULIANA REYES
CINDY MARLENE GUEVARA ALAS
KARLA TATIANA RIVAS PEÑA**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA**

MARZO, 2012

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

PAGINA DE AUTORIDADES

LIC. JOSE MAURICIO LOUCEL
RECTOR

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ
VICERRECTOR GENERAL

LIC. JUAN CARLOS CERNA
DECANO

JURADO EXAMINADOR

LICDA. PATRICIA VÁSQUEZ DE ALFARO
PRESIDENTA

LICDA. CAROLINA ELIZABETH CERNA AGUIÑADA
PRIMER VOCAL

LICDA. LARISSA GUADALUPE MARTI TENZE DE HENRIQUEZ
SEGUNDA VOCAL

MARZO, 2012

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Licda. Carolina Elizabeth Cerna Aguiñada, Licda. Larissa Guadalupe Marti Tenze de Henriquez,
Licda. Patricia Vásquez de Alfaro

a las 12:00m. del día Jueves, 8 de diciembre del dos mil once

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

1- Cindy Marlene Guevara Alas	CARNET 06-2490-2009
2- Karla Tatiana Rivas Peña	CARNET 06-1181-2009
3- Katherine Jhuliana Reyes	CARNET 06-1765-2009

QUIENES PRESENTARON DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

" Evaluación de la calidad de servicios proporcionados por los restaurantes ubicados en el complejo turístico del Puerto de la Libertad (MALECON) municipio de la Libertad "

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA

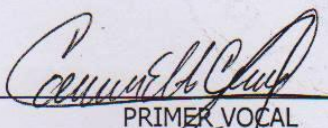
Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO.

POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

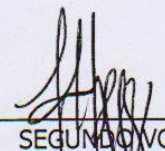
Aprobado

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA UNIVERSIDAD.

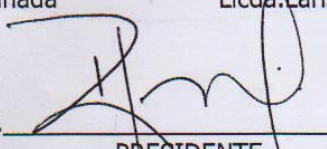
San Salvador, 8 de diciembre del dos mil once.

F. 
PRIMER VOCAL

Licda. Carolina Elizabeth Cerna Aguiñada

F. 
SEGUNDO VOCAL

Licda. Larissa Guadalupe Marti Tenze de Henriquez

F. 
PRESIDENTE
Licda. Patricia Vásquez de Alfaro

Agradecimientos de
Karla Tatiana Rivas Peña

A Dios Todopoderoso y a la Virgen de Guadalupe por guiarme y darme las fuerzas para seguir adelante a pesar de los obstáculos, gracias por cuidarme durante toda mi vida.

Al señor Héctor Lara por todo su apoyo y haber confiado en mí, ya que sin su ayuda no hubiera podido terminar la tesis. A la asesora Licda. Larissa Martí por orientarnos durante todo el proceso de la tesis ya que gracias a su ayuda la pudimos terminar.

A mi adorable hija Kimberly Landaverde por brindarme su amor y ser uno de mis más grandes motivos para salir adelante. A mi querida madre Ana Gloria Peña por darme la vida y luchar para que yo terminara mis estudios, gracias por todo su apoyo y amor.

A mi amado compañero de vida Víctor Landaverde por su apoyo y amor para que terminara la tesis, por saber comprenderme en momentos difíciles. A mis queridas hermanitas Joseline Peña y Silvia Peña por brindarme su cariño y motivarme para que siguiera estudiando.

A mi mejor amiga Luisa Interiano por haber seguido juntas la ilusión de estudiar una carrera universitaria.

A Isabel Salazar por ser como el padre que nunca tuve, gracias por todo su apoyo. A mi tía Esmeralda Peña y mis primas por ayudarme durante mis estudios, al Lic. Arnulfo Alfaro por motivarme y ayudarme para que continuara mis estudios. A todos mis profesores durante todos mis estudios por orientarme y enseñarme todo cuanto fue posible.

Agradecimientos de

Katherine Jhuliana Reyes

Culminar una de las metas que me he propuesto en la vida ha sido posible por la misericordia de Dios, a quien agradezco infinitamente por haberme proveído de la sabiduría y fuerza necesaria para seguir adelante, además le agradezco por rodearme de personas que han influido de forma positiva en mi vida, que me han dado su amor y apoyo cuando lo he necesitado, como Doug Twohill quien incondicionalmente me ha dado la oportunidad de seguir estudiando y que también le agradezco por brindarme su amistad.

Gracias a mi tía Dora Alicia por toda una vida de amor, apoyo y comprensión.

Gracias a Idalia Escamilla por el estímulo, consejos y cariño que siempre recibo de su parte.

Gracias a Mayra de Martínez e Iliana de Menjívar por enseñarme los principios y valores cristianos, a mi hermana Josselyn Gabriela y demás hermanos por ser mi inspiración.

Gracias a mi amiga y Arq. María Margarita Aguilar por ayudarme y ser parte fundamental para completar este trabajo. También agradezco a Leonardo Salazar por aceptar colaborar con esta investigación.

Y la Licda. Larissa Martí que siempre estuvo dispuesta a asesorarnos en cada una de las etapas de la investigación.

Agradecimientos de

Cindy Marlene Guevara Alas

Primeramente quiero dar las gracias a Dios Todopoderoso por darme la sabiduría y el entendimiento por todos los logros y metas que he logrado alcanzar hasta esta etapa de mi vida.

A mis padres María Gladys Alas y Juan Guevara por alentarme a seguir siempre adelante, por decirme que nada es imposible y que los sueños se pueden lograr no importando los obstáculos, aprender a superarlos para poder levantarnos y seguir adelante, ya que la vida es de aquellas personas que buscan realizar sus anhelos.

Gracias a mi tío Samuel por brindarme su ayuda económica y sus palabras de aliento para que pudiera salir adelante.

Gracias a mis queridos hermanos Daniel, Michelle y Adalberto, y a mis hermosas abuelitas Julia Cartagena e Isabel Santamaría.

A mi familia en general que siempre estuvo allí cuando más las necesité.

Quiero darle las gracias a nuestra asesora Larissa Martí y a su esposo Luis Henríquez, que siempre nos dio ánimos para alcanzar nuestra meta.

Agradezco a mi compañera de tesis Jhuliana Reyes por brindarme su amistad y apoyo en el proceso de la investigación de la tesis. Igualmente agradezco a Verónica Álvarez por aceptar colaborar con esta investigación.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	i
CAPITULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción del problema	1
1.2 Enunciado del problema.....	3
1.3 Delimitación.....	4
1.3.1 Delimitación teórica:.....	4
1.3.2 Delimitación geográfica:	4
1.3.3 Delimitación temporal:	4
1.4 Unidad de análisis	5
1.5 Sujetos de estudio.....	5
1.6 Justificación.....	5
1.7 Objetivos	7
1.7.1 Objetivo general:.....	7
1.7.2 Objetivos específicos:	7
CAPITULO II.....	8
MARCO TEORICO	8
2.1 GENERALIDADES DEL TURISMO	8
2.1.1 Historia del turismo	9
2.1.2 Historia del turismo en El Salvador	10
2.1.3 Tipos de turismo	12

2.1.4	Clasificación de turismo en El salvador	12
2.2	PUERTO DE LA LIBERTAD	14
2.2.1	Historia del Puerto de La Libertad	14
2.2.2	Historia del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad	21
2.2.3	Plaza Marinera.....	23
2.2.4	Etapas del proyecto	24
2.3	RESTAURACIÓN.....	25
2.3.1	Clasificación de los restaurantes.....	26
2.3.2	Restauración en El Salvador.....	26
2.3.3	Áreas de un restaurante.....	28
2.4	CALIDAD.....	31
2.4.1	Parámetros de la calidad	32
2.4.2	Gestión Interna y Aseguramiento de la Calidad	32
2.4.3	Calidad en el diseño y en el producto	33
2.4.4	Calidad en las compras.....	34
2.4.5	Evaluación de proveedores.....	34
2.4.6	Calidad concertada	35
2.4.7	Calidad en la producción.....	35
2.4.8	El servicio de calidad al cliente	36
2.4.9	Necesidades básicas del cliente	36
2.4.10	El servicio de atención al cliente	37
2.4.11	Calidad en los servicios de restauración	38
2.4.12	La evaluación de la calidad	38
2.5	NORMAS ISO	40

CAPITULO III.....	43
METODOLOGIA	43
3.1 Tipos de investigación.....	43
3.2 Población y Muestra.....	43
3.3 Marco Muestral.....	44
3.3.1 Sujeto de muestra.....	45
3.4 Técnicas e instrumentos.....	47
3.4.1 La encuesta	47
3.4.2 La entrevista	47
3.4.2 Procedimientos para recolectar la información.....	47
CAPITULO IV	49
PRESENTACION DE RESULTADOS.....	49
4.1 Tabulación y análisis de la información	49
CAPITULO V	81
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
5.1 CONCLUSIONES.....	81
5.2 RECOMENDACIONES	82
5.2.1 FODA.....	84
5.2.2 LINEAMIENTOS BASICOS EN EL SERVICIO AL CLIENTE	85
BIBLIOGRAFIA.....	88
GLOSARIO	90
ANEXOS	93

INTRODUCCION

Mediante el presente trabajo se investiga el estado actual de la calidad de los servicios que son brindados en los restaurantes del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad Malecón, ubicado en el municipio de La Libertad, departamento de La Libertad.

A causa de la alta competitividad que existe en el sector restaurantero de la zona, surge la necesidad de una investigación con la finalidad de evaluar los servicios que se prestan a los turistas, así como también hacer recomendaciones adecuadas a las exigencias de los clientes y además proponer lineamientos básicos que sirvan para mejorar la calidad del servicio y atención al cliente, según las deficiencias que se encuentren en la investigación.

El tipo de investigación que se realizará es descriptiva porque permite describir las características del problema y se efectuará por medio de encuestas y entrevistas. El resultado de esta investigación pretende reflejar el estado real y actual de los restaurantes del Malecón, mediante los clientes, turistas y supervisores o propietarios de cada uno de los establecimientos.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

La calidad del servicio en un restaurante es una parte fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo de sus labores, de acuerdo a la satisfacción que experimenta un cliente, como resultado de la atención recibida y la eficiencia del servicio.

Para que un restaurante logre la calidad en el servicio proporcionado, este debe cumplir con las necesidades y demandas de sus clientes, siendo ellos los más importantes por ser quienes determinan que tan bueno es el servicio.

La calidad del servicio, en el área de restauración se está convirtiendo en nuestros días en un requisito esencial para competir en el mundo empresarial, ya que el alcance que se demuestra en los resultados, tanto en el corto como en el largo plazo, pueden ser muy positivos. De esta forma, la calidad del servicio se vuelve en un elemento estratégico que otorga una ventaja que logra la diferencia y perdurabilidad en el tiempo a aquellas que tratan de alcanzarla.

En El Salvador, el turismo se ha establecido como uno de los mayores factores para el desarrollo económico del país, contando con recursos naturales, con

encantadoras playas a las que se une un importante patrimonio arqueológico y ecológico. Es por esto que el negocio de los restaurantes ha ido creciendo continuamente, hoy en día se ve una gran variedad de ellos. Por ello también han influido varios aspectos en el estilo de vida de las personas que han llevado a los nuevos hábitos del servicio y que favorecen el desarrollo del sector restaurantero.

La falta de promoción en el exterior y una infraestructura inadecuada para acoger al turismo internacional son algunos de los problemas más conocidos en la actualidad y sería como un punto a favor para su mejora en los atractivos turísticos del país, ya que el turismo es un sector económico importante, dinámico y de gran potencial que puede convertirse en un impulsor de nuestro desarrollo sostenible, pues solo en el primer semestre del año 2010 se obtuvo ganancias de \$255,491.09, y al conocer los ingresos económicos que genera este sector es como el Ministerio de Turismo (MITUR) decide apostarle a un nuevo proyecto denominado Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (Malecón), con el cual se plantea constituir en el Puerto de La Libertad en un área de desarrollo que pueda impulsar la conectividad entre el turismo gastronómico y un servicio de calidad, poniendo en valor los recursos turísticos del sector comercial de la Playa La Paz. Esta obra se propone ofrecer un servicio de calidad, contando con buena infraestructura, mejor servicio al cliente y capacitación al personal sobre el manejo de alimentos, debido a que este es

un lugar muy visitado por turistas nacionales y extranjeros, pero que anteriormente se brindaban servicios mal organizados y en malas condiciones de higiene y salubridad, puesto que no eran las más idóneas, creando molestias en los visitantes y proyectando una mala imagen del sector turístico.

Debido a la arbitrariedad en el manejo de los productos alimenticios y a la falta de continuidad en la evaluación de los servicios proporcionados en los restaurantes ubicados en el Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (Malecón), actualmente se ha puesto mayor atención a la importancia de ofrecer un servicio de calidad, lo que actualmente es el objetivo principal de esta investigación, ya que se basa en la evaluación de los servicios de calidad proporcionados por los restaurantes ubicados dentro del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (Malecón), debido a que anteriormente no se había realizado una evaluación sobre los servicios.

1.2 Enunciado del problema

¿Cuáles son los factores determinantes para una mejor evaluación de la calidad de los servicios que actualmente aplican los restaurantes ubicados en el Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (Malecón) municipio de La Libertad?

1.3 Delimitación

1.3.1 Delimitación teórica:

Para esta investigación se abordará la evaluación de la calidad de los servicios proporcionados por los restaurantes ubicados en el Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (Malecón) municipio de La Libertad, mediante los parámetros de atención al cliente, manejo de los alimentos y bebidas, infraestructura, imagen, estrategia de mercadotecnia, la cortesía y profesionalismo del personal encargado de brindar el servicio.

1.3.2 Delimitación geográfica:

El Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (Malecón) se encuentra ubicado en el municipio de La Libertad, de la zona paracentral del país. Posee un área de construcción adoquinada de 5,500 m² y una longitud de 600 metros lineales. Se divide en dos sectores: uno que inicia desde el Anfiteatro del Complejo y el otro en la intersección de la 4 calle poniente y la 5 avenida de la playa La Paz.

1.3.3 Delimitación temporal:

La investigación se realizará durante los meses de julio a noviembre de 2011.

1.4 Unidad de análisis

Para el desarrollo de esta investigación se tomará en cuenta a los turistas, empresas de restauración ubicadas en el Complejo Turístico (Malecón) del Puerto de La Libertad.

1.5 Sujetos de estudio

Para lograr que los resultados de la información sean verídicos, se tendrá con la colaboración de:

- Los turistas.
- Encargados de la administración de los restaurantes ubicados en el Complejo Turístico (Malecón) en el municipio de La Libertad.

1.6 Justificación

En el mundo actual y en nuestro país, la calidad de servicios se ha convertido en una de las exigencias más importantes en el área de restauración debido a la gran demanda de turistas, pudiendo decir que la calidad se define por los resultados y se mide por las expectativas satisfechas del turista, por lo que no deben darse errores ni fallas, ya que al ser un servicio de calidad este genera beneficios, como sucede en el Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (Malecón), la restauración permite crear empleos, lo que aumenta los ingresos

para las familias y una mejoría en la calidad de vida de los porteños, apoyando la reactivación económica del turismo local, además de buscar potenciar al departamento como destino turístico. Es por eso la importancia de dar a conocer este megaproyecto del Complejo Turístico de La Libertad, ya que en él están ubicados restaurantes reconocidos en nuestro país en los cuales se debe brindar un servicio completo para generar divisas y lograr un desarrollo social y económico a través del turismo gastronómico.

La calidad de servicio dentro de un restaurante es primordial, convirtiéndose en un elemento esencial dentro de la restauración, de ahí la importancia del desarrollo del tema presentado al evaluar los servicios que los restaurantes proporcionan en la actualidad dentro del Malecón.

Investigaciones anteriores han sugerido que si las empresas brindan un servicio de calidad, estas obtienen considerables beneficios tanto en su mercado seleccionado, imagen de la empresa, ganancia económica, lealtad del cliente, motivación del personal, diferenciación respecto a la competencia, por mencionar algunos de los más importantes. Como resultado de estos sondeos, la gestión de la calidad de servicio se ha transformado en una estrategia primordial y cada vez son más los que tratan de medirla y, finalmente mejorarla.

Con esta investigación además se pretende beneficiar a los mismos empresarios por ser quienes obtienen una lealtad al lugar e ingresos

económicos, y a los turistas por gozar de una buena atención y un servicio de calidad, que es lo que un cliente espera al visitar un establecimiento de restauración.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo general:

- Evaluar la situación actual de la calidad del servicio proporcionado por los restaurantes ubicados en el Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (Malecón) municipio de La Libertad.

1.7.2 Objetivos específicos:

- Identificar los mecanismos que actualmente utilizan los restaurantes ubicados en el Complejo Turístico (Malecón) en el municipio de La Libertad para detectar las posibles fallas en la calidad del servicio que proporcionan.
- Describir por medio de un FODA a los restaurantes del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, la situación actual de la calidad del servicio brindado.
- Proponer lineamientos básicos para ofrecer un servicio de calidad en los restaurantes ubicados dentro del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (Malecón).

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 GENERALIDADES DEL TURISMO

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que lo hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

El término "**turismología**" surgió en los años '60. Pero fue el yugoslavo Zivadin Jovicic (geógrafo en su formación académica), el científico considerado "padre de la turismología", quién lo popularizó cuando fundó la revista del mismo nombre en 1972.

Jovicic consideraba que ninguna de las ciencias existentes podía realizar el estudio del turismo en toda su dimensión (ni la geografía, ni la economía, ni la sociología, etc.) por considerar que sus aportaciones son unilaterales. Esto lo permitiría la creación de una ciencia independiente, la turismología.

Recuperado el 31 de agosto de 2011, de

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

2.1.1 Historia del turismo

El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares.

Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros.

Se trata de una etapa de madurez del sector que sigue creciendo aunque de una manera más moderada y controlada. Se limita la capacidad receptiva (adecuación de la oferta a la demanda, se empieza a controlar la capacidad de aforo de monumentos, etc.), se diversifica la oferta (nuevos productos y destinos), se diversifica la demanda (aparecen nuevos tipos diferentes de turistas) y se mejora la calidad (al turista no le importa gastar más si la calidad es mejor).

El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico. Se mejora la formación desarrollando planes educativos especializados.

El objetivo de alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad.

Recuperado el 31 de agosto de 2011, de

http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_de_sol_y_playa

2.1.2 Historia del turismo en El Salvador

El sector turismo en El Salvador inicia en el año de 1924, durante la administración del Dr. Alfonso Quiñonez Molina, el 20 de junio del mismo año, el Gobierno hizo conciencia de la importancia del turismo en El Salvador, no solo por el hecho de adquirir divisas, sino para que la sociedad internacional conociera al país en todos sus valores culturales e históricos y establecer además nuevas relaciones que beneficiaran al comercio.

Según el Consejo Centroamericano de Turismo en 1965, se llevó a cabo la primera conferencia extraordinaria de Ministros de Relaciones Exteriores de Centroamérica, realizada en San Salvador entre el 29 de marzo y el 2 de abril, en el cual se creó el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) como un órgano subsidiario de la Organización de Estados Centroamericanos integrado por Directores y Gerentes de organismos oficiales de turismo de cada uno de los países de Centroamérica.

En el cual se establece que el Consejo Centroamericano de Turismo tendría una oficina permanente que se denominara Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA).

Marcando en mayo de 1996, un hilo muy importante para el desarrollo del turismo en Centroamérica al realizarse la XVIII Reunión Ordinaria de Presidentes de Centroamérica donde se declaró al turismo como sector estratégico y prioritario para el desarrollo regional y se orientó una serie de acciones en el campo de la promoción, la facilitación, legislación, incentivos a la inversión, cooperación con el sector privado, entre otras, tendientes a impulsar su desarrollo de cara al siglo XXI.

La actividad turística se impulsó en la región, gracias al apoyo de los gobiernos Centroamericanos con el fin de establecer un compromiso firme y permanente con la actividad turística acordando desarrollar un conjunto de acciones en el contexto de la integración turística regional, permitiendo unir los recursos, voluntades y esfuerzos a fin de proyectar ante el mundo la imagen y ventajas de ofrecer un destino turístico regional único. Declarando así al turismo como un sector estratégico para el desarrollo económico social y sostenible para el país.

Recuperado el 9 de septiembre de 2011, de

http://www.sica.int/cct/resena_cct.aspx?IdEnt=11

2.1.3 Tipos de turismo

2.1.3.1 Turismo individual

Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos. Es decir que cada turista elige los destinos a visitar y cuando hacerlo.

2.1.3.2 Turismo de masas

Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico, por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.

2.1.4 Clasificación de turismo en El salvador

La amplia gama de actividades turísticas a realizar en territorio salvadoreño, permite que los extranjeros puedan elegir entre varias opciones, ya sea que deseen interactuar con la naturaleza o conocer la del país. Entre estas opciones se encuentran:

- Turismo de aventura: por poseer volcanes y montañas ideales para la aventura extrema es que se pueden realizar deportes como escalar, canopy, rappel, además de acampar.

- Turismo religioso: el país cuenta con una cultura muy religiosa, el cual lo convierte en un atractivo para muchos turistas, de lo cual hay como prueba la existencia de muchas iglesias de la época colonial.
- Ecoturismo: El Salvador cuenta también con lugares ideales para los visitantes que disfrutan el contacto con la naturaleza, como bosques, lagos, montañas.
- Turismo cultural: el país es un destino rico en historia, que además posee sitios arqueológicos que forman parte del mundo Maya y que son patrimonio de la humanidad.
- Necro turismo: un nuevo tipo de turismo con el que cuenta El Salvador y que llama la atención de muchos extranjeros y nacionales, este consiste en visitar el cementerio por la noche, donde hay un guía que cuenta la historia de las personalidades que están ahí enterradas, de una forma muy peculiar.
- Turismo de sol y playa: por contar con una gran extensión de zona costera y con diversas tonalidades de arena donde se puede disfrutar de la deliciosa gastronomía, maravillosos paisajes y realizar deportes como surf, buceo y otros.
- Turismo gastronómico: atrae a muchos turistas por su amplia variedad en platillos y antojitos típicos.

2.2 PUERTO DE LA LIBERTAD

Lo que hoy en día se conoce como Puerto de La Libertad, era conocido desde tiempos inmemorables con el nombre de "rada de Tepehaua". La palabra Tepehaua viene del idioma náhuatl y significa "el cerro de los encinos" o más propiamente "los ahuas del cerro o de la montaña", pues proviene de tepe, Tepec, cerro, montaña, localidad, mientras que ahua que viene de encino, roble o bien del nombre de una tribu de los yaquis o pipiles. Los ahuas también serían "los poseedores de las aguas", de a, at, agua; y ahua, el que tiene o posee algo.

2.2.1 Historia del Puerto de La Libertad

El arzobispo don Pedro Cortez y Larraz mencionan a la hacienda de Tepehua en el año 1770 y dice que era una de las más importantes parroquias de San Jacinto.

Mientras que el corregidor intendente don Antonio Gutiérrez y Ulloa agregan, que en 1807, era una extensa hacienda de 25 caballerías, contigua a un sitio de crianza de ganado mayor, propiedad de don Ventura Calera.

Dentro de lo que fue el desarrollo portuario se podría señalar que el 9 de junio de 1828 desembarcaron en el puerto de La Libertad las fuerzas armadas federales a las órdenes de Manuel Pavón. La historia cuenta que este jefe apresó al comandante de la localidad y luego regresó al puerto de San José, Guatemala llevándose consigo el andarivel y el bongo, propiedades del estado salvadoreño, así como otros bongos que pertenecían al señor Roberto Parker, quien fungía como cónsul de los Estados Unidos en Centroamérica.

Fue el 10 de diciembre de 1831 en que el Congreso Federal de la República de Centro América decretó al Puerto de La Libertad como uno de los puertos del istmo, habilitado para el comercio exterior en el litoral del Océano Pacífico.

El 19 de enero del año 1835, y teniendo presente las indicaciones del Gobierno Supremo Nacional, el Congreso de la República Federal de Centro América decide declarar puerto mayor de registro al de La Libertad, en vez del de Acajutla, en parte por las mejores infraestructuras y demás ventajas naturales.

Desde su establecimiento el puerto de La Libertad perteneció al departamento de San Salvador; sin embargo, de 1835 a 1839 formó parte del distrito de la República Federal.

Del 28 de octubre al 12 de noviembre de 1849 este puerto fue bloqueado por una escuadra inglesa, por solicitud de Federico Chatfield, cónsul británico.

El primer buque de vapor llamado “primero”, llegó a La Libertad el 8 de enero de 1854, con 225 toneladas y capitaneado por León Smith.

Tres años después, el 7 de junio de 1857, desembarcan en el puerto de La Libertad, alrededor de 1,200 hombres de tropas, quienes habían definido la integridad de Centro América y la soberana de Nicaragua contra el filibustero William Walker. Estos soldados llegaron a nuestras playas a bordo de los bergantines “Gamarra” y “Centro América”, bajo las órdenes del invicto capitán General Gerardo Barrios. Con el desembarque del ejército en el puerto de La Libertad, el cólera Murbus se propagó a consecuencia de los excesos que cometió la tropa al saciar el hambre y la sed, extendiéndose con gran rapidez por todo el país.

Durante la administración del Senador Presidente de la República, general Don Gerardo Barrios, el número de habitantes del puerto había aumentado considerablemente, uniéndose a las poblaciones de los valles del Cimarrón y Santa Cruz, así como también a las haciendas de San Diego y Salinas de San Juan, logrando exceder con amplio margen el total de habitantes mínimo, exigido por la ley del 4 de septiembre de 1832 para tener municipalidad.

Por otra parte era perjudicial para los pobladores de La Libertad el tener que depender de la municipalidad del pueblo de Huizucar, pues tenían que recorrer

aproximadamente cinco leguas de mal camino para poder prestar sus servicios o exponer sus demandas.

Ante esto el Senador Presidente emitió al decreto ejecutivo el 19 de julio de 1858, en el que erigía en pueblo de La Libertad, ordenando que sus habitantes eligieran media municipalidad (un Alcalde, dos Regidores y un sindico, así como un juez de paz, con jurisdicción en los valles y haciendas antes mencionados).

Fue el 11 de febrero de 1859 que la Cámara de Diputados aprobó el titulo de pueblo otorgado al Puerto de La Libertad.

Por otra parte consta en un informe municipal de La Libertad, con fecha 8 de diciembre de 1860, que su población era de 266 habitantes alojados en 28 casas de tejas y muchos ranchos. La población propiamente urbana era de 90 personas, incluyendo ancianos y niños de ambos sexos; y en el área rural habían cuatro aldeas llamadas: San Juan Diego, Santa Cruz, Palo Grande y Cimarrón.

Según se lee en el documento, esta población se halla situada a la orilla del mar pacifico, rodeada de una cordillera de montañas ásperas, distando de la capital nueve leguas, con un buen puerto poco concurrido de buques de vela, pero si frecuentado por dos vapores llamados el “Guatemala” y el “Columbus”, los cuales desembarcaban dos veces al mes. En el documento también se

comentan sobre la construcción de una carretera que partía desde el puerto hasta San Salvador.

En el mismo documento se comenta que el puerto se encontraba en una excelente posición geográfica para construirse un muelle. Para ese entonces el desembarque se hacía por medio de lanchas, las cuales pasaban previamente por las tascas y un andarivel. En este puerto había un hermoso edificio de dos pisos que funcionaba como aduana al gobierno; la casa de consignación poseían tres hermosas casas de teja; el cabildo de esta población fue regalado por el Supremo Gobierno. Para el año de 1860 también se construyó una iglesia techada.

En junio de 1863 el capitán general Gerardo Barrios organiza en el Puerto de La Libertad una expedición marítima destinada a invadir Nicaragua y para apoderarse del puerto de Amapala. Para esa ocasión le fue cedida la jefatura de la expedición al General Nicaragüense don Máximo Jerez, apellidado “el león del istmo” por la bravura demostrada en la batalla de Coatepeque.

Durante la administración de Lic. Francisco Dueñas y con fecha 4 de mayo de 1867, el Ministerio de Hacienda y Guerra, Juan Bonilla en compañía del Coronel Manuel Cano Medrazo y Eduardo Hall, aprobaron por parte del gobierno la contratación para construir un muelle de hierro en La Libertad.

El muelle del puerto de La Libertad fue el primero de hierro en el país, inaugurándose con gran pompa y regocijo el 7 de octubre de 1869. Desde 1824 las operaciones de carga y desembarque se habían hecho por lanchones asegurados con un andarivel.

El 27 de abril de 1870 se inauguró en El Salvador la primera línea telegráfica entre la capital y el puerto de la libertad. El comandante del puerto, General Juan José Cañas envió el primer mensaje al Presidente de la República, Lic. Francisco Dueñas, en dicha fecha.

El 11 de abril de 1871 el puerto en La Libertad fue ocupado por 100 hombres bajo el mando de revolucionario Coronel Santos Valencia.

Durante la administración de don Santiago González y por decreto de la Cámara de Senadores de la República, con fecha 10 de marzo de 1874, se confirió el título de villa al pueblo del Puerto de La Libertad.

En 1890 su población había aumentado a 2,000 habitantes. Por decreto legislativo con fecha 8 de mayo de 1926, se segregó el cantón El Majahual de la jurisdicción de Nueva San Salvador y se incorporó en la de la villa del Puerto de La Libertad. Desde el 28 de enero del año de 1865 La Libertad es municipio del distrito de Nueva San Salvador y del departamento de La Libertad.

El año de 1976 quedó marcado como un año negativo en la historia de esta ciudad portuaria, ya que el número de barcos que desembarcaban en el

disminuyó considerablemente, comenzando esta debacle a partir del año 1970. Lo anterior generaba desempleo y por consiguiente; desesperación y hambre entre los pobladores que se dedicaban a ganar ingresos a base de horas trabajadas o por toneladas métricas desembarcadas en el puerto.

Ante esta adversidad los miembros de la Asamblea General del Sindicato de trabajadores (SIPES) seccional La Libertad, acordaron solicitar a la presidencia y gerencia general de la Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma (CEPA), la indemnización que la ley establece a todos los trabajadores de CEPA, La Libertad, argumentando que esta sería la forma adecuada de resolver las deudas económicas que habían contraído a consecuencia de la falta de trabajo y pensando en una supuesta renovación de contrato como lo sucedido con los ferrocarriles de El Salvador (IRCA), que al pasar administrativamente a CEPA lo denominaron FENADESAL.

El galpón o caseta que se encontraba al final del muelle fue desmantelado por la marina nacional del puerto, durante los meses de agosto a noviembre de 1980, como medida de seguridad, ya que amenazaban con derrumbarse y dañar parte del puente del muelle.

En la actualidad es utilizado este puente para realizar las operaciones del embarque y desembarque de lanchas pesqueras de las cooperativas locales.

(INFORME HISTORICO DEL PUERTO DE LA LIBERTAD, HBarrientos Arquitectos, octubre 2005)

2.2.2 Historia del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad

El Ministro de Turismo, Lic. Rubén Rochi, inauguró la Fase I del Malecón Turístico del Puerto de La Libertad, proyecto que provee al turista la infraestructura adecuada para lograr el acceso a una de las mejores playas de surf en el mundo y recrearse con la gastronomía de la zona.

El Malecón posee un área de construcción adoquinada de 5500 m² y una longitud de 600 metros lineales, con un ancho de vía variable de 6.5 a 8 metros. Se divide en dos sectores: uno que inicia desde el Anfiteatro del Complejo del Puerto de La Libertad y el otro en la intersección de la 4 calle poniente y la 5 avenida que conduce hasta el cementerio de la playa La Paz.

Como parte de las estrategias de desarrollo y planificación que se han realizado en esta cartera de Estado, la apuesta al cambio de imagen con este Malecón Turístico permitirá reactivar la actividad turística portuaria, fortaleciendo distintos segmentos del turismo de surfing, sol y playa, así como también la variedad de mariscos que venden en los diferentes restaurantes que operan en la zona.

Los visitantes podrán caminar con seguridad por el Malecón, haciendo un recorrido por diferentes restaurantes, hoteles y pequeños comercios informales. Esta obra beneficiará a los visitantes y empresarios del Puerto de La Libertad debido que genera empleo directo e indirecto a la zona.

El megaproyecto está contemplado en las líneas de trabajo del Plan Nacional de Turismo (PNT 2020), ya que plantea constituir a la zona del Puerto de La Libertad en un área de desarrollo que impulsa la conectividad, el turismo gastronómico y del surfing, poniendo en valor los recursos turísticos del sector comercial de la playa La Paz.

El Malecón se suma a la infraestructura turística de la Etapa I del Complejo del Puerto de La Libertad, la cual se ha desarrollado con fondos de la contribución especial de CORSATUR. Los empresarios de la zona participan en las campañas permanentes que CORSATUR ha implementado en el sector.

Exclusivamente el sector del Puerto de La Libertad ha tenido una explosión de inversiones nacionales e internacionales, que van desde la intervención nueva en el sector, pasando por remodelaciones y mejoras de atractivos existentes. La zona como tal, luego de los proyectos que MITUR-CORSATUR ha ejecutado, tiene un realce a todo nivel y se observa en el esparcimiento del desarrollo turístico de nuevos hostales, restaurantes y hoteles.

Dentro del Complejo del Puerto de La Libertad se encuentra el Anfiteatro y el edificio de la Fuerza Naval y POLITUR, instituciones que brindan la seguridad a los turistas nacionales e internacionales.

La IV etapa del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, comprendió 16 establecimientos comerciales, equipados y amueblados, con capacidad para 150 personas cada uno. Los trabajos de construcción de la Etapa II del Complejo siguen en marcha y consistirá en una plaza marinera para vendedores y un edificio de 3 niveles para estacionamientos.

2.2.3 Plaza Marinera

La Plaza Marinera, albergará a micro y pequeños empresarios turísticos que actualmente prestan sus servicios gastronómicos en precarias condiciones, a un costado del Complejo Turístico del Puerto La Libertad.

La plaza tendrá un aforo de 900 turistas quienes podrán disfrutar de la oferta culinaria de más de 80 micro y pequeños empresarios. Es el primer centro comercial que va a atender verdaderamente la micro empresa turística.

La construcción de la plaza o food court, que contará con tres niveles y un parqueo exclusivo, ofrecerá, además de la oferta gastronómica, locales especiales para artesanos, pescadores y minuterios. La obra se prevé iniciar a principios de 2012.

La Plaza Marinera requerirá un presupuesto de US\$4.5 millones y lo que se busca es apoyar la reactivación económica del sector turístico de la zona.

Actualmente, el MITUR se encuentra en pláticas con el gobierno para lograr la liberación de los fondos. La carpeta del proyecto está lista y la construcción inicia cuando se tenga los recursos económicos. Precisamente, la Plaza Marinera forma parte de una serie de proyectos de infraestructura social anunciados en noviembre del año pasado por el presidente Mauricio Funes, los cuales se ejecutarán con fondos del Presupuesto General de la Nación.

Con la construcción de la Plaza Marinera, no solo se busca potenciar al departamento como destino turístico sino también mejorar las condiciones de vida de los actuales comerciantes de la zona.

La gente que actualmente vende sus coctelitos y comida en locales sin condiciones óptimas serán las mismas que van a ocupar los puestos de la plaza.

2.2.4 Etapas del proyecto

En julio 2009, Mitur y Corsatur inauguraron la IV etapa del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, que cuenta con 16 establecimientos comerciales, equipados y amueblados.

La construcción del Complejo se realizó bajo una inversión de \$8 millones, es decir, US\$2 millones por etapa. La infraestructura impulsó la oferta turística de la zona.

La Plaza Marinera y el Complejo Turístico La Libertad estarían conectados por una pasarela para facilitar la comunicación entre el estacionamiento principal anexo y ambos recintos.

Recuperado el 29 de agosto de 2011, de

<http://www.revistasumma.com/economia/15053-el-salvador-construira-plaza-marinera-en-la-libertad.html>

2.3 RESTAURACIÓN

Restaurante es un establecimiento comercial en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local o para llevar. Hoy en día existen una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina.

El término restaurante proviene del francés “restaurant”, palabra que se utilizó por primera vez en París en 1765.

Actualmente los restaurantes son un sector importante en el turismo por existir una gran variedad de ellos en estilos y tamaños.

2.3.1 Clasificación de los restaurantes

A nivel mundial se pueden clasificar en algunas formas según sus tipos de los cuales tenemos:

- Por su volumen y organización estos se dividen en: pequeña, mediana y gran empresa tomando en cuenta el número de empleados y su activo.
- Por el servicio que se ofrece son: directo, emplatado, semi-lujo, fuentes al palto, lujo, gueridón, autoservicio, take away o llevar.
- Por su oferta culinaria tenemos a cocina casera, regional, internacional, nueva cocina, especialidades y la nacional.
- Por su localización se tiene de ciudad, carretera, costa, montaña y de playa.

Recuperado el 29 de agosto de 2011, de

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

2.3.2 Restauración en El Salvador

El Salvador al igual que en los demás países el servicio de restaurantes aparece como una necesidad básica que obliga a las personas a ingerir a sus alimentos fuera de su casa, y sea por las distancias que existe entre el trabajo y

la casa, por motivos de realización de negocios o por departir con la familia o simplemente por conocer algo diferente.

La historia de los restaurantes en El Salvador hace referencia desde el año de 1947. De acuerdo con la entrevista realizada a uno de los propietarios de restaurantes manifestó que el primer restaurante de lujo que apareció en el país fue el Siete Mares, ubicado en la colonia San Benito, este restaurante tenía la característica de que los clientes tenían que entrar con traje formal.

Tres años después aparecieron otros restaurantes de comida internacionales como El Monterrey y El Migueleño ubicados en el centro de San Salvador, en el mismo tiempo surgieron otros restaurantes de comida popular tales como El Shez Balta y La Praviana.

Para el año de 1950 apareció un nuevo concepto en comidas El Dra-inn, el cual tenía como característica principal que la comida era servida por meseros en el automóvil del cliente, de estos restaurantes se tiene el Café De Don Pedro, EL Flamingo y El Mexicano.

En el año de 1964 surgió otro nuevo concepto el restaurante de comida llamada la parrilla, quien creó este tipo de comida fue Doña Graciela de Hollman, el restaurante está ubicado en un garaje de casa en la avenida Roosevelt 47 avenida sur, la especialidad era comida típica (carne a la parrilla, ensalada fresca, chirimol y pan con ajo) y la clientela era selecta. Seguidamente se

establecieron otros como Cheles's, La Carreta y La Pampa Argentina, en esta misma década comenzaron a surgir los restaurantes de comida rápida entre los cuales están las hamburguesas y los hot dog.

A partir del año de 1967 surgieron con mayor auge los restaurantes de comida internacional y de lujo, de los cuales estaban La Fonda, Le- mar, y El Bodegón. Para los años 1970 continuaron incrementando estos negocios, a pesar de que algunos desaparecieron, en este mismo año se establecieron con mayor vigor las comidas rápidas entre ellas La Pizza Boom, Pizza Hut, Toto's Pizza y Buges. Seguidamente se proliferaron los restaurantes de comida internacional y de lujo.

2.3.3 Áreas de un restaurante

2.3.3.1 Puerta Principal

Cerca de la entrada se deberá colocar un mueble tipo aparador al que llamamos "PODIUM" donde permanece el libro de reservas y un teléfono para la toma de reservas y mensajes. Es el área donde se recibe al cliente, si el restaurante dispone de una hostess (anfitriona) ésta deberá permanecer allí durante todo el servicio para recibir y despedir a los clientes y sólo se desplazará para conducirlos hasta sus mesas.

2.3.3.2 Bar y sala de espera

Los restaurantes de primera categoría y de lujo deben disponer de un bar o una pequeña sala de espera cerca de la entrada para cuando no haya mesas disponibles y los clientes tengan que esperar, mientras toman un jugo o un cóctel.

Tanto en el bar como en la sala de espera acostumbra presentar la carta a los clientes y hasta tomarle el pedido para cuando haya mesas disponibles sentarlos según el orden de llegada. En este caso debemos notificar a la cocina que dichos clientes están en orden de espera para que solo hagan marchar la comanda y luego le notifiquemos, por supuesto, cuando ya estén sentados.

2.3.3.3 Sala o Comedor

Área donde están ubicadas las mesas para el servicio a los clientes.

2.3.3.4 Baños

Los servicios o aseos deben estar en un extremo del salón. Lo ideal es que haya una puerta de acceso común, tanto para el de las damas, como para el de los caballeros.

2.3.3.5 La cocina

La cocina es la zona industrial de un restaurante, o sea, el área de producción, donde se elaboran los alimentos que serán servidos en el comedor. La cocina

cuenta con un personal dirigido por un “Chef” o “Jefe de Cocina” asistido por un “Sub Chef”, seguido de los jefes de partida, cocineros y ayudantes.

2.3.3.6 Cocina caliente

Es el área donde se encuentran las estufas, los diferentes tipos de parrilla, freidores, salamandras, baño de María, etc.

2.3.3.7 Cocina fría

Donde se preparan todos los platos fríos, tales como ensaladas y fiambres. También se encuentran allí las cámaras para conservar los vegetales y las cámaras frigoríficas para almacenar los productos que se emplearán en la cocina caliente, tales como las carnes, pescados y mariscos.

2.3.3.8 Área de entrega y recepción de pedidos

“El Pase” es como se le acostumbra llamar a esta área donde los camareros entregan la comanda y reciben los platos. Regularmente habrá un supervisor de cocina llamado ocasionalmente Chef de partida, responsable de recibir y cantar la comanda, para de esta forma hacer marchar los alimentos. Siempre que haya un supervisor a cargo del “pase”, éste será el intermediario entre los camareros o el camarero cocina y los cocineros de las diferentes áreas. Éste avisa también cuando deben salir los platos, los supervisa al salir y los entrega personalmente a los camareros a cargo de transportarlos al comedor. Los platos donde serán

servidos los manjares, se tienen previamente calentados, manteniéndolos en la mesa, la cual está prevista de una lámpara con luz infrarroja.

Recuperado el 9 de septiembre de 2011, de

<http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/338.479%201-B453p/338.479%201-B453p-Capitulo%20I.pdf>

2.4 CALIDAD

- Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie. (Real Academia de la Lengua Española)
- Es el juicio que tienen los clientes o usuario sobre un producto o servicio; es el punto en el que sienten que sobrepasa sus necesidades y expectativas (Gihow, Howards. Planificando para la Calidad, la productividad y una posición competitiva. Ediciones Ventura. Mexico. 1991, p. 9)
- La calidad en el servicio se centra en las dimensiones del servicio según Valarie.A,Mary Jo Bitner (2ª edición, marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa. Año 2002 p.93)

Como se menciona anteriormente la calidad es de gran importancia a la hora de prestar un servicio porque para un cliente es importante que sus necesidades sean satisfechas lo mayormente posible. Para volver a solicitar el mismo servicio.

2.4.1 Parámetros de la calidad

- Calidad de conformidad: Es el grado de fidelidad con el que es proporcionado el servicio a los clientes.
- Calidad de uso: el servicio debe ser fácil adquirirlo para los clientes.
- El cliente es el nuevo objetivo: es decir que el cliente siempre va ser la parte esencial al prestar un servicio.

2.4.2 Gestión Interna y Aseguramiento de la Calidad

El aseguramiento de la calidad, se puede definir como el esfuerzo total para plantear, organizar, dirigir y controlar la calidad en un sistema de producción con el objetivo de dar al cliente productos o servicios con la calidad adecuada. Es simplemente asegurar que la calidad sea lo que debe ser.

En las industrias manufactureras se crearon y refinaron métodos modernos de aseguramiento de la calidad. La introducción y adopción de programas de

aseguramiento de la calidad en servicios, ha quedado a la zaga de la manufactura, quizá tanto como una década.

Los administradores de organizaciones de servicio por costumbre han supuesto que su servicio es aceptable cuando los clientes no se quejan con frecuencia. Sólo en últimas fechas se han dado cuenta que se puede administrar la calidad del servicio como arma competitiva.

Aseguramiento de la calidad en manufactura. Garantizar la calidad de manufactura está en el corazón del proceso de la administración de la calidad. Es en este punto, donde se produce un bien o servicio, donde se "ínter construye" o incorpora la calidad.

La administración general, en las que están los grupos de finanzas y ventas, tiene la responsabilidad general de planear y ejecutar el programa de aseguramiento de la calidad.

2.4.3 Calidad en el diseño y en el producto

Para obtener productos y servicios de calidad, debemos asegurar su calidad desde el momento de su diseño. Un producto o servicio de calidad es el que satisface las necesidades del cliente, por esto, para desarrollar y lanzar un producto de calidad es necesario:

- Conocer las necesidades del cliente, saber lo que el cliente espera del servicio que va obtener.
- Diseñar un servicio que cubra las necesidades que tiene el cliente.
- Ofrecerle el servicio de acuerdo al diseño.
- Conseguir realizar el servicio en el mínimo de tiempo y al menor costo posible.

2.4.4 Calidad en las compras

Es necesario asegurar la calidad en las compras para garantizar que los productos o servicios adquiridos cumplen los requisitos necesarios. La mejor manera de garantizar la calidad en productos y servicios es basarse en la responsabilidad del proveedor, para fabricar un buen producto y aportar las pruebas de calidad correspondientes.

2.4.5 Evaluación de proveedores

La calidad de los productos o servicios de una organización depende en una importante medida de sus proveedores. Para desarrollar nuevos productos y servicios con un alto grado de fiabilidad, es imprescindible que el proveedor colabore desde la fase inicial de desarrollo.

Es importante tener en cuenta que un proveedor bien estimulado y apoyado por la organización, puede dar una contribución insustituible de creatividad e innovación tecnológica en nuevos productos y servicios y además puede trabajar activamente para reducir continuamente los costos.

2.4.6 Calidad concertada

Es el acuerdo establecido entre el comprador y el proveedor, según el cual, se atribuye al proveedor una determinada responsabilidad sobre la calidad de los lotes suministrados, que deben satisfacer unos niveles de calidad previamente convenidos. Este acuerdo conviene firmarlo en forma de contrato.

2.4.7 Calidad en la producción

Es realizar las actividades necesarias para asegurar que se obtiene y mantiene la calidad requerida, desde que el diseño del producto es llevado a fábrica, hasta que el producto es entregado al cliente para su utilización.

Los objetivos principales del aseguramiento de la calidad en la producción son:

- Minimizar costos.
- Maximizar la satisfacción del cliente.

2.4.8 El servicio de calidad al cliente

Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o el servicio básico. Para dar el mejor servicio se debe considerar el conjunto de prestaciones que el cliente quiere:

- El valor añadido al producto.
- El servicio en si.
- La experiencia del negocio.
- La prestación que otorga al cliente.

2.4.9 Necesidades básicas del cliente

Las principales necesidades básicas de un cliente son:

- Ser comprendido, es decir ponerse en el lugar del cliente para saber qué es lo necesita.
- Sentirse bienvenido, proporcionarle una agradable bienvenida al saludarlo.
- Sentirse importante, darle a conocer que su presencia es significativa en dicho establecimiento.

- Sentir comodidad, proporcionarle un ambiente agradable.
- Sentir confianza, hacerle sentir como que está en casa, y que puede realizar sus actividades normalmente.
- Sentirse escuchado, darle a conocer que su opinión es importante.
- Sentirse seguro, brindarle seguridad durante su estancia en el establecimiento.
- Sentirse satisfecho, cumplir con todas sus expectativas con respecto al servicio ofrecido.

2.4.10 El servicio de atención al cliente

Para poder realizar una adecuada atención al cliente se debe:

- Identificar quienes son los clientes, tener un cliente objetivo en quien se centra toda la atención.
- Agruparlos en distintos tipos.
- Identificar las necesidades de los clientes, así como saber donde y como lo quieren los clientes, además del aumento en cuanto a la productividad, es esencial para toda empresa.

Recuperado el 29 de agosto de 2011, de

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

2.4.11 Calidad en los servicios de restauración

La gastronomía y los productos típicos de cada zona son muy valorados por los turistas. Por esta razón, junto con el acondicionamiento apropiado de los locales en los que se ofrece este servicio, es necesario cuidar la oferta de alimentos que se comercializan. Productos naturales, artesanos, comidas propias de la región o artículos de producción ecológica, resultan muy atractivos, además de favorecer el mantenimiento de la agricultura local. Todo esto redundará en una restauración de calidad que el turista aprecia.

(Segunda edición, marketing de servicio: Un enfoque de integración del cliente a la empresa, Autor Valarie A. Zaithaml & Mary Jo Bitner, Año 2002, p.3)

La gestión de marketing en el turismo rural de España, autor: Lucía Mediano Serrano.

2.4.12 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".

Recuperado el 29 de agosto 2011, de

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

La calidad se mide mediante el desempeño, características, confiabilidad, adaptabilidad, durabilidad, utilidad, estética y percepción. Otros investigadores han descubierto que los consumidores toman en cuenta otras dimensiones como:

Confiabilidad: Capacidad para desempeñar el servicio que se promete de manera segura y precisa.

Responsabilidad: Disponibilidad para ayudar a los clientes y para proveer el servicio con prontitud.

Seguridad: El conocimiento y la cortesía de los empleados y su habilidad para inspirar buena fe y confianza.

Empatía: Brindar a los clientes una atención individualizada y cuidadosa.

Tangibles: La apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales escritos.

Segunda edición, marketing de servicio: Un enfoque de integración del cliente a la empresa, Autor Valarie A.Zaithaml & Mary Jo Bitner, Año 2002, p.3

2.5 NORMAS ISO

Como es de conocimiento general para que un restaurante tenga éxito en sus labores debe cumplir con el requisito tan exigido hoy en día como lo es la calidad es por ello que la Organización Internacional para la Estandarización, ISO por sus siglas en inglés (International Organization for Standardization), es una federación mundial que agrupa a representantes de cada uno de los organismos nacionales de estandarización (como lo es el IRAM en la Argentina), y que tiene como objeto desarrollar estándares internacionales que faciliten el comercio internacional.

Cuando las organizaciones tienen una forma objetiva de evaluar la calidad de los procesos de un proveedor, el riesgo de hacer negocios con dicho proveedor se reduce en gran medida, y si los estándares de calidad son los mismos para todo el mundo, el comercio entre empresas de diferentes países puede potenciarse en forma significativa – y de hecho, así ha ocurrido –.

Durante las últimas décadas, organizaciones de todos los lugares del mundo se han estado preocupando cada vez más en satisfacer eficazmente las necesidades de sus clientes, pero las empresas no contaban, en general, con

literatura sobre calidad que les indicara de qué forma, exactamente, podían alcanzar y mantener la calidad de sus productos y servicios.

De forma paralela, las tendencias crecientes del comercio entre naciones reforzaba la necesidad de contar con estándares universales de la calidad. Sin embargo, no existía una referencia estandarizada para que las organizaciones de todo el mundo pudieran demostrar sus prácticas de calidad o mejorar sus procesos de fabricación o de servicio.

Teniendo como base diferentes antecedentes sobre normas de estandarización que se fueron desarrollando principalmente en Gran Bretaña, la ISO creó y publicó en 1987 sus primeros estándares de dirección de la calidad: los estándares de calidad de la serie ISO 9000.

Con base en Ginebra, Suiza, esta organización ha sido desde entonces la encargada de desarrollar y publicar estándares voluntarios de calidad, facilitando así la coordinación y unificación de normas internacionales e incorporando la idea de que las prácticas pueden estandarizarse tanto para beneficiar a los productores como a los compradores de bienes y servicios. Particularmente, los estándares ISO 9000 han jugado y juegan un importante papel al promover un único estándar de calidad a nivel mundial.

Las series de normas ISO relacionadas con la calidad constituyen lo que se denomina familia de normas, las que abarcan distintos aspectos relacionados con la calidad:

ISO 9000: Sistemas de Gestión de Calidad Fundamentos, vocabulario, requisitos, elementos del sistema de calidad, calidad en diseño, fabricación, inspección, instalación, venta, servicio post venta, directrices para la mejora del desempeño.

ISO 10000: Guías para implementar Sistemas de Gestión de Calidad/ Reportes Técnicos Guía para planes de calidad, para la gestión de proyectos, para la documentación de los SGC, para la gestión de efectos económicos de la calidad, para aplicación de técnicas estadísticas en las Normas ISO 9000. Requisitos de aseguramiento de la calidad para equipamiento de medición, aseguramiento de la medición.

ISO 14000: Sistemas de Gestión Ambiental de las Organizaciones. Principios ambientales, etiquetado ambiental, ciclo de vida del producto.

Recuperado el 9 de septiembre de 2011, de

<http://www.unlu.edu.ar/~ope20156/normasiso.htm>

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1 Tipos de investigación

Se utilizará la investigación descriptiva porque nos permitirá recoger los datos y describir las características del problema, en este caso la calidad de los servicios que prestan los restaurantes del Complejo Turístico Malecón en el Puerto de La Libertad, dicha investigación nos permitirá conocer la clase de servicios que están brindando actualmente los restaurantes.

Así como también se utilizará la investigación explicativa para poder exponer las causas del problema, explicar por qué los restaurantes están ofreciendo de esa forma los servicios.

3.2 Población y Muestra

Según datos obtenidos del VI Censo de Población y V de Vivienda 2007 realizado por la DIGESTYC, el número de habitantes del municipio de La Libertad es de 35,936.

Las visitas realizadas al Malecón del Puerto de La Libertad durante el periodo de las vacaciones agostinas del año 2011 fueron de 15,000 turistas, tanto nacionales como extranjeros, según la información brindada por Claudia Samayoa, Técnico del Centro de Amigos al Turista del Puerto de La Libertad. El

día martes 20 de septiembre a las 14:00 horas, este dato no es concreto ni fidedigno, pues no es una información que se haya documentado.

3.3 Marco Muestral

El universo en este caso es infinito por el número de visitantes, y el tipo de muestreo es probabilístico debido al hecho de trabajar un universo indocumentado y la muestra es por conveniencia, indicando que el error muestral es de 0.05, pues el tiempo determinado para la investigación es muy corto para ahondar en el tema y reconocer la problemática del lugar, además por ser una zona insegura en sus alrededores.

La proporción poblacional y los niveles de confianza de la muestra es la cantidad de personas que se encuestarán, siendo así el Censo de Población y de Vivienda 2007 realizado por la DIGESTYC, el cual informa que la población del municipio de La Libertad es de 35,936 habitantes, más los 15,000 visitantes del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad Malecón, municipio de La Libertad, según la información brindada por Claudia Samayoa, Técnico del Centro de Amigos al Turista del Puerto de La Libertad, dando como total un universo de 50,936.

Para determinar la muestra, se aplicó a este dato la siguiente fórmula:

Infinita:

$$N = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{E^2}$$

$$N = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50)}{(0.05)^2} = 384.16$$

Obteniendo así un valor de muestra de 384 encuestas.

Donde:

N= Población

Z= Valor de la Población

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

E= Error que se prevé cometer

3.3.1 Sujeto de muestra

Por el tipo de investigación que se utilizará, los informantes serán: los gerentes de los restaurantes ubicados en el Malecón a los cuales se les realizará una entrevista, los turistas a los cuales se les pasará el cuestionario.

RESTAURANTE	CARGO	UBICACIÓN
	PROPIETARIO	IV ETAPA, RESTAURANTE "A"
	SUPERVISOR	IV ETAPA, RESTAURANTE "A"
	PROPIETARIO	IV ETAPA, RESTAURANTE "B"
	PROPIETARIO	IV ETAPA, RESTAURANTE "A"
	SUPERVISOR	IV ETAPA, RESTAURANTE "A"
	PROPIETARIO	IV ETAPA, RESTAURANTE "B"
	PROPIETARIO	IV ETAPA, RESTAURANTE "B"
	PROPIETARIO	IV ETAPA, RESTAURANTE "B"

3.4 Técnicas e instrumentos

Se utilizará el método de la encuesta por medio de los instrumentos del cuestionario y la entrevista para obtener de forma directa lo que piensa la población sobre el tema de la investigación.

3.4.1 La encuesta

Es un método que permite obtener información de una población o parte de esta.

La técnica del cuestionario permitirá conocer lo que los turistas piensan sobre la evaluación de los servicios de calidad que prestan los restaurantes del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (Malecón), municipio de La Libertad.

3.4.2 La entrevista

Es un instrumento que permite un acercamiento real con las personas que ofrecen los servicios en los restaurantes ubicados en el Complejo Turístico de Puerto de La Libertad (Malecón), municipio de La Libertad.

3.4.2 Procedimientos para recolectar la información

La población a investigar serán los turistas que se encuentren presentes al momento de pasar el instrumento de la investigación que, en este caso es el

cuestionario y además se realizará la entrevista a los gerentes de los restaurantes ubicados dentro del Malecón, la encuesta nos permitirá hacer una determinación sobre la calidad de servicios que proporcionan los restaurantes, además permitirá conocer las posibles fallas en el servicio y así poder proporcionar algunas recomendaciones para poder mejorarlo, para que atraigan a más turista.

CAPITULO IV

PRESENTACION DE RESULTADOS

4.1 Tabulación y análisis de la información

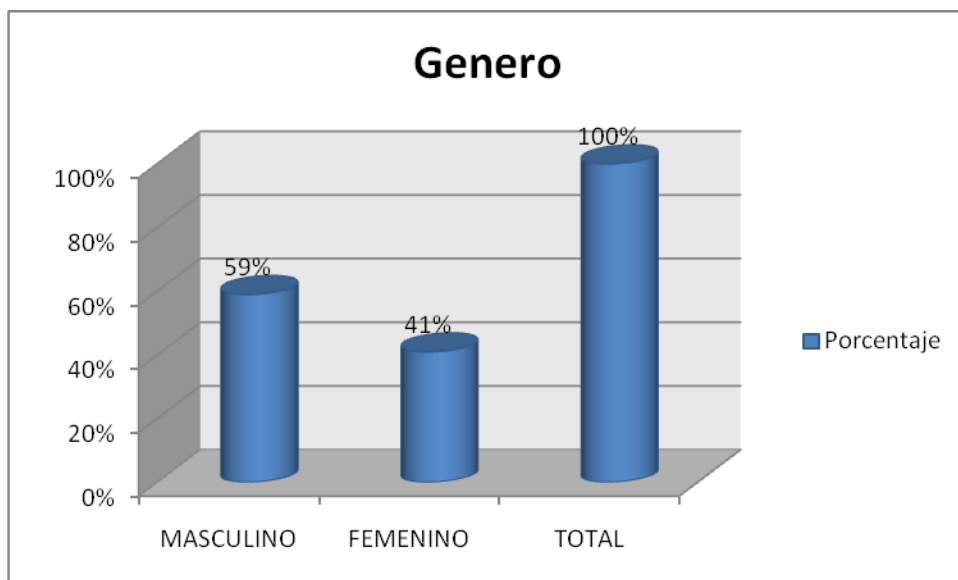
Datos generales

- Total de encuestas: 384
- Encuestas válidas: 384
- Encuestas inválidas: 0

Datos generales del encuestado

Género

GÉNERO	FRECUENCIA	%
MASCULINO	228	59%
FEMENINO	156	41%
TOTAL	384	100%

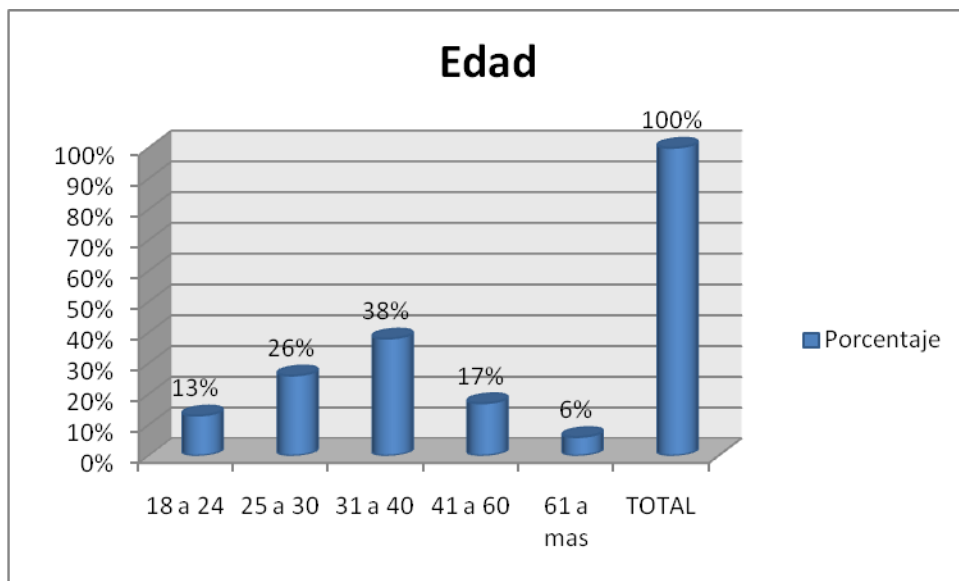


Análisis:

Las encuestas fueron pasadas a las personas que consumían en los restaurantes del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (Malecón), siendo un total de 384 personas, que corresponde al 100% de la muestra, de las cuales 228 eran hombres y 156 eran mujeres.

Edad

EDAD	FRECUENCIA	%
18 a 24	49	13%
25 a 30	100	26%
31 a 40	148	38%
41 a 60	65	17%
61 a mas	22	6%
TOTAL	384	100%

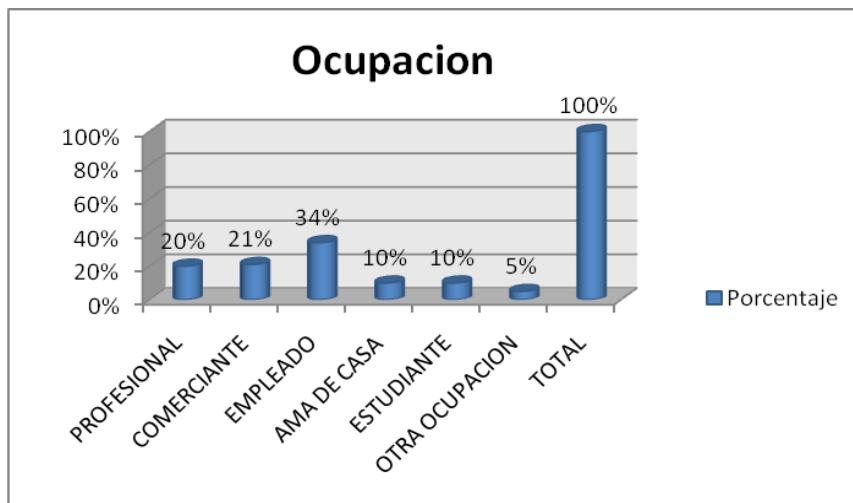


Análisis:

Del rango de edades que se establecieron, la que mayor frecuencia obtuvo fue la de 31 a 40 años, edad en la que se considera que una persona tiene mayor poder adquisitivo y por lo tanto mayor facilidad para frecuentar este tipo de establecimientos.

Ocupación

OCUPACION	FRECUENCIA	%
PROFESIONAL	79	20%
COMERCIANTE	81	21%
EMPLEADO	129	34%
AMA DE CASA	37	10%
ESTUDIANTE	39	10%
OTRA OCUPACION	19	5%
TOTAL	384	100%



Análisis:

Del total de personas encuestadas, el gráfico muestra que la ocupación con mayor frecuencia encontrada es la de empleado, teniendo un porcentaje del 34%, lo que indica que estas personas poseen un trabajo estable en donde su presupuesto les permite elegir entre las diferentes opciones de restaurantes que hay en el Puerto de La Libertad.

Nacionalidad

NACIONALIDAD	FRECUENCIA	%
NACIONAL	376	98%
EXTRANJERO	8	2%
TOTAL	384	100%



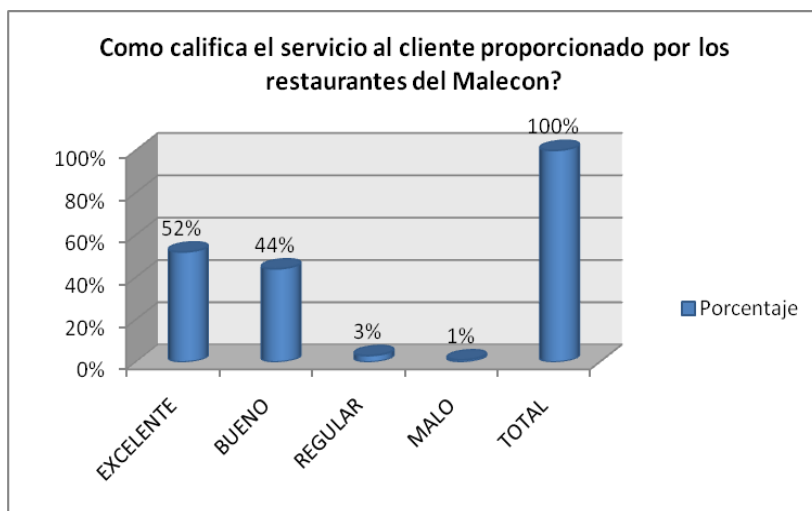
Análisis:

El Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (Malecón) fue mayormente visitado por turistas nacionales, pues solo un 2% era turista extranjero, sin dejar de lado que esta investigación se realizó en una temporada baja, en caso contrario el porcentaje de turista extranjero podría haber sido mayor, aunque no más que los nacionales.

Pregunta 1: ¿Cómo califica el servicio al cliente proporcionado por los restaurantes ubicados en el Malecón?

Objetivo: Evaluar la atención al cliente que brinda el personal de los restaurantes ubicados en el Malecón.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
EXCELENTE	202	52%
BUENO	169	44%
REGULAR	12	3%
MALO	1	1%
TOTAL	384	100%



Análisis: El resultado de la investigación muestra que la mayoría de las personas encuestadas están conformes con el servicio al cliente recibido, calificándolo con un mínimo de diferencia entre un 52% excelente y un 44% que opinó que es bueno, mientras que del rango del 3% al 1% dijo que regular y malo, respectivamente, lo cual muestra que en este caso se cumple el objetivo que menciona las presentes fallas en el servicio.

Pregunta 2: ¿Fue tratado con cortesía y buena atención por las personas que lo atendieron?

Objetivo: Conocer la calidad de servicio que le brindó al cliente con relación a la atención proporcionada por el personal de los restaurantes ubicados en el Malecón.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	378	98%
NO	6	2%
TOTAL	384	100%



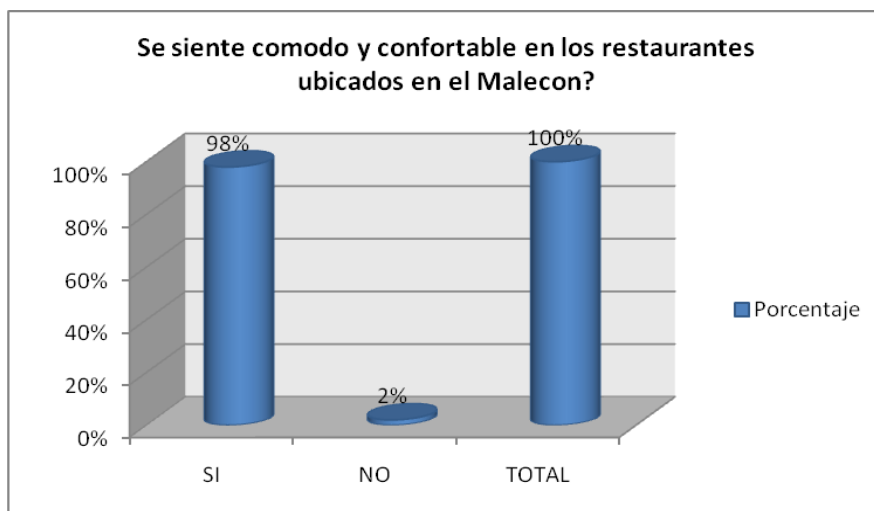
Análisis:

Las personas encuestadas evaluaron la calidad de los servicios tomando en cuenta la cortesía y la buena atención con la que fueron recibidos, y la mayoría de respuestas fue positiva con un 98% y tan solo un 2% mencionó que no fueron tratados como se esperaba, dando a demostrar que el servicio tiene esta pequeña falla que se necesita mejorar.

Pregunta 3: ¿Se siente cómodo y confortable en los restaurantes ubicados en el Malecón?

Objetivo: Identificar la comodidad que ofrecen los restaurantes ubicados en el Malecón.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	378	98%
NO	6	2%
TOTAL	384	100%



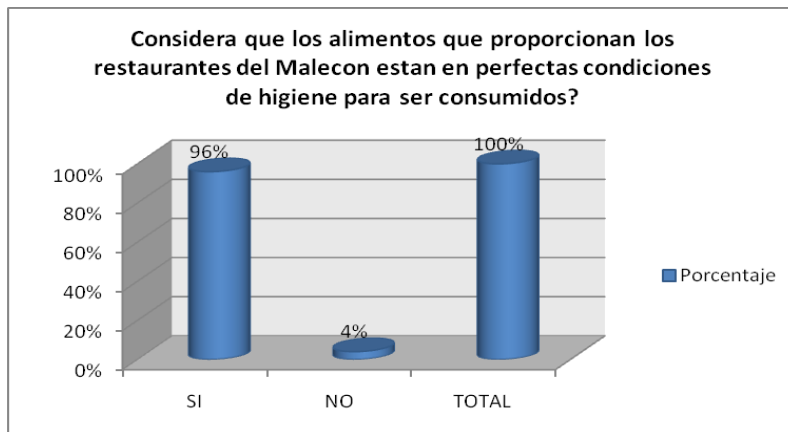
Análisis:

El resultado de las encuestas realizadas muestra que el servicio que ofrecen los restaurantes presenta mínimas fallas debido a que la mayoría de las personas opinaron que se sentían cómodos y confortables en los restaurantes con un 98%, y el 2% restante opinó todo lo contrario.

Pregunta 4: ¿Considera que los alimentos que proporcionan los restaurantes del Malecón están en perfectas condiciones de higiene para ser consumidos?

Objetivo: Conocer si las condiciones de higiene que tienen los alimentos proporcionados por los restaurantes del Malecón del Puerto de La Libertad son las adecuadas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	369	96%
NO	15	4%
TOTAL	384	100%

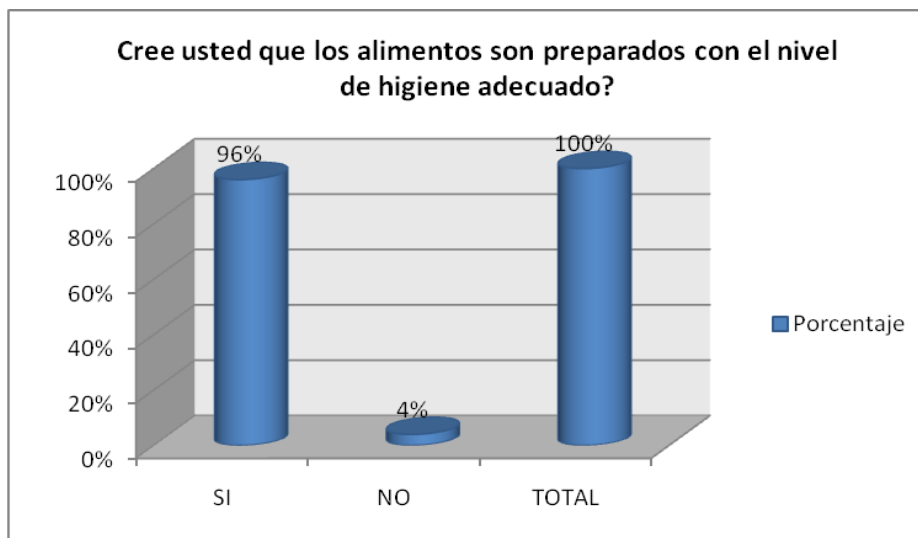


Análisis: Del total de encuestas pasadas, el gráfico nos indica que los alimentos son preparados en perfectas condiciones de higiene con un 96%, y un 4% señaló que no considera que los alimentos sean preparados con estas normas, razón por la cual se vuelve a cumplir el objetivo de las posibles fallas en el servicio, aunque con un mínimo de porcentaje.

Pregunta 5: ¿Cree usted que los alimentos son preparados con el nivel de higiene adecuado?

Objetivo: Reafirmar si los niveles de higiene que tienen los alimentos brindados por los restaurantes del Malecón son los adecuados?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	367	96%
NO	17	4%
TOTAL	384	100%



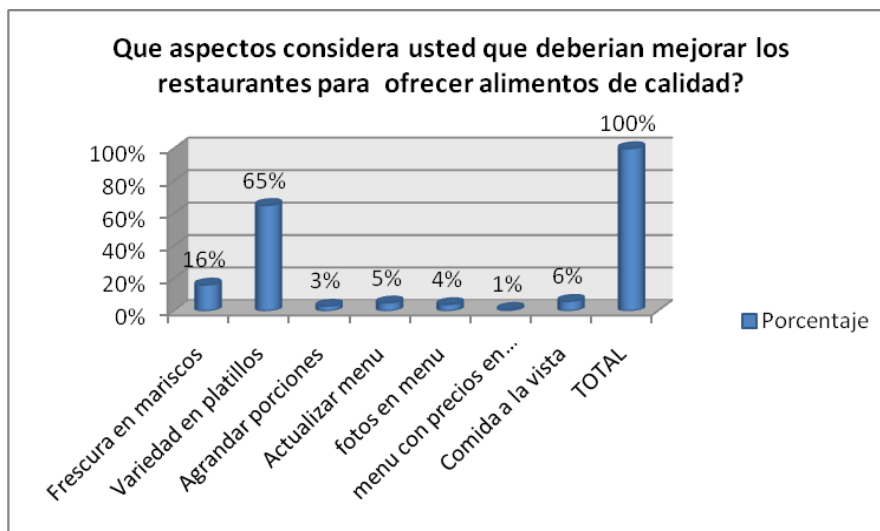
Análisis:

Los resultados de la investigación reflejan que un 96% de las personas que visitan estos restaurantes consideran que los alimentos son preparados con el nivel de higiene adecuado, mientras que el 4% restante opina que no es el nivel de higiene adecuado por presentar fallas.

Pregunta 6: ¿Qué aspectos considera usted que deberían mejorar los restaurantes para ofrecer alimentos de calidad?

Objetivo: Conocer cuáles son los aspectos que las personas creen que deberían mejorarse para ofrecer alimentos de buena calidad.

Aspectos a mejorar	Frecuencia	%
Frescura en mariscos	14	16%
Variedad en platillos	55	65%
Agrandar porciones	3	3%
Actualizar menú	4	5%
fotos en menú	3	4%
menú con precios en entrada	1	1%
Comida a la vista	5	6%
TOTAL	85	100%



Análisis: Los siguientes resultados indican que una mayoría representada en un 65% expresa que no hay suficiente variedad de platillos, además un 16% dijo que los mariscos deben estar frescos. Dentro del rango del 6% al 4% las

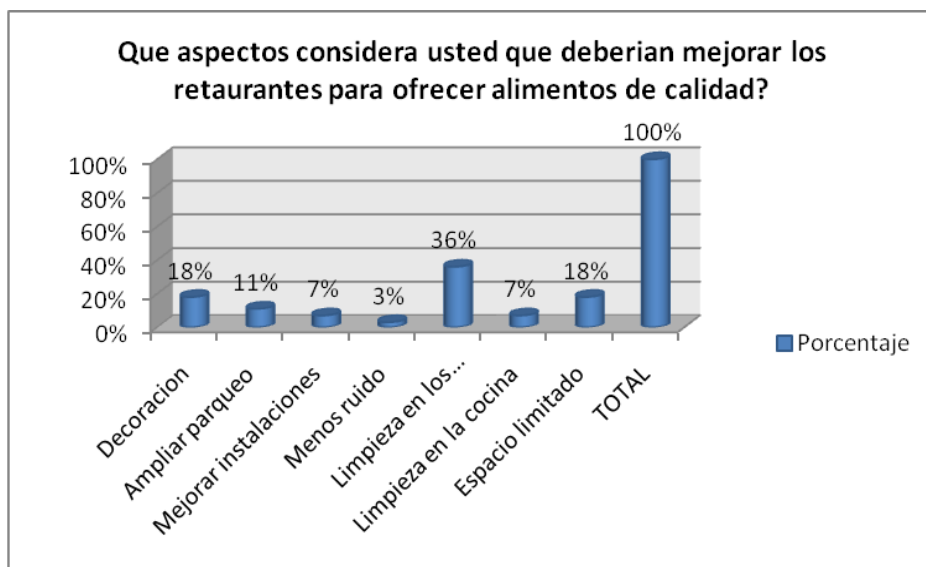
personas consideran que debe haber comida a la vista, los menús deben ser actualizados además de colocar fotos de los platillos dentro de el. Otros sugieren que las porciones deben agrandarse y que en la entrada de cada establecimiento se coloque un menú indicando los precios.

Pregunta 7: ¿Qué otros aspectos considera usted que los restaurantes podrían mejorar?

Objetivo: Identificar los diferentes aspectos que los clientes creen que se deben mejorar para ofrecer un mejor servicio.

Aspectos a mejorar	Frecuencia	%
Decoración	5	18%
Ampliar parqueo	3	11%
Mejorar instalaciones	2	7%
Menos ruido	1	3%
Limpieza en los restaurantes	10	36%
Limpieza en la cocina	2	7%
Espacio limitado	5	18%
TOTAL	28	100%

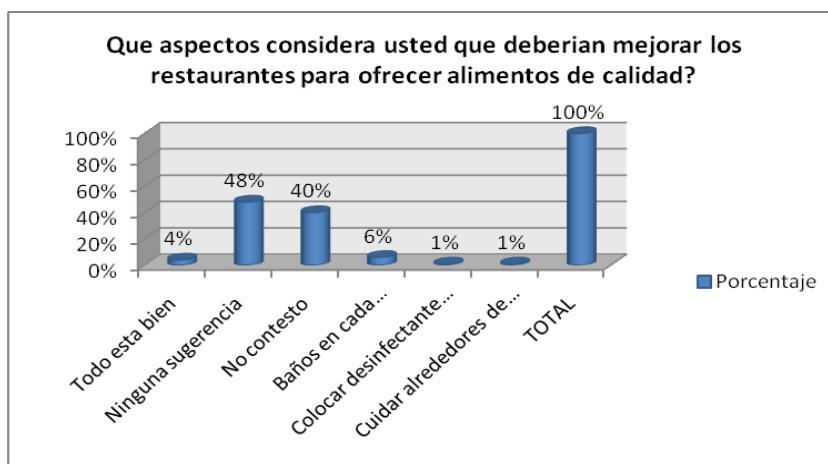
Gráfico 1



Análisis: Según los resultados obtenidos, en la gráfica número 1 se han representado algunas de las recomendaciones que manifestaron los clientes, tales como mantener la limpieza en los restaurantes que es representado por un 36%, un 18% dijo que la decoración debe ser mas llamativa y que el espacio está siendo extralimitado, generando incomodidad en los consumidores, dentro del rango del 11% al 7% las personas consideran que se debe ampliar el parqueo que corresponde a la etapa de la Plaza Gastronómica, ya que en los días de mayor afluencia no da abasto para los turistas, además de mejorar las instalaciones y mantener siempre la limpieza dentro de la cocina para ofrecer alimentos inocuos. Una minoría representada en un 3% dijo que debe haber menos ruido.

Opiniones	Frecuencia	%
Todo está bien	8	4%
Ninguna sugerencia	84	48%
No contesto	71	40%
Baños en cada restaurante	10	6%
Colocar desinfectante para manos	1	1%
Cuidar alrededores de los establecimientos	1	1%
TOTAL	175	100%

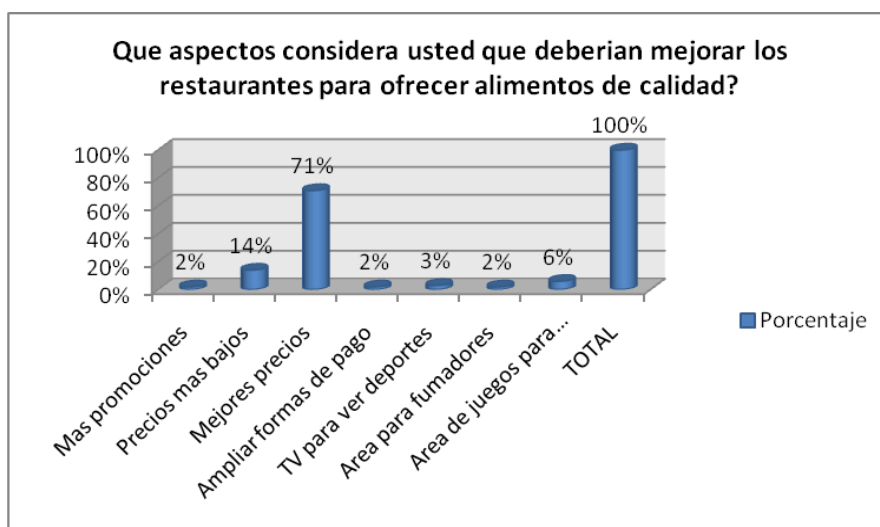
Gráfico 2



Análisis: De los consumidores encuestados, un 48% no tenía ninguna sugerencia, seguido de un 40% que prefirió no contestar, pero las demás personas sí realizaron opiniones, las cuales sirven como lineamientos para mejorar la calidad del servicio en los establecimientos. Dentro de estas sugerencias, el 6% considera que cada restaurante debería tener un baño propio, pues el no poseerlo hace que el cliente no se sienta a gusto con el servicio. Un 4% dijo que todo estaba bien, y el 1% restante sugiere que se debe cuidar los alrededores de los establecimientos y colocar desinfectante para manos.

Opiniones	Frecuencia	%
Mas promociones	1	2%
Precios más bajos	9	14%
Mejores precios	45	71%
Ampliar formas de pago	1	2%
TV para ver deportes	2	3%
Área para fumadores	1	2%
Área de juegos para niños	4	6%
TOTAL	63	100%

Gráfico 3



Análisis: En el gráfico número 3 se puede observar que la mayoría de las personas desean mejores precios, que se encuentra expresado en un 71% y un 14% considera que los precios son muy altos para el consumidor local, lo cual indica que en gran mayoría, el turista nacional no está de acuerdo en cuanto a los precios de los platillos. Una población del 6% dijo que debe existir un área de juegos para niños y del 3% al 2% sugiere que se coloquen pantallas TV para disfrutar de los deportes, además de crear mas promociones y ampliar formas de pago, pues no cuentan con un sistema para pago con tarjeta de crédito.

Opiniones	Frecuencia	%
Servir mas rápido	11	41%
Atención eficiente	7	26%
Mejor presentación del personal	2	7%
Capacitar al personal	1	4%
Mas personal femenino	6	22%
TOTAL	27	100%

Gráfico 4



Análisis: Los resultados en la gráfica muestran que a un 41% de personas le gustaría que el servicio fuera con mayor prontitud tratando de minimizar el tiempo en que se sirve la orden, seguido de un 26% que espera una atención eficiente y dentro del 7% al 4% considera que el personal debe ser capacitado constantemente, además de mejorar la presentación de los que tienen un contacto directo con el cliente. Esta variedad de sugerencias nos ayudarán a proponer los lineamientos que sean necesarios y encontrar soluciones formativas para la mejora del servicio al cliente.

Sugerencias	Frecuencia	%
Supervisión del Ministerio de Salud	2	15%
Mas seguridad	2	15%
Control de plagas	1	8%
Control de sanidad para empleados	1	8%
Técnicas de preparación de alimentos	7	54%
TOTAL	13	100%

Gráfico 5

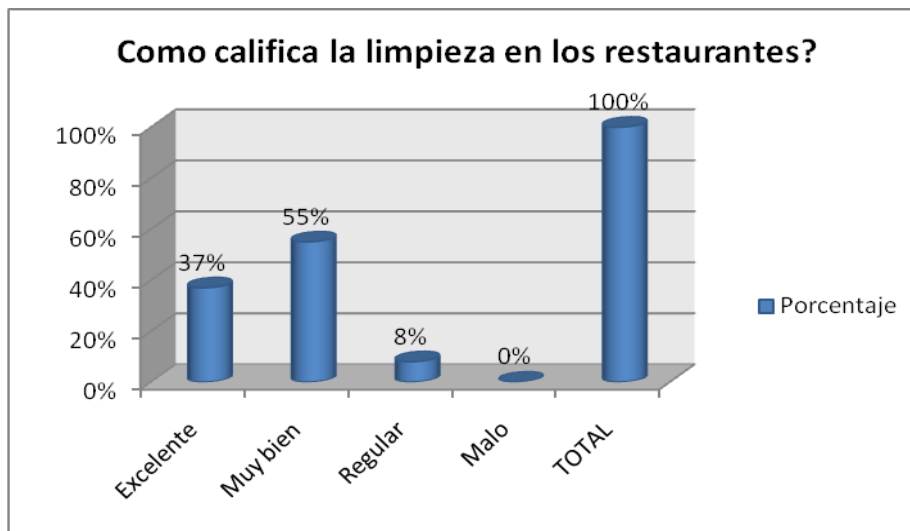


Análisis: Según los resultados obtenidos y reflejados en la gráfica número 5 se puede observar que un 54% de la población opina que el personal debe poner en práctica técnicas de preparación de alimentos para ofrecer productos frescos y de buena calidad. El 15% opina que se debe ofrecer mayor seguridad dentro del Malecón y que los restaurantes deben tener supervisión de parte del Ministerio de Salud para verificar que se cumplan con las normas y requisitos sanitarios para la autorización de los restaurantes. La población del 8% expresa que se debe tener un control de plagas y control de sanidad para empleados.

Pregunta 8: ¿Cómo califica la limpieza en los restaurantes?

Objetivo: Verificar la opinión que tienen los clientes acerca de la higiene en los restaurantes.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Excelente	142	37%
Muy bien	211	55%
Regular	31	8%
Malo	0	0%
TOTAL	384	100%



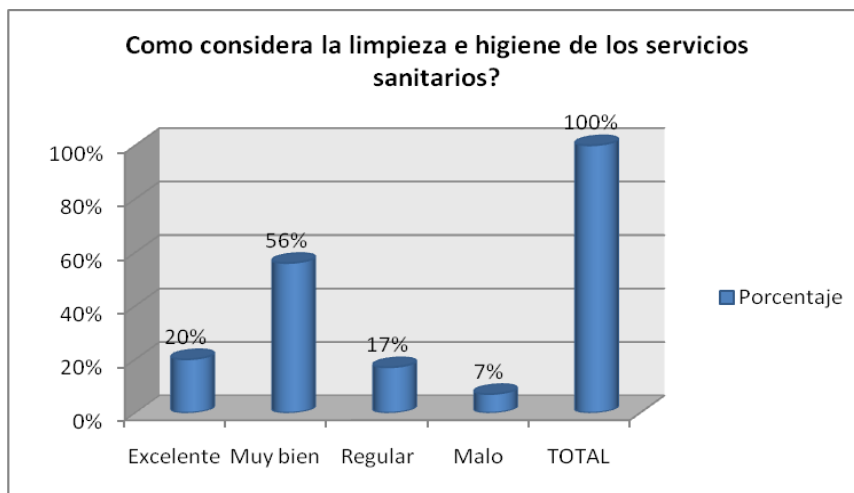
Análisis:

Del total de encuestados, se puede decir que la limpieza de los restaurantes fue hallada dentro de los parámetros normales, pues un 55% la define como muy buena y el 8% la califica como regular.

Pregunta 9: ¿Cómo considera la limpieza e higiene de los servicios sanitarios?

Objetivo: Confirmar la higiene que mantienen los restaurantes en los servicios sanitarios.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Excelente	75	20%
Muy bien	217	56%
Regular	66	17%
Malo	26	7%
TOTAL	384	100%



Análisis:

Los resultados en la gráfica indican que un 56% de las personas considera que la limpieza en el área de servicios sanitarios es muy buena debido a que posee lo esencial, por otra parte un 20% de los clientes encuestados la califica como

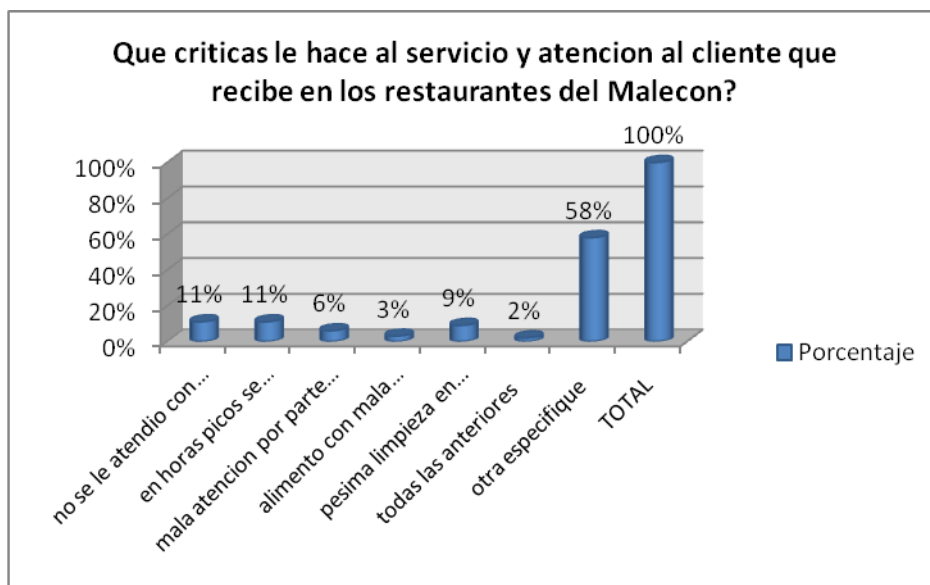
excelente, un 17% mencionó que la higiene en esta área es regular, y solo un 7% la define como mala, dando a demostrar que el área de los baños sanitarios está siendo descuidado y no se le da el debido mantenimiento.

Pregunta 10: ¿Qué críticas le hace al servicio y atención al cliente que recibe en los restaurantes del Malecón?

Objetivo: Identificar las debilidades en el servicio y atención al cliente que tienen los restaurantes del Malecón

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
no se le atendió con prontitud	44	11%
en horas picos se descuida del cliente	43	11%
mala atención por parte de algunos/as meseros	23	6%
alimento con mala presentación	10	3%
pésima limpieza en servicios sanitarios	37	9%
todas las anteriores	6	2%
otra especifique	226	58%
TOTAL	389	100%

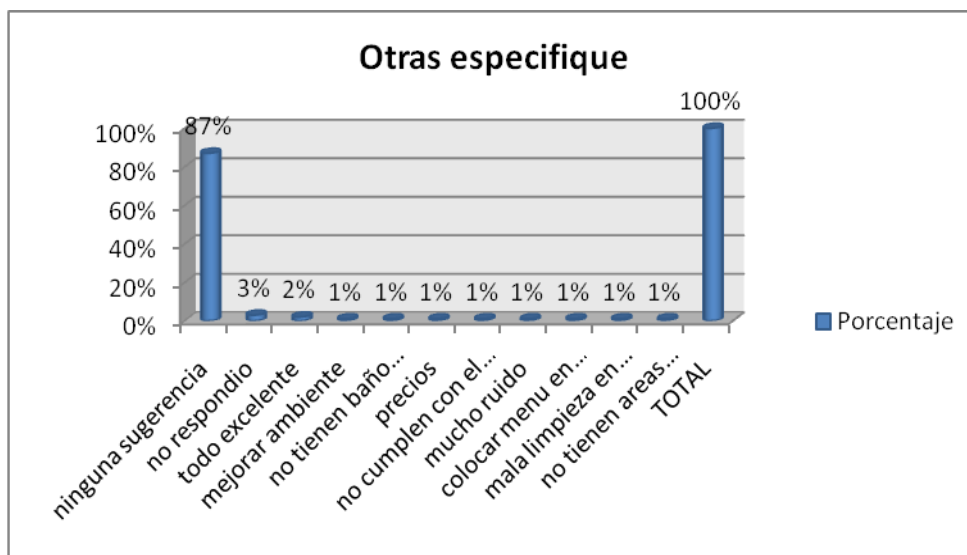
Gráfico 1



En el gráfico número 1 el 58% de los clientes encuestados mencionó otras críticas diferentes a las que se le presentaron, las cuales se han representado en el gráfico número 2.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
ninguna sugerencia	198	87%
no respondió	9	3%
todo excelente	8	2%
mejorar ambiente	1	1%
no tienen baño propio algunos restaurantes	2	1%
Precios no son accesibles	2	1%
no cumplen con el menú	1	1%
mucho ruido	1	1%
colocar menú en entrada con los precios	1	1%
mala limpieza en restaurantes	2	1%
no tienen áreas recreativas para niños	1	1%
TOTAL	226	100%

Gráfico 2



Análisis:

En el gráfico número 1, un 11% manifestó que en horas picos se descuidaron de atender al cliente y no se atendió con prontitud la orden, un 9% consideró que la limpieza de los servicios sanitarios es pésima, del 3% al 6% de los comensales recibió una mala atención por parte de algún mesero, además de creer que tienen una mala presentación y dijeron estar totalmente inconformes con el servicio al cliente. Un mínimo de 2% mencionó todas las anteriores, pues no percibieron la calidad del servicio que ellos demandaban.

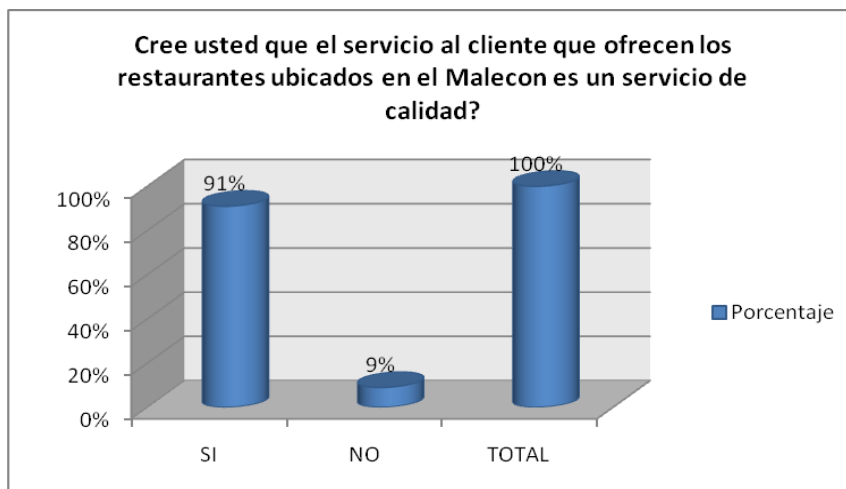
En el gráfico número 2, el 87% de personas que se encuestaron no tenía ninguna sugerencia en cuanto al servicio y atención al cliente que recibieron, y un 9% decidió no responder, mientras que el 3% dijo que todo estaba excelente. La población del 1% representa las diferentes críticas de los encuestados, de las cuales se puede mencionar que algunos restaurantes no tienen baño propio, los precios no son accesibles, no cumplen con lo que ofrecen el menú, además de la música estridente. También se critica que no existe un área de juego para niños, la mala limpieza en los restaurantes y que no poseen un menú en la entrada de los establecimientos indicando los precios.

Esto da a conocer que las exigencias de los clientes no están siendo cumplidas, pues para lograr éxito se deben cumplir con los mínimos requerimientos de los consumidores.

Pregunta 11: ¿Cree usted que el servicio al cliente que ofrecen los restaurantes ubicados en el Malecón es un servicio de calidad?

Objetivo: Identificar si el servicio brindado en los restaurantes del Malecón es un servicio de calidad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	351	91%
NO	33	9%
TOTAL	384	100%



Análisis:

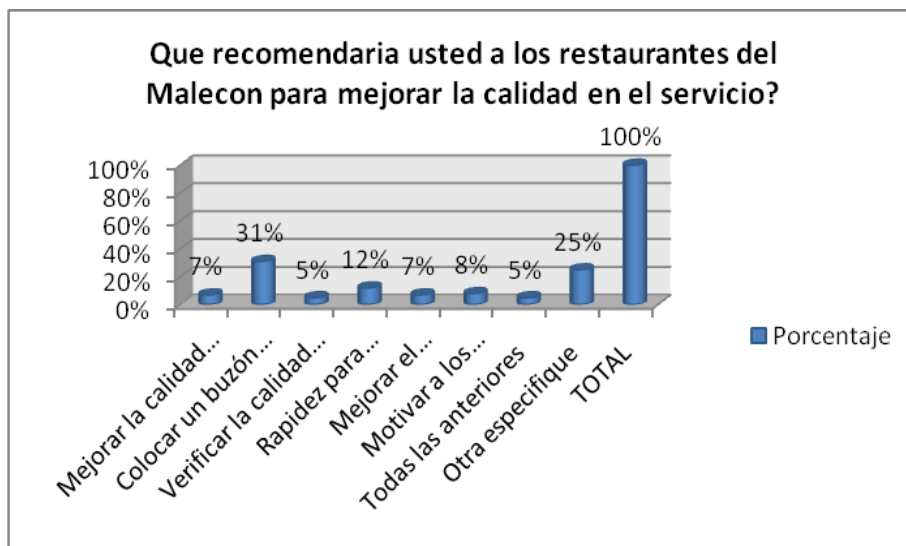
El 91% de los encuestados afirma que el servicio que se les brindó en los restaurantes antes mencionados, es de calidad, y solo un 9% tuvo una opinion contraria, demostrando que en gran mayoría, los clientes encuentran pequeñas fallas en el servicio, pero aun así existe conformidad.

Pregunta 12: ¿Qué recomendaría usted a los restaurantes del Malecón para mejorar la calidad en el servicio?

Objetivo: Conocer la opinión de los clientes, mediante sugerencias aportadas por ellos, para mejorar el servicio.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mejorar la calidad en el área de atención al cliente	30	7%
Colocar un buzón de sugerencias	126	31%
Verificar la calidad en la elaboración de alimentos	19	5%
Rapidez para servir la orden	51	12%
Mejorar el inmobiliario	27	7%
Motivar a los empleados para ofrecer un excelente servicio	32	8%
Todas las anteriores	20	5%
Otra especifique	101	25%
TOTAL	406	100%

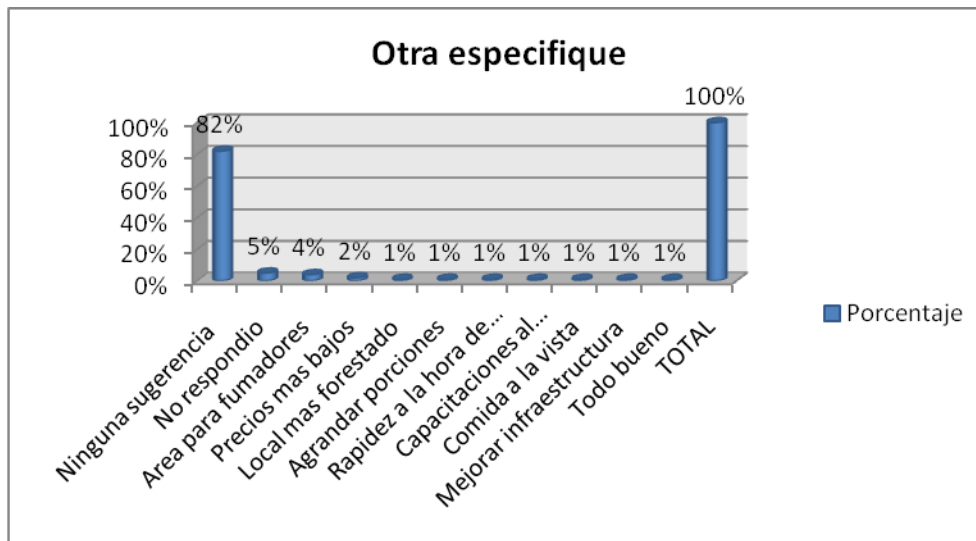
Gráfico 1



En el gráfico número 1 aparece que un 25% especificó otras críticas diferentes a las que se les presentó, por esta razón se dan a conocer en el gráfico número 2.

Alternativas	Frecuencia	%
Ninguna sugerencia	86	82%
No respondió	5	5%
Área para fumadores	4	4%
Precios más bajos	2	2%
Local mas forestado	1	1%
Agrandar porciones	1	1%
Rapidez a la hora de pago	1	1%
Capacitaciones al personal	1	1%
Comida a la vista	1	1%
Mejorar infraestructura	1	1%
Todo bueno	1	1%
TOTAL	104	100%

Gráfico 2



Análisis:

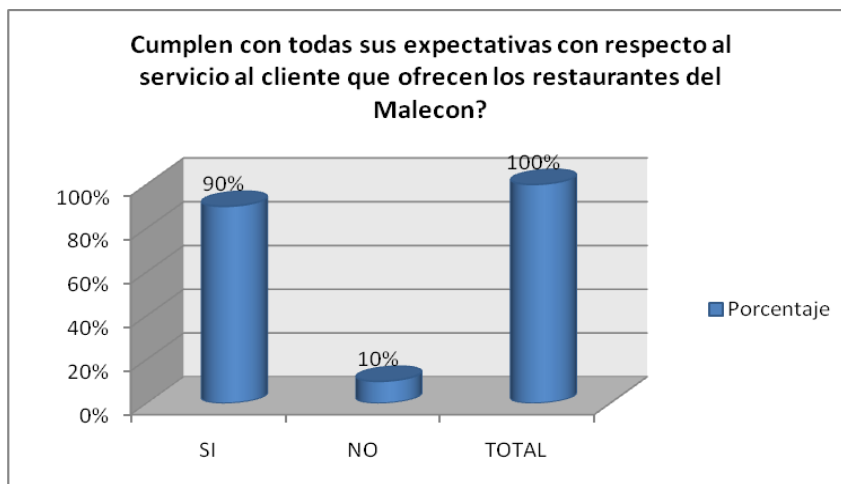
En el gráfico número 1 la mayoría de personas encuestadas representadas en un 31% mencionó que debería colocarse un buzón de sugerencias, ya que por medio de este mecanismo se pueden conocer fallas en el servicio al cliente, seguido de un 25% que dijo otras recomendaciones las cuales están representadas en el gráfico número 2. Un 12% no recibió a tiempo la orden solicitada, mientras que dentro del rango del 8% al 7% comentó que la calidad en el servicio al cliente debe mejorar, además del inmobiliario y motivar a los empleados para que estos ofrezcan excelente servicio. Un 5% recomendó que se debe verificar la calidad en la preparación de los alimentos, igualmente un 5% mencionó todas las recomendaciones que se le presentaron.

En el gráfico número 2, la mayoría de los encuestados no tenía ninguna sugerencia que está representado en un 82% y un 5% decidió no responder, además se especifican las diferentes opiniones de entre las cuales se pueden mencionar que del rango entre el 4% y 2% dijo que los precios son muy altos y que se debe crear un área para fumadores. Un 1% sugirió que los locales deben tener mayor forestación, agrandar las porciones, rapidez a la hora de pagar, capacitaciones al personal, colocar comida a la vista y mejorar la infraestructura para prestar mayor comodidad al cliente o turista, mientras que el 1% restante dijo que todo estaba bueno.

Pregunta 13: ¿Cumplen con todas sus expectativas con respecto al servicio al cliente que ofrecen los restaurantes del Malecón?

Objetivo: Conocer las exigencias y la satisfacción de los clientes con respecto al servicio al cliente que brindan los restaurantes del Malecón.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	344	90%
NO	40	10%
TOTAL	384	100%



Análisis: El 90% de las personas que consumieron en los restaurantes del Malecón manifestaron que habían cumplido con sus expectativas, y el 10% restante dijo que no se habían cumplido sus expectativas, esto refleja que el servicio presenta fallas y un cliente insatisfecho por un mal servicio es un cliente que no regresa.

CUADRO COMPARATIVO DE ENTREVISTA DIRIGIDO A GERENTES DE LOS RESTAURANTES DEL MALECON									
Restaurante									
¿Qué representa para usted el cliente?	Es la parte fundamental para las ventas y el turismo en el país.	Es la parte fundamental para que el negocio pueda prosperar.	Es la parte importante para que el negocio tenga éxito.	Es la persona más importante y merece toda nuestra atención e interés.	El pilar fundamental del restaurante.	El jefe.	Representa al negocio y debe de recibirse y atenderle con eficiencia y calidad.	La parte más importante para poder obtener ventas.	
¿Considera que el personal conoce la importancia que tiene la atención y servicio de calidad al cliente?	Sí, porque están altamente capacitados.	Si.	Si, es responsabilidad de cada restaurante.	Si	Solo algunos.	Si	Si, el personal entiende que es clave para el éxito del negocio.	Si	
¿Conocen los empleados la misión y visión del restaurante?	Si	Si	Si	Si, están en constante capacitación.	Algunos.	No hay misión ni visión del restaurante.	Si	Si	
¿Existen actualmente mecanismos que ayuden a detectar posibles fallas en el servicio y que tipos utilizan?	Buzón de sugerencias y el incremento de ventas.	Encuestas, verificando como se está dando el servicio.	Si, controlando como da el servicio cada empleado.	Reuniones diarias para exponer los errores cometidos durante el día y coordinación de cada mesero en su lugar.	Si, supervisión.	Si, la supervisión.	Utilizamos un sistema de facturación y atención a clientes que permite verificar el nivel de satisfacción.	Si, ver la atención al cliente y que los alimentos se preparen bien.	
¿Se capacita periódicamente al personal para brindar un servicio de calidad al cliente?	Si	Si	Si	Si	Si.	Si, de parte de instituciones.	Se capacita con el ejemplo cada día.	Si.	

Restaurante		Mar Adentro				la barra vieja		
¿Qué aspectos considera usted que se le deben dar mayor énfasis para así ofrecer al turista una excelente atención al cliente y cumplir con sus necesidades?	Excelente atención, ofrecer lo del menú, los pedidos salgan rápido y cortesia por parte del restaurante.	La atención al cliente por parte de las personas que los reciben. La comida.	Tener un local limpio, ofrecer todo el menú pudiendo así el cliente tener opciones.	La seguridad y comodidad del cliente, la limpieza y que cada cliente reciba el calor y simpatía de cada empleado.	Extranjeros en el patrimonio nacional, en precios.	Calidad en productos, buenos precios, buen servicio.	Cumplir con estándares de calidad en la alimentación y en el servicio.	Nunca decir no.
¿Qué tipo de apoyo recibe de parte de CORSATUR que ayude a facilitar el servicio al cliente?	Capacitaciones y eventos.	Capacitación periódica.	La administración en general.	La publicidad, constantes eventos, festivales gastronómicos para hacer llegar a turistas.	Ninguno.	Capacitaciones.	Programaciones de actividades y mantenimiento del Complejo.	A realizar eventos.
¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que actualmente presenta el servicio al cliente?	F= el cliente regresa de nuevo y con mas personas. D= malas ventas en época de invierno.	F= el compañerismo hace que se preste un buen servicio. D= la infraestructura es muy pequeña.	F= tener un personal muy capacitado para desarrollar su trabajo.		F= variedad del menú. D= el idioma.	F= servicio personalizado. D= no siempre estoy presente.	F= la calidad de nuestros productos. D= servicios sanitarios del Complejo.	F= rapidez en el servicio. D= no hay baño propio.
¿Proporcionan algún tipo de incentivos al personal para que estos cumplan con las expectativas de la atención al cliente?	Sí, hay premio al mejor vendedor del mes.	Sí, premio al mejor empleado en cuanto a ventas y relaciones interpersonales con los compañeros.	Reciben un 10% de sus ventas.	Si	Sí, la propina.	La propina.	Solo la propina.	Pago de propinas y buena alimentación
¿Influye de alguna manera la relación de trabajo que existe entre empleados y supervisores en la atención al cliente?	Sí, porque todo el personal tiene que estar en armonía y ser un buen equipo de trabajo para que todo salga mejor.	Sí, porque si no hay confianza entre ambos es muy difícil.	Sí, porque al trabajar en equipo se atiende bien al cliente.	Sí, pero siempre es para bien ya que se pueden tratar algunos inconvenientes y hay críticas constructivas.	Sí.	Sí, por la confianza.	Sí influye.	Sí, pero aquí hay buenas relaciones.

F= Fortalezas

D= Debilidades

Análisis de la entrevista

A partir de los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a los gerentes de los restaurantes del Malecón, se puede identificar que para todos ellos el cliente es la parte fundamental de sus negocios para lograr el éxito deseado pues actualmente se capacita al personal para que conozcan la importancia que tienen los comensales para brindar un servicio de calidad ya que los meseros y los de cocina son una parte esencial en la atención de cada uno de los establecimientos, y solo tres restaurantes utilizan mecanismos de supervisión como las encuestas y el buzón de sugerencias. Esta herramienta les ayuda a detectar a qué áreas se le debe dar mayor énfasis dentro de la atención al cliente, para mejorar la rapidez en su servicio y que ofrezcan productos más frescos.

Además, estos restaurantes cuentan con el apoyo de CORSATUR en eventos, actividades y publicidad dentro del mercado que les ayuda a tener una mayor afluencia de turistas.

En el mundo de los negocios y el comercio se sabe que trabajando en equipo se obtienen mejores resultados, debido a esto es la importancia de la relación que existe entre supervisor y empleado, el compañerismo y respeto que se ve reflejado en el personal que labora en los ocho restaurantes es el indicado para dar una buena imagen al cliente.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Según los resultados obtenidos en la investigación realizada, se puede concluir que la evaluación de la calidad de los servicios proporcionados por los restaurantes ubicados en el malecón permitió identificar que los mecanismos que utilizan son la encuesta, la supervisión de cómo se está prestando el servicio, y las reuniones diarias para exponer los errores cometidos en el servicio, como resultado de utilizar estos mecanismos se pueden detectar las siguientes fallas en el servicio:

- Los restaurantes no tienen variedad en su menú.
- Ofrecen un servicio muy lento lo cual les genera molestias a los clientes.
- No cuenta con una comunicación entre cliente- supervisor.
- Frescura en los mariscos.
- Mejorar la limpieza en los restaurantes.
- Algunos de los restaurantes no cuentan con baño propio.

Por medio del FODA se describió que la situación actual de la calidad del servicio proporcionado.

5.2 RECOMENDACIONES

La investigación realizada sobre la evaluación de calidad de los servicios proporcionados por los restaurantes ubicados en el Malecón permitió identificar los mecanismos que utilizan los restaurantes para detectar las presentes fallas en el servicio, lo cual nos reveló las fallas y gracias a ello se puede recomendar lo siguiente:

Ofrecer variedad en platillos:

El turista siempre busca diversidad al momento de consumir, por eso es necesario innovar en la preparación de platillos para que así el cliente tenga más opciones donde elegir.

Realizar una revisión en el servicio:

Realizar una revisión exactamente cuándo se está brindando el servicio, así mismo cuando se preparan los platillos, para que de esta manera saber en qué se está fallando y realizar capacitaciones sobre el área en la que se necesite para que de esta forma puedan ofrecer más rapidez en el servicio.

La creación de un buzón de sugerencias:

Para mantener una comunicación y conocer qué es lo que el cliente opina sobre el servicio que se le proporciona, ya que esto permite obtener información sobre

los errores o posibles fallas que se estén cometiendo en los restaurantes y saber qué aspectos se pueden o deben mejorarse.

Revisión de las compras:

Realizar una verificación de los productos antes de comprarlos para saber si son productos frescos y de calidad para evitar generar reclamos por parte de los clientes.

Asignación de áreas de limpieza:

Asignarle a cada empleado un área del restaurante para que realice la limpieza y este verificando que se mantenga aseada durante todo el servicio.

Proporcionarles un ticket:

De los ocho restaurantes existentes dentro del Malecón, cuatro de ellos no cuentan con servicios sanitarios propios, por lo que los restaurantes podrían cobrar dentro del precio del platillo el porcentaje que cobran los baños que se encuentran al costado izquierdo de la Plaza Gastronómica y así solamente extenderles un ticket para entrar al baño y de esta manera se evita crear molestias a los clientes.

5.2.1 FODA

Esta matriz fue elaborada en base a los ocho restaurantes que se encuentran en el Malecón del Complejo Turístico del Puerto de la Libertad.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
* La presencia de los propietarios en los locales. * Ubicación de establecimientos con fácil acceso. * El trabajo en equipo dentro de los restaurantes.	* Es una zona de gran potencial turístico por la generación de campeonatos de surf, entre otros. *Tour turísticos de extranjeros.	* Algunos restaurantes no tienen baños sanitarios propios. * No cuentan con áreas recreativas para niños. * No poseen área para fumadores. * Los menús no son actualizados periódicamente. *No poseen una cantidad de proveedores necesarios.	*Los restaurantes de los alrededores del Malecón ofrecen precios más accesibles al turista nacional. *En épocas de invierno y cuando hay tormentas tropicales.

5.2.2 LINEAMIENTOS BASICOS EN EL SERVICIO AL CLIENTE

1. Cortesía y amabilidad en el servicio.

Esforzarse en conocer al cliente y sus necesidades, ser capaz de ponerse en su lugar. Durante todo el servicio se mantendrá una constante atención a los clientes, con contacto visual y próximo, pero sin atosigar. Mostrar disponibilidad por atender y ayudar a los clientes de manera inmediata, en caso de que no fuera posible se pedirán disculpas y se intentará atenderlo con la mayor celeridad.

2. Convertir las quejas en oportunidades para mejorar.

Ante una queja se ha de prestar total atención a lo que el cliente comunica, aunque el cliente no tenga razón, no se le discute, se argumenta que ha habido un problema de comunicación, un malentendido o una disfunción en el servicio. Se le presenta una disculpa y se le comunica que se tomarán las medidas oportunas.

3. Ofrecer variedad en el menú.

Tener un menú con varias opciones de platillos para que el cliente tenga donde poder escoger y no caer en una rutina siempre que se visiten estos restaurantes.

4. Garantizar un ambiente limpio.

El responsable asigna tareas de limpieza en los momentos en que causa menores prejuicios a los clientes. Los pisos, paredes, puertas, ventanas y techos de las áreas de procesamiento y consumo de alimentos al igual que los equipos y utensilios deben limpiarse con la periodicidad necesaria a manera que se mantengan limpios.

5. Servicio de los alimentos.

Los alimentos que se consumen calientes deben mantenerse y servirse calientes hasta una temperatura de 60°C o más y deben mantenerse cubiertos. Los alimentos que se descomponen a temperatura ambiente deben conservarse a temperaturas de 4°C a 7°C en refrigeración y mantenerse cubiertos. Se debe evitar contaminar los alimentos al momento de servirlos, utilizando pinzas de acero inoxidable u otros utensilios adecuados para evitar el contacto directo con las manos.

6. Instalaciones sanitarias

Cada establecimiento debe contar con servicios sanitarios para el uso de los clientes, en buen estado, limpios, ventilados e iluminados, alejados de la cocina y con suficiente agua. Debe disponer de lavamanos y servicio sanitario para el uso de los clientes, toallas de papel o secadores de aire, jabón desinfectante de

preferencia líquido. Así como de un recipiente para depositar el papel toalla utilizado.

7. Alrededores

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

BIBLIOGRAFIA

- Alas, P., Hernández, I. & Sandoval, K. (2010). *Diagnóstico de Restaurante en La Puntilla, Departamento de La Paz*. [Tesis inédita de Técnico en Administración Turística] Universidad Tecnológica, San Salvador, ES.
- Beltrán, C., Guzmán, O. & Oliva, Y. (2007). *Propuesta de un plan de marketing turístico que permita mejorar la afluencia de visitantes a los parques acuáticos administrados por el Instituto Salvadoreño de Turismo ubicados en la Zona Central de El Salvador*. [Tesis inédita de Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas] Recuperado de <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/338.479%201-B453p/338.479%201-B453p-Capitulo%20I.pdf>
- El Mundo (2011, 3 de agosto). El Salvador construirá Plaza Marinera en La Libertad. *Revista Summa*. Recuperado de <http://www.revistasumma.com/economia/15053-el-salvador-construira-plaza-marinera-en-la-libertad.html>
- HBarrientos Arquitectos. (2005). *Informe histórico del Puerto de La Libertad*. San Salvador.
- Mediano Serrano, L. (2004). *La gestión de marketing en el turismo rural*. Madrid: Editorial Pearson Educación.

- Monterroso, E. (2003). *Normas ISO*. Recuperado de <http://www.unlu.edu.ar/~ope20156/normasiso.htm>
- Wikipedia (S.F.). *Restaurante*. Recuperado de <http://es.wikipedia.org/wiki/Restaurante>
- Wikipedia (S.F.). *Turismo de sol y playa*. Recuperado de http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_de_sol_y_playa
- Unidad de Inteligencia Sectorial, Corporación Salvadoreña de Turismo. (2010). *Informe de Coyuntura. El Salvador: Actividad Turística*. San Salvador. Recuperado de www.elsalvador.travel/download/60/
- Zeithaml Valerie, A. & Bitner Mary, J. (2002). *Marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa*. México: Editorial McGraw Hill.

GLOSARIO

Calidad: Es un conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.

Cliente: es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago. Quien compra, es el comprador, y quien consume el consumidor. Normalmente, cliente, comprador y consumidor son la misma persona.

Complejo Turístico: Es un entorno diseñado específicamente para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente en todo momento y poniendo a su disposición una amplia gama de servicios turísticos.

Evaluación: es la acción de estimar, apreciar, calcular o señalar el valor de algo.

Normas ISO: Organización Internacional para la Estandarización, ISO por sus siglas en inglés (International Organization for Standardization), es una federación mundial que agrupa a representantes de cada uno de los organismos nacionales de estandarización, y que tiene como objeto desarrollar estándares internacionales que faciliten el comercio internacional.

Producto: es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.

Restaurante: es un establecimiento comercial en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local o para llevar.

Satisfacción del cliente: el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

Servicio al cliente: Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un restaurante con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado.

Servicios Intangibles: Son los servicios que no se pueden tocar solamente percibir por lo que no se pueden almacenar.

Servicios Tangibles: Es la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo y el personal.

Turista: es toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual.

Turismología: es el nombre de la ciencia que se centraliza en el estudio del turismo, ocupándose del fenómeno en toda su totalidad

Turismo de sol y playa: se da en localidades costeras en las que existen playas y la mayoría de tiempo, las condiciones climáticas son de tiempo soleado y temperaturas suaves

Turismo gastronómico: Es una forma de hacer turismo en la que la gastronomía del país visitado es parte de la actividad preponderante durante su visita. Está enfocado a todo tipo de gente dispuesta a experimentar una nueva aventura culinaria.

ANEXOS

ANEXO I



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE NEGOCIOS

GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDO A GERENTES DE RESTAURANTES DEL COMPLEJO TURISTICO DEL PUERTO DE LA LIBERTAD (MALECON)

1. ¿Qué representa para usted el cliente?
2. ¿Considera que el personal conoce la importancia que tiene la atención y servicio de calidad al cliente?
3. ¿Conocen los empleados la misión y visión del restaurante?
4. ¿Existen actualmente mecanismos que ayuden a detectar posibles fallas en el servicio y que tipos utilizan?
5. ¿Se capacita periódicamente al personal para brindar un servicio de calidad al cliente?
6. ¿Qué aspectos considera usted que se le deben dar mayor énfasis para así ofrecer al turista una excelente atención al cliente y cumplir con sus necesidades?

7. ¿Qué tipo de apoyo recibe de parte de CORSATUR que ayude a facilitar el servicio al cliente?
8. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que actualmente presenta el servicio al cliente?
9. ¿Proporcionan algún tipo de incentivos al personal para que estos cumplan con las expectativas de la atención al cliente?
10. ¿Influye de alguna manera la relación de trabajo que existe entre empleados y supervisores en la atención al cliente?



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE NEGOCIOS

ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CONSUMIDORES DE LOS
RESTAURANTES UBICADOS EN EL COMPLEJO TURÍSTICO DEL PUERTO
DE LA LIBERTAD (MALECÓN)

La información recolectada será utilizada para realizar una evaluación sobre los servicios de calidad que ofrecen los restaurantes ubicados en el Malecón, por lo que muy respetuosamente nos dirigimos a usted para que nos colabore contestando las siguientes preguntas.

- Género: F ____ M ____
- Edad:

18 a 24	25 a 30	31 a 40	41 a 60	61 en adelante

- Ocupación:

Profesional	Comerciante	Empleado	Ama de casa	Estudiante	Otra ocupación

- Nacionalidad: Nacional ____ Extranjero ____

Instrucción:

Encierre en un círculo la respuesta que considera correcta, en caso necesario conteste y explique en el espacio correspondiente.

1. ¿Cómo calificaría el servicio al cliente proporcionado por los restaurantes ubicados en el Malecón?
 - a) Excelente
 - b) Bueno
 - c) Regular
 - d) Malo
2. ¿Fué tratado con cortesía y atención por las personas que lo atendieron?
 - a) Si
 - b) No
3. ¿Se siente cómodo y confortable en los restaurantes ubicados en el Malecón?
 - a) Si
 - b) No
4. ¿Considera que los alimentos que proporcionan los restaurantes del Malecón están en perfectas condiciones de higiene para ser consumidos?
 - a) Si
 - b) No
5. ¿Cree usted que los alimentos son preparados con el nivel de higiene adecuado?
 - a) Si
 - b) No
6. ¿Qué aspectos considera usted que deberían mejorar los restaurantes para ofrecer alimentos de calidad?

7. ¿Qué otros aspectos considera usted que los restaurantes podrían mejorar?

8. ¿Cómo califica la limpieza en los restaurantes?

- a) Excelente
- b) Muy bien
- c) Regular
- d) Malo

9. ¿Cómo considera la limpieza e higiene de los servicios sanitarios?

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Regular
- d) Mala

10. ¿Qué críticas le hace al servicio y atención al cliente que recibe en los restaurantes del Malecón?

- a) No se le atendió con prontitud
- b) En horas picos se descuida del cliente
- c) Atención por parte de algunos/as meseras
- d) Alimento con mala presentación
- e) Pésima limpieza en servicios sanitarios
- f) Todas las anteriores
- g) Otra especifique

11. ¿Cree usted que el servicio al cliente que ofrecen los restaurantes ubicados en el Malecón es un servicio de calidad?

- a) Si
- b) No

12. ¿Qué recomendaría usted a los restaurantes del Malecón para mejorar la calidad en el servicio?

- a) Mejorar la calidad en el área de atención al cliente
 - b) Colocar buzón de sugerencia
 - c) Verificar la calidad en la elaboración de los alimentos
 - d) Rapidez para servir la orden
 - e) Mejorar el inmobiliario
 - f) Motivar a los empleados para ofrecer un excelente servicio
 - g) Todas las anteriores
 - h) Otras especifique
-

13. ¿Cumplen con todas sus expectativas con respecto al servicio al cliente que ofrecen los restaurantes del Malecón?

- a) Si
- b) No

ANEXO II



CARLOS ROSALES/09

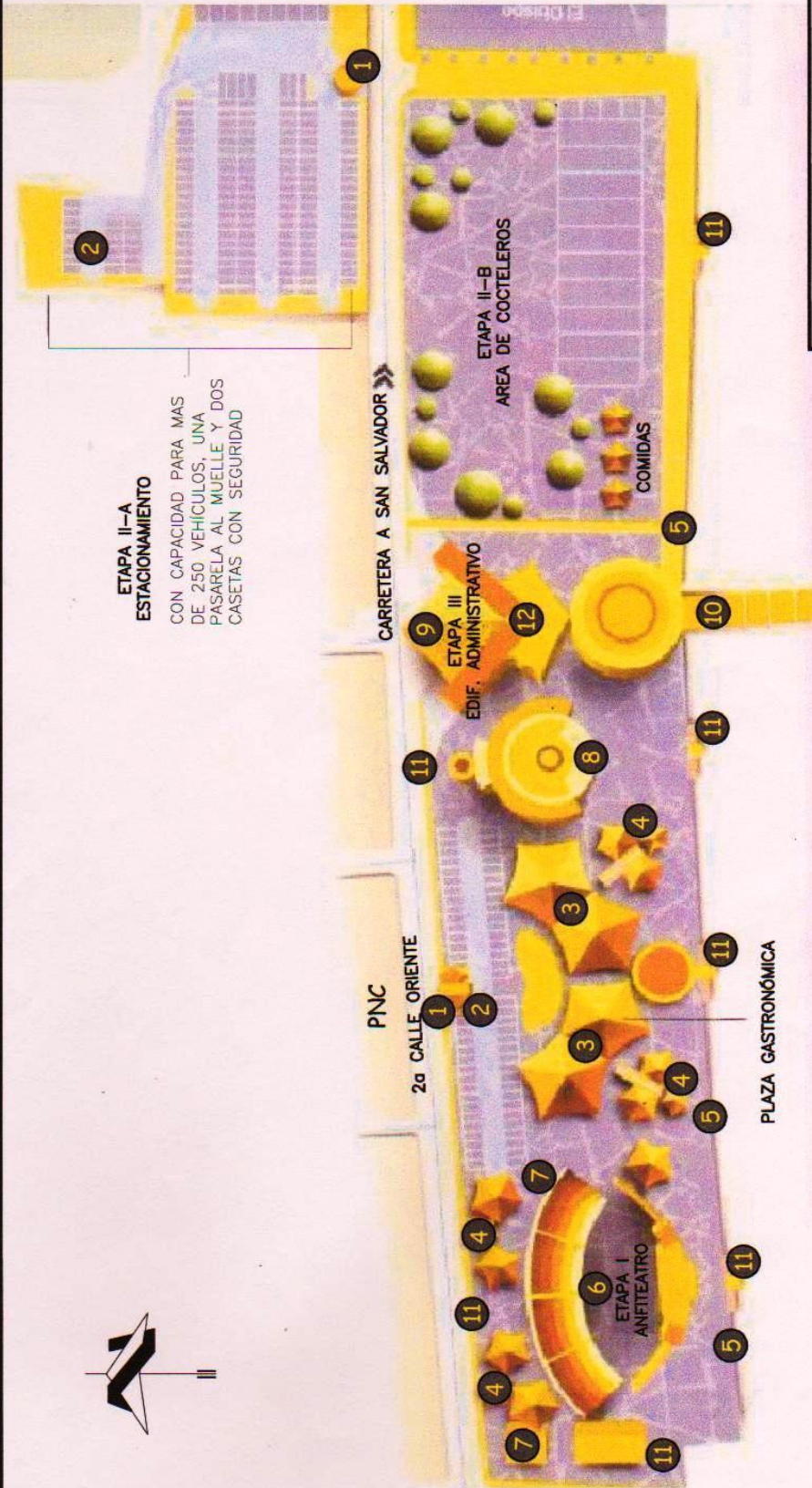






ETAPA II-A ESTACIONAMIENTO

CON CAPACIDAD PARA MAS
DE 250 VEHICULOS, UNA
PASARELA AL MUELLE Y DOS
CASETAS CON SEGURIDAD



INDICADORES:

- 1- CASETA Y ENTRADA PRINCIPAL
- 2- PARQUEO
- 3- RESTAURANTES "A"
- 4- KIOSKOS Y RESTAURANTES "B"
- 5- MALECÓN
- 6- ANFITEATRO

- 7- BAÑOS
- 8- EDIFICIO FUERZA NAVAL-POLITUR
- 9- EDIFICIO ADMINISTRATIVO
- 10- MUELLE
- 11- ACCESOS
- 12- CAT LA LIBERTAD (Centro de Atención Turística)



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
DE EL SALVADOR

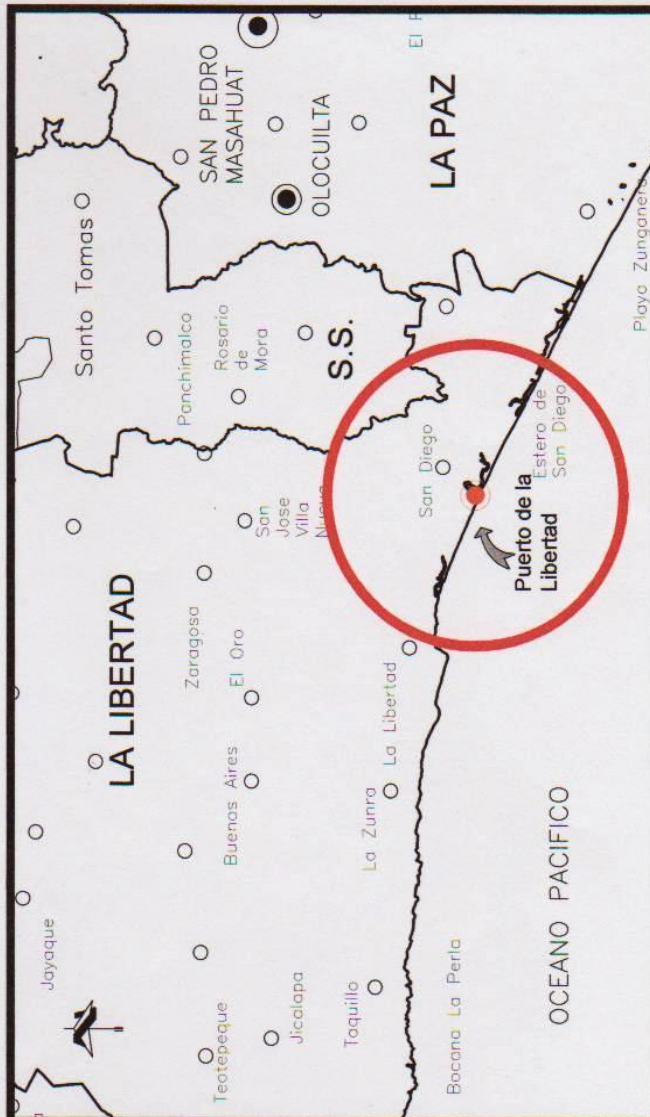
CONTENIDO: PLANO DE CONJUNTO
"AREA DE MALECON"

HOJA:

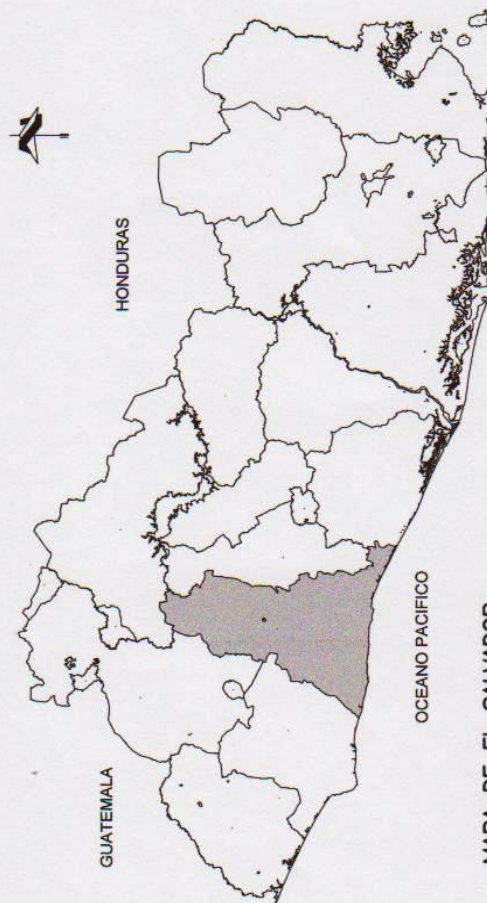
ESCALA:
SIN ESCALA

FECHA:
DICIEMBRE/2011

1/1



DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD



MAPA DE EL SALVADOR


UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
DE EL SALVADOR

CONTENIDO: PLANO DE UBICACION
"PUERTO DE LA LIBERTAD"

ESCALA: SIN ESCALA

FECHA: DICIEMBRE 2011

1/1