



**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
CENTRO DE INVESTIGACION Y DESARROLLO EMPRESARIAL
MAESTRIA EN ADMINISTRACION MENCIÓN GERENCIA**

**ANALISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE CALIDAD EN LAS
INSTITUCIONES DE FORMACIÓN GASTRONÓMICA DEL
MUNICIPIO SAN CRISTÓBAL ESTADO TÁCHIRA**

**Tesis presentada como requisito parcial para optar al Grado de
Magister en Administración
Mención: Gerencia**

Autor: Lcdo. Carlos Alfonso Pérez Ramírez

Tutor: Dra. Marisol Quintero Torres

San Cristóbal, Febrero 2021

Reconocimiento



**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
CENTRO DE INVESTIGACION Y DESARROLLO EMPRESARIAL
MAESTRIA EN ADMINISTRACION MENCION GERENCIA**

**ANALISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE CALIDAD EN LAS
INSTITUCIONES DE FORMACIÓN GASTRONÓMICA DEL
MUNICIPIO SAN CRISTÓBAL ESTADO TÁCHIRA**

Autor: Lcdo. Carlos Alfonso Pérez Ramírez
Tutor: Dra. Marisol Quintero Torres

San Cristóbal, Febrero 2021

Reconocimiento

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi carácter de Tutor de la tesis presentada por la ciudadano Carlos Alfonso Pérez Ramírez, cédula de Identidad N° 17.811.051, para optar al Grado de Magister en Administración mención Gerencia, cuyo título tentativo es: **“Análisis de en la Gestión Administrativa de Calidad en las Instituciones de Formación Gastronómica del Municipio San Cristóbal del Estado Táchira”**, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficiente para ser sometida a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de San Cristóbal, a los quince (15) días del mes de Julio de 2020.

Www.bdigital.ula.ve

Dra. Marisol Quintero Torres
C.I. V-5.028.784

DEDICATORIA

A Dios por ser el Supremo Padre Celestial de este Universo y la Virgen Madre María Santísima al guiarme por los mejores caminos de mi vida.

Www.bdigital.ula.ve

Carlos Alfonso Pérez Ramírez

iv
Reconocimiento

AGRADECIMIENTO

Es preciso destacar en esta etapa de mi vida, en la que se ha venido incrementando el conocimiento rodeado por personas significativas en mi accionar, a quienes debo reconocer mis logros.

Por eso y de manera muy humilde alzo una gran aclamación a todos los seres que siempre están y han estado para mí. Quiero ofrendar este escalón formativo, cultural e investigativo al cual he podido acceder, primero:

A Dios, Todopoderoso, con su presencia día a día, me fortalece, contigo todo lo puedo y me fortifica.

A mi madre, que a sembraron en mí los valores que hoy me hacen una persona de bien. Siempre están en mi mente y corazón.

A mis primas, pilar fundamental en mi vida. Dios los bendiga.

A todos los demás amigos, en especial a mí apreciado Tutor y Jurado, por ofrecerme su asesoramiento en el logro de esta investigación.

Carlos Alfonso Pérez Ramírez

INDICE GENERAL

	pp.
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
TABLA DE CUADROS	viii
TABLA DE FIGURAS	xii
TABLA DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN	xvi
 INTRODUCCIÓN	 1
 CAPÍTULO	
 I. EL PROBLEMA	 3
Planteamiento del Problema	3
Objetivos de la Investigación	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos	8
Justificación de la Investigación	9
 II. MARCO TEÓRICO	 11
Antecedentes de la Investigación	11
Bases Teóricas	19
Bases Legales	37
 III. MARCO METODOLÓGICO	 39
Naturaleza de la Investigación	39
Tipo de la Investigación	40
Diseño de la Investigación	41
Población y Muestra	43
Técnicas e instrumentos para la Recolección de Datos	46
Validez del Instrumento	48
Confiabilidad del Instrumento	48
Procedimiento para la recolección de Datos	49
Técnicas de Análisis de Datos	50
 IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	 55
Percepción de la Población A	55
Expectativas de la Población B.	81

	pp.
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	108
Conclusiones	108
Recomendaciones	111
VI. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA	113
Exposición de Motivos	113
Visión	114
Misión	114
Objetivos de la Propuesta	114
Justificación	115
Alcance	117
Resultado de la Matriz FODA	118
Análisis de la Viabilidad y Factibilidad de las Estrategias	126
Evaluación del Impacto de las Acciones Planteadas	127
REFERENCIAS	128
ANEXOS	132

Www.bdigital.ula.ve

LISTA DE CUADROS

Cuadro	pp.
1. Escala de Servqual	25
2. Muestra Población A	45
3. Muestra Población B	45
4. Operacionalización de Variables. Población A.....	51
5. Operacionalización de Variables. Población B	53
DIMENSIÓN VARIABLES DEMOGRAFICAS.	
6. Indicador 1. Genero	56
7. Indicador 2. Nivel Educativo	57
8. Indicador 3. Edades	58
9. Indicador 4. Función que Desempeña en la academia.....	59
DIMENSIÓN CALIDAD DE SERVICIO DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES DE LA POBLACIÓN A	
10. Indicador 5. Existencia de Equipos de Cocina de Alto Nivel	60
11. Indicador 6. Limpieza de las Instalaciones Físicas	62
12. Indicador 7. Disponibilidad de una Cocina Cómoda y Atractiva.	63
13. Indicador 8. Disponibilidad de Servicios de Baños Higiénicos	64
14. Indicador 9. Comodidades en la Sede de la Academia	65
15. Indicador 10. Información Suministrada por la Academia a sus Alumnos.....	66
16. Indicador 11. Satisfacción del Servicio Recibido	67
DIMENSIÓN FIABILIDAD. POBLACIÓN A	

Cuadro	pp.
17. Indicador 12. Interés en la Solución de Problemas	68
18. Indicador 13. Cumplimiento de la Normativa Interna de la Academia	70
19. Indicador 14. Cumplimiento de las Normas de Control de Alimentos	71
20. Indicador 15. Cumplimiento del Servicio Ofrecido	72
DIMENSIÓN CAPACIDAD DE REPUESTA. POBLACIÓN A	
21. Indicador 16. De parte de las AUTORIDADES	73
22. Indicador 17. En la Solución de Problemas.....	75
23. Indicador 18. Prestación del Servicio Rápido y Oportuno	76
DIMENSIÓN SEGURIDAD. POBLACIÓN A	
24. Indicador 19. Existencia de un Sistema de Vigilancia Interna y Normativa de Seguridad	77
25. Indicador 20. Aplicación de Controles al Ingresar al Sitio de Cocina	79
26. Indicador 21. Control de Revisión de Equipajes	80
DIMENSIÓN EMPATÍA DE LA POBLACIÓN B	
27. Indicador 1. Atención Personalizada por parte de las Autoridades de la Academia.....	82
28. Indicador 2. Atención a las Necesidades Gastronómicas de los Usuarios	83
29. Indicador 3. Atención a las Necesidades de Actualización del mercado Gastronómico	85
DIMENSIONES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES DE LA POBLACIÓN B.	
30. Indicador 4. Existencia de Equipos de Cocina de alto Nivel	86

Cuadro	pp.
31. Indicador 5. Limpieza de las Instalaciones físicas	88
32. Indicador 6. Disponibilidad de una Cocina Cómoda y Atractiva	89
33. Indicador 7. Disponibilidad de Servicios de Baños Higiénicos..	90
34. Indicador 8. Comodidades en la Sede de la Academia	92
35. Indicador 9. Información Suministrada por la Academia a sus Alumnos	93
36. Indicador 10. Satisfacción del Servicio Recibido	94
DIMENSIÓN FIABILIDAD DE LA POBLACION B	
37. Indicador 11. Interés en la Aplicación de Técnicas Gerenciales para la Solución de Problemas.	96
38. Indicador 12. Cumplimiento de la Normativa Interna de la Academia	97
39. Indicador 13. Cumplimiento de las Normas de Control de Alimentos	98
40. Indicador 14. Cumplimiento del Plan Operativo de la Academia	100
DIMENSIÓN CAPACIDAD DE REPUESTA DE LA POBLACION B	
41. Indicador 15. De parte de las Autoridades	101
42. Indicador 16. En la Solución de Problemas Administrativos a los Usuario	103
DIMENSIÓN ELEMENTOS GERENCIALES DE LA POBLACIÓN B	
43. Indicador 17. Existencia de un Sistema de Planificación Gerencial	104
44. Indicador 18. Control de la Planificación por parte de las Autoridades	106

Cuadro	pp.
45. Matriz DOFA. Fortalezas – Debilidades	118
46. Matriz DOFA. Oportunidades – Amenazas	119
47. Estrategias	120
48. Estrategias Dirigidas al Personal	123
49. Estrategias para las Instalaciones y Equipos a través de un Plan Operativo	124
50. Estrategias de Procesos Gerenciales	125

Www.bdigital.ula.ve

LISTA DE FIGURAS

Figura	pp.
1. Triángulo de los Servicios	27

Www.bdigital.ula.ve

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico	pp.
DIMENSIÓN VARIABLES DEMOGRÁFICAS	
1. Género de la población A	56
2. Nivel Educativo de la población A	57
3. Edades de la Población A	58
4. Función que Desempeña en la academia. de la Población A..	59
DIMENSIÓN CALIDAD DE SERVICIOS DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES DE LA POBLACIÓN A	
5. Existencia de equipos de cocina de alto nivel	61
6. Limpieza de las instalaciones físicas	62
7. Disponibilidad de una cocina cómoda y atractiva	63
8. Disponibilidad de servicios de baños higiénicos	64
9. Comodidades en la sede de la academia	65
10. Información Suministrada por la academia a sus alumnos.....	66
11. Satisfacción del servicio recibido	67
DIMENSIÓN FIABILIDAD. POBLACIÓN A	
12. Interés en la solución de problemas	69
13. Cumplimiento de la normativa interna de la academia	70
14. Cumplimiento de las normas de control de alimentos	71
15. Cumplimiento del servicio ofrecido	72
DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA. POBLACIÓN A	
16. Capacidad de respuesta por parte de las autoridades	74
17. En la solución de problemas	75

Gráfico	pp.
18. Prestación del servicio rápido y oportuno	76
DIMENSIÓN SEGURIDAD. POBLACIÓN A	
19. Existencia de un sistema de vigilancia interna y normativa de seguridad	78
20. Aplicación de Controles al ingresar al sitio de cocina	79
21. Control de revisión de equipajes	80
DIMENSIÓN EMPATÍA. POBLACIÓN B	
22. Atención personalizada por parte de las autoridades de la academia.	82
23. Atención a las necesidades gastronómicas de los usuarios....	84
24. Atención a las necesidades de actualización del mercado gastronómico	85
DIMENSIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES DE LA POBLACIÓN B	
25. Existencia de equipos de cocina de alto nivel	87
26. Limpieza de las instalaciones físicas	88
27. Disponibilidad de una cocina cómoda y atractiva	89
28. Disponibilidad de servicios de baños higiénicos.	91
29. Comodidades en la sede de la academia	92
30. Información suministrada por la academia a sus alumnos.....	93
31. Satisfacción del servicio recibido	94
DIMENSIÓN FIABILIDAD. POBLACIÓN B	
32. Interés en la aplicación de técnicas gerenciales para la solución de problemas.	96
33. Cumplimiento de la Normativa interna de la academia	97

Gráfico	pp.
34. Cumplimiento de las normas de control de alimentos	99
35. Cumplimiento del plan operativo de la academia	100
DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA. POBLACIÓN B	
36. Capacidad de respuesta por parte de las Autoridades	102
37. En la solución de problemas administrativos a los usuario.....	103
DIMENSIÓN ELEMENTOS GERENCIALES DE LA POBLACIÓN B	
38. Existencia de un sistema de planificación gerencial	105
39. Control de la planificación por parte de las autoridades	106

Www.bdigital.ula.ve



**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO UNIVERSITARIO “Dr. PEDRO RINCÓN GUTIÉRREZ”
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRIA EN GERENCIA**

**ANÁLISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE CALIDAD EN LAS
INSTITUCIONES DE FORMACIÓN GASTRONÓMICA DEL
MUNICIPIO SAN CRISTÓBAL ESTADO TÁCHIRA**

Autor: Carlos A. Perez R.

Tutor: Dra. Marisol Quintero T.

Fecha: Febrero de 2021

Resumen

El propósito de la presente investigación de maestría es aportar una propuesta Análisis de la Gestión Administrativa de Calidad en las Instituciones de Formación Gastronómica del Municipio San Cristóbal del 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 desarrolló 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 del municipio San Cristóbal del estado Táchira. En fase de elaboración se construye y genera una propuesta que consta de Estrategia gerencial con los resultados de los datos obtenidos que se reportan del análisis de los cuestionarios aplicados. El escenario donde se desarrolló la investigación lo conforman las instituciones gastronómicas del municipio San Cristóbal del Estado Táchira. Finalmente, se presenta la propuesta y las conclusiones y en correspondencia al cumplimiento de los objetivos pautados se dejan recomendaciones producto de los análisis durante el proceso investigativo.

Descriptores: Gestión administrativa, gastronomía, calidad, análisis, método cuantitativo, cuestionario cerrado, estrategias gerenciales y trabajo de campo.

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.

Para el desarrollo de este trabajo especial de grado denominado: Análisis de la gestión administrativa de calidad en las instituciones de formación gastronómicas del municipio San Cristóbal del estado Táchira, es de suma importancia en la dependencia y alimentación del hombre, también en la necesidad de participar en la búsqueda de alternativas que permita superar la crisis, integrando la gastronomía al aporte productivo, y a la vez originar consecuencias positivas en la economía por tal motivo se incorpora mejorar las condiciones de vida del venezolano.

Se plantea entonces, ubicarse desde una perspectiva donde la educación gastronómica juega un papel preponderante para el logro de las transformaciones sociales anheladas.

El trabajo especial de grado está estructurado por cinco (05) capítulos: El Capítulo I, denominado, El Problema, contentivo del planteamiento del problema, los objetivos de la investigación y la justificación.

El Capítulo II, titulado, Marco Teórico, determinado por los antecedentes de la investigación, las bases teóricas fundamentadas en la teoría de la calidad del servicio como la planificación gerencial y las bases legales.

El Capítulo III, denominado, Marco Metodológico, destaca el tipo, diseño de la investigación, la población, la muestra, la técnica el instrumento de recolección de datos, la validez y la confiabilidad,

El Capítulo IV está conformado por el análisis de los resultados y el Capítulo V representa la propuesta.

Finalmente, se citan las referencias consultadas necesarias para el desarrollo y consistencia del trabajo de investigación. La investigación, se ubica con relación con las líneas de investigación, se puede afirmar que están directamente vinculados con los objetivos propuestos en el documento de la Maestría en Administración y Gerencia de la Universidad de Los Andes (2006), el cual reza formar “Un gerente capaz de desarrollar habilidades y destrezas efectivas y eficientes, al mando de una organización” (p. 12). De igual manera, “formar personal altamente calificado que responda a las exigencias del aparato productivo en función del desarrollo.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

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 modernizado 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 mejorarla 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 (SanCristóbal), 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 compete, **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, el investigador con conocimiento de causa, en función a los estudios de gastronomía dentro de la ciudad, ha realizado 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, escasos 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.

La necesidad de personal especializado para la administración y operación de establecimientos de alimentos y bebidas. La falta de claridad en cuanto al campo de conocimiento y ejecución de la gastronomía, condicionado casi siempre, al ámbito culinario.

Hay una concepción errónea y malinterpretada del término gastronomía vs culinaria, no solo entre la población en general, sino entre los mismos docentes y estudiantes de los programas de gastronomía y culinaria, mala interpretación que se ha perpetuado gracias a los medios de comunicación y a la exaltación del mal tomado concepto del “chef” / cocinero, en detrimento del gastrónomo profesional. No se ha hecho una delimitación de estos términos pero para la investigación se tomaran como similares.

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, el investigador 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.

En tal sentido, a fin de formular y sistematizar la investigación, se plantean las siguientes interrogantes, las cuales se espera sean respondidas a lo largo del trabajo. Entre ellas se tiene: ¿Cómo es la gestión administrativa de calidad en cada una de las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira?, ¿Cuál es la oferta que hacen las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira?, ¿Cómo es la demanda que existe actualmente en las diferentes instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira?, ¿Qué elementos destacan en la gestión administrativa de calidad de cada uno de los institutos de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General:

Analizar la gestión administrativa de calidad en las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira.

Objetivos Específicos:

1. Conocer la calidad de la oferta que hacen en las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira.

2. Identificar la demanda que existe en la actualidad en las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira.

3. Explicar los elementos destacados en la gestión administrativa de cada uno de los institutos de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira.

4. Estructurar estrategias que permitan la sostenibilidad de la calidad de servicio en la gestión administrativa de cada uno de los institutos de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira

Justificación de la Investigación

Existe en el país un progresivo interés por parte de los jóvenes en dedicarse a la gastronomía. Viéndose reflejado por dos vías, primero, existe un aumento en la matrícula de alumnos para estas instituciones, segundo, la oferta de instituciones que imparten esta opción ha proliferado, ofreciendo variedad de cursos y talleres. Por otra parte, son muchos los jóvenes que están incursionando en este campo laboral a nivel internacional, lo que de algún modo obliga al investigador a explorar la gestión administrativa que cumple cada institución de formación gastronómica en San Cristóbal.

La importancia de la investigación redunda en los aportes y beneficios que ofrece a un público específico, en este caso, se espera que la presente investigación genere aportes teóricos que deriven de estudios sobre gastronomía, oferta, demanda, que a su vez servirán como sustento para el desarrollo de futuras investigaciones relacionadas con el tema de estudio, tendrá aportaciones de orden metodológico, en tanto que se usarán una serie de técnicas para la recolección y análisis de datos, los cuales podrán orientar a nuevos investigadores; por otra parte, desde el aspecto práctico contribuirá a resolver situaciones de tipo administrativo y gerencial desde los aspectos de formación gastronómica.

La investigación, su ubicación y relación con las líneas de investigación se puede afirmar que están directamente vinculados con los objetivos propuestos en el documento de la Maestría en Administración y Gerencia de la Universidad de Los Andes (2006) el cual reza formar “Un gerente capaz de desarrollar habilidades y destrezas efectivas y eficientes, al mando de una organización” (p. 12). De igual manera, “formar personal altamente calificado que responda a las exigencias del aparato productivo en función del desarrollo, así como proporcionar al estudiante una gama de conocimientos en teoría y técnicas administrativas esenciales para gerenciar con excelencia” (p. 3). Como se puede deducir, la investigación se encuentra enmarcada dentro de lo propuesto por la Universidad de Los Andes.

Www.bdigital.ula.ve

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Una vez planteada la problemática que motiva la realización de esta investigación, es preciso hacer una revisión bibliográfica sobre algunos estudios hechos sobre la temática, que sirven de antecedentes y apoyo a este trabajo. Igualmente, éstos proporcionarían información apreciable útil, que ayude a posibles soluciones a la problemática manifestada del presente estudio. Al respecto, Behar (2008) expresa “En la fundamentación teórica se hace una síntesis conceptual de las investigaciones o trabajos realizados sobre el problema formulado con el fin de determinar el enfoque metodológico de la misma investigación” (p. 33).

Www.bdigital.ula.ve

Antecedentes de la Investigación

Existen investigaciones científicas realizadas en torno a la temática propuesta; sin embargo, para el presente estudio se considerarán antecedentes válidos, las investigaciones cuyos resultados generen aporte significativo al desarrollo del presente, en este sentido a continuación se muestran algunos hallazgos a nivel internacional, nacional y regional relacionados con los estudios de investigación.

A Nivel Internacional

Al respecto, Muñoz, Tamayo y Hernández (2012), en su trabajo titulado “Formación profesional de la gastronomía en Instituciones públicas” en el Instituto gastronómico de formación profesional en las escuelas públicas de

México,, en la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México, a través de un estudio de educación comparada que se realizó con los 21 programas de formación profesional pública de gastronomía que se ofrecen en universidades estatales, universidades tecnológicas e institutos tecnológicos de México.

Se analizaron las características del currículo formal, existiendo congruencia entre los distintos programas revisados y una orientación a la elaboración, de productos gastronómicos. Se concluye que hay claridad en la función del profesional en gastronomía y la oferta educativa obedece a la necesidad de personal especializado para la administración y operación de establecimientos de alimentos y bebidas.

En esta investigación me aporta la aplicación del instrumento de consulta masiva, el cual se aplica a un grupo de 30 participantes, a fin de saber el nivel de satisfacción de quienes estudian y se forman en ese curso gastronómico.

Por su parte, Durán (2011) en Málaga, realizó un trabajo de investigación titulado “Análisis y Valoración de cómo ha sido el proceso de formación del profesorado”, en la Escuela Universitaria de Turismo de la Universidad de Málaga y la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México. Comparando los resultados de cada grupo de docentes en el programa de formación, el cual muestra un elemento interesante y oportuno en relación a normativas institucionales.

Asimismo, Venegas A. (2010) en Santiago de Chile, propone un trabajo de investigación, titulado “Modelo de negocio para la creación de un Centro de Formación Técnica (CFT) Gastronómico a nivel Latinoamericano”, que tuvo como finalidad crear un Centro de Formación Técnica Gastronómico, que imparta carreras ligadas al área gastronómica orientado a estudiantes de altos ingresos, con un componente de internalización consistente en la formación de alianzas con otros establecimientos similares en América Latina con el objeto de proporcionar a los alumnos prácticas internacionales.

conducentes a una doble titulación y de esta manera obtener una especialización en cocina latinoamericana.

Como parte de la metodología para la realización del plan de negocios se realizó un análisis de mercado y de tendencias en gastronomía con objeto de justificar el proyecto. A partir de esta información se identificó la oportunidad de negocio, la cual está ligada al creciente interés del alumnado nacional por estudiar carreras ligadas a la gastronomía, junto con el crecimiento de restaurantes de diversos tipos en el país, y el renombre ganado por la gastronomía latinoamericana en el mundo, la cual avanza en sofisticación y reconocimiento.

La siguiente etapa fue la descripción de la oferta del valor junto con el detalle de los productos y servicios ofrecidos, además de las descripciones correspondientes al plan de marketing, plan de operaciones y plan de recursos humanos. Finalmente, se realizó un análisis de costo beneficio consistente en el cálculo del Valor Presente Neto (VPN), donde se concluye que es necesario cohortes anuales superiores a 30 alumnos, con una tasa de deserción anual del 8 % para que el proyecto dé resultados positivos.

De igual manera, Huerta, P. (2012) desarrolló una investigación titulada “Una cocina en búsqueda de identidad, representaciones de la gastronomía de Baja California” hecha en Tijuana, B. C., México; esta tesis utiliza una perspectiva sociocultural para estudiar la historia y los acontecimientos recientes en la cocina de Baja California. El estudio analizó las representaciones sociales de la gastronomía como un punto de referencia para la definición de la identidad colectiva de los bajacalifornianos. Se utilizaron entrevistas semiestructuradas en profundidad para obtener información de los actores sociales que ocupan posiciones estratégicas en el panorama gastronómico de Tijuana.

El análisis de datos se realizó utilizando teoría fundamentada. Los resultados distinguen tres fuentes principales de aportación a la cocina de Baja California: las características del clima 'Mediterráneo' de la región que

dan lugar a la viticultura que ha desempeñado un papel importante en la definición de la nueva cocina; el uso de productos locales como la producción artesanal de queso, pan y otros productos; y la historia reciente de las influencias culinarias de los diferentes grupos de extranjeros que se han asentado en la región. Estas representaciones son interpretadas por los actores sociales como elementos que permiten la creación de la nueva identidad culinaria y gastronómica de Baja California.

Además, localmente, en la ciudad de Tijuana, se dan continuas referencias de la gastronomía con términos como “cultura” o “identidad”. Por ejemplo, en una nota periodística se comenta: “Un grupo de chefs de Baja California está creando una nueva cocina que pretende darle una identidad a esta región” (Millán, 2011). De este tipo de percepciones ampliamente difundidas surgió la propuesta de abordar el tema desde la perspectiva sociocultural para comparar y tratar de entender qué animaba la efervescencia gastronómica y por qué su referencia hacia el tema de la identidad, observando varias instituciones de formación gastronómica. Posteriormente, se decidió utilizar el concepto y la teoría de las representaciones sociales manejada en cada una de las escuelas, para abordar la investigación, puesto que las representaciones sociales se entienden como una visión funcional del mundo que permite al individuo o al grupo conferir sentido a sus conductas y entender la realidad a través de su propio sistema de referencias y, por lo mismo, adaptarse a dicha realidad y definir en ella un lugar para sí.

Eslava Zapata, R., González Parra, B. (2009) Colombia desarrollaron una investigación titulada “Gestión de los costos en el sector gastronómico”: Cúcuta – Colombia. El sector gastronómico de Cúcuta – Colombia ha tenido un importante crecimiento en los últimos años, lo que ha favorecido la economía de la región en aspectos tales como la generación de empleo, incremento del turismo y el impulso que se da a otros sectores de la economía. Considerando que la información contable presenta datos de las

operaciones realizadas, resulta conveniente en el sector gastronómico llevar un control de los costos vinculados al plato a fin de tomar decisiones más acertadas en aspectos tales como la determinación del costo unitario y el establecimiento del precio. El objetivo de la presente investigación es estudiar la gestión de los costos a fin de identificar algunos factores de gestión del costo vinculados al sector gastronómico de Cúcuta – Colombia. Para ello, siguiendo una investigación de tipo cualitativa, se lleva a cabo una revisión de investigaciones sobre esta materia para ubicar el estado del arte en el que se encuentra el tema en estudio. Los resultados permiten identificar tres factores de gestión del costo a saber: crecimiento del sector gastronómico, contabilidad de gestión y medios utilizados en la contabilidad de gestión.

En el trabajo de grado de Chef Liza Solany Parra Jenny Marcela, Ayala Muñoz, René Rojas Herreño, de la Universidad Sergio Arboleda en la especialización en gerencia de talento humano Bogotá, enero de 2018, titulado “Propuesta de un Plan Estratégico de Gestión Humana para La Empresa Colombiana”, se busca presentar una propuesta atractiva a los directivos de Colombia Chef, en donde se evidencia un esquema de trabajo que permita generar valor a la organización y que a través de su desarrollo permita evidenciar los avances de los procesos del área. Analizando la Empresa, y teniendo en cuenta sus ideales, se busca generar un cambio positivo desde el departamento de Talento Humano, que impacte la organización en general y que pueda a su vez convertirse, no solo en un departamento de apoyo, si no que permita a través de una nueva estructura de pensamiento estratégico generar cambio al interior de las diferentes áreas a través de una nueva cultura dentro de sus colaboradores. Este nuevo esquema debe generar la importancia que merecen sus colaboradores, en donde a través de programas de desarrollo individual y colectivo se aproveche al máximo el potencial de sus capacidades y habilidades, creando en ellos, sentido de pertenencia y crecimiento dentro de la organización, lo

que a su vez, permitirá, incrementar la productividad, generar una mayor apuesta a la competitividad y un, reconocimiento de permanencia en el mercado nacional e internacional.

La revisión de antecedentes incluye la investigación implantado por el Instituto Tecnológico de Morelia, (2002). “El Sistema De Gestión De Calidad”, estableció un Manual de Sistema de Gestión de Calidad, el cual está orientado a lograr que la organización pueda analizar los requisitos de los clientes, contar con personal motivado y mejor preparado, definir los procesos para la producción y prestación de servicios y mantenerlos bajo control. En el manual se establecen la política y objetivos de calidad, vinculación, administración e innovación de calidad. Los beneficios que se han obtenido con la aplicación son: cumplir con los requisitos del cliente, mantener bajo control los procesos, estandarizar los métodos y procedimientos, reducir costos, crear una cultura de servicio y capacitación del personal.

A Nivel Nacional

En este nivel, tenemos antecedentes como los de Gil M, Madrid C. (2014), “Recetario Gastronómico Impreso de Postres Gourmet de la Chef María Sol Telleria para la Promoción a Través de Instagram y Twitter”. Trabajo de Grado para optar por el título de: Licenciado en Administración de Empresas de Diseño, de la Universidad Nueva Esparta. Su objetivo general es diseñar un Recetario Gastronómico impreso de Postres Gourmet de la Chef María Sol Telleria para la promoción por las redes sociales: Twitter e Instagram. El presente trabajo de grado se dirige a todas aquellas personas en el Municipio El Hatillo interesadas en tener un recetario gastronómico de postres gourmet, bajo la esencia de la Chef María Sol Telleria, para que de ésta manera, puedan darse a conocer y posicionarse en el mercado gastronómico.

Como todo nuevo producto en el mercado, se debe realizar una buena promoción para que pueda ser posicionado y tenga éxito, dicha propuesta promocional será a través de las redes sociales de Instagram y Twitter, mediante un estudio de mercadeo 2.0 que va a determinar la mejor estrategia a aplicar, en donde partiendo del público objetivo, se puede lograr un mercado bastante amplio y de gran interés para llevar a cabo la venta masiva del recetario.

Este trabajo aporta a la investigación conocimientos sobre la metodología usada para la realización de una investigación de campo, para lo cual fue necesario recolectar información de fuentes primarias.

Vignolo E. (2011). "Propuesta de Diseño de un Libro Digital Sobre Gastronomía Típica Venezolana"; Trabajo de Grado para optar por el título de: Licenciado en Administración de Empresas de Diseño. De la Universidad Nueva Esparta. El objetivo general de este Trabajo de Grado es diseñar la propuesta de un libro digital interactivo sobre gastronomía típica venezolana con la finalidad de rescatar el Patrimonio Cultural gastronómico del país. Se propuso diseñar un Libro Digital sobre Gastronomía Típica Venezolana, con la finalidad de contribuir al rescate de nuestro Patrimonio Cultural Gastronómico. Esta tesis plantea aportes a la investigación como: La investigación, metodológicamente ya que se basa en un Diseño Documental y de Campo, se describen en el marco teórico, la Gastronomía Venezolana, el Diseño Editorial y el Diseño Digital, entre otros aspectos. A través de la aplicación de una encuesta se determinaron las características más importantes de la gastronomía venezolana, así como. Posteriormente nos permite saber cómo se aplicó la entrevista para determinar las características y elementos a tomar en cuenta para realizar la propuesta. Por último se presentaron las conclusiones y recomendaciones, en este capítulo pueden sugerir mejoras y aportar contenido al libro. La presente investigación corresponde a un Proyecto Factible, debido a que es una Propuesta de Diseño de un Libro Digital interactivo sobre Gastronomía Típica Venezolana,

con el propósito de ayudar a rescatar el Patrimonio Culinario de nuestro país, de una forma diferente y dinámica. De acuerdo a los objetivos planteados en el problema de estudio, se utilizará Investigación Documental para la recolección de datos, consultando como fuentes impresas, libros y trabajos de grado, informes de investigación, entre otros; y como fuentes electrónicas, páginas web, foros de discusión, boletines, revistas.

A Nivel Regional

Flores, B. (2000), en su investigación titulada “La Gastronomía En El Táchira”: un elemento de integración en la región fronteriza el Estado Táchira, estratégicamente ubicado en el Suroeste venezolano, posee una riqueza en su léxico y en sus costumbres gastronómicas compartida, en gran medida, con los usos corrientes de otras ciudades y pueblos ubicados en el Departamento Norte de Santander en Colombia. En la investigación de campo se pudo determinar que el Táchira, estado andino situado en el Suroeste venezolano, posee, por su proximidad al límite con el Departamento Norte de Santander, una ubicación estratégica de enorme importancia en las relaciones comerciales, culturales, políticas y sociales entre Venezuela y Colombia.

Intercambio permanente, de índole diversa, que se ve siempre favorecido por el hecho de hablar una misma lengua y de conservar idénticas tradiciones gastronómicas, como pueblos depositarios de un patrimonio común que los hace sentarse a comer en la misma mesa, pues las capitales de ambos estados fronterizos (San Cristóbal y Cúcuta) apenas se distancian entre sí por una hora de carretera. Expone parte de los resultados de una investigación concluida, lo cual permite apreciar el enorme valor cultural de esta región y el grado de integración lingüística con nuestros vecinos Norte santandereanos y sus tradiciones gastronómicas.

Todos estos antecedentes sirven a la investigación ya que se relacionan con las variables que se son utilizadas como es calidad, gestión administrativa, gastronomía, siendo pertinentes en propósito de la investigación.

Bases Teóricas

Toda investigación produce conocimientos nuevos sobre la base de teorías científicas, doctrinas institucionales o análisis de normas jurídicas que son necesarias considerar, examinar, criticar y sistematizar, con el propósito de orientar luego las interpretaciones de los datos recolectados; dada su utilidad para construir las bases teóricas de la investigación y que han de contener la definición analítica de cada una de las variables. En base a este enfoque, el fundamento teórico que sustenta esta investigación está relacionado con:

Gerencia

El termino gerencia se ha utilizado más para las organizaciones que efectúan actividades que el permitan utilizar recursos con la finalidad de alcanzar objetivos, relacionados con beneficios económicos. Por su parte la finalidad de la administración, así como la del administrador, está más bien orientada a las actividades gubernamentales y organizaciones cuyos propósitos básicos no está orientado al beneficio económico en sí, sino que su finalidad predomina la consecución del beneficio social. Drucker (2008), señala: que la gerencia, “es el órgano de la sociedad encargada específicamente de hacer productivos los recursos, es decir, responsable del progreso económico organizado y refleja como consecuencia de ello, el espíritu básico de esta era” (p. 57), por lo cual la investigación se mueve en estas dos ramas gerencia y administración.

La 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.

En cuanto a los objetivos principales de la gestión de recursos humanos, se desprenden de la organización entera, seguidamente se especifican:

1. Crear, mantener y desarrollar un contingente de personas con habilidades, motivación y satisfacción por alcanzar los objetivos de la organización.
2. Crear, mantener y desarrollar condiciones organizacionales para el empleo, desarrollo y satisfacción plena de las personas, y para el logro de los objetivos individuales.
3. Lograr eficacia y eficiencia por medio de las personas.

Concepto de Calidad

El concepto de calidad, tradicionalmente relacionado con la calidad del producto, se identifica ahora como aplicable a toda la actividad empresarial y a todo tipo de organización. De acuerdo con Moreno (2001), el concepto de calidad se encuentra en cuatro categorías fundamentales: “calidad como conformidad”, es decir conformidad con las especificaciones definidas en función a los requerimientos de los clientes;” calidad como satisfacción de las

expectativas del cliente”; “calidad como valor con relación al precio y calidad como excelencia”, aplica en aquellos productos o servicios que reúnen los máximos estándares de calidad en sus diferentes características. Un producto o un servicio son de calidad excelente cuando se aplica en su realización los mejores componentes, la mejor gestión y realización de los procesos.

Gestión de la Calidad.

De acuerdo con Atkinson (1990), la gestión de la calidad “es el compromiso de toda una organización para hacer bien las cosas”, es decir, afecta a cada persona en una organización y por lo tanto, para que la gestión de la calidad sea próspera y exitosa, debe ser aceptada por todos los integrantes de la organización.

De acuerdo con Gutiérrez (2005), “la gestión del sistema de calidad tiene que demostrar que la organización es capaz de suministrar un producto o servicio que de manera consistente cumpla con los requisitos de los clientes y las reglamentaciones correspondientes, lograr una satisfacción del cliente mediante la aplicación efectiva del sistema, incluyendo la prevención de no-conformidades y el proceso de mejora continua.

El Servicio

Katz (2001), conceptúa el servicio como “cualquier actividad o beneficio que una persona ofrece a otra, indica que es esencialmente intangible y no tiene como resultado la propiedad de nada. Su producción puede o no estar relacionada con un producto físico” (p. 149). Del mismo modo Serna (2001), expone que “el servicio al usuario es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus usuarios externos” (p. 17). De lo

anteriormente señalado, se deriva que el servicio debe ser el pilar fundamental de las empresas que prestan el servicio de enseñanza gastronómica; dado que este conlleva a la puesta en práctica de todos los medios posibles que tiene el personal que ha de brindarlo para que se haga posible y satisfaga a quien lo busca.

Calidad del Servicio

Calidad del Servicio Para Gutiérrez (2001), el análisis de la calidad de servicio puede ser realizado a través de una serie de modelos conceptuales e instrumentos como el Modelo de Diferencias entre Expectativas y Percepciones, (p. 46). Una escala adoptada por la comunidad científica internacional, que intenta medir la calidad del servicio resumiendo de los modelos conceptuales mencionados (modelo de la diferencia de expectativas y percepciones) es la Escala de SERVQUAL, ideada por los investigadores Parasuraman, Zeithaml y Berry (2002).

Consiste en la medición de las expectativas y percepciones del cliente respecto a las dimensiones determinantes de la calidad del servicio (tangibilidad, empatía, seguridad o garantía, responsabilidad y confiabilidad), (p.65), a partir de una serie de preguntas sobre cada dimensión, diseñadas para ser aplicadas a los servicios de cualquier tipo siendo detalladas en la Tabla 1. Al aplicar este instrumento, se pueden comparar las discrepancias entre las expectativas y percepciones en cada una de las dimensiones señaladas; cuando las expectativas son iguales o inferiores a las percepciones, la calidad del servicio es considerada como satisfactoria o como un derroche de calidad, respectivamente; por el contrario cuando las expectativas son superiores a las percepciones se considera que existió déficit o falta de calidad en los servicios prestados.

Cuadro 1

Escala de Servqual

	Expectativas	Percepciones
Tangibilidad	1. Deberían tener equipos y nuevas tecnologías.	Tiene equipos de apariencia moderna.
	2. Sus instalaciones físicas deberían ser cómodas y visualmente atractivas.	Sus instalaciones son cómodas y de apariencia atractiva.
	3. Sus empleados deben tener apariencias pulcra.	Sus empleados tienen apariencia pulcra.
Fiabilidad o Confiabilidad	4. Cuando estas empresas prometen hacer algo en cierto tiempo deben hacerlo.	Cuando estas empresas prometen hacer algo en cierto tiempo deben hacerlo.
	5. Cuando los clientes tienen un problema, deberían mostrar un interés en solucionarlo.	Cuando un usuario tiene un problema muestra un sincero interés en solucionarlo
	6. Deben prestar el servicio en el tiempo acordado.	Habitualmente presta el servicio.
Responsabilidad y capacidad de respuesta.	7. No es realista para los usuarios esperar un servicio ágil y cortés de los empleados de estas empresas.	Los empleados no prestan un servicio rápido y ágil a sus usuarios.
	8. Los empleados no siempre tienen que estar dispuestos a ayudar a sus clientes.	Los empleados no siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes.
Seguridad	9. Los usuarios deberían tener confianza con los empleados de la empresa.	El comportamiento de los empleados transmite confianza a sus clientes.
	10. Los usuarios deben sentirse seguro de las ofertas enunciadas por los empleados de la empresa.	Los empleados se sienten seguros en sus transacciones con la empresa.
	11. Sus empleados deberían recibir el apoyo adecuado de estas empresas para desarrollar su trabajo.	Sus empleados reciben el apoyo adecuado de la empresa para desarrollar su trabajo.
Empatía	12. De estas empresas no se debe esperar que ofrezcan una atención individualizada a cada cliente.	No ofrece una atención individualizada a sus usuarios.
	13. De los empleados de estas empresas no se debe esperar una atención personalizada a sus clientes.	No ofrecen atención personalizada a sus usuarios.
	14. No se debe esperar de ellas que tenga horarios flexibles y adaptados a los diversos usuarios.	No tienen horarios adaptados y flexibles a los diversos tipos de usuarios.

Fuente: Parasuraman (1999)

Gestión de la Calidad del Servicio

La gerencia del servicio hace énfasis en el recurso humano que está en contacto directo con el cliente y juega un papel trascendental durante la prestación del servicio, es decir: todo el personal de la organización debe ser consciente de su compromiso ante el cliente. Enrique Muller de la Lama (2010), expone: “es un conjunto estructurado de estrategias y actividades orientadas a capacitar al personal que atiende clientes; siendo lo principal cumplir las expectativas de los mismos” (p. 37).

Por esta razón, la calidad de la gestión está íntimamente ligada con el capital humano de una organización. No puede haber calidad, si no hay calidad en las personas. Una organización con un recurso humano competente, y consciente de su compromiso con la calidad, puede destacarse como Poseedora de una muy significativa e importante ventaja competitiva. En este orden de ideas, Karl Albrecht (2006), expresa que “...uno de los elementos más fundamentales del modelo de gerencia de servicio es el triángulo del servicio” (p. 29).

Así mismo explica, El Triángulo de Servicio. (Ver Gráfico 1), tiene un papel fundamental en el análisis de los factores de éxito que ayuden a poner en práctica una iniciativa de servicio en cualquier tipo de organización. Es una forma de diagramar la interacción existente entre tres elementos básicos: estrategia de servicio, sistemas y el personal, los cuales deben interactuar adecuadamente entre sí para mantener un servicio con un alto nivel de calidad. El usuario, es el centro del modelo que obliga a que tanto los demás componentes del triángulo, como de la organización misma, se orienten hacia él.

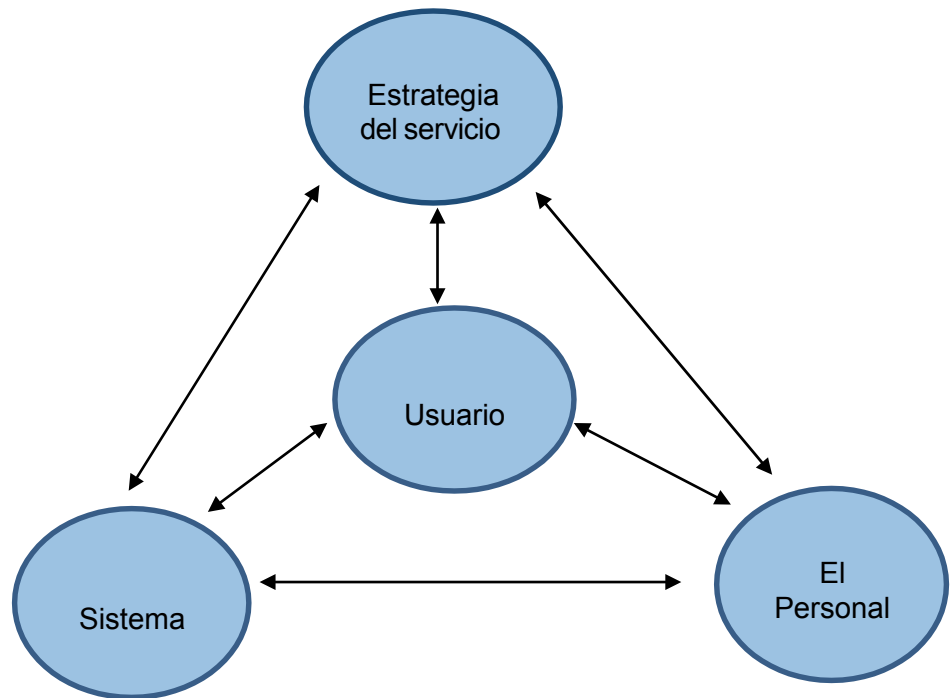


Figura 1. Triángulo de los servicios.

Fuente: Albrech (2006).

– *Estrategia del servicio*: Es la visión o filosofía que se utilice para guiar todos los aspectos de la prestación del servicio. Dicha estrategia tiene que ser capaz de crear las condiciones que propicien que el cliente colabore y sea una fuente de incremento de la eficiencia.

– *Usuario*: El servicio debe estar en función del cliente para satisfacer sus necesidades reales y expectativas. *Estrategia del servicio*: Es la visión o filosofía que se utilice para guiar todos los aspectos de la prestación del servicio. Dicha estrategia tiene que ser capaz de crear las condiciones que propicien que el cliente colabore y sea una fuente de incremento de la eficiencia.

– *Sistema*: Engranaje de mecanismos comunes que componen el todo y que lo hacen flexible ante la dinámica del entorno, por lo que deben ser diseñados de manera simple, rápida y a prueba de contingencias.

– *Personal*: Es el elemento más importante en el suministro del servicio por ser portadores vivos de la imagen de la organización, lo que requiere el diseño de políticas específicas para su administración. El triángulo del servicio es una forma de diagramar la interacción de estos tres elementos definitivos, que deben actuar conjuntamente para mantener un alto nivel de calidad del servicio.

En consecuencia, la aplicación de estos criterios de gestión a las diferentes academias de gastronomía de San Cristóbal, Estado Táchira, posibilita repensar la organización, para tener la capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios que día a día hacen uso de estas academias, ofreciendo un nivel de prestación de servicio que permita una competencia y que distinga a la empresa unas de otras.

Satisfacción del Usuario

Según Jurán (2000), se considera cliente a cualquier persona que recibe el producto o proceso o es afectado por él. (p.16). Es la fuente principal de información que permite a la empresa corregir o mejorar el producto que entrega, a fin de satisfacer sus necesidades y expectativas. Un cliente es alguien cuyas necesidades y deseos deben ser satisfechos por el negocio que la empresa administra. En ese mismo orden de ideas, Albrecht (2006), expone que "... el logro y el mantenimiento de un nivel de servicio superior que ofrezca cualquier organización o institución, se inicia de la comprensión y el contacto con el usuario" (p. 70). Desde este contexto, analizando la satisfacción como un concepto de servicio, se plantea que en el servicio prestado por una empresa están incluidas todas aquellas prestaciones, tanto de uso como socio-culturales; que hacen más ventajosa a los intermediarios la venta del producto y permiten conseguir a los consumidores la máxima satisfacción.

Ejemplo de ello, son todas las combinaciones de elementos físicos y recursos humanos que ofrecen un producto intangible que no se toca, no se coge, no se palpa y que generalmente no se experimenta antes de la compra, pero permite satisfacciones que compensan el dinero invertido en la realización de deseos y necesidades de los clientes. De la misma manera, Müller (2000), expone que “la calidad del servicio tiene que superar la expectativa del usuario” (p.43). Con base a lo expuesto por el autor, la calidad del servicio una vez que el usuario lo ha recibido, es igual al servicio que él había esperado.

Estos aspectos son percibidos por el empleado, y es éste quien debe mantener el servicio actualizado; estudiar los aspectos negativos y tomar medidas correctivas esenciales para la mejora del servicio, sin duda el usuario es quien detectará por alguna expresión o queja cualquier insatisfacción del servicio, o sea, que no cubra sus expectativas, el cual en la mayoría de los casos determina si es conveniente.

www.bdigital.ula.ve

Gerenciar

Es una de las actividades humanas más importantes en el contexto de las organizaciones, la situación política y económica de Venezuela ha hecho de la gerencia una función muy retadora en aras de alcanzar los objetivos de las organizaciones, de allí la importancia de estudiar los factores claves del éxito necesarios en los gerentes venezolanos para ser exitosos en su cometido. Gerenciar es una ciencia, el arte si se quiere de lograr el cumplimiento de objetivos a través de la gente, y por tratarse de una labor retadora, suelen requerirse ciertas habilidades para desempeñar efectivamente dicha labor.

De acuerdo al profesor Robert Katz (2004) en su artículo: “habilidades de un Administrador efectivo”, todos los gerentes requieren al menos de 3 habilidades gerenciales:

- *Habilidades conceptuales*: Permiten visualizar la organización como un todo, incluye habilidades de análisis, creatividad e iniciativa. Ayudan al gerente a identificar la causa de los problemas y no los síntomas, y a solucionarlos en beneficio de la organización.

- *Habilidades interpersonales o de relaciones humanas*: Es la habilidad de trabajar con la gente. Ayuda al gerente a entender, comunicarse, dirigir, motivar y desarrollar el espíritu de equipo.

- *Habilidades técnicas*: Corresponde a la habilidad de ejecutar un trabajo en particular.

Sin embargo, la cantidad en que estas habilidades son requeridas varía de acuerdo a los niveles de gerencia, y de una organización a otra.

Gestión Administrativa.

En este sentido, Palladino y Palladino (2008) plantean que:

La gestión incluye la acción y el efecto de administrar, de manera tal que se realicen diligencias conducentes al logro apropiado de las respectivas finalidades de las instituciones. Etimológicamente gestión es el conjunto de actuaciones integradas para el logro de objetivos a largo, mediano y corto plazo. La gestión es la acción principal de la administración, es un eslabón intermedio entre la planificación y los objetivos que se pretenden alcanzar. Radica en activar y promover la consecución de un mandato o encargo. En general, la gestión comporta entre otras, acciones administrativas, gerenciales, de política de personal, económicas, de planificación, programación, orientación y evaluación. (p. 9)

De acuerdo con el autor la gestión administrativa se entiende como un sistema abierto, flexible, dinámico y continuo, conformado por procesos, componentes, subcomponentes y principios de gestión que orientan, equilibran y hacen posible el desarrollo del currículo a través de la realización de acciones dentro de ciertas normas, valores y procedimientos que permiten viabilizar los diferentes procesos para que éstos se cumplan tal como lo

establece el marco legal, filosófico y teórico por el que se rigen las instituciones.

Desde la gestión administrativa se crean condiciones para prever, organizar, coordinar, controlar, monitorear y hacer seguimiento a los procesos que se generan en la ejecución de proyectos y acciones, racionalizando los recursos humanos, materiales y financieros, en atención a los objetivos formulados. En este sentido Eslava y Parra (2019) aseguran que este sistema es una herramienta que favorece el proceso gerencial evaluando los esfuerzos aplicados para lograr mejorar la calidad de los procesos y del producto o servicio, teniendo un efecto positivo en la reducción de los costos puesto que se corrigen esas actividades problemáticas, permitiendo así conocer la rentabilidad de los productos y/o servicios.

En el sistema educativo gastronómico, la gestión administrativa se apoya en las teorías y prácticas propias del campo de conocimiento de la acción culinaria y la administración de los recursos, bienes y técnicas en general y de la práctica culinaria en particular. Esta gestión se sustenta en la filosofía de la institución, la cual se refleja en la misión, visión y objetivos que la guían y, a partir de ellos, se determinan la estructura y funcionalidad de la organización como tal.

Administración Educativa.

La administración educativa se ha caracterizado por el uso de la teoría para explicar y predecir fenómenos en las organizaciones educativas. La administración es un medio notable para ejercer un verdadero impacto en la vida humana, y es que, si se parte del hecho de que la administración influye en su ambiente, quienes administran deben estar conscientes de que mucho pueden hacer para mejorar el medio en que se desenvuelven.

La administración es intangible, los resultados de la administración suelen pasar por inadvertido, y es solo cuando hay fracasos que se da cuenta que hubo mala administración, pero de cualquier manera es una fuerza invisible.

En lo concerniente a las academias de gastronomía utilizan la educación como parte de la administración de sus academias para el aporte integral de sus estudiantes para instruirlos y adiestrarlos bajo las normas culinarias.

Gastronomía

La gastronomía es el estudio del nexo que tienen los seres humanos con su alimentación en relación a su medio ambiente o entorno. Su nombre proviene del griego “gastros”, que significa “estómago o vientre” y “nomos” que significa “ley”. Muchas veces asociamos la gastronomía únicamente con el arte culinario y las características en torno a un restaurante, pero eso no es correcto porque esta área profesional y cultural no se limita exclusivamente a la preparación de platos en sí.

Un profesional de la gastronomía posee habilidades de un cocinero y entiende muchas áreas más, como la administración, por ejemplo. Es decir, la gastronomía estudia los diversos componentes que integran la relación con los alimentos desde el punto de vista cultural.

La gastronomía ha ofrecido una visión multidisciplinaria de la manera en que nos alimentamos a través de la historia. Desde que era una acción de supervivencia de raza, hasta el día de hoy que se ha convertido en un arte. El descubrimiento del fuego fue, sin duda, un punto de inflexión y un acontecimiento fundamental para disfrutar de los resultados evolutivos que tenemos hoy en día. El humano pasó de comer carne cruda a empezar a prepararla e ir un paso hacia adelante.

Las rutas comerciales que se abrieron entre Europa y Asia hace miles de años permitió a las culturas predominantes de esa época intercambiar y experimentar con nuevos ingredientes y costumbres. Según investigadores, el primer escalón importante de la gastronomía se dio en el antiguo Egipto. Esta civilización tenía grandes particularidades gastronómicas que se esparcieron e influenciaron en otras culturas cercanas.

En tiempos de la Revolución Francesa la gastronomía adquirió mucha fuerza cultural, cuando los platos e influencias de otros lugares comenzaron a estar presentes en el día a día del pueblo humilde. Este arte dejó de ser exclusivo de las clases más altas de la sociedad y empezó a aparecer en todos los niveles. Debido a la apertura de los restaurantes que, en su mayoría, eran asequibles para la población menos privilegiada.

En la actualidad contamos con diversas opciones y tendencias que cuentan con características propias. La aparición de un movimiento de concientización sobre la alimentación sana, la aparición de la obesidad como problema de salud mundial y la necesidad de consumir alimentos cada vez más saludables ha causado que la gastronomía evolucione.

La globalización ha permitido que casi en cualquier parte del mundo podamos encontrar las mezclas de diferentes culturas gastronómicas. En la India hay lugares de comida mexicana, en Europa existe un gran movimiento cultural asiático y en Latinoamérica hay importantes expresiones de costumbres culinarias traídas de Norteamérica y africana.

La Gastronomía como Carrera

Como casi cualquier actividad disciplinaria, la carrera de Gastronomía surge por la necesidad del entorno social y cultural. Dotar a las personas de las habilidades, conocimientos y competencias en el área de la gestión gastronómica fue una respuesta a las necesidades de una época.

Su nacimiento como profesión se remonta a los inicios de la Revolución Industrial y a la proliferación de la literatura gastronómica en obras de investigación de teoría y ensayo desde el año 1825. Si bien en esa época las universidades no ofrecían carreras o cursos sobre esta disciplina, los Chefs e investigadores gastronómicos eran muy respetados a nivel social.

En el siglo XX la cocina se vio influenciada por las empresas de alimentos precocidos y conservados y el desarrollo tecnológico de los medios de transporte. Todos estos factores, sumados al interés de las personas por profesionalizarse y certificarse académicamente, dieron paso al inicio de la Gastronomía como carrera.

Una persona que esté interesada en empezar una licenciatura, curso o diplomado en Gastronomía tiene un campo de acción prácticamente infinito, gracias a los movimientos culturales que existen en el mundo.

Además, hay opciones muy atractivas para innovar y agregarle valor a este arte. Estos profesionales culinarios se encargan de incorporar diversos elementos culturales gracias a sus conocimientos sobre la historia y el papel desempeñado por la comida en nuestra sociedad, estudiar esta carrera, en el campo laboral se abrirá la posibilidad de trabajar en muchas opciones de empleo distintas, como:

Chef.

- Encargado o dueño de una pastelería.
- Empresario o dueño de negocios de comida rápida.
- Gerente en producción de alimentos y bebidas.
- Dirección de protocolos de servicios de alimentos.
- Crítico culinario, consultor o investigador gastronómico.
- Dirección de eventos culinarios.
- Sommelier, barista e incluso bartender.

Este arte tiene mucho más que ofrecerle a una persona que ser un Chef o encargado de cocina. Sus características le permiten involucrarse en procesos de producción, dirección o gestión de alimentos. Una de las

ventajas más importantes de la gastronomía es que abre puertas laborales en todo el mundo. El graduado en esta carrera estará habilitado para trabajar en todo tipo de restaurantes, hoteles o trabajar con un emprendimiento propio con un espectro de posibilidades muy amplio, tanto en su región como en cualquier sitio del mundo. El cliente gastronómico empezó a ser mucho más cosmopolita y la atención comenzó a focalizarse hacia la comida como elemento.

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:

a) 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.

b) 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).

En esta institución se aspira poder acompañar el crecimiento y desarrollo que goza la región, desde su aula de cocina Gourmet, equipada con alta tecnología para el desarrollo técnico demostrativo de cada clase. Los egresados del Centro Venezolano de Capacitación Gastronómica están capacitados para realizar comidas complejas con sus bebidas adecuadas. Un servicio de primera, conocimientos del vocabulario técnico, así como los valores nutricionales, costos, HACCP, y desarrollar recetas estándar de cada uno de los platos que integran el menú.

c) 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.

d) 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.

La gastronomía es una actividad económica importante para la región por su relación con el sector productivo y el sector servicios, pero también por sus implicaciones en las representaciones sociales en torno a la región.

Es un momento de transformación donde juega un papel central la oferta gastronómica de la región, por lo que los cambios en las representaciones sociales de la gastronomía podrían implicar también cambios en las representaciones sociales más amplias y en los sectores que de alguna manera se encuentran interrelacionados.

Bases Legales

A nivel nacional, las academias gastronómicas están reguladas y controladas por el Ministerio de Poder Popular para la Educación; de ahí, que en cada academia gastronómica se rigen bajo las siguientes Leyes y Decretos:

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, Publicada en Gaceta Oficial del jueves 30 de diciembre de 1999, Número 36.860 en sus artículos:

Artículo 102. La educación es un derecho humano y un deber social fundamental, es democrática, gratuita y obligatoria. El Estado la asumirá como función indeclinable y de máximo interés en todos sus niveles y modalidades, y como instrumento del conocimiento científico, humanístico y tecnológico al servicio de la sociedad.

La educación es un servicio público y está fundamentada en el respeto a todas las corrientes del pensamiento, con la finalidad de desarrollar el potencial creativo de cada ser humano y el pleno ejercicio de su personalidad en una sociedad democrática basada en la valoración ética del trabajo y en la participación activa, consciente y solidaria en los procesos de transformación social, consustanciados con los valores de la identidad nacional y con una visión latinoamericana y universal. El Estado, con la participación de las familias y la sociedad, promoverá el proceso de

educación ciudadana, de acuerdo con los principios contenidos en esta Constitución y en la ley.

En la Constitución se encuentra el **Artículo 103**.

Toda persona tiene derecho a una educación integral de calidad, permanente. El Estado creará y sostendrá instituciones y servicios suficientemente dotados para asegurar el acceso, permanencia y culminación en el sistema educativo. La ley garantizará igual atención a las personas con necesidades especiales o con discapacidad y a quienes se encuentren privados o privadas de su libertad o carezcan de condiciones básicas para su incorporación y permanencia en el sistema educativo. Las contribuciones de los particulares a proyectos y programas educativos públicos a nivel medio y universitario serán reconocidas como desgravámenes al impuesto sobre la renta según la ley respectiva.

Las academias o escuelas de cocina deben solicitar permisos ante el Ministerio de Educación para impartir clases de cocina.

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° Gaceta Oficial Número 36.081, Normas para la Manipulación de Alimentos.

A través de esta resolución se establece la normativa general de funcionamiento para todas las empresas que manipulen alimentos y se definen las competencias de las autoridades, normativas de localización y accesos, higienes, distribución de desechos, distribución de la estructura física: áreas de elaboración, normas de manipulación de los alimentos aplicación de controles, inspección y fiscalización. El fiel cumplimiento de esta resolución permitirá prestarle un servicio de calidad al usuario. Su cumplimiento se traduce en la satisfacción del usuario y la fidelidad del cliente así como la calidad de los procesos de elaboración de alimentos.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

En el desarrollo del presente capítulo se determina la metodología a seguir para el cumplimiento de los objetivos de esta investigación, entendiendo según Zorrilla y Torres (2004) que la metodología: "... representa la manera de organizar el proceso de la investigación, de controlar sus resultados y de representar posibles soluciones a un problema que conlleve a la toma de decisiones...". (p. 28). En tal sentido, en este capítulo se muestra la metodología o cada uno de los pasos utilizados durante el proceso en la investigación, tales como: nivel y diseño de la investigación, población, muestra, recolección de datos, procesamiento de datos y análisis de resultados.

Según Hurtado (2010), en el campo de la investigación, la metodología "es el área del conocimiento que estudia los métodos generales de las disciplinas científicas" (p. 97). Esta fase encierra el tipo de investigación, diseño metodológico y el contexto del estudio, se especifican los sujetos de la investigación, las técnicas e instrumentos que permiten recopilar la información, así como el procesamiento de los datos.

Asimismo, Palella y Martins (2012) expresan "el método es la manera, el camino que se sigue para lograr un fin. En la investigación, el método implica la elaboración de un plan y la selección de las técnicas más idóneas para su desarrollo" (p. 79).

Naturaleza de la Investigación

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 y 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).

Este paradigma se fundamenta en el positivismo como lo plantea Palella y Martins (2012), lo cual “percibe la uniformidad de los fenómenos, aplica la concepción hipotética-deductiva como una forma de acotación y predica que la materialización del dato es el resultado de procesos derivados de la experiencia” (p. 40). Esto en función a la aplicación de instrumentos para la recolección de datos que consecutivamente se codifican, tabulan y analizan para puntualizar conclusiones.

Tipo de Investigación

Arias (2006), señala que en un estudio pueden identificarse diversos tipos de investigación, existiendo muchos modelos y diversas clasificaciones, sin embargo, independientemente de la clasificación utilizada “todos son tipos de investigación, y al no ser excluyentes, un estudio puede ubicarse en más de una clase” (p. 23). Cuanto al tipo de investigación, existen muchos modelos y diversas clasificaciones. Hay diferentes tipos de investigación, los cuales se clasifican según distintos criterios. El criterio empleado en este estudio para establecer el tipo de investigación es de acuerdo al nivel y el diseño.

Según el nivel de investigación, es decir, el grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio, 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).

La investigación analítica implica la reinterpretación de lo analizado en función de algunos criterios, dependiendo de los objetivos del análisis. La investigación analítica consiste en el análisis de las definiciones relacionadas con el tema, para estudiar sus elementos detalladamente y poderlas comprender con mayor profundidad. En este estudio, la investigación analítica tiene como propósito desglosar cada elemento para determinar como es la calidad de la gestión administrativa de la en la formación profesional de las instituciones de gastronomía del estado Táchira, mediante un enfoque cuantitativo.

Ante esta imperiosa necesidad de formar el recurso humano a nivel profesional para la actividad gastronómica, se realiza un análisis de la oferta educativa en el sector público existente en el país para determinar la congruencia en su propuesta curricular.

Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación se refiere según Palella y Martins (2012) a "la estrategia que adopta el investigador para responder al problema, dificultad o inconveniente planteado en el estudio" (p. 95). De igual manera, es considerado como el procedimiento a seguir por el investigador para dar respuesta a las cuestiones formuladas.

Por tanto, para Hernández (2003) "el diseño señala al investigador lo que debe hacer para alcanzar sus objetivos de estudio, contestar las interrogantes que se ha planteado y analizar la certeza de la hipótesis planteada en un contexto particular" (p. 63). Es así como en atención a la problemática expuesta, el diseño de la investigación es no experimental, el cual según Palella y Martins (2006):

Es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observan los hechos tal y como se presentan en un contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. Por lo tanto, en este diseño no se construye una situación específica sino que se observan las que existen. Las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, lo que impide influir sobre ellas para modificarlas. (p. 96).

Según el diseño de investigación, es decir, la estrategia adoptada para responder al problema planteado, el estudio se ubicó como una investigación de campo. Según la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2006), la investigación de campo, es aquella que se refiere a:

Análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques conocidos o en desarrollo (p. 14).

Según Arias (2006) una investigación de campo “consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna” (p. 31). Por lo tanto, este estudio se enmarcó en una investigación de campo, ya que los datos fueron extraídos en forma directa de la realidad y por el propio investigador, a través del uso de instrumentos para recolectar la información.

Lo planteado permite evidenciar que la investigación se realizará sobre situaciones reales del contexto educativo, para lo cual se recolectó la información en forma directa de los participantes de la investigación, favoreciendo el trabajo del investigador ya que él se encuentra inmerso en el contexto de estudio. Facilitándosele además, las labores inherentes al estudio. Se fue directamente a las instituciones de formación gastronómica

de la ciudad de San Cristóbal donde se recopiló información.

Para lograr este diseño, se busca dar respuesta a los objetivos específicos de la investigación a través de las siguientes fases: Fase de Exploración: En esta fase se desarrollará y orientará el logro del objetivo relacionado con el diagnóstico o indagación sobre la calidad de la oferta que hacen en las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira a las personas que desean formarse en el arte culinaria.

Así como Consultar la demanda que existe en la actualidad en las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira. Una fase de descripción de elementos destacados en la gestión administrativa de cada uno y finalmente una fase de análisis y comparación de las realidades en las diferentes instituciones de formación gastronómica.

Población y Muestra

En toda investigación, es necesario determinar en qué o con quienes se va a realizar un evento, es decir, en cuál y cuáles seres se manifiesta la situación a estudiar; estos seres son las unidades de estudio.

La unidades de estudio Según Hurtado (2006) “son las entidades (personas, objetos, regiones, instituciones, documentos, plantas, animales, productos...) que poseen el evento de estudio” (p. 140)

El conjunto de seres que poseen las características o evento a estudiar y que se enmarcan dentro de los criterios de inclusión conforman la población. En algunos casos la población es tan grande o inaccesible que no se puede estudiar toda, entonces el investigador tendrá la posibilidad de seleccionar una muestra. El muestreo no es un requisito indispensable de toda investigación, eso depende de los propósitos del investigador, el contexto y las características de sus unidades de estudio.

Población

En relación a la Población Balestrini (2006), expresa que “una población puede estar referida a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características, o una de ellas y para el cual serán validadas las condiciones obtenidas en la investigación” (p. 122). De igual manera, se puede obtener información y sobre las que se van a generar conclusiones.

Es por ello que Palella y Martins (2010), establecen que la población “Es el conjunto de unidades de las que se desea obtener información y sobre las que van a generar conclusiones. La población puede ser definida como el conjunto finito o infinito de elementos, personas o cosas pertinentes a una investigación y que generalmente suelen ser inaccesible” (p. 105). En este estudio en particular la población está representada por 30 participantes en la formación de estudios gastronómicos.

A los efectos del estudio, se observará las con profundidad los cuestionarios cerrados a los participantes de las academias en mención de la investigación., existen dos (2) actores fundamentales como lo son: los usuarios del servicio de gastronomía, llamados estudiantes, los instructores, que son los prestatarios del servicio.

En tal sentido se conviene en determinar dos (2) poblaciones de estudio a fin de tomar en cuenta la opinión de cada población, siendo identificadas de la siguiente manera: *Población A* Conformada por las autoridades de las academias gastronómicas, tales como: el Director o Administrador, Chef, Instructores representantes de las escuelas de gastronomía de San Cristóbal del estado Táchira, los cuales se especifican en el cuadro 2; y *Población B* estudiantes que son los usuarios de las escuelas gastronómicas de San Cristóbal, cuadro 3

Cuadro 2

Población A. Autoridades de las Academias Gastronómicas de San Cristóbal

Descripción de las Unidades	Cantidad
El Director de la academia gastronómica	4
Administrador de la academia gastronómica	2
Chef (instructor) de la academia gastronómica	4
Instructores de la academia gastronómica	2
Total de la población "A"	12

Fuente: El Autor (2020)

Población B. Identificada como usuarios o estudiantes, constituida por los 30 participantes de las empresas gastronómicas que laboran en San Cristóbal, tomando en consideración que cada empresa posee un promedio de 7 estudiantes, las cuales son reflejadas en la matrícula P.I. 9/P.I. 10, registrada por las academias.

Cuadro 3

Población "B". Estudiantes – Usuarios de las Academias Gastronómicas de San Cristóbal

Descripción de las Unidades	Cantidad
Usuarios de las academias gastronómicas	30

Fuente: El Autor (2020)

Muestra

En relación a la muestra, según Hernández, Fernández y Baptista (2006), la muestra "es en esencia un subgrupo de la población. Digamos que

es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características a la que llamamos población” (P.240). De igual manera en opinión de Bavaresco (2004), la muestra es considerada “...como un subconjunto de la población con la que se está trabajando” (p.94).

En este sentido para efectos del estudio, se debe tomar una muestra que represente lo mejor posible a los subgrupos naturales, en este caso estarán conformados por los mismos participantes ya mencionados. Con relación a la muestra no será necesario extraerla puesto que la población es finita, al respecto, Palella y Martins (2006) aducen: “... en el caso de poblaciones pequeñas se impone la selección de todos los sujetos” (p. 116).

Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos

Una vez definido el evento y sus indicios, así como las unidades de estudio, es necesario que el investigador seleccione las técnicas y los instrumentos mediante los cuales obtendrá la información necesaria para llevar a cabo la investigación. Es por ello que, Hurtado (2010), establece que las técnicas “tiene que ver con los procedimientos utilizados para la recolección de los datos, es decir, el cómo. Estas pueden ser de revisión documental, observación, encuesta y técnicas sociométricas, entre otras” (p. 153).

Por su parte, Palella y Martins (2006), expresan que “Un instrumento de recolección de datos es un principio, cualquier recurso del cual pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información” (p.137). De igual manera, Hurtado (2010), establece que los instrumentos “representan la herramienta con la cual se va a recoger, filtrar y codificar la información, es decir, el con qué. Los instrumentos, pueden estar ya elaborados e incluso normalizados, como es el caso de los test y algunas escalas.

Sin embargo, si se trata de eventos poco estudiados, puede ser necesario que el investigador elabore sus propios instrumentos, y éstos pueden ser listas de cotejo, escalas o cuestionarios, entre otros. En algunas áreas del conocimiento se requiere de instrumentos de medición mecánicos o electrónicos, dependiendo del evento estudiado.

En cada instrumento concreto pueden distinguirse dos aspectos diferentes: una forma y un contenido. La forma del instrumento se refiere al tipo de aproximación que se establece con lo empírico, a las técnicas utilizadas para lograrlo. El contenido queda expresado en las especificaciones de los datos concretos que es necesario conseguir, por lo tanto mediante una serie de ítems (indicadores) expresados en forma de pregunta o de afirmaciones.

La investigación se apoyó en un cuestionario aplicado a los docentes (instructores culinarios) denominado Población “A” y otra denominada Población “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, que la define Villegas (2010) de la manera siguiente:

...se utilizan para cuantificar las impresiones que se obtienen a partir de la observación y exigen juicios cuantitativos sobre el grado o intensidad de la conducta. En esencia, consiste en un conjunto de características o comportamientos a observar y valorar de acuerdo con algún tipo de jerarquía. (p. 146)

Validez del Instrumento

La Validez es un requisito imprescindible para determinar si el instrumento mide realmente lo que se pretende medir, en relación directa con el objeto del instrumento; de esta manera, para García (2005), “la validez está determinada en la medida en que los resultados concuerden con la riqueza de la realidad que se estudia, así como su poder de explicación y predicción.” (p. 32).

Por tanto, la validez se verifica a través de expertos en la materia, quienes revisarán exhaustivamente a los instrumentos de investigación antes de ser aplicados, con el fin de evitar errores. Por su parte, Palella y Martins (2006), hacen referencia que la validez de un instrumento se define “Como la ausencia de sesgos, representa la relación entre lo que se mide y aquello que realmente se quiere medir”.

En conclusión, el instrumento será validado mediante la técnica del juicio de experto, que consiste en entregarle a tres expertos (siempre números impares) en la materia objeto de estudio y en metodología y/o construcción de instrumentos un ejemplar del (los) instrumento (s) con su respectiva matriz de respuesta acompañada de los objetivos de la investigación, el sistema de variables y una serie de criterios para calificar las preguntas. Los expertos revisarán el contenido, la redacción, relación con los objetivos, relación con las categorías, y relación con el tema de estudio, se harán recomendaciones para que el investigador efectúe las debidas correcciones, en los casos que se indique.

Confiabilidad del Instrumento

Se puede definir como la estabilidad o consistencia de los resultados obtenidos; es decir, se refiere al grado en que la aplicación repetida del instrumento, al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados. Es por

ello, que Palella y Martins (2006), exponen “la confiabilidad es la ausencia de errores aleatorio en un instrumento de recolección de datos”, de igual manera la confiabilidad del instrumento se debe a diversos factores que la afectan, dos de ellos son el número de preguntas de los cuestionarios y la muestra de usuarios sobre la que se calcula la estimación de la confiabilidad.

En resumen, un instrumento es confiable cuando, aplicado al mismo sujeto en diferentes circunstancias, los resultados o puntuaciones obtenidos son aproximadamente los mismos. Para Hernández, Fernández y Baptista (2016), destacan que la fiabilidad está relacionada con si el instrumento mide bien aquello que está tratando de medir. Es decir, nos refiere a la consistencia de la medida.

Asimismo, se debe resaltar que la fiabilidad posee dos componentes fundamentales: la consistencia interna (grado en que los distintos ítems del instrumento miden la misma cosa) y la estabilidad temporal (grado en que un instrumento arroja el mismo resultado en varias mediciones sobre el mismo objeto).

Para llevar a cabo la fiabilidad del instrumento de los estudiantes se aplicará una prueba piloto a 10 participantes de forma aleatoria, estos perteneciente a otra institución, pero con características similares a la institución que sería aplicado el instrumento final.

Procedimiento para la Recolección de Datos

Para cumplir con este proceso el autor de esta investigación realizó las siguientes actividades:

- Reunir a los sujetos de estudio.
- Explicación del objetivo de la investigación.
- Aplicación del instrumento, previa explicación de las instrucciones para dar respuesta al cuestionario.

Técnica de Análisis de Datos

El análisis de la información necesaria para darle respuesta a una investigación, para ello según Palella y Martins (2006) “es necesario analizar los datos recabados y convertirlos en conclusiones. Los datos se clasifican, por su naturaleza, en dos grandes grupos, según su procedencia: datos primarios y datos secundarios” (p. 185).

En función a lo que plantean los autores, los datos primarios son aquellos que se obtienen directamente de la realidad misma, sin sufrir ningún proceso de elaboración previa. En otras palabras, son los que el investigador recoge por sí mismo, en contacto con la realidad. Los datos secundarios son registros escritos que proceden también de un contacto con la práctica, pero que ya han sido recogidos, y muchas veces procesados, por otros investigadores.

Es por ello, que para establecer el análisis, resultados y conclusiones de la presente investigación, la cual se enfoca en el paradigma cuantitativo se implementará el análisis estadístico, el cual se realizará una vez recogido los valores que toman las variables del estudio (datos); según Palella y Martins (2012), este “permite hacer suposiciones e interpretaciones sobre la naturaleza y significación de aquellos datos en atención a los distintos tipos de información que puedan proporcionar” (p. 188).

Cuadro 4.

Operacionalización de las Variables. Población A. Autoridades de las Academias Gastronómicas de San Cristóbal

Objetivo	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Encuesta	Población / Item	
						A	A
Conocer la calidad de la oferta que hacen en las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira.	Percepción sobre la calidad de la oferta ofrecida	Son las maneras como se percibe la calidad del servicio prestado en la academia gastronómica	Variables demográficas	Genero	Cuestionario	12	1
				Nivel educativo			2
				Edad			3
				Función que desempeña en la academia.			4
			Calidad del servicio de los Elementos tangibles	Existencia de equipos de cocina de alto nivel			5
				Limpieza de las instalaciones físicas			6
				Disponibilidad de una cocina cómoda y atractiva			7
				Disponibilidad de servicios de baños higiénicos			8
				Comodidad de la sede de la academia			9
				Información suministrada por la academia a sus alumnos			10
				Satisfacción del servicio recibido			11

Reconocimiento

Cuadro 4 (cont.)

Objetivo	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Encuesta	Población / Ítem	
						A	A
Identificar la demanda que existe en la actualidad en las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira.	Percepción sobre la demanda de las instituciones gastronómicas		Fiabilidad	Interés en la solución de problemas	Cuestionario	12	12
				Cumplimiento de la normativa interna de la academia			13
				Cumplimiento de las normas de control de alimentos			14
				Cumplimiento del servicio ofrecido			15
			Capacidad de repuesta	De parte de las autoridades			16
				En la solución de problemas			17
				Prestación del servicio rápido y oportuno			18
			Seguridad	Existencia de un sistema de vigilancia interna y normativa de seguridad			19
				Aplicación de controles al ingresar al sitio de cocina			20
				Control de revisión de equipajes			21

Fuente: Elaboración propia (2020)

Reconocimiento

Cuadro 5.**Operacionalización de las variables. Población B. Estudiantes – Usuarios de las Academias Gastronómicas de San Cristóbal**

Objetivo	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Encuesta	Población / Ítem	
						B	B
Explicar los elementos destacados en la gestión administrativa de cada uno de los institutos de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira.	Expectativas de los usuarios sobre la gestión administrativa del Servicio ofrecido	Es la gestión gerencial que esperan los usuarios por el servicio ofrecido en institutos de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira.	Empatía	Atención personalizada por parte de las Autoridades de la academia	Cuestionario	30	1
				Atención a las necesidades gastronómicas de los usuarios del servicio.			2
				Atención a las necesidades de actualización del mercado gastronómico.			3
			Elementos tangibles	Existencia de equipos de cocina de alto nivel			4
				Limpieza de las instalaciones físicas			5
				Disponibilidad de una cocina cómoda y atractiva			6
				Disponibilidad de servicios de baños higiénicos			7
				Comodidad de la sede de la academia			8
				Información suministrada por la academia a sus alumnos			9
				Satisfacción del servicio recibido			10

Reconocimiento

Cuadro 5 (cont.)

Objetivo	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Encuesta	Población / Ítem	
						B	B
			Fiabilidad	Interés en la aplicación de técnicas gerenciales para la solución de problemas	Cuestionario	30	11
				Cumplimiento de la normativa interna de la academia			12
				Cumplimiento de las normas de control de alimentos.			13
				Cumplimiento del plan operativo de la academia gastronómica			14
			Capacidad de repuesta	Por parte de las autoridades			15
				En la solución de problemas administrativos a los usuarios.			16
			Elementos gerenciales	Existencia de un sistema de planificación gerencial.			17
				Control de la planificación por parte de las autoridades.			18

Fuente: Elaboración propia (2020)

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En el presente capítulo se presentan los análisis e interpretaciones de los resultados obtenidos del proceso de investigación en función de cada objetivo específico planteado, tomando en cuenta las variables, dimensiones e indicadores relacionados producto de la aplicación de los instrumentos a los dos (02) poblaciones en estudio como son: las Autoridades (Población A), y los usuarios (Población B), de las academias gastronómicas de San Cristóbal del estado Táchira. Los resultados se presentan en gráficos de porcentajes atendiendo a las dimensiones e indicadores presentados en la operacionalización de las variables de estudio.

Al analizar los resultados, se pueden comparar las discrepancias entre las expectativas y percepciones en cada una de las dimensiones estudiadas; cuando las expectativas son iguales a las percepciones, la calidad del servicio es considerada como satisfactoria, por el contrario, cuando las expectativas son superiores a las percepciones se considera que existe déficit o falta de calidad en los servicios prestados y, por último, cuando las expectativas son inferiores a las percepciones se está en presencia de un derroche o exceso de calidad en el servicio que prestan estas academias gastronómicas.

Percepción de la Población A

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.

I Parte: Dimensión: Variables Demográfica.

Cuadro 6

Indicador 1.- Género. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Femenino		Masculino	
	f	%	f	%
¿Diga el Sexo?	5	41,6	7	58,3

Fuente: Instrumento aplicado.

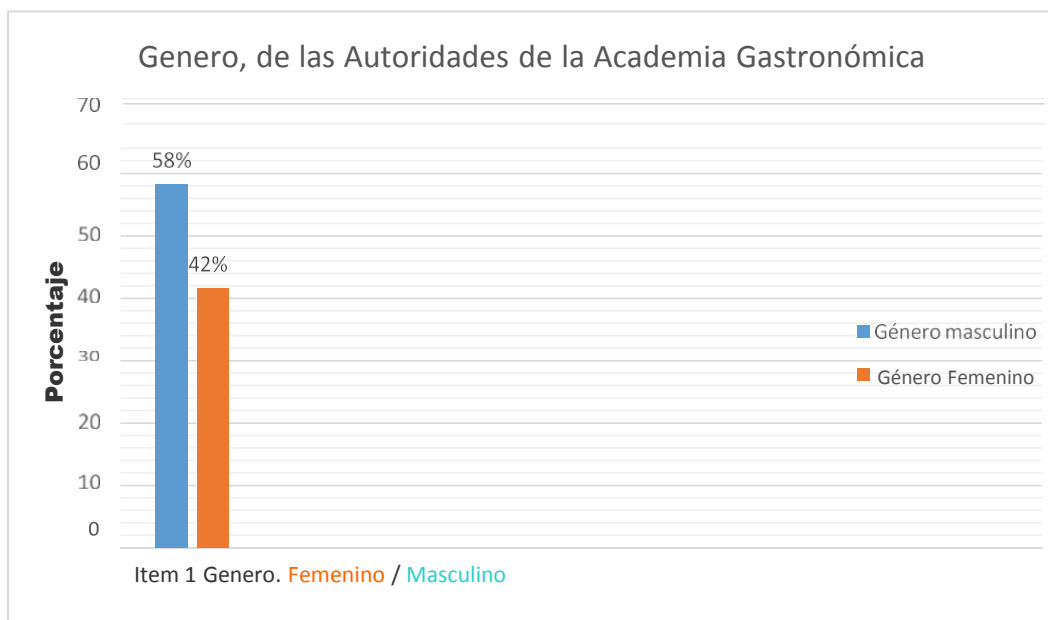


Gráfico 1. Género de la población A.

El gráfico 1, expone que el 42% de las Autoridades de las academias gastronómicas es de género femenino y el 58% 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.

Cuadro 7

Indicador 2.- Nivel Educativo. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Bachiller		Técnico Medio		Técnico Universitario		Universitario	
	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Posee alguna de esta profesión?	0	0	2	16,6	4	33,3	6	50

Fuente: Instrumento aplicado.

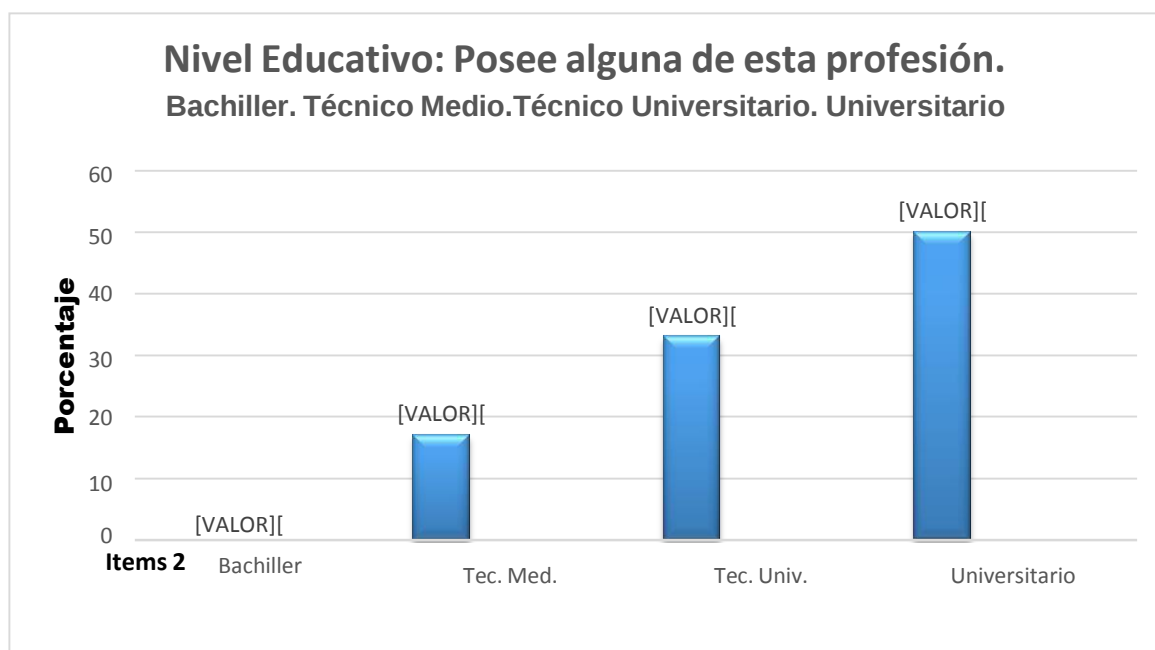


Gráfico 2. Nivel educativo de la población A

Del gráfico 2, se puede deducir que el 17% de las Autoridades tienen títulos de Técnicos Medios, el 33% tienen estudios a nivel de Técnico Superior y un 50% 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.

Cuadro 8

Indicador 3.- Edades. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	20 - 25 años		26 – 29 años		más de 30 años	
	f	%	f	%	f	%
¿Uds. está en la edad comprendida de?	3	25	4	33,3	5	41,6

Fuente: Instrumento aplicado.

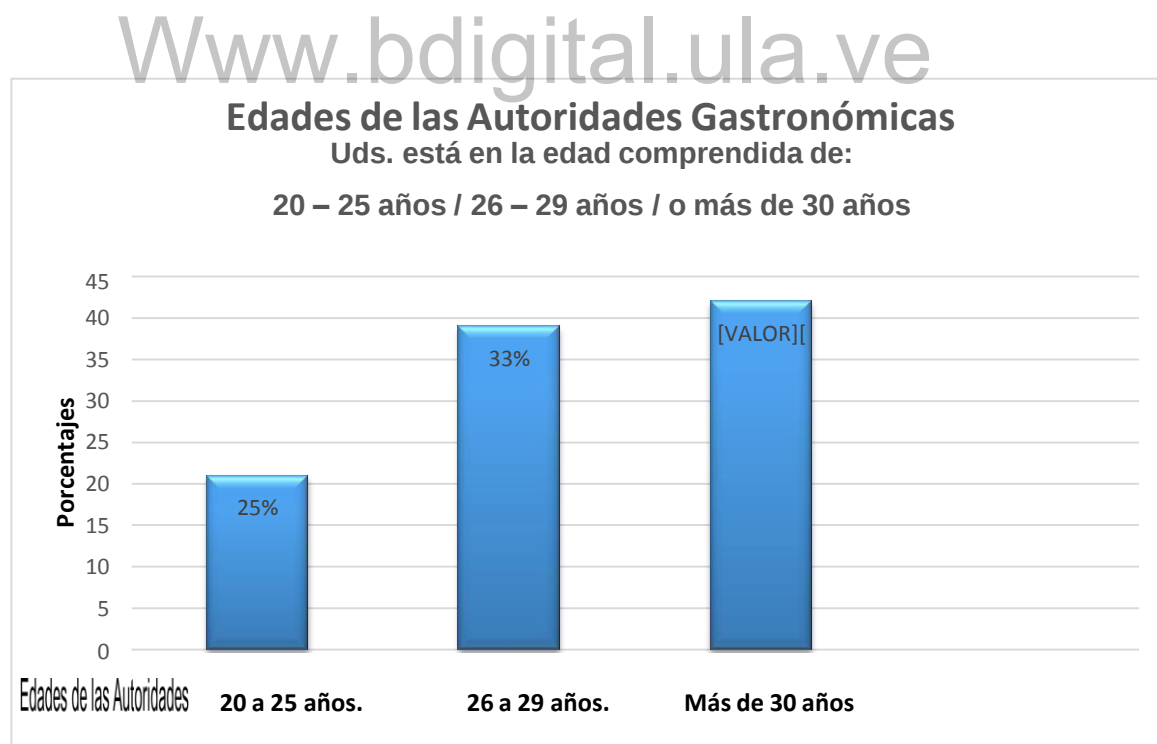


Gráfico 3. Edad de la población A.

De los resultados que se pueden apreciar en el gráfico 3, se desprende que la mayoría de las autoridades son mayores de 30 años, solo el 25 % 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.

Cuadro 9

Indicador 4.- Función que Desempeña en la Academia Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Gerente		Personal Administrativo		Personal Obrero		Chef		Ayudante	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Función que desempeña en la Academia culinaria.	1	8,3	1	8,3	2	16,6	4	33,3	4	33,3

Fuente: Instrumento aplicado.

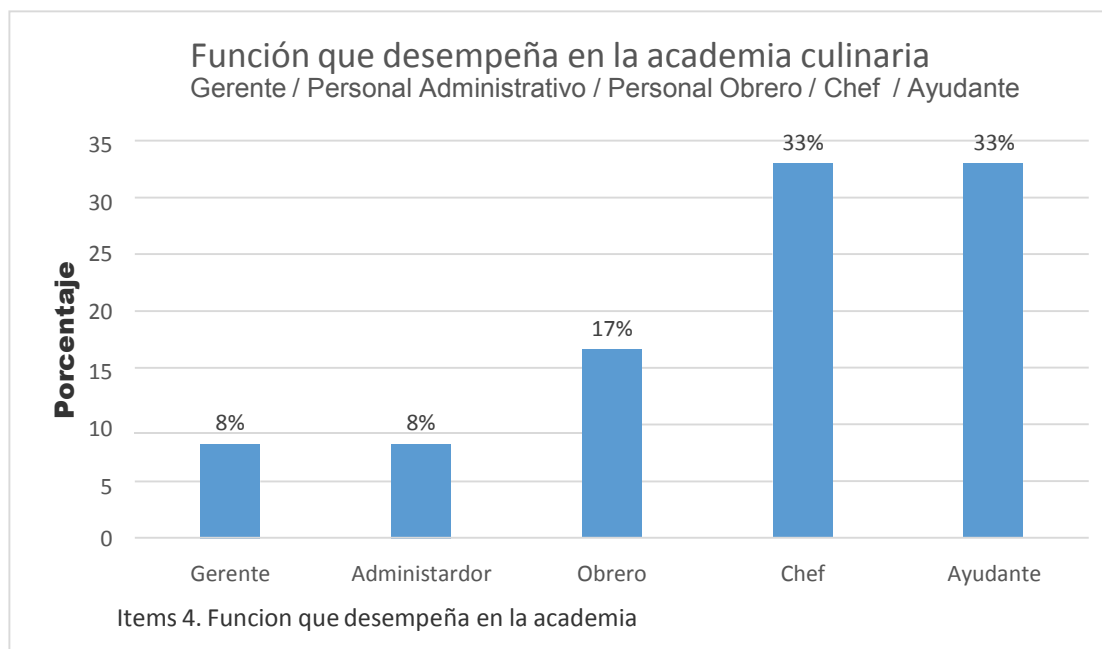


Gráfico 4. Función que desempeña en la academia de la población A.

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, también indica el Gráfico 4, que 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.

II Parte: Dimensiones de la Calidad del Servicio de los Elementos Tangibles.

Calidad del servicio. 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.

Cuadro 10

Indicador 5.- Existencia de Equipos de Cocina de Alto Nivel Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Existen equipos de cocina de alto nivel?	4	33,3	5	41,6	2	16,6	1	8,3	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

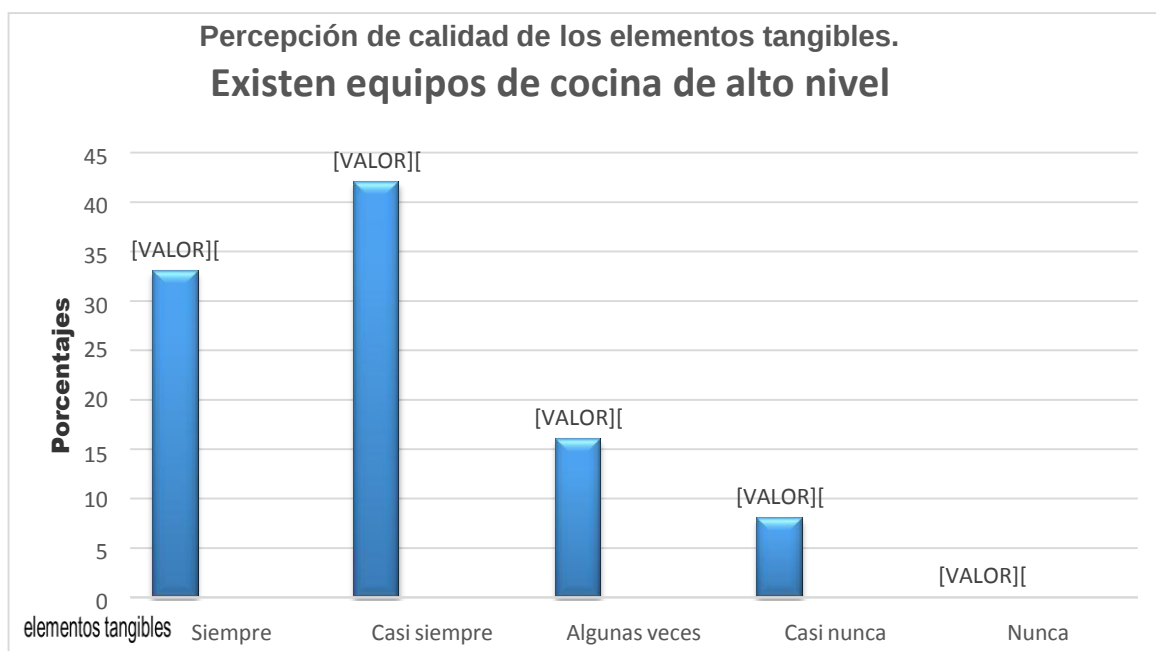


Gráfico 5: Existencia de equipos de cocina de alto nivel

En el gráfico 5, se muestran los resultados correspondientes a la dimensión calidad de servicio de los elementos tangibles, aplicadas en el cuestionario a las autoridades de una cantidad de entrevistados de doce (12) manifiestan que, los elementos “Existencia de equipos de cocina de alto nivel”, en un 42% 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% indican que casi siempre, esta respuesta obedece a que los equipos de alta gama son onerosos y los presupuestos de las academias son regulados. El 16 % 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% de las autoridades dicen que casi nunca esto es producto que algunas academias no se han actualizado en sus enseñanzas.

Cuadro 11

Indicador 6.- Limpieza de las instalaciones físicas. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Se realiza la limpieza de las instalaciones físicas?	5	41,6	6	50	1	8,3	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

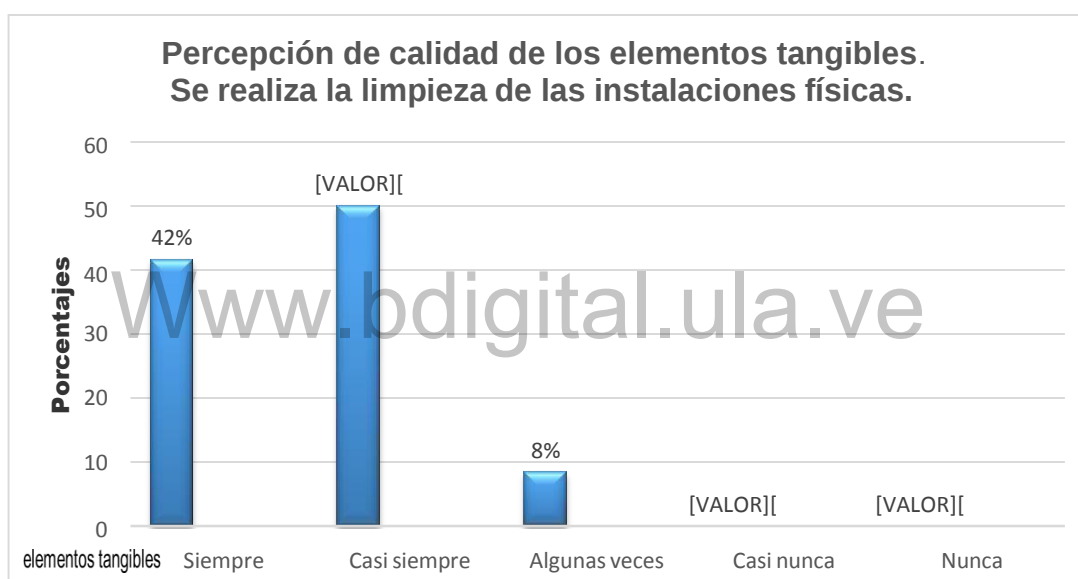


Gráfico 6: Limpieza de las instalaciones físicas.

En el gráfico 6, se muestran los resultados correspondientes a la dimensión Elementos Tangibles, aplicadas en el cuestionario a las autoridades de una cantidad de entrevistados de doce (12). Estos manifiestan del elemento tangible “Limpieza de las instalaciones físicas” de la siguiente manera: El 42% 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% 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% 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.

Cuadro 12

Indicador 7.- Disponibilidad de una Cocina Cómoda y Atractiva. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Disponibilidad de una cocina cómoda y atractiva?	6	50	6	50	0	0	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

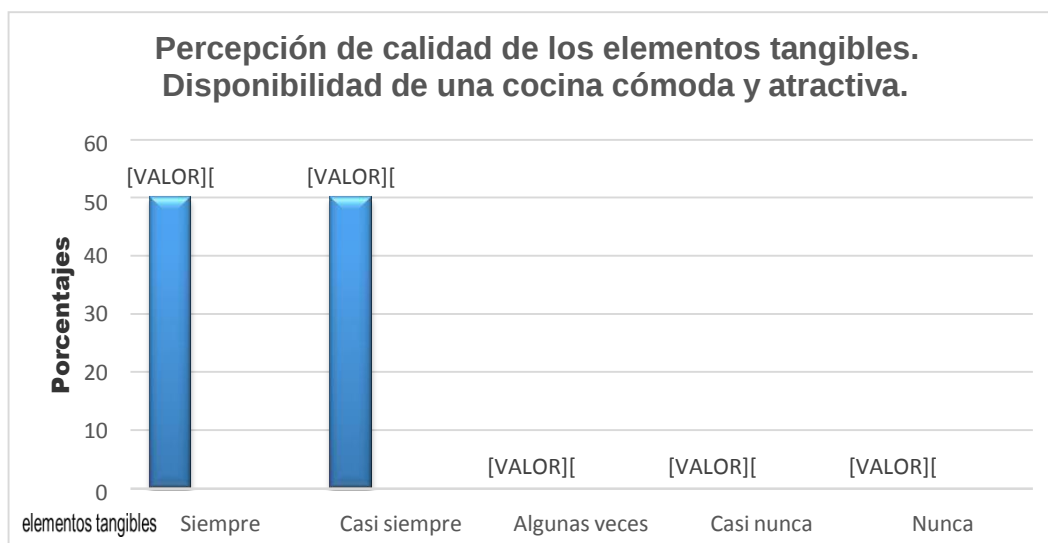


Gráfico 7: Disponibilidad de una cocina cómoda y atractiva.

En el gráfico 7, se muestran los resultados correspondientes a la dimensión Elementos Tangibles, aplicadas en el cuestionario a las autoridades de una cantidad de entrevistados de doce (12). Este elemento tangible “Disponibilidad de una cocina cómoda y atractiva” se evidencia que las autoridades en 50 % y 50% 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.

Cuadro 13

Indicador 8.- Disponibilidad de Servicios de Baños Higiénicos. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Hay Disponibilidad de servicios de baños higiénicos?	6	50	4	33,3	2	16,6	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

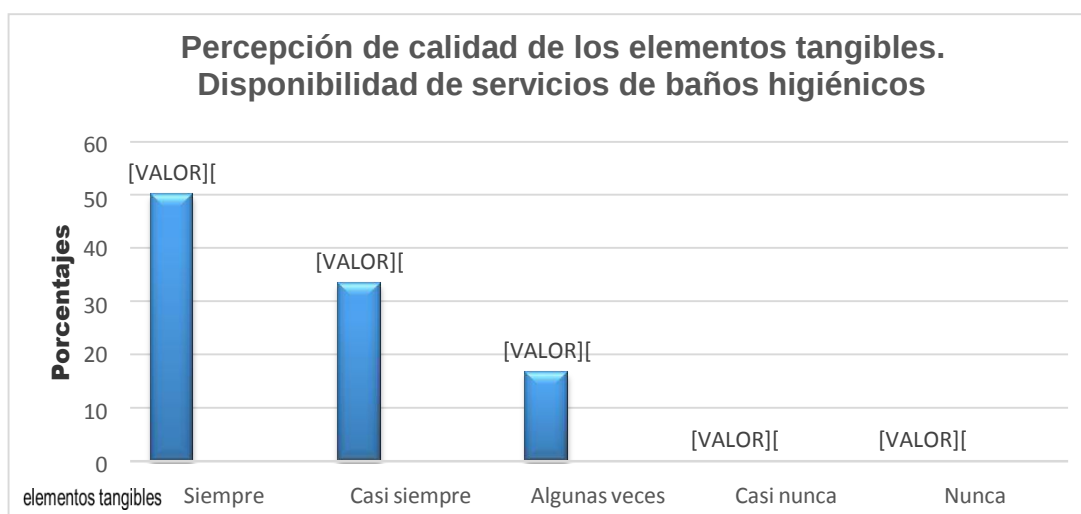


Grafico 8. Disponibilidad de servicios de baños higiénicos.

Todo este indicador “Disponibilidad de servicios de baños higiénicos” según el 50% de las autoridades siempre están en buena calidad de aceptación, que cumple con los parámetros de higiene para los usuarios. Otro 33% de las autoridades dice que las condiciones higiénicas y de calidad son aceptables casi siempre, y un número de autoridades que representa el 16% establece que a veces hay problemas de higiene y de calidad de las baterías de baño pero que son reparados.

Cuadro 14

Indicador 9.- Comodidades en la Sede de la Academia. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Hay Comodidades en la sede de la academia?	5	41,6	4	33,3	3	25	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

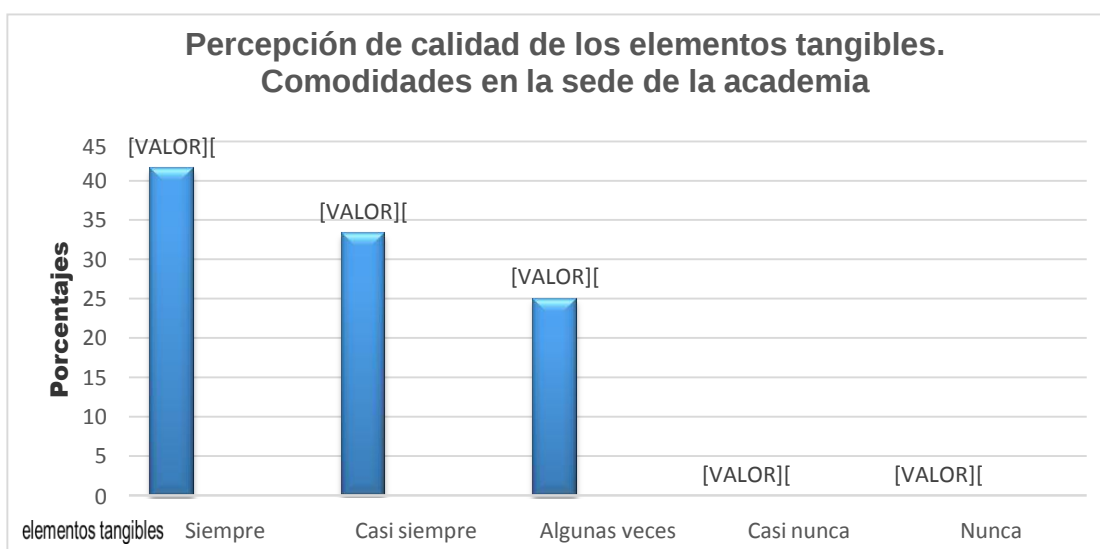


Gráfico 9: Comodidades en la sede de la Academia

En la observación del grafico N° 9 se determinó que las academias de gastronomías presentan insuficiencias en cuanto a las comodidades en la sede. Para un 42% de las autoridades son aceptables, para él 33% considera que son suficientes las comodidades que tienen la academia. Se determinó del grafico que un 25% 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.

Cuadro 15

Indicador 10.- Información Suministrada por la Academia a sus Alumnos.

Encuestados. Doce (12)

Pregunta.	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿La Información suministrada por la academia a sus alumnos es oportuna?	8	66,6	2	16,6	2	16,6	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

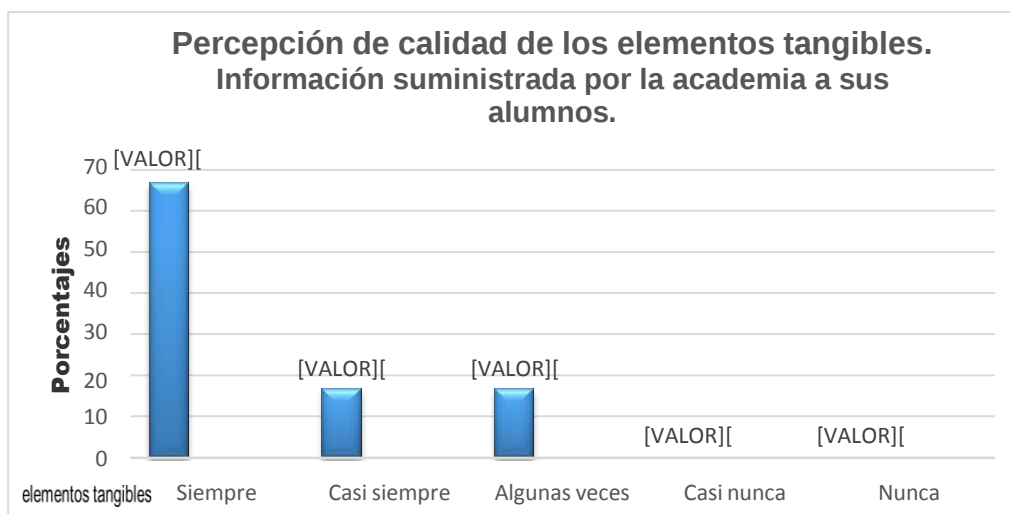


Gráfico 10: Información suministrada por la academia a sus alumnos.

Se muestran los resultados correspondientes a la dimensión Elementos Tangibles, aplicadas en el cuestionario a las autoridades de una cantidad de entrevistados de doce (12) manifiestan que el elemento “Información suministrada por la academia a los alumnos”, este elemento según el 67% 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% que manifestó que casi siempre y otro de igual porcentaje (16%) que dice que algunas veces, lo que indica que las autoridades cambia 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.

Cuadro 16

Indicador 11.- Satisfacción del Servicio Recibido. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Satisfacción del servicio recibido es buena?	6	50	4	33,3	2	16,6	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

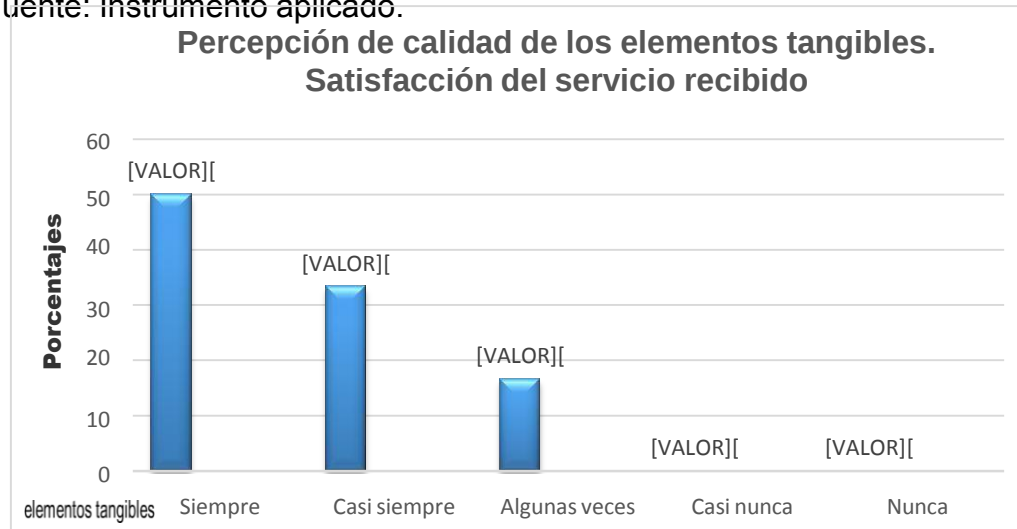


Gráfico 11: Satisfacción del servicio recibido.

En el gráfico 11, se muestran los resultados correspondientes a la dimensión calidad del servicio de los Elemento Tangible “Satisfacción del servicio recibido” aplicadas en el cuestionario a las autoridades de una cantidad de entrevistados de doce (12), manifiestan que el elemento Satisfacción del servicio recibido, según el 50% 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% % 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% dice que algunas veces se cumple los parámetros del elemento tangible del cuestionario y la satisfacción del servicio recibido es aceptable.

III Parte. Dimensión Fiabilidad

La fiabilidad se define como: Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosamente utilizando los recursos y métodos establecidos.

Cuadro 17

Indicador 12.-. Interés en la Solución de Problemas. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Existe de parte de las autoridades Interés en la solución de problemas?	6	50	4	33,3	1	8,3	1	8,3	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

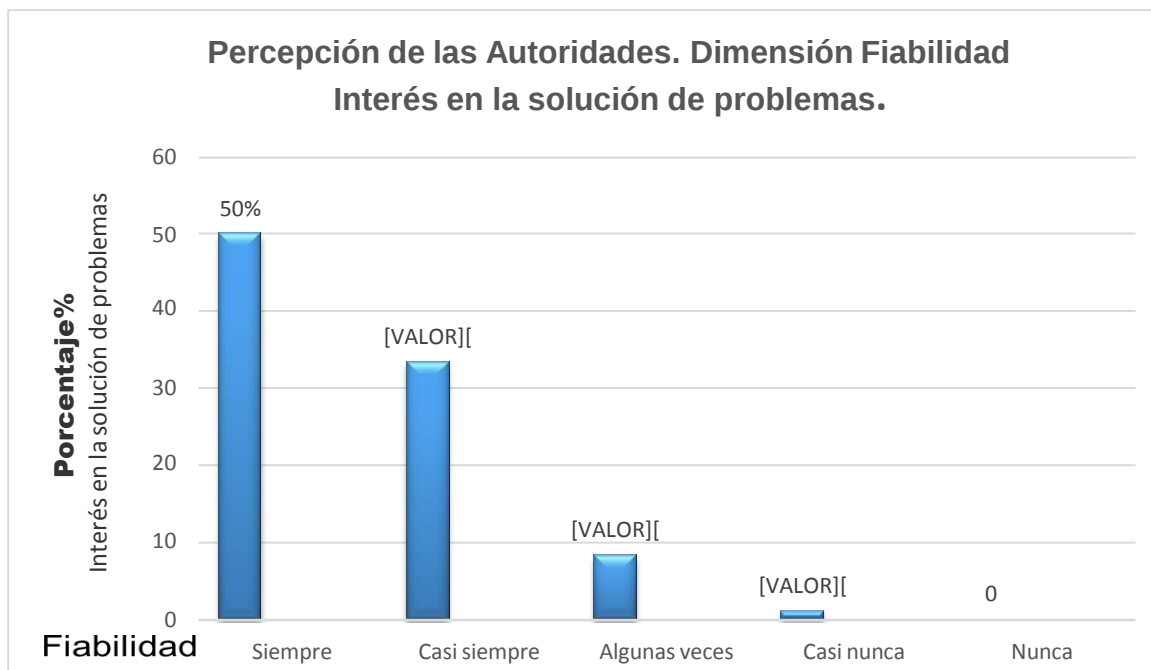


Gráfico 12. Interés en la solución de problemas.

En el gráfico 12, se muestran los resultados correspondientes a la dimensión Fiabilidad, del indicador 12 “Interés en la solución de problemas” de la dimensión fiabilidad Encontrando que el 50% de las autoridades dice siempre se resuelven los problemas planteados en la academia y el 33% 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 % que manifiesta que algunas veces no se puede resolver los problemas presentados.

Existe un encuestado que representa el 1% 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.

Cuadro 18

Indicador 13.- Cumplimiento de la Normativa Interna de la Academia. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Existe Cumplimiento de la normativa interna de la academia por parte de las autoridades?	7	58,3	4	33,3	1	8,3	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

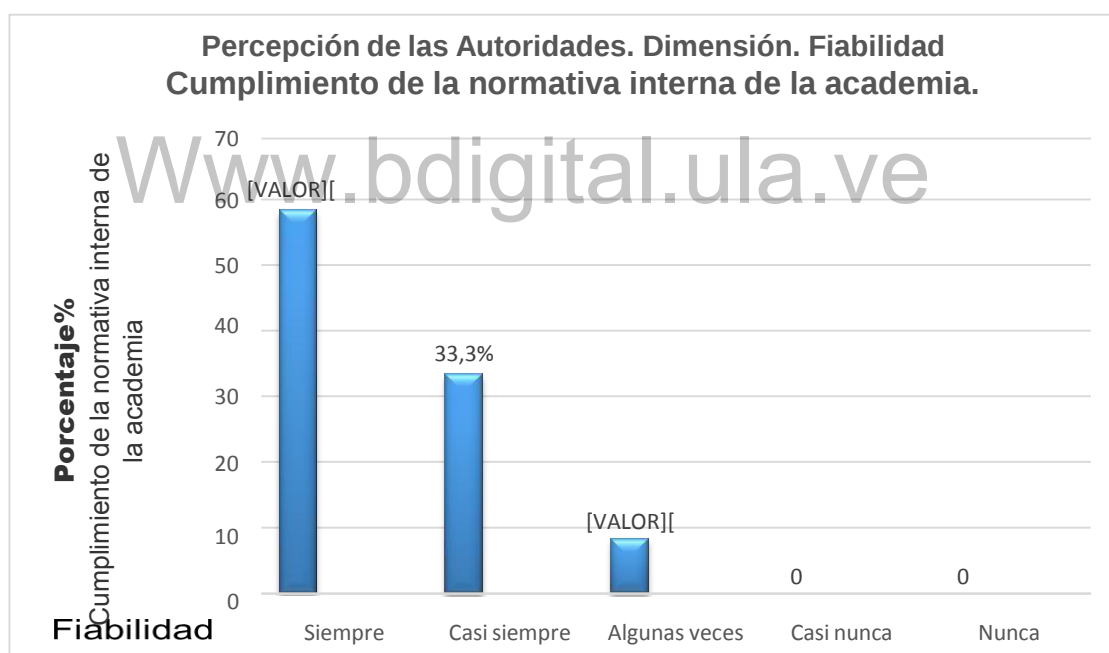


Gráfico 13. Cumplimiento de la normativa interna de la academia.

Es del criterio mayoritario 58% 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% dice que los controles internos se cumplen casi siempre y solo 8% manifiesta que algunas veces se cumple con la normativa interna.

Cuadro 19

Indicador 14.- Cumplimiento de la Normas de Control de Alimentos. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Se da Cumplimiento de las normas de control de alimentos?	8	66,6	3	25	1	8,3	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

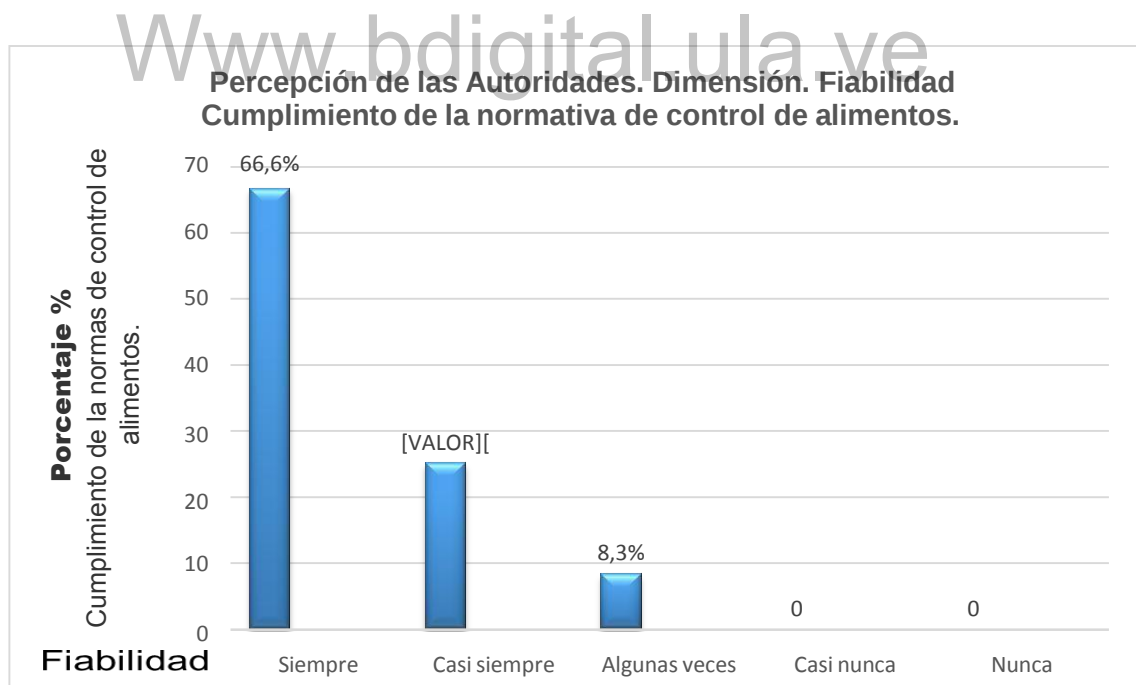


Gráfico 14. Cumplimiento de la normativa de control de alimentos.

El gráfico 14, indica los resultados para la dimensión Fiabilidad; del indicador “Cumplimiento de las normas de control de alimentos” observando que el 67% 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% de las autoridades manifiesta que casi siempre y 8% de las autoridades opinó que algunas veces se exige la normativa para el control de alimentos.

Cuadro 20

Indicador 15.- Cumplimiento del Servicio Ofrecido. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Se da Cumplimiento del servicio que ofrece la academia gastronómica?	5	41,6	7	58,3	0	0	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

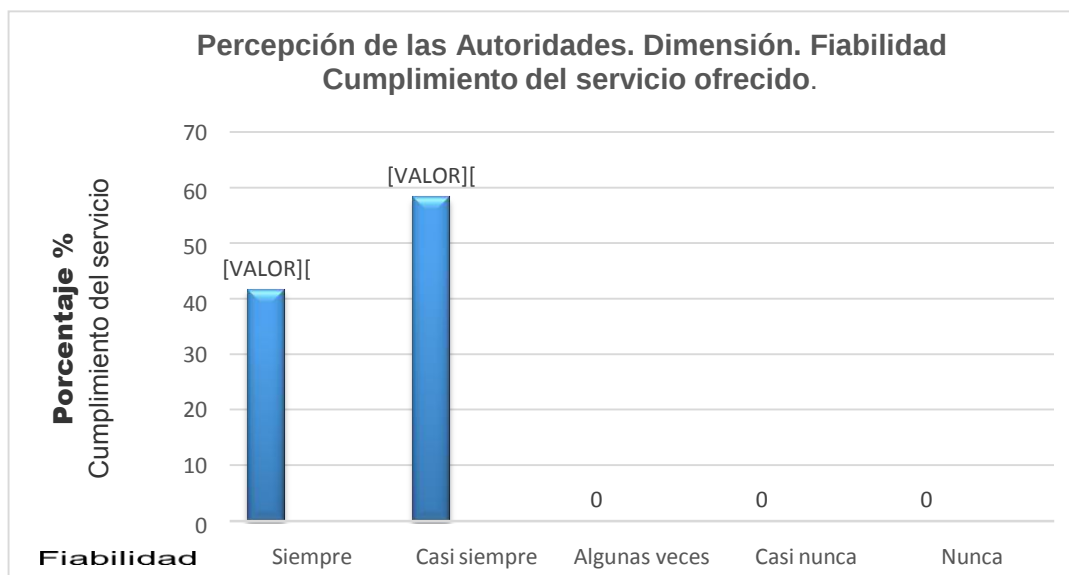


Gráfico 15. Cumplimiento del servicio ofrecido.

El gráfico 15, indica los resultados para la dimensión Fiabilidad; del indicador “Cumplimiento del servicio ofrecido” observando que el 42% 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% mantienen que el cumplimiento del servicio es dado casi siempre por cuanto se dificultad 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.

IV Parte. 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.

Cuadro 21

Indicador 16.- Capacidad de Respuesta por Parte de las Autoridades. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Existe capacidad de respuesta por parte de las autoridades?	6	50	4	33,3	2	16,6	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

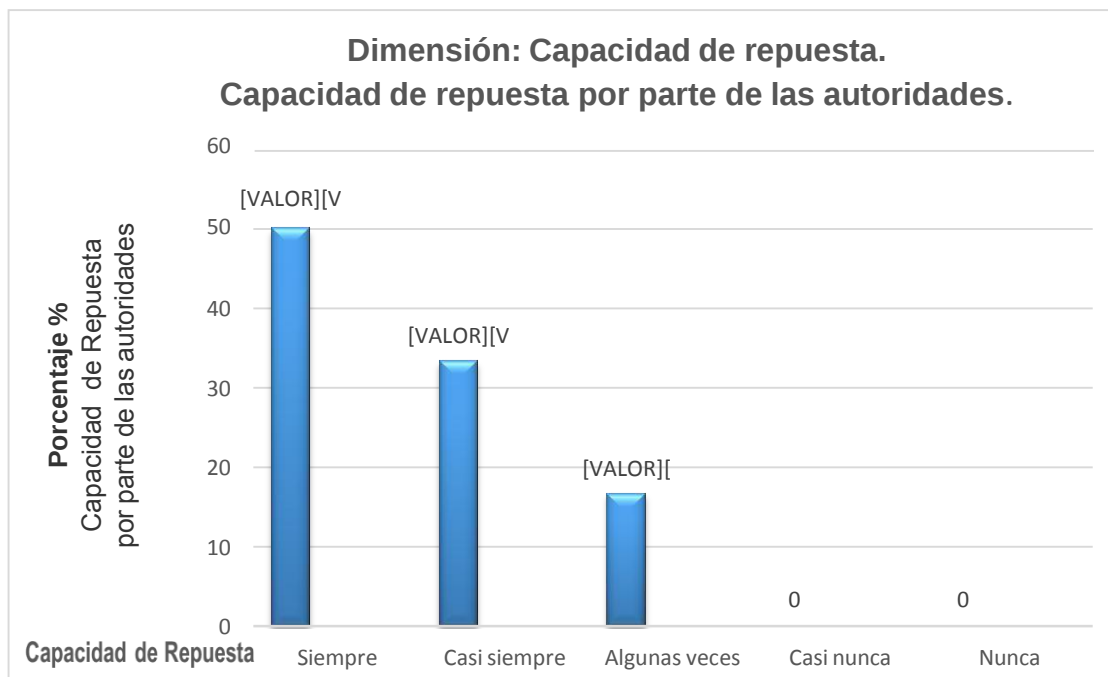


Gráfico 16. Capacidad de respuesta por parte de las autoridades.

En el gráfico 16, se muestran los resultados para la dimensión Capacidad de Respuesta por parte de las autoridades, así el 50% y 33% 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% 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.

Cuadro 22

Indicador 17.- Capacidad de respuesta en la Solución de Problemas. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Existe capacidad de repuesta en la solución de problemas?	7	58,3	3	25	2	16,6	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

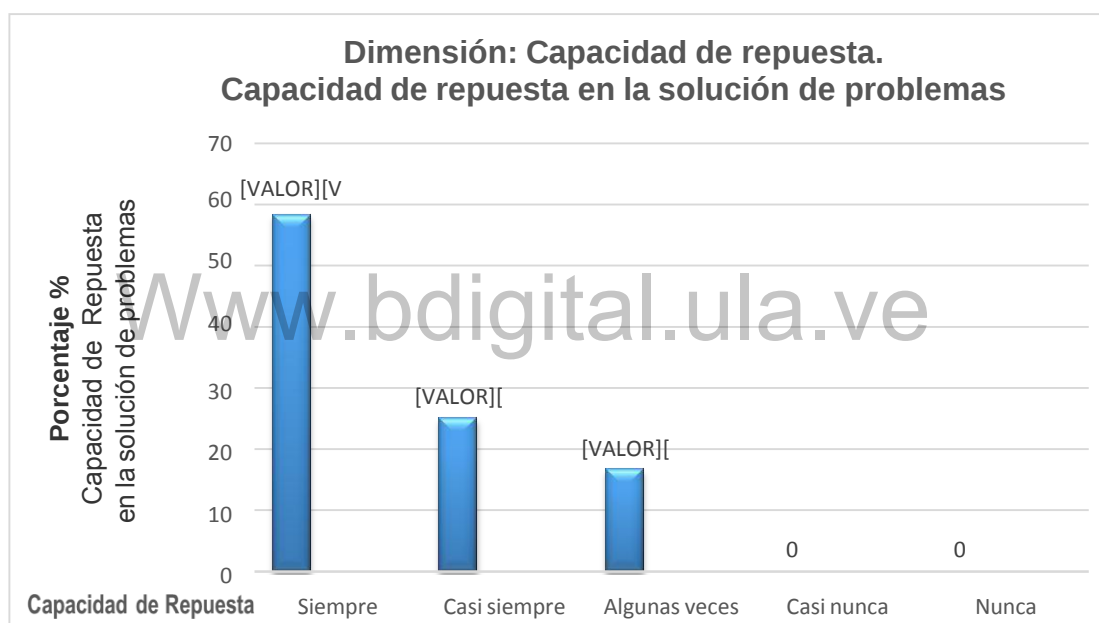


Gráfico 17. Capacidad de respuesta en la solución de problemas.

En el gráfico 17, se determina los resultados para el indicador “Capacidad de respuesta en la solución de problemas”, se desprende del mismo que el 58% manifiesta que siempre hay repuesta inmediata a los problemas planteados a la gerencia y 25% de las autoridades de las escuelas gastronómicas dice que casi siempre el usuario le solucionan oportunamente los problemas que se le presentan, procesando de acuerdo a la situación planteada. Así mismo, el 17% 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.

Cuadro 23

Indicador 18.- Prestación del Servicio Rápido y Oportuno. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Hay Prestación del servicio, rápido y oportuno?	5	41,6	4	33,3	3	25	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

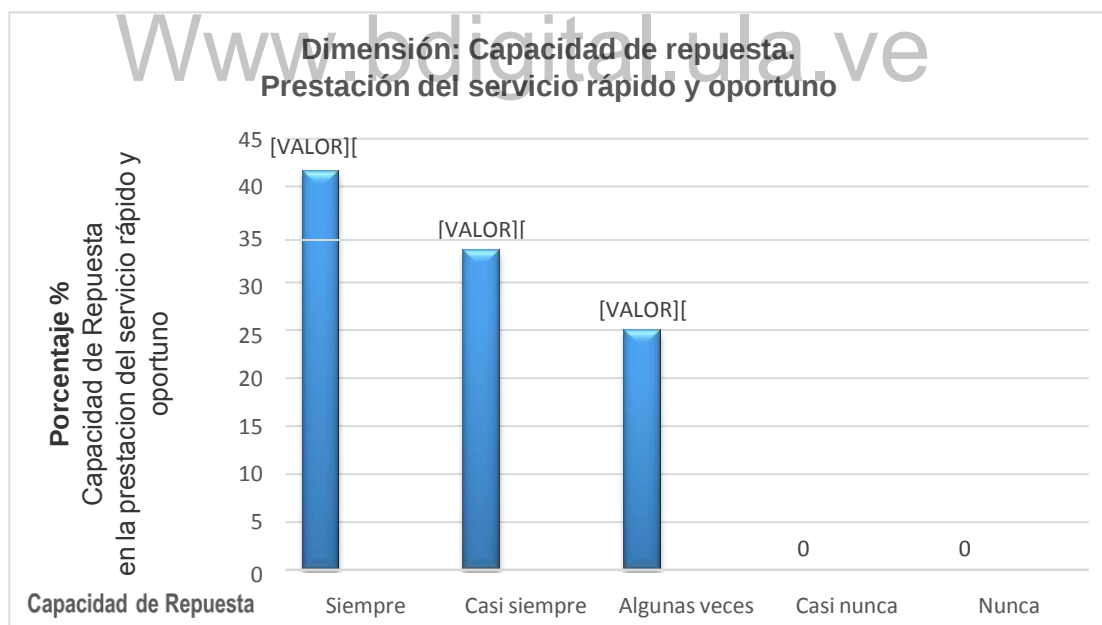


Gráfico 18. Prestación del servicio rápido y oportuno.

En el gráfico 18, se determina los resultados para el indicador “Prestación de servicio rápido y oportuno” este corresponde que el 42%

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% 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% de las autoridades observan que la prestación de servicio algunas veces no puede ser rápida y oportuna 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.

V. Parte 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.

Cuadro 24

Indicador 19. Existencia de un Sistema de Vigilancia Interna y Normativa de Seguridad.

Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Aplican un sistema de vigilancia interna y normativa de seguridad en la escuela gastronómica?	6	50	3	25	2	16,6	1	8,3	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

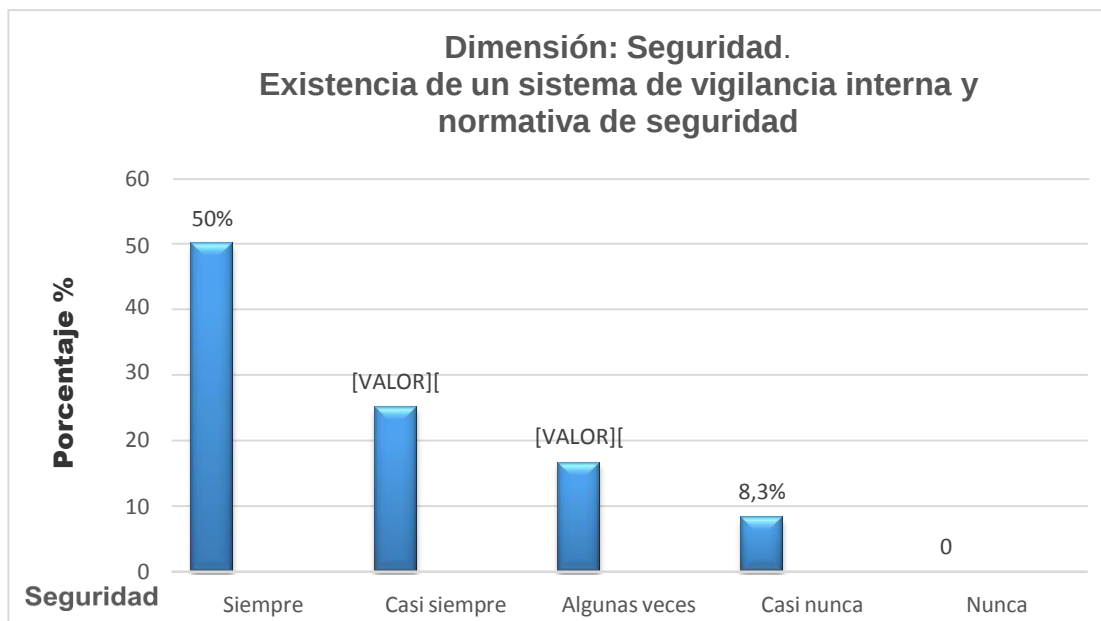


Gráfico 19. Existencia de un sistema de vigilancia interna y normativa de seguridad.

En el gráfico 19, se exponen los resultados para la dimensión Seguridad, observando la categoría “Existencia de un sistema de vigilancia interna y normativa de seguridad”, se puede determinar de los resultados obtenidos de las autoridades gastronómicas que 50% manifiesta que siempre está garantizada la seguridad aportada por las autoridades en conformidad con las oferta efectuada a los estudiantes, un 25 % 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 % afirma que algunas veces las autoridades garantizan la seguridad para el ingreso, permanencia en las instalaciones, Existe una autoridad que representa el 1% 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.

Cuadro 25

Indicador 20.- Aplicación de Controles al Ingresar al Sitio de Cocina. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Existen controles al ingresar al sitio de cocina donde se imparten las clases?	7	58,3	4	33,3	1	8,3	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

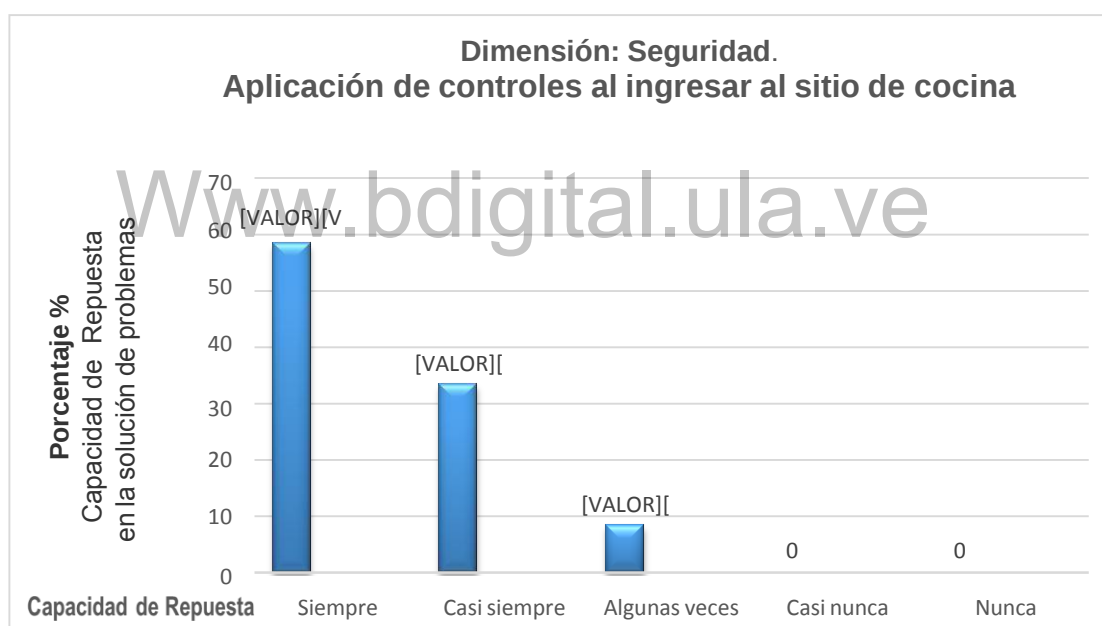


Gráfico 20. Aplicación de controles al ingresar al sitio de cocina.

En el gráfico 20, Están los resultados para la dimensión Seguridad, indicando la categoría “Aplicación de controles al ingresar al sitio de cocina”, se puede apreciar al analizar el grafico de los resultados obtenidos del cuestionario aplicado a las autoridades gastronómicas, que en un 58% manifiesta que siempre está garantizada la seguridad y controles al ingresar

los estudiantes al área de cocina, un 33 % 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 % de los encuestados lo que indica que los usuarios transitan a riesgo dentro de esta área de cocina.

Cuadro 26

Indicador 21.- Control de Revisión de Equipajes. Encuestados. Doce (12)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Existe Control de revisión de equipajes a la entrada y salida de la academia?	6	50	3	25	2	16,6	1	8,3	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

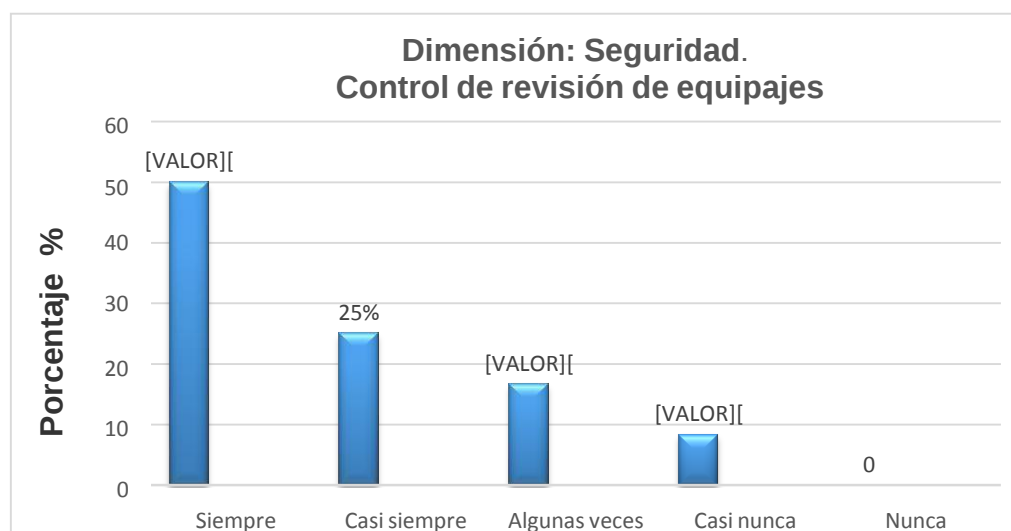


Gráfico 21. Control de revisión de equipajes.

En el gráfico 21, se exponen los resultados para la dimensión Seguridad, observando las categorías “Control de revisión de equipajes”, se puede determinar de los resultados obtenidos de las autoridades gastronómicas que 50% 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 % 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 % afirma que algunas veces las autoridades garantiza 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 de la Población B

Expectativas de los usuarios con relación a la calidad de los servicios ofrecidos en las academias gastronómicas de San Cristóbal del estado Táchira. Este instrumento fue aplicado a los usuarios para dar respuesta a este objetivo, se tomaron en cuenta los datos cuantitativos obtenidos de la aplicación del Cuestionario B, desarrollado por los treinta (30), usuarios (estudiantes) que conforman las academias de cocina de San Cristóbal del estado Táchira.

Se presentan a continuación los resultados con base en las dimensiones empatía, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, elementos gerenciales para cumplir con el objetivo. Explicar los elementos destacados en la gestión administrativa de cada uno de los institutos de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira.

I Parte. 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.

Cuadro 27

Indicador 1.- Atención Personalizada por parte de las Autoridades de la Academia.

Encuestados. Treinta (30)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Se proporciona atención personalizada al usuario por parte de las Autoridades de la academia?	8	26,6	9	30	11	36,6	2	6,6	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

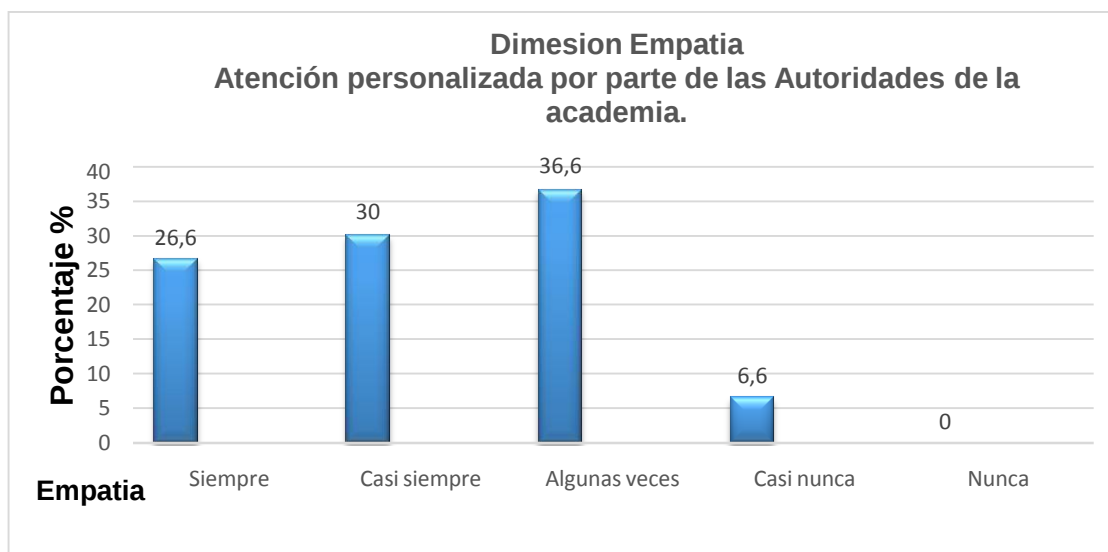


Gráfico 22. Atención personalizada por parte de las autoridades de la academia.

El gráfico 22, evalúa la percepción del usuario en relación con la dimensión Empatía, y que indica “Atención personalizada por parte de las Autoridades de la academia”, en el cual 27% de los encuestados están totalmente en acuerdo que existe empatía con las autoridades en cuanto a la atención personalizada a los usuarios, 30% de los usuarios indica que casi siempre se da atención personalizada, siempre y cuando la solicite el usuario.

Un 37% 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% 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.

Cuadro 28

Indicador 2.- Atención a las Necesidades Gastronómica de los Usuarios del Servicio.
Encuestados. Treinta (30).

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Se atiende las necesidades gastronómicas de los usuarios del servicio?	12	40	7	23,3	8	26,6	10	6	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

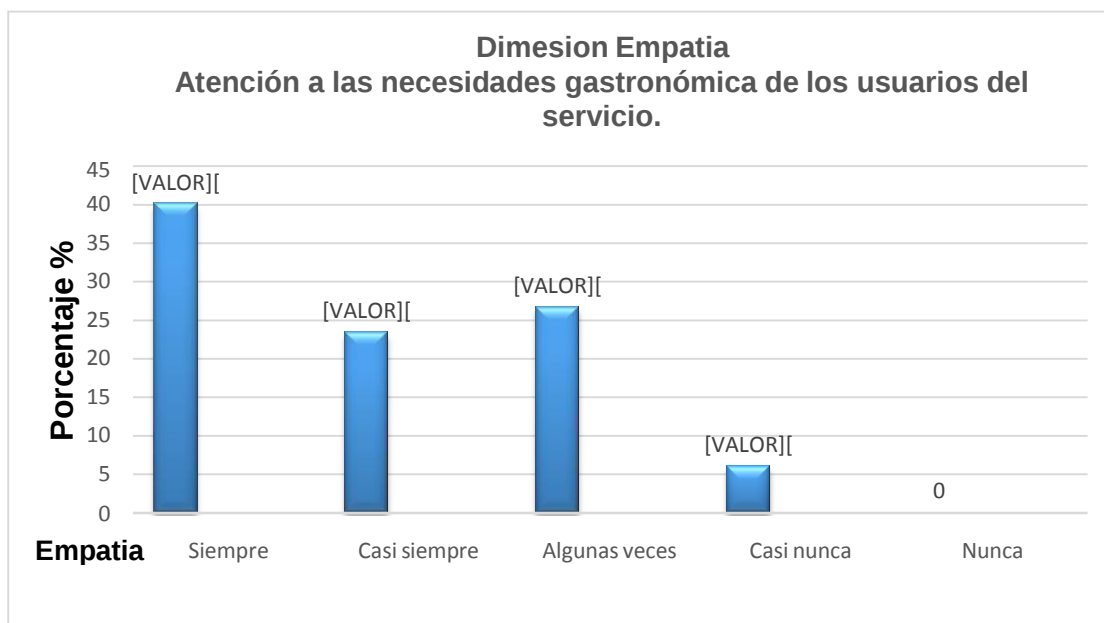


Gráfico 23. Atención a las necesidades gastronómicas de los usuarios.

El gráfico 23 representa las expectativas de los usuarios en relación con la dimensión Empatía, conforme a la “Atención a las necesidades gastronómica de los usuarios del servicio” la cual expone que el 40% de los encuestados consideran que la atención a las necesidades gastronómicas por las academias se dan siempre lo que indica que cumple con los objetivos previstos del programa gastronómico.

El 23% 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 % de los usuarios consideran que se deben cumplir con las necesidades gastronómicas y mejorar las practicas culinarias ya que algunas veces se cumbre parcialmente el programa gastronómico. Otro grupo correspondiente al 6 % 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.

Cuadro 29

Indicador 3.- Atención a las Necesidades de Actualización del Mercado Gastronómico.

Encuestados. Treinta (30).

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Las autoridades prestan atención a las necesidades del mercado gastronómico para actualizarse?	15	50	12	40	3	10	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

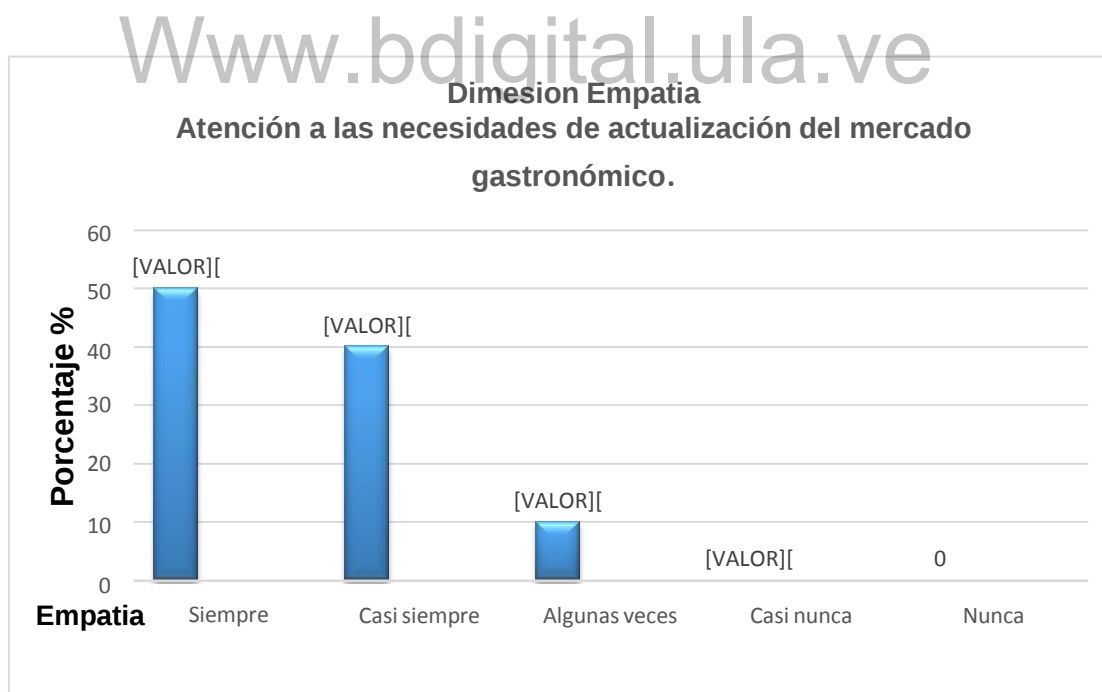


Gráfico 24. Atención a las necesidades de actualización del mercado gastronómico

El gráfico 24 representa las expectativas de los usuarios en relación con la dimensión Empatía, conforme al indicador “Atención a las necesidades de actualización del mercado gastronómico”, de ahí se desprende que el 50% de los encuestados se pronunciaron que siempre se toma en cuenta el mercado gastronómico que beneficia las necesidades de los estudiantes. El 40% 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% 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.

II Parte: Dimensiones de la Calidad del Servicio de los elementos tangibles de la población B.

Calidad del servicio. 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.

Cuadro 30

Indicador 4.- Existencia de Equipos de Cocina de Alto Nivel Encuestados. Treinta (30)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%
¿Proporciona las autoridades equipos de cocina de alto nivel?	12	40	12	40	6	20	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

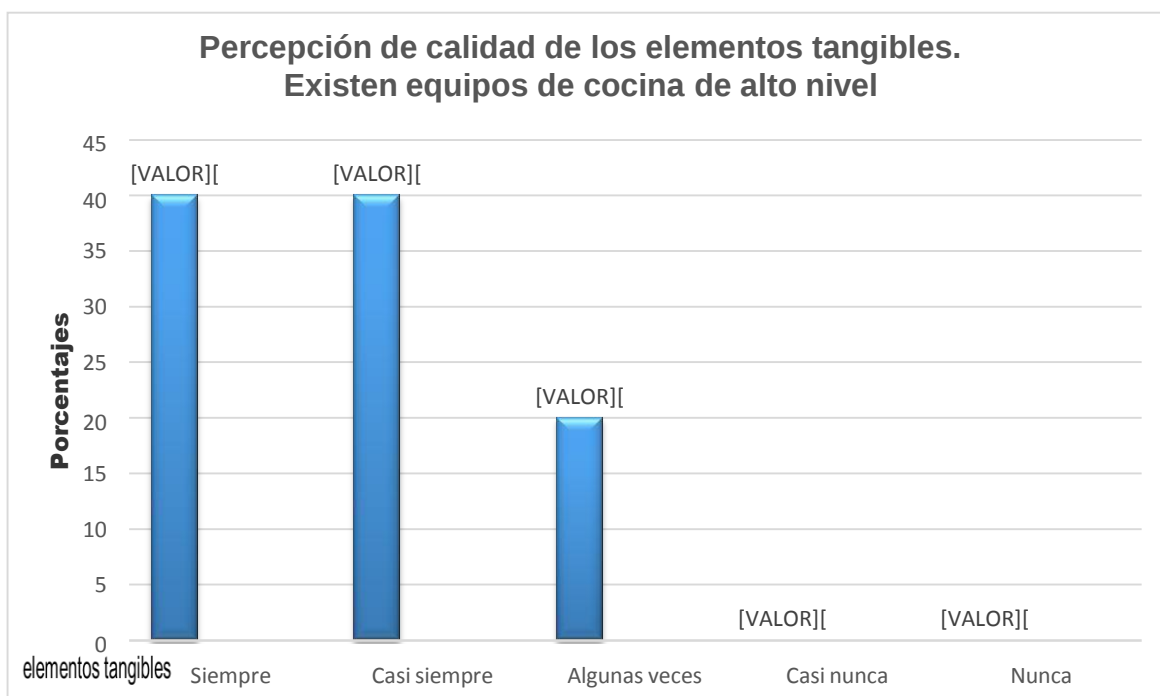


Gráfico 25: Existencia de equipos de cocina de alto nivel.

En el gráfico 25, Visto los resultados correspondientes a la dimensión calidad de servicio de los elementos tangibles, aplicadas en el cuestionario a los estudiantes de una cantidad de entrevistados de treinta (30) manifiestan que, los elementos “Existencia de equipos de cocina de alto nivel”, en 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% indican que casi siempre, esta respuesta obedece a que los equipos de alta gama son onerosos y los presupuestos de las academias son regulados. El 20 % de los estudiantes encuestados manifestaron que algunas veces, lo que indica que utilizan los equipos de acuerdo si los requiere la actividad del momento.

Cuadro 31

Indicador 5.- Limpieza de las Instalaciones Físicas. Encuestados. Treinta (30)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%
¿Las autoridades limpian las instalaciones físicas del instituto gastronómico?	16	53,3	12	40	2	6,6	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

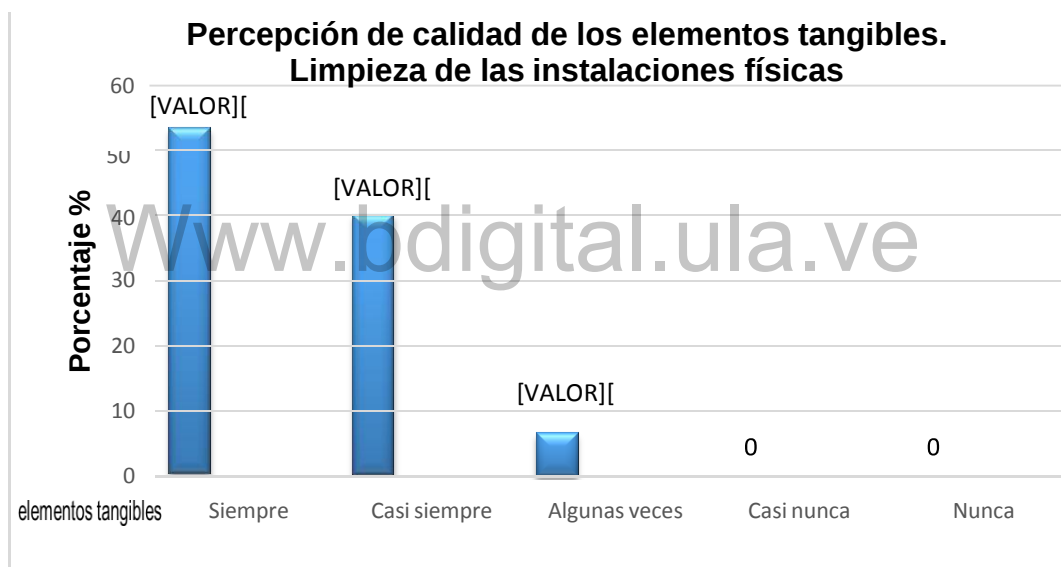


Gráfico 26: Limpieza de las instalaciones físicas.

En el gráfico 26, se muestran los resultados correspondientes a la dimensión Elementos Tangibles, aplicadas en el cuestionario a los usuarios de una cantidad de entrevistados de treinta (30). Estos manifiestan del elemento tangible “Limpieza de las instalaciones físicas” de la siguiente manera: El 53% de las autoridades responde que siempre, que las academias tienen un sentido de responsabilidad con la limpieza de sus escuelas gastronómicas.

Un 40% 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%, dice que algunas veces lo que concluye que la limpieza es producto de jornadas establecidas en calendario por la gerencia. Lo que determina el grafico en general es que se realiza la limpieza en mayor o menor grado.

Cuadro 32

Indicador 6.- Disponibilidad de una Cocina Cómoda y Atractiva. Encuestados. Treinta (30)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Existe la disponibilidad de una cocina cómoda y atractiva en cada clase?	18	60	10	33,3	2	6,6	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

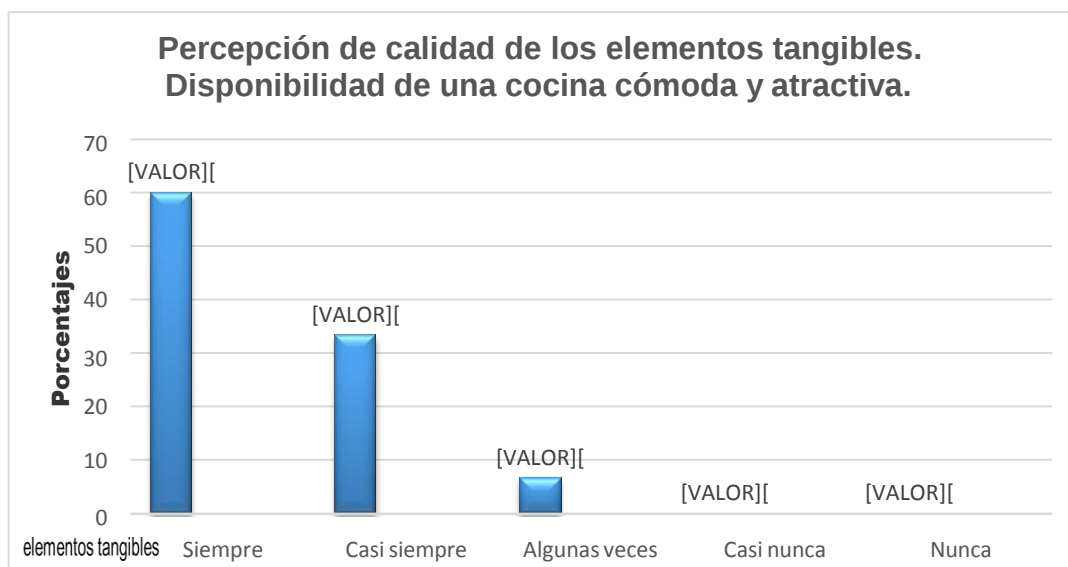


Gráfico 27: Disponibilidad de una cocina cómoda y atractiva.

En el gráfico 27, se muestran los resultados correspondientes a la dimensión Elementos Tangibles, aplicadas en el cuestionario a los estudiantes de una cantidad de entrevistados de treinta (30). Este elemento tangible “Disponibilidad de una cocina cómoda y atractiva” se evidencia que el 60 % de los encuestados 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 cambio el 33% 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% 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.

Cuadro 33

Indicador 7.- Disponibilidad de Servicios de Baños Higiénicos.
Encuestados. Treinta (30)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Hay Disponibilidad de servicios de baños higiénicos?	17	56,6	11	36,6	2	6,6	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

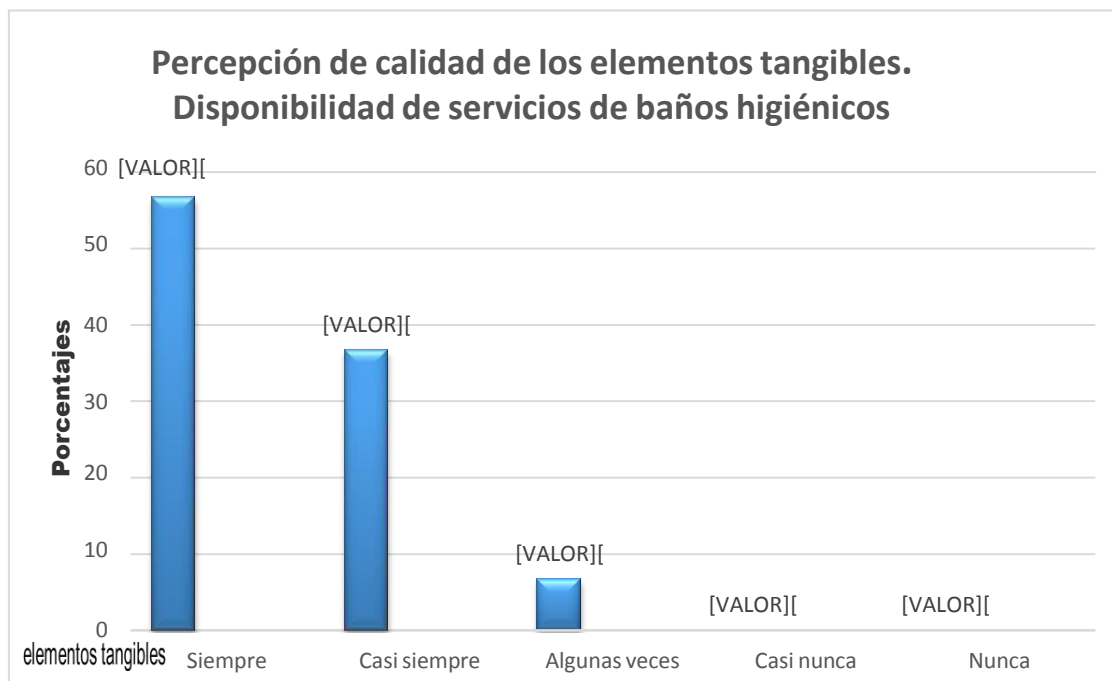


Gráfico28: Disponibilidad de servicios de baños higiénicos.

Todo este indicador “Disponibilidad de servicios de baños higiénicos” según el 57% 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% 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% 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.

Cuadro 34

Indicador 8.- Comodidades en la Sede de la Academia. Encuestados. Treinta (30)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Hay comodidad de la sede de la academia para los usuarios?	5	41,6	4	33,3	3	25	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.



Gráfico 29: Comodidades en la sede de la academia.

En la observación del grafico N° 29 se determinó que las academias de gastronomías presentan insuficiencias en cuanto a las comodidades en la sede. Para un 42% de las autoridades son aceptables, para él 33% considera que son suficientes las comodidades que tienen la academia. Se determinó del grafico que un 25% 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.

Cuadro 35

Indicador 9.- Información Suministrada por la Academia a sus Alumnos. Encuestados. Treinta (30)

Pregunta.	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Es buena y oportuna la Información suministrada por la academia a sus alumnos?	11	36,6	11	36,6	8	26,6	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

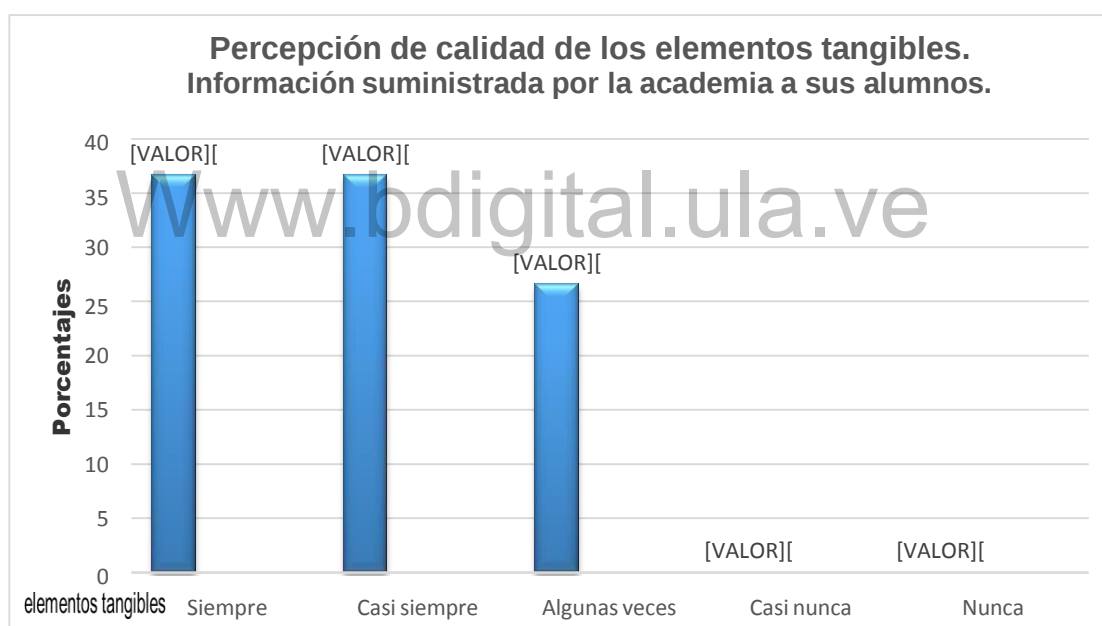


Gráfico 30: Información suministrada por la academia a sus alumnos.

Se muestran los resultados correspondientes a la dimensión Elementos Tangibles, aplicadas en el cuestionario a los usuarios de una cantidad de entrevistados de treinta (30) manifiestan que el elemento “Información suministrada por la academia a los alumnos”, este elemento según el 37% 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% 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 cambia 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.

Cuadro 36

Indicador 10.- Satisfacción del Servicio Recibido. Encuestados. Treinta (30)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Satisfacción del servicio recibido es buena?	10	33,3	9	30	11	36,6	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

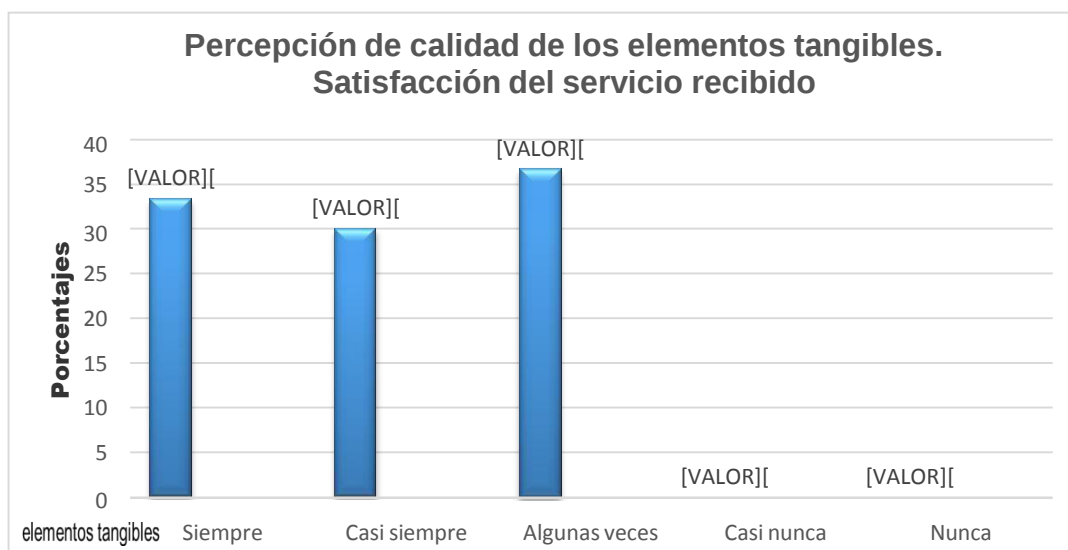


Gráfico 31: Satisfacción del servicio recibido.

En el gráfico 31, se muestran los resultados correspondientes a la dimensión calidad del servicio de los Elemento Tangible “Satisfacción del servicio recibido” aplicadas en el cuestionario a los usuarios de las academias gastronómicas de una cantidad de entrevistados de treinta (30), manifiestan que el elemento “Satisfacción del servicio recibido”, según el 33% 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% de los estudiantes manifestaron que casi siempre se cumple la satisfacción del servicio pero que su tiempo de repuesta es lenta y depende del instructor culinario para cumplir los parámetros de oferta y calidad comprometida por la academia. Un grupo correspondiente 37% 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.

/// Parte. Dimensión: Fiabilidad de la población B.

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.

Cuadro 37

Indicador 11.-. Interés en la Aplicación de Técnicas Gerenciales para la Solución de Problemas.
Encuestados. Treinta (30)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Existe Interés en la aplicación de técnicas gerenciales para la solución de problemas?	13	43,3	11	36,6	5	16,6	1	3,3	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

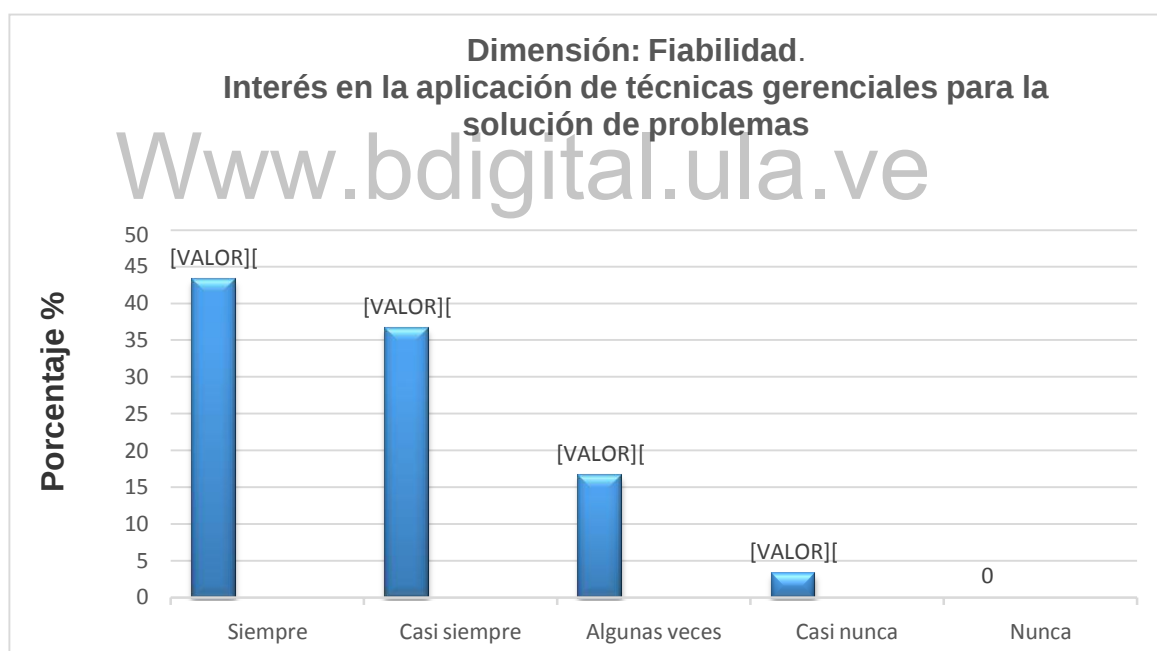


Gráfico 32. Interés en la aplicación de técnicas gerenciales para la solución de problemas.

El Gráfico 32 mide las expectativas de los usuarios en relación con la dimensión Fiabilidad, del cual se desprende que el 43% y 37% 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 % de los usuarios encuestados dicen que algunas veces lo que determina que hay escuelas gastronómicas que no manejan aplicaciones de técnicas gerenciales un 3,3% 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.

Cuadro 38

Indicador 12.- Cumplimiento de la Normativa Interna de la Academia Encuestados. Treinta (30)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Se da Cumplimiento de la normativa interna de la academia?	12	40	10	33,3	7	23,3	1	3,3	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

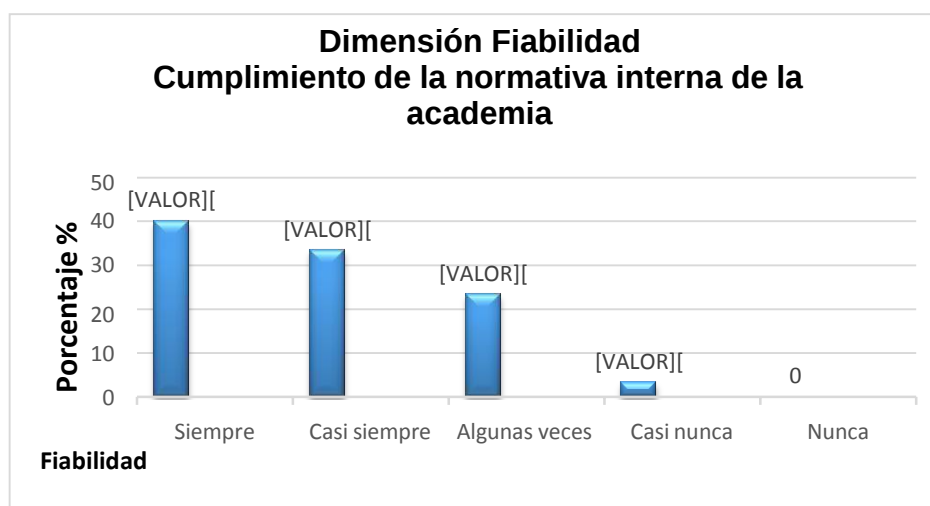


Gráfico 33. Cumplimiento de la normativa interna de la academia.

El gráfico 33 mide las expectativas de los usuarios en relación con la dimensión Fiabilidad, del cual se desprende que el 40% de los usuarios encuestados de la escuela de cocina manifestaron que siempre se dan cumplimiento a las normas interna de la academia y el 33,3% 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% considera que algunas veces por lo cual la academia debe aplicar y mejorar sus normas internas, un 3% 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

Cuadro 39

Indicador 13.- Cumplimiento de las Normas de Control de Alimentos. Encuestados. Treinta (30)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Se da cumplimiento de las normas de control de alimentos?	9	30	9	30	9	30	3	10	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

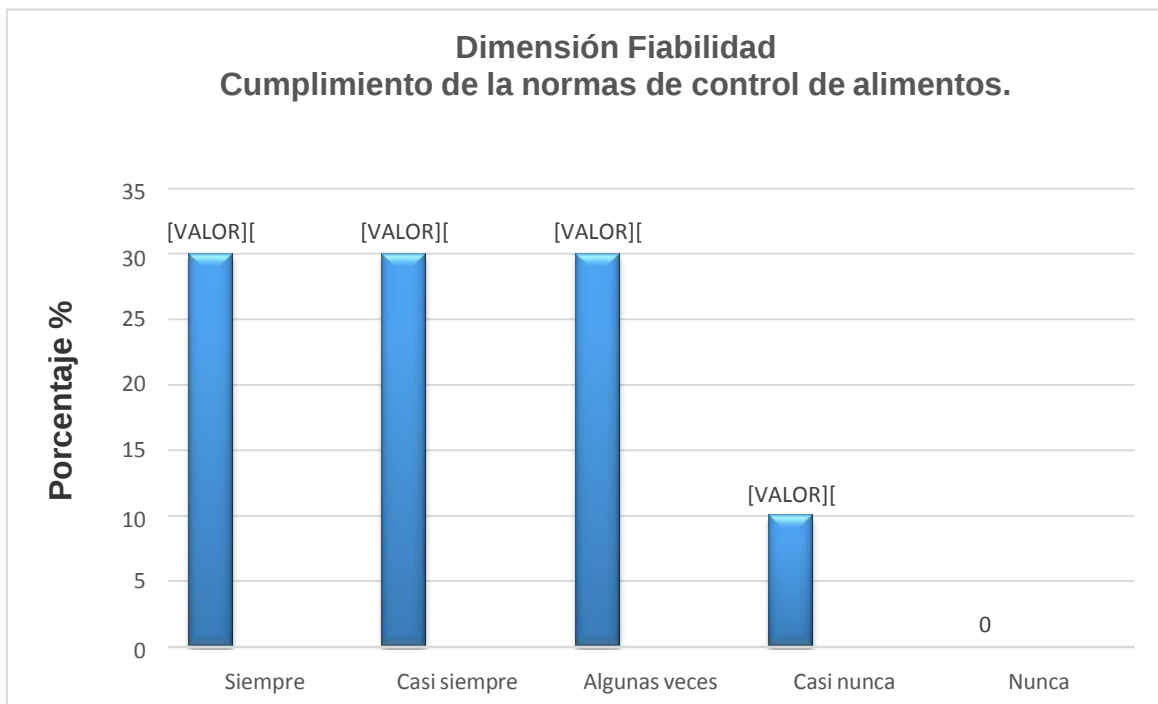


Gráfico 34. Cumplimiento de las normas de control de alimentos.

El gráfico 34, en relación con la dimensión Fiabilidad, los usuarios ante el cumplimiento de las normas de control de alimentos se determinó que el 30% 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% de los usuarios dice que casi siempre lo que genera duda sobre el 30% que dice que siempre se cumplen las normas de control de alimentos, por lo cual se determina que se cumplen las normas de control pero no constantemente más bien intermitentemente.

Luego otro grupo de encuestado equivalente al 30% 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.

Cuadro 40

Indicador 14.- Cumplimiento del Plan Operativo de la Academia Gastronómica.

Encuestados. Treinta (30)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Se da cumplimiento del plan operativo de la academia gastronómica?	13	43,3	11	36,6	5	16,6	1	3,3	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

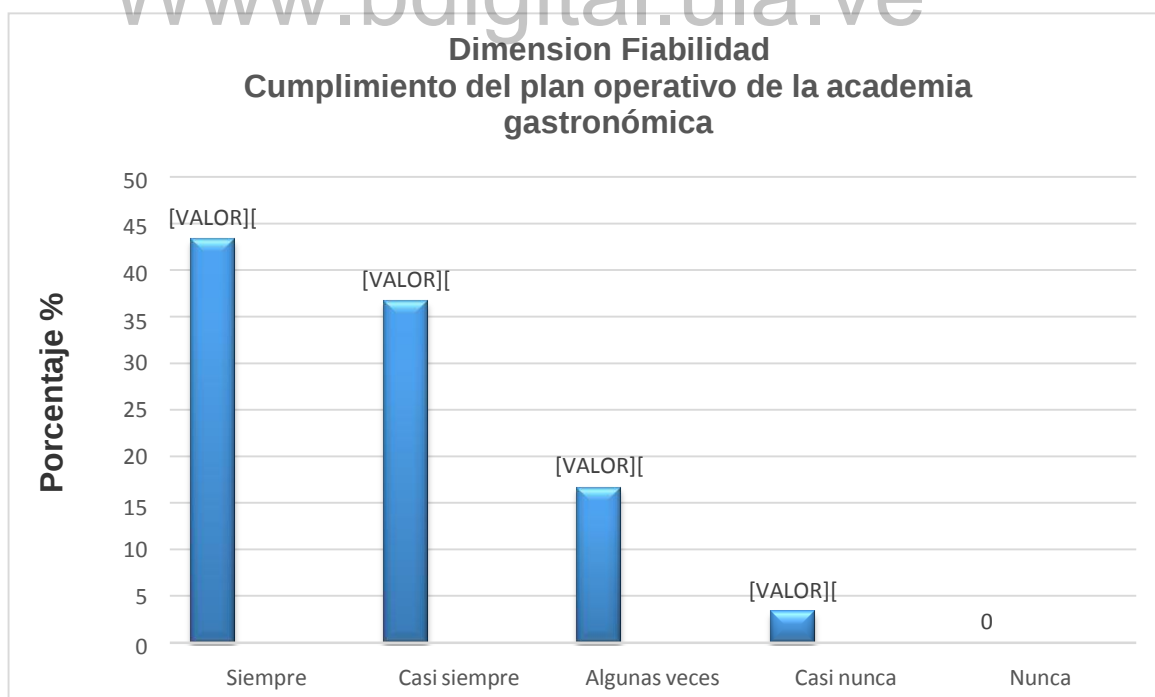


Gráfico 35. Cumplimiento del plan operativo de la academia gastronómica.

El gráfico 35 representa las expectativas de los usuarios en relación con la dimensión Fiabilidad, conforme al “cumplimiento del plan operativo de la academia gastronómica” del cuestionario aplicado a treinta (30) usuarios se explican a continuación los resultados aportados en la encuesta la cual expone que el 43% considera que siempre se cumple el plan operativo y el 37% de los encuestado afirma que se cumple casi siempre.

Otro grupo que representa el 17% 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 cumple en la academia, así mismo el 3,3 % de los usuarios consideran que los planes casi nunca se aplican, pero a través del estudio del gráfico 35, se determina que ningún usuario niega que se utilicen los planes operativos.

IV Parte. Dimensión: Capacidad de Respuesta de la Población B.

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 mejor la calidad de la organización.

Cuadro 41

Indicador 15.- De Parte de las Autoridades. Encuestados. Treinta (30)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿La capacidad de respuesta por parte de las autoridades es oportuna?	12	40	17	56,6	1	3,3	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

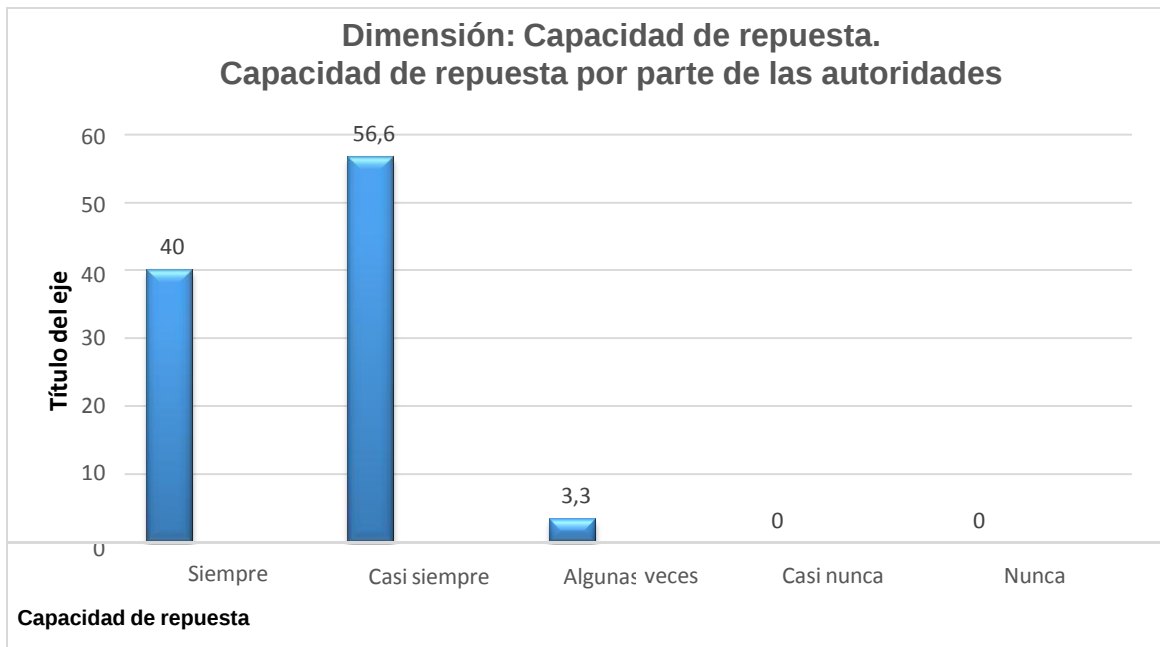


Gráfico 36. Capacidad de respuesta por parte de las autoridades.

El gráfico 36, expone las expectativas de los usuarios en relación con la dimensión “Capacidad de Respuesta”, el cual muestra que el 40% de los encuestados dicen que siempre hay capacidad de respuesta por parte de las autoridades y que esta es oportuna.

El 57% 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% 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.

Cuadro 42

Indicador 16.- En la Solución de Problemas Administrativos a los Usuarios
Encuestados. Treinta (30)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Considera que la capacidad de repuesta en la solución de problemas administrativos a los usuarios es la adecuada?	12	40	9	30	9	30	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

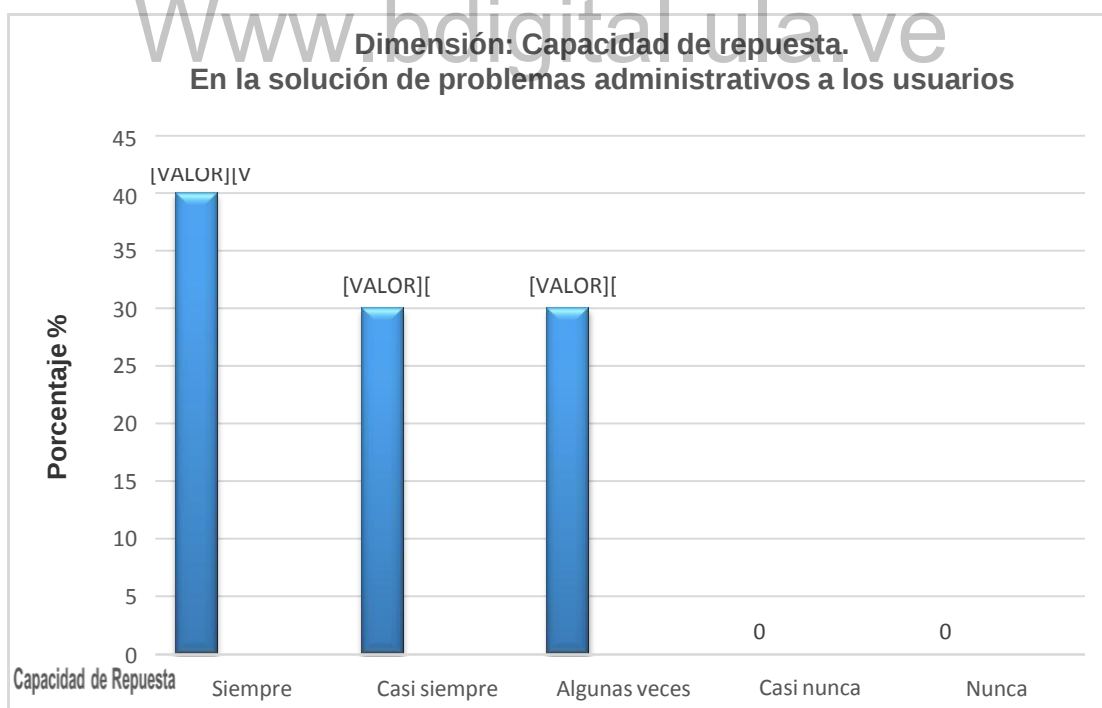


Gráfico 37. Capacidad de respuesta en la solución de problemas administrativos a los usuarios.

En el gráfico 36, se determina los resultados para el indicador “Capacidad de respuesta en la solución de problemas administrativos a los usuarios”, se desprende del mismo que el 40% manifiesta que siempre hay repuesta inmediata a la solución de problemas planteados a la gerencia para los actos administrativos de los usuarios y 30% 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% 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 repuestaa los problemas administrativos a los usuarios es cónsona a la capacidad gerencial de las autoridades gastronómicas.

V Parte. Dimensión: Elementos gerenciales de la población B.

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.

Cuadro 43

Indicador 17.- Existencia de un Sistema de Planificación Gerencial. Encuestados. Treinta (30)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Considera que la academia se encuentra en un sistema de planificación gerencial aplicada al usuario?	8	26,6	11	36,6	9	30	2	6,6	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

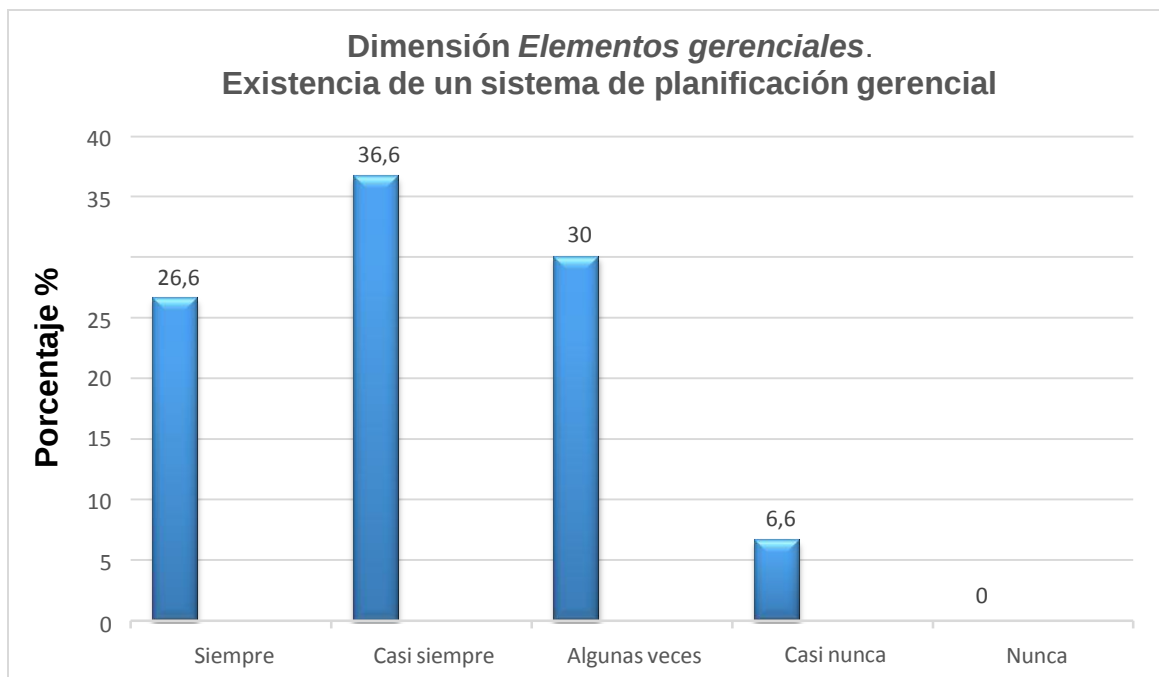


Gráfico 38. Existencia de un sistema de planificación gerencial.

El gráfico 38 representa las expectativas de los usuarios en relación con los elementos gerenciales la cual representa que el 27% determinó que siempre existe un sistema de planificación gerencial, aplicado en la academia y un 37 % 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 % de los usuarios opinaron que algunas veces las academias utilizan sistema de planificación gerencial. El 6,6 % 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.

Cuadro 44

Indicador 18.- Control de la Planificación por parte de las Autoridades Encuestados. Treinta (30)

Pregunta	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
18¿Existe Control de la planificación por parte de las autoridades?	14	46,6	10	33,3	6	20	0	0	0	0

Fuente: Instrumento aplicado.

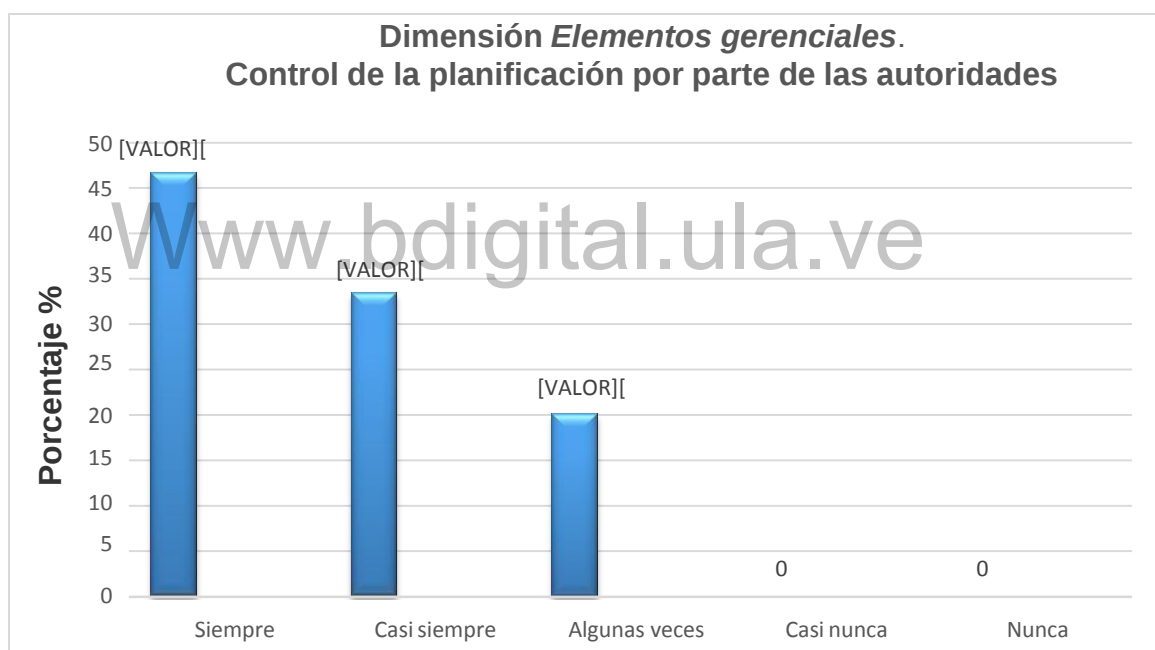


Gráfico 39. Control de la planificación por parte de las autoridades.

El gráfico 39 representa las expectativas de los usuarios en relación con los elementos gerenciales, cuyo indicador es control de la planificación por parte de las autoridades de la academia, pregunta realizada a usuarios de las escuelas de gastronomía. Contestaron en la siguiente proporción: De encuestados que equivale al 47% respondieron que siempre hay control de

la planificación por parte de las autoridades y un 33 % 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% 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.

Www.bdigital.ula.ve

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Las conclusiones arrojadas por el estudio se indican a continuación:

Se alcanzó el objetivo general del estudio analizar la gestión administrativa de calidad en las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira. Correlacionando con la aplicación de procesos gerenciales en la satisfacción de servicios; personas, evidencia física, procesos. En esta propuesta se incluyeron las acciones a realizar y los responsables de implementarlas, todas ellas diseñadas en base a cada elemento que conforma la calidad de la prestación del servicio.

En cumplimiento del objetivo 1, para determinar la percepción y las expectativas de las Autoridades, Gerentes de institutos gastronómicos y Usuarios sobre la calidad del servicio ofrecido por las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira, fueron analizados los resultados de las encuestas aplicadas y se llega a las siguientes 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.

En cumplimiento del objetivo 2, Elaborar un plan estratégico gerencial para el mejoramiento de la calidad del servicio en las instituciones de gastronomía del municipio San Cristóbal, se diseñaron las estrategias gerenciales en base a los elementos planificación, organización, ejecución y control aplicado a los servicios aportados por las academias gastronómicas, personas, sede, información y evidencia física, aportando aspectos que deben tomarse en cuenta para la elaboración de la propuesta.

Respecto al elemento servicios, se consideró la necesidad de mejorar las condiciones de infraestructura y limpieza de las áreas de la sede aplicando los parámetros de los planes operativos anuales. Diseñar una campaña dirigida a los usuarios que contribuya a cuidar y colaborar en el mejoramiento de las condiciones de limpieza e higiene de las instalaciones de las sedes gastronómicas.

En relación al elemento personas, la atención al usuario es de especial importancia, por lo que se propuso Estructurar un aporte para la capacitación para la gestión de calidad de servicio al cliente. Capacitación del talento humano aplicado en las diversas dependencias: de las instituciones gastronómicas como empleados, Chef, ayudantes y los mismos gerentes. Para adaptar los servicios a las expectativas y necesidades de los usuarios (internos y externos), asociados a mejorar sus conocimientos en el arte culinario y servicios complementarios. Esto se puede traducir en un incremento de los usuarios en las instituciones gastronómicas.

Respecto al pago de matrícula precio, el cual influye notablemente en el usuario (estudiante), se propone diseñar convenios de pagos para que establezcan una estrategia de promoción de precios de la matrícula y

mensualidades dirigidos a beneficiar a los usuarios de las instituciones gastronómicas

En lo referente al elemento evidencia física, a fin de mejorar las condiciones del ambiente interno y externo se propone Mejorar la iluminación de las áreas internas y externas de las sedes gastronómicas, diseñar un sistema de señalización de las áreas utilizadas en las prácticas de cocina, bar tender, varismo ,pastelería entre otras actividades relacionadas con las academias gastronómicas, diseñar un sistema de información y atención al usuario, definir el reordenamiento de los horarios de clases y la vialidad respectiva e Implementar un sistema coordinado de mantenimiento, limpieza y salubridad de las sede, aplicar el mantenimiento correctivo a las salas de baños de las academias por último, mejorar las condiciones del ambiente de la sala de espera, mediante la ampliación y equipamiento de la misma.

Recomendaciones

En función de lograr una mejora significativa en la calidad de la atención en el servicio al cliente en el las academias gastronómicas se sugiere:

Implementar estrategias para las autoridades gerenciales responsables de las instituciones gastronómicas que permita establecer objetivos, metas y control de las mediciones de calidad de servicio por parte de las academias de cocina.

Implementar las estrategias propuestas para los prestadores del servicio partiendo de las expectativas y percepción de los usuarios

Diseñar planes gerenciales dirigidos a los usuarios delas instituciones gastronómicas, que contribuya en el mejoramiento de las condiciones de limpieza e higiene de las instalaciones, que contribuya a crear conciencia ciudadana en los usuarios, con relación a la higiene y limpieza de las instalaciones de las sedes gastronómicas.

Hacer seguimiento a las estrategias propuestas a fin de establecer las correcciones que se consideren necesarias Hacer llegar los lineamientos contenidos en esta propuesta a las diferentes instituciones gastronómicas del municipio San Cristóbal del Estado Táchira.

Www.bdigital.ula.ve

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Exposición de Motivos

A continuación se presenta el planteamiento dirigido al diseño de estratégico gerencial para el mejoramiento de la calidad del servicio en las academias gastronómicas de San Cristóbal del Estado Táchira.

Definición de la Propuesta. El planteamiento de diseño gerencial tiene como objetivo el diseño de estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio en las academias de gastronomías adaptadas a los procesos gerenciales con las variables Personas, Evidencia Física (Infraestructura y Tecnología) y Proceso, donde se aplicara estrategias a las siguiente **categorías**:

Categorías Personas: Están representadas por el personal que interviene en la entrega del servicio e influyen en la percepción del usuario de la academia de cocina sobre la calidad del mismo. Entre estas personas están: Las autoridades existentes en las academias de cocinas quienes son los gerentes, conductores de las empresas de gastronomía, instructores facultativos denominados Chef y personal administrativo, de mantenimiento y limpieza que son quienes brindan el servicio, los usuarios o clientes que son los estudiantes quienes reciben el servicio.

Categorías ambiente: Es la evidencia Física de prestación del servicio, es el ambiente donde se presta el servicio que son la infraestructura o sedes de las academias de gastronomía, ahí se presta el servicio al usuario. En la evidencia física se incluyen recursos tangibles, como folletos informativos, membretes de identificación de las academias, espacios (señalización),

instalaciones, tecnología, unidades de cocina y equipos necesarios para la prestación del servicio.

Procesos gerenciales: Es la secuencia sistemática de planificación (actividades), ejecución, métodos, procedimientos y control necesarios para prestar el servicio. En la medida que se ejecutan las actividades, es decir; se desarrolla el proceso o prestación del servicio de la enseñanza gastronómica; se suministran las evidencias necesarias para que el usuario emita una opinión con respecto a la calidad del mismo. Aquí vamos a revisar la gestión de las academias gastronómicas de San Cristóbal a través de:

Visión

Convertirse en referencia con respecto a la Calidad del Servicio de gastronomía en San Cristóbal.

Www.bdigital.ula.ve

Misión

Posicionarse en la Ciudad de San Cristóbal como una academia gastronómica caracterizado por la excelencia en el servicio prestado.

Objetivos de la Propuesta

Las acciones 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.

Objetivo General de la Propuesta

Proveer la Gerencia gastronómica, de un conjunto de estrategias gerenciales vinculadas con los procesos gerenciales para mejorar la Calidad de Servicio en las academias de cocina de San Cristóbal, Estado Táchira.

Objetivos Específicos de la Propuesta:

1. Facilitar a las Gerencia gastronómica de San Cristóbal del Estado Táchira, la toma de decisiones para mejorar la Calidad de Servicio, tomando en cuenta la promoción, costo, mejoramiento del proceso, adecuación tecnológica y capacitación del personal.
2. Comunicar una propuesta que mejore la calidad del servicio prestado por las academias de gastronomía de San Cristóbal del Estado Táchira.
3. Aprovechar la identificación del personal (Autoridades, Chef, Gerentes y colaboradores) que prestan servicio en las academias de gastronomía, para mejorar continuamente el proceso interno y por ende la percepción del cliente sobre el mismo.

Justificación:

El diagnóstico efectuado a cada academia de gastronomía de San Cristóbal Estado Táchira, con la aplicación del Modelo SERVQUAL, permitió efectuar un análisis de los factores determinantes de la calidad de servicio (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos gerenciales), los cuales ponen de manifiesto que existe una deficiencia de la Calidad de Servicio, y la necesidad de diseñar acciones que propendan al mejoramiento de la calidad de servicio.

Se encontraron **debilidades** generalizadas en cuanto:

- Instalaciones con deficiencias graves en iluminación y mantenimiento en general.
- El personal fijo adscrito al Instituto gastronómico, es insuficiente para el cumplimiento de las Metas y Objetivos planteados en el Plan Operativo.
- Falta de cumplimiento de los usuarios en cuanto a las Normas de higiene y limpieza que deben seguirse en espacios públicos.
- Baterías de cocina en pésimo estado o deficiente.
- Ausencia de un sistema de información y deficiencias en la señalización de las áreas de la academia.
- Insuficiente vigilancia por parte de los Cuerpos de Seguridad del Estado.
- Ausencia de un programa de capacitación en cuanto a atención al usuario dirigido al personal administrativo. Gerentes y conductores de las empresas gastronómicas
- Deficiencias en el sistema de señalización.
- Inexistencia de un sistema de información al usuario de las escuelas de cocina.
- Falta de salubridad en los baños públicos.
- Ausencia de sistemas de alarmas y prevención y combate de incendios.
- Dependencia presupuestaria del dueño del instituto por lo cual existe déficit de recursos financieros.
- Ausencia de Salas de Espera confortables para usuarios.

Estas son las razones que justifican la realización de esta investigación en la que se propone un conjunto de estrategias gerenciales para el mejoramiento de la calidad de la prestación de servicio de las academias gastronómicas de la ciudad de San Cristóbal del estado Táchira sitio de la investigación donde se encontró déficit de la calidad de servicio.

Alcance

La propuesta está orientada a mejorar la Calidad del Servicio a los usuarios de las academias gastronómicas de la ciudad de San Cristóbal del estado Táchira.

Enfoque Estratégico:

De las acciones Estratégicamente, las acciones propuestas se fundamentan en los criterios manejados en el Modelo SERVQUAL, en el cual una vez efectuada la evaluación respectiva, se sustraen los factores que atañen a la realidad encontrada en la deficiente calidad de servicio que se presta en las academias gastronómicas de la ciudad de San Cristóbal del estado Táchira en materia de servicio requieren los clientes internos y externos y que se hace necesario disminuir la brecha encontrada entre la percepción y expectativas, por la cual se diseñan las estrategias gerenciales para el incremento de la Calidad de Servicio.

Con base en la bibliografía revisada, en la investigación realizada, tomando en cuenta el tipo de organización y para responder a los intereses de las academias gastronómicas, se adopta un planteamiento gerencial vinculado al marketing que considera el concepto de gerencia de sistema. La propuesta contempla las siguientes **estrategias**:

- Estrategias dirigidas al personal que labora en las academias gastronómicas de la ciudad de San Cristóbal del estado Táchira (Gerencia Administrativa, Gerentes y Chef de las empresas gastronómicas).
- Estrategias para Instalaciones y equipos.
- Estrategias de Procesos gerenciales.
- Estrategias del servicio.
- Estrategia de precios.
- Estrategias de Promoción.

En este sentido se proponen las acciones a realizar y los responsables de implementarlas.

Diseño de la Estrategia

Las estrategias que se muestran a continuación, son el producto del análisis situacional realizado a la calidad del servicio en el objeto de estudio, en términos de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, tal y como se muestra en la Tabla 2, correspondiente a la Matriz DOFA.

Cuadro 45

Fortalezas - Debilidades

FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
1. Las empresas de gastronomías están en pleno conocimientos de las leyes nacionales y normas de control. 2. Buenos ingresos por la captación de estudiantes para su academia. 3. Planificación gerencial por parte de los gerentes de las academias. 4. Capacidad de generar recursos propios. 5. Tomas de decisiones directa por las autoridades gastronómicas. 6. Ubicación geográfica privilegiada y estratégica. 7. Espacios propios y potencial de mejoras. 8. Profesionales calificados (Chef) para prestar el servicio.	1. Infraestructura de las academias son pequeñas para la demanda de usuarios. 2. Instalaciones con deficiencias de iluminación y mantenimiento. 3. El Personal de la academia es insuficiente para el cumplimiento de las metas y objetivos planteados en el plan operativo. 4. Cocina insuficientes para la demanda de usuarios. 5. Insuficiencia de equipos gastronómicos para las prácticas. 6. Poca vigilancia privada y pública. 7. Ausencia de programas de capacitación para los empleados de las academias. 8. Insuficiencia de un sistema de información al usuario. 9. Baja salubridad de los baños públicos. 10. Ausencia de alarmas y prevención y combate de incendio. 11. Ausencia de salas de esperas confortables para usuarios. 12. Ausencia de inspección por las autoridades sanitarias.

Fuente: El autor (2020)

Cuadro 46

Oportunidades - Amenazas

OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
1. Ingresos provenientes de la captación de usuarios (estudiantes). 2. Disposición de las autoridades para mejorar la seguridad. 3. Potencial para mejorar la sede física y modernizar la academia. 4. Aprovechar los recursos para mejorar la sala de cocina. 5. Utilizar equipos de batería nuevos u tecnología de primera para las clases.	1. Insuficiencia en el presupuesto para cubrir todas las necesidades de la academia. 2. Aumento desmedido de las tarifas de inscripción y mensualidades. 3. Deficiencia en el mantenimiento de la infraestructura, higiene y limpieza de las áreas verdes. 4. Recesión de la economía por las malas políticas del Gobierno. 5. Falta de recursos y repuesto para arreglar los artefactos dañados. 6. Aumento constante de los insumos para las prácticas de los estudiantes gastronómicos. 7. Alta competencia de las academias para captar usuarios. 8. Falta de capacitación y planificación estratégica para prestar un servicio de calidad.

Fuente: El autor (2020)

Cuadro 47

Estrategias

ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
1. Mejorar el ambiente interno de las academias gastronómicas a través de la elaboración e implementación de un proyecto de mejoramiento de infraestructura física. (O1, F2,F4) 2. Implementar modalidades de cobro como una manera de garantizar la continuidad de los usuarios en las academias.(F4,O4) 3. Abrir sucursales en sitios donde no se preste el servicio de academias gastronómicas.(F4,O1)	1. Diseñar un sistema de señalización e información en las academias de gastronomías. (A8,D8) 2. Diseño de una campaña de promoción de la academias gastronómicas para aumentar los usuarios de estas escuelas de cocina.(A7,F2)
ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
1. Concientizar a los usuarios de las academias en el cumplimiento de Leyes, normativas y controles de las escuelas gastronómicas. (F1). 2. Diseñar una planificación estratégica por parte de las autoridades para prestar un servicio de calidad constantemente. (F3, A8).	1. Mejorar la seguridad de las escuelas gastronómicas distribuyendo las funciones entre vigilantes privados y solicitando vigilancia a los cuerpos de seguridad del Estado.(D6,O2) 2. Diseñar y ejecutar un programa de prevención y mantenimiento para la infraestructura de las academias gastronómicas.(A3,O3,F7) 3. Capacitación del talento humano de las diversas áreas adscritas a las escuelas de gastronomías que permita mejorar la capacidad de repuesta. (D7, A8, F8).

Fuente: elaboración del autor con base en los resultados de las encuestas aplicadas a las autoridades, gerentes, y usuarios de las academias gastronómicas de San Cristóbal, Estado Táchira

Resultado de la Matriz DOFA

Como resultado del cruce, producto del análisis de la matriz DOFA, se obtuvieron las siguientes estrategias, estas fueron clasificadas según las

estrategias alternativas definidas y ejemplificadas del Autor mencionadas con anterioridad.

Estrategias (FO):

- Mejorar el ambiente interno de las academias gastronómicas a través de la elaboración e implementación de un proyecto de mejoramiento de infraestructura física. (O1, F2, F4).

Esta estrategia se clasifica como: Estrategia gerencial.

- Implementar modalidades de cobro como una manera de garantizar la continuidad de los usuarios en las academias. (F4, O4).

Esta estrategia se clasifica como: Desarrollo de procesos gerenciales.

- Abrir sucursales en sitios donde no se preste el servicio de academias gastronómicas. (F4, O1).

Esta estrategia se clasifica como: Estrategia gerencial.

Estrategias (DO):

- Diseñar un sistema de señalización e información en las academias de gastronomías. (A8, D8).

Esta estrategia se clasifica como: Desarrollo de estrategias gerenciales

- Diseño de una campaña de promoción de la academias gastronómicas para aumentar los usuarios de estas escuelas de cocina. (A7, F2).

Esta estrategia se clasifica como: Desarrollo de estrategias gerenciales.

Estrategias (FA):

- Concientizar a los usuarios de las academias en el cumplimiento de Leyes, normativas y controles de las escuelas gastronómicas. (F1).

Esta estrategia se clasifica como: Desarrollo de estrategias gerenciales.

- Diseñar una planificación estratégica por parte de las autoridades para prestar un servicio de calidad constantemente. (F3, A8).

Esta estrategia se clasifica como: Estrategia gerencial.

Estrategias (DA):

- Mejorar la seguridad de las escuelas gastronómicas distribuyendo las funciones entre vigilantes privados y solicitando vigilancia a los cuerpos de seguridad del Estado. (D6, O2).

Esta estrategia se clasifica como: Desarrollo de estrategias gerencial.

- Diseñar y ejecutar un programa de prevención y mantenimiento para la infraestructura de las academias gastronómicas. (A3, O3, F7).

Esta estrategia se clasifica como: Desarrollo de estrategias gerencial.

- Capacitación del talento humano de las diversas áreas adscritas a las escuelas de gastronomías que permita mejorar la capacidad de repuesta. (D7, A8, F8).

Esta estrategia se clasifica como: Desarrollo de proceso gerencial.

Para cada estrategia diseñada, se tomaron en cuenta los aspectos de diseño, implantación y control. En cuanto al diseño se contempla la definición de la estrategia y sus objetivos. Respecto a la implantación, se toman en cuenta los recursos, las responsabilidades y las actividades.

Se incluye al final y de manera global, un punto en donde se hace referencia a la viabilidad y factibilidad de las estrategias, a fin de establecer los elementos que en cuanto a los recursos organizacionales y a la disponibilidad para el desarrollo, se hacen presentes academias gastronómicas de San Cristóbal, del estado Táchira.

Cuadro 48

Estrategia Dirigida al Personal

Definición	Objetivos	Actividades	Recursos	Responsables	Cronograma
Mejorar la atención al usuario (interno y externo) de las escuelas gastronómicas	– Estructurar un sistema para la gestión de reclamaciones (ligado al proceso de calidad de servicio al cliente). – Capacitación del recurso humano de las diversas dependencias. – Adaptar los servicios a las expectativas y necesidades de los clientes (internos y externos), asociados a los horarios, recorridos, pagos, servicios complementarios. – Diseñar una planificación estratégica, por parte de las autoridades gastronómicas para cumplir con el plan operativo anual.	– Implementar un sistema de gestión que permita estructurar gerencialmente las academias gastronómicas para detectar los problemas o reclamaciones del servicio y encontrar la solución. – Mantener una formación continua a través de talleres de capacitación de forma programada al personal de la academia gastronómica. – Realizar periódicamente diagnósticos de satisfacción del servicio recibido a través de sondeos e investigaciones directas (encuestas de satisfacción.)	-Capital Humano: *Personal de las academias gastronómicas de San Cristóbal *Gerentes y Autoridades de las empresas de gastronomías Asesores y facilitadores de los talleres de capacitación. -Materiales: *instalaciones de la academia (Salón de usos múltiples). *Material didáctico acorde al proceso de capacitación de los usuarios. - Capital Financiero. Aprobación de los recursos por parte de la Autoridades de las academias gastronómicas.	Director de la academia gastronómica.	Se realizarán cuatro (4) talleres en el año, distribuidos uno por trimestre.

Fuente: El autor (2020)

Cuadro N° 49. Estrategias para las Instalaciones y Equipos a través de un Plan Operativo

Definición	Objetivos	Actividades	Recursos	Responsables	Cronograma
Mejorar las condiciones del ambiente interno y externo de la academia gastronómica a través de la puesta en marcha de un plan operativo anual.	– Mejorar la iluminación de las áreas internas y externas de la academia gastronómica. – Diseñar un sistema de señalización y de información de las áreas asignadas para cada curso o taller. – Diseñar un sistema de información y atención al usuario con forme a un plan operativo. – Implementar un sistema coordinado de mantenimiento, limpieza y salubridad de la academia conforme al plan operativo. – Diseñar e implementar un sistema de prevención contra incendios.	– Diseñar e implementar un sistema de iluminación interna y externa de la academia. – Proponer un sistema de señalización e información de las divisiones de la academia para cada curso. – Ampliar la capacidad de personal obrero que sea capaz de mantener la academia en buenas condiciones de salubridad y limpieza, a través de un cronograma contenido en el plan operativo – Crear un salón de espera que sea cómodo y seguro para los usuarios. – Aplicar mantenimiento correctivo a las instalaciones sanitarias y ampliar su capacidad	Capital humano • Personal adscrito a las diversas dependencias de la academia gastronómica. • Personal propio de la empresa privada que ejecute el proyecto Capital Financiero. Aprobación del proyecto de reforma y de los recursos a ejecutar en el plan operativo	Director de la academia gastronómica.	Se ejecutará por etapas con forme al plan operativo una vez aprobados los recursos. -El orden de ejecución se efectuará tomando en consideración prioritaria las áreas más críticas determinadas en el diagnóstico elaborado.

Fuente: El autor (2020)

Cuadro N° 50. Estrategias de Procesos Gerenciales

Definición	Objetivos	Actividades	Recursos	Responsables	Cronograma
Planificar los procesos gerenciales que permitan mejorar la prestación del servicio de las academias gastronómicas de San Cristóbal del estado Táchira	- Establecer el cronograma de inscripción y mejorar las normas de inscripción para facilitar la incorporación a la academia de todas las personas interesadas. - Diseñar un plan de acción a partir de las directrices estratégicas y el desempeño de la academia gastronómica. - Verificar que las revisiones de desempeño de los procesos sean acorde con el programa definido y se hayan tomado acciones pertinentes.	- Implementar un sistema de inscripción que facilite la incorporación de nuevos estudiantes. - Organizar un plan de acción para los cursos y talleres de acuerdo a la demanda requerida por los usuarios. - Proponer la inclusión de personal capacitado y actualizado para dictar los cursos y talleres de la academia gastronómica. - Ampliar los cursos y talleres de gastronomía de acuerdo a la capacidad de la academia y la petición de los usuarios. - Crear un control interno para supervisar la planificación gerencial.	Capital humano • Personal adscrito a las diversas dependencias de la academia gastronómica. Material de Apoyo Computadoras e insumos consumibles para su ejecución. Financiero. Aprobación de la planificación y de los recursos a ejecutar en el planificación.	Director de la academia gastronómica.	Se ejecutará por etapas con forme al plan operativo anual, una vez aprobados los recursos.

Fuente: El autor (2020)

Análisis de Viabilidad y Factibilidad de las Estrategias

Cuando se diseñan propuestas de acción para el mejoramiento de situaciones organizacionales en cualquier contexto, la viabilidad (intención) y la factibilidad (posibilidad), son el punto de partida para la implantación y sostenibilidad de dichas propuestas.

En cuanto a la viabilidad de las estrategias planteadas, se toma en cuenta la conciencia, la disposición y el interés que tenga el personal directivo de las academias de gastronomías del Municipio San Cristóbal del estado Táchira, respecto a la importancia de ofrecer un servicio de calidad a los usuarios (cliente interno y externo) y del desarrollo de procesos gerenciales a seguir como parte de la orientación estratégica de la academias gastronómicas.

Al respecto, durante el desarrollo del estudio, específicamente al entrevistar a las autoridades de la academia y aplicar el instrumento de evaluación de las dimensiones de la calidad de servicio a través de un planificación gerencial mostró alta disposición e interés, además de una conciencia clara respecto a la importancia de medir la calidad del servicio prestado en la academia de gastronomías permite esta propuesta, motivar a los gerentes, Chef y empleados de la academia gastronómica la que reposa gran cantidad y complejidad de procesos de calidad de servicio. De allí puede afirmarse que evidentemente existe la necesidad de inclusión de estas herramientas en la gestión gerencial de mejoramiento del servicio en las academias.

En torno a la factibilidad, según información aportada por el Director de a academias de gastronomía, la organización cuenta con los recursos humanos, económicos, materiales e infraestructura para el desarrollo de las estrategias, razón por la cual las acciones son factibles de ser llevadas a cabo por etapas, debiendo ser incluidas en el Plan Operativo anual de la academias de gastronomías del municipio San Cristóbal del estado Táchira,

una vez efectuado el estudio de costos que se requiere para la ejecución de cada estrategia propuesta.

Se propone que el estudio de costos sea punto de partida para ser elaborado en una segunda etapa de investigación.

Evaluación del Impacto de las Acciones Planteadas

A fin de evaluar el impacto de las acciones planteadas, se propone realizar periódicamente auditorías de gestión para saber la satisfacción del servicio recibido a través de informes de investigaciones e información directas (encuestas de satisfacción) tanto a los usuarios internos como externos. La data recolectada se analizará y será compartida en reuniones programadas para tal fin, con el propósito de mantener, fortalecer o rediseñar las acciones propuestas.

Www.bdigital.ula.ve

REFERENCIAS

- Albrecht, K. (2006). *La gerencia del servicio*. Dow Jones Irwin inc.
- 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.
- Atkinson, F. (1990). *Creación de un cambio de cultura: la clave para una gestión de calidad total exitosa*. IFS Pyblications.
- 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.
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. (5ª ed.). México: McGrawHill.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) *Gaceta Oficial* N° 36860
- 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*. Norma. Bogotá (Colombia): Norma.

Durán (2011), Trabajo de investigación. *Análisis y valoración de cómo ha sido el proceso de formación del profesorado*. En la Escuela Universitaria de Turismo de la Universidad de Málaga y la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México.

Eslava Zapata, R. A., & Parra González, B. (del 12 al 14 de Septiembre de 2019). Costos basados en actividades (ABC): análisis de los factores claves identificados en las investigaciones desarrolladas. En 6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas, Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo 2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. Disponible en: <http://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2019/6tosimposio/ponencias-docentes/46d.pdf> [consulta: 2020, septiembre 19]

Eslava, Rolando (2019). Gestión de los costos en el sector gastronómicos Cúcuta – Colombia. *En Memorias V Congreso Internacional Dossier* (82-83). Colombia: Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Obtenido de <https://ufpso.edu.co/ftp/pdf/memorias/fcae/dossier/memoriadossier2019.pdf>

Flores, B. (2000). Trabajo de maestría. La gastronomía en el Táchira: un elemento de integración en la Región Fronteriza. Publicada en la *Revista Tachirense UCAB. Táchira N° 79*.

Gaceta de la República Bolivariana de Venezuela. Normas de Manipulación de Alimentos .*Gaceta Oficial N° 36081*

Gil, M. (2014). *Trabajo de grado. Recetario Gastronómico de Postre Gourmet*. Venezuela: Universidad de Nueva Esparta

Gutiérrez (2001). La Medición de la calidad: un instrumento para la gestión del entorno de un destino turístico. En: María Mercedes Melchor (Coord). *El Turismo en Canarias*. Gobierno de Canarias. España

Hernández, S.; Fernández, R. y Baptista, P. (2016). *Metodología de la Investigación*. (6ª ed.). México: McGraw-Hill.

Huerta, J. (2012). *Formación profesional de la gastronomía en instituciones públicas*. Volumen 12, Número 3 setiembre-diciembre. Este número se publicó el 30 de setiembre de 2012 México DF.

Hurtado J. (2000). *Metodología de la investigación Holística*. SYPAL. (3ª ed.). Instituto Universitario de Tecnología Caripito. Venezuela.

- 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.
- Katz, R. (2004). *Habilidades de un administrador efectivo*. Harvard Business Review.
- Moreno, L. M. D., Peris, F. J. y 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.
- Muñoz I, Tamayo A., Hernández C. (2012). *Formación profesional de la Gastronomía en instituciones públicas en México*. Gastronomic Professional.
- Palella y Martins (2000). *Metodología de la investigación cuantitativa. Trabajo de Campo*. Caracas, Fedupel. •a Edición. Tamayo y Tamayo M. (2003), *Proceso de la Investigación*. Panapo. Caracas.
- Palella y Martins (2010). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas, Fedupel. •a Edición. Tamayo y Tamayo M. (2003), *Proceso de la Investigación*. Panapo. Caracas.
- Palella y Martins (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. FEDEUPEL. (3ª ed.). Caracas.
- Palladino, E. y Palladino, L. (2008). *Administración organizacional*. Argentina: Espacio.
- Piñango E. (2011). *La Gastronomía como Carrera*. Debates IESA. Volumen XX número 1.
- 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
- Tecnológico de Morelia (2002). *El sistema de gestión de calidad*. Morelia. México. www.itorizaba.edu.mx

Universidad de Los Andes. (2006). *Maestría en Administración Mención Gerencia*. Centro de Investigaciones y desarrollo empresarial. Trujillo, Venezuela.

UPEL (2006). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización, Maestrías y Tesis Doctorales*. Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador(FEDUPEL), Caracas, Venezuela.

Venegas, A. (2010). *Modelo de negocio para la creación de un CFT gastronómico a nivel latinoamericano*. Santiago. Chile.

Vignolo, E. (2011). Trabajo de grado *Propuesta de un libro digital sobre Gastronomía Típica Venezolana*. Universidad de Nueva Esparta Venezuela.

ZeithamlValarie A. Parasuraman y Leonard L. Berry (2002). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.

Zorrilla, Santiago (2004) *Guía para elaborar La Tesis* (2ª ed.) 2009. México: McGraw- Hill.

Www.bdigital.ula.ve

ANEXOS

Www.bdigital.ula.ve

Título: Análisis de la gestión administrativa de calidad en las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General:

Analizar la gestión administrativa de calidad en las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira.

Objetivos Específicos:

1. Conocer la calidad de la oferta que hacen en las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira.
2. Identificar la demanda que existe en la actualidad en las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira.
3. Explicar los elementos destacados en la gestión administrativa de cada uno de los institutos de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira.
4. Estructurar estrategias que permitan la sostenibilidad de la calidad de servicio en la gestión administrativa de cada uno de los institutos de formación gastronómica de San Cristóbal, estado Táchira



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO UNIVERSITARIO DR. PEDRO RINCÓN GUTIERREZ
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACION Y GERENCIA

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para analizar la gestión administrativa en las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal. La información aquí suministrada es de carácter confidencial, solo será utilizada para fines de la investigación. No identifique el cuestionario. Por favor responda marcando una X. Gracias por su colaboración.

El Investigador

Escala a utilizar: Siempre **(S)**, Casi Siempre **(CS)**, Algunas Veces **(AV)**, Casi Nunca **(CN)**, y Nunca **(N)**.

I.- Datos Personales importantes:

Genero:

1.- Sexo: F ☐ M ☐

2.- Posee alguna de esta profesión: - Bachiller ☐ - Técnico Medio ☐

-Técnico Universitario ☐ - Universitario ☐

3.- Uds. está en la edad comprendida de: entre:

20 – 25 años ☐ 26 – 29 años ☐ o más de 30 años ☐

4.- Función que desempeña en la Academia culinaria: Personal Gerente ☐

Personal Administrativo ☐ Personal Obrero ☐ Chef ☐ Ayudante ☐

Población A (Autoridades de las academias)

Nº	Proposiciones Usted como participante en el instituto de formación gastronómica, considera:	S	CS	AV	CN	N
5	¿Existen equipos de cocina de alto nivel?					
6	¿Se realiza la limpieza de las instalaciones físicas?					

7	¿Disponibilidad de una cocina cómoda y atractiva?					
8	¿Hay Disponibilidad de servicios de baños higiénicos?					
9	¿Hay Comodidades en la sede de la academia?					
10	¿La Información suministrada por la academia a sus alumnos es oportuna?					
11	¿Satisfacción del servicio recibido es buena?					
12	¿Existe de parte de las autoridades Interés en la solución de problemas?					
13	¿Existe Cumplimiento de la normativa interna de la academia por parte de las autoridades?					
14	¿Se da Cumplimiento de las normas de control de alimentos?					
15	¿Se da Cumplimiento del servicio que ofrece la academia gastronómica?					
16	¿Existe capacidad de respuesta por parte de las autoridades?					
17	¿Existe capacidad de repuesta en la solución de problemas?					
18	¿Hay Prestación del servicio, rápido y oportuno?					
19	¿Aplican un sistema de vigilancia interna y normativa de seguridad en la escuela gastronómica?					
20	¿Existen controles al ingresar al sitio de cocina donde se imparten las clases?					
21	¿Existe Control de revisión de equipajes a la entrada y salida de la academia?					



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO UNIVERSITARIO DR. PEDRO RINCÓN GUTIERREZ
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACION Y GERENCIA

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para analizar la gestión administrativa en las instituciones de formación gastronómica de San Cristóbal. La información aquí suministrada es de carácter confidencial, solo será utilizada para fines de la investigación. No identifique el cuestionario. Por favor responda marcando una X.

Gracias por su colaboración.

El Investigador

Escala a utilizar: Siempre **(S)**, Casi Siempre **(CS)**, Algunas Veces **(AV)**, Casi Nunca **(CN)**, y Nunca **(N)**.

Población B (Usuarios o Estudiantes)

Nº	Proposiciones Usted como participante en el instituto de formación gastronómica, considera.	S	CS	AV	CN	N
1	¿Se proporciona atención personalizada al usuario por parte de las Autoridades de la academia?					
2	¿Se atiende las necesidades gastronómicas de los usuarios del servicio?					
3	¿Las autoridades prestan atención a las necesidades del mercado gastronómico para actualizarse?					
4	¿Proporciona las autoridades equipos de cocina de alto nivel?					
5	¿Las autoridades limpian las instalaciones físicas del instituto gastronómico?					
6	¿Existe la disponibilidad de una cocina cómoda y atractiva en cada clase?					
7	¿Existe la disponibilidad de servicios de baños higiénicos para los estudiantes?					
8	¿Hay comodidad de la sede de la academia para los usuarios?					

9	¿Es buena y oportuna la Información suministrada por la academia a sus alumnos?					
10	¿Satisfacción del servicio recibido es buena?					
11	¿Existe Interés en la aplicación de técnicas gerenciales para la solución de problemas?					
12	¿Se da Cumplimiento de la normativa interna de la academia?					
13	¿Se da cumplimiento de las normas de control de alimentos?					
14	¿Se da cumplimiento del plan operativo de la academia gastronómica?					
15	¿La capacidad de respuesta por parte de las autoridades es oportuna?					
16	¿Considera que la capacidad de repuesta en la solución de problemas administrativos a los usuarios es la adecuada?					
17	¿Considera que la academia se encuentra en un sistema de planificación gerencial aplicada al usuario?					
18	¿Existe Control de la planificación por parte de las autoridades?					

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO UNIVERSITARIO DR. PEDRO RINCÓN GUTIERREZ
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACION Y GERENCIA

VALIDACIÓN DEL EXPERTO

Por medio de la presente hago constar que he revisado el instrumento que será Utilizado en la fase de diagnóstico de la investigación titulada: **“ANALISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE CALIDAD DE SERVICIO EN LAS INSTITUCIONES DE FORMACIÓN GASTRONÓMICA DEL MUNICIPIO SAN CRISTÓBAL DEL ESTADO TÁCHIRA”**

Sugiero que el instrumento se aplique a la muestra de estudio seleccionada para lograr los objetivos propuestos en esta investigación.

Nombre _____

Firma _____

C.I. _____

Profesión: _____

Experto en: _____

Fecha: _____

Instrumento de Validación del Cuestionario dirigido a Autoridades y Usuarios en los institutos de formación gastronómica de San Cristóbal.

N°	Ítems	Criterios				Redacción				Relación con los objetivos				Relación con las categorías				Relación con el tema de estudio				Observación
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Edad																					
2	Sexo																					
3	Otra Profesión																					
4	Experiencia en el área culinaria																					
5	Existencia de equipos de cocina de alto nivel																					

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO UNIVERSITARIO DR. PEDRO RINCÓN GUTIERREZ
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA

VALIDACIÓN DEL EXPERTO

Por medio de la presente hago constar que he revisado el instrumento que será Utilizado en la fase de diagnóstico de la investigación titulada:
"ANÁLISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE CALIDAD DE SERVICIO EN LAS INSTITUCIONES DE FORMACIÓN GASTRONÓMICA DEL MUNICIPIO SAN CRISTÓBAL DEL ESTADO TÁCHIRA"

Sugiero que el instrumento se aplique a la muestra de estudio seleccionada para lograr los objetivos propuestos en esta investigación.

Nombre Guillermo Rivera

Firma [Firma]

C.I. 8.18 2866

Profesión: Maestro en Gastronomía

Experto en: Gestión

Fecha: 20-10-19

www.bdigital.ula.ve

Instrumento de Validación del Cuestionario dirigido a Autoridades y Usuarios en los institutos de formación gastronómica de San Cristóbal.

N°	Ítems	Criterios	Redacción				Relación con los objetivos				Relación con las categorías				Relación con el tema de estudio				Observación
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Edad				X				X				X				X		
2	Sexo				X				X				X				X		
3	Otra Profesión				X				X				X				X		
4	Experiencia en el área culinaria				X				X				X				X		
5	Existencia de equipos de cocina de alto nivel				X				X				X				X	Ver	

[illegible]

Escala a usar de manera creciente: (1: Siempre deficiente, 2: regular, 3: bueno, 4: excelente). Agregue si considera, algún comentario en la columna de observaciones.

Conellina River
8.182866

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO UNIVERSITARIO DR. PEDRO RINCÓN GUTIERREZ
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA

VALIDACIÓN DEL EXPERTO

Por medio de la presente hago constar que he revisado el instrumento que será Utilizado en la fase de diagnóstico de la investigación titulada:
"ANÁLISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE CALIDAD DE SERVICIO EN LAS INSTITUCIONES DE FORMACIÓN GASTRONÓMICA DEL MUNICIPIO SAN CRISTÓBAL DEL ESTADO TÁCHIRA"

Sugiero que el instrumento se aplique a la muestra de estudio seleccionada para lograr los objetivos propuestos en esta investigación.

Nombre: Nelson Antonio Vivas Jaimes
Firma: [Firma manuscrita]
C.I.: V-10151468
Profesión: DOCTOR EN GERENCIA
Experto en: Ciencias Gerenciales
Fecha: 17-10-19

Instrumento de Validación del Cuestionario dirigido a Autoridades y Usuarios en los institutos de formación gastronómica de San Cristóbal.

N°	Ítems	Criterios				Relación con los objetivos				Relación con las categorías				Relación con el tema de estudio				Observación
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Edad			X				X				X					X	
2	Sexo				X			X				X					X	
3	Otra Profesión			X				X				X					X	
4	Experiencia en el área culinaria				X			X				X					X	
5	Existencia de equipos de cocina de alto nivel				X			X				X					X	

18	Hay Prestación del servicio, rápido y oportuno	X	X	X	X
19	Existencia de un sistema de vigilancia interna y normativa de seguridad	X	X	X	X

Escala a usar de manera creciente: (1: Siempre deficiente, 2: regular, 3: bueno, 4: excelente). Agregue si considera, algún comentario en la columna de observaciones.

Deborah Jaim
V-10/5/968

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO UNIVERSITARIO DR. PEDRO RINCÓN GUTIERREZ
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA

VALIDACIÓN DEL EXPERTO

Por medio de la presente hago constar que he revisado el instrumento que será Utilizado en la fase de diagnóstico de la investigación titulada:
"ANÁLISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE CALIDAD DE SERVICIO EN LAS INSTITUCIONES DE FORMACIÓN GASTRONÓMICA DEL MUNICIPIO SAN CRISTÓBAL DEL ESTADO TÁCHIRA"

Sugiero que el instrumento se aplique a la muestra de estudio seleccionada para lograr los objetivos propuestos en esta investigación.

Nombre: Enide Lore Barrios
Firma: 13 30 4 2 33
C.I.: 13 30 4 2 33
Profesión: As. Ciencias Gerenciales
Experto en: Investigación
Fecha: S/C 20-10-19

Instrumento de Validación del Cuestionario dirigido a Autoridades y Usuarios en los institutos de formación gastronómica de San Cristóbal.

N°	Ítems	Criterios				Redacción				Relación con los objetivos				Relación con las categorías				Relación con el tema de estudio				Observación
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Edad																					
2	Sexo																					
3	Otra Profesión																					
4	Experiencia en el área culinaria																					
5	Existencia de equipos de cocina de alto nivel																					

[illegible]

Escala a usar de manera creciente: (1: Siempre deficiente, 2: regular, 3: bueno, 4: excelente). Agregue si considera, algún comentario en la columna de observaciones.

145