

Gestión administrativa de calidad: estudio empírico en instituciones de formación gastronómica *

Administrative quality management: an empirical study in gastronomic training institutions.

Carlos Pérez **

Resumen

El propósito de la presente investigación es analizar la gestión administrativa de calidad en las instituciones de formación gastronómica en San Cristóbal, Estado Táchira. Este estudio se caracteriza por ser una investigación cuantitativa, con un tipo de investigación analítica con apoyo del cuestionario cerrado y las notas de campo. Se desarrolla a través del diseño no experimental de campo, dentro del mismo se generan las siguientes fases: Etapa descriptiva, etapa estructural, discusión de los resultados. En ella se define el área problemática y se realiza una primera toma de contacto con el objeto de estudio. En la etapa Descriptiva se revisa de manera intencional la muestra. En la etapa estructural de la información, se aplica el cuestionario cerrado o instrumento se divide la población en dos la población "A" (Autoridades del instituto de formación gastronómica) para aplicar el instrumento a doce(12) autoridades de las academias y la población "B" que son los usuarios o estudiantes el cual se aplica el instrumento a Treinta(30) usuarios. En la etapa de discusión de los resultados se revisa el registro de notas de campo en el cual se efectúa en pleno desarrollo de la investigación. Todo esto integrado y referenciado con las diferentes academias gastronómicas. En fase de elaboración se construyen algunas estrategias gerenciales con los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados.

Palabras Clave: Gestión Administrativa, Gastronomía, Calidad, Estrategias Gerenciales

Abstract

The purpose of this research is to analyze the administrative management of quality in gastronomic training institutions in San Cristóbal, Táchira State. This study is characterized as a quantitative research, with an analytical type of research supported by a closed questionnaire and field notes. It is developed through a non-experimental field design, within which the following phases are generated: Descriptive stage, structural stage, discussion of the results. In this stage, the problem area is defined and a first contact is made with the object of study. In the descriptive stage, the sample is intentionally reviewed. In the structural stage of the information, the closed questionnaire or instrument is applied and the population is divided in two: population "A" (authorities of the gastronomic training institute) to apply the instrument to twelve (12) authorities of the academies and population "B", which are the users or students, to which the instrument is applied to thirty (30) users. In the stage of discussion of the results, the record of field notes is reviewed in which it is carried out in full development of the research. All this

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Proyecto vinculado a la Maestría en Administración Mención Gerencia de la Universidad de Los Andes de Venezuela.

** Licenciado en Administración y Magister en Administración mención gerencia por la Universidad de Los Andes de Venezuela. Profesor de la Universidad de Los Andes de Venezuela. Email: apr2904@hotmail.com

integrated and referenced with the different gastronomic academies. In the elaboration phase, some managerial strategies are constructed with the results obtained from the questionnaires applied.

Key words: Administrative Management, Gastronomy, Quality, Management Strategies, Management Management Strategies

Introducción

En América Latina al igual que en la República Bolivariana de Venezuela, durante las últimas décadas, se ha venido hablando de la implementación de una nueva tendencia de estudios basados en la elaboración de comida, donde se estudia los procesos utilizados técnicas de preparación de productos alimenticios, forma de cocción, presentación y decoración denominados arte gastronómico con la finalidad de preparar personal humano con habilidades para la preparación de alimentos en todas las modalidades y utilizando recetas de todas las regiones del mundo. Fortaleciendo el sector abastecedor de alimentos y de materias primas, la agricultura, la ganadería, la pesca y cualquier forma de obtención de alimentos producido naturalmente, también esta nueva tendencia de estudio aporta recurso humanos al campo laboral preparando profesionales que puedan tener distintas salidas laborales desde trabajar en la cocina de un hotel hasta elaborar políticas y procedimientos administrativo-contable de una empresa gastronómica.

A finales del siglo XX surge la gastronomía como una de las nuevas profesiones que abren alentadoras vistas. Los cocineros toman cada vez mayor notabilidad social, éstos pasaron de ser percibidos como empleados de servicios a ser centros de atención de la televisión y de las revistas, de ser un oficio a convertirse en una profesión, como se indicó inicialmente. Actualmente, un padre ya no se alarma si un día su hijo le dice que quiere estudiar cocina. La mayoría de los jóvenes se aproximan a la gastronomía atraídos por las concretas posibilidades laborales.

En los últimos años se han ido creando nuevos espacios para el desarrollo de la cocina, lo que cautiva a mayor número de personas, profesionales o no. Situación que ocupa cada vez más los empleadores en buscar personas muy capacitadas para no poner en riesgo sus inversiones. Todo parece revelar que una persona que quiere trabajar como cocinero debe pasar por las aulas para la formación gastronómicas de alguna de las escuelas de arte culinario que existen en el país, o irse a estudiar al extranjero. Como lo expresa Venegas (2010) en su aporte.

Esta explosión de centros gastronómicos de calidad y del interés por parte de personas de diversa edad por estudiar gastronomía no es únicamente un fenómeno local. Así, es posible observar un fenómeno similar en otras latitudes latinoamericanas, especialmente en países como Perú o Argentina, donde se han desarrollado proyectos gastronómicos de calidad (p. 6).

Pero para que estas empresas gastronómica perdure en el tiempo debe reinventarse en la calidad de servicio, como toda empresa que desee permanecer en el mercado del futuro, están buscando mejorar la calidad de los servicios ofrecidos, porque la gastronomía sea modernizada y se mueve como un servicio al público e incluye todos los medios e infraestructuras implicados en el movimiento de las personas o bienes. En tal sentido, ofrecer calidad de servicio, es hacer que cada componente de este sistema de gastronomía brinde seguridad física, seguridad de la prestación del servicio, comodidad, tarifas acorde con la calidad recibida, entre otros. Es decir, el buen funcionamiento de la operación de la oferta de estas escuelas gastronómica contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas que acuden a sus servicios, sin embargo, en esta investigación se considera fundamental la participación de los usuarios ya que son éstos los que reciben finalmente el servicio requerido.

Es una realidad a la que no escapa la ciudad de San Cristóbal, en la actualidad la urbe posee escuelas con modernas instalaciones, que permiten un nivel de aprendizaje muy similar al de las más altas en la capital venezolana, lo que favorece una oportuna capacitación. Es de resaltar que un buen chef deba tener conocimientos sobre la historia, combinaciones y técnicas de cocina, sobre idiomas, costumbres, nutrición, economía, mercadeo, emprendimiento, entre otros. Para esto, las instituciones de formación gastronómica deben estar a la altura y exigencias de las grandes ciudades del mundo, mostrándose competentes entre las que existen en la capital.

En fin, deben preparar profesionales que puedan tener distintas salidas laborales: desde trabajar en la cocina de un hotel hasta elaborar políticas y procedimientos para el desarrollo administrativo-contable de una empresa gastronómica. Para esto, se requiere contar con buenos maestros de cocina, aulas cómodas, salones, monitores y cámaras de video para poder seguir la clase desde todos los ángulos posibles; cocinas profesionales con sistemas de ventilación y de iluminación; salas para pastelería y panadería equipadas, bibliotecas especializadas en gastronomía.

Esto es, espacios donde los alumnos encuentren los elementos que necesitan para su formación: apuntes, utensilios de cocina, condimentos y alimentos. Dando énfasis no solo en la parte culinaria en sí, sino que también a competencias en el área de higiene, seguridad, mantenimiento, administración y emprendimiento. Al respecto, la oferta en los consumidores es el de acceder a una educación gastronómica de calidad y exigencia, donde el alumno pueda obtener tanto en forma teórica como práctica competencias avanzadas en cocina nacional e internacional, además una real experiencia de pasantías.

En este sentido, se hace necesario recorrer las instituciones de formación gastronómica de la ciudad de San Cristóbal para realizar un análisis de los cuatro (4) establecimientos existentes y así reconocer la gestión administrativa que cumplen, específicamente la oferta y la demanda en cada una de ellas, estas son: a) Zi Teresa, en la urbanización Mérida (San Cristóbal), además Zi Teresa está en cuatro ciudades importantes del país, Barquisimeto (sede), Valencia, Maracaibo, Puerto la Cruz y muy pronto en Mérida. b) Instituto de Formación Gastronómico, en la Guayana c) Academia de Formación Gastronómica de Occidente (AFOGO) en la Urbanización Coromoto, d) Pettit Chef, en la Avenida Ferrero Tamayo de San Cristóbal. En una de las instituciones visitadas por el investigador afirmaban que el requisito indispensable que les piden a los alumnos es que les guste la cocina, porque igual que el sacerdocio son las únicas profesiones totalmente vocacionales.

Luego de ubicar espacialmente las organizaciones que interesan en la investigación, es menester expresar lo referente al estudio de mercado, el cual se hace con el fin de conocer el perfil y comportamiento del cliente objetivo, así como determinar el tamaño actual y futuro del mercado, anticipar las reacciones de la competencia y proveedores e identificar posibles elementos que puedan llegar a transformar el sector, como por ejemplo la incursión de una nueva tecnología o legislación. De igual forma, hay que destacar que en la sociedad actual, más competitiva y cambiante que nunca, el estudio de mercado tiene gran importancia la calidad del servicio ya que contribuye a saber en todo momento la evolución de los clientes y competidores.

Sin distinción del estudio a realizar, es significativo saber que hay cuatro acciones a considerar a la hora de una investigación de este tipo, como son: Saber dónde y con quién se compite, Identificar oportunidades de negocio, detectar elementos en los que diferencie y prever la reacción de tus competidores. Esto es, siempre conviene profundizar un poco para identificar bien los competidores más reseñables y sobre todo para llegar a conocer quién está haciendo las cosas bien, quién no (en relación a las instituciones) y cuáles son las tendencias del mercado.

Desde este punto de vista, es importante plantearse una serie de interrogantes cuyas respuestas guiarán y orientarán de manera relevante la investigación. Por otra parte, establecer cuando se dan las condiciones de establecer una academia culinaria es difícil, pero quizás identifique una oportunidad dentro de un mercado mal atendido por tu competencia. Pero con estrategias que permitan la sostenibilidad de una empresa culinaria basada en aportes novedosos que la diferencie de otros prestadores de servicio de aprendizaje de cocina puede ser la diferencia que la destaque entre la demás instituciones culinarias.

Por su parte, se analizó algunas visitas y consultas informales a cerca de la oferta y la demanda de algunas de estas instituciones, en las cuales ha encontrado información como: Estas academias tienen entre sus características altos aranceles y valores de matrícula, dado que están orientados a captar alumnos de estratos socioeconómicos altos, bajo número de alumnos por promoción, escases de recursos lo que encarece la formación, compra obligada de uniformes, materiales y utensilios necesarios para las prácticas culinarias, deserción en los grupos de clase, entre otros.

Por lo anteriormente expuesto, se puede destacar que para hacer un análisis, se debe visitar la competencia y no subestimar ningún grupo, establecer algunas variables que en todos los establecimientos se deben observar y muy importante y necesario hacer registros al salir de la visita, en este caso, sería enfatizar elementos como ubicación, espacios adecuados, oferta, tráfico de clientes, tipología y perfil de clientes, reputación y satisfacción de la clientela, sistema de venta y distribución, dimensión y aspecto del local, atractivo de la calle, horarios, antigüedad, número de empleados, presencia y atención de los dueños, capacidad económica, el mercadeo.

Así mismo, es un requerimiento visitar las webs y redes sociales de los competidores: las redes sociales pueden dar información interesante con base en los comentarios de los clientes. Revisar la competencia y el radio de acción. Por otra parte, es importante analizar ¿qué productos ofrecen? ¿Qué precios tienen? ¿Qué publicidad hacen y qué destacan en sus mensajes comerciales? ¿Dónde se venden sus productos? Y sobre todo, ¿quiénes y cómo son sus clientes? Tabla de puntos fuertes y débiles: esto es, construir en una o dos páginas una tabla donde sintetices los puntos fuertes y débiles de cada competidor. Por lo precedente, se propone hacer un análisis de las diferentes escuelas de formación gastronómica de la ciudad, y ofrecer algunas recomendaciones que surgirán del estudio de cada contexto investigado, del cual se espera obtener una visión emergente de la gerencia gastronómica.

Metodología

De acuerdo a la investigación, en este caso se establece el empleo del paradigma cuantitativo, ya que se centra en variables distintas y analíticamente separables. Hernández, Fernández & Baptista (2016) establecen que el enfoque cuantitativo “usa 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” (p. 4). La investigación se enmarcó en una investigación de tipo analítica. Según Hurtado (2010):

La investigación analítica tiene como objetivo analizar un evento y comprenderlo en términos de sus aspectos menos evidentes. La investigación analítica incluye tanto el análisis como la síntesis. Analizar significa desintegrar o descomponer una totalidad en todas sus partes. Síntesis significa reunir varias cosas de modo que conformen una totalidad coherente, dentro de una comprensión más amplia de la que se tenía al comienzo (p. 255).

En atención a la problemática expuesta, el diseño de la investigación es no experimental (Palella & Martins, 2006), y de campo, ya que los datos fueron extraídos en forma directa de la realidad (Arias,

2006). La muestra estuvo integrada por doce (12) autoridades y treinta (30) estudiantes de las academias gastronómicas.

La investigación se apoyó en un cuestionario aplicado a los docentes (instructores culinarios) denominado “grupo A” y otra denominada “grupo B” Usuarios de las academias, el cual Bernal (2002), plantea que: “...es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos del proyecto de investigación” (p. 217). El instrumento se estructuró en dos vertientes. Una aplicada a la Población “A” con 21 ítems en la otra vertiente denominada Población “B” dieciocho(18) ítems para responder con cinco alternativas de respuesta Siempre (S), Casi Siempre (CS), Algunas Veces (AV), Casi Nunca (CN) y Nunca (N), la cual se conoce como escala de estimación (Villegas, 2010).

Revisión literaria

Gerencia estratégica

Es un modelo objetivo, dinámico y continuo, que permite según David (2001), “que una organización alcance sus objetivos mediante la formulación, ejecución y evaluación de acciones que permitirán utilizar los recursos con máxima eficiencia” (p. 67). Está claro que lo anterior nos permite determinar que mientras más eficiencia haya en el manejo gerencial será mejor los resultados de la gestión y al hacerse las evaluaciones de desempeño de los funcionarios dará como resultado una mejor eficiencia gerencial. David Fred (2004), considera que “La Gerencia Estratégica puede definirse como la Formulación, ejecución y evaluación de acciones que permitirán que una organización logre sus objetivos” (p. 31) y Serna Humberto (2006), indica que:

La Gerencia estratégica es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro (p. 17).

Definición importante de nuestro estudio, de ahí saldrá las interpretaciones importantes que sirvan como aportes para la propuesta que de soluciones para generar las bases teóricas del modelo en lo que respecta a la estrategia gerencial

Gestión de recursos humanos

Recursos humanos son las personas que ingresan, participan y permanecen en una organización o empresa, sin distinción de la tarea o el nivel jerárquico que ocupen. Constituyen los únicos recursos vivos y dinámicos, además poseen una vocación orientada al desarrollo y al crecimiento de la empresa, aportan a esta última sus conocimientos, actitudes, habilidades, conducta, percepciones, entre otras; independientemente que desempeñen puestos de gerentes, empleados, obreros o técnicos, sus papeles son diferentes dentro de la jerarquía de responsabilidad y autoridad existente en la empresa. En este sentido del tema en referencia, en la definición de la gestión de recursos humanos, Chiavenato (2007) expresa lo siguiente:

La gestión de recursos humanos consiste en la planeación, organización, desarrollo, coordinación y control de las técnicas capaces de promover el desempeño eficiente del personal, al mismo tiempo que la organización constituye el medio que permite a las personas, lograr sus objetivos individuales, relacionados directa o indirectamente con el trabajo (p. 122).

La gestión de recursos humanos se fundamenta en la planificación, organización, desarrollo y control de aquellas técnicas capaces de promover un desempeño eficiente por parte de los trabajadores, esto en concordancia a que la empresa demuestre la forma en como permite la colaboración de los trabajadores, en lo que respecta a la realización de las metas individuales que están relacionadas directa o indirectamente con la empresa u organización. En el marco teórico del tema en análisis, en la definición de Barceló (2010) precisa lo siguiente: “la gestión de recursos humanos posee diversas vertientes desde las cuales se puede realizar un estudio de las personas que trabajan en la empresa ya sea de ellas como un conjunto de personas y como personas individuales” (p.1). Según lo expresado por el autor Barceló es factible interpretar que la gestión de recursos humanos es un factor crítico, que debe tener en consideración los conocimientos, habilidades y capacidades de cada trabajador, siempre y cuando se tome en consideración los objetivos de la empresa como razón social. En lo que respecta a la importancia de la gestión de recursos humanos, Chiavenato (2007) señala al respecto:

Por la fuerte competencia entre las organizaciones, por la gradual e intensa desregulación de los negocios, y por los cambios demográficos, políticos y culturales, las organizaciones necesitan ser rápidas, eficaces en costos y, sobre todo, expeditas. Por lo tanto las organizaciones deben poseer recursos, conocimientos, habilidades, competencias y, sobre todo, personas que reúnan estas nuevas características (p. 125)

En la opinión del autor se identifica la necesidad que poseen las empresas, de contar con recursos humanos que se encuentren con la preparación adecuada, para desempeñar satisfactoriamente las actividades, en los puestos de trabajo en los cuales son ubicados, en función de las necesidades de las diferentes áreas de las empresas, de tal manera que se de los cambios del entorno y puedan ser asumidos de manera eficiente.

El contexto culinario

Vale la pena mencionar muy superficialmente las diferentes instituciones de formación gastronómica, las cuales deberán ser recorridas de la ciudad de San Cristóbal, como espacio propicio para realizar un análisis comparativo entre los cuatro (4) establecimientos existentes y así reconocer la gestión administrativa que cumplen, específicamente la oferta y la demanda en cada una de ellas, estas instituciones son: a) Zi Teresa, en la urbanización Mérida (San Cristóbal), además Zi Teresa está en cuatro ciudades importantes del país, Barquisimeto (sede), Valencia, Maracaibo, Puerto la Cruz y muy pronto en Mérida. b) Instituto de Formación Gastronómico, en la Guayana c) Academia de Formación Gastronómica de Occidente (AFOGO) en la Urbanización Coromoto, d) Pettit Chef, en la Avenida Ferrero Tamayo de San Cristóbal. De manera muy sucinta, se describe brevemente cada una de las instituciones de formación gastronómica de la ciudad de San Cristóbal:

- Ze Teresa, Centro de arte culinario: Su actividad comercial es dictar Cursos de Chef, Escuela de Cocina, Academia de Cocina, Especialidad en Comida Española, Italiana, Francesa, Asiática, Latinoamericana e Internacional, Esculturas de Hielo y Tailandesas Talladas en Frutas y Vegetales, Escuelas de Gastronomía, Cursos de Pastelería.
- Instituto de Formación Gastronómico, en la Guayana: Instituto que desarrolla sus actividades en la ciudad, está dedicado a la formación de profesionales en el campo de la gastronomía. Dirigido por el Chef profesionales recibidos en Institutos de Gastronomía (IAG).
- Academia de Formación Gastronómica de Occidente (AFOGO): es una nueva escuela de arte culinaria funciona en San Cristóbal, ubicada en la Av. Francisco Cárdenas, diagonal a la posada Pirineos, donde se dictan cursos desde Chef Internacional como uno de los cursos más extensos y completos, como también cursos cortos como por ejemplo: pasapalos, cocina latinoamericana,

Italiana, Francesa, Alemana, etc. Se preparan los platos más resaltantes de cada país. Además, curso de mini chef para los consentidos de la casa. Cuenta con un excelente staff de Profesores Chef Graduados en el extranjero.

- La Pettit Chef, en la Avenida Ferrero Tamayo de San Cristóbal. Ofrecemos el más completo curso de chef internacional, cursos cortos de panadería, pasapalos, repostería, barismo, mini chef, cocina básica, cocina italiana, cocina francesa, cocina asiática, cocina española, barismo, bartender. Ubicada en la Av. Ferrero Tamayo de San Cristóbal, instalaciones cómodas y utilería de primera.

Resultados

Percepción del grupo A

Dimensión: variables demográfica

Percepción de las autoridades con relación a la calidad de los servicios ofrecidos en las academias gastronómicas de San Cristóbal del estado Táchira. Para dar respuesta a este objetivo, se tomaron en cuenta los datos cuantitativos obtenidos de la aplicación del Cuestionario A, desarrollado por las doce (12) autoridades que conforman las academias de cocina de San Cristóbal del estado Táchira. Siete (07) son del género masculino y cinco (5) del género femenino. Se presentan a continuación los resultados con base en las dimensiones elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Del ítem 1, se evidencia que el 42,00% de las Autoridades de las academias gastronómicas es de género femenino y el 58,00% es masculino, de lo que se desprende que predomina en las autoridades la presencia del género masculino. Esto es importante ya que la tendencia indica que las personas que se preparan como Chef son del género masculino contrario a lo que indica la tradición de que la preparación de comidas es manejada mayormente por mujeres. Por otra parte, en el ítem 2, el 17,00% de las Autoridades tienen títulos de Técnicos Medios, el 33% tienen estudios a nivel de Técnico Superior y un 50,00% poseen un nivel educativo universitario, Estos resultados permiten concluir que la mayoría de las autoridades culinarias tienen estudios superiores es decir; es personal con un alto conocimiento a nivel gerencial.

De los resultados del ítem 3 se desprende que la mayoría de las autoridades son mayores de 30 años, solo el 25,00% oscila en las edades entre 20-25 años. Lo que indica que las personas que realizan curso de Chef, son personas con edades mayores a los 25 años. Del ítem 4 se observa que el funcionamiento de la academia se realiza con pocos recursos humano, lo que indica que existe un nivel de economía en gasto de talento humano. Se evidencia que invierte la mayoría de sus recursos en experto en la preparación de la alimentos es decir; en Chef, quienes son los que imparte las clases de cocina y, los Chef solicitan su ayudante para la cocina, del personal utilizado se evidencia que las academias de gastronomías en San Cristóbal son de espacios limitados y pequeños.

Dimensiones de la calidad del servicio de los elementos tangibles

En cuanto al ítem 5 (Existencia de equipos de cocina de alto nivel), un 42,00% considera que casi siempre presenta equipos de cocina de alta gama lo que indica que las clases de cocina en su mayoría utilizan aparatos de calidad lo que genera un buen servicio al estudiante culinario. Otras autoridades representadas en un 33,00% indican que casi siempre, esta repuesta obedece a que los equipos de alta gama son onerosos y los presupuestos de las academias son regulados. El 16,00% de las autoridades manifestaron que algunas veces lo que indica que utilizan los equipos de alta gama de acuerdo a la

discrecionalidad del Chef (instructor) y 8,00% de las autoridades dicen que casi nunca esto es producto que algunas academias no se han actualizado en sus enseñanzas.

Del ítem 6 (Limpieza de las instalaciones físicas), se desprende que el 42,00% de las autoridades responde que siempre lo que demuestra que las academias tienen un sentido de responsabilidad con la limpieza de sus escuelas gastronómicas. Un 50,00% de las autoridades indica que casi siempre esto es producto que las escuelas gastronómicas no tiene clase permanentemente los que el permite realizar limpiezas en forma periódicas y un número de autoridades equivalente al 8,00% expresan que algunas veces lo que genera que la limpieza es producto de jornadas establecidas en calendario por la gerencia. Lo que si se demuestra es que siempre se realiza la limpieza en mayor o menor grado ya que nadie contesto casi nunca o nunca.

Del ítem 7 (Disponibilidad de una cocina cómoda y atractiva), se evidencia que las autoridades en 50,00% y 50,00% están conteste que existe una cocina cómoda y atractiva para los estudiantes lo que demuestra que la calidad del servicio que presta es aceptable para los usuarios. En cuanto al ítem 8 (Disponibilidad de servicios de baños higiénicos), según el 50,00% de las autoridades siempre están en buena calidad de aceptación, que cumple con los parámetros de higiene para los usuarios. Otro 33,00% de las autoridades dice que las condiciones higiénicas y de calidad son aceptables casi siempre, y un número de autoridades que representa el 16,00% establece que a veces hay problemas de higiene y de calidad de las baterías de baño pero que son reparados.

Del ítem 9 (Comodidades en la sede de la academia), se determinó que las academias de gastronomías presentan insuficiencias en cuanto a las comodidades en la sede. Para un 42,00% de las autoridades son aceptables, para él 33,00% considera que son suficientes las comodidades que tienen la academia. Se determinó que un 25,00% de las autoridades dicen que algunas veces tiene comodidades en la sede, lo que indica que funcionan con las condiciones mínimas exigidas para ser una escuela gastronómica. Del ítem 10 (Información suministrada por la academia a los alumnos), según el 67,00% de las autoridades siempre es de buena calidad y oportuna, que cumple con los parámetros de oferta propuesto a los usuarios. De igual manera existe un 16,00% que manifestó que casi siempre y otro de igual porcentaje (16,00%) que dice que algunas veces, lo que indica que las autoridades cambian la información conforme le convenga a la academia lo que indica que la dimensión de calidad de servicio de este elemento tangible se basa a conveniencia de la escuela gastronómica.

Del ítem 11 (Satisfacción del servicio recibido), según el 50,00% de las autoridades siempre se cumple y tiene buena calidad de aceptación, que cumple con los parámetros de oferta propuesto a los usuarios y se cumple con los servicios ofrecidos en la academia. De igual manera un grupo correspondiente al 33,00% de las autoridades manifestaron que casi siempre se cumple este elemento tangible y que cumple los parámetros de oferta y calidad comprometida por la academia. Un grupo correspondiente 16,00% dice que algunas veces se cumple los parámetros del elemento tangible del cuestionario y la satisfacción del servicio recibido es aceptable.

Dimensión fiabilidad

La fiabilidad se define como: Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosamente utilizando los recursos y métodos establecidos. Del ítem 12 (Interés en la solución de problemas), el 50,00% de las autoridades dice siempre se resuelven los problemas planteados en la academia y el 33,00% que manifiesta casi siempre están de acuerdo en que se solucionan los problemas presentados en sus escuelas de cocinas, resueltos por las mismas autoridades a petición de los usuarios y un 8,00% que manifiesta que algunas veces no se puede resolver los problemas presentados. Existe un encuestado que representa el 1,00% de las autoridades totalmente en desacuerdo, que casi nunca se

solucionan los problemas. En general se evidencia que se percibe un interés en la solución de problemas por parte de las autoridades gastronómicas.

Del ítem 13 (Cumplimiento de la normativa interna de la academia), es del criterio mayoritario 58,00% que la percepción por las autoridades respectivamente en que siempre prestan gran interés en el cumplimiento de la normativa interna de las academias gastronómicas, en la aplicación de horarios, controles de entrada y salida para el fiel cumplimiento en la prestación de sus servicios. Otro grupo equivalente al 33,00% dice que los controles internos se cumplen casi siempre y solo 8,00% manifiesta que algunas veces se cumple con la normativa interna. Respecto al ítem 14 (Cumplimiento de las normas de control de alimentos), se observa que el 67,00% de las autoridades, se encuentran de acuerdo en que se cumple las normas de control de alimentos porque le interesa aplicar los controles en los alimentos y productos para las clases ya que representa la imagen de la academia para que sus platos elaborados sean de calidad. El 25,00% de las autoridades manifiesta que casi siempre y 8,00% de las autoridades opinó que algunas veces se exige la normativa para el control de alimentos. El ítem 15 (Cumplimiento del servicio ofrecido), revela que el 42,00% de las autoridades de las academias gastronómicas, se encuentran de acuerdo en que sus empresas de gastronomías se interesan en el cumplimiento del servicio de proporcionar conocimientos culinarios a sus usuarios, cumplir con el fin para los cuales fueron contratados para la prestación del servicio. El 58,00% mantiene que el cumplimiento del servicio es dado casi siempre por cuanto se dificulta para conseguir todos los materiales para la realización y desarrollo de las actividades culinarias, pero la opinión generalizada por las autoridades gastronómicas es que siempre se da el cumplimiento del servicio para aumentar, diversificar la demanda que existe en la actualidad en las instituciones de formación gastronómica y con ello captar más usuarios para sus academias.

Infométrica | Serie Sociales y Humanas

Dimensión capacidad de repuesta

La capacidad de respuesta es la suma de la prontitud y la disposición que ponen los prestadores de servicio en satisfacer una demanda solicitada. En el ítem 16, el 50,00% y 33,00% de las autoridades de las escuelas gastronómicas se encuentran de acuerdo y mediana mente de acuerdo respectivamente en que al usuario se le solucionan oportunamente los problemas que se le presentan, se ajustan a los controles para ejecutar el servicio en el tiempo prometido, procesan oportunamente las sugerencias y denuncias recibidas y las responden. Así mismo, el 17,00% de las autoridades manifiesta en la solución de problemas y que la prestación del servicio rápido y oportuno se cumple algunas veces, por lo cual se presume que la capacidad de repuesta depende de la capacidad gerencial de las autoridades gastronómicas.

Del ítem 17 (Capacidad de respuesta en la solución de problemas), el 58,00% manifiesta que siempre hay repuesta inmediata a los problemas planteados a la gerencia y el 25,00% de las autoridades de las escuelas gastronómicas dice que casi siempre el usuario le soluciona oportunamente los problemas que se le presentan, procesando de acuerdo a la situación planteada. Así mismo, el 17,00% de las autoridades creen que la solución de problemas se logra algunas veces producto de lo que se pida resolver. Por lo cual se concluye que la capacidad de repuesta es cónsona a la capacidad gerencial de las autoridades gastronómicas. Del ítem 18 (Prestación de servicio rápido y oportuno), el 42,00% manifiesta que siempre hay un servicio rápido y oportuno a los participantes dándoles las mejores clases que existen en el mercado en temas culinarios. La gerencia en un 33,00% dice que casi siempre el usuario recibe un servicio rápido y oportuno de acuerdo a las capacidades de los estudiantes para aprender de

acuerdo a la situación planteada. Así mismo, el 25,00% de las autoridades observan que la prestación de servicio algunas veces no puede ser rápido y oportuno por cuanto depende de la capacidad y la disponibilidad del estudiante de proporcionar los insumos para las clases. Por lo cual se concluye que la capacidad de repuesta de un servicio rápido y oportuno se debe a cada situación de las actividades en clases gastronómicas impartidas.

Dimensión seguridad

La seguridad es la manera de gestionar los riesgos que pueden amenazar a la organización, que permita mitigar las consecuencias negativas, minimizar las pérdidas y daños, con el fin de asegurar la continuidad del negocio mejorando la productividad y el bienestar laboral. Del ítem 19 (Existencia de un sistema de vigilancia interna y normativa de seguridad), se revela que el 50,00% manifiesta que siempre está garantizada la seguridad aportada por las autoridades en conformidad con las oferta efectuada a los estudiantes, un 25,00% opino que casi siempre se aporta la seguridad a los usuarios y autoridades de las academias gastronómicas, motivado a que en la academia se contrata un vigilante privado. El 17,00% afirma que algunas veces las autoridades garantizan la seguridad para el ingreso, permanencia en las instalaciones, Existe una autoridad que representa el 1,00% y dijo que casi nunca se garantiza la seguridad por lo que los usuarios transitan a riesgo dentro de la academia y si sospecha de algún peligro llaman al cuerpo policial.

En cuanto al ítem 20 (Aplicación de controles al ingresar al sitio de cocina), un 58,00% manifiesta que siempre está garantizada la seguridad y controles al ingresar los estudiantes al área de cocina, un 33,00% indica que casi siempre se aporta la seguridad a los usuarios y autoridades de las academias gastronómicas al ingresar al sitio de cocina o área donde se imparte las clases culinarias, motivado a que depende el tipo de clase a enseñar. En las academias el control de seguridad se aplica algunas veces de forma continua, así lo dijo el 8,00% de los encuestados lo que indica que los usuarios transitan a riesgo dentro de esta área de cocina. Del ítem 21 (Control de revisión de equipajes), el 50,00% manifiesta que siempre está garantizada la seguridad aportada por las autoridades en conformidad con las categoría control de equipaje ya que se revisa al salir al alumno. El 29,00% opinó que casi siempre se aporta la seguridad a los usuarios y autoridades de las academias gastronómicas, motivado a que en las academias el control de revisión no se efectúa de forma continua. El 17,00% afirma que algunas veces las autoridades garantizan la revisión producto que algunos alumnos aportan equipaje que son visibles a simple vista y un 8,3 % dice que casi nunca porque no existe un sistema de vigilancia interna.

Expectativas del grupo B

Dimensión empatía

La empatía es la forma que la organización se conecta con sus usuarios, ya que al ponerse en su lugar conoce de manera más fácil sus necesidades, logrando prestar la ayuda necesaria para ofrecer sus servicios o productos. En el ítem 22 (Atención personalizada por parte de las Autoridades de la academia), en el cual 27,00% de los encuestados están totalmente en acuerdo que existe empatía con las autoridades en cuanto a la atención personalizada a los usuarios, 30,00% de los usuarios indica que casi siempre se da atención personalizada, siempre y cuando la solicite el usuario. Un 37,00% del usuario considera que esa atención personalizada se da algunas veces, lo que se deduce que las autoridades en forma espontánea no prestan ese servicio. Otro grupo representativo del 7,00% se encuentra en desacuerdo ya que manifestaron que casi nunca se da esta atención en forma personal por parte de las autoridades de las academias gastronómicas a los alumnos.

El ítem 23 (Atención a las necesidades gastronómicas de los usuarios del servicio), muestra que el 40,00% de los encuestados consideran que la atención a las necesidades gastronómicas por las academias se da siempre lo que indica que cumple con los objetivos previstos del programa gastronómico. El 23,00% de los usuarios manifestaron que casi siempre cumple las necesidades gastronómicas esto es porque las autoridades son más flexibles y se adaptan a la realidad del momento para cumplir el programa, así mismo el 27,00% de los usuarios consideran que se deben cumplir con las necesidades gastronómicas y mejorar las prácticas culinarias ya que algunas veces se cumple parcialmente el programa gastronómico. Otro grupo correspondiente al 6,00% establece que la atención a sus necesidades gastronómicas no se obtiene de manera permanente y que se cumple intermitentemente por lo cual debe mejorar este indicador en beneficio de los estudiantes.

El ítem 24 (Atención a las necesidades de actualización del mercado gastronómico), el 50,00% de los encuestados se pronunciaron que siempre se toma en cuenta el mercado gastronómico que beneficia las necesidades de los estudiantes. El 40,00% de los encuestados afirmaron que casi siempre se revisa el mercado y conforme a ello se dan las ofertas gastronómicas de acuerdo a la realidad del momento en que se les solicitan los servicios. Un grupo representativo del 10,00% de los usuarios consideran que se deben mejorar las ofertas y adaptarlas al mercado gastronómico ya que solo algunas veces no se cumple esta expectativa.

Dimensiones de la calidad del servicio de los elementos tangibles

Se denomina calidad del servicio a la dirección y grado de discrepancia entre la percepción del cliente y sus expectativas, en términos de las dimensiones de la calidad del servicio que pueden afectar el comportamiento futuro de los consumidores mientras que los elementos tangibles son aquellos que tienen una parte material, es decir, son cuantificables y medibles gracias a ese soporte físico. En el ítem 25 (Existencia de equipos de cocina de alto nivel), un 40% dice que siempre presenta equipos de cocina de buena calidad lo que determina según los resultados que las clases de cocina en su mayoría utilizan aparatos modernos lo que genera un buen servicio al estudiante. Usuarios representados en un 40,00% indican que casi siempre, esta repuesta obedece a que los equipos de alta gama son onerosos y los presupuestos de las academias son regulados. El 20,00% de los estudiantes encuestados manifestaron que algunas veces, lo que indica que utilizan los equipos de acuerdo si los requiere la actividad del momento. Del ítem 26, (Limpieza de las instalaciones físicas), el 53,00% de las autoridades responde que siempre, que las academias tienen un sentido de responsabilidad con la limpieza de sus escuelas gastronómicas. Un 40,00% de los usuarios indica que casi siempre, esto es producto que las escuelas gastronómicas tienen horarios limitados lo que permite realizar limpiezas en forma interdiarias y un grupo de estudiantes encuestados equivalente al 7,00%, dice que algunas veces lo que concluye que la limpieza es producto de jornadas establecidas en calendario por la gerencia. Lo que determina el gráfico en general es que se realiza la limpieza en mayor o menor grado.

Del ítem 27 (Disponibilidad de una cocina cómoda y atractiva), se evidencia que el 60,00% de los encuestados están de acuerdo que existe una cocina cómoda y atractiva para los estudiantes, lo que demuestra que la calidad del servicio que presta es aceptable para los usuarios. En cambio el 33,00% de los estudiantes encuestados dicen que casi siempre lo que indica que el área de cocina es preparada de acuerdo a la clase y un 7,00% de los encuestados consideran que algunas veces lo que demuestra que depende de la capacidad creativa del chef a la hora de arreglar la cocina para sus clases. Respecto al ítem 28 (Disponibilidad de servicios de baños higiénicos), el 57,00% de los estudiantes encuestados respondieron que siempre están en buena calidad de aceptación e higiénicos, es decir; cumple con los parámetros de higiene para los usuarios. Otro 37,00% de los estudiantes encuestados dicen que las condiciones higiénicas y de calidad son aceptables casi siempre, y un número de encuestados que

representa el 7,00% establece que a veces hay problemas de higiene y de calidad de las baterías de baño pero que son reparados y que también obedece cuando no hay el servicio del agua.

Del ítem 29 (Comodidades en la sede de la academia), se determinó que las academias de gastronomías presentan insuficiencias en cuanto a las comodidades en la sede. Para un 42,00% de las autoridades son aceptables, para él 33,00% considera que son suficientes las comodidades que tienen la academia. Se determinó que un 25,00% de las autoridades dicen que algunas veces tiene comodidades en la sede, lo que indica que funcionan con las condiciones mínimas exigidas para ser una escuela gastronómica. Del ítem 30 (Información suministrada por la academia a los alumnos), según el 37,00% de los estudiantes la información se da siempre y es de buena calidad y oportuna, que cumple con los con la oferta propuesta a los usuarios. De igual manera existe un 37,00% que manifestó que casi siempre es decir; en contraposición a anterior pareciera que no es oportuna la información y otro porcentaje (27%) que dice que algunas veces, lo que indica que las autoridades cambian la información conforme le convenga a la academia lo que indica que la calidad de servicio de este elemento tangible es débil por lo tanto debe mejorarse la información oportuna a los estudiantes de la escuela gastronómica.

Del ítem 31 (Satisfacción del servicio recibido), según el 33,00% de los encuestados respondieron que siempre se cumple y tiene muy buena aceptación entre los usuarios, cumple con la oferta propuesta a los usuarios. Usuarios encuestados correspondientes al 30,00% de los estudiantes manifestaron que casi siempre se cumple la satisfacción del servicio pero que su tiempo de respuesta es lenta y depende del instructor culinario para cumplir los parámetros de oferta y calidad comprometida por la academia. Un grupo correspondiente 37,00% dice que algunas veces se cumple con satisfacción los servicios recibidos de acuerdo a la apreciación los administradores de las academias de cocina deben mejorar progresivamente el servicio ofertado. En general los parámetros del elemento tangible del cuestionario y la satisfacción del servicio recibido son aceptables.

Dimensión fiabilidad

La fiabilidad es la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma íntegra y tomando los cuidados pertinentes. Es decir que estamos suponiendo que el usuario tiene la información de parte de la gerencia como será los servicios ofrecidos, por lo cual le permite determinar su inclusión en los programas gastronómicos.

Del ítem 32 (Interés en la aplicación de técnicas gerenciales para la solución de problemas), se desprende que el 43,00% y 37,00% de los usuarios de las academias gastronómicas manifiestan que siempre y casi siempre hay interés en la aplicación de técnicas gerenciales para la solución de problemas. El 17,00 % de los usuarios encuestados dicen que algunas veces lo que determina que hay escuelas gastronómicas que no manejan aplicaciones de técnicas gerenciales un 3,30% ratifica que casi nunca, lo que origina que las academias tienen deficiencias en el manejo de técnicas gerenciales para solventar los problemas dentro de las institución gastronómicas por lo cual deben mejorar las técnicas gerenciales, deben mostrar mayor interés en la solución de los problemas que se les presenta a los usuarios en un momento dado.

Del ítem 33 (Cumplimiento de la normativa interna de la academia), se desprende que el 40,00% de los usuarios encuestados de la escuela de cocina manifestaron que siempre se dan cumplimiento a las normas interna de la academia y el 33,30% de los usuarios de las escuelas de cocina dicen que casi siempre de que las autoridades de las academias de gastronomías, utilizan normas internas en sus escuelas de gastronomía. Un grupo representado por el 23,00% considera que algunas veces por lo cual la academia debe aplicar y mejorar sus normas internas, un 3,00% de los usuarios dicen que casi nunca

se da cumplimiento a las normas internas de las academias así que de acuerdo a este grupo deben mostrar mayor interés en la aplicación de las normas y que se le debe dar fiel cumplimiento a la mismas.

Del ítem 34 (Cumplimiento de las normas de control de alimentos), se determinó que el 30,00% de los usuarios de las escuelas de cocina afirman que se cumplen siempre las normas sobre control de alimentos, esto indica que las autoridades de las academias de gastronomías, utilizan normas de control para la adquisición de alimentos en sus escuelas. Un 30,00% de los usuarios dice que casi siempre lo que genera duda sobre el 30,00% que dice que siempre se cumple las normas de control de alimentos, por lo cual se determina que se cumple las normas de control pero no constantemente más bien intermitentemente. Luego otro grupo de encuestado equivalente al 30,00% dice que algunas veces lo que confirma que las normas de control de alimentos son cumplidas a discreción del chef instructor y un 10% de los usuarios respondió que casi nunca lo que me infiere que no son tomadas en cuenta en forma correcta sino discrecionalmente por el chef. En conclusión las autoridades gastronómicas deben aplicar las normas de control de alimentos vigentes en cada clase de gastronomía.

Del ítem 35 (Cumplimiento del plan operativo de la academia gastronómica), los resultados aportados en la encuesta exponen que el 43,00% considera que siempre se cumple el plan operativo y el 37,00% de los encuestado afirma que se cumple casi siempre. Otro grupo que representa el 17,00% de los encuestados consideran que los planes operativos de las academias gastronómicas se dan algunas veces, de los tres resultados indica que los planes operativos se cumplen en la academia, así mismo el 3,30% de los usuarios consideran que los planes casi nunca se aplican, pero a través del estudio, se determina que ningún usuario niega que se utilicen los planes operativos.

Dimensión capacidad de repuesta

La capacidad de respuesta es la suma de la prontitud y la disposición que ponen los prestadores de servicio en satisfacer una demanda solicitada para dar mejorar la calidad de la organización. Del ítem 36 (Capacidad de Respuesta), el 40,00% de los encuestados dicen que siempre hay capacidad de respuesta por parte de las autoridades y que esta es oportuna. El 57,00% de los usuarios entrevistados respondió que casi siempre se consigue una repuesta oportuna de parte de las autoridades lo que me indica que las autoridades que administran las academias de gastronomía, deben trabajar para mejorar la atención al usuario y atender con prontitud las solicitudes presentadas, preguntas o dudas. En cambio un grupo de encuestado representado en el 3,00% manifestaron que algunas veces hay capacidad de repuesta por lo cual las academias deben mejorar la capacidad de repuesta para garantizar una mejor atención del servicio que solicitan.

En el ítem 37 (Capacidad de respuesta en la solución de problemas administrativos a los usuarios), se desprende que el 40,00% manifiesta que siempre hay repuesta inmediata a la solución de problemas planteados a la gerencia para los actos administrativos de los usuarios y 30,00% de los usuarios encuestados de las escuelas gastronómicas dice que casi siempre, se solucionan oportunamente los problemas que se le presentan, procesando de acuerdo a la situación planteada. Así mismo, el 30,00% de los estudiantes encuestados creen que la solución de problemas se logra algunas veces, producto de lo que se solicite resolver. Por lo cual se concluye que la capacidad de repuesta a los problemas administrativos a los usuarios es cónsona a la capacidad gerencial de las autoridades gastronómicas.

Dimensión elementos gerenciales

Los elementos gerenciales son un proceso de planear, organizar, dirigir y controlar la organización: Es decir, realizar un conjunto de actividades o funciones de forma secuencial en beneficio de la gerencia. El

ítem 38 (Existencia de un sistema de planificación gerencial), el 27,00% determinó que siempre existe un sistema de planificación gerencial, aplicado en la academia y un 37,00% de los usuarios encuestados responde que casi siempre existe un sistema de planificación, de este porcentaje se infiere la existencia de una planificación gerencial en las academias gastronómicas. El 30,00% de los usuarios opinaron que algunas veces las academias utilizan sistema de planificación gerencial. El 6,60% determinó que casi nunca utilizan planificación de este último se puede concluir que no están conforme con los planes gerenciales de las academias o no los conocen.

Del ítem 39 (Control de la planificación por parte de las autoridades), el 47,00% respondieron que siempre hay control de la planificación por parte de las autoridades y un 33,00% casi siempre de este porcentaje se refleja la existencia de un control de la planificación por las autoridades gerencial de las academias gastronómicas. El 20,00% de los usuarios encuestados respondieron que algunas veces las academias controlan su planificación, de todo ello se puede concluir que las escuelas gastronómicas llevan un control de su planificación y que es conocido por los usuarios de las academias gastronómicas.

Estrategias gerenciales para la gerencia de las academias gastronómicas

Las estrategias planteadas tienen como objetivo proveer a la gerencia de las academias gastronómicas de San Cristóbal de un conjunto de estrategias gerenciales para la toma de decisiones a fin de incrementar el desempeño de las autoridades de las empresas de gastronomías, para mejorar la calidad de servicio al usuario (estudiante). Se trata de acciones que buscan que, tanto la gerencia como los usuarios, se comprometan en mayor medida con sus labores, que satisfagan sus necesidades y que permita a los usuarios (estudiantes) perfeccionarse con las expectativas, es decir, prestar un servicio de calidad óptima al cliente interno y externo:

- Estrategia dirigida al personal: mejorar la atención al usuario (interno y externo) de las escuelas gastronómicas.
- Estrategias para las instalaciones y equipos a través de un plan operativo: Mejorar las condiciones del ambiente interno y externo de la academia gastronómica a través de la puesta en marcha de un plan operativo anual.
- Estrategias de procesos gerenciales: planificar los procesos gerenciales que permitan mejorar la prestación del servicio de las academias gastronómicas de San Cristóbal del estado Táchira.

Conclusiones

En relación a la dimensión Elementos Tangibles, las autoridades, o gerentes de las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, del estado Táchira y usuarios (estudiantes) que hacen uso continuo de las academias gastronómicas, están conscientes que existen deficiencias marcadas en relación a: las condiciones de limpieza y salubridad de las academias, sala de espera cómoda y atractiva, salas de baños higiénicos y en buenas condiciones de uso, sistema de señalización e información al usuario. Los usuarios sienten que sus expectativas no son cubiertas, lo que incide en forma negativa en el usuario que hace uso de forma continua de estas instituciones ya que sus expectativas son superiores a las percepciones, lo que significa una baja calidad de servicio.

En relación a la dimensión Seguridad, se observa que es deficiente, aunado a la inexistencia de un sistema de seguridad interna que le brinde confianza al usuario, ha ocasionado inseguridad, además que los accesos peatonales para el ingreso a las instalaciones son amplios y desolados no están bien asegurados, así como tampoco es restringido el ingreso y no hay un control de las personas que entran. En cuanto a las dimensiones intangibles, los empleados de las academias de gastronomía tienen un alto sentido de pertenencia a la empresa en la que laboran, lo que los induce a actuar responsablemente en

el desempeño de sus tareas, así mismo, sienten que poseen las habilidades técnicas, capacidades y disposición a la resolución de problemas que se le presentan a los usuarios, pero, por otra parte, sienten que una gran parte de ellos no se ajustan al cumplimiento de la normativa interna de las instituciones gastronómicas no se delegan responsabilidades y se esmeran en prestar un buen servicio al cliente.

Así mismo perciben ambigüedad en las políticas de evaluación del desempeño interno que posee cada institución, así como en la comunicación ya que la información se queda represada en la autoridad gerencial y no las comunican a tiempo al empleado que presta sus servicios en las academias gastronómicas. Las autoridades y los gerentes, por su parte, avalan que para un desarrollo satisfactorio del trabajo por parte de los Chef, es necesario mejorar el ambiente interno que sea propicio y en armonía, mejorando la comunicación interna, lo cual puede otorgar una efectiva atención en el servicio a los usuarios que asisten diariamente a las academias. Al efectuar un análisis de las percepciones y expectativas que tienen los usuarios, se observa que existe una brecha entre ambos, encontrando que las expectativas están por encima de las percepciones, lo que se puede concluir que los 30 usuarios que conforman la muestra se encuentran medio conformes con el servicio recibido.

Referencias

- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. 5ta Edición*. Caracas: Episteme.
- Arias, F. (2012). *Metodología de la investigación. 7ma Edición*. Caracas: Episteme.
- Balestrini, M. (2006). *Cómo se elabora un proyecto de investigación*. Caracas: Consultores Asociados, Servicio editorial.
- Bavaresco de Prieto, A. (2004). *Proceso metodológico de la investigación. Cómo hacer un diseño de investigación (4ª ed.)*. Maracaibo: Universidad del Zulia.
- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Santiago de Cuba: Shalom.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: Pearson educación.
- Burgos Moncada, J. J. (2018). Productividad y competitividad de Bucaramanga y Cúcuta: Factores claves del desarrollo sostenible en el marco de la economía del conocimiento. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 3(6), 81-101. Obtenido de https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion_libre/article/view/8144
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración. (5ª ed.)*. México: McGrawHill.
- Cristancho Vega, M. K., & Niño Vega, J. A. (2020). Estrategia de formación docente para la intervención en casos de ciberbullying. *Infometric@ - Serie Sociales y Humanas*, 3(1), 109-130. Obtenido de <http://infometrica.org/index.php/ssh/article/view/110>
- Davis, F. (2001). *La gerencia estratégica*. Bogotá (Colombia): Legis Editores S.A
- Davis, F. (2004). *Conceptos de administración estratégica. (5ª ed.)*. México. Prentice Hall
- Drucker, Peter (1995). *Gerencia para el futuro*. Bogotá (Colombia): Norma.
- Eslava Zapata, R. (2021). Pasivos ambientales y métodos de valoración económica. *Infometric@ - Serie Sociales Y Humanas*, 4(2). Obtenido de <http://infometrica.org/index.php/ssh/article/view/166>

- Eslava Zapata, R. (2020). Responsabilidad social universitaria: perspectivas en las instituciones de educación superior. *En Una Educación Universitaria de Calidad (Tomo II) (págs. 25-32)*. Venezuela: Publicaciones Vicerrectorado Académico. Universidad de los Andes – Venezuela. Obtenido de <http://bdigital2.ula.ve:8080/xmlui/handle/654321/5154;jsessionid=B6234F5DEBDC759A3E1164CC4175E7DD>
- Eslava Zapata, R., Chacón Guerrero, E. J., & Gonzalez Júnior, H. A. (2019). Gestión del Presupuesto Público: alcance y limitaciones. *Visión Internacional (Cúcuta)*, 2(1), 8-14. <https://doi.org/10.22463/27111121.2603>.
- Gómez Ortiz, E. J., & Peñaranda Soto, E. (2020). El nuevo liderazgo y la transformación de las organizaciones del siglo XXI. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(9), 217-235. Obtenido de https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion_libre/article/view/8113
- Gonzalez Júnior H. A. (2018). Clima Organizacional: estudio empírico en un restaurante de Viçosa, Minas Gerais, Brasil. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 3(6), 177-197. Obtenido de https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion_libre/article/view/8150
- Hernández, S.; Fernández, R., & Baptista, P. (2016). *Metodología de la Investigación. (6ª ed.)*. México: McGraw-Hill.
- Hurtado J. (2000). *Metodología de la investigación Holística. SYPAL. (3ª ed.)*. Venezuela: Instituto Universitario de Tecnología Caripito.
- Hurtado, J. (2005). *Cómo formular objetivos de investigación*. Caracas: Sypal.
- Juran, J. M (2000). *El liderazgo de la calidad*. Madrid: Instituto Kuran.
- Katz B. (2001). *Cómo gerenciar el servicio al cliente. (3ª ed.)*. Colombia, Bogotá: Editorial Legis.
- Mogrovejo, J. M., Herrera Martínez, S. V., & Maldonado, L. G. (2019). Estrategias para impulsar el agroturismo rural en Municipio de Gramalote Norte de Santander. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 4(7), 188-205. Obtenido de https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion_libre/article/view/8138
- Moreno, L. M. D., Peris, F. J., & González, T. (2001). *Gestión de la calidad y diseño de organizaciones. Teoría y estudio de casos*. España: Prentice Hall.
- Muller De La Lama. E. (2000). *Cultura de calidad de servicios*. México: Trillas.
- Núñez Barrios, E. D. (2018). Los informes de fiscalización autonómica de los órganos de control externo: rendición de cuentas. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 3(5), 102-124. Obtenido de https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion_libre/article/view/8188
- Palella y Martins (2000). *Metodología de la investigación cuantitativa. Trabajo de Campo*. Caracas, Fedupel
- Palella y Martins (2010). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas, Fedupel.
- Palella y Martins (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas, Fedupel.
- Palladino, E., & Palladino, L. (2008). *Administración organizacional*. Argentina: Espacio.

- Pedrozo, P. V. H., y Granados, J. D. R. (2020). Análisis del concepto de posverdad en las elecciones colombianas del plebiscito por la paz: detalles retóricos, lingüísticos, bioéticos y biopolíticos. *Infometric@ - Serie Sociales y Humanas*, 3(1), 42-80. Obtenido de <http://infometrica.org/index.php/ssh/article/view/106>
- Prada Torres, O., Eslava Zapata, R., Chacón Guerrero, E., & Gonzalez Júnior, H. A. (2019). Gestión editorial: tratamiento de la información periodística. *Sapienza Organizacional*, 6(11), 200 – 219. Obtenido de <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/sapienza/article/download/15104/21921926201>.
- Ramírez Barrera, B. S., García Niño, M. C., & Zambrano Miranda, M. d. J. (2021). Análisis del sector textil-confecciones en la ciudad de Cúcuta para el año 2012. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 6(11), 150-177. Obtenido de https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion_libre/article/view/8085
- Raynaud, N. C., & Mogrovejo Andrade, J. M. (2018). El desarrollo y financiación de la infraestructura en Colombia. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 3(5), 184-190. Obtenido de https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion_libre/article/view/8212
- Santana Martínez, J. A., Martínez Espinoza, C. E., Madrid Moreno, O. A., Romero Vásquez, E. N., & Muñoz Gilvao, K. K. (2021). Análisis a la señalética del Pueblo Mágico de Mocorito, Sinaloa, México. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 6(11), 61-75. Obtenido de https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion_libre/article/view/8079
- Serna, H. (2006). *Conceptos básicos. En servicio al cliente*. Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Solani J. (2018). *Propuesta de un plan estratégico de gestión humana para la empresa colombiana*. Bogotá. Colombia
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *Proceso de la Investigación*. Caracas: Panapo.