



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Eficacia laboral y satisfacción de los usuarios del restaurant La
Loretana, Los Olivos 2020.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Human Munaya, Cristian Omar (ORCID: 0000-0002-7790-1080)

ASESOR:

Dr. Dávila Arenaza, Víctor Demetrio (ORCID: 0000-0002-8917-1919)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2020

Dedicatoria

A Dios, por darme la vida y ser mi guía e iluminación por el camino correcto.

A mis adorables padres, la cual son mi razón de ser para llegar hasta la actual etapa de mi carrera profesional.

A colegas de vuestra casa de estudios, que hemos compartido el día a día objetivos en común, uno de ellos es poder lograr ser un profesional de éxito, y llegó la hora de demostrarlo ante la sociedad.

Agradecimiento

A nuestro padre Dios todopoderoso, por otorgarme su bendición y custodiar a mis seres amados en todo momento; por poseer una familia extensa que son optimistas y perseverantes, por gozar de buena salud e inteligencia, también, porque jamás haces faltar los alimentos en la mesa de mi hogar.

A mis apreciados padres, personas vitales en toda esta etapa de formación universitaria, por haber estado tras mis pasos, a su vez, ellos me inculcan valores y principios, por lo tanto, son mi modelo a imitar.

A mi asesor el Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaza, por educar e instruir con vocación de servicio y profesión.

A la Universidad César Vallejo, por formar emprendedores altamente especializados, cualificados y competitivos en el mundo empresarial, por acogerme desde el inicio de mi carrera cuando aún era un cachimbo. Ahora, me corresponde dejar el nombre, prestigio bien en alto y, sobre todo dar a conocer a la humanidad que realmente somos una raza distinta.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	vi
Índice de figuras	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	10
3.1. Tipo y diseño de investigación	10
3.1.1. Tipo de investigación	10
3.1.2. Diseño de investigación	10
3.2. Variables y operacionalización	11
3.2.1. Variable 1: Eficacia Laboral	11
3.2.2. Variable 2: Satisfacción.....	13
3.3. Población, muestra y muestreo	15
3.3.1. Población	15
3.3.2. Muestra	16
3.3.3. Muestreo	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.4.1. Técnica	16
3.4.2. Instrumento	17
3.4.3. Validez del instrumento.....	17
3.4.4. Confiabilidad del instrumento.....	17
3.5. Procedimientos.....	18
3.5.1. Métodos de recolección de la información.....	18
3.5.2. Coordinación y autorización del contexto de estudio	18
3.6. Método de análisis de datos.....	18
3.6.1. Análisis descriptivo	18

3.6.2. Análisis inferencial	19
3.6.3. Aspectos éticos.....	19
IV. RESULTADOS	20
4.1. Análisis descriptivo.....	20
4.2. Pruebas de normalidad	30
4.3. Análisis Inferencial	31
4.3.1. Coeficiente de correlación y regla de decisión.....	31
4.3.2. Prueba de Hipótesis General	32
4.3.3. Prueba de Hipótesis Específica 1	33
4.3.4. Prueba de Hipótesis Específica 2	34
4.3.5. Prueba de Hipótesis Específica 3	35
4.3.6. Prueba de Hipótesis Específica 4	36
V. DISCUSIÓN.....	37
5.1. Objetivo General	37
5.2. Objetivos Específicos	38
5.2.1. Objetivo específico 1	38
5.2.2. Objetivo específico 2.....	39
5.2.3. Objetivo específico 3.....	39
5.2.4. Objetivo específico 4.....	40
5.3. Hipótesis	41
5.3.1. Hipótesis general	41
5.3.2. Hipótesis específica 1	41
5.3.3. Hipótesis específica 2	42
5.3.4. Hipótesis específica 3	42
5.3.5. Hipótesis específica 4	42
5.4. Resultados descriptivos	43
5.4.1. Variable 1: Eficacia Laboral	43
5.4.2. Variable 2: Satisfacción.....	43
VI. CONCLUSIONES.....	44
VII. RECOMENDACIONES	46
REFERENCIAS.....	47
ANEXOS	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Variable 1 Eficacia laboral	20
Tabla N°2: Dimensión 1 Entorno laboral	21
Tabla N°3: Dimensión 2 Competitividad.....	22
Tabla N°4: Dimensión 3 Estrategia organizacional	23
Tabla N°5: Dimensión 4 Sostenibilidad	24
Tabla N°6: Variable 2 Satisfacción	25
Tabla N°7: Dimensión 1 Calidad	26
Tabla N°8: Dimensión 2 Experiencia.....	27
Tabla N°9: Dimensión 3 Expectativa	28
Tabla N°10: Dimensión 4 Estado de Ánimo	29
Tabla N°11: Prueba de normalidad	30
Tabla N°12: Coeficiente de correlación.....	31
Tabla N°13: Resultados de la prueba de hipótesis general.....	32
Tabla N°14: Resultados de la prueba de hipótesis específica 1	33
Tabla N°15: Resultados de la prueba de hipótesis específica 2	34
Tabla N°16: Resultados de la prueba de hipótesis específica 3	35
Tabla N°17: Resultados de la prueba de hipótesis específica 4	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1: Variable 1 Eficacia laboral.....	20
Figura N°2: Dimensión 1 Entorno laboral.....	21
Figura N°3: Dimensión 2 Competitividad.....	22
Figura N°4: Dimensión 3 Estrategia organizacional.....	23
Figura N°5: Dimensión 4 Sostenibilidad.....	24
Figura N°6: Variable 2 Satisfacción.....	25
Figura N°7: Dimensión 1 Calidad.....	26
Figura N°8: Dimensión 2 Experiencia.....	27
Figura N°9: Dimensión 3 Expectativa.....	28
Figura N°10: Dimensión 4 Estado de Ánimo.....	29

Resumen

La tesis tuvo como objetivo general determinar la relación de Eficacia laboral con satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020. Las estrategias metodológicas utilizadas han sido; enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, nivel descriptivo correlacional, tipo aplicada y método hipotético-deductivo. La población estuvo conformada por 200 clientes del negocio ubicado en Av. Próceres n° 5050 óvalo Huandoy, de ello se tomó una muestra de 50 usuarios, la misma que ha sido determinada por el muestreo no probabilístico por conveniencia. En la investigación se consideró el siguiente procedimiento: Recojo de datos de los objetos de estudio para luego ser tabulados en la herramienta Excel, posteriormente procesados en el programa estadístico SPSS 24. De acuerdo a la prueba de hipótesis el resultado obtenido tiene un coeficiente de correlación Rho Spearman: 0.630, y Sig. 0.000; información que permite afirmar que existe relación positiva considerable; por lo tanto, se concluye que existe relación significativa de Eficacia laboral con satisfacción.

Palabras clave: Eficacia laboral, satisfacción, relación, considerable.

Abstract

The thesis had as a general objective to determine the relationship of labor efficiency with satisfaction of the users of the restaurant La Loretana, Los Olivos 2020. The methodological strategies used have been; quantitative approach, non-experimental cross-sectional design, descriptive correlational level, applied type and hypothetical-deductive method. The population was made up of 200 clients from the business located at Av. Próceres n ° 5050 ovalo Huandoy, a sample of 50 users was taken from it, which has been determined by non-probability sampling for convenience. In the investigation, the following procedure was considered: Data collection of the objects of study to be then tabulated in the Excel tool, subsequently processed in the statistical program SPSS 24. According to the hypothesis test, the result obtained has a correlation coefficient Rho Spearman: 0.630, and Sig. 0.000; information to confirm that there is a considerable positive relationship; therefore, it is concluded that there is a significant relationship of labor efficacy with satisfaction.

Keywords: Job effectiveness, satisfaction, relationship, considerable.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las organizaciones son competentes porque trabajan de la mano con sus colaboradores, ellos están enfocados a satisfacer al consumidor ya que estos son cada vez más exigentes, asimismo, es necesario precisar que la estabilidad del negocio depende de los clientes. Por lo consiguiente, es fundamental que los trabajadores desarrollen sus funciones con eficacia y eficiencia, los que aportarán al cumplimiento de propósitos establecidos por la industria; los mismos que permitirán la satisfacción de los clientes, logrando entre otros que los usuarios se sientan familiarizados e identificados con la empresa.

A nivel internacional se tiene información según el portal de noticias de la BBC mundo menciona que; las organizaciones inclusive prestigiosas a pesar del esfuerzo y control devengado por el desarrollo de sus labores y responsabilidades de sus colaboradores, se han detectado deficiencias de diferente índole como es el caso de Domino's Pizza Estadounidense, en una franquicia local dedicada a la elaboración de comida rápida que atravesó la problemática, este fue de gran impacto a nivel universal; consiste en que el consumidor encontró un insecto en el pedido a delivery de la pizza, por ende, denunció el hecho que se volvió viral en las plataformas digitales más comunes perjudicando la imagen, por consiguiente, el prestigio de la marca reconocida y posicionada a nivel mundial; en efecto, aquel acontecimiento ha perjudicado la rentabilidad de la empresa ya que contribuye a la ausencia de los clientes, lo que no es recomendable para ninguna corporación.

A nivel nacional el comportamiento de los colaboradores en la mayoría de las organizaciones es deficiente, no tienen la formación y el adiestramiento oportuno para cumplir con eficiencia los trabajos encomendados. Al respecto y teniendo en cuenta el contexto de la investigación se ha tenido varios casos; según el diario Perú 21 entre ellos citamos los siguientes: En el restaurant Amazónico llamado la choza de la anaconda ubicado en el distrito de los Olivos, atravesó la difícil situación en sus inicios dado al no contar con trabajadores capacitados, por ende, no existía un buen desempeño en el quehacer, lo que conllevó a no tener satisfechos a los usuarios, obteniendo como resultado pérdida de clientes, disminución en las ventas, no ser un restaurante apto ni competente en su segmento dirigido.

Otro acontecimiento según el diario nombrado es el restaurante “Yo la lucho” del boxeador peruano Jonathan Maicelo, que ha sido clausurado de forma temporal por el personal de fiscalización de la municipalidad de San Isidro, por no cumplir con las medidas de salubridad requeridas tales como; alimentos en perfecto estado, infraestructura adecuada, etc., factores fundamentales que se debe prever de manera eficiente y no atender contra la salud de los usuarios.

A nivel local se puede observar que algunas organizaciones no cuentan con personal idóneo para la atención al público en general, lo que conlleva insatisfacción de los mismos. Lo manifestado acarrea diversas consecuencias que son perjudiciales, tales como; ausencia de clientes, falta de rentabilidad, disminución de ventas y en algunos casos quiebra total del negocio.

En el contexto del estudio, el restaurant amazónico La Loretana ubicado en Los Olivos, se han identificado los problemas siguientes: Primero; los colaboradores no tienen experiencia. Segundo; el personal no está capacitado. Tercero; no existe clientes fidelizados. Cuarto; no se toman en cuenta las recomendaciones de los comensales orientado a la mejora continua del producto. Quinto; no se cuenta con variedad de proveedores. Sexto; el local no es muy amplio.

Teniendo en cuenta los aspectos señalados considero pertinente realizar una investigación con la finalidad de; Determinar el nivel de relación de Eficacia laboral y satisfacción de los usuarios, así como proponer recomendaciones viables para la solución de la problemática observada, los mismos que beneficiarán a la empresa contexto del estudio y otras de características similares.

El problema general es: ¿Cuál es la relación de Eficacia laboral con satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020?; Los problemas específicos son: ¿Cuál es la relación de Eficacia laboral con calidad de servicio a los usuarios del restaurant La Loretana?; ¿Cuál es la relación de Eficacia laboral con experiencia de los usuarios del restaurant La Loretana?; ¿Cuál es la relación de Eficacia laboral con expectativa de los usuarios del restaurant La Loretana?; ¿Cuál es la relación de Eficacia laboral con estado de ánimo de los usuarios del restaurant La Loretana?

Se ha justificado el estudio por los siguientes argumentos: Pertinencia; se basa en que en la actualidad existen diversas organizaciones que no cuentan con personal cualificado para desempeñar adecuadamente sus labores, por consiguiente, no se obtiene clientes satisfechos ya que deben estarlo en todo momento porque ellos son la razón de ser de la empresa y estos son cada vez más severos. Ello se puede observar en el ámbito internacional, nacional y local.

Lo manifestado me conlleva a explorar para generar y enriquecer mayor conocimiento sobre Eficacia laboral y satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020. Relevancia social de la investigación teniendo como finalidad; Determinar la relación de Eficacia laboral con satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020; mediante los resultados a obtener se llegará a conclusiones, por ende, recomendaciones y posibles soluciones al problema actual observado en la empresa, que será beneficioso tanto para la organización referida como para otras de cualidades semejantes.

Respecto a implicancias prácticas de la investigación; tiene el propósito de informar acerca de Eficacia laboral y satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana, por lo que los resultados obtenidos se difundirán en el sector, para que puedan tener en consideración los cambios y estrategias que deben de formular para lograr un eficacia laboral idóneo, en consecuencia, mayor satisfacción en los clientes, lo cual genera mejor rendimiento para ambos, y será de aporte para la sociedad.

Asimismo, en relación al valor teórico y utilidad metodológica; la tesis en la justificación teórica de la variable 01 Eficacia laboral lo abarca Fernández (2014) menciona que la eficacia laboral consiste en el cumplimiento de objetivos por parte de los colaboradores hacia la empresa, donde desempeña un rol esencial, ya que los competidores varían al igual que las estrategias de la organización de acuerdo a la coyuntura. Si esta desea ser competitiva y desea sobrevivir deberá reinventarse.

Por otro lado, la variable 02 Satisfacción se fundamenta en Kotler (2005) define que la satisfacción es el bienestar o placer de los clientes al adquirir un producto o servicio, ello puede conllevar al éxito a la empresa; que se identifiquen, fidelicen con la industria, con el propósito de ser competitivos con el avance del

tiempo, por lo tanto, buscando incorporar más usuarios accesibles a la organización. La eficacia laboral debe ser prioridad en las organizaciones ya que de ello depende que el consumidor esté satisfecho a la hora de realizar la compra.

En ese sentido, lo mencionado busca que el estudio sirva de aporte para otras investigaciones. En el estudio propuesto se empleó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario, considerando ambas variables; Eficacia laboral y satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana. Las encuestas fueron formuladas y antes de ser aplicadas se validaron por el criterio de 3 especialistas o expertos. Por medio de aplicación de instrumentos de medición se buscó recopilar información necesaria y de forma directa para luego derivar la indagación obtenida al programa estadístico SPSS, y posteriormente evaluar e inducir los resultados acerca del grado de relación de las variables expuestas.

El objetivo general es: Determinar la relación de Eficacia laboral con satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020. Los objetivos específicos son: Determinar la relación de Eficacia laboral con calidad de servicio a los usuarios del restaurant La Loretana; determinar la relación de Eficacia laboral con experiencia de los usuarios del restaurant La Loretana; determinar la relación de Eficacia laboral con expectativa de los usuarios del restaurant La Loretana; determinar la relación de Eficacia laboral con estado de ánimo de los usuarios del restaurant La Loretana.

La hipótesis general es: Existe relación de Eficacia laboral con satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020. Las hipótesis específicas son: Existe relación de Eficacia laboral con calidad de servicio a los usuarios del restaurant La Loretana. Existe relación de Eficacia laboral con experiencia de los usuarios del restaurant La Loretana. Existe relación de Eficacia laboral con expectativa de los usuarios del restaurant La Loretana. Existe relación de Eficacia laboral con estado de ánimo de los usuarios del restaurant La Loretana.

II. MARCO TEÓRICO

Los artículos científicos considerados como antecedentes de la variable eficacia laboral son los siguientes: Beltrán (2017) define que la motivación puede ser la clave para que el colaborador ponga en práctica lo que realmente sabe hacer. Carrasco (2016) concluye que cada colaborador es fundamental y pieza clave para el éxito de la misma, por lo consiguiente, es importante que los trabajadores aporten sus habilidades desde cualquier área al cual pertenezcan. Rojas & Fuente (2016) mencionan que dentro de las competencias conductuales del empleado se debe resaltar dos aspectos de suma relevancia; las específicas y las cardinales que todos deben tener de acuerdo al área devengada.

Asimismo, Chiang & San Martín (2015) definen que al momento de incluir un colaborador a la organización, este debe ser evaluado de forma acertada ya sea por sus competencias o conocimientos previos de acuerdo al lugar de trabajo. Cristóbal & Parra (2015) sugieren que en la entidad se debe impulsar a que cada uno de los miembros que la conforman se interrelacionen de la mejor forma posible dentro de un espacio colaborativo, orientado a trabajar en conjunto y obtener excelentes resultados proyectados. Porto & Bartra (2015) refieren que una apropiada comunicación efectiva entre los subordinados puede conllevar a lograr una eficacia laboral esperada.

También, Salas (2015) menciona que es importante que cada uno de los trabajadores sean capacitados y entrenados a tiempo, enfatizando en brindar una buena atención y excelente servicio al consumidor. Palmar, Rafael & Valero (2014) concluyen que el rol de los colaboradores en la organización es elemental para la fidelización de los clientes. Mamani, Obando & Uribe (2014) aluden que los operarios deben estar motivados en todo momento, ya que una buena atención al público en general puede implicar la estabilidad del negocio. Calcina (2014) aduce que el ambiente o clima de trabajo debe ser la mejor, ya que depende de ello el estado de ánimo de cada obrero al momento de realizar sus actividades. Rionda & Mares (2014) estiman que el estado físico y mental del trabajador influye en el rendimiento de cada uno de ellos, por ende, es recomendable estimar de forma adecuada el horario y jornada de trabajo.

Por otra parte, Bustos (2014) concluye que la carga laboral o devengar responsabilidades en exceso al colaborador no es sugerido ya que se le recarga de actividades, en consecuencia, no realizará su trabajo de modo favorable.

Las tesis a nivel nacional relacionadas a la variable eficacia laboral son: Burgos (2017) refiere que los colaboradores son determinantes para la estabilidad de la empresa en el sector, en efecto, ellos deben estar motivados y bien capacitados. Palmadera (2017) define que las organizaciones se establecen objetivos a largo plazo, y para poder alcanzar lo propuesto deben trabajar todos en conjunto, recordando que una de las razones primordiales son los clientes. Coronel (2016) menciona que la eficacia en el trabajo del rubro del restaurant es fundamental, ya que en algunas oportunidades el cliente no podrá encontrar el menú que busca, a su gusto, sin embargo, por lo menos espera ser bien atendido.

Las tesis a nivel internacional relacionadas a la variable eficacia laboral son: Julón (2018) señala que los trabajadores de una organización deben llevar un estilo de vida apropiado, ordenado para que no afecte su estadía en el trabajo, y no haya rotación de personal que trae consigo pérdida de tiempo y gastos adicionales. Escudero (2016) precisa que todo colaborador tiene que estar preparado para asumir cualquier cargo o responsabilidad en el trabajo, buscando desempeñar sus funciones de forma eficaz y eficiente para la obtención de resultados positivos. Bermejo (2015) estima que el poder de negociación del colaborador con el cliente debe ser la mejor, enfatizando en familiarizarse con la organización, por lo consiguiente, se opta por sostener a los usuarios reales.

Los artículos científicos considerados como antecedentes en relación a la variable satisfacción son los siguientes: Deza & Llorente (2018) delimitan que el ambiente del negocio puede influir en la satisfacción del consumidor, si esta no es agradable o confortable, es probable que no regrese. Walton & Dos Santos (2018) indican que el usuario al adquirir un producto trata de buscar el más barato pero que sea de calidad, si fuese así este quedará muy complacido, luego regresará. Mávila & Ordoñez (2018) precisan que cuando la empresa está establecida y posicionada en el sector, en su mayoría olvida la razón de la misma como son los clientes que no tardará en no estar satisfecho y acudirá a la competencia.

Además, Dante, Giorgio & Arroyo (2017) definen que si la atención personalizada es buena, deja aún más satisfecho al cliente que cualquier otro factor, puesto que se siente como en casa. Ramos & Bances (2016) refieren que un servicio idóneo influye a que el consumidor final quede satisfecho, por lo tanto, es elemental contar con colaboradores capacitados. Flores (2015) orienta que el usuario antes de adquirir un producto o servicio posee una expectativa elevada, por ende, es trascendental complacerlo de tal forma que traiga más clientes consigo. Almaguer (2014) menciona que existen organizaciones que plantean estrategias orientadas a la satisfacción del consumidor, por consiguiente, deben ser prediseñadas ya que el usuario cada vez es más riguroso y cuidadoso en la elección del producto.

También, Briceño & Arana (2014) señalan que es primordial que la empresa cuente con recursos necesarios con el fin de mantener al consumidor fidelizado e identificado con la organización en todo momento. Cárdenas & Julca (2014) definen que el rendimiento y dedicación que el colaborador pone al desempeñar su labor debe estar enfocado en todo instante a la satisfacción del usuario. Medina, Heredero & Jiménez (2014) indican que en la actualidad en las compras online, las redes sociales desempeñan un rol vital en la satisfacción del comprador, ya que él espera obtener el producto solicitado con las mismas características que se dieron a conocer y fue ofrecida. Ramírez (2014) alude que el precio del bien o servicio es sustancial para algunos clientes, incluso de ello puede depender el agrado de la misma. Revilla & González (2014) definen que el ambiente del negocio debe ser considerado para el agrado del cliente, ya que ellos buscan un amplio espacio para mayor tranquilidad y comodidad.

Las tesis a nivel nacional relacionadas a la variable satisfacción son: Sifuentes (2017) indica que el cliente al comprar un producto busca que sea de calidad, y a un menor costo, si ambos factores son estimados, el usuario quedará complacido y probablemente va a estar de regreso en cualquier momento. Corrales (2016) menciona que el obrero desempeña un rol primordial en la satisfacción del usuario, y más aún si brindan una atención personalizada de manera ideal. Martínez (2016) concluye que las empresas deben valorar en todo momento lo prestigioso que es conservar clientes satisfechos, ello puede acarrear

como resultado el éxito de la organización siendo esta de renombre, por ende, quedará posicionada en el mercado.

Las tesis a nivel internacional relacionadas a la variable satisfacción son: López (2018) manifiesta que un servicio eficiente es lo que todo consumidor requiere al momento de alguna compra, por lo tanto, opta que sea el mejor para que se encuentre satisfecho. Rosado (2017) concluye que el entorno del negocio a donde se acude a consumir un servicio es significativo para el agrado del usuario, ya que en su mayoría desea permanecer en un ambiente confortable, sin demasiada clientela, en tanto, sin ruido. Reyes (2014) manifiesta que la variable promoción es considerable para los consumidores en cualquier parte del mundo, de tal forma, puede ser un resorte que impulse al cliente a tomar decisiones.

La teoría científica relacionada al tema es de Lewin (2012) sostiene que cuando un consumidor adquiere un producto ya sea un bien o un servicio busca quedar satisfecho con ello, si fuese así recomendará la marca a través de la experiencia adquirida y si esta supero sus expectativas, por ende, fue totalmente de su agrado, regresará a comprar continuamente y buscará atraer más usuarios potenciales. Asimismo, es elemental tener en cuenta la comunicación y el trato apropiado de los colaboradores hacia ellos, puesto que será valioso para el posicionamiento de la industria y el cumplimiento de objetivos establecidos.

Las teorías relacionadas a la variable eficacia laboral son: Atalaya (2016) define que la eficacia de los trabajadores al momento de desempeñar sus labores es prioridad para el consumidor, ya que cuando no encuentra lo que busca en el momento requerido, se marcha a la competencia y esto no es recomendable para ninguna organización, por lo consiguiente, el capital humano debe familiarizarse con la empresa para poder aportar todas sus habilidades y conocimientos previos en bienestar de todos. Ramírez (2015) indica que la eficacia laboral es una variable primordial que aporta de manera directa en el desarrollo de estrategias propuestas por la industria. Por otro lado, el mercado es cada vez más demandante, en ese sentido, es necesario implementar la tecnología, trayendo como beneficios; agilizar transacciones, facilitar la comunicación, acceso inmediato a la información, puesto que los colaboradores deben estar debidamente capacitados, entrenados y direccionados a poder realizar un buen

manejo de los recursos que cuenta la compañía, así obtener un mejor rendimiento.

En suma, Fernández (2014) menciona que la eficacia consiste en el cumplimiento de objetivos propuestos por los colaboradores dentro del entorno laboral, en la cual cumple un rol notable e indispensable, ya que los competidores varían al igual que las estrategias de la organización de acuerdo a la coyuntura. Si esta desea ser competitiva y aspira mantenerse en el rubro tiene que reinventarse. Además, la empresa ha de asumir que su forma de competir ha de innovar y, cuanto más cambiante sea el entorno, mayor será la capacidad de adaptación de la industria en distintos ámbitos y escenarios.

Las teorías relacionadas a la variable satisfacción son: Rico (2015) refiere que el mejor activo de las organizaciones son los usuarios, los clientes, por lo consiguiente, es esencial fidelizarlo a través del marketing para crear deseos en ellos. Por otra parte, es determinante mantener satisfecho al cliente real; quienes son los que desean el producto y pueden adquirirlo, a ellos se debe retenerlos. También, la demanda potencial; los que tienen el poder adquisitivo, pero tienen cierta duda de consumir el producto y se debe optar por impulsar a estos a realizar la negociación. Kotler (2014) define que la satisfacción es el bienestar o placer del consumidor al adquirir un producto o servicio, esta puede conllevar al renombre y diferenciación de la empresa ante los demás; a su vez, que el usuario se identifique y fidelice con la industria, con la finalidad de ser competitivos con el avance del tiempo, por ende, buscando incorporar más usuarios a la organización. Además, es valioso reconocer que si un cliente supera sus expectativas que se han planteado regresará a seguir consumiendo, en caso contrario no supera sus perspectivas probablemente no quede satisfecho y no volverá más, pudiendo llevarse clientes consigo.

Asimismo, Peters (2014) indica que las organizaciones al establecerse en un sector deben investigar el nicho de mercado, dentro de ellos identificar la demanda que se busca llegar, las necesidades que se desea satisfacer y sus competencias directas al cual se tiene que enfrentar. El mercado objetivo a quién se dirige; debe estar y quedar contento en todo momento con el producto o servicio a brindar. En definitiva, poseer clientes deleitados es la mejor publicidad.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación: Aplicada

Lo referido se ha fundamentado en la definición de Hernández, Fernández & Baptista (2014) mencionan que la investigación científica de tipo aplicada resuelve problemas, por consecuente, será beneficioso para la empresa estudiada o también para otras del mismo rubro.

3.1.2. Diseño de investigación

- **Diseño: No experimental de corte transversal**

Lo expuesto se argumentó con Hernández, et al., (2014) sustentan que en el diseño de investigación no experimental no se manipulan ninguna de las variables de estudio de manera deliberada, y son de corte transversal porque se recolectan la información en un momento único.

- **Enfoque: Cuantitativo**

Dicha afirmación tuvo como sustento el libro de metodología de investigación de Hernández, et al., (2014) definen que el enfoque cuantitativo es utilizado en investigación científica ya que se busca probar hipótesis a través de la estadística.

- **Nivel: Descriptivo correlacional**

Lo expuesto se fundamentó con el libro de metodología de investigación de Bernal (2010) precisa que las investigaciones descriptivas estudian, muestran, y definen a cada una de las variables de manera individual; asimismo, la investigación correlacional busca evaluar el grado de relación que hay entre las variables estudiadas.

- **Método: Hipotético deductivo**

Dicha mención se argumentó con Bernal (2010) sostiene que el método hipotético deductivo consta de saberes previos, iniciando de unos conocimientos o teorías generales para ser conllevado a un tema más específico que deben confrontarse o cotejarse con los hechos.

3.2. Variables y operacionalización

3.2.1. Variable 1: Eficacia laboral

Fernández (2014) menciona que la eficacia dentro del ámbito laboral desempeña un rol fundamental, ya que los competidores varían al igual que las estrategias de la organización de acuerdo a la coyuntura. Si la empresa desea ser competitiva y aspira mantenerse en el sector, deberá asumir que su forma de competir ha de innovar y, cuanto más cambiante sea el entorno, mayor será la capacidad de adaptación de la compañía. Lo señalado se ubica en el Anexo N°3.

- **Dimensión 1: Entorno laboral**

Refiere al área de trabajo donde los colaboradores desempeñan sus funciones, depende de ellos si este lugar de trabajo pueda ser el apropiado para la comodidad de los mismos.

Indicador 1: Relaciones interpersonales

Es la característica de cada persona para poder comunicarse con su entorno, lo cual es de suma importancia que se lleve a cabo en el ámbito laboral.

Indicador 2: Cultura laboral

Es el modo de vida que hay en las organizaciones; existen diversas creencias, religiones, ideas, etc. Es primordial que el empleador conozca bien a sus colaboradores. También, es fundamental que se cumpla con sus deberes y derechos de acuerdo a la política y reglamentos previamente establecidos, puesto que, una buena relación traerá consigo resultados esperados.

Indicador 3: Comunicación efectiva

Es saber orientar y manejar de forma clara y directa al equipo de trabajo, ya que una excelente comunicación entre los colaboradores puede traer como consecuencia la ejecución de la filosofía empresarial. En ese sentido, se da respuesta a los pilares valiosos que son la razón de ser de la compañía; para qué fue creada y hacia dónde anhela llegar en el futuro.

- **Dimensión 2: Competitividad**

Facultad de la organización que debe ser valorado en todo momento para poder sostenerse en el tiempo y no ser reemplazados por otros con las mismas particularidades.

Indicador 1: Orientación al cliente

Es básicamente poner al cliente y su experiencia en el centro de nuestra estrategia, también se le denomina Customer Centric, esta debe efectuarse en todo instante de modo oportuno.

Indicador 2: Liderazgo democrático

Es el agente de cambio que está predispuesto en todo momento a la mejora continua, impulsa a los demás a realizar sus actividades de forma efectiva y además puede apoyar en la solución de imprevistos de forma inmediata.

Indicador 3: Negociación con clientes

Hace referencia a la actitud y aptitud positiva que puede tener el colaborador al relacionarse con los clientes, siendo fundamental para que la compra prevista por el usuario se ejecute.

- **Dimensión 3: Estrategia organizacional**

Atributo fundamental de la industria que le permitirá ser exitosa, esta debe ser mejorada con el tiempo considerando el tema de la globalización y consumidores más exigentes.

Indicador 1: Compromiso

Es la característica propia del trabajador para con el centro de trabajo; en ella se puede reflejar el aporte de sus actitudes y aptitudes aplicadas en la realización de funciones devengadas.

Indicador 2: Diferenciación

Refiere a la peculiaridad o atributo del producto ofrecido de la organización a diferencia de la competencia.

Indicador 3: Responsabilidad social

En la actualidad se aprecia que las organizaciones ponen en práctica; apoyan a los colaboradores que no cuentan con estabilidad económica, de bajos recursos y a personas que necesitan.

- **Dimensión 4: Sostenibilidad**

Variable que debe ser estimada por las organizaciones para poder mantenerse en el mercado, con una rentabilidad esperada y ser responsable con el medio ambiente.

Indicador 1: Trabajo en equipo

Es el desarrollo de actividades y tareas en conjunto guiados por un solo objetivo.

Indicador 2: Iniciativa

Se refiere a la actitud por la cual una persona decide hacer algo con la esperanza de obtener algún resultado específico de ella.

Indicador 3: Orientación a resultados

Se basa en las respuestas obtenidas por los clientes luego de recibir un producto o servicio, por lo consiguiente, se espera que sea la mejor.

3.2.2. Variable 2: Satisfacción

Kotler (2010) define que la satisfacción de los clientes puede conllevar al éxito a la empresa; a su vez que se identifiquen, fidelicen con la industria, con la finalidad de ser competitivos con el avance del tiempo, por lo consiguiente, buscando incorporar más usuarios a la organización. Es trascendental reconocer que si un cliente supera sus expectativas que se han planteado regresará a seguir consumiendo el producto, de caso contrario no supera sus expectativas probablemente no quede satisfecho y no volverá más, pudiendo llevarse clientes consigo.

- **Dimensión 1: Calidad**

Es un valor agregado que lleva al desarrollo de objetivos manifestados en la empresa, donde el usuario busca calidad en todo instante a la hora de adquirir un servicio o solicitar un bien, a su vez, se debe estimar que en algunos clientes no solo predomina la marca o renombre sino la condición del producto.

Indicador 1: Eficiencia

Hace referencia al uso adecuado de los recursos por parte de los colaboradores dentro de la organización.

Indicador 2: Innovación

Es un indicador determinante en la permanencia de la organización en el sector, ya que se debe crear o mejorar un producto de acorde a las necesidades y deseos de los clientes.

Indicador 3: Productividad

Es cumplir con lo propuesto utilizando la menor cantidad de recursos, éste es un atributo del trabajador que debe efectuarse en el desarrollo de sus labores.

- **Dimensión 2: Experiencia**

Es la actitud del consumidor postventa, por lo consiguiente es recomendable que sea la mejor para que el usuario pueda volver y recomendar el producto o servicio a los demás.

Indicador 1: Percepción

Son valoraciones subjetivas que este se forma luego de experimentar los servicios o productos, de ahí que algunos la identifiquen también como experiencia percibida o servicio percibido.

Indicador 2: Confianza

Consiste en el vínculo que debe prevalecer de la empresa hacia ambos pilares; los colaboradores y más aún a los clientes.

Indicador 3: Garantía

Es el bienestar del producto durante un espacio de tiempo determinado, esto por parte del fabricante, asegurando al comprador o usuario un servicio confiable.

- **Dimensión 3: Expectativa**

Es lo que el cliente espera obtener con la transacción, con la compra, a su vez en ella influye la recomendación de terceros en algunos casos.

Indicador 1: Atributo

Es aquella propiedad utilizada como ventaja competitiva, en la que existe diferenciación ante los demás; a nivel empresarial, profesional y personal.

Indicador 2: Oportunidad

Es un factor externo positivo del entorno que puede ser considerado para la modificación o creación de un producto en el ámbito empresarial.

Indicador 3: Precio

Es el valor que se le da al producto final elaborado, considerando en ella los costos, gastos y margen de utilidad.

- **Dimensión 4: Estado de ánimo**

Es la sensación de la persona de como se ha de sentir con la adquisición del producto, en ello puede intervenir que haya tenido un lindo o desagradable día, lo que conllevará a estar de buen o mal humor.

Indicador 1: Agradecido

Es la respuesta que se obtiene por parte del cliente luego de haber consumido el producto, esta debe ser especial.

Indicador 2: Cómodo

Es la sensación percibida al momento de prestar el servicio; es recomendable que el usuario se mantenga a gusto durante su estadía en el negocio.

Indicador 3: Encantado

Variable fundamental que se debe estimar, donde el cliente se sienta contento y sobre todo satisfecho con el servicio brindado.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

La investigación estuvo conformada por 200 usuarios del restaurant La Loretana, siendo la totalidad de los clientes de una semana del mes de febrero que transcurrieron a consumir los diferentes platos típicos de la selva elaborados en el negocio. Al respecto Bernal (2010) menciona que la población es la totalidad del universo en el cual se busca realizar el estudio o hacer dicha investigación.

- **Criterios de inclusión:**

Clientes mayores a 18 años de edad.

Clientes que acuden al negocio más de una vez a la semana.

Clientes que consumen platos a la carta (s/.10.00) a más.

- **Criterios de exclusión:**

Clientes menores a 18 años de edad.

Clientes que solo acuden al negocio una vez a la semana.

Clientes que consumen platos económicos menor a (s/.10.00).

3.3.2. Muestra

Se tomó como muestra a 50 clientes que acudieron al negocio un día sábado durante la segunda semana del mes de febrero, siendo el día de mayor venta. Dicha determinación está sustentada por Bernal (2010) informa que la muestra es una parte o subconjunto del universo la cual será estudiada, de la que se obtiene testimonios para el desarrollo de la exploración, los mismos que permitirán medir y observar las variables expuestas.

3.3.3. Muestreo

Para delimitar la muestra se aplicó el muestreo no probabilístico por conveniencia, encuestando a los 50 clientes de un día sábado que estuvieron más inmediatos, dado por el criterio del investigador. Lo que se sustenta con Hernández, et al., (2014) definieron al muestreo no probabilístico por conveniencia como la facilidad que tiene el investigador para llegar a los objetos de estudio con mayor accesibilidad.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica: Encuesta

La técnica empleada para recaudar los datos de la investigación es la encuesta. Lo manifestado se fundamenta con Bernal (2010) indica que la encuesta es usualmente más empleada en la investigación ya que su aplicación permite agilizar los procesos de la exploración.

3.4.2. Instrumento: Cuestionario

Se elaboró el instrumento del cuestionario con 24 ítems con una escala de medición tipo Likert. Lo referido se fundamenta con Hernández, et al., (2014) manifestaron que el cuestionario es el más utilizado para recolectar los datos, ya que se basa en un conjunto de interrogantes concernientes a una o más variables a medir. La misma se adjunta como Anexo N°4.

3.4.3. Validez del instrumento

El instrumento se validó por el método de juicio de expertos, los mismos que estuvieron conformados por tres docentes de la escuela de administración de la universidad César Vallejo: Dr. Dávila Arenaza Víctor Demetrio, Dr. Quispe Quiñonez Heder Marino, Dr. Barca Barrientos Jesús Enrique, quienes analizaron y brindaron diversas opiniones a cada ítem del cuestionario, los cuales están comprendidos en el Anexo N°5 “Matriz de validación de instrumentos de obtención de datos por el método de juicio de expertos” de las variables Eficacia laboral y satisfacción, dimensiones e indicadores respectivos. Dicha aseveración se sustentó con Hernández, et al., (2014) señalaron que el método por el juicio de expertos es el grado en que evidentemente un instrumento de medición evalúa a la variable en cuestión, de acorde con la opinión de los profesionales especializados en el tema de investigación.

3.4.4. Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad del instrumento ha sido determinada mediante el estadístico alfa de Cronbach y el procesamiento de datos en el programa SPSS con un coeficiente de 0,966 que es considerada confiabilidad muy alta de acuerdo a la escala de coeficiente Alfa de Cronbach, teniendo como fuente de información los resultados de una encuesta piloto a una muestra considerable compuesta por 10 sujetos de investigación, procedimiento que está contenido en el Anexo N°6 “Confiabilidad del instrumento”. Dicho procedimiento se fundamenta con Bernal (2010) precisa que la confiabilidad de un instrumento es el proceso en que se comprueba que los resultados son coherentes o no al aplicarlo a la misma muestra.

3.5. Procedimientos

3.5.1. Métodos de recolección de la información

- Se preparó los instrumentos de investigación debidamente elaborado, siendo 50 cuestionarios para la obtención de datos de acuerdo a la muestra establecida.
- Se remitió el link del formulario de Google drive con 24 ítems de manera virtual, el mismo que fue enviado por correo de cada usuario del restaurant La Loretana.
- Se recepcionó por el mismo medio en mención los 50 cuestionarios, con respuestas objetivas consignados por los clientes que fueron seleccionados como muestra.

3.5.2. Coordinación y autorización del contexto de estudio

- Se elaboró una carta o documento dirigido a la empresa para el permiso correspondiente.
- Se coordinó con el gerente general del restaurant La Loretana para realizar el estudio, a fin de que autorice el desarrollo de la investigación en la empresa antes mencionada.
- Se logró la autorización respectiva con fecha: 01 de febrero del 2020, la misma que se adjunta como Anexo N°7 de la presente tesis.

3.6. Método de análisis de datos

3.6.1. Análisis descriptivo

Se realizó el análisis descriptivo de los datos recogidos mediante el instrumento de investigación de cada variable y dimensiones de estudio, lográndose tablas y gráficas de frecuencia mediante el software estadístico SPSS, las mismas que fueron interpretadas. Dicho testimonio se fundamentó con Hernández, et al., (2014) explica que la estadística descriptiva para cada variable es el proceso de describir los datos, los valores o estimaciones obtenidas para cada variable mediante la distribución de la frecuencia o puntuaciones de las mismas.

3.6.2. Análisis inferencial

Se efectuó el análisis inferencial respecto a las hipótesis planteadas mediante el programa SPSS, el mismo que dio como resultado el nivel de correlación y significancia con el estadístico Rho de Spearman; asimismo, dichos resultados han sido interpretados con el propósito de concluir si existe o no relación entre las variables respectivas. Dicha manifestación se ha sustentado con Hernández, et al., (2014) indicaron que en el método inferencial se busca deducir resultados a través de los estadísticos donde ambas variables si son cuantitativas se utiliza el estadístico de Pearson; existe una distribución normal - paramétrica (se realiza la prueba de normalidad), si ambas variables son cualitativas, o una de ellas se emplea el estadístico de Rho de Spearman; es no normal - no paramétrica (donde no es necesario realizar la prueba de normalidad).

3.6.3. Aspectos éticos

En la universidad César Vallejo sede Lima - Norte, se tienen principios y valores que se tomaron en consideración en todo momento del proceso de investigación, a su vez los estilos de redacción estuvieron basados de acuerdo al modelo APA. En el actual estudio los usuarios del restaurant han sido comunicados sobre el proceso a realizar, lo cual es parte de la política establecida por la empresa La Loretana. En ese sentido, para la indagación a cada usuario también se consideró los valores expuestos por el negocio como son; respetar la libre expresión y proteger sus derechos.

IV. RESULTADOS

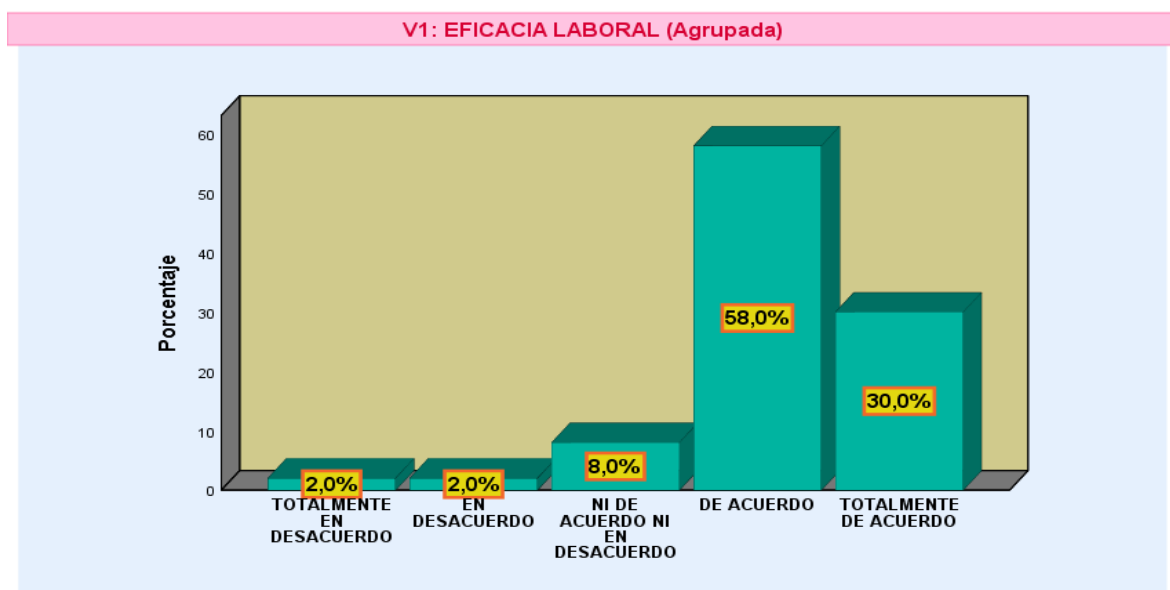
4.1. Análisis descriptivo

Tabla N°1: Variable 1 Eficacia laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
C A T E G O R Í A S	TOTALMENTE EN	1	2,0	2,0	2,0
	DESACUERDO				
	EN DESACUERDO	1	2,0	2,0	4,0
	NI DE ACUERDO NI EN	4	8,0	8,0	12,0
	DESACUERDO				
	DE ACUERDO	29	58,0	58,0	70,0
	TOTALMENTE DE	15	30,0	30,0	100,0
ACUERDO					
Total		50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 24.

Figura N°1: Variable 1 Eficacia laboral



Fuente: SPSS 24.

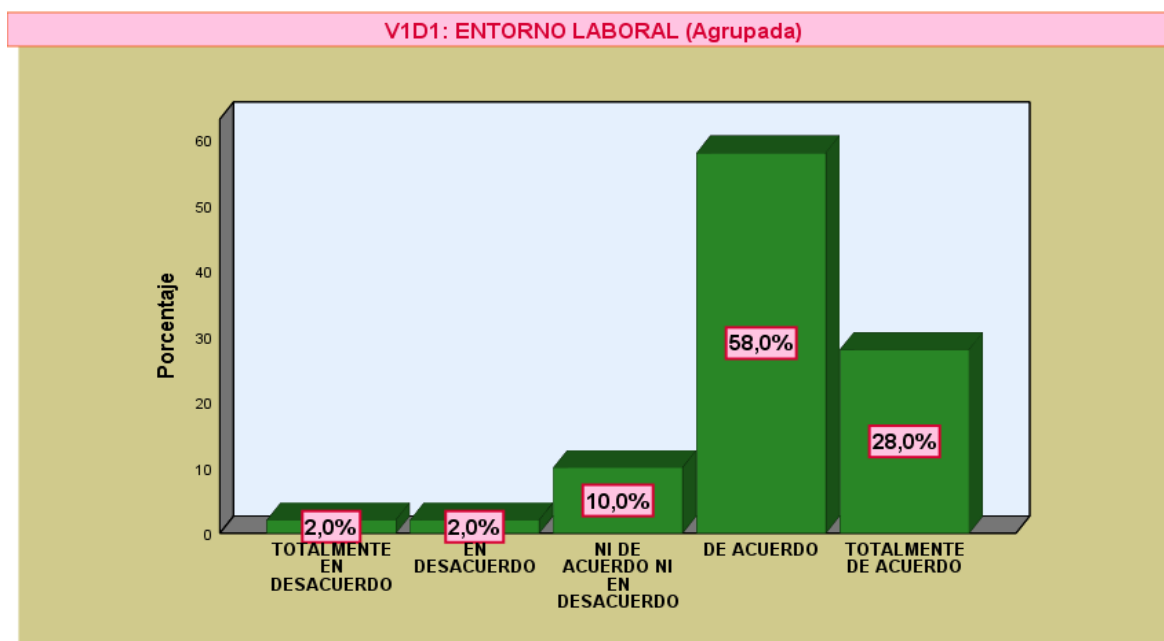
Interpretación: De acuerdo a los datos obtenidos al realizar las encuestas a los usuarios del restaurant La Loretana referente a la Eficacia laboral que comprende las dimensiones: Entorno laboral, Competitividad, Estrategia Organizacional y Sostenibilidad, para el cumplimiento de objetivos por parte de los colaboradores; el 58,0% están de acuerdo; 30,0% totalmente de acuerdo; 8,0% ni de acuerdo ni en desacuerdo; 2,0% en desacuerdo y por último 2,0% totalmente en desacuerdo.

Tabla N°2: Dimensión 1 Entorno laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
C A T E G O R Í A S	TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	2,0	2,0	2,0
	EN DESACUERDO NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	1	2,0	2,0	4,0
	DE ACUERDO	5	10,0	10,0	14,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	29	58,0	58,0	72,0
		14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 24.

Figura N°2: Dimensión 1 Entorno laboral



Fuente: SPSS 24.

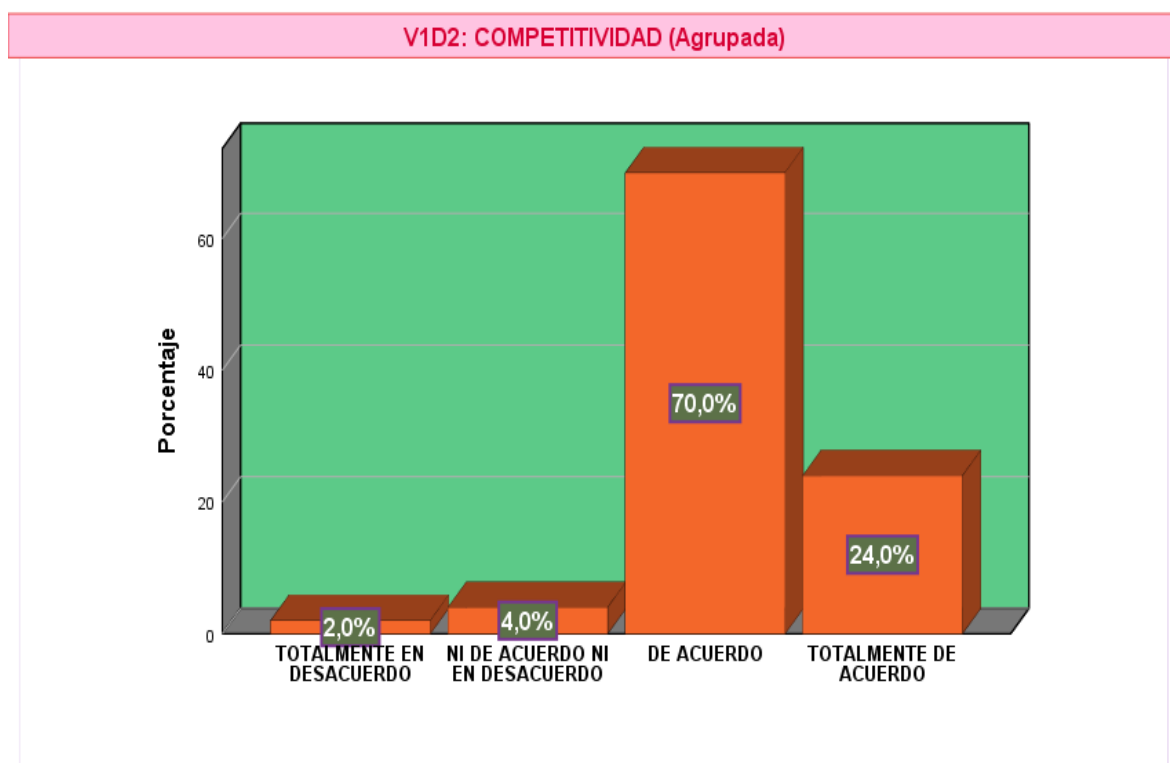
Interpretación: Los resultados alcanzados al aplicar las encuestas a los usuarios del restaurant La Loretana con relación a la dimensión Entorno laboral, que engloba los indicadores: Relaciones interpersonales, Cultura laboral y Comunicación efectiva, relativo a que si se aprecia un buen ambiente de trabajo en la empresa; El 58,0% están de acuerdo; 28,0% totalmente de acuerdo; 10,0% ni de acuerdo ni en desacuerdo; 2,0% en desacuerdo; y 2,0% totalmente en desacuerdo.

Tabla N°3: Dimensión 2 Competitividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
C A T E G O R Í A S	TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	2,0	2,0	2,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	2	4,0	4,0	6,0
	DE ACUERDO	35	70,0	70,0	76,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 24.

Figura N°3: Dimensión 2 Competitividad



Fuente: SPSS 24.

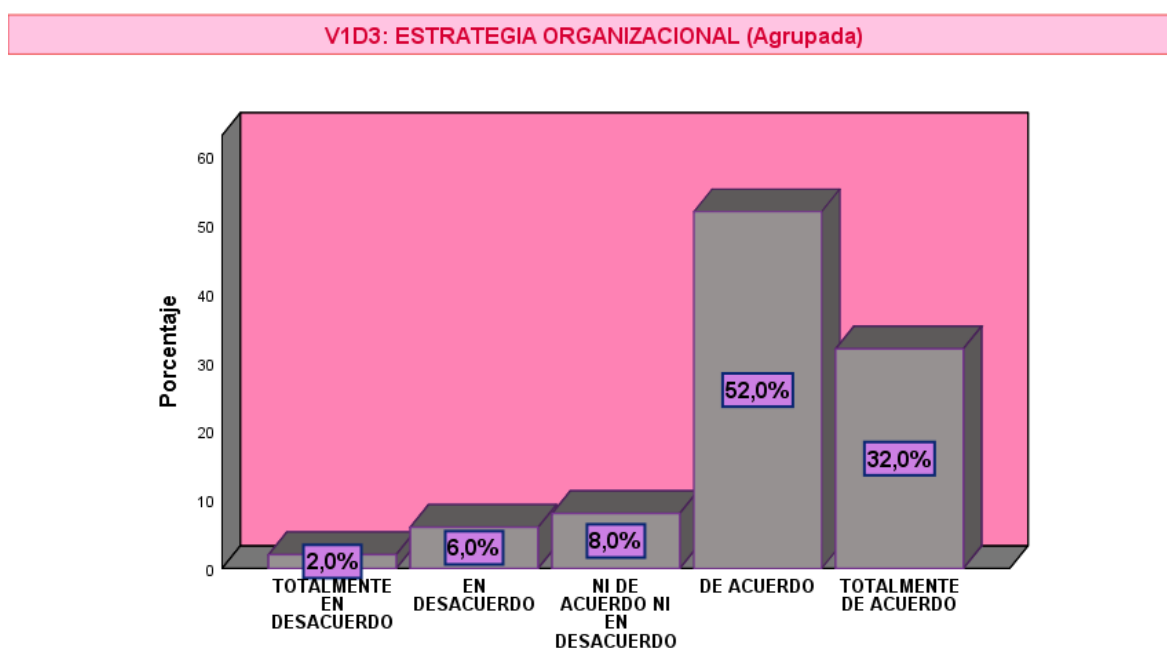
Interpretación: Los datos adquiridos al aplicar las encuestas a los usuarios del restaurant La Loretana respecto a la dimensión Competitividad, que incluye los indicadores: Orientación al cliente, Liderazgo democrático y Negociación con clientes, alusivo al nivel de desempeño de los colaboradores en la atención al público; El 70,0% están de acuerdo; 24,0% totalmente de acuerdo; 4,0% ni de acuerdo ni en desacuerdo; y 2,0% totalmente en desacuerdo.

Tabla N°4: Dimensión 3 Estrategia organizacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
C A T E G O R Í A S	TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	2,0	2,0	2,0
	EN DESACUERDO	3	6,0	6,0	8,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	4	8,0	8,0	16,0
	DE ACUERDO	26	52,0	52,0	68,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 24.

Figura N°4: Dimensión 3 Estrategia organizacional



Fuente: SPSS 24.

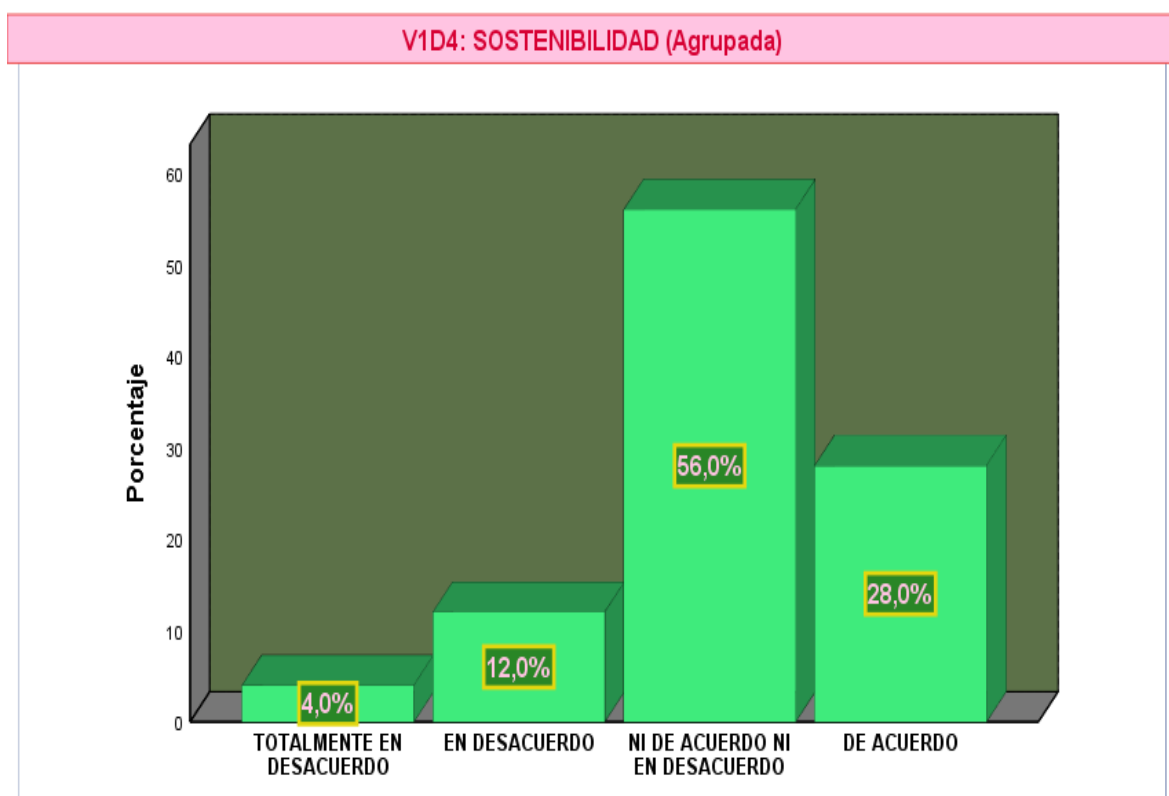
Interpretación: Los resultados conseguidos al aplicar las encuestas a los usuarios del restaurant La Loretana con relación a la dimensión Estrategia organizacional, que contiene los indicadores; Compromiso, Diferenciación y Responsabilidad social, concierne al prestigio que tiene la empresa en el sector; El 52,0% están de acuerdo; 32,0% totalmente de acuerdo; 8,0% ni de acuerdo ni en desacuerdo; 6,0% en desacuerdo; y 2,0% totalmente en desacuerdo.

Tabla N°5: Dimensión 4 Sostenibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
C A T E G O R Í A S	TOTALMENTE EN DESACUERDO	2	4,0	4,0	4,0
	EN DESACUERDO	6	12,0	12,0	16,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	28	56,0	56,0	72,0
	DE ACUERDO	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 24.

Figura N°5: Dimensión 4 Sostenibilidad



Fuente: SPSS 24.

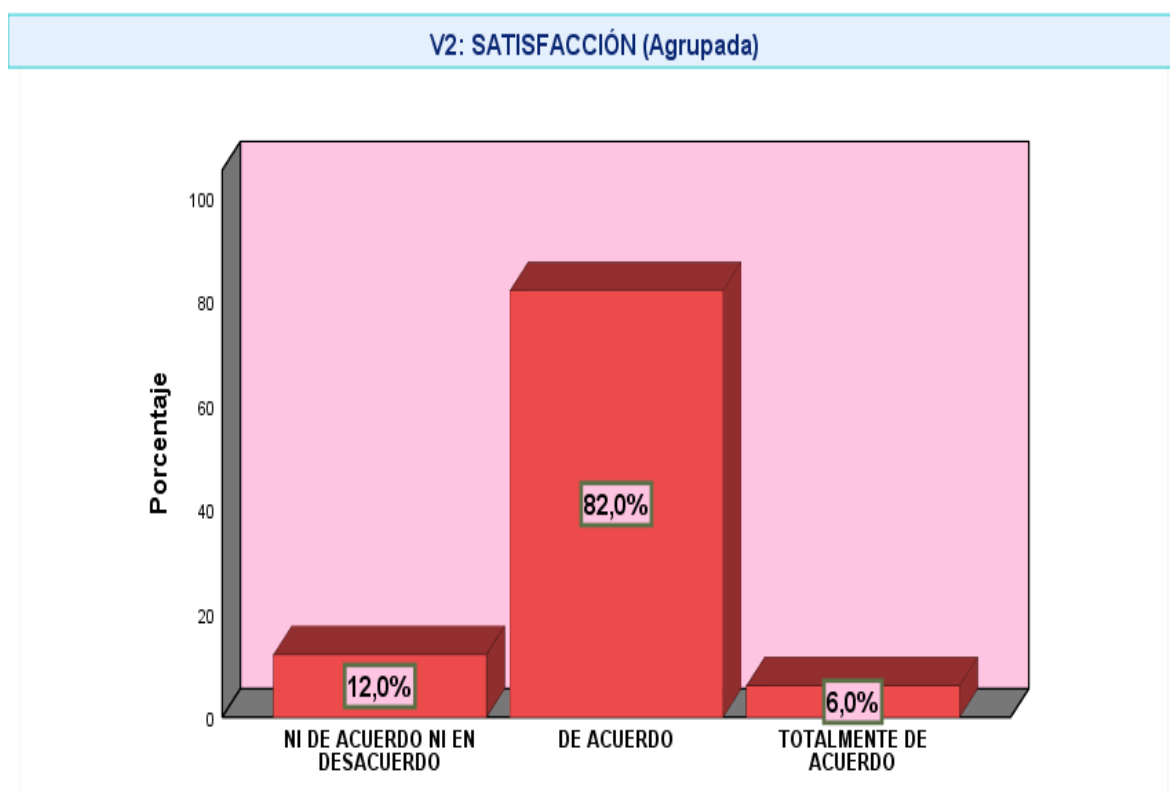
Interpretación: Los datos logrados al aplicar las encuestas a los usuarios del restaurant La Loretana respecto a la dimensión Sostenibilidad, que abarca los indicadores; Trabajo en equipo, Iniciativa y Orientación a resultados, relacionado a que si se observa el compromiso de los colaboradores con la empresa; El 56,0% están de acuerdo; 28,0% totalmente de acuerdo; 12,0% ni de acuerdo ni en desacuerdo; y 4,0% totalmente en desacuerdo.

Tabla N°6: Variable 2 Satisfacción

		V2: SATISFACCIÓN (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
C A T E G O R Í A S	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	6	12,0	12,0	12,0
	DE ACUERDO	41	82,0	82,0	94,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 24.

Figura N°6: Variable 2 Satisfacción



Fuente: SPSS 24.

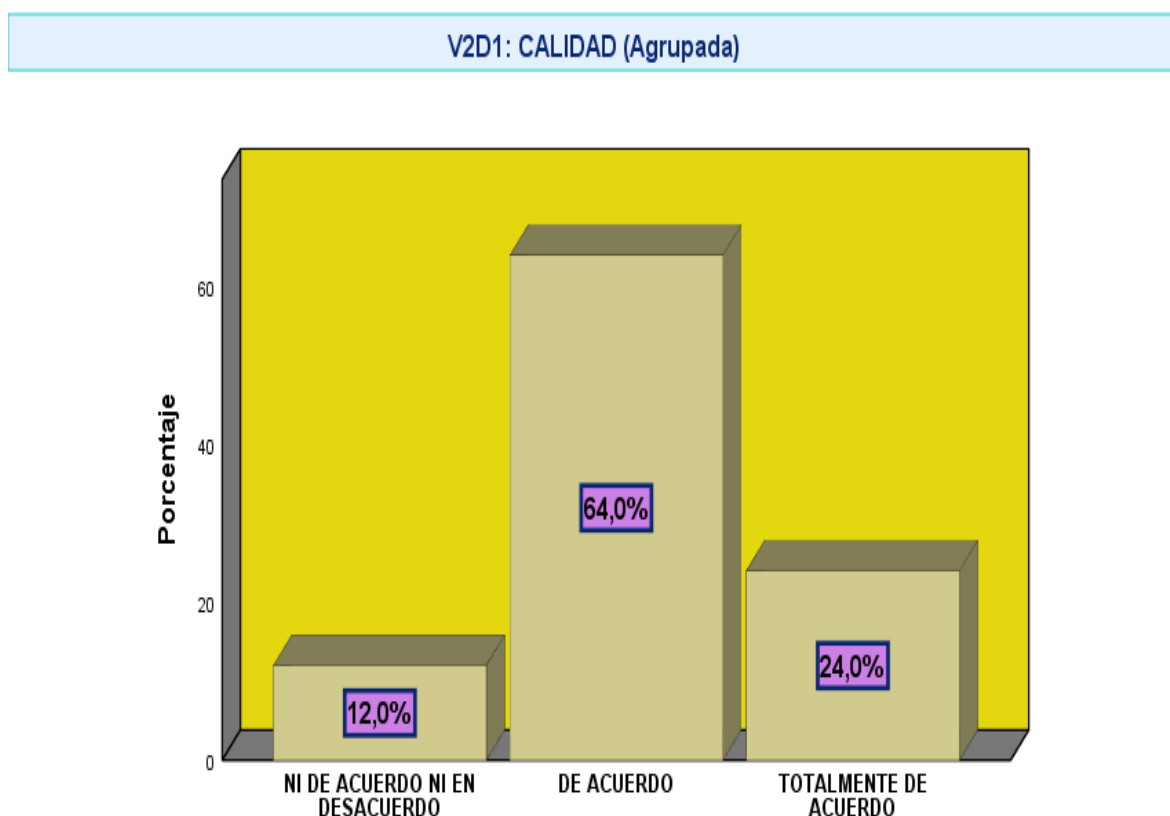
Interpretación: De acuerdo a los datos obtenidos al realizar las encuestas a los usuarios del restaurant La Loretana referente a la variable Satisfacción que comprende las dimensiones: Calidad, Experiencia, Expectativa y Estado de ánimo; el 82,0% opinan que están de acuerdo con el servicio que se brinda en el negocio; El 12,0% ni de acuerdo ni en desacuerdo; y por último el 6,0% totalmente en desacuerdo.

Tabla N°7: Dimensión 1 Calidad

		V2D1: CALIDAD (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
C A T E G O R Í A S	NI DE ACUERDO NI EN	6	12,0	12,0	12,0
	DESACUERDO				
	DE ACUERDO	32	64,0	64,0	76,0
	TOTALMENTE DE	12	24,0	24,0	100,0
	ACUERDO				
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 24.

Figura N°7: Dimensión 1 Calidad



Fuente: SPSS 24.

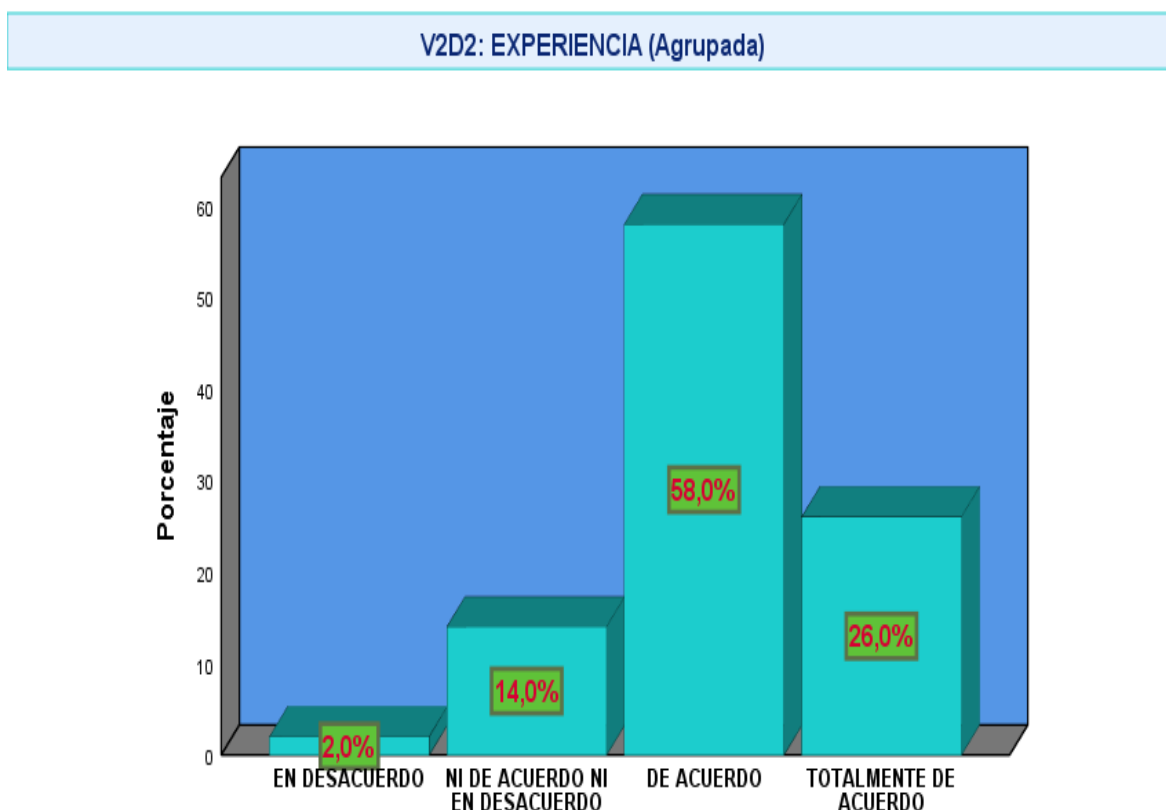
Interpretación: Los resultados alcanzados al aplicar las encuestas a los usuarios del restaurant La Loretana con relación a la dimensión Calidad, que engloba los indicadores: Eficiencia, Innovación y Productividad, acerca de que si se cumplen con los estándares de calidad en el servicio; El 64,0% están de acuerdo; 24,0% totalmente de acuerdo; y 12,0% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla N°8: Dimensión 2 Experiencia

		V2D2: EXPERIENCIA (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
C A T E G O R Í A S	EN DESACUERDO	1	2,0	2,0	2,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	7	14,0	14,0	16,0
	DE ACUERDO	29	58,0	58,0	74,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 24.

Figura N°8: Dimensión 2 Experiencia



Fuente: SPSS 24.

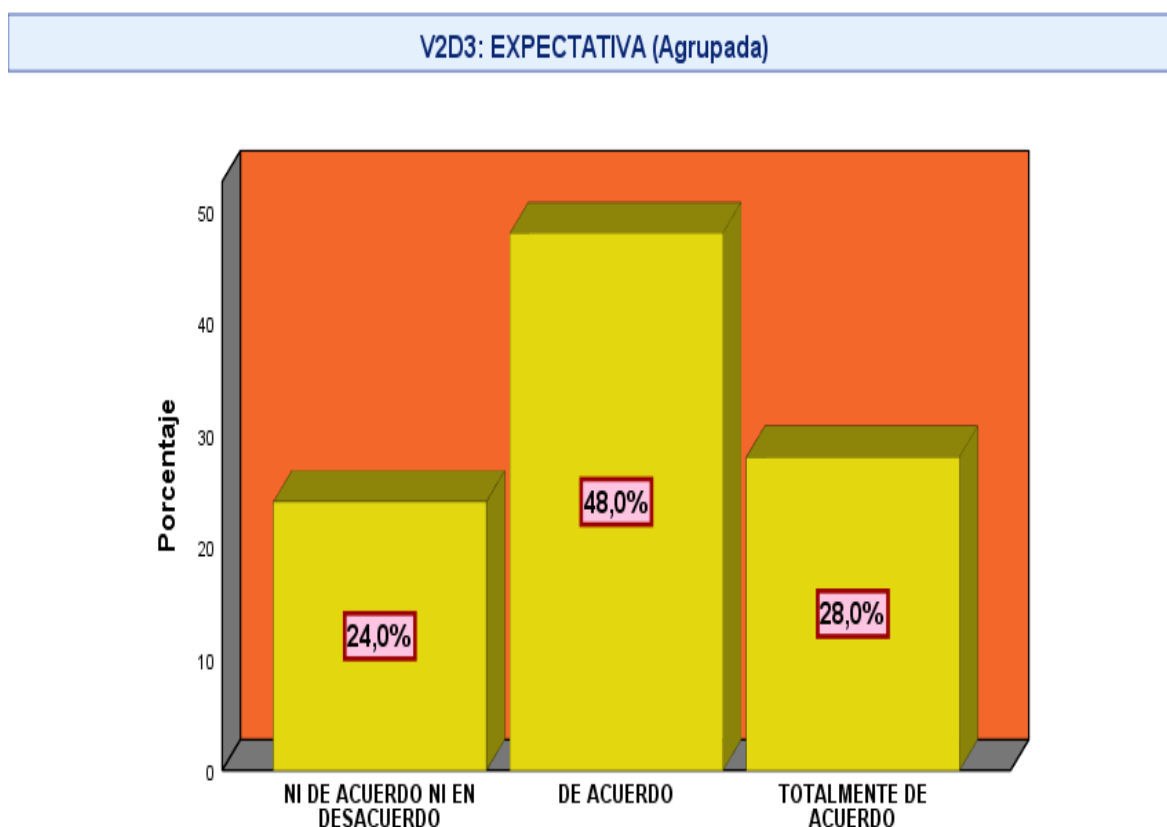
Interpretación: Los datos adquiridos al aplicar las encuestas a los usuarios del restaurant La Loretana respecto a la dimensión Experiencia, que incluye los indicadores: Percepción, Confianza y Garantía, sobre la experiencia del servicio adquirido; El 58,0 % están de acuerdo; 26,0% totalmente de acuerdo; 14,0% ni de acuerdo ni en desacuerdo; y 2,0% en desacuerdo.

Tabla N°9: Dimensión 3 Expectativa

		V2D3: EXPECTATIVA (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
C A T E G O R Í A S	NI DE ACUERDO NI EN	12	24,0	24,0	24,0
	DESACUERDO				
	DE ACUERDO	24	48,0	48,0	72,0
	TOTALMENTE DE	14	28,0	28,0	100,0
	ACUERDO				
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 24.

Figura N°9: Dimensión 3 Expectativa



Fuente: SPSS 24.

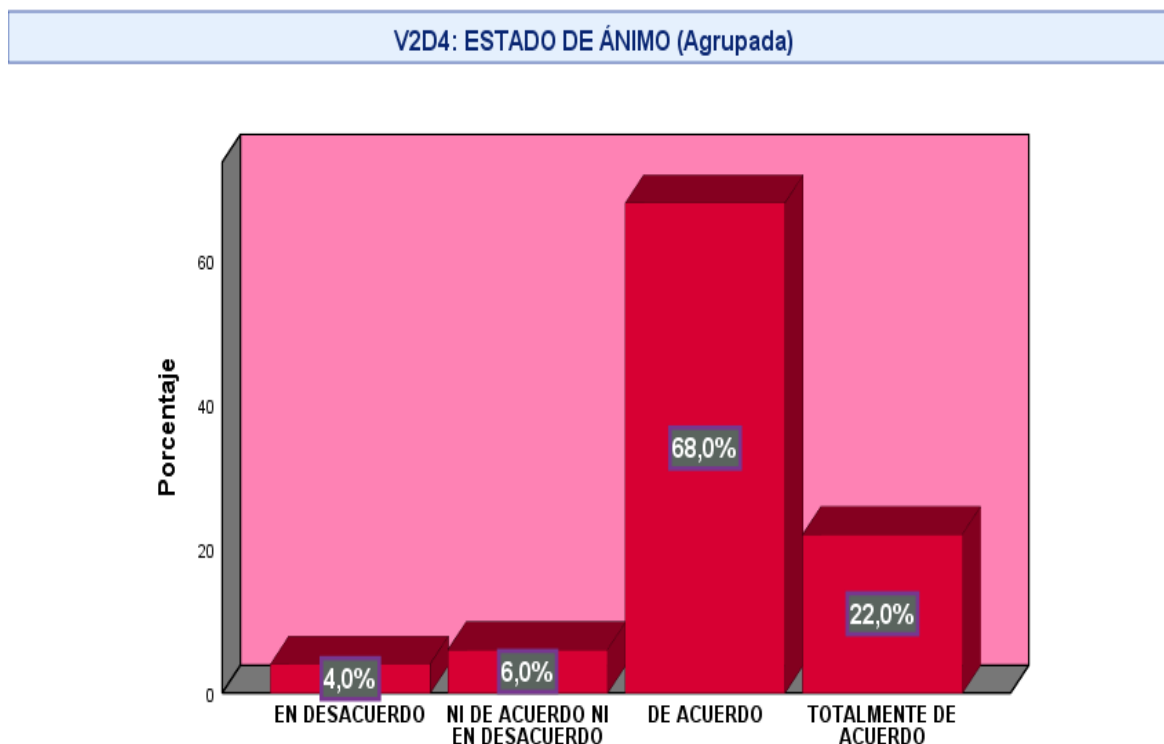
Interpretación: Los resultados conseguidos al aplicar las encuestas a los usuarios del restaurant La Loretana con relación a la dimensión Expectativa, que contiene los indicadores; Atributo, Oportunidad y Precio, respecto a que si existe diferenciación del servicio con el de la competencia; El 48,0% están de acuerdo; 28,0% totalmente de acuerdo; y 24,0% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla N°10: Dimensión 4 Estado de Ánimo

		V2D4: ESTADO DE ÁNIMO (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
C A T E G O R Í A S	EN DESACUERDO	2	4,0	4,0	4,0
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	3	6,0	6,0	10,0
	DE ACUERDO	34	68,0	68,0	78,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 24.

Figura N°10: Dimensión 4 Estado de Ánimo



Fuente: SPSS 24.

Interpretación: Los datos logrados al aplicar las encuestas a los usuarios del restaurant La Loretana respecto a la dimensión Estado de ánimo, que abarca los indicadores; Agradecido, Cómodo y Encantado, correspondiente a las emociones percibidas post - compra del servicio; El 68,0% están de acuerdo; 22,0 % totalmente de acuerdo; 6,0% ni de acuerdo ni en desacuerdo; y 4,0% en desacuerdo.

4.2. Pruebas de normalidad

Tabla N°11: Prueba de normalidad

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1: EFICACIA LABORAL (Agrupada)	,320	50	,000	,750	50	,000
V2: SATISFACCIÓN (Agrupada)	,436	50	,000	,581	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS 24.

- **Hipótesis:**

H₁: La distribución de la muestra no es normal.

H₀: La distribución de la muestra es normal.

- **Regla de decisión:**

Si $\alpha < 0.05$ se rechaza la Hipótesis nula (**H₀**) y se acepta la Hipótesis alterna (**H₁**).

Si $\alpha > 0.05$ se rechaza la Hipótesis alterna (**H₁**) y se acepta la Hipótesis nula (**H₀**).

De acuerdo a los resultados que se aprecian en la tabla N°11 "Prueba de normalidad" la significancia encontrada de acuerdo al estadístico Shapiro - Wilk es 0,000. y en relación a la regla de decisión $\alpha < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto, la distribución de la muestra es no normal o no paramétrica.

4.3. Análisis Inferencial

4.3.1. Coeficiente de correlación y regla de decisión

Tabla N°12: Coeficiente de correlación

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Nota: Tomado de Metodología de la investigación, quinta edición, por Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P., 2014, México D.F., México: McGraw-Hill.

- **Condiciones:**

Sig. T = 5%.

Nivel de aceptación: 95%, Z = 1,96.

- **Regla de decisión:**

Si $\alpha < 0.05$ se rechaza la Hipótesis nula (**H₀**) y se acepta la Hipótesis alterna (**H₁**).

Si $\alpha > 0.05$ se rechaza la Hipótesis alterna (**H₁**) y se acepta la Hipótesis nula (**H₀**).

4.3.2. Prueba de Hipótesis General

H₁: Eficacia laboral tiene relación con la satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020.

H₀: Eficacia laboral no tiene relación con la satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020.

Tabla N°13: Resultados de la prueba de hipótesis general

Correlaciones				
			V1: EFICACIA LABORAL (Agrupada)	V2: SATISFACCIÓN (Agrupada)
Rho de Spearman	V1: EFICACIA LABORAL (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,630**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	V2: SATISFACCIÓN (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,630**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS 24.

Interpretación: De acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla N°13 el coeficiente de correlación Rho de Spearman es 0.630, el mismo que de acuerdo a la tabla N°12 “coeficiente de correlación” es considerada como Correlación positiva considerable; la significancia es 0.000, dicho resultado de acuerdo a la regla de decisión Sig. $\alpha < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna; en consecuencia, existe relación significativa entre las variables; Eficacia laboral con satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana.

4.3.3. Prueba de Hipótesis Específica 1

H₁: Eficacia laboral tiene relación con Calidad de servicio a los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020.

H₀: Eficacia laboral no tiene relación con Calidad de servicio a los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020.

Tabla N°14: Resultados de la prueba de hipótesis específica 1

Correlaciones				
			V1: EFICACIA LABORAL (Agrupada)	V2D1: CALIDAD (Agrupada)
Rho de Spearman	V1: EFICACIA LABORAL (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,422**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	50	50
	V2D1: CALIDAD (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,422**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS 24.

Interpretación: De acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla N°14 el coeficiente de correlación Rho de Spearman es 0.422, el mismo que de acuerdo a la tabla N°12 es considerada como Correlación positiva media; la significancia es 0.002, dicho resultado de acuerdo a la regla de decisión Sig. $\alpha < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna; en efecto, se ha determinado que existe relación positiva considerable de la variable; Eficacia laboral con la dimensión Calidad.

4.3.4. Prueba de Hipótesis Específica 2

H₁: Eficacia laboral tiene relación con Experiencia de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020.

H₀: Eficacia laboral no tiene relación con Experiencia de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020.

Tabla N°15: Resultados de la prueba de hipótesis específica 2

Correlaciones				
			V1: EFICACIA LABORAL (Agrupada)	V2D2: EXPERIEN CIA (Agrupada)
Rho de Spearman	V1: EFICACIA LABORAL (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,428**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	50	50
	V2D2: EXPERIENCIA (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,428**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS 24.

Interpretación: De acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla N°15 el coeficiente de correlación Rho de Spearman es 0.428, el mismo que de acuerdo a la tabla N°12 es considerada como Correlación positiva media; la significancia es 0.002, dicho resultado de acuerdo a la regla de decisión Sig. $\alpha < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna; en ese sentido, se ha determinado que existe relación positiva considerable de la variable; Eficacia laboral con la dimensión Experiencia.

4.3.5. Prueba de Hipótesis Específica 3

H₁: Eficacia laboral tiene relación con Expectativa de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020.

H₀: Eficacia laboral no tiene relación con Expectativa de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020.

Tabla N°16: Resultados de la prueba de hipótesis específica 3

Correlaciones				
			V1: EFICACIA LABORAL (Agrupada)	V2D3: EXPECTAT IVA (Agrupada)
Rho de Spearman	V1: EFICACIA LABORAL (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,535**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	V2D3: EXPECTATIVA (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,535**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS 24.

Interpretación: De acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla N°16 el coeficiente de correlación Rho de Spearman es 0.535, el mismo que de acuerdo a la tabla N°12 es considerada como Correlación positiva considerable; la significancia es 0.000, dicho resultado de acuerdo a la regla de decisión Sig. $\alpha < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna; por lo tanto, se ha determinado que existe relación positiva considerable de la variable Eficacia laboral con la dimensión Expectativa.

4.3.6. Prueba de Hipótesis Específica 4

H₁: Eficacia laboral tiene relación con Estado de ánimo de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020.

H₀: Eficacia laboral no tiene relación con Estado de ánimo de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020.

Tabla N°17: Resultados de la prueba de hipótesis específica 4

Correlaciones				
			V1: EFICACIA LABORAL (Agrupada)	V2D4: ESTADO DE ÁNIMO (Agrupada)
Rho de Spearman	V1: EFICACIA LABORAL (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,429**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	50	50
	V2D4: ESTADO DE ÁNIMO (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,429**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS 24.

Interpretación: De acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla N°17 el coeficiente de correlación Rho de Spearman es 0.429, el mismo que de acuerdo a la tabla N°12 es considerada como Correlación positiva media; la significancia es 0.002, dicho resultado de acuerdo a la regla de decisión Sig. $\alpha < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna; por ende, se ha determinado que existe relación positiva considerable de la variable; Eficacia laboral con la dimensión Estado de ánimo.

V. DISCUSIÓN

5.1. Objetivo General:

El objetivo general de la investigación fue determinar la relación de Eficacia laboral con satisfacción; de acuerdo a los resultados obtenidos mediante el estadístico Rho de Spearman, lográndose como coeficiente de correlación es 0.630, y nivel de significancia de 0,000. Por lo consiguiente, se ha determinado que existe relación significativa entre las variables: Eficacia laboral y satisfacción. Dicho resultado está asociado con el marco de la teoría del campo de Lewin (2012) afirma que cuando un consumidor adquiere un producto ya sea un bien o un servicio busca quedar satisfecho con ello, si fuese así recomendará la marca a través de la experiencia adquirida y si esta supera sus expectativas, por ende, fue totalmente de su agrado, regresará a comprar continuamente y traerá consigo más usuarios potenciales. A su vez, es fundamental considerar las relaciones interpersonales de los colaboradores hacia el consumidor ya que será valioso para el desarrollo de la empresa y el cumplimiento de los objetivos proyectados.

Asimismo, se sustenta con la teoría conceptual de Fernández (2014) precisa que la Eficacia laboral consiste en el cumplimiento de objetivos por parte de los colaboradores, donde desempeña un rol elemental, ya que los competidores varían al igual que las estrategias de la organización de acuerdo a la coyuntura. Si esta desea ser competitiva y desea sobrevivir, la empresa ha de asumir que su forma de competir ha de cambiar y, cuanto más cambiante sea el entorno, mayor será la capacidad de adaptación de la compañía en el sector. También, Kotler (2014) define que la satisfacción es el bienestar o placer de los clientes al adquirir un producto o servicio, esto puede conllevar al éxito a la empresa; a su vez, que se identifiquen, fidelicen con la industria, con el propósito de ser competitivos con el avance del tiempo, por lo consiguiente, buscando incorporar más usuarios a la organización. Por otro lado, es considerable reconocer que si un cliente supera sus expectativas que se han planteado regresará a seguir consumiendo el producto, en caso contrario, no supere sus expectativas probablemente no quede satisfecho y no volverá más, pudiendo llevarse clientes consigo.

Además, existe coherencia con los artículos científicos de Carrasco (2016) concluye que cada colaborador es fundamental y pieza clave para el éxito de la misma, en efecto, es primordial que los operarios aporten sus habilidades desde cualquier área al cual pertenezcan. Finalmente, Cárdenas & Julca (2014) definen que el rendimiento y dedicación que el colaborador aporta al ejercer su labor debe estar enfocado en todo momento a la satisfacción del usuario.

5.2. Objetivos Específicos:

5.2.1. Objetivo específico 1

Considerando el primer objetivo específico de la investigación que ha sido determinar la relación de Eficacia laboral con calidad; de acuerdo a los resultados obtenidos mediante el estadístico Rho de Spearman, lográndose como coeficiente de correlación 0.422, y un nivel de significancia de 0,002. Por ende, se ha determinado que existe relación significativa de la variable: Eficacia laboral con la dimensión calidad. Dicho resultado está comprendido en la teoría del campo de Lewin (2012) precisa que las emociones de los clientes desempeñan un rol primordial para la fidelización hacia la empresa, por lo que es recomendable valorar a los consumidores en todo momento, ya que tienen gran expectativa de poder encontrar un buen producto o servicio y sobre todo de calidad.

También, se sustenta con la teoría conceptual de Ramírez (2015) indica que la Eficacia laboral es una variable primordial que aporta de manera directa en el desarrollo de estrategias propuestas por la organización. El mercado cada vez es más exigente, por lo tanto, es significativo tener en consideración el avance tecnológico que puede ser implementado en la empresa para agilizar transacciones, para ello los colaboradores deben estar capacitados, así poder realizar un buen manejo de los recursos que cuenta la industria y extraer el mejor beneficio.

Es más, existe coherencia con los artículos científicos de Salas (2015) determina que es conveniente que cada uno de los trabajadores sean capacitados y entrenados a tiempo, enfatizando en brindar una buena atención y un servicio de calidad. Por otra parte, Cristóbal & Parra (2015) mencionan que en la organización se debe impulsar a que cada uno de los miembros que la conforman

deben interrelacionarse de la mejor forma posible, para brindar un producto o servicio de calidad y obtener excelentes resultados futuros.

5.2.2. Objetivo específico 2

Estimando el segundo objetivo específico de la exploración que fue determinar la relación de Eficacia laboral con experiencia; de acuerdo a los resultados obtenidos y procesados mediante el estadístico Rho de Spearman, lográndose como coeficiente de correlación 0.428, y un nivel de significancia de 0,002. Por consiguiente, se ha determinado que existe relación significativa de la variable: Eficacia laboral con la dimensión experiencia. Dicho resultado está comprendido en la teoría del campo de Lewin (2012) refiere que la buena experiencia de los clientes es determinante para la satisfacción de los clientes, entre otros aspectos señalados en el objetivo general.

Asimismo, se sustenta con la teoría conceptual de Atalaya (2016) estima que la Eficacia de los trabajadores al momento de desempeñar sus labores es prioridad para el consumidor, ya que cuando no encuentra lo que busca en el momento adecuado, se va a la competencia y esto no es recomendable para ninguna organización, por lo consiguiente, el capital humano debe familiarizarse con la empresa para poder aportar todas sus habilidades y conocimientos previos en bienestar de todos.

Por otro lado, existe relación con las conclusiones de los artículos científicos siguientes: Mamani, Obando & Uribe (2014) señalan que los trabajadores deben estar motivados en todo momento, ya que una buena atención al público en general puede conllevar a una experiencia adquirida deseada. Calcina (2014) menciona que el ambiente o clima de trabajo debe ser la mejor, ya que depende de ello el estado de ánimo de cada uno de los trabajadores a la hora de desempeñar sus labores, relacionándose con la favorable experiencia de los usuarios. Rionda & Mares (2014) determinan que el estado físico y mental del trabajador influyen en el rendimiento de cada uno de ellos, por lo tanto, es recomendable considerar de forma conveniente el horario de trabajo orientado a brindar una experiencia óptima al consumidor final.

5.2.3. Objetivo específico 3

Valorando el tercer objetivo específico de la indagación que ha sido determinar la relación de Eficacia laboral con expectativa; de acuerdo a los resultados obtenidos mediante el estadístico Rho de Spearman, lográndose como coeficiente de correlación 0.535, y un nivel de significancia de 0,000. En consecuencia, se ha determinado que existe relación significativa de la variable: Eficacia laboral con la dimensión expectativa. De modo que, existe afinidad con los artículos científicos siguientes: Chiang & San Martín (2015) definen que al momento de incluir un colaborador a la organización, éste debe ser evaluado de forma oportuna ya sea por sus competencias o conocimientos previos de acuerdo al área de trabajo para cumplir con las expectativas del cliente. Rojas & Fuente (2016) precisan que dentro de las competencias conductuales del empleado se debe resaltar dos aspectos de suma importancia; las específicas y cardinales que todos deben tener de acuerdo al área devengada orientado a complacer al cliente eventual. Mamani, Obando & Uribe (2014) delimitan que los trabajadores deben estar motivados en todo momento, ya que una buena atención al público en general puede conllevar a la estabilidad del negocio.

Además, se relaciona con los trabajos previos internacionales siguientes: Julón (2018) menciona que es de suma relevancia que el personal que integra la organización debe llevar un estilo de vida adecuado, ordenado para que no afecte su estadía en el trabajo, y no haya rotación de personal que trae consigo pérdida de tiempo y gastos adicionales. Escudero (2016) señala que todo colaborador debe de estar preparado para asumir cualquier cargo o responsabilidad en el trabajo, buscando desempeñar sus funciones de forma eficaz y eficiente para la obtención de resultados positivos dirigido al cumplimiento de expectativas por parte del usuario real y atraer al cliente potencial.

5.2.4. Objetivo específico 4

Apreciando el cuarto objetivo específico del estudio que fue determinar la relación de Eficacia laboral con estado de ánimo; de acuerdo a los resultados obtenidos mediante el estadístico Rho de Spearman, lográndose como coeficiente de correlación 0.429, y un nivel de significancia de 0,002. Por lo tanto, se ha determinado que existe relación significativa de la variable: Eficacia laboral con la dimensión estado de ánimo. De tal forma, existe congruencia con los trabajos

previos nacionales de Burgos (2017) concluye que todos los miembros de una empresa u organización son fundamental para la estabilidad de la misma en el sector, por consiguiente, estos deben estar motivados y bien capacitados. Palmadera (2017) refiere que las organizaciones se establecen objetivos a largo plazo, y para poder alcanzar lo propuesto deben trabajar todos en conjunto, recordando que una de las razones son los clientes. Coronel (2016) alude que la eficacia en el trabajo del rubro del restaurant es fundamental, ya que en algunas oportunidades el cliente no podrá encontrar el menú que busca, a su gusto, pero por lo menos espera ser bien atendido, de tal forma, se transmite un estado de ánimo agradable y alentador.

5.3. Hipótesis

5.3.1. Hipótesis general

La hipótesis general propuesta ha sido; Existe relación de la Eficacia laboral con satisfacción. Para probar dicha hipótesis primero se determinó si la distribución de la muestra fue normal o no normal, la misma que se logró mediante la prueba de normalidad utilizando el estadístico Shapiro - Wilk adquiriendo como resultado sig. 0,000. Comprobándose con ello que la distribución de la muestra es no paramétrica. En efecto, se empleó el estadístico Rho de Spearman obteniéndose como resultado el nivel de correlación 0.630, la significancia es 0.000. En ese sentido, y considerando dicho resultado se ha probado que la hipótesis planteada es verdadera por lo que confirmamos que uno de nuestros hallazgos de nuestra investigación es Eficacia laboral tiene relación significativa con la variable satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana.

5.3.2. Hipótesis específica 1

La hipótesis específica establecida ha sido; Existe relación de Eficacia laboral con la dimensión calidad. Para probar dicha hipótesis se utilizó el estadístico no paramétrico Rho de Spearman; Estimando que la distribución de la muestra es no paramétrica como se demuestra en la tabla N°11, alcanzando como resultado el nivel de correlación de 0.422 y sig. 0,002. En efecto, y considerando dicho resultado se confirma la hipótesis 1 planteada, siendo uno de los hallazgos también pertinentes de la investigación donde la variable Eficacia laboral tiene

relación con la dimensión calidad de servicio en los usuarios del restaurant La Loretana.

5.3.3. Hipótesis específica 2

La hipótesis específica planteada ha sido; Existe relación de Eficacia laboral con la dimensión experiencia. Para probar dicha hipótesis se utilizó el estadístico no paramétrico Rho de Spearman; teniendo en cuenta que la distribución de la muestra es no paramétrica como se demuestra en la tabla N°11, obteniéndose como resultado el nivel de correlación de 0.428 y sig. 0,002. En consecuencia, y considerando dicho resultado se confirma la hipótesis 2 planteada, siendo uno de los hallazgos también relevantes de la investigación donde la variable Eficacia laboral tiene relación con la dimensión experiencia de los usuarios del restaurant La Loretana.

5.3.4. Hipótesis específica 3

La hipótesis específica sugerida ha sido; Existe relación de Eficacia laboral con la dimensión expectativa. Para probar dicha hipótesis se utilizó el estadístico no paramétrico Rho de Spearman; Considerando que la distribución de la muestra es no paramétrica como se demuestra en la tabla N°11, consiguiendo como resultado el nivel de correlación de 0.535 y sig. 0,000. En suma, y considerando dicho resultado se confirma la hipótesis 3 planteada, siendo uno de los hallazgos también pertinentes de la investigación donde la variable Eficacia laboral tiene relación con la dimensión expectativa de los usuarios del restaurant La Loretana.

5.3.5. Hipótesis específica 4

La hipótesis específica estimada ha sido; Existe relación de Eficacia laboral con la dimensión estado de ánimo. Para probar dicha hipótesis se utilizó el estadístico no paramétrico Rho de Spearman; observando que la distribución de la muestra es no paramétrica como se demuestra en la tabla N°11, lográndose como resultado el nivel de correlación de 0.429 y sig. 0,002. En definitiva, y considerando dicho resultado se confirma la hipótesis 4 planteada, siendo uno de los hallazgos también pertinentes de la investigación donde la variable Eficacia laboral tiene relación con la dimensión estado de ánimo de los usuarios del restaurant La Loretana.

5.4. Resultados descriptivos

5.4.1. Variable 1: Eficacia Laboral

La información mostrada en la tabla de frecuencia con relación a que si se observa buen desarrollo de actividades para el cumplimiento de objetivos por parte de los colaboradores del restaurant La Loretana, referente a la variable Eficacia laboral agrupada que comprende las dimensiones: Entorno laboral, Competitividad, Estrategia organizacional, y Sostenibilidad; El 58,0% están de acuerdo; 30,0% totalmente de acuerdo; 8,0% ni de acuerdo ni en desacuerdo; 2,0% en desacuerdo y por último 2,0% totalmente en desacuerdo. Considerando dichos resultados se identifica un importante porcentaje 8,0% de usuarios que no están de acuerdo ni en desacuerdo con el desarrollo de actividades de los trabajadores para el cumplimiento de objetivos, el mismo que corresponde a la dimensión entorno laboral que incluye los indicadores; Relaciones interpersonales, cultura laboral, comunicación efectiva. Tales resultados expuestos requieren propuestas de solución a dichos aspectos negativos.

5.4.2. Variable 2: Satisfacción

Los datos mencionados en la tabla de frecuencia en concordancia a que si se brinda un buen servicio en el restaurant La Loretana, alusivo a la variable Satisfacción agrupada que incluye las dimensiones: Calidad, Experiencia, Expectativa y Estado de ánimo; El 82,0% está de acuerdo; 12,0% ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 6,0% totalmente en desacuerdo. Considerando dichos resultados se identifica un importante porcentaje 12,0% de clientes que no están de acuerdo ni en desacuerdo con el servicio que se brinda en el negocio, el mismo que corresponde a la dimensión estado de ánimo que engloba los indicadores; Agradecido, cómodo, encantado. La información brindada requiere propuestas de solución a dichos asuntos adversos.

VI. CONCLUSIONES

6.1. De acuerdo a los hallazgos de mayor pertinencia encontrados como son: porcentaje representativo que han sido considerados por los usuarios en que si se cumple con las actividades para el cumplimiento de objetivos por parte de los colaboradores del restaurant La Loretana; coeficiente de correlación 0.630, significancia 0.000; Teoría del campo de Lewin (2012); Teoría conceptual de Fernández (2014); Kotler (2014) en las que están comprendidas ambas variables de investigación, y artículos científicos de Carrasco (2016); Cárdenas & Julca (2014), los mismos que tienen coherencia con los resultados del estudio. En consecuencia, se ha comprobado que la hipótesis planteada es verdadera. Por lo tanto, de acuerdo al objetivo general propuesto se ha determinado que existe relación significativa entre las variables; Eficacia laboral y satisfacción.

6.2. De acuerdo a los descubrimientos relevantes encontrados como son: porcentaje significativo que han sido consignado por los usuarios referente a que si se cumplen con los estándares de calidad en el servicio brindado por el restaurant La Loretana; coeficiente de correlación 0.422, significancia 0.002; Teoría del campo de Lewin (2012); Teoría conceptual de Ramírez (2015); en las que están contenida la variable: Eficacia laboral y la dimensión calidad. Además, artículos científicos de Salas (2015); Cristóbal & Parra (2015), los mismos que tienen coherencia con los resultados del estudio. Se ha comprobado que la hipótesis específica 1 planteada es verdadera. Por ende, de acuerdo al objetivo específico 1 enunciada se ha precisado que existe relación significativa entre la variable; Eficacia laboral y la dimensión calidad.

6.3. De acuerdo a los aciertos notables encontrados como son: porcentaje significativo que han sido considerado por los usuarios referente a la experiencia del servicio adquirido en el restaurant La Loretana; coeficiente de correlación 0.428, significancia 0.002; Teoría del campo de Lewin (2012); Teoría conceptual de Atalaya (2016); en las que están comprendidas la variable: Eficacia laboral y la dimensión experiencia. Asimismo, artículos científicos de Mamani, Obando & Uribe (2014); Calcina (2014); Rionda & Mares (2014), los mismos que tienen concordancia con los resultados del estudio. Se ha comprobado que la hipótesis específica 2 propuesta es verdadera. Por consiguiente, de acuerdo al objetivo

específico 2 establecido se determinó que existe relación significativa entre la variable; Eficacia laboral y la dimensión experiencia.

6.4. De acuerdo a los productos destacados encontrados como son: porcentaje significativo que han sido considerado por los usuarios referente a que si existe diferenciación del servicio en la Loretana con el de la competencia; coeficiente de correlación de 0.535, significancia 0,000; artículos científicos de Chiang & San Martín (2015); Rojas & Fuente (2016); Mamani, Obando & Uribe (2014). También, con los trabajos previos internacionales de Julón (2018) y Escudero (2016), los mismos que tienen vínculo con los resultados del estudio. Se ha comprobado que la hipótesis específica 3 expuesta es verdadera. Puesto que, de acuerdo al objetivo específico 3 manifestado se delimitó que existe relación significativa entre la variable; Eficacia laboral y la dimensión expectativa.

6.5. De acuerdo a las exploraciones significativos encontrados como son: porcentaje significativo que han sido considerado por los usuarios referente a las emociones percibidas post - compra del servicio en el restaurant; coeficiente de correlación 0.429, significancia de 0,002; trabajos previos nacionales de Burgos (2017); Palmadera (2017) y Coronel (2016), lo mencionado se relaciona con los resultados del estudio. En consecuencia, se ha comprobado que la hipótesis específica 4 sugerida es verdadera. Entonces, de acuerdo al objetivo específico 4 presentada se identificó que existe relación significativa entre la variable; Eficacia laboral y la dimensión estado de ánimo.

VII. RECOMENDACIONES

7.1. Para el logro de metas establecidas de la empresa, la gerencia tiene que elaborar un programa de capacitación para los trabajadores que asegure calidad de atención a los clientes, también, deberá supervisar y controlar que los colaboradores mantengan: buena relación con el entorno, y sobre todo con los comensales, desarrollen trabajos en equipo, presenten iniciativas, realicen atención oportuna, apropiada y tengan una vestimenta adecuada.

7.2. Para brindar un servicio de calidad la gerencia debe proyectar un plan de acción que incluya: mejora permanente del servicio de alimentación, optimizar recursos, uso preciso de las herramientas tecnológicas, comunicación efectiva con los colaboradores y clientes, además, evaluación del correcto desempeño con el objetivo de cumplir con las medidas preventivas de salubridad y bioseguridad dispuestas por el gobierno.

7.3. Para obtener una experiencia agradable de los clientes, la gerencia debe capacitar a los mozos con la finalidad de que estén preparados para solucionar inconvenientes que se presente con los usuarios, asimismo, tener buena empatía con el cliente, generar confianza y brindar un servicio garantizado. Lo mencionado permitirá fidelizar a los comensales reales y atraer a los usuarios potenciales.

7.4. Para generar alta expectativa en los consumidores, la gerencia debe desarrollar una política de mejora continua e innovación en los diversos platos típicos de la selva que ofrece la empresa, a su vez, tiene que diseñar estrategias de venta; considerar el precio de cada producto, incrementar la publicidad en las diferentes plataformas digitales. Lo señalado facultará brindar una propuesta de valor agregado, por lo consiguiente, mayor atención y captación de comensales.

7.5. Para alcanzar la satisfacción plena de los clientes, la gerencia debe estimar que el personal de servicio esté debidamente capacitado para conservar una relación cordial y atractiva con el usuario, en suma, mantener en condiciones óptimas; el ambiente, la infraestructura, mobiliario, equipamiento y menajes, con el propósito de brindar comodidad, por tanto, deleitar al consumidor final.

REFERENCIAS

- Bermejo, C. (2015). *El manejo del conflicto y la Eficacia laboral en las organizaciones, Nuevo León-México* (Tesis de maestría). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/17010/Pizarro_OBL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3.a ed). Colombia: Pearson educación.
- Burgos, C. (2017). *Eficacia Laboral, Satisfacción del Usuario del Restaurant el Zarco Gourmet, Cajabamba, 2017* (Tesis de maestría). Recuperado de <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/9573>
- Calcina, Y. (2014). *El clima institucional y su incidencia en la Eficacia laboral de los docentes de la facultad de ciencias sociales de la universidad nacional del altiplano y facultad de ciencias de la educación universidad andina* nestor caceres velasquez. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682014000100003
- Chiang, M. y San Martín, N. (2015). *Análisis de la satisfacción y Eficacia laboral en los funcionarios de la Municipalidad de Talcahuano*. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S071824492015000300001&script=sci_arttext
- Clausuran temporalmente restaurante de Jonathan Maicelo por insalubre. (20 de abril de 2019). *Perú 21*. Recuperado de <https://peru21.pe/lima/clausuran-temporalmente-restaurante-lucho-jonathan-maicelo-470321-noticia/?ref=p21r>
- Coronel, C. (2016). *Eficacia Laboral y Grado de Satisfacción del cliente en el Restaurant Pizza Hut de la ciudad de Lima*. Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/2707>
- Dos Santos, M. (2016). *Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén*. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/resu/v45n178/0185-2760-resu-45-178-00079.pdf>

- Escudero, C. (2016). *Satisfacción y Eficacia Laboral del Personal Administrativo del centro de gestión ambiental, Bogotá-Colombia*. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/21602>
- Hernández, S. (2014). Metodología de la investigación. (5.a ed.). Recuperado de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%C3%B3n%20ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Julon, D. (2018). *Calidad de vida laboral y su incidencia en la Eficacia Laboral de la Corte Superior de Justicia, Bogotá-Colombia*. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/26920>
- La cucaracha que cerró Domino's Pizza de Perú. (8 de febrero de 2015). *BBC Mundo*. Recuperado de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/02/150204_peru_cucaracha_dominos_dp
- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- López, P. (2014) *Leadership practices and the mediating role of collective efficacy on teachers' job satisfaction* Recovered from https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S071807052014000100010&script=sci_arttext
- Mamani., A. Obando, R. y Uribe, A. (2014). *Factores que desencadenan el estrés y sus consecuencias en el Eficacia Laboral en emergencia*. Recuperado de <http://www.aulavirtualusmp.pe/ojs/index.php/rpoe/article/view/543>
- Martínez, C. (2016). *Calidad del servicio y Satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1756>
- Medina., J. Heredero, C. y Jiménez, M. (2014). *Análisis de Satisfacción del cliente mediante el uso de cuestionarios con preguntas abiertas*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/496/49632758012.pdf>

- Palmadera, C. (2017). *Eficacia laboral y su relación con la productividad en el Hospital Regional de Nuevo Chimbote*. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/12119>
- Palmar., G. Rafael, S. y Valero, U. (2014). *Competencias y Eficacia Laboral de los gerentes en los institutos autónomos dependientes de la Alcaldía del municipio Mara del estado Zulia*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/676/67630574009.pdf>
- Quispe, Y. (2015). *Calidad de servicio y Satisfacción del usuario en el servicio de traumatología del hospital nacional hugo pesce pescetto Andahuaylas*. Recuperado de <http://repositorio.unajma.edu.pe/handle/123456789/234>
- Revilla, H. y González, D. (2014). *Satisfacción de los usuarios y prestadores de un servicio de rehabilitación integral*. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S102930192014000600005&script=sci_arttext&tlng=pt
- Reyes, S. (2014). *Calidad del servicio para aumentar la Satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango-Guatemala*. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Reyes-Sonia.pdf>
- Rionda, A. y Mares, M. (2014). *Burnout en profesores de primaria y la Eficacia laboral*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2830/283022016005.pdf>
- Rosado, R. (2017). *Relación del Clima Laboral con la Satisfacción del Usuario en el Departamento de Ayuda al Diagnóstico y Tratamiento Hospital III, Asunción-Paraguay*. Recuperado de <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/6343>
- Russell, M. (2018). *Transformational leadership and job satisfaction: the role of trusting in the supervisor*. Recovered from <http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1729-48272011000200003&script>
- Salas, R. (2015). *Propuesta de estrategia para la evaluación de Eficacia laboral de los médicos en Cuba*. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S08642141201000030011

- Sifuentes, O. (2016). *Satisfacción del usuario y calidad del cuidado de enfermería en el servicio de cirugía hospital regional docente de Trujillo*. Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/3180>
- Sánchez, M. (2015). *Organizational characteristics in the labour satisfaction in Spain*. Recovered from https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-75902014000500537&script=sci_arttext
- Vásquez., G. Corsini, G. y Silva, M. (2016). *Instrumento para Medir Satisfacción de Pacientes sobre Atención Clínica Odontológica*. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718381X2016000100020&script=sci_arttext&tlng=en
- Vivas, G. (2015). *Satisfacción de los clientes*. Recuperado de https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/clase1_clientes.pdf
- Walton, C. y Almaguer, L. (2014). *Diseño y validación de una escala para evaluar la satisfacción del cliente en la Empresa Comercializadora y Distribuidora de Medicamentos de Holguín*. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S187001952013000100004&script=sci_arttext&tlng=en
- Zapata, M. (2018). *Personnel selection policies and customer satisfaction in ecuador public hospitals*. Recovered from http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S086403002018000100012&script=sci_arttext&tlng=en
- Zavalla, J. (2017). *Improved climate organizational and classroom, satisfaction work and satisfaccion well being*. Recovered from https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S198402922012000100002&script=sci_arttext

Anexo N°3: Matriz de operacionalización de las variables

Título de la tesis: Eficacia laboral y satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Ítems
V1 EFICACIA LABORAL	Como refiere Fernández (2014) La Eficacia dentro del entorno laboral desempeña un rol fundamental, puesto que los competidores varían al igual que las estrategias de la organización de acuerdo a la coyuntura. Si esta desea ser competitiva, desea sobrevivir deberá reinventarse. Asimismo, la empresa ha de asumir que su forma de competir ha de cambiar y, cuanto más cambiante sea el entorno, mayor será la capacidad de adaptación de la compañía.	La variable de investigación se medirá identificando las dimensiones y de ellos los indicadores que permitirán diseñar un instrumento como es el cuestionario para la obtención de información, por ende, el procesamiento de datos para la evaluación de resultados.	Entorno laboral	Relaciones interpersonales	O R D I N A L T I P O L I K E R T	1
				Cultura laboral		2
				Comunicación efectiva		3
			Competitividad	Orientación al cliente		4
				Liderazgo democrático		5
				Negociación con clientes		6
			Estrategia organizacional	Compromiso		7
				Diferenciación		8
				Responsabilidad social		9
			Sostenibilidad	Trabajo en equipo		10
				Iniciativa		11
				Orientación a resultados		12

V2 SATISFACCIÓN	Según Kotler (2010) La satisfacción de los clientes puede conllevar al éxito a la empresa; a su vez que se identifiquen, fidelicen con la industria, con la finalidad de ser competitivos, por lo consiguiente, buscando incorporar más usuarios a la organización. Es importante reconocer que si un cliente supera sus expectativas que se ha planteado regresará a seguir consumiendo, caso contrario probablemente no quede satisfecho y no volverá más, pudiendo llevarse clientes consigo.	La variable de investigación se medirá identificando las dimensiones y de ellos los indicadores que permitirán diseñar un instrumento como es el cuestionario para la obtención de información, por lo tanto, el procesamiento de datos para la evaluación de resultados.	Calidad	Eficiencia	O R D I N A L T I P O L I K E R T	13
				Innovación		14
				Productividad		15
			Experiencia	Percepción		16
				Confianza		17
				Garantía		18
			Expectativa	Atributo		19
				Oportunidad		20
				Precio		21
			Estado de ánimo	Agradecido		22
				Cómodo		23
				Encantado		24

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo N°4: Instrumento de recolección de datos.

CUESTIONARIO PARA ENCUESTAR A LOS USUARIOS DEL RESTAURANT LA LORETANA, LOS OLIVOS 2020.

Estimado usuario (a): El presente instrumento es de carácter anónimo; tiene como objetivo elaborar una tesis titulada, **Eficacia laboral y satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020.** Por ello se le solicita responda a todos los siguientes enunciados con veracidad.

INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de enunciados a las cuales usted deberá responder marcando con un (X) de acuerdo a lo que considere pertinente.

N°	Preguntas	5 Totalmente de acuerdo	4 De acuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2 En desacuerdo	1 Totalmente en desacuerdo
	VARIABLE 1: EFICACIA LABORAL DIMENSIÓN: Entorno laboral					
1	En el restaurant La Loretana aprecia usted que los trabajadores tienen comunicación fluida para realizar su trabajo.					
2	En el restaurant La Loretana existe un ambiente propicio para trabajar con satisfacción.					
3	En el restaurant La Loretana la buena coordinación entre los trabajadores permite la atención oportuna a los clientes.					
	DIMENSIÓN: Competitividad					
4	En el restaurant La Loretana informan sobre la lista de platos disponibles, así como el tiempo de atención.					
5	En el restaurant La Loretana se observa que el administrador coordina con el personal para la atención idónea a los clientes.					
6	En el restaurant La Loretana el personal consulta con el cliente sobre sus preferencias del lugar y tiempo de atención.					

	DIMENSIÓN: Estrategia organizacional					
7	En el restaurant La Loretana se observa que los colaboradores están predispuestos a cumplir sus labores correctamente.					
8	El restaurant La Loretana se diferencia por la calidad y costo de sus platos con los de la competencia.					
9	El restaurant La Loretana mantiene muy buenas relaciones con las autoridades y vecinos del distrito.					
	DIMENSIÓN: Sostenibilidad					
10	En el restaurant La Loretana el administrador, el personal, y los cocineros coordinan la buena atención a los clientes.					
11	En el restaurant La Loretana el personal tiene ideas y sugiere acciones que permitan mejorar el servicio del cliente.					
12	En el restaurant La Loretana el personal administrativo, de servicio y cocina logran cumplir las metas establecidas en cada uno de los periodos de atención al cliente.					
	VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DIMENSIÓN: Calidad					
13	En el restaurant La Loretana los cocineros producen los platos a gusto de los clientes.					
14	En el restaurant La Loretana se observa una mejora continua del ambiente, de los productos y del servicio.					
15	En el restaurant La Loretana los colaboradores atienden buenos productos sin desperdiciar insumos y en el menor tiempo posible.					
	DIMENSIÓN: Experiencia					
16	El restaurant La Loretana cumple con sus preferencias del producto y la atención oportuna.					
17	Confía usted en la calidad de los platos y servicios que ofrece el restaurant La Loretana.					
18	El restaurant La Loretana brinda las garantías de limpieza y seguridad durante la atención.					
	DIMENSIÓN: Expectativa					

19	En el restaurant La Loretana los productos y servicios son mejores que el de la competencia.					
20	En el restaurant La Loretana el servicio es atendido en el tiempo esperado.					
21	En el restaurant La Loretana los precios son accesibles y competitivos de acuerdo al mercado.					
	DIMENSIÓN: Estado de ánimo					
22	El servicio ofrecido por el restaurant La Loretana ha sido agradable.					
23	Durante su presencia en el restaurant La Loretana se ha sentido cómodo y bien atendido.					
24	En el restaurant La Loretana usted ha superado sus expectativas de atención de alimentos y servicios.					

Fuente: *Elaboración propia.*

Anexo N°5: Validez del instrumento por el método de juicio de expertos.

N°	DOCENTE	GRADO	RESULTADO
EXPERTO 1	DÁVILA ARENAZA, VÍCTOR DEMETRIO	DOCTOR	APLICABLE
EXPERTO 2	QUISPE QUIÑONEZ, HEDER MARINO	DOCTOR	APLICABLE
EXPERTO 3	BARCA BARRIENTOS, JESÚS ENRIQUE	MAGÍSTER	APLICABLE

Fuente: *Elaboración Propia.*

Experto 1: Dr. Dávila Arenaza Víctor Demetrio.

Título de la investigación: Eficacia laboral y Satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana Los Olivos, 2020.							
Apellidos y nombres del investigador: Human Munaya, Cristian Omar							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Dávila Arenaza, Víctor Demetrio DNI: 08467692							
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable 1: Eficacia Laboral	Entorno laboral	Relaciones interpersonales	En el restaurant La Loretana aprecia usted que los trabajadores tienen comunicación fluida para realizar su trabajo.	Ordinal			
		Cultura laboral	En el restaurant La Loretana existe un ambiente propicio para trabajar con satisfacción.				
		Comunicación efectiva	En el restaurant La Loretana la buena coordinación entre los trabajadores permite la atención oportuna a los clientes.				
	Competitividad	Orientación al cliente	En el restaurant La Loretana informan sobre la lista de platos disponibles, así como el tiempo de atención.				
		Liderazgo democrático	En el restaurant La Loretana se observa que el administrador coordina con el personal para la atención idónea a los clientes.				
		Negociación con clientes	En el restaurant La Loretana el personal consulta con el cliente sobre sus preferencias del lugar y tiempo de atención.				
	Estrategia organizacional	Compromiso	En el restaurant La Loretana se observa que los colaboradores están predispuestos a cumplir sus labores correctamente.				
		Diferenciación	El restaurant La Loretana se diferencia por la calidad y costo de sus platos con los de la competencia.				
		Responsabilidad social	El restaurant La Loretana mantiene muy buenas relaciones con las autoridades y vecinos del distrito.				
	Sostenibilidad	Trabajo en equipo	En el restaurant La Loretana el administrador, el personal, y los cocineros coordinan la buena atención a los clientes.				
		Iniciativa	En el restaurant La Loretana el personal tiene ideas y sugiere acciones que permitan mejorar el servicio del cliente.				
		Orientación a resultados	En el restaurant La Loretana el personal administrativo, de servicio y cocina logran cumplir las metas establecidas en cada uno de los periodos de atención al cliente.				
FIRMA DEL EXPERTO:				FECHA: 01 DE ABRIL 2019			

Título de la investigación: Eficacia laboral y Satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana Los Olivos, 2020.

Apellidos y nombres del investigador: Human Munaya, Cristian Omar

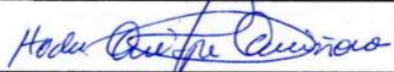
Apellidos y nombres del experto: Dr. Dávila Arenaza, Víctor Demetrio DNI: 08467652

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable 2: Satisfacción	Calidad	Eficiencia	En el restaurant La Loretana los cocineros producen los platos a gusto de los clientes.	Ordinal			
		Innovación	En el restaurant La Loretana se observa una mejora continua del ambiente, de los productos y del servicio.				
		Productividad	En el restaurant La Loretana los colaboradores atienden buenos productos sin desperdiciar insumos y en el menor tiempo posible.				
	Experiencia	Percepción	El restaurant La Loretana cumple con sus preferencias del producto y la atención oportuna.				
		Confianza	Confía usted en la calidad de los platos y servicios que ofrece el restaurant La Loretana.				
		Garantía	El restaurant La Loretana brinda las garantías de limpieza y seguridad durante la atención.				
	Expectativa	Atributo	En el restaurant La Loretana los productos y servicios son mejores que el de la competencia.				
		Oportunidad	En el restaurant La Loretana el servicio es atendido en el tiempo esperado.				
		Precio	En el restaurant La Loretana los precios son accesibles y competitivos de acuerdo al mercado.				
	Estado de ánimo	Agradecido	El servicio ofrecido por el restaurant La Loretana ha sido agradable.				
		Cómodo	Durante su presencia en el restaurant La Loretana se ha sentido cómodo y bien atendido.				
		Encantado	En el restaurant La Loretana usted ha superado sus expectativas de atención de alimentos y servicios.				

FIRMA DEL EXPERTO:

FECHA: 4 DE Noviembre DE 2019

Experto 2: Dr. Quispe Quiñonez Heder Marino.

Título de la investigación: Eficacia laboral y Satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana Los Olivos, 2020.							
Apellidos y nombres del investigador: Human Munaya, Cristian Omar							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Quispe Quiñonez, Heder Marino DNI: <u>08139806</u>							
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable 1: Eficacia Laboral	Entorno laboral	Relaciones interpersonales	En el restaurant La Loretana aprecia usted que los trabajadores tienen comunicación fluida para realizar su trabajo.	Ordinal			
		Cultura laboral	En el restaurant La Loretana existe un ambiente propicio para trabajar con satisfacción.				
		Comunicación efectiva	En el restaurant La Loretana la buena coordinación entre los trabajadores permite la atención oportuna a los clientes.				
	Competitividad	Orientación al cliente	En el restaurant La Loretana informan sobre la lista de platos disponibles, así como el tiempo de atención.				
		Liderazgo democrático	En el restaurant La Loretana se observa que el administrador coordina con el personal para la atención idónea a los clientes.				
		Negociación con clientes	En el restaurant La Loretana el personal consulta con el cliente sobre sus preferencias del lugar y tiempo de atención.				
	Estrategia organizacional	Compromiso	En el restaurant La Loretana se observa que los colaboradores están predispuestos a cumplir sus labores correctamente.				
		Diferenciación	El restaurant La Loretana se diferencia por la calidad y costo de sus platos con los de la competencia.				
		Responsabilidad social	El restaurant La Loretana mantiene muy buenas relaciones con las autoridades y vecinos del distrito.				
	Sostenibilidad	Trabajo en equipo	En el restaurant La Loretana el administrador, el personal, y los cocineros coordinan la buena atención a los clientes.				
		Iniciativa	En el restaurant La Loretana el personal tiene ideas y sugiere acciones que permitan mejorar el servicio del cliente.				
		Orientación a resultados	En el restaurant La Loretana el personal administrativo, de servicio y cocina logran cumplir las metas establecidas en cada uno de los periodos de atención al cliente.				
FIRMA DEL EXPERTO: 				FECHA: <u>06</u> DE <u>NOVIEMBRE</u> 2019			

Título de la investigación: Eficacia laboral y Satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana Los Olivos, 2020.

Apellidos y nombres del investigador: Human Munaya, Cristian Omar


Apellidos y nombres del experto: Dr. Quispe Quiñonez, Heder Marino08139806

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable 2: Satisfacción	Calidad	Eficiencia	En el restaurant La Loretana los cocineros producen los platos a gusto de los clientes.	Ordinal			
		Innovación	En el restaurant La Loretana se observa una mejora continua del ambiente, de los productos y del servicio.				
		Productividad	En el restaurant La Loretana los colaboradores atienden buenos productos sin desperdiciar insumos y en el menor tiempo posible.				
	Experiencia	Percepción	El restaurant La Loretana cumple con sus preferencias del producto y la atención oportuna.				
		Confianza	Confía usted en la calidad de los platos y servicios que ofrece el restaurant La Loretana.				
		Garantía	El restaurant La Loretana brinda las garantías de limpieza y seguridad durante la atención.				
	Expectativa	Atributo	En el restaurant La Loretana los productos y servicios son mejores que el de la competencia.				
		Oportunidad	En el restaurant La Loretana el servicio es atendido en el tiempo esperado.				
		Precio	En el restaurant La Loretana los precios son accesibles y competitivos de acuerdo al mercado.				
	Estado de ánimo	Agradecido	El servicio ofrecido por el restaurant La Loretana ha sido agradable.				
		Cómodo	Durante su presencia en el restaurant La Loretana se ha sentido cómodo y bien atendido.				
		Encantado	En el restaurant La Loretana usted ha superado sus expectativas de atención de alimentos y servicios.				

FIRMA DEL EXPERTO: 

FECHA: 06 DE NOVIEMBRE 2019

Experto 3: MBA. Barca Barrientos Jesús Enrique.

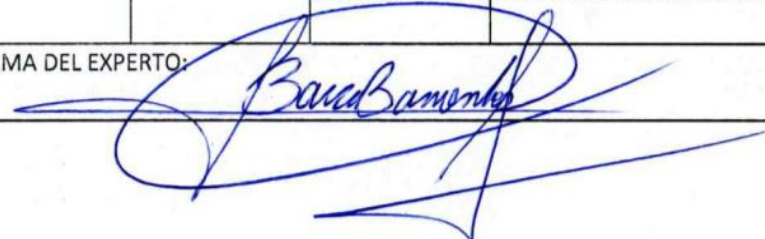
Título de la investigación: Eficacia laboral y Satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana Los Olivos, 2020.							
Apellidos y nombres del investigador: Human Munaya, Cristian Omar							
Apellidos y nombres del experto: MBA Barca Barrientos, Jesús Enrique DNI: <u>46176175</u>							
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable 1: Eficacia Laboral	Entorno laboral	Relaciones interpersonales	En el restaurant La Loretana aprecia usted que los trabajadores tienen comunicación fluida para realizar su trabajo.	Ordinal			
		Cultura laboral	En el restaurant La Loretana existe un ambiente propicio para trabajar con satisfacción.				
		Comunicación efectiva	En el restaurant La Loretana la buena coordinación entre los trabajadores permite la atención oportuna a los clientes.				
	Competitividad	Orientación al cliente	En el restaurant La Loretana informan sobre la lista de platos disponibles, así como el tiempo de atención.				
		Liderazgo democrático	En el restaurant La Loretana se observa que el administrador coordina con el personal para la atención idónea a los clientes.				
		Negociación con clientes	En el restaurant La Loretana el personal consulta con el cliente sobre sus preferencias del lugar y tiempo de atención.				
	Estrategia organizacional	Compromiso	En el restaurant La Loretana se observa que los colaboradores están predispuestos a cumplir sus labores correctamente.				
		Diferenciación	El restaurant La Loretana se diferencia por la calidad y costo de sus platos con los de la competencia.				
		Responsabilidad social	El restaurant La Loretana mantiene muy buenas relaciones con las autoridades y vecinos del distrito.				
	Sostenibilidad	Trabajo en equipo	En el restaurant La Loretana el administrador, el personal, y los cocineros coordinan la buena atención a los clientes.				
		Iniciativa	En el restaurant La Loretana el personal tiene ideas y sugiere acciones que permitan mejorar el servicio del cliente.				
		Orientación a resultados	En el restaurant La Loretana el personal administrativo, de servicio y cocina logran cumplir las metas establecidas en cada uno de los periodos de atención al cliente.				
FIRMA DEL EXPERTO: 				FECHA: <u>06</u> DE <u>NOVIEMBRE</u> 2019			

Título de la investigación: Eficacia laboral y Satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana Los Olivos, 2020.

Apellidos y nombres del investigador: Human Munaya, Cristian Omar

Apellidos y nombres del experto: MBA Barca Barrientos, Jesús Enrique DNI: 46176173

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable 2: Satisfacción	Calidad	Eficiencia	En el restaurant La Loretana los cocineros producen los platos a gusto de los clientes.	Ordinal			
		Innovación	En el restaurant La Loretana se observa una mejora continua del ambiente, de los productos y del servicio.				
		Productividad	En el restaurant La Loretana los colaboradores atienden buenos productos sin desperdiciar insumos y en el menor tiempo posible.				
	Experiencia	Percepción	El restaurant La Loretana cumple con sus preferencias del producto y la atención oportuna.				
		Confianza	Confía usted en la calidad de los platos y servicios que ofrece el restaurant La Loretana.				
		Garantía	El restaurant La Loretana brinda las garantías de limpieza y seguridad durante la atención.				
	Expectativa	Atributo	En el restaurant La Loretana los productos y servicios son mejores que el de la competencia.				
		Oportunidad	En el restaurant La Loretana el servicio es atendido en el tiempo esperado.				
		Precio	En el restaurant La Loretana los precios son accesibles y competitivos de acuerdo al mercado.				
	Estado de ánimo	Agradecido	El servicio ofrecido por el restaurant La Loretana ha sido agradable.				
		Cómodo	Durante su presencia en el restaurant La Loretana se ha sentido cómodo y bien atendido.				
		Encantado	En el restaurant La Loretana usted ha superado sus expectativas de atención de alimentos y servicios.				

FIRMA DEL EXPERTO: 

FECHA: 06 DE NOVIEMBRE 2019

Anexo N°6: Confiabilidad del instrumento “cuestionario para encuestar a los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020”.

Resumen de procesamiento de casos

Casos		N	%
	Válido	10	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración en base al sistema operativo SPSS versión 24.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,966	24

Fuente: Elaboración en base al sistema operativo SPSS versión 24.

Escala de coeficiente Alfa de Cronbach

Rango	Magnitud
a 0.20	Muy baja
0.21 a 0.40	Baja
0.41 a 0.60	Moderada
0.61 a 0.80	Alta
0.81 a 1.00	Muy Alta

Fuente: Tomado de Metodología de la investigación, tercera edición, por Hernández, S, 2014, Colombia: Pearson educación.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos del estadístico Alfa de Cronbach del programa estadístico SPSS dio como resultado una confiabilidad de 0,966 el mismo que es apreciado de acuerdo a la escala de coeficiente Alfa de Cronbach como confiabilidad muy alta.

Anexo N°7: Autorización del contexto de estudio.

” Año de la Universalización de la Salud”

Lima, 01 de Febrero del 2020


Solicitud de Autorización

Yo CRISTIAN OMAR HUMAN MUNAYA, estudiante del X ciclo del Semestre Académico 2020 I, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración identificado Con N° de carnet de estudiante de la Universidad César Vallejo: 6700251963, me es grato dirigirme a usted para solicitarle el permiso correspondiente para poder acceder a realizar una encuesta a los objetos de estudio de la investigación, los mismos que se tomarán como muestra siendo 50 usuarios que acuden al restaurant Amazónico “La Loretana” el día sábado del presente mes, que se ubica en la Av. Próceres 5050, Óvalo Huandoy - Los Olivos. El Gerente General es la Sra. MIRIAM JANET GAVIRIA ALVAN, el negocio con N° de RUC: 10464086213, por lo consiguiente en mi condición de investigador y colaborador de la empresa agradezco su gentileza que a su vez la presente investigación titulada: Eficacia laboral y satisfacción de los usuarios del restaurant La Loretana, Los Olivos 2020, será beneficioso y de aporte para el desarrollo de la organización.

LA LORETANA


Miriam J. Gaviria Alvan
GERENTE GENERAL

Gerente General
MIRIAM JANET GAVIRIA ALVAN


Investigador
CRISTIAN OMAR HUMAN MUNAYA