

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES.

TECNICO ADMINISTRACION TURISTICA.



TEMA.

“EVALUACION DE LA ATENCION AL TURISTA PARA AYUDAR AL
FORTALECIMIENTO DEL DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL EN EL
MALECON EL PUERTO DE LA LIBERTAD”.

TRABAJO DE GRADUACION PRESENTADO POR:

SIBRIAN ESTRADA, ERLINDA EDELMIRA

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TECNICO DE ADMINISTRACION TURISTICA

ABRIL, 2018

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMERICA.

PAGINA DE AUTORIDADES

ING. NELSON ZARATE SANCHEZ
RECTOR

LIC. JOSE MODESTO VENTURA
VICERRECTOR ACADEMICO

LIC. LISSETTE CRISTALINA CANALES DE RAMIREZ
DECANO

JURADO EXAMINADOR

LICDA. CAROLINA ELIZABETH CERNA AGUIÑADA
PRESIDENTE

LIC. RICARDO ANTONIO PARADA MAGAÑA
PRIMER VOCAL

LICDA. LARRISSA GUADALUPE MARTI DE HENRIQUEZ
SEGUNDO VOCAL

ABRIL, 2018

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMERICA.

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic. Ricardo Antonio Parada Magaña, Licda. Larissa Guadalupe Marti de Henríquez, Licda. Carolina Elizabeth Cerna Aguiñada, a las 5:00p.m. del día Jueves, 13 de Julio de dos mil diecisiete.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LA ALUMNA:

1-Erlinda Edelmira Sibrian Estrada

Carnet 06-0649-2009

QUIENES PRESENTARON DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Evaluación de la atención al turista para ayudar al fortalecimiento del desarrollo económico y social en el malecón El Puerto de la Libertad"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO. POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

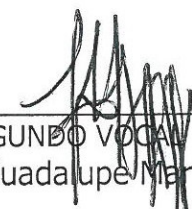
Aprobado

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

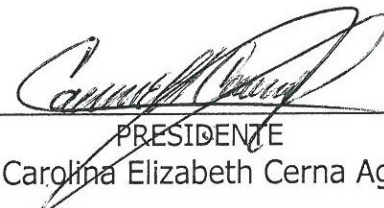
San Salvador, 13 de Julio de dos mil diecisiete.

F. 
PRIMER VOCAL

Lic. Ricardo Antonio Parada Magaña

F. 
SEGUNDO VOCAL

Licda. Larissa Guadalupe Marti de Henríquez

F. 
PRESIDENTE

Licda. Carolina Elizabeth Cerna Aguiñada

Agradecimientos.

“Principal mente agradecer a Dios por ser maravilloso en mi vida, por guiarme siempre por el buen camino y darme la fuerza y sabiduría para poder culminar esta etapa de mi vida con mucho éxito.

Agradecer a mi familia y en especial a mí madrina por todo el apoyo brindado en todo el transcurso de la carrera, por enseñarme el valor de las cosas y sobre todo poner todo el empeño para cumplir mis metas. De la misma manera agradecer a nuestra asesora Larisa Marti quien fue la luz guía para guiarnos paso a paso por este recorrido de muchos tropiezos, pero que al final con todo su apoyo logramos salir triunfantes.

Erlinda Edelmira Sibrian Estrada

Tabla de contenido

Introducción	i
---------------------------	----------

Capítulo I

Planteamiento del Problema	1
---	----------

1.1 Descripción del Problema	1
1.2 Objetivos.	2
1.2.1 Objetivo general.....	2
1.2.2 Objetivos específicos.....	3
1.3 Justificación.....	3

Capítulo II

Marco Teórico	5
----------------------------	----------

2.1 Evolución del Turismo.	5
2.2 Turismo en América Latina.....	7
2. 3 Generalidades del Turismo.....	8
2.4 Tipos de Turismo.....	9
2.4.1 Turismo individual.....	9
2.4.2 Turismo masivo.	9
2.4.3 Turismo cultural.....	10
2.4.4 Turismo de compras.....	10
2.4.5 Turismo gastronómico	10
2.4.6 Turismo industrial.....	11
2.4.7 Turismo natural.....	11
2.4.8 Turismo rural.	11
2.4.9 Turismo ecoturismo.	11
2.4.10 Turismo deportivo.....	11
2.4.11 Turismos de aventura.....	12
2.4.12 Turismos de negocios.	12
2.4.13 Turismo sexual.....	12
2.5 Planta Turísticas	13
2.5.1 CORSATUR (CAT).	13
2.5.2 Hoteles.	13
2.5.3 Restaurantes.	14

2.5.4 Alcaldía.....	15
2.5.5 Cooperativas	15
2.6 La Atención al Cliente.....	16
2.6.1 Concepto de atención al cliente.	16
2.6.2 Tipos de atención al cliente.	16
2.6.2.1 Atención presencial.....	16
2.6.2.2 Atención telefónica.	16
2.6.2.3 Atención virtual.....	17
2.6.2.4 Atenciones proactiva.....	17
2.6.2.5 Atención reactiva.	17
2.6.2.6 Atención directa.	17
2.6.2.7 Atención indirecta.	17
2.7 Desarrollo Económico.....	18
2.7.1 Generalidades.....	18
2.7.2 Economía.	19
2.7.3 Usos y aplicaciones.....	20
2.8 Desarrollo Social.	20
2.8.1 Generalidades del desarrollo social.	20
2.8.2 Turismo como actividad social.	21
2.8.3 Impactos sociales positivos.....	21
2.8.4 Impactos sociales negativos.....	21
2.9 El Malecón.	22
2.9.1 Historia de Malecón.....	22
2.9.2 Ubicación del Malecón.	26
2.9.3 Estructura del Malecón.	26

Capítulo III

Metodología	28
3.1 Tipo de Investigación.	28
3.1.1 Método cualitativo.	28
3.1.2 Método cuantitativo.	28
3.1.3 Participantes.....	29

3.2 Población y Muestra.	29
3.3 Técnicas e Instrumentos.	31
3.3.1 La encuesta.	31
3.3.2 La entrevista.	31
3.4 Estrategia de Análisis de Datos.	31
Capítulo VI	
Análisis de Resultados	32
4.2 Personas Entrevistadas.	50
4.2.1 Cuadro de entrevistas:	51
4.2.2 Análisis de la entrevista	60
Capítulo V	
Conclusiones	61
5.1 Conclusiones.	61
Referencias.....	63
Glosario	64
Anexos	67

Introducción

El presente trabajo se realizó con la finalidad principal de investigar todo lo relacionado a la atención al cliente por parte de los proveedores de turismo, en pro del desarrollo y crecimiento del Malecón del Puerto de La Libertad ubicada en el departamento de La Libertad.

Como punto de referencia la competencia que existe en el mercado turístico nacional, surge como investigación la evaluación a la atención que ofrecen los proveedores al turista nacional y extranjero. Demostrando la importancia fundamental que es brindar un buen servicio y atención, con la meta de lograr una mayor satisfacción al turista. A través de esta investigación se concluye que la comunicación juega un papel importante en el turismo.

Tomando en cuenta que el turismo crea un impacto positivo en la sociedad disminuyendo la delincuencia y obteniendo un mejor desarrollo.

En el presente documento se brinda información obtenida de la investigación a través de la técnica de encuestas y entrevista realizada a algunos representantes de planta turística y a turistas con el tema de investigación. El documento consta de cinco capítulos estructurados de la siguiente manera:

En el primer capítulo se presenta la descripción del problema en el cual se explica la problemática de la investigación y la necesidad de una evaluación a la atención al cliente.

En el segundo capítulo se presenta el marco teórico en base a información recolectada bibliográficamente referente a la evaluación de la atención al turista para el fortalecimiento del desarrollo económico y social.

En el tercer capítulo se explican la metodología de la investigación donde los factores destacados son los turistas visitantes del malecón y representantes de planta turística.

En el cuarto capítulo se dan a conocer los resultados de la investigación los cuales se elaboraron en cuadros comparativos y se realizaron análisis para cada uno de acuerdo a la información recolectada.

En el quinto y último capítulo se realizaron las conclusiones de acuerdo a todo lo investigado y se dieron algunas recomendaciones para la mejora de la atención al turista en el malecón del puerto de la libertad

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1 Descripción del Problema

El turismo se ha convertido en una poderosa fuerza transformadora que tiene una influencia decisiva en la vida de millones de personas gracias a la exuberante cantidad de turistas internacionales viajando por el mundo todos los años. Por ser uno de los principales sectores de generación de empleo en el mundo, el turismo ofrece importantes oportunidades de desarrollo social y económico con lo que contribuye con la disminución de la pobreza.

El turismo en El Salvador se considera un rubro que a través de los años ha jugado un papel cada vez más importante, potenciando el desarrollo y crecimiento económico del país ya que la participación del turismo en la economía salvadoreña ha venido creciendo en los últimos años, pasando de 3.20% del PIB en 2012 a un 4.51% del PIB al cierre del año 2015, esto muestra el dinamismo del sector y el potencial de crecimiento por lo que se vuelve un sector de importancia en la atracción de inversiones hacia El Salvador.

El turismo ha estado presente en la zona costera del Puerto de la Libertad desde muchos años atrás, sin embargo despegó a Principios del año 2010 con la finalización del Malecón Turístico el cual potenció la afluencia de visitantes nacionales y extranjeros según cifras oficiales al cierre del 2016 el salvador registro la llegada de 2 millones de extranjeros que realizaron turismo en el país. (PROESA, 2016) Recuperado de <http://www.proesa.gob.sv>

Es por eso que se ha enfocado esta investigación específicamente en el departamento de la Libertad municipio de la Libertad complejo turístico el Malecón por ser un excelente destino con afluencia de turistas nacionales y extranjeros y no solo por el turismo de sol y playa sino también por su gastronomía, alojamiento y el comercio de la zona que complementan el día de paseo de todo turista. Con el fin de evaluar la atención de parte de los proveedores turísticos.

Enfocados en la zona ya mencionada se investigaran aspectos tales como la atención al cliente en temporada alta debido a la afluencia de turistas que se reciben puede que la atención no sea la misma que se brinda temporada baja. Y es ahí donde se podría detectar mayor déficit en la atención por parte de las entidades y proveedores turísticos .ya que este es un aspecto importante que ayuda a generar en el cliente una mayor confianza y afluencia.

Es por ello que se busca con esta investigación el poseer del 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 de la atención al cliente se vuelve una ventaja que logra la diferencia y perdurabilidad en el tiempo a aquellas que tratan de alcanzarla.

1.2 Objetivos.

1.2.1 Objetivo general.

Comprobar mediante la evaluación como se encuentra actualmente la atención al cliente para ayuda del fortalecimiento y desarrollo económico y social del complejo turístico el Malecón del puerto de la Libertad.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Evaluar a entidades y proveedores turísticos acerca de la calidad de la atención al cliente.
- Explorar la percepción de los turistas en atención brindada por parte de proveedores de servicios en el malecón del puerto de la Libertad.

1.3 Justificación.

Debido a las demandas turísticas que se vive a nivel mundial y en nuestro país, la atención al cliente se ha transformado en una necesidad primordial para la satisfacción del turista nacional y extranjero.

Es por eso que esta investigación se realizó con el fin de evaluar la atención al cliente desde la percepción de mismo turista que visita el complejo turístico del Malecón del Puerto de La Libertad.

En La actualidad de nuestro país la atención al cliente se ha convertido en una necesidad de la más importante y esta para obtener satisfacción y una mayor demanda de los turistas nacionales y extranjeros, esto se define a través del resultado de exigencias que ellos mismos reflejan; por lo que no deben de existir fallas ni problemas de atención al cliente. Que esto amplía beneficios en cuanto a lo social porque generaran más empleos, en lo económico porque incrementan los ingresos y reactivan el turismo local en el Malecón, puerto de la libertad y además difunde otros tipos de turismo ya sea cultural, gastronómico, deportivo, masivo entre otros.

Esta evaluación de la atención al cliente surge con la importancia de elementos esenciales como la conveniencia de organizarse por parte comerciantes, entidades

turísticas y proveedores de servicios para una mejor imagen del lugar, aumentar la publicidad para atraer más turistas, mantener mayor salubridad e higiene ya sea en alimentos, establecimientos, en todas las áreas que el malecón posee y que cada proveedor brinden una mejor atención hacia el turista y así habrá más afluencia de turistas en el lugar beneficiando el desarrollo económico y desarrollo social de la localidad.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Evolución del Turismo.

Siglo XIX, el turismo ha estado presente desde que comenzó la historia de la humanidad. Cuando hablamos de los seres humanos nómadas o sedentarios, hablamos de los primeros turistas.

El turismo ha ido cambiando junto con el hombre, de acuerdo a sus necesidades y características, y es esto lo que provoca que el turismo incremente cada vez más su importancia mundial. Existen muchas ideologías acerca de la historia o evolución del turismo y contextos de perspectivas lo cuales suelen variar

(Bormann, 1930) define el turismo como el conjunto de viajes realizados por placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. No son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.

(Hunziker , Krapf, K. 1942) "El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa".

(Ledhesma M.) el turismo al desplazamiento efectivo de las personas y lo describe como: "todo el espectro que se genera a partir de la idea y/o de la acción que implica el desplazamiento de los seres humanos a un lugar diferente al de su residencia con posibilidades recreativas, es decir, con intenciones de descanso, diversión y/o contacto

con el destino receptor. El turismo se presenta entonces como un fenómeno complejo y multidisciplinar que comprende aristas económicas, sociales, políticas, artísticas, antropológicas, medioambientales, históricas, geográficas, educativas, psicológicas, comunicativas... que involucra simultáneamente al sector empresarial, al estatal, al no gubernamental, al sector profesional, a las poblaciones que habitan cada destino turístico y a los turistas".

Por este conocimiento El término "turismología" surgió en los años '60, (geógrafo en su formación académica) el científico considerado "padre de la turismología", quién lo popularizó cuando fundó la revista del mismo nombre en los años de 1972.

(Zivadín ,J.1972) consideraba que ninguna de las ciencias existentes podía realizar el estudio del turismo en toda su dimensión, por considerar que sus aportaciones son unilaterales. Esto lo permitiría la creación de una ciencia independiente, la turismología.

Los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. Hay en la historia momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión. El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor en la segunda mitad del siglo XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX, la mayor industria del mundo. Con la Revolución industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar.

El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor en la segunda mitad del siglo XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX, la mayor industria del mundo. Con la Revolución industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar.

(OMT, 1994) consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (al menos durante una noche y como máximo 365 días), por ocio, negocios u otros motivos. Si no se realiza pernoctación, se consideran excursionistas. Los turistas y excursionistas forman el total de visitantes. El turismo puede ser doméstico (turistas que se desplazan dentro de su propio país) o internacional. Este último es hoy por hoy una importante fuente de ingresos para muchos países.

<https://www.wikipedia.org/wiki/turismo>

2.2 Turismo en América Latina

Durante varios años México ha sido el destino más visitado por el turismo internacional en América Latina, a nivel de turismo masivo, posee el mayor número de nombramientos y declaraciones patrimoniales por la UNESCO en todo el continente americano, también México es el principal destino de negocios en la región, y es un importante destino educativo dentro de sus universidades; Según el BID, los ingresos provenientes del turismo internacional son una importante fuente de divisas para varios de los países de América Latina, y representa un porcentaje importante del PIB y de las exportaciones de bienes y servicios, así como una importante fuente de empleo, donde destaca la República Dominicana.

Según la evaluación realizada por el Foro Económico Mundial (FEM) varios de los países de América Latina todavía presentan deficiencias en las áreas de infraestructura y el marco jurídico, pero son muy competitivas en los aspectos relativos a recursos culturales y naturales, factores por los que resulta atractivo realizar inversiones o desarrollar negocios en el sector de viajes y turismo de los países de la región. Por ejemplo, Brasil fue clasificado en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo de 2009 en la posición 45 a nivel mundial, pero entre los 133 países evaluados clasificó en la posición 2 en el aspecto recursos naturales, y en la posición 14 en recursos culturales, a pesar de clasificar en el lugar 110 en infraestructura terrestre y como 130 en seguridad pública.

Los ingresos del turismo es clave para la economía de varios países de América Latina. México recibe el mayor número de turistas internacionales, con 23,3 millones de visitantes en 2010, seguido por Panamá, con 5,5 millones en 2010, Perú, con 5,2 millones, Argentina, con 5,1 millones, Brasil, con 4,1 millones, República Dominicana, con 3,7 millones; Colombia, con 3,6 millones y Chile con 1,7 millones.

2. 3 Generalidades del Turismo.

Todos hemos realizado turismo en algún momento de nuestra vida. Sabemos que la actividad está asociada al ocio, el descanso y el descubrimiento de nuevos lugares, entre otras cuestiones. Pero, ¿qué es exactamente el turismo? Puede definirse al turismo como el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.

La historia del turismo es extensa. Sus orígenes pueden rastrearse en la Antigua Grecia, cuando miles de personas se desplazaban para asistir a las Olimpiadas cada cuatro años. Entendido como actividad comercial, el turismo nace de la mano del inglés Thomas Cook, quien organizó el primer viaje turístico de la historia en 1841 y fundó, una década después, la primera agencia de viajes: Thomas Cook and Son.

Hoy el turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial y promueve viajes de todo tipo: con fines de descanso, motivos culturales, interés social, negocios o simplemente ocio.

Pese a que la actividad turística proviene de tiempos ancestrales, recién se definió hace unos años como actividad económica independiente y dado que engloba a una gran variedad de sectores económicos y disciplinas académicas, encontrar una definición absoluta del término es un tanto difícil. Puede verse de una u otra forma de acuerdo al aspecto o la actividad desde la que se lo desee definir. (Raúl G.)

<https://www.aprende turismo org>.

2.4 Tipos de Turismo.

2.4.1 Turismo individual.

Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos. Véase turismo de alpargata o mochilero.

2.4.2 Turismo masivo.

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.

2.4.3 Turismo cultural.

Es el que precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo, como museos y monumentos, incluido el llamado patrimonio inmaterial: idiomas, folklore, costumbres, gastronomía, música, literatura, religión,

Historia. Es más exigente y menos estacional. Puede ser un positivo instrumento de desarrollo local y regional, entendido esto último desde una visión socio-económica que permita una equitativa distribución de los beneficios, ya sean de carácter económico, social y cultural en las comunidades anfitrionas, reflejado en una mejora de la educación, la formación, la creación de empleo, y la generación de ingresos, colaborando en la erradicación de la pobreza, por ejemplo en el caso de los países en desarrollo. En este contexto, la implementación y el desarrollo de diversos programas, ya sea a nivel nacional como regional o local, no sólo han estimulado el desarrollo turístico propiamente dicho, sino también han promovido la recuperación y conservación del patrimonio local, y el establecimiento de nuevas industrias culturales locales.

2.4.4 Turismo de compras.

Vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.

2.4.5 Turismo gastronómico.

Vinculado a la comida tradicional de un determinado lugar, o a fiestas de degustación, como la Fiesta de la cerveza.

2.4.6 Turismo industrial.

Motivado por la visita a fábricas antiguas o grandes construcciones civiles.

2.4.7 Turismo natural.

Se suele desarrollar en un ambiente natural, ya sea este un medio rural o área protegida, tratando siempre de realizar actividades recreativas en él, pero sin deteriorar el entorno. También se puede encontrar incorporado al área urbana, mediante la contemplación de plantas y animales fuera de sus hábitats naturales, en los jardines botánicos y zoológicos, como parques temáticos de flora y fauna.

2.4.8 Turismo rural.

Es desarrollado en el medio rural, y su principal motivación es conocer las costumbres y tradiciones del hombre en el mundo rural, interesándose por su gastronomía, cultura popular, artesanía, etc.

2.4.9 Turismo ecoturismo.

Está basado en el contacto directo con la naturaleza, y sus recursos los componen las reservas ecológicas y los parques nacionales, que contienen la flora y fauna características de la zona receptiva. De haciendas, granjas y fincas agropecuarias.

2.4.10 Turismo deportivo.

La principal motivación es la práctica de algún deporte. Se puede dividir en dos grupos, en función del que practica el deporte y del que lo es pecta (Olimpiadas, Mundiales de Fútbol, Juegos de Invierno...)

2.4.11 Turismos de aventura.

Vinculado a la práctica de deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y por lo general goza de muy buena forma física.

2.4.12 Turismos de negocios.

Es aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general. Utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. La estacionalidad es invertida a la vacacional, por lo que es un producto muy importante para el sector. El cliente suele ser de alto poder adquisitivo. Se trata de un turismo fundamentalmente urbano y con necesidades de infraestructura muy concretas como la conexión a internet.

2.4.13 Turismo sexual.

Es aquel cuya finalidad principal es la práctica del sexo, existiendo destinos con fama de proporcionar más facilidades para ello.

Hasta hace poco tiempo el turismo sexual ha sido considerado una práctica marginal, incluso moralmente inaceptable, que frecuentemente se ha vinculado a la prostitución (especialmente la infantil), pero la evolución social ha ido modificando esa vinculación. La generalización del turismo ha supuesto cambios también en el turismo sexual, entre los que se encuentra la necesidad de redefinirlo, así como la de identificar sus características y problemas.

2.5 Planta Turísticas

Las entidades turísticas son las encargadas de promover, apoyar y facilitar todo lo relacionado en la materia con fin de facilitar la recepción de los visitantes locales y extranjeros.

2.5.1 CORSATUR (CAT).

Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), institución autónoma con personalidad jurídica y patrimonio propio, que es "gestora de desarrollo turístico del país" y cuyas acciones están orientadas "hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales"

La oficina del CAT se encuentra en las instalaciones del malecón, donde se puede adquirir toda la información relacionada al turismo en el puerto de la libertad.

2.5.2 Hoteles.

El Malecón cuenta con seis Hoteles para diferente mercado:

AST Surf Hotel: Es uno de los mejores en área del debido a que es una cadena hotelera a nivel internacional. Exquisito para todo amante del surf ya que AST (Aventuras Surf tours) Es un hotel boutique frente al mar y lleno de confort para los huéspedes.

Hotel Renacer: Este hotel es uno de los más económicos de la zona.

Hotel Rick: Este hotel cuenta con amplias instalaciones y todo lo necesario para que los turistas estén cómodos.

Hotel posada de don Lito: Este hotel es uno de los más grandes de la zona y el más cercano de punta roca y también incluye servicio de restaurante, bar y piscinas.

Hotel Tony surf: Este hotel está ubicado en segundo piso y cuenta con una hermosa vista al Mar, brindando una buena vista al turista.

Casa de huéspedes: Es un pequeño hotel que cuenta con un billar, dándole un toque más atractivo a la zona.

Rokamar: es un restaurante que cuenta con dos habitaciones disponibles al público.

Cada uno de estos hoteles ubicados en la zona del malecón son parte fundamental para la recepción de deportistas en temporada de competencias tales como:

Quiksilver PRO, Latín Pro.

Competencia Femenina.

Donde los espectadores desde turistas nacionales e internacionales vienen a disfrutar de la deliciosa comida, fiestas y bebidas en un ambiente sano.

Tener la Ola de categoría número 9-10 mejor del mundo hace al Salvador más interesante, en una sola playa puedes encontrar olas de distintos niveles desde expertos a principiantes.

2.5.3 Restaurantes.

El Malecón y su Plaza Gastronómica

- Restaurantes clase A que son lo más grandes:

La Pema, Acajutla, La Mariscada y La Mariscos Del Muelle

- Restaurante Mar Adentro, El Camarón, Frozen Tasha

- Restaurante clase C que son los más pequeños:

Esta información de la clasificación fue obtenida en oficina de administración instalada ahí mismo en el Malecón, La clasificación es dada por el tamaño de las instalaciones y no por el servicio.

Así como también hay otras instalaciones con variedad de alimentos como por ejemplo:

Helados, Frozen Michiocanna, La Barra Vieja, Paletas Michoacanas

Kioskos: Son los que están ubicado justo en donde termina el malecón conocióSe buscó fortalecer la reactivación económica del sector turístico de la zona, todos sus restaurante tienen un menú similar, que incluyen variedad de platillos en mariscos. Esta mejora fue elaborada con el fin de potenciar al departamento como destino turístico así como también mejorar las condiciones de vida de los actuales comerciantes de la zona.

Restaurantes, Neto`s beer, La Mariscada del Muell, Merendero Stafany, Mariscos Palacios, Mariscos Lorena, Bendición de Dios, Ceviche El Pacifico, Mariscos Pamalito, Comida y cocteles Juanita, Mariscos Baldison, Mariscos Morena, Mariscos Laura, Mar y sol, Restaurante ola, Restaurante Rancho Lito.

2.5.4 Alcaldía.

La Alcaldía es la encargada del mantenimiento de la limpieza y ornato en las instalaciones y playas en el complejo turístico del Malecón en el puerto de la Libertad.

2.5.5 Cooperativas

Acopeli (creada en1973, cuenta con 50 socios)

Acopsemdi (creada 1981 cuenta 35 socios)

Acopal (creada2011 cuenta 38 socios)

El Mero (creada 2009 cuenta 26 socios)

La Sirena (creada 1992)

Todas estas cooperativas trabajan en conjunto formando así una cooperativa llamada ADESPESTULL que significa: Asociación de desarrollo pesquero y turismo del Puerto de La Libertad. Aparte de estas cooperativas existen pescadores artesanales independientes.

2.6 La Atención al Cliente.

2.6.1 Concepto de atención al cliente.

Es una disciplina basada en la secuencia de cuatro actividades: Contacto, análisis, respuesta y excelencia. La atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una empresa que tiene contacto con el cliente, para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad para generar satisfacción.

El esfuerzo y el trabajo de todos los empleados de una organización deben estar dirigidos en un mismo sentido, teniendo como foco o como centro al cliente.

2.6.2 Tipos de atención al cliente.

2.6.2.1 Atención presencial.

En este caso, se produce un encuentro físico con el cliente, sin las barreras ni interferencias que ocasiona el trato telefónico o a través de otras vías, como el correo electrónico. Se da contacto visual y el lenguaje no verbal juega un papel muy importante.

2.6.2.2 Atención telefónica.

Este tipo de atención al cliente exige que se cumplan una serie de normas no escritas si usted desea lograr su plena satisfacción. El hecho que no podamos observar las posibles reacciones del interlocutor hace que tengamos que poner más esfuerzos y demostrar una actitud diferente a la presencial.

2.6.2.3 Atención virtual.

Con la entrada de las nuevas tecnologías y el auge del comercio electrónico, se está imponiendo una vía alternativa para efectuar las compras. Ya sea por correo electrónico o a través de la misma web donde se ofrecen los productos, el cliente, en este caso, valora la atención recibida por otros parámetros, como el correcto funcionamiento de la página, el sistema de pago y de entrega, la premura en la respuesta ante dudas vía correo electrónico, etc.

2.6.2.4 Atenciones proactiva.

Cuando buscamos crear necesidades en el cliente y motivar la compra de nuestro producto o servicio, contactamos directamente, sin esperar a que él lo haga. Exige una alta tolerancia a la frustración, ya que debemos tener una actitud positiva hacia el rechazo.

2.6.2.5 Atención reactiva.

En cambio, cuando el sentido del contacto entre las partes se da del cliente hacia nosotros, simplemente estamos dando respuesta a la demanda, sin tratar de despertar, de entrada, necesidad alguna en el cliente.

2.6.2.6 Atención directa.

Cuando el interlocutor es la persona que expresa la necesidad y además es el que decide acerca de la compra, se trata de una atención directa, sin intermediarios. Dado que los roles se concentran en una única persona, toda nuestra energía se dirige también a un único interlocutor.

2.6.2.7 Atención indirecta.

Por contra, cuando la persona que hace la demanda no es la que toma la decisión final en la compra, podemos hablar de una atención indirecta. Es importante identificar

cada uno de los roles para satisfacer las necesidades de todos los actores que intervienen en la transacción.

2.7 Desarrollo Económico.

2.7.1 Generalidades.

El desarrollo económico se puede definir como la capacidad de producir y obtener riqueza, además éste puede ser tanto a nivel del desarrollo personal como aplicado también a países o regiones. Ya sea en uno o en otro caso el desarrollo está ligado al sustento y la expansión económica de modo tal que garantice el bienestar, se mantenga la prosperidad y satisfaga las necesidades personales o sociales y con ello la dignidad humana.

La política pública generalmente apunta al crecimiento continuo y sostenido económico, y la extensión de la economía nacional de modo que los países en vía de desarrollo se hagan países desarrollados. El proceso de desarrollo económico supone ajustes legales e institucionales que son hechos para dar incentivos para fomentar innovaciones e inversiones con el propósito de crear un eficiente sistema de producción y un sistema de distribución para los bienes y los servicios

El crecimiento económico es una de las metas de toda sociedad y el mismo implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad.

Independientemente de las posibles variantes que haya del turismo, la importancia de esta actividad reside en dos pilares principales. El primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que genera en la región específica en la que se realiza. Así, todos los países y regiones del planeta cuentan con el turismo como

una actividad económica más que genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre o marítimo, etc.

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo, hoy en día, el volumen de este negocio es igual o incluso mayor que el de las exportaciones de petróleo, productos alimenticios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores en el comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las mayores fuentes de ingresos para muchos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano con un aumento de la diversificación y la competencia entre destinos.

El turismo sirve de punto de apoyo al florecimiento de la economía y a la expansión de las pequeñas y medianas empresas y, en las zonas rurales pobres, representa con frecuencia la única alternativa al declive de la agricultura de subsistencia.

Durante décadas el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo entero. La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad en atención y servicio que se brinde y se ofrezca.

En el aspecto económico el turismo es una fuente generadora de divisas tiene importantes efectos sobre el ingreso nacional, es una fuente generadora de empleos y es un factor de expansión en el mercado nacional.

2.7.2 Economía.

Definición de Economía: La economía es la administración eficiente y efectiva de los recursos disponibles. Incluye el estudio de la forma como se administran estos

recursos, generando valor, productos y servicios, que sean útiles y benéficos para las sociedades, y se garantice la renovación y permanencia de los mismos. Desde el punto de vista personal, la economía es el uso racional de los ingresos, evitando hacer gastos innecesarios.

2.7.3 Usos y aplicaciones.

La economía se aplica a los países, las sociedades, las empresas, las familias y las personas. Se relaciona con el dinero, su administración y mejor uso para alcanzar los resultados, que en algunos casos se llamarán utilidades y en otros riqueza. También se relaciona con las fuentes de generación de riqueza, los recursos y las materias primas que se requieren. Por último está relacionada con el consumo de lo producido, los clientes y consumidores.

2.8 Desarrollo Social.

2.8.1 Generalidades del desarrollo social.

Se denomina desarrollo social a la circunstancia en donde una sociedad adquiere mejores condiciones de vida de forma sustentable. El desarrollo social está íntimamente relacionado con el desarrollo económico en la medida en que una mejor circunstancia de vida implica necesariamente un mejor acceso a bienes y servicios por parte de la población.

El desarrollo social se relaciona íntimamente con el desarrollo económico de un país y la mejora de la calidad de vida en todos los sectores de la población, de modo sustentable. Implica igualdad de oportunidades, justicia social, acceso a vivienda, salud, educación, aspectos que son algunos de los objetivos del estado.

2.8.2 Turismo como actividad social.

El turismo implica la interacción entre los turistas, prestadores turísticos y los residentes del lugar, es una manifestación de la conducta humana.

El turismo social facilita el acceso al turismo de un segmento de la población con escasos recursos y permite direccionar la demanda turística en tiempo y espacio, aumentando el nivel de actividad del sector.

El turismo social comprende todos aquellos instrumentos y medios que otorguen facilidades para que todos los sectores de la sociedad puedan acceder al ocio turístico en todas sus formas, en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad.

2.8.3 Impactos sociales positivos.

Generación de empleos.

Intercambio cultural.

Valoración de la cultura local.

Generación de divisas por prestación de servicios.

Generación de rentas al estado y municipal por concepto de impuestos.

2.8.4 Impactos sociales negativos.

Sobre explotación de recursos culturales y naturales.

Crecimiento de problemas sanitarios, salud, violencia y otros.

Por lo general ocurre inflación en la economía local en productos y servicios básicos.

2.9 El Malecón.

2.9.1 Historia de Malecón.

Aclara don Antonio Gutiérrez y Ulloa dice que en 1807 la ciudad del Puerto La Libertad era una extensa hacienda de 25 caballerías, con un sitio anexo de crianza de ganado mayor en el partido de San Salvador y propiedad de Don Ventura Calavera.¹

El Puerto de La Libertad era conocido desde tiempos inmemoriales con el nombre de “Rada de Tepeahua” o costa de tepeahua. “En idioma nahuatl este nombre aborigen precolombino significa El Cerro de los encinos o más propiamente “los ahuesos del cerro o de la montaña”, pues proviene de tepe, Tepec: cerro; montaña, localidad; y ahue: encino, roble o bien el nombre de la tribu de los Yaquis o Pipiles. fue habilitado por el Congreso Federal de las repúblicas de Centroamérica el 24 de febrero de 1824, y el 10 de febrero de 1831 el mismo Congreso Federal decretó que el Puerto de La Libertad quedará habilitado para el comercio exterior en el litoral del pacífico.

El 19 de febrero de 1835 La Libertad quedó como puerto de registro, después perteneció al departamento de San Salvador y al Distrito Federal de Centro América. El 30 de julio de 1839 formó parte del departamento de Sonsonate.

El 8 de enero de 1857 desembarcaron en el puerto, tropas a las órdenes del general Gerardo Barrios quienes habían luchado contra el filibustero William Walker.

Dos grandes eventos tomaron lugar en el Puerto de la Libertad: la construcción del primer muelle de hierro en El Salvador; haciendo de La Libertad el principal puerto del País que fue inaugurado durante la administración del licenciado Francisco Dueñas el 7 de octubre de 1869.

El primer mensaje telegráfico transmitido en El Salvador fue el 27 de abril de 1870, realizado desde el Puerto de La Libertad entre el General Juan José Cañas y el presidente Francisco Dueñas en el departamento de San Salvador²

El Muelle del Puerto de la Libertad data desde el 7 de Octubre de 1870.

Históricamente el Muelle sirvió desde antes de la construcción del viejo muelle de hierro, como puerto de desembarque de corsarios y piratas, quienes se cree fundaron un cuartel de refugio y almacenamiento de armas y tesoros en donde ahora

Orantes, E. (2009). “Municipio de la Ciudad y Puerto de La Libertad” 2 Historia del Puerto, Alcaldía del Puerto de La Libertad,

Es la ciudad, y un segundo cuartel en la rada de Mizata de donde aún se conserva una argolla de hierro incrustada en las rocas la cual sujetaba el andarivel (lazos muy fuertes) para realizar las operaciones de carga y descarga.

Desarrollo Portuario.

Entre los años de 1579 y 1586 el Puerto de La Libertad fue lugar de desembarco de Corsarios quienes construyeron el primer muelle, el cual fue remodelado y habilitado como puerto en 1824.

El 10 de diciembre de 1831 el Congreso Federal decretó que el puerto de La Libertad era uno de los puertos centroamericanos habilitado al comercio exterior en el litoral del Océano Pacífico.

El 19 de enero 1835 fue declarado, por la República Federal de Centro América, como puerto mayor.

Desde su establecimiento, este puerto perteneció al departamento de San Salvador. Sin embargo, de 1835 (28 de enero) a 1839 (30 de Julio) formó parte del Distrito Federal de la República Federal de Centro América. A partir de esta fecha volvió a su antigua demarcación departamental.

El 8 de febrero de 1854, antes de la construcción del muelle de hierro, llegó al Puerto el primer Buque de Vapor llamado “Primero” con una capacidad de 225 toneladas, capitaneado por León Smith.

El 7 de Junio de 1857, desembarcaron a las órdenes del General Gerardo Barrios, las tropas Salvadoreñas que venían de luchar contra William Walker, eran 1200 hombres a bordo de los bergantines “Gamarra” y “Centró América”.

Durante la Administración del Presidente de la República, General Gerardo Barrios, los habitantes del Puerto La Libertad aumentaron en forma considerable, uniéndose las poblaciones que formaban los valles del Cimarrón y Santa Cruz, lo mismo que las haciendas de Tepeagua, San Diego y Salinas de San Juan; era grande el número de habitantes que excedían al requerido por la Ley para tener derecho a su municipalidad.

Por otra parte los habitantes de La Libertad, dependían de la Municipalidad de Huizúcar que quedaba muy lejos (aproximadamente a 5 leguas de mal camino), haciendo difíciles los trámites de documentos y demandas.

Considerando las situaciones, el senador presidente, General Gerardo Barrios, emitió el Decreto Ejecutivo el 19 de Julio de 1858 que otorgaba al Puerto de La Libertad el Título de Pueblo y se autorizaba a sus vecinos a que eligieran media Municipalidad, formada por un Alcalde, dos Regidores, un Síndico y un Juez de Paz.

El 11 de febrero de 1859, la Cámara de Diputados aprobó el título de pueblo de esta ciudad. Consta en un informe municipal de La Libertad del 8 de diciembre de 1860, que su población era de 266 habitantes alojados en 28 casas de teja y muchos más ranchos. La población urbana era de 90 personas.

Situación Actual

Se destaca por ser uno de los lugares de ocio y diversión playera más preferidos por los capitalinos salvadoreños, debido a su cercanía y a que desde la segunda mitad del siglo XIX se convirtió en el puerto más cercano a la Ciudad de San Salvador. Ya que es uno de los destinos turísticos más representativos de este país. Posee un complejo Turístico, El Malecón el cual cuenta con anfiteatro con capacidad para 3,500 espectadores, parqueo para más de 250 vehículos , este proyecto del Ministerio de Turismo junto con la Alcaldía fue construido en el 2006 e inaugurado en el año 2010, posee restaurantes y comercio de mariscos. Y no solo de gastronomía se trata ya que puedes adquirir bellas artesanías realizadas con materiales propios del mar, entre recuerdos, joyas, y una gama indefinida de más artefactos ubicados en el viejo muelle .A si creando un mejor habiente para los turistas nacionales y extranjeros. También pueden practicar deportes tales como surf, skateboarding, básquetbol y pasear en bicicleta y lancha.

Dentro de las instalaciones se encuentra un complejo de oficinas dedicadas al turismo y a la promoción de artesanías, en las cuales destaca el Centro de Atención al Turista (CAT). Este Centro pertenece a la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).

La alcaldía municipal ha creado un centro deportivo con canchas de baloncesto y juegos infantiles. “Atardecer y Vida Nocturna en el Malecón del Puerto de La Libertad”. Ofrece al turista la oportunidad de presenciar la puesta del sol y disfrutar la vida nocturna en el Malecón.

Y en el futuro se construyera un edificio de tres pisos donde estarán todo los comerciante de mariscos y parqueo de lanchas que contara con una grúa encargada de moverá las lanchas ya que CORSATUR tiene este proyecto el cual está planeado para este año. (Ramírez v. 2017) encargado de departamento de comunicaciones puerto de la Libertad.

2.9.2 Ubicación del Malecón.

Departamento de La Libertad Límites: Al norte con Zaragoza, al sur con el Océano Pacífico, al este por Santo Tomas y al oeste con Tamanique. Altura: 4 mts. Sobre el nivel del mar.

2.9.3 Estructura del Malecón.

Su estructura moderna, adornada de muchos elementos playeros entre masetas y bancas en forma de animales marinos, no olvidando la hermosa vista del mar, el malecón cuenta con un atractivo peculiar dándole ese toque llamativo para el turista. Con una floreciente y fuerte cadena de restaurantes diseñados con una carpa en forma de araña que cubre del sol sus instalaciones, para brindad la mejor comodidad posible. Cuenta con un anfiteatro para todo tipo de eventos y algo muy importante, el rompe olas que está a todo lo largo de las instalaciones para evitar y disminuir la fuerza del oleajes cuando la situación lo amerita.

- caseta y entrada principal
- parqueo
- restaurante A
- kioskos y restaurante B
- Malecón
- anfiteatro
- baños
- edificio de la fuerza naval-politur
- edificios administrativos
- muelle
- accesos
- CAT La Libertad (centro de atención turístico)

Capítulo III

Metodología

3.1 Tipo de Investigación.

En el presente trabajo de evaluación de la atención al turista para ayudar al Fortalecimiento del desarrollo económico y social en el Malecón del puerto de la Libertad por la naturaleza. Por los objetivos de la investigación se realizó un estudio descriptivo y explicativo. En la investigación descriptiva permitió recoger datos y describir las características individuales del problema en evaluación, mientras que en la investigación explicativa permitió establecer una relación de causa y efecto en la atención que recibe el turista visitante del Malecón.

3.1.1 Método cualitativo.

En razón de que se busca evaluar problema mediante la interpretación y comprensión de la información y técnicas utilizadas para brindar la mejor atención al turista juntamente también se utilizó investigación cuantitativa de una forma vinculada y complementaria es donde se llevó a cabo por las entrevistas que se les hizo a todos los entes que trabajan a favor del turista y además "Como la investigación - acción contempla los problemas desde el punto de vista de quienes están implicados en ellos, sólo puede ser válida a través del diálogo libre de trabas con ellos" (Pag, 53). Gómez, G. R., Flores, J. G., & Jiménez, E. G. (1996).

3.1.2 Método cuantitativo.

Reflejada el uso de la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento

y probar teorías y es ahí mediante que la investigación cuantitativa se basa en números. Esto puede hacer que sea muy precisa, lo cual es importante cuando haces investigaciones y esto se hizo cuando se pasaron las encuestas a todos los turistas nacionales y extranjeros para medir el grado de atención que se le da como tal y esto a su vez cuando se usa apropiadamente, los resultados de la investigación cuantitativa se pueden generalizar..

3.1.3 Participantes.

La investigación se llevó a cabo en EL Puerto de La Libertad propiamente en El Malecón, se analizaron las entidades como la Alcaldía, el MITUR, y también los proveedores de servicios tales como hoteleros, restauranteros y cooperativas del muelle ya que cuentan con cinco cooperativas, ACOPELI, EL MERO, ACOPAL, ACOPSEMDI y SIRENA. Entre las 5 cooperativas conforman un ADESCO (ADESPESTULL que significa: Asociación de Desarrollo Pesquero y Turístico del Puerto de La Libertad).

3.2 Población y Muestra.

El Malecón está situado en el municipio de La Libertad del departamento de la Libertad. De acuerdo a esta investigación no se tiene por parte de alcaldía, ni entes turísticos un control estadístico de los turistas que ingresan al Malecón pero si a través de los parqueos de vehículos por lo que para esta investigación se tomara en base esa proporción. En el periodo que se tomó la muestra fue un día de temporada alta por celebrarse el día del padre por ende esto es lo que nos ayudó a recopilar el siguiente dato el cual fue 25,059 turistas que ingresaron ese fin de semana por lo tanto el universo en este caso es infinito debido al hecho de trabajar un universo indocumentado ,por ende el muestreo es no probalístico porque según James H. McMillany Sally Schumacher (2001)

define el muestreo por conveniencia como un método no probalístico de seleccionar sujetos que están accesibles o disponibles. Y la muestra es por conveniencia, indicando que el error maestro es de 0.05, pues el tiempo determinado para la investigación es muy corto para ahondar en el tema debido a que reconocer la problemática del lugar, además por ser una zona insegura en sus alrededores.

Se aplicó a este dato la siguiente fórmula:

Parqueos 3,894

Restaurante 13,200

Hotel 65

Muelle 7,900

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

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

Obteniendo así un valor de muestra de 384 encuestas.

Dónde:

N= Población

Z= Valor de la Población

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

E= Error que se prevé cometer

3.3 Técnicas e Instrumentos.

En este caso se utilizamos la técnica de la encuesta por medio del instrumento del cuestionario y la entrevista para obtener la información de cuál es su percepción acerca de cuál es la calidad de atención que se brinda y que recibe el turista y así brindaron su opinión en el tema.

3.3.1 La encuesta.

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

Esta técnica permitió conocer la opinión sobre la evaluación de la atención al turista Para el fortalecimiento social y económico del complejo turístico de puerto de La Libertad el Malecón.

3.3.2 La entrevista.

Es un instrumento que permite un acercamiento real con las entidades de turismo que son las que verdaderamente son los encargados de velar por el buen funcionamiento y atención de los turistas que llegan al Complejo Turístico de Puerto de La Libertad el Malecón municipio de La Libertad.

3.4 Estrategia de Análisis de Datos.

La población a investigar se hizo con los turistas que se encontraban presentes al momento de pasar el instrumento de la investigación que, en este caso es el cuestionario y además se realizaron entrevista a todos los entes que son los encargados de velar y ayudar en la atención al cliente ,la encuesta nos permitió hacer una determinación sobre la calidad en el servicio , además permitió conocer las posibles fallas en el servicio y así se hicieron algunas recomendaciones para poder mejorarlo, para así atraer a más turista.

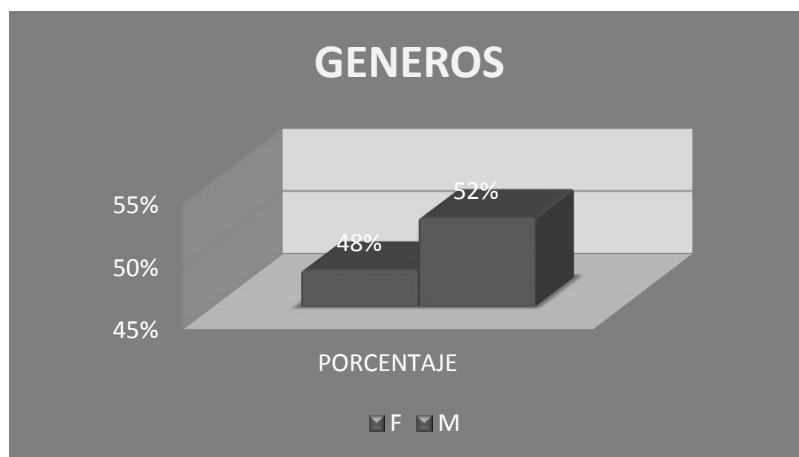
Capítulo VI

Análisis de Resultados

Genero F M

Objetivo: Comparar cual es el género del turista más frecuente en el malecón.

GENERO		
SEXO	MUESTRA	PORCENTAJE
F	184	48%
M	200	52%
TOTAL	384	100%



Análisis:

Las encuestas fueron realizadas a cierta cantidad de turistas que se centralizaban el Malecón, puerto de la Libertad. Y que obtenían un servicio como parte de la atención al cliente por parte de proveedores de la zona, los cuales de 384 personas que corresponden al 100% de la muestra el 52% fueron hombres y el 48% pertenece a mujeres.

Nacionalidad del visitante:

Nacional _____ Extranjero _____

Objetivo: Identificar la nacionalidad del turista que visita con más frecuencia el Malecón del puerto de la Libertad.

NACIONALIDADES		
NACIONALIDADES	MUESTRA	PORCENTAJE
NACIONALES	331	86%
EXTRANJEROS	53	14%
TOTAL	384	100%



Análisis:

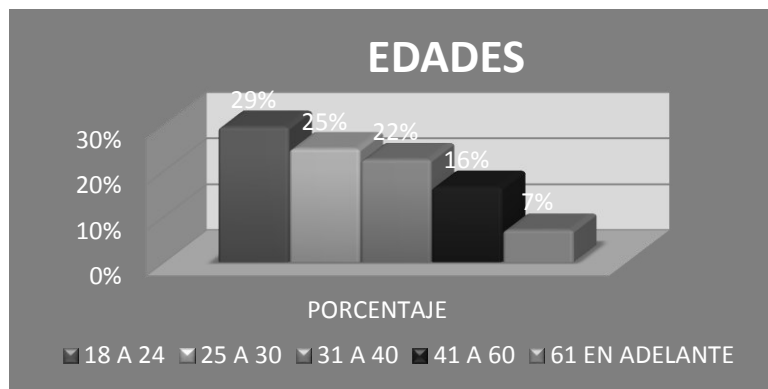
En este lugar turístico el malecón, es notorio que la mayoría de turistas son nacionales y un 14% de extranjeros.

Lo cual la investigación fue efectuada en temporada baja y pudo haber existido un mayor porcentaje extranjero, pero fue obvia la visita nacional

Edades de visitantes:

Objetivo: Identificar las edades de las personas que visitan este atractivo turístico, con el fin de conocer el promedio entre ellos y considerar que edad obtiene una mayor frecuencia.´

EDADES		
EDADES	TOTAL	PORCENTAJE
18 A 24	113	29%
25 A 30	95	25%
31 A 40	86	22%
41 A 60	63	16%
61 EN ADELANTE	27	7%
TOTAL	384	100%



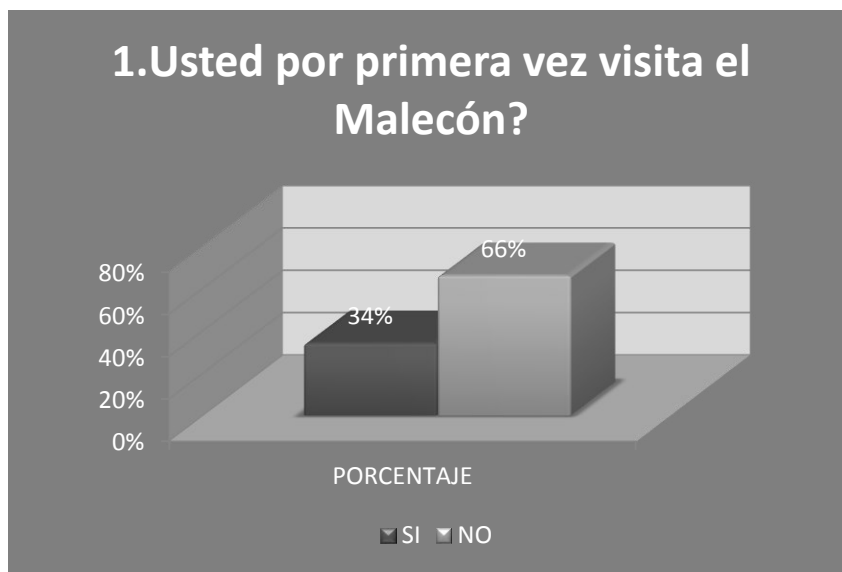
Análisis:

En esta fase de edades se estableció la mayoría en frecuencia fue 29% que se considera, que una persona de esta edad visita constantemente el Malecón, y que además obtiene algún tipo de atención al cliente.

1. Usted por primera vez visita el Malecón?

Objetivo: Comparar el nivel de turistas nacionales y extranjeros que visitan con frecuencia el Malecón.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	130	34%
NO	254	66%
TOTAL	384	100%



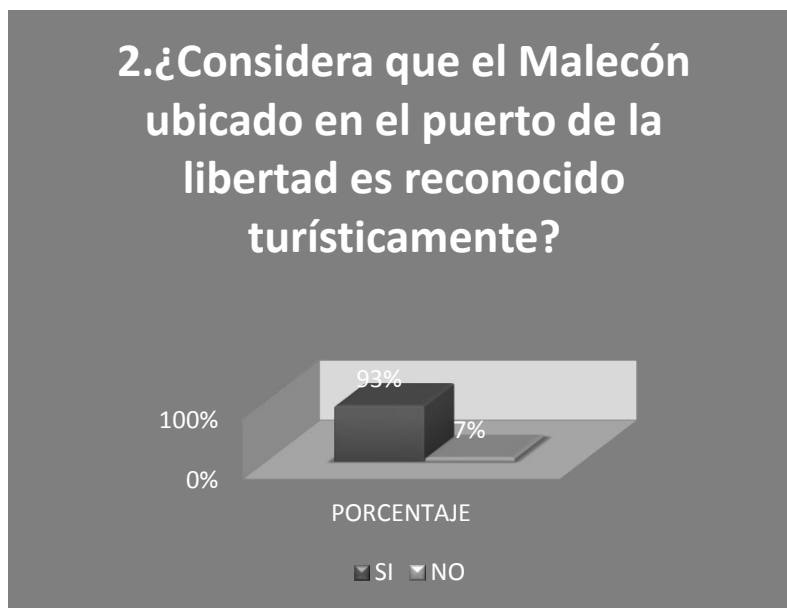
Análisis:

El resultado de la investigación muestra que la mayoría de turistas entrevistados en el Malecón, con un 62% había frecuentado ya varias veces complejo turístico, mientras 38% respondió que era su primera visita al lugar.

2. Considera que el Malecón ubicado en el puerto de la libertad es reconocido turísticamente?

Objetivo: confirmar que el malecón es un destino turísticamente reconocido.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	358	93%
NO	26	7%
TOTAL	384	100%



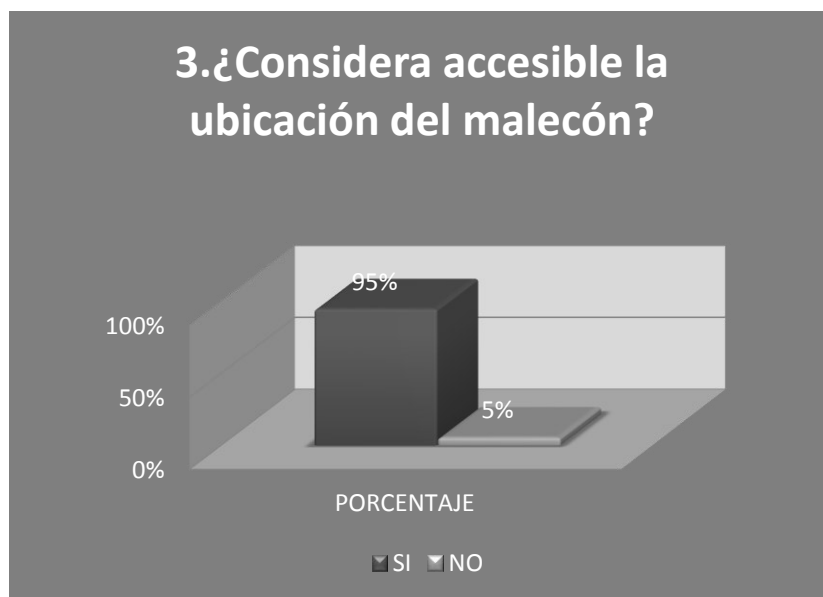
Análisis:

Las personas encuestadas determinaron con un 93% que el malecón es un lugar reconocido turísticamente y que todo tipo de personas lo visita, solo un 7% especula y considera que no lo es. Es en este donde encontramos que el objetivo se cumple pero hay pequeñas fallas que hay que mejorar.

3. Considera accesible la ubicación del malecón?

Objetivo: Demostrar si el Malecón es accesible para todo tipo de turistas que visiten el lugar.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	363	95%
NO	21	5%
TOTAL	384	100%



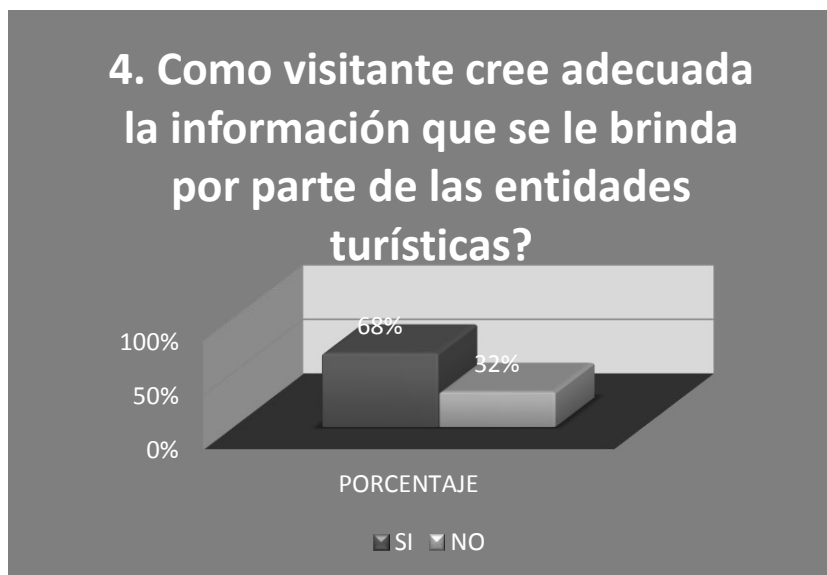
Análisis:

El resultado de las encuestas realizadas giro como resultados que un 95% opina que este lugar tiene una accesibilidad aceptable en contrario con un 5% abajo consideran que no posee Esto indica que en base al objetivo el nivel de fallas en resultado son mínimas pero igual de importantes.

4. Como visitante cree adecuada la información que se le brinda por parte de las entidades turísticas?

Objetivo: conocer la opinión de los turistas acerca de si reciben o no la información adecuada, como parte de una atención al cliente en el Malecón.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	260	68%
NO	124	32%
TOTAL	384	100%



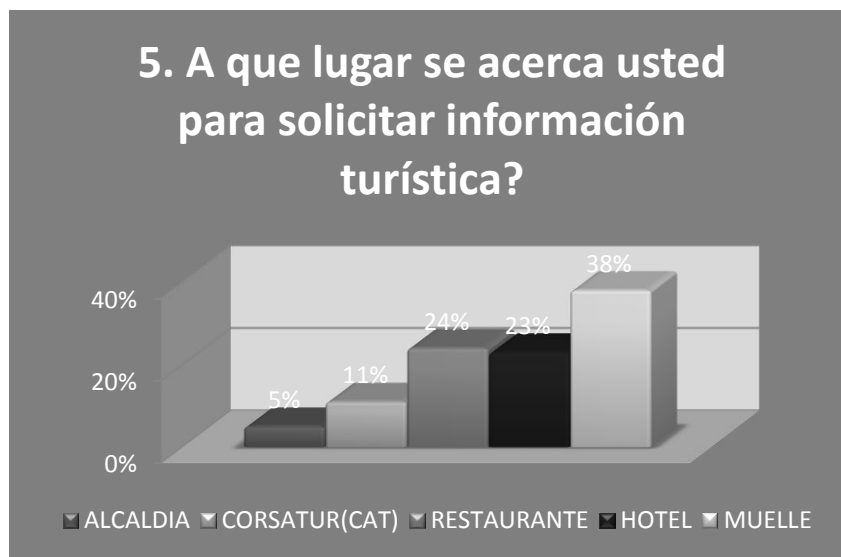
Análisis:

El resultado final de las encuestas realizadas a los turistas opinaron con 68% que la información brindada por parte de las entidades turísticas si es la adecuada, mientras que un 32% afirma que no.

5. A qué lugar dentro del Malecón se acerca usted para solicitar información turística?

Objetivo: Indagar sobre a qué lugar y establecimiento recurren los turistas para obtener información con respecto al complejo turístico del malecón.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALCALDIA	18	5%
(CAT)	41	11%
RESTAURANTE	93	24%
HOTEL	88	23%
MUELLE	144	38%
TOTAL	384	100%



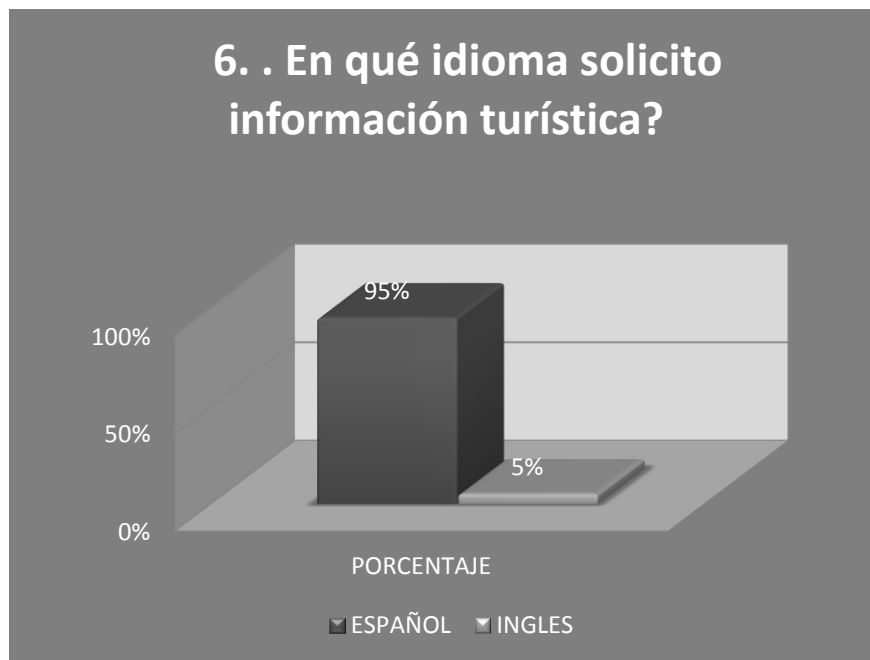
Análisis:

Los gráficos de resultados de las personas que fueron encuestadas indican que solo un 5% visita la alcaldía para pedir información turística, un 11% visita las oficinas del Centro de amigos (CAT) para obtener información, mientras que el 24 % lo hace en los restaurantes y un 23% en los hoteles y la mayoría que es un 38% la solicita en el muelle.

6. En qué idioma solicito información turística?

Objetivo: Identificar cual es el idioma que más utilizan los turistas a la hora de solicitar información en el Malecón.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ESPAÑOL	364	95%
INGLES	20	5%
TOTAL	384	100%



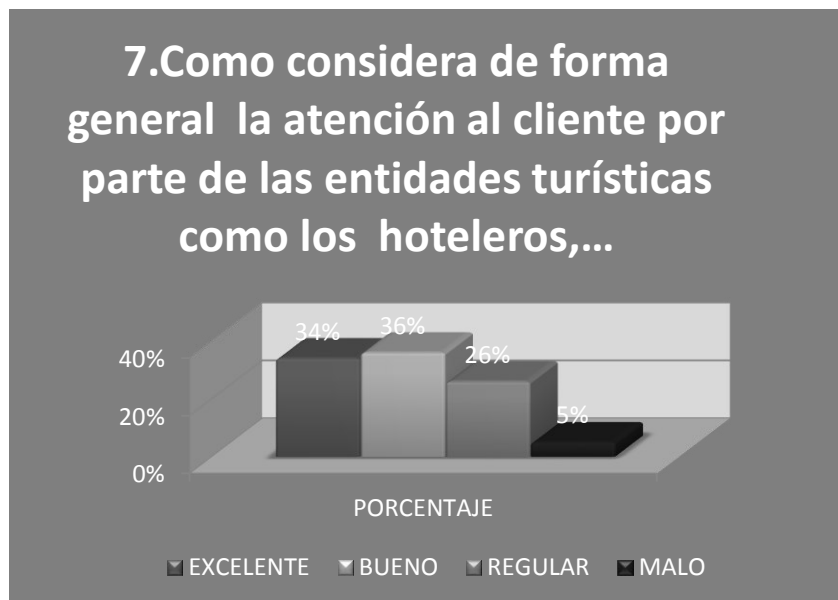
Análisis:

El 95% de las personas encuestadas confirmó que el recabar información turística la obtiene en el idioma español mientras que un 5% ratifico que la información que obtuvo fue dada en el idioma inglés.

7. Como considera de forma general la atención al cliente por parte de las entidades turísticas hoteleros, restauranteros, Centro de amigos (CAT), entre otros?

Objetivo: Evaluar el funcionamiento de las entidades turísticas de cómo están ejerciendo la atención cliente.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	130	34%
BUENO	137	36%
REGULAR	99	26%
MALO	18	5%
TOTAL	384	100%



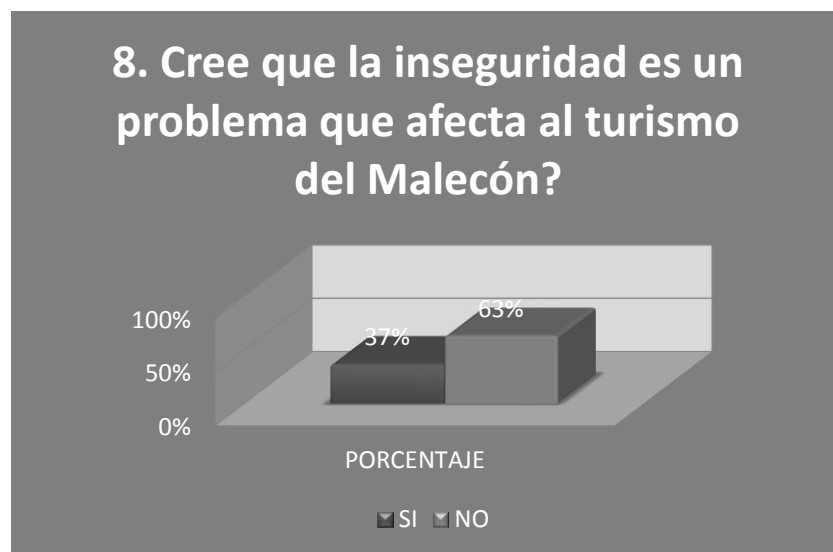
Análisis:

En la gráfica claramente podemos observar que el 34% de las personas encuestadas consideran que la atención brindada por parte de entidades turísticas es excelente por otra parte un 36% dijo que es buena, un 26% dijo que le parece regular y solo un 5% le parece malo.

8. Cree que la inseguridad es un problema que afecta al turismo del Malecón?

Objetivo: Confirmar que la inseguridad no es un problema que afecta el turismo en el Malecón.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	141	37%
NO	243	63%
TOTAL	384	100%



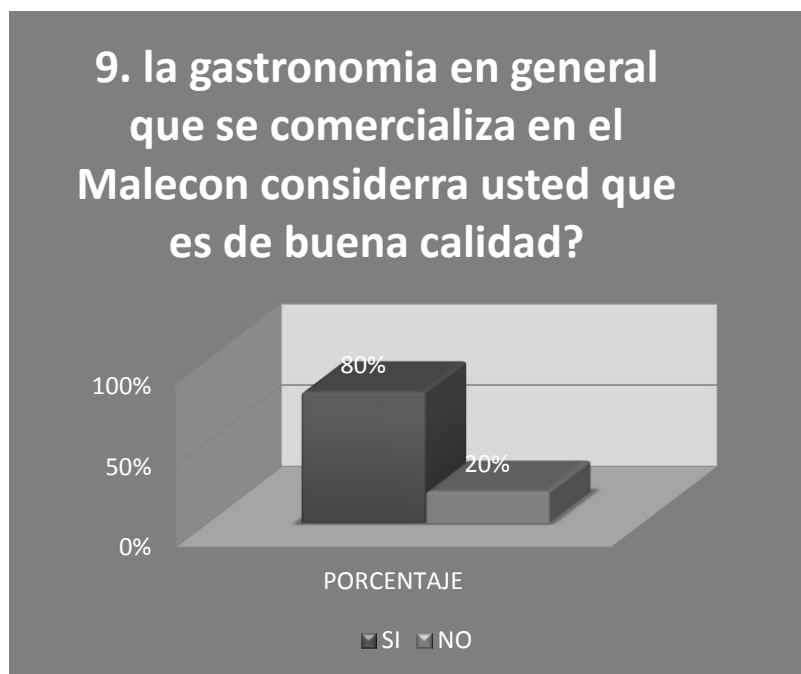
Análisis:

Del total de los encuestados un 63 %opina que la inseguridad no es un problema que afecte el turismo en el malecón, pero 37 % afirma que sí.

9. La gastronomía en general que se comercializa en el Malecón, considera usted que es de buena calidad?

Objetivo: Conocer la opinión del turista acerca percepción de la calidad de los productos alimenticios en el Malecón.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	309	80%
NO	75	20%
TOTAL	384	100%



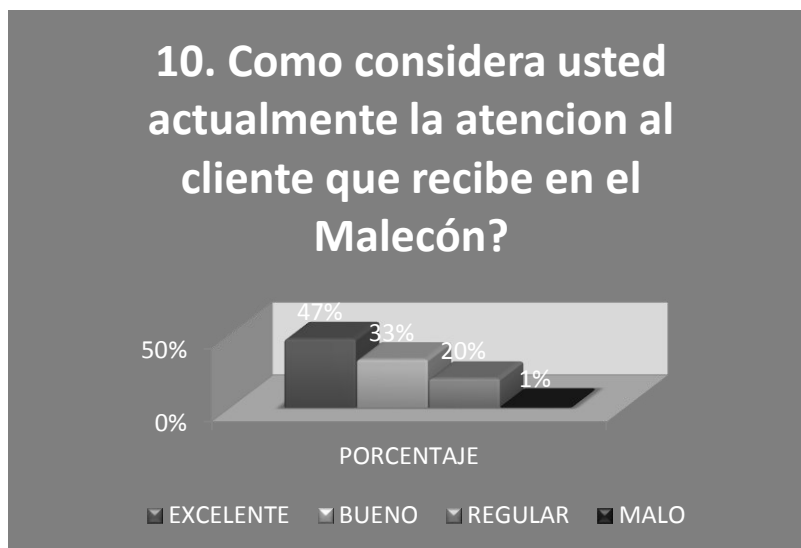
Análisis:

Se preguntó a los encuestados acerca de si considera que los productos alimenticios en el Malecón le parece que tienen una calidad adecuada. A lo que un 80% respondió que sí y un 20% dijo que no.

10. Como considera usted actualmente la atención al cliente que recibe en el Malecón?

Objetivo: Identificar si con una buena atención al cliente se puede mejorar el incremento del turismo en el Malecón

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	179	47%
BUENO	126	33%
REGULAR	76	20%
MALO	3	1%
TOTAL	384	100%



Análisis:

El 47% de los encuestados consideran que con la buena atención habrá un incremento en el turismo y se expandirá para el desarrollo económico y social del Malecón y que será excelente, el 33% que será bueno, el 20% respondió regular y solo el 1% opina que será malo.

11¿Recomendaría a sus familiares y amigos visitar el malecón?

Objetivo: Evaluar la satisfacción que posee el turista visitante del Malecón al grado de recomendar visitarlo a sus familiares y amigos.

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



Análisis:

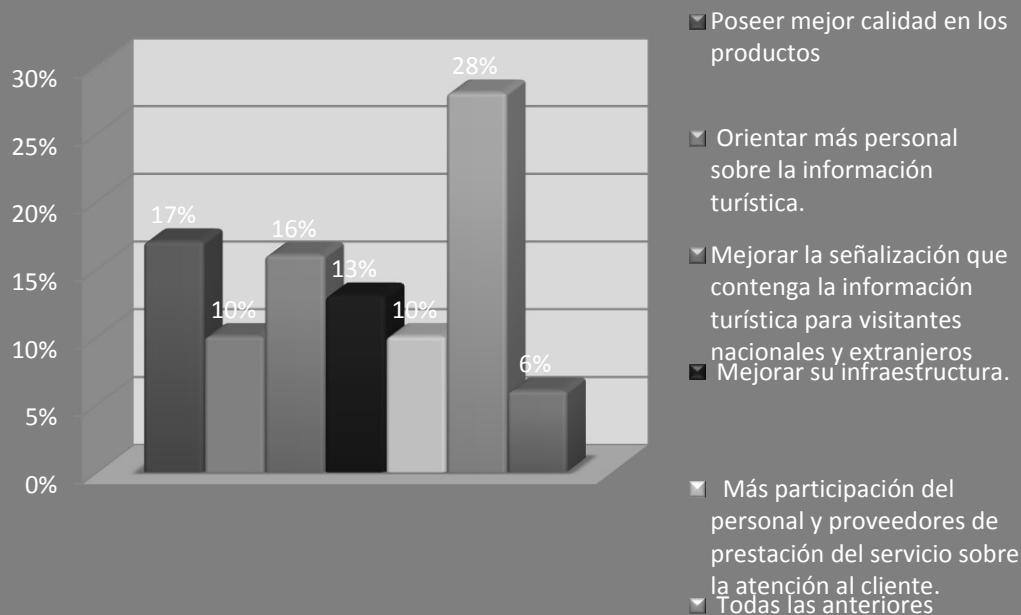
En la gráfica claramente podemos observar que los turistas visitantes del Malecón un 96% de los que fueron encuestados recomendarían a sus familiares y amigos visitarlo pero un 4%no lo recomendaría.

12¿Qué recomendación le daría a los proveedores y entidades (restauranteros, hoteleros, comerciantes, y Centro de Amigos (CAT,) para mejorar el servicio de atención al cliente?

Objetivo: Conocer las diferentes opiniones que posee el turista y aspectos que ellos consideran deberían ser mejorados en el Malecón

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
• Poseer mejor calidad en los productos	65	17%
• Orientar más personal sobre la información turística.	39	10%
• Mejorar la señalización que contenga la información turística para visitantes nacionales y extranjeros	63	16%
• Mejorar su infraestructura.	48	13%
• Más participación del personal y proveedores de prestación del servicio sobre la atención al cliente.	38	10%
• Todas las anteriores	108	28%
• Otras especificar	23	6%
total	384	100%

12. ¿Qué recomendación le daría a los proveedores y entidades turísticas (restauranteros, hoteleros, comerciantes, CAT) para mejorar el servicio de atención al cliente?



Análisis:

Se pidió a la población encuestada que recomendaciones le daría a las entidades turísticas en el Malecón para mejorar el servicio y la atención en el lugar a lo que el 17% recomendó poseer una mejor calidad en los productos, un 10% orientar más a las personas sobre la información turística, otro 17% dijo que se debería mejorar la señalización que contenga la información turística para visitantes nacionales y extranjeros, el 14% opina que se debe mejorar su infraestructura, otro 10% dijo que debe haber más participación del personal y proveedores de prestación de servicios sobre la atención al cliente. Y un 32% recomienda que todas las opciones anteriores.

13. De las opciones de la pregunta anterior sobre. ¿Qué recomendaciones le daría a los proveedores restauranteros, hoteleros, comerciantes CORSATUR (CAT), Alcaldía para mejorar el servicio de atención al cliente en el Malecón? , se analizó la última pregunta donde dice otras especificar y esto es lo que nos comentaron:

Objetivo: Indagar sobre que observaciones otras especificar que tiene el turista que debería mejorarse en el complejo turístico del Malecón.

recomendaciones	Frecuencia	Porcentaje
• Mejorar limpieza y concientizar al turista sobre la basura en la playa	14	61%
• Tratamiento de aguas para evitar el mal olor.	1	4%
• Que coloquen hamacas y más lugares de descanso.	2	9%
• Más higiene en la preparación de los alimentos	2	9%
• Reparar muelle.	3	13%
• Precios más accesibles	1	4%
Total	23	100%

13. De las opciones de la pregunta anterior sobre. ¿Qué recomendaciones le daría a los proveedores restauranteros, hoteleros, comerciantes CORSATUR, Alcaldía para mejorar el servicio de atención al cliente en el Malecón?



Análisis:

Se les pidió a los turistas encuestados recomendar a los proveedores de servicios para mejorar la atención al cliente a lo que un 61% dijo que se debe mejorar la limpieza y concientizar al turista sobre la basura que bota en la playa., un 4% respondió que se debe dar tratamiento de aguas para evitar el mal olor un 9% dijo que se deben colocar más hamacas y más lugares de descanso, un 9% respondió que se debe tener más higiene en la preparación de los alimentos un, 13% dijo que se debe reparar el muelle , y un 4% dijo que deben haber precios más accesibles.

4.2 Personas Entrevistadas.

- Centro de Amigos en el Malecón. (CAT)

Sra. Mirna Martínez.

Técnico de centro de amigos (CAT) del malecón, puerto de la libertad.

Persona encargada de brindar la información turística del malecón.

- Alcaldía

Sr. Víctor Ramírez.

Jefe del departamento de comunicaciones de la alcaldía del malecón.

Es el encargado de dar todo tipo de información acerca del malecón y sus alrededores.

- Cooperativa ACOPPEMSDI R.L

Sr. Raúl Armando Arias.

Es el presidente de una de las cinco cooperativas importantes y existentes en el malecón, puerto de la libertad.

- Hotel Terraza del grupo (AST)

Señorita. Sandra Martínez

Es la persona encargada de recepción, de uno de los hoteles más reconocidos del malecón.

- Restaurante “PEMA”

Sr. Carlos Salmerón

Jefe de meseros de uno de los restaurantes prestadores de atención al cliente, ubicados en el malecón.

4.2.1 Cuadro de entrevistas:

N	Interrogante	Objetivos	Respuesta de los Entrevistados					Análisis
			MIRUT (CAT) en el malecón Técnico en centro de amigos Mirna Martínez.	ALCALDIA jefe del departamento de comunicacion es Víctor Ramírez	ACOPPSE MDI R.L. presidente de cooperativa. Raúl Armando arias	Hotel terraza del grupo (AST) Encargada de recepción. Sandra Martínez.	Restaurante la "pema" jefe de Meseros Carlos Salmerón	
1	Cree que la atención al turista en el malecón es pilar fundamental en el éxito de este estudio?	Conocer que tan importante es la atención a los turistas, para los proveedores .	definitivamente si ya que la atención y calidez que se le brinde al turista es pilar fundamental	Por supuesto es un pilar fundamental, a través de la buena atención al cliente se crean las condiciones adecuadas para la afluencia y crecimiento del turismo en El Malecón.	Si pienso que si por que el turista es lo que busca la calidad en la atención.	Si para que la gente se sienta agradada y cómoda en el lugar, porque de eso se trata que ellos regresen que es lo importante y es bueno para eso.	Por supuesto, en el caso mío que desempeño como mesero en este negocio, aparte de la buena comida que servimos, nuestro buen trato al cliente.	A partir de los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a un representante de cada planta turística, se puede identificar el cliente turístico es base fundamental para desarrollo económico y social para cada uno de ellos. Y así obtener un éxito mejor crea ideas positivas de cómo tratar al cliente

2	¿Cree usted que las entidades de turismo están prestando la atención suficiente en tema de la mejora a la atención del cliente en el malecón? ¿Por qué?	Identificar si la planta turística está cooperando en este desarrollo.	por nuestra parte y que corresponde a la zona del complejo sí, porque se brinda capacitación y formación constante a los arrendatarios del complejo	En cuanto a atención sí, Viéndolo desde el punto de vista gastronómico El Malecón cuenta con diversidad de restaurantes en los cuales se mantiene un alto estándar en atención al cliente. Brindar un buen servicio incentiva al turista a visitar más las instalaciones.	Sí, porque se ve al estar capacitando a los empleados en ocasiones recibimos las invitaciones para algunas asistir.	Creo que si incluso en el desarrollo, porque dan prioridad a que los jóvenes se capaciten y aprendan a dar un mejor servicio de calidad.	Poco, porque veo muy poco el interés por dichas identidades de darnos más capacitación y sería bueno poder llegar a tener un estudio concreto y en su caso un título que nos muestre como profesionales en la rama que me desempeño.	Se reitera que cada establecimiento que está ubicado en el malecón son independientes de unos y de otros pero que todos buscan consolidarse en fomentar el desarrollo turístico y en brindar un progreso de calidad en la atención que el turista merece. Y que todos están comprometidos con brindar calidad en la atención.
---	--	--	---	---	---	--	--	---

3	Usted como entidad turística aplica el control de calidad en la atención al cliente <u>si</u> <u>no</u> ¿porque?	Conocer si la entidad está colaborando y aportando ideas para mejor servicio.	nosotros como oficina si tenemos un control , pero de todos los arrendatarios no	Se trata de hacer lo mejor, Recuerde que somos la primera ciudad turística de El Salvador, todos los gremios así como el nuestro tratamos de incentivar a la población, a través de cursos y apoyos.	si porque nosotros también capacitamos por nuestra parte a los asociados y empleados	Si tratamos que se haga con los empleados para que los clientes que nos visiten se vayan satisfechos.	Por supuesto, porque la finalidad mía como mesero es brindar el mejor servicio posible, si el cliente está satisfecho con la comida y mi servicio volverá a visitarnos.	se puede apreciar que todos los representantes de cada prestador de servicio está comprometido con aplicar cada uno por su parte el control de calidad en lo que a cada uno le corresponde y está a su alcance .
---	--	---	--	--	--	---	---	--

4	Que problemáticas encuentra usted que afecte al desarrollo turístico en el malecón del puerto de la libertad?	Relacionar si existe déficit en alguna área que afecte turísticamente.	Quizá en este momento la saturación del comercio informal.	Creo que un punto en contra a esta pregunta sería el mal olor que se genera por los desperdicios orgánicos en el muelle, que a la larga es algo normal en todo rubro que se dedica a la pesca.	quizá los climáticos porque cuando hubo oleaje se dañó el muelle	Hasta ahorita no hay ninguna problemática que afecte aquí.	Algo muy importante es la higiene, hay días que no pasa el camión de basura, el mal olor por la zona del muelle, el mal olor de las aguas residuales creo que solamente hablar de mejor higiene.	La respuesta de cada uno de los entrevistados muestra que hay una percepción diferente de cada uno de ellos en cuanto a problemática que afecta actualmente el turismo en el lugar.
---	---	--	--	--	--	--	--	---

5	¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que actualmente presenta el servicio al cliente?	Identificar cuáles son las fortalezas y debilidades que consideran los entrevistados estén beneficiando y afectando el turismo en el Malecón.	fortaleza: quizá el tipo de productos y servicios que se ofrecen tienen bastante calidad debilidad: no se tienen instalaciones suficientemente amplias para atender la demanda que se tiene	En las fortalezas podemos mencionar, Excelentes restaurantes, la publicidad que se genera en redes sociales, la ubicación la belleza de nuestra playa, el muelle En las debilidades podría mencionar el mal olor generado por los residuos de la pesca.	una fortaleza: la pesca que es algo que le gusta observar y practicar a muchos turistas debilidad: infraestructura dañada	En cuanto a la fortaleza puede ser la publicidad de la zona, tratar que las personas se sientan como en casa. Debilidad puede ser que un muchacho ande de mal aspecto (inseguridad o delincuencia).	En cuanto a fortaleza, sería la calidad en los restaurantes, la ubicación, la infraestructura, el hermoso paisaje y la seguridad. Las debilidades, la higiene y la reconstrucción del muelle porque es un atractivo que nos ayuda a todos los restaurantes de la zona.	Las fortalezas y debilidades encontradas por los entrevistados concuerdan en la calidad en cuanto a restaurantes, estructura y seguridad, demostrando así que en El Malecón cumple con muchas de las expectativas requeridas para el turista. Algunos aspectos en los que los entrevistados observaron cómo debilidad se encuentra el mal estado del muelle, higiene de la playa y el mal olor provocado por la planta de tratamiento de aguas residuales que está cerca.
---	---	---	--	---	--	--	---	---

6	En cuanto a la infraestructura y rotulación informativa del turismo cree usted que está cumpliendo una función adecuada?	Conocimiento de ideas innovarías para mayor atractivo del lugar.	Dentro del complejo si, ya que manejamos diferentes señalizaciones que indican los lugares.	Aquí si se tendría que mejorar, si hay rotulación, pero faltaría generar más información para el turista que no habla español, recordemos que por el oleaje de nuestras playas nos visita mucho extranjero en busca de buenas olas.	si ya que hay rótulos que indican ayudan a ubicar al turista	Si se necesitaría más publicidad por que no hay mucha del lugar.	Creo que en este punto si falta mejorar un poco, hemos recibido clientes que no hablan español y nos ha costado un poco atenderlos.	En la entrevista realizada encontramos que en cuanto a rotulación informativa, con respecto a las respuestas brindadas por los encuestados, podemos apreciar una deficiencia en cuanto a lengua. Los entrevistados mencionan que si hay material informativo pero no el adecuado para comunicar información para público que habla inglés. Este es un aspecto muy importante que se tiene que tomar en cuenta para mejorar en el futuro.
---	--	--	---	---	--	--	---	--

7	Según su participación en el proceso de control de calidad en la atención al cliente consideraría que prestarle atención a este estándar incrementaría sus ganancias en lo económico y social	Identificar el aporte que brindan la planta turística, para beneficio socio-económico.	en términos generales obviamente si uno recibe buena atención al visitar un lugar uno tiende a regresar y recomendar	Exactamente, ese es la finalidad de todos los involucrados. Generar mayor turismo para hacer crecer la economía de los comerciantes y de la población local.	si claro porque el turista vuelve y eso es ayuda a más ingresos en turismo	Si bastante, ya que vendrían más turistas, como se recalca si ellos se sienten agradados regresan y lo recomendarían a otras personas para que lo visiten.	Por supuesto, como he dicho anteriormente , entre mejor se atienda al cliente más nos va a visitar y generara más ganancias para nuestro sector	En conclusión se puede asegurar que todos los entrevistados están de acuerdo con respecto al proceso de control de calidad en la atención al cliente, con el fin de obtener mayores ganancias e incentivar al turista a recomendar y alentar a más personas a visitar El Malecón. Toda empresa tiene como meta, crecer y generar más ganancias y más empleos.
8	¿Qué opina sobre la seguridad del malecón?	Evaluar el nivel de riesgos que hay en ese lugar.	la seguridad como tal es bastante buena	En cuanto a seguridad, estamos satisfechos, en El Malecón la seguridad a los turistas es fundamental	es muy buena la seguridad en el sector	Pues aquí es bastante buena la seguridad.	En cuanto a seguridad aquí en El Malecón estamos súper bien.	Las respuestas de cada uno de los entrevistados nos demuestran la excelente calidad en cuanto a seguridad se refiere, se puede concluir y asegurar que El Malecón es un lugar seguro.

9	Que opina acerca de la construcción y reubicación de los pescadores y comerciantes del muelle?	Aprobar la unificación y la dependencia de cada entidad del malecón.	de eso no puedo ampliar ya que desconozco	Tiene sus pros y contras... Se generaría más orden, se disfrutaría de un mejor ambiente, más limpio y adecuado para los turistas. Pero viéndolo desde el punto de vista tradicional uno de los encantos del muelle es su venta de mariscos, cocteles, etc. Ver como las lanchas son subidas por la maquinara.	yo que puedo decir... pero los únicos que no están muy de acuerdo son los que permanecen en el muelle	Si afectaría porque todas las personas que vienen visitan por ver las artesanías, el muelle, los pescadores subir en sus lanchas bueno todo lo que hay ahí si no quizá ni vendrán.	Pues la verdad no sabía sobre eso, pero si eso es para el bien de todos, espero así sea, que se haga.	Diferentes puntos de vistas y opiniones con respecto a esta pregunta. Primeramente se trata de un proyecto que muchas personas desconocen, los que saben de él, unos están de acuerdo y otros no por motivos ya sea culturales económicos y sociales. Demostrando así que no todas las personas estarían satisfechas con la remodelación y construcción de un nuevo sistema para los comerciantes de mariscos.
---	--	--	---	---	---	--	---	--

10	Que soluciones o recomendaciones podría brindar usted para el beneficio en cuanto a la atención del turismo se refiere?	Conocer criterios de condición para mejora de un progreso.	bueno que puedo decir ya que nosotros estamos en una formación constante que son parte de las instalaciones del complejo	Algunas recomendaciones que a la larga solucionarían algunos problemas: incentivar a la población a intervenir y fortalecer más todo lo relacionado con el turismo. Buscar la mejor solución en cuanto a las aguas residuales, trabajar más en la limpieza de las playas y tratar de mantener limpias las instalaciones	Quizá no descuidar la parte de las capacitaciones a empleados y propietarios de los negocios.	Más capacitación a los empleados y el personal de la zona.	Algunas recomendaciones en cuanto a la atención al cliente, sería bueno que hicieran más capacitaciones, de atención, etiqueta y todo sobre el trato a los clientes.	Las soluciones y recomendaciones en las que los entrevistados hicieron énfasis son todas las necesarias, que tengan que ver con el trato del cliente, esto es parte fundamental para el crecimiento del turismo y a su vez de la economía en la localidad.
----	---	--	--	---	---	--	--	--

4.2.2 Análisis de la entrevista

A partir de los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a un representante de cada planta turística, se puede identificar que el cliente turístico es base fundamental para desarrollo económico y social para cada uno de ellos. Y así obtener un éxito mejor crea ideas positivas de cómo tratar al cliente para un mejor servicio de calidad. Tratan de ampliar el área de capacitación a jóvenes que estén dentro de estos rubros para que sea de beneficio como herramienta de fortalecimiento para ampliar el turismo.

Se reitera que cada establecimiento que es ubicada en el Malecón son independientes de unos y de otros pero que todos buscan consolidarse en fomentar el desarrollo turístico y en brindar un progreso de calidad al servicio y a la atención que el turista merece.

En la industria turística para que haya mejores resultados en la atención que deben brindar a los clientes, debe ser unificado por parte de cada proveedor o entidad que prestan este tipo de servicio, para que este sea reflejado en la satisfacción del cliente y la frecuencia en que visiten este atractivo turístico.

Capítulo V

Conclusiones

5.1 Conclusiones.

1. Según los resultados obtenidos en la investigación realizada, se concluye que todos los entes y proveedores turísticos en el malecón están comprometidos con brindar la mejor atención al cliente a los turistas aunque existen fallas en la atención al cliente, en base a los mecanismos que cada ente turístico del Malecón aplica al momento de capacitar a su personal ya que no existe un manual o lineamiento general por el que todos deban regirse.

2. También se concluye que el malecón es un complejo turístico con grandes fortalezas por el hecho de ser un lugar turísticamente reconocido tanto internacional como nacional con la oportunidad de poseer una gran actividad turística ya que cumple con muchas de las expectativas requerida por el turista. Porque de 384 turistas encuestados un 96% dijo que recomendarían a sus familiares y amigos visitar el malecón.

3. En esta evaluación de la atención al cliente concluimos que las necesidades de satisfacción que el turista busca debe ser de prioridad para un buen desarrollo, ya que al preguntar a los turistas sobre ¿Qué recomendaciones le daría a los entes y proveedores para mejorar la atención al cliente en el Malecón? Un 28% dijo que se debe mejorar la calidad en los productos en general que se comercializan en el complejo turístico del Malecón, un 10% dijo que debe haber más participación del personal y proveedores de servicios. Y al evaluar a los entes turísticos en la pregunta

número tres de nuestras entrevistas se les pregunto ¿Cómo entidad turística aplica el control de calidad en la atención al cliente? A lo que el representante de alcaldía Sr. Víctor Ramírez respondió: si se trata de hacer lo mejor y tratamos de incentivar a la población, a través de cursos y apoyos.

4. Además concluimos que cada entidad y proveedor turístico en Malecón es independiente porque al indagar con los turistas a qué lugar dentro del malecón se acercan para solicitar información un 38% dijo que en el muelle y un 23% en los hoteles, pero un 24% dice que en los restaurantes, y solo un 11% se dirige al centro de amigos al turistas. Pero que todos buscan lo mismo satisfacer al turista es por eso que para mejorar la satisfacción en calidad de atención al cliente utilizan: las capacitaciones y formación a jóvenes que están involucrados en estos rubros, eso les da un mejor resultado.

5. Al indagar sobre la opinión de los turistas acerca de la atención que reciben en el Malecón podría decirse que la atención al cliente en general es buena y estos se aprecia en los resultados en turistas encuestados un 34% dijo que la atención al cliente que recibe de forma general le parece excelente y un 36% dijo que le parece buena y solo un 26% opina que es regular. Aunque también consideran que hay cosas en las que se debe mejorar y enfocar un poco más atención en cuanto al trato al cliente, las instalaciones en plaza marinera, los tour de pesca, la limpieza en la playas entre otros.

Referencias

- Cruz, E., Navarrete, J., & María, P. (2016). Historia patrimonio e identidad en el malecón puerto de La Libertad. *Revista digital universitaria*. Recuperado de <http://repositorio.utec.edu.sv:8080/jspui/handle/11298>.
- Fundación Wikimedia, Inc. (2017). *Definiciones del turismo*. Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>
- Fundación Wikimedia, Inc. (2017). *Historia de turismo en El Salvador*. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_El_Salvador.
- García, G. (2014). *Taxonomía de bloom*. Recuperado de [http://eduteka.icesi.edu.co/articulos/Taxonomia Bloom Cuadro](http://eduteka.icesi.edu.co/articulos/TaxonomiaBloomCuadro).
- García, R. (2017). *Desarrollo del turismo*. Recuperado <http://www.aprendeturismo.Org/>.
- Ministerio de Turismo. (2011). *Recopilación de normas de calidades turísticas salvadoreñas y buenas prácticas*. San Salvador: CONACYT.
- Sibrián, E. (2017, mayo). [Entrevista con Víctor Ramírez, encargado de Depto. de comunicaciones alcaldía del puerto de La Libertad: *Historia del Malecón*]. Grabación de audio.

Glosario

- **OMT:** Organización Mundial de Turismo
- **MITUR:** Ministerio De Turismo
- **CAT:** Centro de Atención Turística
- **OEA:** La Organización de los Estados Americanos (OEA) es una organización internacional panamericanista de ámbito regional y continental creada el 30 de abril de 1948, con el objetivo de ser un foro político para la toma de decisiones, el diálogo multilateral y la integración de América.
- **Actividad económica:** cualquier proceso donde se generan e intercambian productos, bienes o servicios para cubrir las necesidades de las personas.
- **Actividad social:** mercado laboral, lograr la igualdad de oportunidades y fomentar la actividad social empresarial y el interés general. En definitiva, son socialmente responsables.
- **Desarrollo:** Proceso de cambio y crecimiento relacionado con una situación, individuo u objeto determinado.
- **Estrategia:** La manera en como un ser vivo planea el cómo se le deben presentar las circunstancias para lograr un objetivo claro.
- **Evaluación:** Se refiere a la acción y a la consecuencia de evaluar, un verbo cuya etimología que permite indicar, valorar, establecer, apreciar o calcular la importancia de una determinada cosa o asunto.

- **Explorar:** Examinar una cosa o un lugar detenidamente para ver qué hay los cuáles su estado nadie ha explorado, Inspeccionar.
- **FODA:** Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro.
- **Fortalecimiento:** acción y efecto de fortalecer o fortalecerse.
- **Generalidades del desarrollo:** Se trata de incrementar, agrandar, extender, ampliar o aumentar alguna característica de algo físico e intelectual (abstracto).
- **Herramienta:** Es un objeto elaborado con fin de facilitar la realización de una tarea mecánica que requiere de una aplicación correcta.
- **Implementación:** Es crítica en el éxito de una compañía, consignando quién, dónde, cuándo y cómo se obtendrán los objetivos y las metas deseadas. Se enfoca en toda la organización.
- **Indagar:** Tratar de llegar al conocimiento de una cosa reflexionando sobre ella o por conjeturas y pruebas.
- **Mecanismo:** Los Mecanismos son elementos destinados a transmitir o transformar fuerzas y movimientos desde un elemento motriz a un elemento conducido, con la misión de permitir al ser humano realizar determinados trabajos con mayor comodidad y menor esfuerzo.
- **Potencialidades Turísticas:** La suma de recursos turísticos, accesibilidad y equipamientos de una localidad o territorio, determinan el potencial para recibir turismo.

- **Planta Turística:** La planta turística está conformada por el conjunto de servicios que se les ofrece a los turistas, con el fin de satisfacer. ... La Planta Turística, son aquellas empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, entre otros).
- **Técnica:** Conjunto de procedimientos o recursos que se usan en un arte, en una ciencia o en una actividad determinada, en especial cuando se adquieren por medio de su práctica y requieren habilidad.
- **Turista:** toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual.
- **Morfología:** Se denomina la rama de una disciplina que se ocupa del estudio y la descripción de las formas externas de un objeto. En este sentido, se puede aplicar al estudio de las palabras (Lingüística), los seres vivos (Biología) o la superficie terrestre (Geomorfología). La palabra se compone de los vocablos griegos μορφή (morphé), que significa ‘forma’, y λόγος (lógos), ‘tratado’

Anexos

Universidad Tecnológica De El Salvador



Somos estudiantes de la Universidad Tecnológica de El Salvador y estamos realizando una encuesta dirigida a los turistas visitantes del malecón (puerto de la libertad). La información recogida será utilizada como instrumento de evaluación de la atención al turista para fortalecimiento y desarrollo socio económico dentro del malecón, puerto de la libertad. Y nos dirigimos a usted para que nos ayude con su opinión respondiendo estas preguntas.

Genero F _____ M _____

Edad 18 a 24 _____

25 a 30 _____

31 a 40 _____

41 a 60 _____

61 en adelante. _____

Nacionalidad del visitante:

Nacional _____ Extranjero _____

1. Usted por primera vez visita el Malecón?

- a) Si
- b) No

2. Considera que el Malecón ubicado en el puerto de la libertad es reconocido turísticamente?

- a) Si
- b) No

3. Considera accesible la ubicación del malecón?

- a) Si
- b) No

4. Como visitante cree adecuada la información que se le brinda por parte de las entidades turísticas?

- a) si
- b) no

5. A qué lugar se acerca usted para solicitar información turística?

- a) Alcaldía
- b) CORSATUR (CAT)
- c) Restaurante
- d) Hoteles
- e) Muelle

6. En qué idioma solicito información turística?

- a) español
- b) Ingles

7. Como considera de forma general la atención al cliente por parte de las entidades turísticas los hoteleros, restauranteros, Centro de amigos al turista (CAT)

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Regular

d) Malo

8. Cree que la inseguridad es un problema que afecta al turismo del Malecón?

a) Si

b) No

9. La gastronomía en general que se comercializa en el Malecón, considera usted que es de buena calidad?

a) Si

b) No

10. Como considera usted actualmente la atención al cliente que recibe en el complejo turístico del Malecón?

a) Excelente

b) Bueno

c) Regular

d) Malo

13. Recomendaría a sus familiares y amigos visitar el malecón?

a) Si

b) No

12. Que recomendación le daría a los proveedores y entidades (restauranteros, hoteleros, comerciantes, centro de atención al turista (CAT), para mejorar el servicio de atención al cliente?

a) Poseer mejor calidad en los productos.

b) Orientar más personal sobre la información turística.

c) Mejorar la señalización que contenga la información turística para visitantes nacionales y extranjeros

d) Mejorar su infraestructura.

e) Más participación del personal y proveedores de prestación del servicio sobre la atención al cliente.

f) Todas las anteriores

g) Otras especificar _____

“Muchas gracias por su colaboración “

Universidad Tecnológica De El Salvador



Somos estudiantes de la Universidad Tecnológica de El Salvador y estamos realizando una entrevista dirigida a los representantes de las diferentes entidades turísticas del (puerto de la libertad). La información recogida será utilizada como instrumento de evaluación de la atención al turista para fortalecimiento y desarrollo socio económico dentro del malecón, puerto de la libertad. Y nos dirigimos a usted para que nos ayude con su opinión respondiendo estas preguntas.

1. Cree que la atención al turista en el malecón es pilar fundamental en el éxito de este estudio?
2. ¿Cree usted que las entidades de turismo están prestando la atención suficiente en tema de la mejora a la atención del cliente en el malecón? ¿Por qué?
3. Usted como entidad turística aplica el control de calidad en la atención al cliente si no ¿porque?
4. Que problemáticas encuentra usted que afecte al desarrollo turístico en el malecón del puerto de la libertad?
5. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que actualmente presenta el servicio al cliente?
6. En cuanto a la infraestructura y rotulación informativa del turismo cree usted que está cumpliendo una función adecuada?
7. Según su participación en el proceso de control de calidad en la atención al cliente consideraría que prestarle atención a este estándar incrementaría sus ganancias en lo económico y social
8. ¿Qué opina sobre la seguridad del malecón
9. Que opina acerca de la construcción y reubicación de los pescadores y comerciantes del muelle?
10. Que soluciones o recomendaciones podría brindar usted para el beneficio en cuanto a la atención del turismo se refiere?







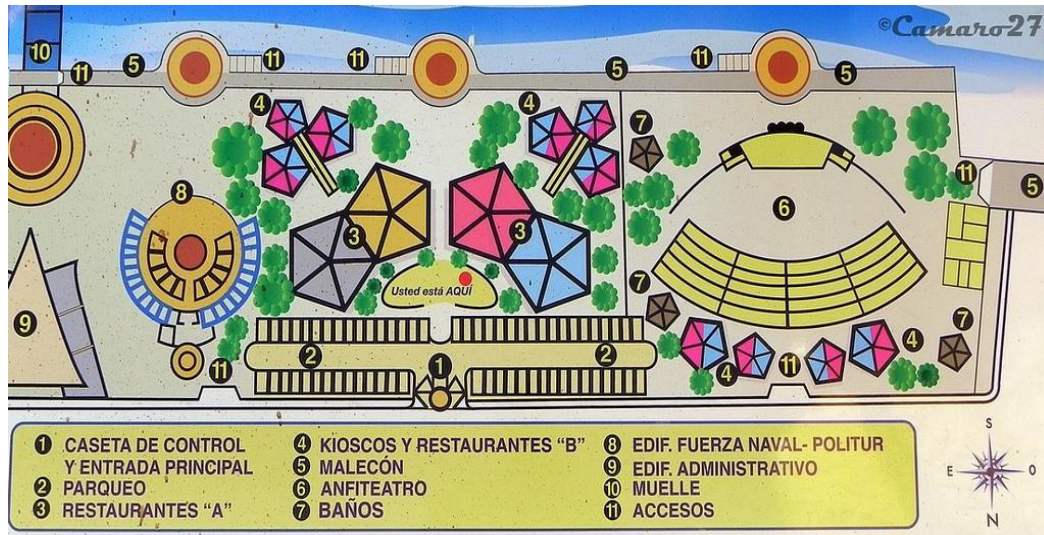


Figura 1. Estructura del Malecón



Figura. 2 Mapa del puerto de La Libertad el (Malecón)