



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN  
TURISMO Y HOTELERÍA**

Satisfacción del turista que visita la playa de Zorritos en relación a la actividad  
turística, Tumbes año 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

**AUTORA:**

Br. Acuña Silva Rosy Stefany (ORCID: 0000-0002-8954-4404)

**ASESORA:**

Mg. Barinnoto Roncal, Patricia (ORCID: 0000-0003-3286-0593)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Responsabilidad Social

**PIURA – PERÚ**

**2018**

## **Página del jurado**

## **Dedicatoria**

A mis padres por haberme apoyado desde el primer momento en que decidí escoger mi carrera profesional, ustedes son el motor de mi vida.

A mis hermanas, por su apoyo incondicional y por ser mi ejemplo a seguir, a Thiago, una personita muy especial en mi vida. A toda mi familia en general.

A mis mejores amigas, Malena, Claudia, Fiorella por brindarme su amistad incondicional, a Alan por confiar en mí y brindarme su comprensión, cariño y amor. A mis seres queridos en el cielo, que siempre guían mi camino.

## **Agradecimiento**

A Dios por regalarme salud y sabiduría para poder lograr todo lo que me propongo.

Agradezco a toda mi familia, a mis padres por su apoyo incondicional y por haber apostado en mí, gracias por confiar siempre en lo que me propongo, todo esto se lo debo a ustedes.

A mi tío Jaime Yacila Boulanger, por confiar en mí y brindarme el apoyo necesario para poder lograr mi anhelado sueño que es mi carrera profesional.

A mis amigas, por estar conmigo en los momentos más difíciles de estos 5 años, por brindarme su sincera e incondicional amistad.

A todas las personas que de alguna u otra forma me brindaron su apoyo para poder culminar con éxito y por alentarme a salir adelante.

## Declaratoria de autenticidad

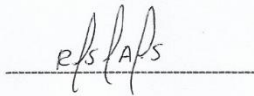
Yo Rosy Stefany Acuña Silva con DNI N° 70833324, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, de la escuela de Administración en Turismo y Hotelería, manifiesto bajo juramento que toda la documentación que presento es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se muestra en la presente tesis son auténticos y veraces.

En caso contrario asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión, tanto de los documentos como de información aportada; por lo cual me someto a lo dispuesto ante las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Del mismo modo autorizo a la Universidad Cesar Vallejo publicar la presente investigación si así lo cree conveniente.

14 de setiembre del 2020



Acuña silva Rosy Stefany

DNI: 70833324

## Índice

Carátula .....	i
Página del jurado .....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento .....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MÉTODO .....	8
2.1. Diseño de investigación .....	8
2.2. Variable y Operacionalización .....	8
2.3. Población y muestra .....	8
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	8
2.5. Métodos de análisis de datos .....	8
2.6. Aspectos éticos .....	10
III. RESULTADOS .....	11
IV. DISCUSIÓN .....	24
V. CONCLUSIONES .....	26
VI. RECOMENDACIONES .....	27
VII. PROPUESTA .....	28
REFERENCIAS .....	33
ANEXOS .....	34
Anexo N° 1: Instrumentos .....	34
Anexo N° 2: Validaciones .....	36
Anexo: N°3 : Pantallazo Turnitin .....	42
Anexo N° 4: Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis.....	43
Anexo N° 5: Acta de autorización de publicación de tesis .....	44
Anexo N° 6: Acta de la versión final del trabajo de investigación.....	45

## Resumen

La presente investigación analiza el estudio realizado, teniendo como objetivo general determinar el nivel de satisfacción del turista que visita la playa de zorritos en relación a la actividad turística. Para ello se utilizó, un estudio, en este trabajo de investigación se resalta el vínculo que existe entre el valor percibido con el valor esperado y así determinar el grado de satisfacción. Así mismo empleándose métodos cualitativos y cuantitativos, la metodología utilizada fue la de Díaz y Lama (2015) en su tesis titulada “Estudio de la satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de barrio florido y alrededores, periodo 2014” en donde se identifica el nivel de satisfacción en cuanto a las características demográficas de los turistas extranjeros, acorde a la expectativa del servicio brindado, respecto a la calidad del servicio y en cuanto a la oferta turística. Así mismo hubo un aporte teórico por parte de Hoffman y Bateson (2012) en su libro Marketing de Servicios donde indica que “para poder medir la satisfacción del cliente se tiene que comparar las expectativas del cliente con las percepciones del mismo “existiendo dos tipos de medición de satisfacción, directa e indirecta. Es así que este trabajo de investigación concluye que más del 78% de turistas se sienten insatisfechos con el servicio de calidad brindado por parte de los servicios de restaurantes, proponiendo un plan de mejora para dichos establecimientos.

**Palabras claves:** Satisfacción, Turismo, Calidad de servicio, infraestructura.

## **Abstract**

The present investigation analyzes the carried out study, having like general objective to determine the level of satisfaction of the tourist who visits the beach of zorritos in relation to the tourist activity. To do this, a study was used, in this research work, the link between the perceived value and the expected value is highlighted, thus determining the degree of satisfaction. Also using qualitative and quantitative methods, the methodology used was that of Diaz and Lama (2015) in his thesis entitled "Study of the satisfaction of foreign tourists who visit the town of neighborhood florido and surroundings, period 2014" where he identifies the level of satisfaction regarding the demographic characteristics of foreign tourists, according to the expectation of the service provided, regarding the quality of the service and in terms of the tourist offer. There was also a theoretical contribution by Hoffman and Bateson (2012) in his book Marketing Services, which states that "in order to measure customer satisfaction, one has to compare the client's expectations with the perceptions of the client". There are two types of measurement of satisfaction, direct and indirect. Thus, this research concludes that more than 78% of tourists feel dissatisfied with the quality service provided by restaurant services, proposing an improvement plan for these establishments.

**Keywords:** Satisfaction, Tourism, Quality of service, infrastructure.



## I. INTRODUCCIÓN

Cuando se habla de la dimensión satisfacción en cuanto a las expectativas y percepción del lugar, el turista lo que busca es vivir una emoción generadora de experiencias inolvidables, irremplazables y únicas que generen un patrón de visitas reiterativas al destino. En el ámbito internacional, la llegada de turistas tuvo un considerable aumento con más del 7% en el año 2017 siendo una cifra muy superior hace unos 7 años atrás en donde se tenía un porcentaje del 4%. Así en el continente europeo y asiático se registró un crecimiento de más del 8%, las llegadas y viajes internacionales. Se vienen desarrollando y consolidándose año tras año siendo un motor de desarrollo económico y turístico, así lo explico Zurab Pololikashvili (OMT, 2015). En el ámbito nacional, (Promperú, 2015) refiere en la actualidad que la satisfacción del turista depende mucho del motivo de visita, casi el 40% de los turistas que visitan la ciudad de Lima vinieron por descanso, vacaciones u ocio. Siendo Lima una ciudad en donde tienen mayor impacto estas características de visitantes de vacaciones, teniendo relación a su satisfacción los museos, parques, plazas, etc. Así como más del 47% d turistas visitan la ciudad por motivos de negocios, siendo su mayor relación a satisfacción la gastronomía, para ambos tipos de turistas la diferencia es la disponibilidad que tienen al visitar el lugar, por ello se tienen diversas opiniones respecto al grado de satisfacción. Por otra parte el desagrado o insatisfacción de los turistas es el desorden vehicular, el cual genera una molestia en su estadía al lugar. En el plano regional, en un estudio realizado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur, 2017) se encuentran cifras y porcentajes de la satisfacción de los turistas que visitan la región Tumbes, las razones de insatisfacción y desagrado son muchas por ejemplo más del 30% de los turistas refieren su molestia e insatisfacción en los aspectos de seguridad y limpieza de la ciudad, el 14.5% al tráfico en la ciudad, 11.3% el estado de las calles y principales avenidas, el 9.6% por el costo y beneficio, y por último el 2.2% por la calidad de servicio de las empresas turísticas. Por lo tanto estas cifras arrojadas son el reflejo de un destino turístico que no está trabajando para cumplir y superar aquellas expectativas que poseen los turistas al momento de elegir qué lugar visitar. En cuanto al distrito de Zorritos los turistas refieren inconformidad e insatisfacción al momento de la visita a la playa en servicios públicos prestados por el ente encargado, en este caso en servicios higiénicos, así también por la falta de seguridad por parte de salvavidas.

El propósito general de la investigación es conocer el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el distrito de Zorritos, lo cual permitirá analizar en qué aspectos relacionados con la visita turística se tiene un mayor porcentaje y así darle solución al problema de investigación. Diversos estudios han sido realizados acerca de la satisfacción del turista cuanto visita un destino en las diferentes universidades a nivel internacional, nacional y local. Señalaremos algunos de estos estudios: Gris (México, 2017), realizó un estudio sobre la medición del grado de satisfacción de los turistas que visitan Bahías de Huatulco, Oaxaca y se lleva a cabo un análisis de sus efectos sobre los fenómenos de retorno y recomendación, de igual manera se manifiesta que las tendencias del turismo han hecho que los destinos día a día puedan ser más competitivos, así como el ofrecer servicios con los más altos estándares de calidad en lugares paradisíacos e incomparables, se ha hecho hoy una tendencia exitosa en dicho sector.

Según el Programa Nacional de Turismo (2001-2006), crea como uno de los ejes de la política turística nacional el tener turistas totalmente satisfechos, y uno de los principales beneficios de poseer turistas satisfechos es que se generan turistas fidelizados, los cuales se consideran como la base de diferentes destinos en todo el mundo, por ello en México se tienen como prioridad y objetivo principal dentro de los programas de turismo nacional, estatal y municipal procurar turistas satisfechos, ya que no hay mejor manera de promoción que la que hace referencia el mismo turista en cuanto a sus expectativas satisfechas en el destino visitado.

Díaz y Lama (2015) en su tesis titulada “Estudio de la satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de barrio florido y alrededores, periodo 2014” expone que su objetivo general es determinar el nivel de satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de barrio Florido y alrededores, teniendo como objetivos específicos identificar el nivel de satisfacción en cuanto a las características demográficas de los turistas extranjeros, acorde a la expectativa del servicio brindado, respecto a la calidad del servicio y en cuanto a la oferta turística para eso se usó el método cualitativo mediante encuestas es obtuvieron como resultados que:

el nivel de satisfacción de acuerdo a las expectativas del turista por el servicio brindado, los resultados con una cifra elevada fue la alternativa “algo satisfechos” con una representación porcentual del 40% aproximadamente, en cuanto al nivel de satisfacción respecto a la calidad del servicio recibido dio como resultado que la alternativa con mayor cifra fue el nivel “muy satisfechos”, este resultado engloba a los pobladores, su trato, su atención brindada, seguridad, confiabilidad, cuidado y protección de los recursos naturales.

MINCETUR (2017) en un estudio determinado “nivel de satisfacción del turista nacional y extranjero que visita Tumbes 2017” el objetivo de esta investigación es medir la satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros en relación a la visita realizada y a los servicios turísticos llevados a cabo en la región Tumbes. Para esto se llevó a cabo una encuesta a turistas nacionales y extranjeros que visitaron tumbes, teniendo como resultado:

el nivel de satisfacción en cuanto a gastronomía, playas y hospitalidad de la comunidad receptora es alto, por otro lado el desorden y la falta de limpieza, las vías de acceso y la falta de seguridad y el tráfico son algunos de los aspectos que hacen que el turista califique a tumbes como bajo en su nivel de satisfacción.(p.31)

Para la realización idónea de la investigación sobre Satisfacción del turista que visita la playa de Zorritos en relación a la actividad turística, Tumbes año 2018, se necesita contar con teorías o conceptualizaciones dados por diferentes autores por tanto según: Acerenza (2006) manifiesta que:

El turismo no solo es vacacionar sino que está compuesto por los viajes a nivel mundial, referente a las actividades y funciones que realizan las personas durante su estadía a distintos lugares que visita, en un determinado tiempo mínimo a un año. Formas de Turismo: Turismo Interno: actividades que realiza el turista cuando viaja dentro del mismo país que reside. Turismo Receptor: viajar a una ciudad la cual no es la nación del turista. Turismo Emisor: residentes que viajan fuera de su nación (p.55)

Mientras que para la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2007) “El turismo es una tendencia social el cual tiene que ver con el desplazamiento de las personas a sitios que se localizan lejos de su nación” (p.12). En lo que concierne atractivos turísticos, La Secretaria del Turismo (SECTUR, 2002) denomina:

Atractivos turísticos a los paisajes naturales o con presencia cultural de un determinado lugar o comunidad, esto hace que el atractivo tenga una singularidad única y se diferencie de los demás. Por otra parte existen los atractivos en los cuales ha intervenido la mano del hombre, estos atractivos si bien es cierto tienen singularidad a otros pero no es nada que en otro lugar no se pueda realizar, y esto genera peligro ante la competencia de otros lugares (p.9).

Así mismo Gartner y William (2002). Indica que:

Los atractivos tienen el dominio de cautivar a los turistas y de generar el crecimiento turístico, ya que un destino sin atracciones no puede obtener visitas esto implica que su potencial no está siendo explotado. Así mismo los atractivos turísticos son variados eso atrae el interés de los turistas (p.10)

Para hablar en términos generales, abordamos el tema de la satisfacción del cliente. Según Hoffman y Bateson (2012) en su libro Marketing de Servicios indican que “para poder determinar la satisfacción del cliente se tiene que comparar las expectativas del cliente con las percepciones del mismo” (p.34)

La satisfacción del cliente se divide en 2 tipos; Mediciones Indirectas: Basado en los resultados obtenidos en las ventas como las utilidades, y también se basa en el registro de quejas de los clientes. Es un método pasivo en donde se puede notar si las percepciones de los clientes cumplen o superan sus expectativas. Mediciones Directas: Se obtienen por medio de encuestas o entrevistas de satisfacción del cliente donde se definen escalas y se formulan varias preguntas generales y específicas que dan un resultado cuantitativo. (p.35)

Por otro lado Zeithaml y Bitner (2002) indican que:

La Satisfacción es la respuesta de saciedad del cliente. Se deduce que si se origina un fracaso en el cumplimiento de las necesidades y las expectativas, lo que se puede obtener como resultado es la insatisfacción de las personas al consumir dicho producto o servicio. De igual manera la satisfacción del cliente se ve influenciada por las diversas características que poseen el producto o servicio y las percepciones de la calidad, También se involucran en la satisfacción las respuestas emocionales de los clientes, así como sus atribuciones y sus percepciones de equidad. Así mismo el autor hace énfasis en las emociones causadas por la experiencia del consumo las cuales son determinantes para lograr la satisfacción del cliente respecto del servicio. Estas emociones serán positivas cuando el ambiente y el trato amable y agradable sean propicio para que puedan disfrutar del servicio. Por lo contrario si el ambiente donde se realiza el servicio no es confortable y se recibe un mal trato por parte de quienes otorgan el servicio, pues lograras clientes insatisfechos.(p.145)

La calidad en el servicio es un punto muy importante para realizar la medición del nivel de satisfacción del cliente, por tanto Zeithaml y Bitner (2002) en su libro Marketing de Servicios sostienen que de acuerdo con diversas investigaciones los clientes no perciben la

calidad como un concepto de una sola dimensión, es decir, las valoraciones de los clientes acerca de la calidad de un servicio se basan en múltiples factores. Existen 5 dimensiones que se aplican a la calidad de todos los servicios: Confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y tangibles.

- Confiabilidad: facultad al desempeñar el servicio de manera segura y precisa. Asimismo, es la dimensión más importante en las percepciones de la calidad en el servicio.
- Responsabilidad: Disposición para poder colaborar en todo lo necesario con los clientes y lograr proveer el servicio con prontitud. En esta dimensión se resalta la atención y la rapidez al resolver y atender las diversas solicitudes, reclamaciones, preguntas y problemas diversos con los clientes. La responsabilidad también abarca el poder brindar un servicio personalizado pensando en las necesidades del cliente.
- Seguridad: se puede notar en el conocimiento, habilidad y cortesía de los empleados, para inspirar buena fe y confianza. Esta dimensión llega a adquirir particular importancia para aquellos servicios en donde los clientes perciben que se involucra en 32 riesgos o en los que se sienten inseguros acerca de su capacidad para evaluar los resultados.
- Empatía: ofrecer a los clientes atención personalizada y responsable. La importancia de la empatía radica en transmitir al cliente el servicio acorde a sus necesidades y lograr hacerlos sentir únicos y especiales ya que los clientes quieren sentir que son importantes y que las empresas que les prestan el servicio los comprenden.
- Tangibles: es la infraestructura en la que se muestran las instalaciones físicas y la apariencia del equipo, el personal y los materiales escritos, dimensiones que suman al momentos que los clientes organizan mentalmente la información sobre la calidad en el servicio que van a recibir (p.148).

Al momento de realizar un viaje, siempre se analiza que tan llamativo es el lugar que se visitara teniendo en cuenta las potencialidades con las que cuenta, que vendrían siendo la calidad de recursos turísticos; la planta turística y la infraestructura por tanto desde allí es donde se puede percibir el interés y el nivel de expectativas con las que se cuenta para la satisfacción de este. Es por ello que Pantoja Lizbeth (2015) en su tesis de grado indica que el turismo es una de las actividades económicas más importantes que logran el desarrollo en países con potencial turístico mediante el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales con los que cuentan, un país tan diverso y

rico en este tipo de recursos se aprovecha este desarrollo para lograr la inclusión social, mejorando la calidad de vida de las comunidades rurales. (p.28)

Referente a la planta turística para Quesada (2010) son:

Los prestadores de servicios establecidos por los hoteles, restaurantes y agencias de viajes. El cual tiene una similitud con la infraestructura siendo los servicios proporcionados por el mecanismo nacional, caso contrario en la planta turística integra los servicios como el alojamiento, transporte, agencias de viaje. Esta pieza es el sistema rentable del turismo porque permite que los servicios sean factibles en las actividades del sector turístico (p.188).

Y finalmente se tiene a la infraestructura de la cual Planells (2012) afirma que: está compuesta por todas las construcciones así como componentes externos e internos que son de gran relevancia para que un destino turístico sea viable. Como por ejemplo los sistemas de abastecimientos, instalaciones eléctricas, accesos e instalaciones de comunicación, aéreas y terrestres, bancos, casas de cambio, señalizaciones de los puntos e itinerarios de interés turístico.

Después de conocer la teoría referente a la investigación se propone la siguiente pregunta: ¿Cuál es el nivel de satisfacción del turista que visita la playa de Zorritos en relación a la actividad turística, tumbes año 2018? de la cual se espera la respuesta a través de los resultados de la investigación.

El presente trabajo demandó tener como base un sustento que justifique porque es importante realizar este trabajo de investigación, por la misma razón se justifica según: A). Practica: El presente trabajo de investigación tuvo como solución tomar acciones y decisiones pertinentes para mejorar en aquellos aspectos según la información recaudada en el trabajo de campo de la investigación. B). Social: Contribuyo a que el distrito de Zorritos mejore en cuanto a los puntos en los que está fallando con los estudios realizados, beneficiando así no solo a los turistas que visiten el distrito sino a la población que habita en ella mejorando la economía y el desarrollo turístico de manera responsable y sostenible. Así mismo incluir a la población conjuntamente con los actores involucrados para la valoración y desarrollo del distrito de Zorritos. C). Teórico: Este trabajo de investigación no contribuye con ningún aporte teórico, pero si respalda teorías existentes como la de Hoffman y Batesson (2012) en su libro de marketing sostiene que la satisfacción del cliente se llega a percibir cuando se

logra comparar las expectativas que tiene el cliente del servicio con sus percepciones respecto al servicio que va a recibir.

E). Metodológico: El trabajo de investigación permitió determinar el nivel de satisfacción del turista, este estudio no sirvió para crear una metodología sino para validar una ya existente como la metodología de Richard L. Oliver, reconocido investigador, escritor y experto sobre el tema de la satisfacción del cliente, quien llegó a expresar el reto que implicó la definición de Satisfacción del cliente, que vendría siendo la respuesta de saciedad del cliente, él también lo define como un juicio acerca de que un rasgo del producto o servicio, o de sí mismo puede proporcionar un nivel placentero de recompensa que se relaciona con el consumo. Para lograr comprender mejor la definición, los autores se refieren a que la satisfacción es la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, es así que esta metodología fue adaptada para determinar el nivel de satisfacción del turista alcanzando los objetivos planteados. Así como la investigación posee una pregunta clave para su solución, es importante la presencia de la hipótesis que sería: El nivel de satisfacción del turista que visita la playa de Zorritos en relación a la actividad turística es media en Tumbes año 2018. Para poder comprobar la hipótesis planteada es necesario el planteamiento del objetivo general y los específicos. Como objetivo general se tiene Determinar el nivel de satisfacción del turista que visita la playa de zorritos en relación a la actividad turística Tumbes Año 2018. Y como Objetivos específicos: 1). Identificar el nivel de satisfacción del turista respecto a los accesos que presenta la playa de zorritos Tumbes año 2018. 2). Identificar el nivel de satisfacción dl turista respecto a los costos que presenta la playa de zorritos Tumbes año 2018. 3). Identificar el nivel de satisfacción del turista respecto a los atractivos naturales que presenta la playa de zorritos Tumbes año 2018. 4). Identificar el nivel de satisfacción del turista respecto a los atractivos artificiales que presenta la playa de Zorritos Tumbes año 2018. 5) Identificar el nivel de satisfacción del turista respecto a la infraestructura que presenta la playa de Zorritos Tumbes año 2018. 6). Proponer un plan de mejora para los prestadores de servicios de restauración y en la playa de Zorritos Tumbes año 2018.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Diseño de investigación**

El diseño que se utilizó en la presente investigación, es descriptivo, transversal y no experimental.

### **2.2. Variable y Operacionalización**

#### **2.2.1. Variable**

Satisfacción del turista

### **2.3. Población y muestra**

La población está compuesta por los turistas nacionales y extranjeros que visitan la playa de Zorritos siendo un total de 52 271, los cuales 19 862.98 son nacionales y 32 408.02 son extranjeros \*Los 264 turistas han sido obtenidos a la muestra representativa a la población de turistas nacionales y extranjeros los cuales se dividieron y se prorrataron según la cantidad del porcentaje nacional y extranjero el porcentaje de aplicación de nacionales es 38 % y 62% extranjeros.

### **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

Las técnicas a utilizar en el presente trabajo de investigación serán: la encuesta y como instrumento el cuestionario.

### **2.5. Métodos de análisis de datos**

Después de haber recopilado antecedentes relacionados al presente trabajo de investigación, se procedió a encuestar a un total de 264 turistas que visitaron la playa de Zorritos, después de ello se llevó a cabo la aplicación de la encuesta para obtener los datos.



VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Satisfacción del turista	Satisfacción del turista  Comparación de la percepción del turista con sus expectativas en cuanto al servicio ofrecido basado en la calidad y en la oferta turística.	La variable satisfacción del turista se medirá a través de una encuesta cerrada tipo Likert con 5 opciones de respuesta. Siendo 5 el nivel más alto y 1 el nivel más bajo.	Accesos	Satisfacción del turista en relación a las condiciones de las carreteras  Satisfacción del turista en relación a las vías de acceso  Satisfacción del turista en relación al tipo de asfalto.  Satisfacción del turista en relación al tiempo para llegar al atractivo
			Costos	Satisfacción del turista en relación a l costo de los pasajes  Satisfacción del turista en relación al costo por hospedaje  Satisfacción del turista en relación al costo por alimentación  Satisfacción del turista en relación al costo por servicio de guiado.  Satisfacción del turista en relación al costo por recreación
			Atractivos naturales	Satisfacción del turista en relación al estado de conservación de los atractivos naturales  Satisfacción del turista en relación a la llegada al destino turístico  Satisfacción del turista en relación a la representatividad del destino  Satisfacción del turista en relación a la singularidad del destino
			Atractivos artificiales	Satisfacción del turista en relación a la planta turística del destino  Satisfacción del turista en relación a las actividades desarrolladas dentro del destino en los tiempos muertos
			Infraestructura	Satisfacción del turista en relación al servicio de los restaurantes  Satisfacción del turista en relación al servicio de los establecimientos de hospedaje  Satisfacción del turista en relación a la información brindada y obtenida en el destino  Satisfacción del turista en relación a los medios de comunicación dentro del destino  Satisfacción del turista en relación a la seguridad en las calles y avenidas del destino  Satisfacción del turista en relación al saneamiento que posee el destino

## **2.6. Aspectos éticos**

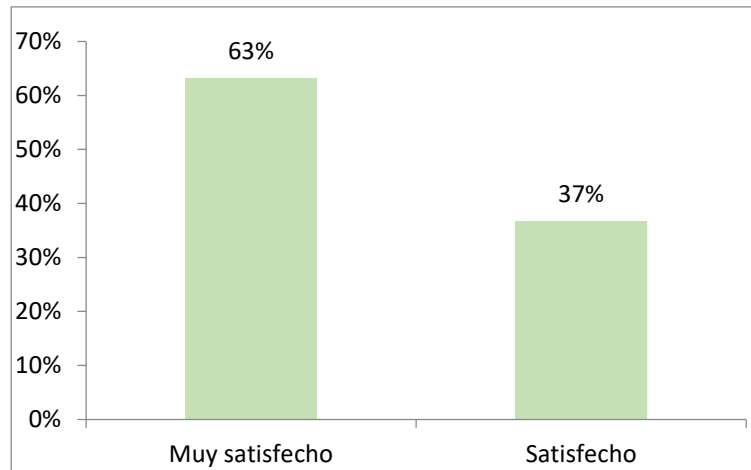
En la presente investigación se respetaron los siguientes aspectos:

- Cumplir con el formato de normas APA.
- Citar correctamente las tesis y autores de la información visitada.
- No usar el plagio en el presente trabajo de investigación.

### III. RESULTADOS

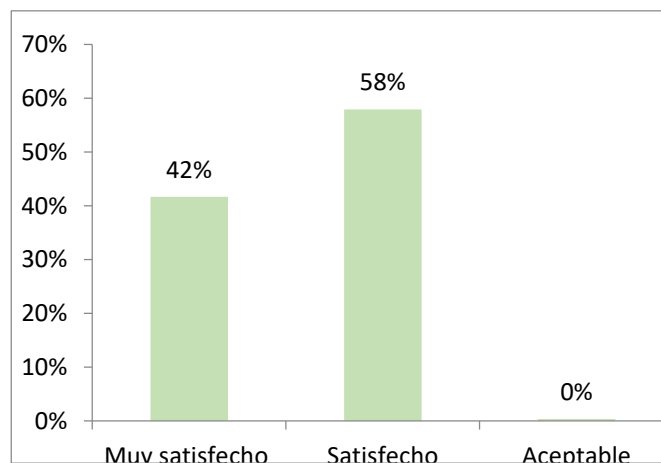
Satisfacción del turista respecto a los accesos que presenta la playa de zorrillos Tumbes año 2018.

**Figura 1.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorrillos respecto a las carreteras y accesos.



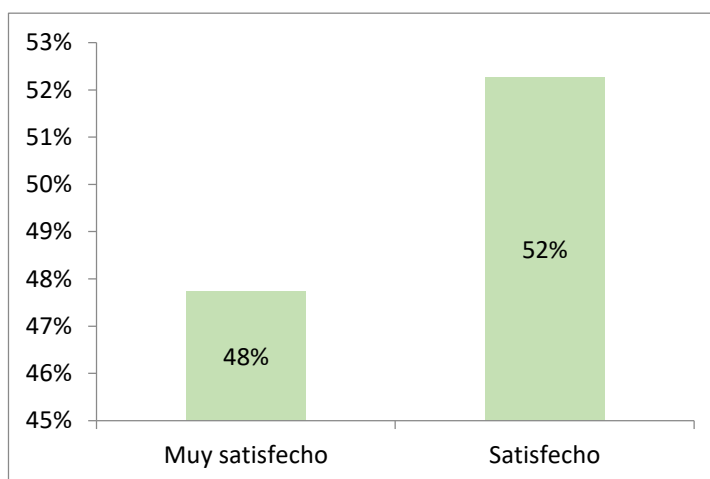
**Figura 1.** Según la figura presentada el 63 % de los turistas encuestados están muy satisfechos con las carreteras y accesos para llegar a la playa de Zorrillos, sin embargo existe un 37 % de turistas que están satisfechos, esto podría deberse a que en ciertas zonas para el acceso a la playa no están asfaltadas ni en buenas condiciones.

**Figura 2.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorrillos respecto a la señalización del lugar.



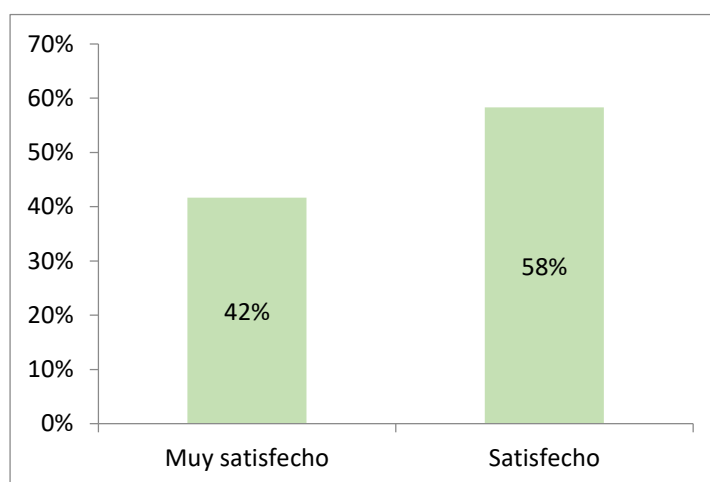
**Figura 2.** Según la figura el 58% de los turistas encuestados están satisfechos con la señalización del lugar, sin embargo existe un 42% de turistas que están muy satisfechos, esto se debe a que no todos los accesos a la playa de Zorrillos están debidamente señalizados.

**Figura 3.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto a las carreteras asfaltadas.



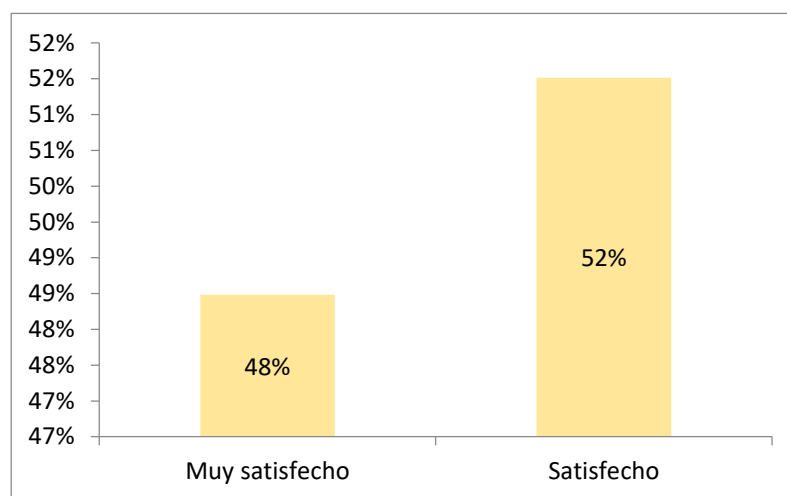
**Figura 3.** Según la figura el 52% de los turistas encuestados están satisfechos con las carreteras que están asfaltadas, sin embargo existe un 48% de turistas que están muy satisfechos, esto se debe a que hay en gran parte carreteras y accesos que no están asfaltados.

**Figura 4.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto al tiempo que se emplea para llegar al atractivo turístico del distrito de Zorritos.



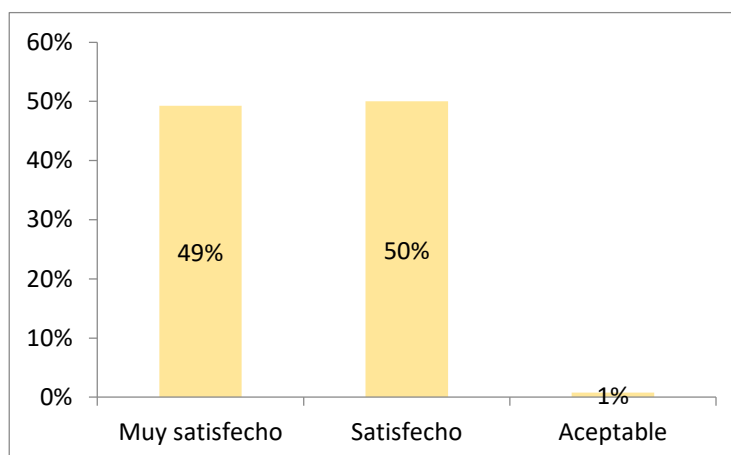
**Figura 4.** Según la figura el 58% de los turistas encuestados están satisfechos con el tiempo que se emplea para llegar hacia el atractivo turístico, sin embargo existe un 42% de turistas que están muy satisfechos, debido a que Satisfacción del turista respecto a los costos que presenta la playa de zorritos Tumbes año 2018.

**Figura 5.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto al costo de los pasajes para llegar al atractivo.



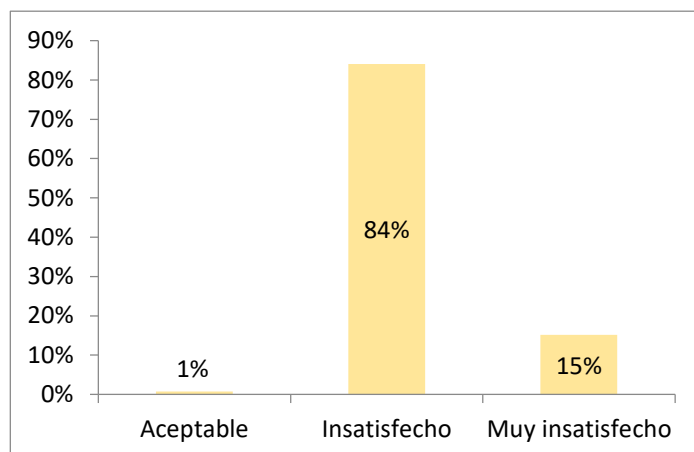
**Figura 5.** Según la figura el 52% de los turistas encuestados están satisfechos con el costo de los pasajes que se utilizan para llegar hacia el atractivo turístico, sin embargo existe un 48% de turistas que están muy satisfechos, esto se debe a que en diferentes empresas de transporte los costos de los pasajes hacia el distrito de Zorritos pueden variar.

**Figura 6.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto al costo de los establecimientos de hospedaje.



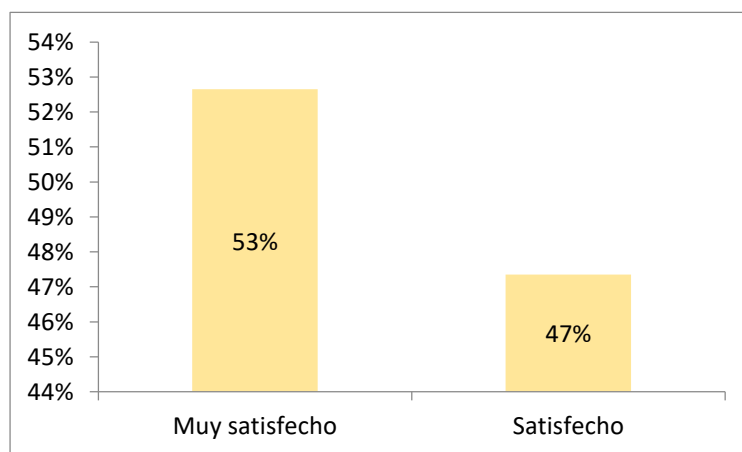
**Figura 6.** Según la figura el 50% de los turistas encuestados están satisfechos con el costo de los establecimientos de hospedaje, sin embargo existe un 49% de turistas que están muy satisfechos, esto se debe a la gran cantidad de oferta que hay en el distrito de Zorritos, de acuerdo a esto pueden variar.

**Figura 7.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto a la diversidad de restaurantes con distintos precios.



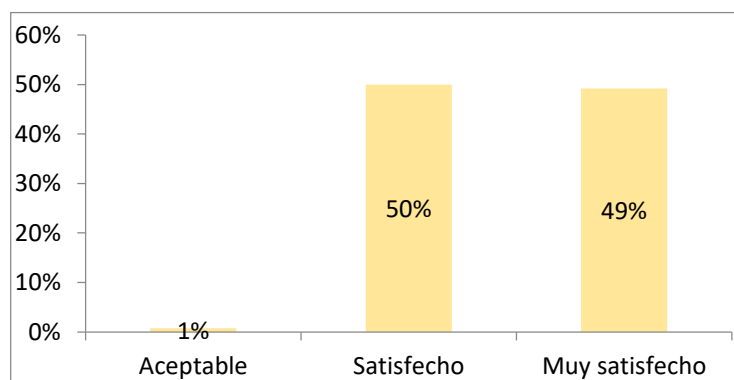
**Figura 7.** Según la figura el 84% de los turistas encuestados están insatisfechos con el costo de los establecimientos de hospedaje, sin embargo existe un 15 % de turistas que están muy insatisfechos, esto se debe a que no existe una oferta considerable en el sector de restaurantes, por lo tanto no existe una variedad de precios.

**Figura 8.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto al costo adecuado del servicio de guiado.



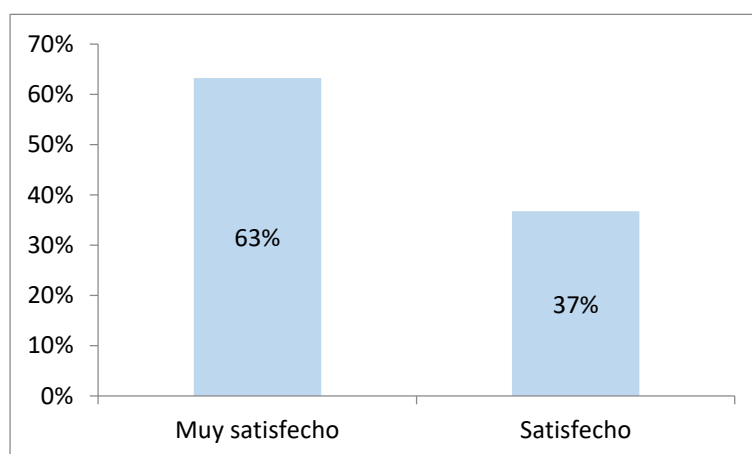
**Figura 8.** Según la figura el 53% de los turistas encuestados están satisfechos con el costo se adecua al buen servicio de guiado, sin embargo existe un 47% de turistas que están satisfechos, debido al aprovechamiento de algunos guías de turismo que cobran un precio elevado brindando un servicio que no satisface las expectativas de los turistas.

**Figura 9.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto al costo de los servicios de recreación ofrecidos.



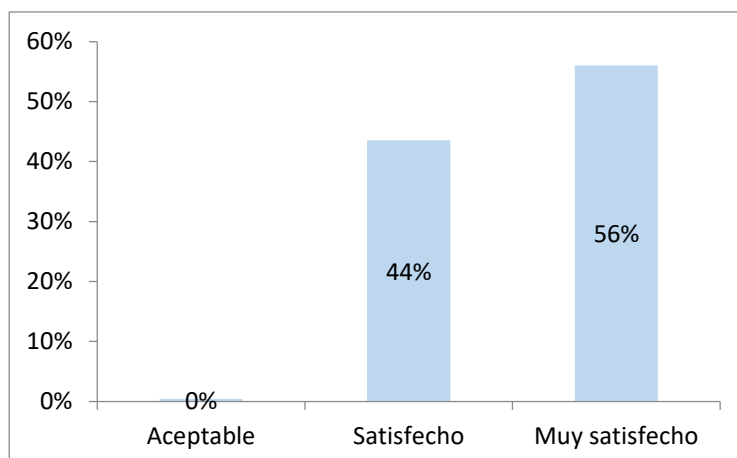
**Figura 9.** Según la figura el 50% de los turistas encuestados están satisfechos con el costo de los servicios de recreación ofrecidos, sin embargo existe un 49% de turistas que están muy satisfechos, esto se debe a que el costo va de acuerdo con el servicio ofrecido. Satisfacción del turista respecto a los atractivos naturales que presenta la playa de zorritos Tumbes año 2018.

**Figura 10.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto a las buenas condiciones de los atractivos naturales.



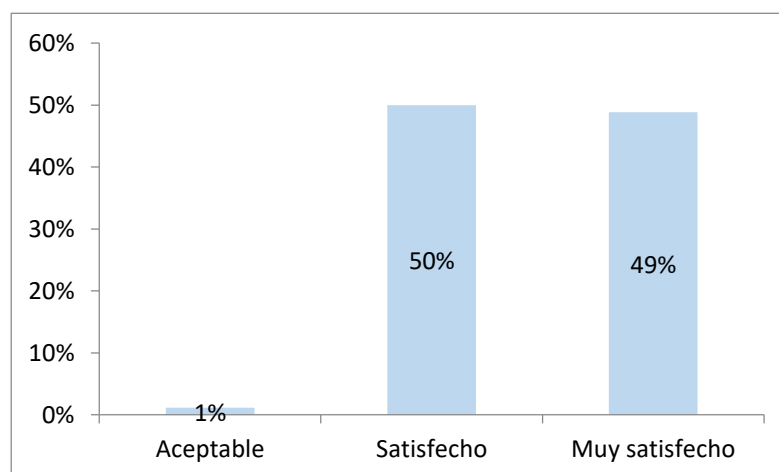
**Figura 10.** Según la figura el 63% de los turistas encuestados están muy satisfechos con las buenas condiciones de los atractivos naturales, sin embargo existe un 37% de turistas que están satisfechos, esto se debe a que depende de la época de visita al lugar y la gran afluencia de turistas a los atractivos naturales, algunas veces se encuentren en condiciones no aptas para poder visitarlos.

**Figura 11.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto a viajar al distrito de Zorritos para la visita de los atractivos naturales.



**Figura 11.** Según la figura el 56% de los turistas encuestados están muy satisfechos con los atractivos naturales que ofrece el distrito de zorritos para poder visitarlos, sin embargo existe un 44% de turistas que están satisfechos, debido a que los atractivos naturales no cumplen con sus expectativas.

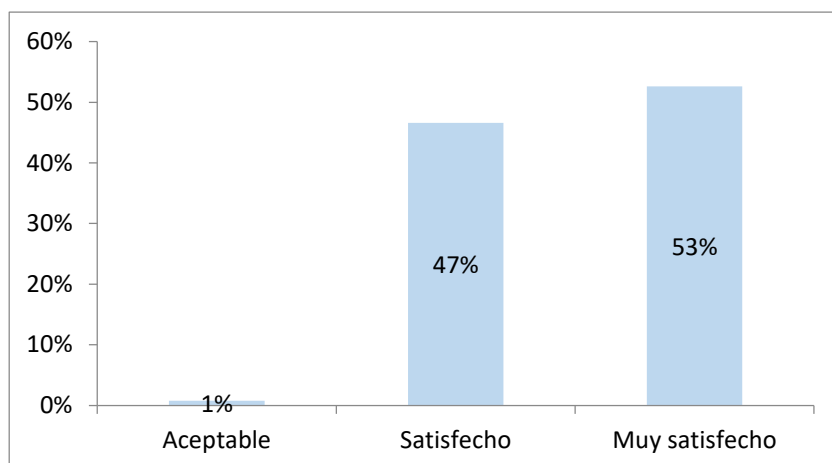
**Figura 12.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto a las expectativas de seguridad, tranquilidad y buen trato.



**Figura 12.** Según la figura el 50% de los turistas encuestados están satisfechos y cumplen sus expectativas la seguridad, tranquilidad y buen trato, sin embargo existe un 49% de turistas que están muy satisfechos, debido que en Zorritos lo primordial la seguridad, tranquilidad y buen trato para que el turista regrese.

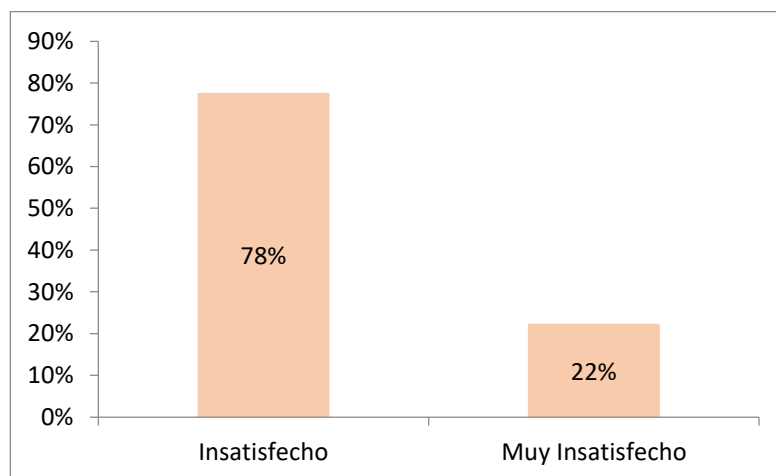


**Figura 13.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto a la singularidad que otros distritos no poseen.



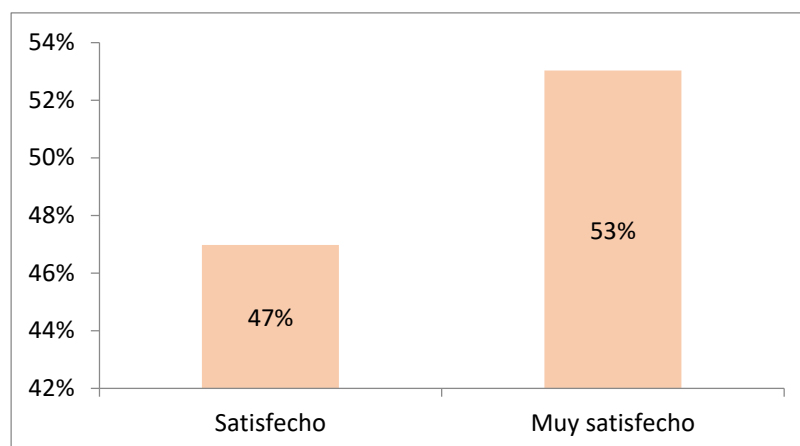
**Figura 13.** Según la figura el 53% de los turistas encuestados están muy satisfechos en cuanto se refieren a que el destino tiene una singularidad que otros no la poseen, sin embargo el 47% de turistas que están satisfechos, debido que creen que otros distritos poseen algunas características similares a Zorritos. Satisfacción del turista respecto a los atractivos artificiales que presenta la playa de Zorritos Tumbes año 2018.

**Figura 14.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto a la diversidad de restaurantes y hoteles en el distrito.



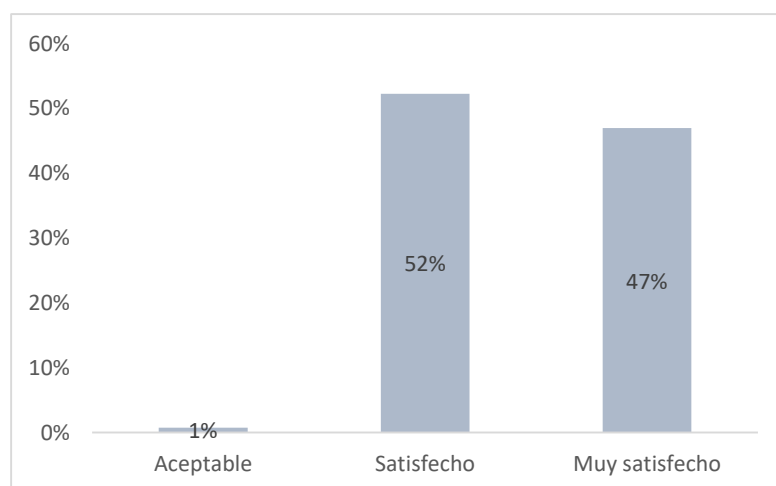
**Figura 14.** Según la figura el 78% de los turistas encuestados están insatisfechos en la diversidad de hoteles y restaurantes, sin embargo el 22% de turistas están muy insatisfechos, debido que no hay una amplia variedad en la oferta de restaurantes y hoteles.

**Figura 15.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto a las actividades para desarrollar en los tiempos libres.



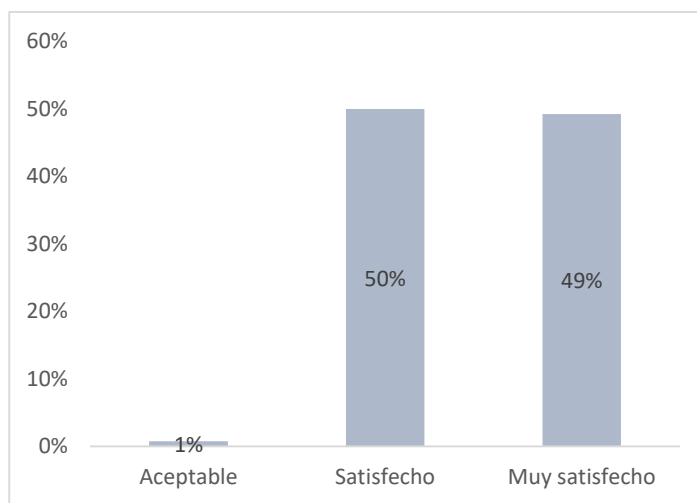
**Figura 15.** Según la figura el 53% de los turistas encuestados están muy satisfechos con las actividades que tienen a disposición en tiempos libres, sin embargo el 47% de turistas están satisfechos, debido que son muy pocas las actividades que hay por realizar en el distrito. Satisfacción del turista respecto a la infraestructura que presenta la playa de Zorritos Tumbes año 2018.

**Figura 16.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto si cumplen con las expectativas los establecimientos de restaurante.



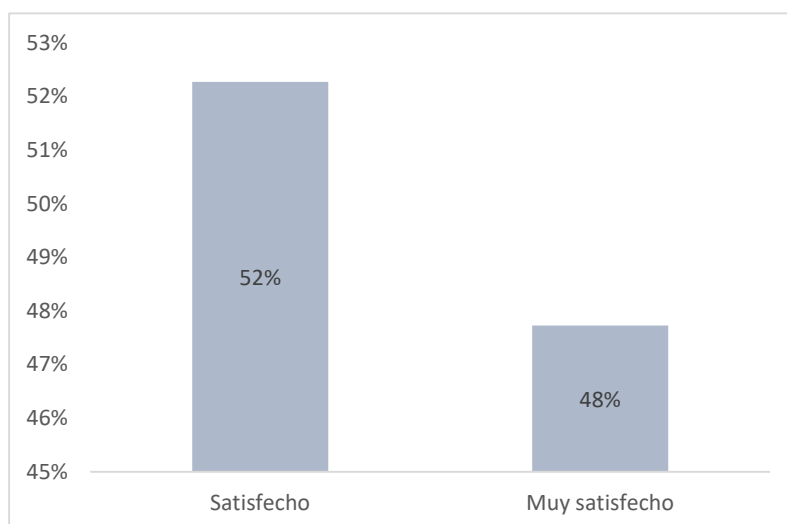
**Figura 16.** Según la figura el 52% de los turistas encuestados están satisfechos y cumplen sus expectativas los establecimientos de restaurante, sin embargo el 47% de turistas están muy satisfechos, debido que el servicio en los establecimientos de restaurantes es personalizado.

**Figura 17.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto si cumplen con las expectativas los establecimientos de hospedaje.



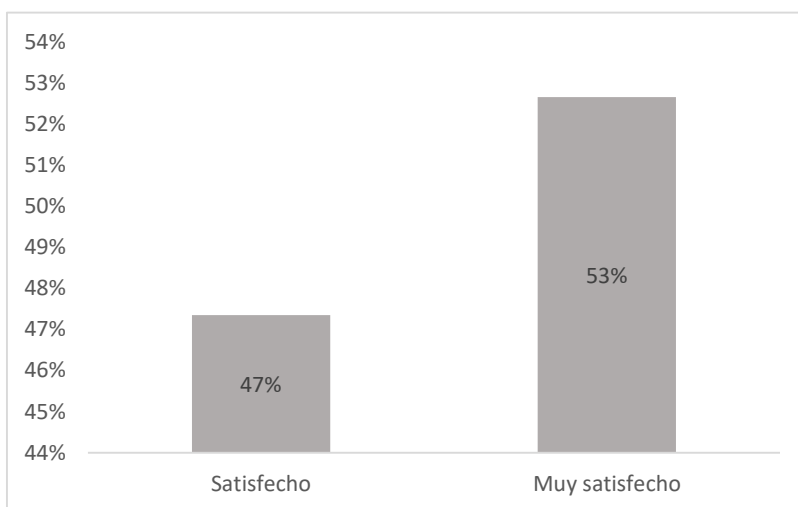
**Figura 17.** Según la figura el 50% de los turistas encuestados están satisfechos y cumplen sus expectativas los establecimientos de hospedaje, sin embargo el 49% de turistas están muy satisfechos, debido que el servicio en los hospedajes es personalizado.

**Figura 18.** Satisfacción del turista que visita la playa de zorritos respecto si la información brindada fue veraz y confiable.



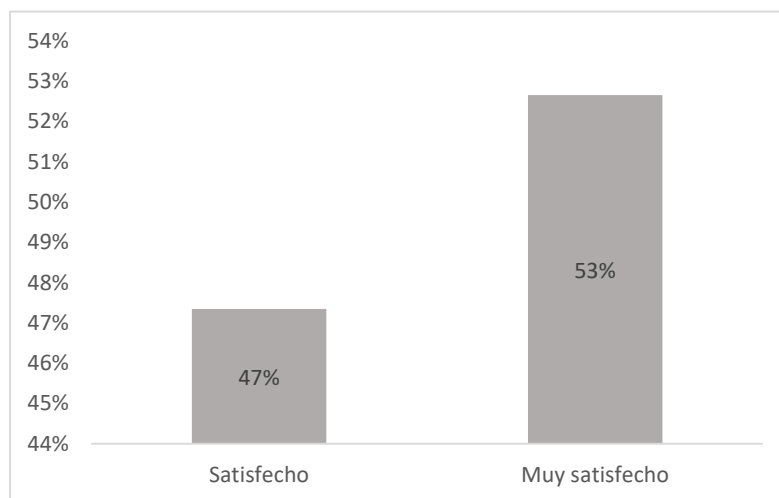
**Figura 18.** Según la figura el 52% de los turistas encuestados están satisfechos con la información brindada en el distrito, sin embargo el 48% de turistas están muy satisfechos, debido que la gente del lugar es muy acogedora y amable al momento de brindar información al turista.

**Figura 19.** Satisfacción del turista que visita la playa de Zorritos respecto al trabajo eficaz de los medios de comunicación.



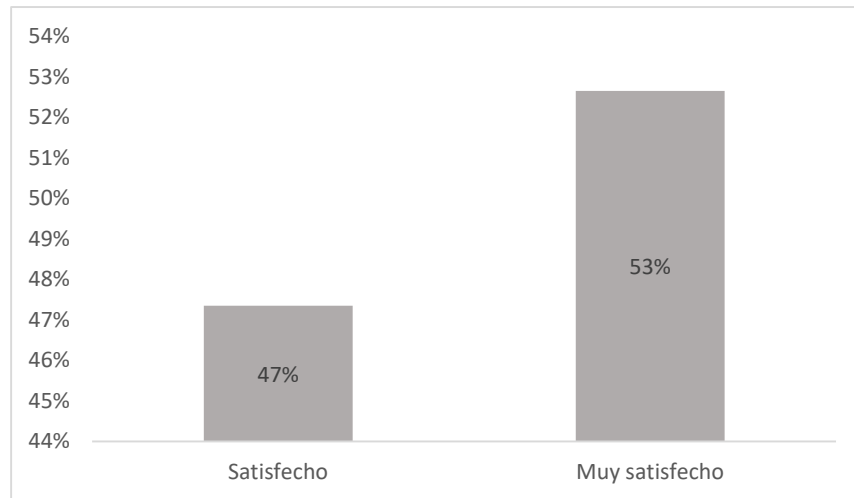
**Figura 19.** Según la figura el 53% de los turistas encuestados están muy satisfechos con el trabajo de los medios de comunicación al informar sobre los atractivos turísticos, sin embargo el 47% de turistas están satisfechos, debido que si se brinda una información veraz de los medios de comunicación pero muchas veces no está actualizada.

**Figura 20.** Satisfacción del turista que visita la playa de Zorritos respecto a la seguridad en las calles y avenidas del distrito.



**Figura 20.** Según la figura el 53% de los turistas encuestados están muy satisfechos con la seguridad ciudadana, sin embargo el 47% de turistas están satisfechos, debido que la seguridad en el distrito de Zorritos está a la orden de toda la comunidad las 24 horas del día.

**Figura 21.** Satisfacción del turista que visita la playa de Zorritos respecto a las condiciones de los servicios básicos y saneamiento.



**Figura 21.** Según la figura el 53% de los turistas encuestados están muy satisfechos con las buenas condiciones de los servicios básicos para desarrollar la actividad turística sin embargo el 47% de turistas están satisfechos, debido que aún se sigue trabajando en obras de saneamiento y servicios básicos.

Determinar nivel de satisfacción del turista que visita la playa de zorrillos en relación a la actividad turística Tumbes Año 2018.

Tabla 1

Tabla 1

Dimensiones	Indicadores	Media	Desviación estándar	Nivel
Accesos	Condiciones de las carreteras	4.63	0.48	A
	Vías de acceso	4.41	0.50	A
	Asfalto de carreteras	4.48	0.50	A
	Tiempo para llegar al atractivo	4.42	0.49	A
	<b>TOTAL</b>	<b>4.48</b>	<b>0.49</b>	<b>A</b>
Costos	Costo de los pasajes	4.48	0.50	A
	Costo por hospedaje	4.48	0.52	A
	Costo de alimentación	1.86	0.37	B
	Costo al servicio de guiado	4.53	0.50	A
	Costo al servicio de recreación	4.48	0.52	A
	<b>TOTAL</b>	<b>3.97</b>	<b>0.48</b>	<b>A</b>
Atractivos naturales	Conservación de los atractivos naturales	4.64	0.48	A
	Llegada al destino turístico	4.50	0.51	A
	Representatividad del destino	4.48	0.52	A
	Singularidad del destino	4.52	0.52	A
	<b>TOTAL</b>	<b>4.53</b>	<b>0.51</b>	<b>A</b>
Atractivos artificiales	Planta turística del destino	1.78	0.42	B
	Actividades dentro del destino en tiempos muertos	4.53	0.50	A

Nota. El nivel de satisfacción del turista fue de 4.13 en relación a la actividad turística, siendo en la escala de Likert un nivel alto, según el ponderado establecido.

Tabla 2

Niveles otorgados según la escala asignada para determinar el nivel de satisfacción en relación a la actividad turística Tumbes Año 2018.

	TOTAL	3.15	0.46	M
	Servicio de los restaurantes.	4.46	0.51	A
Infraestructura	Servicio de los establecimientos de hospedaje	4.48	0.52	A
	Información brindada y obtenida en el destino	4.48	0.50	A
	Medios de comunicación dentro del destino	4.52	0.50	A
	Seguridad en las calles y avenidas del destino	4.53	0.50	A
	Saneamiento que posee el destino	4.53	0.50	A
	<b>TOTAL</b>	<b>4.50</b>	<b>0.51</b>	<b>A</b>
	Nivel de satisfacción	4.13	2.45	A

Nota. El nivel de satisfacción del turista fue de 4.13 en relación a la actividad turística, siendo en la escala de Likert un nivel alto, según el ponderado establecido.

Nota. La presente tabla se construyó bajo el instrumento de niveles de satisfacción de los turistas que visitan la playa de Zorritos en relación a la actividad turística en el presente año, escalas del 1 al 5 donde 1 y 2 es el nivel más bajo (muy insatisfecho en relación a la actividad turística), y 3 es el nivel donde el turista se encuentra indeciso en relación a la satisfacción con la actividad turística y 4 y 5 el nivel más alto (muy satisfecho en relación a la satisfacción con la actividad turística) en donde se le asigna un nivel según el ponderado establecido.

#### IV. DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se considera según el primer objetivo específico identificar el nivel de satisfacción del turista respecto a los accesos que presenta la playa de Zorritos Tumbes, según Mincetur (2017) en su estudio determinado “Nivel de satisfacción del turista nacional y extranjero que visita Tumbes 2017” afirma que el nivel de satisfacción en cuanto a las vías de acceso y la falta de seguridad y el tráfico son algunos de los aspectos que hacen que el turista califique a tumbes como bajo en su nivel de satisfacción. Respecto al segundo objetivo, la identificación del nivel de satisfacción del turista en cuanto a los costos consideran un alto nivel de satisfacción teniendo más del 50% de aprobación de los turistas por su costo beneficio al momento de visitar el distrito de Zorritos.

En el tercer objetivo específico identificar el nivel de satisfacción del turista respecto a los atractivos naturales, para la secretaria de turismo (SECTUR, 2002) afirma que los atractivos turísticos son los paisajes naturales o con presencia cultural de un determinado lugar o comunidad, esto hace que el atractivo tenga una singularidad única y se diferencie de los demás. Por otra parte existen los atractivos en los cuales ha intervenido la mano del hombre, estos atractivos si bien es cierto tienen singularidad a otros pero no es nada que en otro lugar no se pueda realizar, y esto genera peligro ante la competencia de otros lugares, así mismo para Gartner y William (2002), los atractivos tienen el dominio de cautivar a los turistas y de generar el crecimiento turístico, ya que un destino sin atracciones no puede obtener visitas esto implica que su potencial no está siendo explotado. Así mismo los atractivos turísticos son variados eso atrae el interés de los turistas corroborándose en la investigación lo dicho por SECTUR. Dando por corroborado lo dicho por Gartner y William ya que en el distrito de Zorritos los atractivos turísticos son variados y tienen el dominio de cautivar a los turistas.

En cuarto objetivo identificación del nivel de satisfacción del turista respecto a los atractivos artificiales, para Pantoja Lizbeth (2015) en su tesis de grado hace mención que la actividad turística es una de las más importantes actividades económicas que logran el desarrollo en países con potencial turístico mediante el aprovechamiento de los recursos naturales y artificiales con los que cuentan, un país tan diverso y rico en este tipo de recursos se aprovecha este desarrollo para lograr la inclusión social, y así mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales, obteniendo un alto porcentaje de satisfacción en los atractivos



artificiales ubicados en la figura 15. En el quinto objetivo identificar el nivel de satisfacción del turista respecto a la infraestructura que presenta la playa de Zorritos, según Díaz y Lama (2015) en su tesis titulada “Estudio de la satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de barrio florido y alrededores, periodo 2014” definen y explican la importancia de la infraestructura, señala que es la base para que el destino que los turistas eligen visitar se encuentre en un ambiente que permita a la población el desarrollo turístico, de tal modo que el turista satisfaga sus expectativas de acuerdo a los servicios que requiera, por lo tanto este aporte es de gran importancia y el más acertado en esta investigación.

Y finalmente en el sexto objetivo se ideó un plan de mejora en la calidad de servicio en los restaurantes del distrito de Zorritos, y como resultado se obtuvo que la gran mayoría de turistas no se sienten satisfechos en cuanto a la atención brindada, para ello se realizaron charlas y capacitación con un sistema de servicio de calidad.

## **V. CONCLUSIONES**

- 1.** El nivel de satisfacción del turista fue de 4.13 en relación a la actividad turística, esto quiere decir que es un nivel alto en el ponderado establecido en la escala de Likert, considerando un aspecto importante y en el cual los turistas se sienten más satisfechos en cuanto a la infraestructura de distrito.
- 2.** En cuanto al nivel de satisfacción del turista respecto a los accesos que presenta la playa de Zorritos se llegó a la conclusión que las condiciones de las carreteras, las vías de acceso, el asfalto de carreteras y el tiempo para llegar al atractivo son factores en donde el turista considera al distrito de Zorritos en un nivel alto gracias al considerable mejoramiento de éstos.
- 3.** En términos generales, los turistas consideran que los costos que se emplean en cuanto a los servicios como guiado, hospedaje y se adecuan al servicio brindado, no obstante manifiestan que el costo en el servicio de restaurantes no cumplen con sus expectativas respecto a que no brindan un servicio de calidad óptimo.
- 4.** Se obtuvo como resultado que el nivel de satisfacción de los turistas respecto a los atractivos naturales es alto, puesto que consideran que los atractivos naturales están en buenas condiciones para visitar el destino, así como se sienten satisfecho por la singularidad que éste representa.
- 5.** En cuanto a los atractivos artificiales se puede concluir que al no contar con una gran diversidad de servicios como restaurantes y actividades para realizar en tiempos libres, el nivel de satisfacción de los turistas es medio.
- 6.** El nivel de satisfacción de los turistas respecto a la infraestructura del distrito de Zorritos es alto, manifestando en gran parte que la información brindada por la comunidad receptora y la seguridad en las calles y avenidas del distrito son los factores más relevantes en donde los turistas se sienten a gusto con lo percibido en su visita.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- 1.** Seguir trabajando en el mejoramiento de la infraestructura para que el nivel de satisfacción de los turistas llegue a un nivel más alto en lo establecido en la escala de Likert.
- 2.** Se recomienda un constante mantenimiento de carreteras, asfalto y vías de acceso, estos factores son considerables como un nivel alto de satisfacción de los turistas, sin embargo siempre es recomendable para su deterioro en el tiempo.
- 3.** Trabajar en el servicio brindado en los establecimientos de restaurantes ya que se manifiesta que el costo no se adecua con el servicio brindado, realizar capacitaciones a dichos establecimientos para la mejora de estos mismos así como también a la percepción que los turistas tienen de ellos.
- 4.** Realizar inspecciones periódicas en los atractivos naturales para evitar la degradación de estos mismos y así practicar un turismo sostenible en el tiempo y espacio.
- 5.** Incentivar a la población a emprender en el sector turístico, esto beneficiaría tanto a la comunidad como al turista satisfaciendo sus necesidades y expectativas las cuales va a generar el aumento de la demanda.
- 6.** Promover la mejora de los niveles de seguridad en el distrito así como concientizar e incentivar a la comunidad receptora a seguir brindando un trato amable a los turistas que visitan la playa de Zorritos.

## **VII. PROPUESTA**

Plan de mejora de la calidad del servicio en restaurantes del distrito de Zorritos

### **Introducción**

En la presente investigación, los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los turistas se ha identificado la debilidad de la calidad de servicio en los establecimientos de restaurantes, los cuales en su mayoría no cumplen con las expectativas de los clientes ya que el personal de dichos establecimientos en su mayoría no están debidamente capacitados ni tienen el conocimiento previo de brindar un servicio de calidad óptimo al cliente, por ello se ha tenido en cuenta conocer la percepción de los clientes con el único objetivo de proponer estrategias que permita identificar las debilidades para mejorar en tanto a nivel interno como externo en capacitaciones a los colaboradores, para mantener consolidada la imagen de los prestadores de servicio y así superar las expectativas de los clientes.

### **Justificación**

Para satisfacer a los clientes que visitan los establecimientos de restaurantes, el buen servicio debe ser fundamental, por tal razón es necesario proponer un plan de mejora referente al servicio prestado al cliente, realizar una evaluación de la calidad del servicio en los restaurantes en donde los turistas establecen sus expectativas.

Es muy importante este estudio ya que a través de este plan de mejora se establecerán estrategias para brindar un óptimo servicio, creando ventajas competitivas entre sí, mejorando la imagen del establecimiento. El objetivo de esta evaluación tiene como objetivo diseñar una propuesta que erradique las fallas detectadas en cuanto a la calidad del servicio. Además del diseño, aplicar un instrumento para poder medir y evaluar el mejoramiento.

### **Base Teórica**

Una estrategia es un curso de acción general que consiste en la combinación más apropiada de los recursos con que cuenta el establecimiento para alcanzarla, mediante los objetivos establecidos. Existen varios tipos de estrategias, dependiendo de las necesidades del establecimiento:

Leonard Berry en su libro titulado ¡Un buen Servicio ya no basta! Hace referencia de la estrategia del servicio extraordinario, pues ésta les ofrece a los clientes un valor auténtico, les da a los clientes más por los costos en los que incurren, puesto que la estrategia se

concentra en el desempeño que hacen del servicio algo valioso y hasta esencial para el cliente. La excelencia en el servicio es rentable y conduce a un futuro mejor para el establecimiento, debido a que cuando el servicio es malo todos pierden, pierden los clientes, los empleados, los proveedores, los administradores y los propietarios.

Siguiendo adecuadamente el marco para un servicio extraordinario y realizando un trabajo conjunto con los empleados, el establecimiento crecerá de manera espontánea, puesto que cuando un cliente encuentra lo que quiere y más, responderá de manera positiva, regresando y trayendo más personas, lo que representa para la empresa, mayores ventas, mayores utilidades y mayores recompensas para los trabajadores. Se debe tomar en cuenta que el mejoramiento no tiene fin, sino que es un proceso constante que va generándose día tras día con el trabajo en equipo para que la empresa pueda crecer y mantener en el tiempo.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

- Diseñar una propuesta de plan de mejora en cuanto al servicio de calidad prestado a los turistas.

### **Objetivos específicos**

- Establecer un diagnóstico de la situación actual en el servicio de atención al cliente de los restaurantes en Zorritos
- Analizar los resultados del instrumento aplicado para diagnosticar los principales problemas y causas a mejorar.
- Diseñar un plan operativo de mejoramiento teniendo en cuenta los resultados obtenidos.

### 1.1. Propuesta de estrategias

ESTRATEGIAS	PROBLEMAS	SOLUCIONES
<b>Incentivar al liderazgo en el restaurante.</b>	Ineficiente administración del restaurante.	Charlas referentes a la administración de restaurantes.
<b>Crear un sistema de información de calidad de servicio.</b>	No se toman en cuentas las quejas y sugerencias de los clientes.	Evaluar las quejas y sugerencias de los clientes.
	No se toma en cuenta las opiniones del personal.	Buzón de sugerencias para el personal.
		Reuniones con el personal.
<b>Crear una estructura organizacional.</b>	No se utiliza un manual de procesos.	Utilizar los manuales de procesos.
	No se utiliza un manual de funciones.	Utilizar manual de funciones.
<b>Utilizar los medios de comunicación y tecnología.</b>	No existe publicidad ni medio de comunicación con los clientes.	Crear una página web del restaurante.
<b>Capacitar a los colaboradores.</b>	No se trabaja en equipo.	Implementar un plan de capacitación del restaurante.
	Falta de conocimiento de atención al cliente.	

## 1.2. Principales procesos a realizar

Tipos de proceso	Proceso	Sub proceso	Misión
Operativo	Apertura del restaurante	Limpieza y abastecimiento	Tener listo el restaurante para empezar a operar
	Recepción del cliente	Bienvenida y acomodación	Brindar a mejor primera imagen del cliente
	Toma de comanda	Realizar sugerencias del menú	Informar al clientes los nuevos platos
	Servicio a la mesa	Proveer de utensilios	Prestar un servicio eficiente y eficaz
	Lectura de comanda en la cocina	Dar a conocer modificaciones en los platos	Preparar un productos conforme los gustos del cliente
	Preparación de los alimentos	Elaboración del alimento	Elaborar platillos de calidad con adecuada cantidad y presentación
	Preparación de bebidas	Elaboración de bebidas	Elaborar las bebidas conforme la disposición del cliente
	Facturación	Elaboración y entrega de la cuenta	Elaborar las facturas y realizar cobros adecuados
Administrativo	Control de inventario	Manejo de inventarios y controles	Llevar un adecuado control de existencias e inventarios
	Compra y almacenamiento de materia prima	Selección del proveedor y tiempos de pago	Proveer al restaurante de materia prima
	Administración del personal	Selección, evaluación, capacitación, contratación	Llevar adecuadamente las políticas de RR HH
	Planificación de ventas	Distribución de la carga laboral	Mantener un ordenado rumbo de las actividades a realizarse
Gerencial	Planificación estratégica	Establecer normas y políticas del restaurante	Mantener un adecuado ambiente laboral

### **1.3.Conclusiones de la propuesta:**

En los restaurantes del distrito de Zorritos se ha venido manejando un servicio de calidad de forma empírica, al no contar con herramientas para su administración como una estructura organizacional definida.

Se diagnosticó la atención de servicio de calidad en la encuesta aplicada a los turistas en el distrito de Zorritos, viéndose reflejada la insatisfacción percibida, es por ello que se crea el plan de mejora de la calidad.

Los establecimientos de restaurantes necesitan aplicar el plan de mejora de la calidad, para brindar un servicio óptimo al cliente.



## REFERENCIAS

- Acerenza, Miguel A. (2006) Administración del Turismo, Conceptualización y Organización, vol. 1, trillas México, 2006
- Díaz y Lama (2015) Estudio de la satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de barrio florido y alrededores. Obtenido de: [http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3474/Luisa\\_Tesis\\_Titulo\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3474/Luisa_Tesis_Titulo_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hoffman, K. (2012). “Marketing De Servicios, Conceptos, Estrategias Y Casos”. México DF: Cengage Learning Editorial.
- Gris Cid, Mateo. (2017).Medición del Grado de Satisfacción de los Turistas que Visitan Bahías de Huatulco Oaxaca y Análisis de sus Efectos sobre los fenómenos de Retorno y Recomendación. Obtenido de: <https://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/13526/1/1.pdf>
- Quesada A. (2010) Fundamentos del turismo. Obtenido de: <https://docplayer.es/21958384-Fundamentos-de-turismo.html>

## ANEXOS

### Anexo N° 1: Instrumentos

#### Cuestionario- encuesta

Seleccione su respuesta		1. Muy insatisfecho	2. Insatisfecho	3. Aceptable	4. Satisfecho	5. Muy satisfecho
1	Considero que las carreteras y accesos a los diferentes lugares están en buenas condiciones.					
2	Las vías de acceso están debidamente señalizadas para facilitar mi viaje al distrito de Zorritos.					
3	Las carreteras están asfaltadas desde el principio del viaje hasta que llegue al destino.					
4	Considero que el tiempo que se emplea hasta llegar al atractivo es adecuado para visitarlo en el mismo día.					
5	Considero que el costo de los pasajes para llegar al distrito de Zorritos se adecua al tiempo y distancia del mismo.					
6	Creo yo que el costo del hospedaje se adecua a los servicios que ofrece.					
7	Me ofrece el distrito de Zorritos diversidad de restaurantes con distintos precios.					
8	Considero que se brinda un buen servicio de guiado en relación al precio del mismo.					
9	Considero que los servicios de recreación que se ofrecen tienen un costo adecuado como para disfrutar de todos en conjunto.					
10	Los atractivos naturales del distrito de Zorritos están en buenas condiciones para poderlos visitar.					
11	Considero que vale la pena viajar hasta el distrito de Zorritos					
12	El distrito de Zorritos representa las expectativas que hacen referencia los demás turistas ( seguridad, tranquilidad, buen trato)					
13	Considero que el distrito de Zorritos tiene la singularidad que otros destinos no poseen.					
14	Cuento con una amplia diversidad de hoteles, restaurantes y demás servicios para una estadía placentera.					
15	Tengo a mi disposición actividades para desarrollar en el tiempo que no considero apropiado para visitar al atractivo turístico.					

16	Cumple con mis expectativas los establecimientos de restaurantes.					
17	Cumple con mis expectativas los establecimientos de hospedaje.					
18	Se me brindo información veraz y confiable en relación al atractivo turístico.					
19	Considero que hay un trabajo eficaz de los medios de comunicación en el distrito de Zorritos.					
20	La seguridad en calles y avenidas del distrito de Zorritos cumplió con mis expectativas en todo momento.					
21	Los servicios básicos y saneamiento del distrito de Zorritos están en buenas condiciones para desarrollar la actividad turística.					

Anexo N° 2: Validaciones



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Patricia Benvenuto Paredes con DNI N° 47097971 Magister  
 en Administración de Recursos Humanos y Gestión Sostenible  
 N° ANR: ....., de profesión Administradora  
 desempeñándome actualmente como Docente Universitaria  
 en Universidad Cesar Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario encuesta para los turistas

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para los turistas que visitan el distrito de Canchaque	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 30 días del mes de Octubre del Dos mil Dieciocho.

Mgtr. : Patricia Benvenuto Paredes,  
 DNI : 47097971,  
 Especialidad : Mg. Administración de Recursos Humanos,  
 E-mail : patriciabvenuto19e@hotmail.com

**Satisfacción del turista que visita la playa de Zorritos en relación a la actividad turística, Tumbes año 2018.**  
**Ficha De Evaluación Del Instrumento: Cuestionario Encuesta Para el turista**

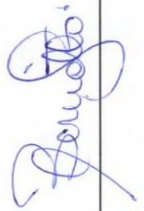
Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	5	10	15	20	21	25	30	35	40	41	45	50	55	60	61	65	70	75	80	81	85	90	95	100	
ASPECTOS DE VALIDACION																											
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																										
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																										
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																										
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																										
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																										
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																										
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																										
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																										
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																										

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 30 de Octubre de 2018.

Mgrt.:  
DNI: 47097971  
Teléfono:  
E-mail: Pattybarinotto17@hotmail.com

*Patricia Barinotto Roncal*



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, JANETH ANGULO ZUTA con DNI N° 42332399 Magister  
 en Gestión Pública  
 N° ANR: ....., de profesión Lic. Adm. Turismo y Hotelería  
 desempeñándome actualmente como Docente tiempo Completo  
 en Universidad Cesar Vallejo


Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario encuesta para los turistas

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para los turistas que visitan el distrito de Canchaque	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 30 días del mes de Octubre del Dos mil Dieciocho.



Mgtr. : Janeth Angulo Zuta  
 DNI : 42332399  
 Especialidad : Lic. Adm. turismo y Hotelería  
 E-mail : jangulej@ucv.edu.pe

Satisfacción del turista que visita la playa de Zorritos en relación a la actividad turística, Tumbes año 2018.  
 Ficha De Evaluación Del Instrumento: Cuestionario Encuesta Para el turista

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100					
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			91							
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			91							
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			91							
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus items																			91							
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			91							
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																			91							
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																			91							
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																			91							
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																			91							

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 30 de Octubre de 2018.



Mgr.: *Janeth Angulo Zuta*  
 DNI: 42332399  
 Teléfono: 992010382  
 E-mail: *Jangulo@ucv.edu.pe*

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Luigi Bruno Castillo Chung con DNI N° 03382096 Magister  
 en Dirección y Consultoría Turística  
 N° ANR: ....., de profesión Licenciado en Turismo  
 desempeñándome actualmente como Coordinador de Escuela  
 en Administración en Turismo y Hotelería.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario encuesta para los turistas

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para los turistas que visitan el distrito de Canchaque	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización					✓
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad			✓		
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia			✓		
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 30 días del mes de Octubre del Dos mil Dieciocho.



Mgtr. : Luigi Castillo Chung  
 DNI : 03382096  
 Especialidad : Maestría en Turismo  
 E-mail : lcastillch@ucv.edu.pe



Satisfacción del turista que visita la playa de Zorritos en relación a la actividad turística, Tumbes año 2018.  
 Ficha De Evaluación Del Instrumento: Cuestionario Encuesta Para el turista

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	10	15	20	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100				
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	10	15	20	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96					
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado	5																80									
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																75										
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																70										
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																		81								
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																	80									
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación													60													
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																61										
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores													60													
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																	75									

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 30 de Octubre de 2018.

Mgtr.: *Luis Bruno Castiblanco Chung*  
 DNI: 03322036  
 Teléfono: 957132074  
 E-mail: *lucast2001@yahoo.com*

