



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución- NoComercial-Compartirigual 2.5 Perú](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/).

Vea una copia de esta licencia en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - TARAPOTO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO



TESIS

**“SATISFACCIÓN LABORAL Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DEL
SERVICIO QUE BRINDAN LOS RESTAURANTES TURÍSTICOS EN EL
DISTRITO DE SAUCE PROVINCIA DE SAN MARTÍN EN EL AÑO 2014”**

PRESENTADO POR:

Bach. Sintia Anco Díaz

Bach. Katerine Paredes Lozano

ASESOR

Lic. Adm. Tur. Vanessa Solís Flores

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO**

TARAPOTO- PERÚ

2016

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - TARAPOTO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO



TESIS

**“SATISFACCIÓN LABORAL Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DEL
SERVICIO QUE BRINDAN LOS RESTAURANTES TURÍSTICOS EN EL
DISTRITO DE SAUCE PROVINCIA DE SAN MARTÍN EN EL AÑO 2014”**

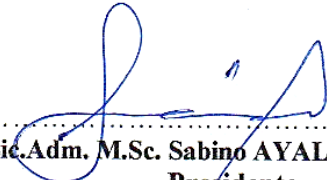
PRESENTADO POR:

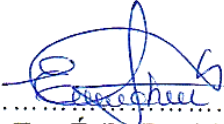
Bach. Anco Diaz Sintia

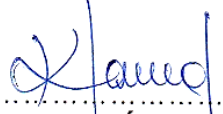
Bach. Paredes Lozano Katerine


Sustentado y aprobado ante el honorable jurado

el día 11 de octubre de 2016.


.....
Lic. Adm. M.Sc. Sabino AYALA VILLEGAS
Presidente


.....
Lic. Adm. Tur. Érika Patricia CHANG ALVA
Secretaria


.....
Lic. Adm. Tur. Katty ÁLAMO LARRAÑAGA
Miembro


.....
Lic. Adm. Tur. Vanessa SOLÍS FLORES
Asesora

TARAPOTO – PERÚ

2016

Declaratoria de Autenticidad

Sintia Anco Diaz, con DNI N°47416166 y **Katerine Paredes Lozano**, con DNI N°70180321, egresados de la Facultad de Ciencias Económicas, de la Escuela profesional de Administración en Turismo, de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, con la monografía titulada: **“SATISFACCIÓN LABORAL Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDAN LOS RESTAURANTES TURÍSTICOS EN EL DISTRITO DE SAUCE PROVINCIA DE SAN MARTÍN EN EL AÑO 2014”**

Declaramos bajo juramento que:

1. La Tesis presentada es de nuestra autoría.
2. Hemos respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la Tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La Tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la Tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De considerar que el trabajo cuenta con una falta grave, como el hecho de contar con datos fraudulentos, demostrar indicios y plagio (al no citar la información con sus autores), plagio (al presentar información de otros trabajos como propios), falsificación (al presentar la información e ideas de otras personas de forma falsa), entre otros, asumimos las consecuencias y sanciones que de nuestra acción se deriven, sometiéndonos a la normatividad vigente de la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto.

Tarapoto, 22 de marzo del 2018.



.....
Sintia Anco Diaz
DNI N°47416166



.....
Katerine Paredes Lozano
DNI N°70180321



Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	SINTIA ANCO DIAZ		
Código de alumno :	098230	Teléfono:	922 378 202
Correo electrónico :	Sintiancodiaz.sad@gmail.com	DNI:	47416166

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	CIENCIAS ECONOMICAS
Escuela Profesional de:	ADMINISTRACION EN TURISMO

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo de investigación	<input type="checkbox"/>
Trabajo de suficiencia profesional	<input type="checkbox"/>		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título:	SATISFACCION LABORAL Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDAN LOS RESTAURANTES TURISTICOS DEL DISTRITO DE SAUCE PROVINCIA DE SAN MARTIN EN EL AÑO 2014
Año de publicación:	

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	<input checked="" type="checkbox"/>	Embargo	<input type="checkbox"/>
Acceso restringido **	<input type="checkbox"/>		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI “**Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA**”.

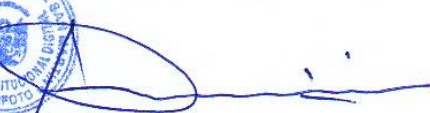

Firma del Autor

8. Para ser llenado en la Oficina de Repositorio Digital de Ciencia y Tecnología de Acceso Abierto de la UNSM - T.

Fecha de recepción del documento:

23 / 03 / 2018




Firma del Responsable de Repositorio
Digital de Ciencia y Tecnología de Acceso
Abierto de la UNSM - T.

***Acceso abierto**: uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

** **Acceso restringido**: el documento no se visualizará en el Repositorio.

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	PAREDES LOZANO KATERINE	
Código de alumno :	098243	Teléfono: 957 534 638
Correo electrónico :	Katerine.Paredes30@gmail.com	DNI: 70180321

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	CIENCIAS ECONOMICAS
Escuela Profesional de:	ADMINISTRACIÓN EN TURISMO

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	(<input checked="" type="checkbox"/>)	Trabajo de investigación	(<input type="checkbox"/>)
Trabajo de suficiencia profesional	(<input type="checkbox"/>)		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título:	SATISFACCION LABORAL Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDAN LOS RESTAURANTES TURISTICOS DEL DISTRITO DE SAUCE PROVINCIA DE SAN MARTIN EN EL AÑO 2014
Año de publicación:	2018

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	(<input checked="" type="checkbox"/>)	Embargo	(<input type="checkbox"/>)
Acceso restringido **	(<input type="checkbox"/>)		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI “**Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA**”.



.....
Firma del Autor

8. Para ser llenado en la Oficina de Repositorio Digital de Ciencia y Tecnología de Acceso Abierto de la UNSM – T.

Fecha de recepción del documento:

23 / 03 / 2018



.....
Firma del Responsable de Repositorio
Digital de Ciencia y Tecnología de Acceso
Abierto de la UNSM – T.

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

** **Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

DEDICATORIA

Dedicado a mis queridos padres que en cada amanecer son testigos de mi felicidad que con su apoyo y entrega me muestran lo valioso y bello que es vivir; la familia, Franklin Paredes Grandes y Elena Lozano Ríos, porque sin ello no hubiera logrado mi investigación.

A mi querido hermano Luis Enrique por ser un gran amigo, por su comprensión, su apoyo y ayuda durante el desarrollo de este trabajo y uno de los seres importantes en mi vida

Katerine Paredes Lozano.

Con mucho amor y gratitud a mis Padres Jorge Luis Anco Tovalino y Lily Díaz Pérez que con su apoyo incondicional estuvieron conmigo en todo el transcurso de mi vida y la realización de este proyecto.

A mí querida hermana Indira que siempre me brinda su comprensión y apoyo incondicional para la realización de mi vida.

Sintia Anco Díaz.

AGRADECIMIENTO

Nuestro sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de San Martín por abrirnos las puertas, a los docentes de la Facultad Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración en Turismo, por los conocimientos impartidos en nuestra alma mater y que día a día forjan profesionales con capacidades de afrontar los grandes retos de la vida.

A nuestra asesora Lic. Adm. Tur. Vanessa Solís Flores, por los denotados esfuerzos en la orientación, de nuestra investigación y los conocimientos brindados en la ejecución de la presente investigación. A todas aquellas personas que contribuyeron a la realización del presente trabajo de investigación.

Los Autores.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE	viii
PRESENTACIÓN	xii
RESUMEN	xiii
ABSTRAC	xiv
CAPITULO I: INTRODUCCION	1
1.1. Formulación de problema	3
1.2. Justificación del estudio ..	3
1.3. Objetivos de la investigación ...	4
1.4. Limitaciones de la investigación	4
1.5. Hipótesis de investigación ..	4
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	5
2.1. Antecedentes del estudio del problema	5
2.2. Bases teóricas	8
2.3. Definición de términos básicos ..	21
CAPITULO III: METODOLOGÍA	23
3.1. Tipo de investigación	23
3.2. Nivel de investigación	23
3.3. Población, muestra y unidad de análisis	23
3.4. Diseño de investigación	25
3.5. Método de investigación ..	26
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
3.7. Técnica de procesamiento y análisis de datos	26
CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	27
4.1. Resultados	27
4.2. Discusión de resultados	39
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	41
5.1. Conclusiones	41
5.2. Recomendaciones	42
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS ..	43
ANEXOS	45

Anexo N° 01: Operacionalización de las variables.....	46
Anexo N° 02: Matriz de consistencia.	48
Anexo N° 03: Instrumento para la variable I.....	50
Anexo N° 04: Instrumento para la variable I.....	51
Anexo N° 05: Matriz de resultados de la variable I.....	53
Anexo N° 06: Matriz de resultados de la variable II.....	55
Anexo N°07: Mapa de la provincia de San Martín.....	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Número de trabajadores por restaurantes.....	23
Tabla 2: Número de Comensales por Restaurantes.....	24
Tabla 3: Número de Comensales en porcentaje.....	25
Tabla 4: Condiciones físicas y/o confort.....	27
Tabla 5: Beneficios laborales y/o remuneraciones.....	29
Tabla 6: Relaciones con la autoridad.....	30
Tabla 7: Políticas administrativas.....	31
Tabla 8: Relaciones sociales.....	32
Tabla 9: Desarrollo personal.....	33
Tabla 10: Desempeño de tareas.....	34
Tabla 11: Calidad técnica.....	35
Tabla 12: Calidad funcional.....	37

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Condiciones físicas y/o confort.....	28
Grafico 2: Condiciones físicas y/o confort.....	29
Grafico 3: Relaciones con la autoridad.....	30
Grafico 4: Políticas administrativas.....	31
Grafico 5: Relaciones sociales.....	32
Grafico 6: Relaciones sociales.....	33
Grafico 7: Desempeño de tareas.....	34
Grafico 8: Calidad técnica.....	36
Grafico 9: Calidad funcional.....	37
Grafico 10: Relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicios.....	38

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

Cumpliendo con el reglamento de grados y títulos de la Facultad de Ciencias Económicas de UNSM-T, y con el propósito de obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración en Turismo, se somete a los criterios el presente informe final de tesis titulado **“SATISFACCIÓN LABORAL Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDAN LOS RESTAURANTES TURÍSTICOS EN EL DISTRITO DE SAUCE PROVINCIA DE SAN MARTÍN EN EL AÑO 2014”**.

Señores del jurado, el Perú está posicionado en el mercado nacional y en los principales mercados emisores internacionales, como un destino seguro, competitivo y confiable, líder en América Latina, que tiene: Identidad turística propia; Conservación y uso racional de su mega biodiversidad natural, histórica e intercultural; Un marco legal e institucional adecuado y una gestión participativa descentralizada; Una oferta de productos y servicios turísticos de calidad, diversificada y sostenible, cabe la oportunidad que la tesis se presenta también, con el afán de fortalecer el turismo, en la modalidad de restauración; específicamente en el Distrito de Sauce.

Es por ello que, señores miembros del jurado con el presente documento, pretendemos satisfacer sus expectativas, y sepan comprender lo errores cometidos.

Tarapoto, Octubre del 2016

RESUMEN

El presente proyecto de investigación titulado: Satisfacción laboral y su influencia en la calidad del servicio que brindan los restaurantes turísticos en el distrito de Sauce provincia de San Martín en el año 2014, tiene por finalidad medir el grado de relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio.

La investigación fue desarrollada bajo un enfoque de tipo de investigación no experimental, diseño correlacional y haciendo uso de la técnica de la encuesta. Se trabajó con una muestra poblacional de 46 trabajadores y 283 comensales de los restaurantes turísticos del distrito de Sauce. Los datos fueron presentados por medio de tablas, cuadros y gráficos estadísticos obtenidos del programa excel.

Con el desarrollo de la investigación se llegaron a obtener las conclusiones en función de los objetivos propuestos en la investigación, donde la satisfacción laboral es baja (64%) y la calidad del servicio es inadecuada (58%) en los restaurantes turísticos del distrito de Sauce; con ello se concluye que efectivamente existe relación entre la satisfacción laboral y la calidad del servicio. Con ello se comprobó la hipótesis al mencionar que la satisfacción laboral es deficiente y tiene influencia en la baja calidad de servicio que brindan los restaurantes turísticos en el distrito de Sauce provincia de San Martín en el año 2014.

Palabras claves: Satisfacción laboral, Calidad del servicio.

ABSTRAC

This research project entitled: Job satisfaction and its influence on the quality of service offered by the tourist restaurants in the district of Sauce province of San Martin in 2014, aims to measure the degree of relationship between job satisfaction and quality of service.

The research is developed with a type of non-experimental research, correlational design and using the survey technique. We worked with a sample population of 46 283 workers and customers of the tourist district restaurants sauce. The data were presented by means of tables, charts and statistical graphs obtained from excel.

With the development of research came to draw conclusions based on the objectives in research, where job satisfaction is low (64%) and service quality is inadequate (58%) in the tourist district restaurants Sauce; thus conclude that there is indeed relationship between job satisfaction and service quality. This hypothesis was tested by mentioning that job satisfaction is poor influences the low quality of service provided by the tourist restaurants in the district of Sauce province of San Martin in 2014.

Key words: Job satisfaction, Quality of service.



CAPITULO I

INTRODUCCION

La economía y el mercado actual han variado en los últimos años; en gran magnitud hoy en día el comensal ha tomado el protagonismo según el pronunciamiento de la organización mundial del turismo a través de su página web. Es así que la actividad turística no está ajena a estos cambios, si bien es cierto nuestro país ha crecido con respecto al turismo, es evidente que el mercado nos exige cada día más. En el escenario nacional, gran cantidad de empresas, están inmersa en esta dinámica en la que se entiende que la excelencia en la calidad es factor competitivo tal y como lo menciona el portal web del Mincetur, pero un gran número está siendo afectado por la deficiencia cultural que poseen sus organizaciones en cuanto a patrones de calidad y rendimiento, desconociendo el escenario mundial, resultado de ignorar las tendencias del mercado y su segmento natural, logrando con ello entorpecer su crecimiento, permanencia u obtención de nuevos mercados. Rezagados frente a un consumidor que decide con cual producto o empresa ha de identificarse.

Así mismo la calidad en el servicio turístico es uno de los aspectos más importantes en la satisfacción de las necesidades del comensal. Ser conscientes que los productos que ofrecemos en turismo son servicios. Esto significa que son intangibles, que no son almacenables, que son producidos y consumidos en un mismo y único momento, que requieren de la participación interactiva entre el consumidor y las personas que ofrecen el producto y finalmente que la calidad en la prestación compensa esta intangibilidad. La calidad de los servicios es aquel nivel de "excelencia" que la empresa ha decidido alcanzar para satisfacer a sus comensales. Es decir que fijar la satisfacción del comensal debe ser uno de los objetivos empresariales más importantes; Aquí es donde entra la apuesta por el capital humano, por las personas que desarrollan el servicio en turismo según menciona el portal web de uno del reconocido mundialmente restaurant "El bulli". La amabilidad en el trato dispensado, la profesionalidad y disposición para el comensales son tan importantes o más que las propias instalaciones de nuestras casas rurales o restaurantes.

Es deber de todo empresario de la actividad turística procurar satisfacer al comensales y cubrir sus expectativas. Factores relativos a la calidad pueden ser cuantitativas (retrasos, tiempos de entrega, exactitud en la facturación), pueden ser cualitativas (estética, diseño,

amabilidad, atención), las propias del servicio (capacidad de respuesta ante imprevistos, sistema de reclamaciones), o cualitativas referidas a la interacción personal (información adecuada, competencia y preparación de las personas).

En tal sentido teniendo en cuenta que el recurso humano es pieza importante en el proceso del servicio deben apostar por su formación, logrando así diferenciación a la hora de satisfacer al comensal. Sin embargo es importante mencionar la carencia de calidad en los servicios turísticos en especial en los restaurantes del distrito de Sauce, siendo una de las principales problemáticas que afronta.

Por otro lado uno de los principales cambios ocurridos a partir de mediados del siglo XX en la Teoría de las organizaciones y específicamente en estudios sobre eficiencia y eficacia de las empresas, es el paso del eje de las actuaciones de los procesos y la estructura para centrarlo en los trabajadores siendo de vital importancia la introducción del Comportamiento Organizacional como medio para mejorar las relaciones entre las personas y la organización, para lo cual los gerentes tratan de crear un ambiente donde la gente se sienta motivada, trabaje más productivamente y sea más eficiente y otro de los aspectos que más importancia tiene para el trabajador es lo que respecta a la satisfacción que le produce la labor que desempeña y los aspectos que rodean a su trabajo.

La satisfacción en el trabajo es un conjunto de sentimientos y emociones favorables o desfavorables con que los empleados ven su trabajo. Por ende el conocimiento y la comprensión del nivel de satisfacción de los “usuarios o comensales internos” de su trabajo, es una de las variables más importantes y fundamentales en la gestión y desarrollo de las empresas debido a las implicancias, que guardan relación con el comportamiento organizacional, la calidad de vida y las relaciones interpersonales. Hoy en día los turistas son cada vez más exigentes y están en la búsqueda de productos y destinos turísticos que ofrezcan servicios de calidad, en tal sentido es importante que las empresas mejoren permanentemente sus servicios e innoven las actividades que ofrecen a los turistas.

El Perú está posicionado en el mercado nacional y en los principales mercados emisores internacionales, como un destino seguro, competitivo y confiable, líder en América Latina, que tiene: Identidad turística propia; Conservación y uso racional de su mega biodiversidad natural, histórica e intercultural; Un marco legal e institucional adecuado y una gestión participativa descentralizada; Una oferta de productos y servicios turísticos de calidad, diversificada y sostenible.

La presente Investigación tiene como finalidad evaluar la satisfacción laboral y determinar de qué manera influye en la calidad de servicio que estos brindan con respecto a la del turista en los restaurantes turísticos en el distrito de sauce a fin de proponer medidas de solución que permitan tomar decisiones correctivas.

1.1. Formulación de problema

¿Determinar la satisfacción laboral y su influencia en la calidad del servicio que brindan los restaurantes turísticos en el distrito de Sauce provincia de San Martín año 2014?

1.2. Justificación del estudio

La presente investigación se justificó en las teorías de **Locke (1976)**, quien destaca la importancia de los valores del individuo, de sus necesidades, de sus expectativas, de sus percepciones y de sus juicios, especificando con su modelo causal como estas variables se combinan para determinar el grado de satisfacción laboral. Además, señala que para comprender las actitudes hacia el trabajo es necesario analizar los distintos factores del mismo, identificando ocho factores laborales y estrategias adecuadas: las actividades propiamente dichas, sueldo y prestaciones, las condiciones físicas del trabajo, las promociones y/o ascensos, las políticas de la empresa, las relaciones con el supervisor o jefe y las interacciones con los compañeros por último los sindicatos, así también para el desarrollo de la variable calidad de servicio se analizó en base a la teoría de **Zeithaml, Parasuraman y Leonar (2009)** que viene siendo aún una de las más efectivas para medir o evaluar la calidad de servicio en una organización, esta metodología propone tres dimensiones que determinan la calidad de un servicio, estas dimensiones están relacionadas con lo tangible e intangible del proceso de atención percibida, lo cual designara su grado o nivel de satisfacción, estos factores determinantes son la **calidad técnica** y la **calidad funcional**, además la investigación tiene una importancia relevante para la población estudiantil así como para las demás empresas motivo de estudio permitiendo la toma de secciones, la investigación busca la responsabilidad social. La investigación se justifica también en las normas y bases de la universidad nacional de San Martín como cumplimiento de la labor como estudiante universitario a fin de mostrar las capacidades y el grado de responsabilidad.

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

- Determinar la satisfacción laboral y su influencia en la calidad del servicio que brindan los restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia de San Martín en el año 2014.

1.3.2. Objetivos específicos

- Conocer la satisfacción laboral de los trabajadores de los restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia de San Martín en el año 2014.
- Conocer la calidad técnica y funcional de los servicios que brinda los restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia de San Martín en el año 2014.
- Establecer la relación entre la satisfacción laboral y la calidad servicio que brindan los restaurantes turísticos de distrito de Sauce provincia de San Martín.

1.4. Limitaciones de la investigación

En la ejecución de la presente investigación se tuvieron ciertas limitaciones al momento de realizar la recolección de información. Como principal limitante se tiene que la investigación solo servirá para el distrito de Sauce, existe poca participación de los comensales al momento de desarrollar las encuestas y la investigación solo servirá para el periodo de estudio definido en el trabajo.

1.5. Hipótesis de investigación

- H1 La satisfacción laboral influye negativamente en la calidad de servicio que brindan los restaurantes turísticos en el distrito de Sauce provincia de San Martín en el año 2014.
- H2 La satisfacción laboral no influye en la calidad de servicio que brindan los restaurantes turísticos en el distrito de Sauce provincia de San Martín en el año 2014.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio del problema

Para la presente investigación será necesario revisar estudios anteriores relacionados o vinculados con cada una de las variables en estudio; a fin de buscar algún aporte a la investigación. A continuación se mencionan los más relevantes:

Alfaro, Leyton, Meza y Sáenz (2012), en su tesis de investigación: *Satisfacción laboral y su relación con algunas variables ocupacionales en tres municipalidades*. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Perú, menciona que tuvo como objetivo general es aportar indicios sobre la situación de la satisfacción laboral en la muestra de municipalidades y proponer explicaciones que permitan entenderlos y mejorarlos; finalmente se llegaron a las siguientes conclusiones: los niveles de satisfacción laboral medio reportados por los trabajadores de las tres municipalidades analizadas se pueden considerar Promedio, lo que indicaría que hay posibilidades de mejoría. No existen diferencias significativas en el reporte del nivel de satisfacción laboral medio de los trabajadores de cada una de las tres municipalidades analizadas. Esto podría deberse a que, en general, ellas tienen marcos comunes como son: (a) la municipalidad distrital tiene con estructuras organizacionales bien definidas y semejantes por ley, (b) la normativa que las rige y que impacta en las relaciones laborales es la misma, y (c) tienen una cercana ubicación geográfica y proximidad (Lima Metropolitana y Callao). Se determinó que en cada municipalidad el nivel de satisfacción laboral variaba según la condición laboral. Al comparar las tres municipalidades, se encontró que el personal con condición laboral Empleado obtuvo la menor puntuación, con un nivel de satisfacción laboral Promedio y que la condición Funcionario tiene la mayor puntuación. Esto parece lógico por cuanto un funcionario tiene condiciones más apropiadas para sentirse satisfecho en comparación a un empleado. En relación a las diferencias en el nivel de satisfacción laboral medio por tiempo de servicio, al buscar las diferencias a nivel de factores se observó que en las municipalidades A y B, el factor Reconocimiento Personal y/o Social presenta el nivel Insatisfecho para los grupos cuyo tiempo de servicio está entre 15 y 30 años, y de 30 a

más años, lo que podría deberse que estos grupos no perciben reconocimiento de sus compañeros o jefes en comparación a los trabajadores que tienen entre 0 y 15 años de servicio.

Cañas, Mirón y Ramírez (2012), en su tesis de investigación: *Evaluación de la calidad de servicio proporcionado por Burger King*. (Tesis de titulación). Universidad Tecnológica del Salvador. San Salvador. El Salvador, indican que tuvieron como objetivo general investigar los estándares de evaluación de la calidad de servicio que los consumidores demandan; con una muestra poblacional de 364 encuestas aplicadas a los alumnos de la Universidad Tecnológica de El Salvador de la facultad de Ciencias Empresariales, para conocer los diferentes parámetros que consideran los consumidores de hamburguesas para determinar la calidad de servicio brindada por la cadenas de restaurantes; posteriormente se llegaron a las siguientes conclusiones: Los factores que más importancia tiene en la decisión de los comensales al momento de realizar la compra son: El servicio al comensales recibido, los precios bajos que se manejan, y la calidad de los ingredientes. Un dato muy importante que se obtuvo es que para muchas personas la marca tiene una gran influencia en los comensales, Un 72.38% indicaron que están en acuerdo en que la Marca es un factor muy importante para la decisión de compra. El tiempo en la toma de la orden del pedido para muchas personas varia, porque se pueda dar en distintos escenarios, ya sea para un almuerzo rápido, celebrar algún evento, o simplemente una visita acompañados de familiares por tal razón se concluye que la importancia del tiempo en la toma de la orden del comensales dependerá en las condiciones que el comensales realice su compra. La rapidez en la entrega luego de la toma de orden de un pedido, para los comensales tiene una importancia 72%. Esto nos indica que el comensales luego de haber cancelado y ordenado su pedido, el nivel de respuesta por parte del personal debe ser mayor, pues el comensal únicamente está a la espera de recibir lo que ha considera suyo. Un dato importante para la distribución de las mesas de Burger King es que se considera el adecuado con el tamaño de las salas como también la ubicación que esta presentan adentro del restaurante para la tranquilidad y comodidad del comensales tranquilo al momento del consumo de sus productos. El uso de las salas para la recepción de eventos en el segmento que se investigó no tiene mayor importancia y en un 20 % de personas que si hacen uso de él, es debido a celebraciones de cumpleaños Los resultados obtenidos en la investigación realizada, producto de determinar los parámetros en la calidad en los productos

ofrecidos al comensales, bajo las normas de calidad de seguridad o inocuidad de los alimentos. Se define que los parámetros de evaluación de la calidad de servicio que los consumidores demandan de los establecimientos de Burger King, existe una pequeña diferencia para lograr la totalidad de las expectativas del comensal.

Suárez (2004), en su tesis de investigación: *Análisis de la Calidad de Servicios en el área de alimentos y bebidas del restaurante T.G.I. FRIDAY'S categoría de lujo en la ciudad de Quito*. (Tesis de titulación). Universidad Tecnológica Equinoccial. Quito. Ecuador, menciona que tuvo como objetivo general elaborar un análisis de la calidad del servicio en el área de Alimentos y Bebidas del restaurante T.G.I. Friday's categoría de lujo en la ciudad de Quito con el fin de mejorar la atención al comensales; se trabajó con una muestra poblacional de 185 personas a las cuales se les aplicó una encuesta; finalmente se llegaron a las siguientes conclusiones: los comensales del restaurante T.G.I. Friday's de la ciudad de Quito, en su gran mayoría, perciben el servicio en el establecimiento como deficiente, a pesar de que la calidad de sus productos es elogiada. Lo anterior se debe a condiciones tales como la desorganización y la falta de preparación del personal tanto en el trato, como en el servicio al comensal. Los empleados no están satisfechos con el trato que reciben en calidad de comensal interno. Sus quejas van desde una mala paga e inestabilidad laboral hasta extenuantes horas de trabajo sin la mínima preocupación de parte de la administración, lo que provoca una desmotivación y falta de entrega al trabajo que es fácilmente percibida por los comensales. La falta de preparación del personal mencionado causan errores elementales en el proceso del servicio; así como también errores administrativos, básicamente en la distribución del personal operativo, que en mi opinión se deben a la poca atención prestada a los detalles y al descuido que muchas veces sucede al éxito inmediato de establecimientos como este, consecuentemente, causan que empiece a surgir entre los comensales la percepción de un servicio deficiente, a diferencia del restaurante T.G.I. Friday's en la ciudad de Guayaquil, lo cual lo confirma la buena atención recibida por un comensal en la ciudad antes mencionada, donde la franquicia es nueva, a pesar de que ciertos errores se mantienen, mientras que en Estados Unidos, el servicio se ha mantenido inalterable ya que los estándares en ese país, de donde a propósito es originaria la franquicia, son evidentemente mucho más altos.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Satisfacción laboral.

Hoppock (1935), menciona que la satisfacción laboral es una de las variables más estudiadas en el comportamiento organizacional (**p. 76**). A continuación se explican las razones de interés en la satisfacción laboral:

- Es uno de los resultados humanos en el trabajo más importante.
- Siempre ha estado implícitamente o explícitamente, asociado al desempeño; lo que equivale a esperar que los trabajadores más satisfechos sean también los más productivos.

Hoppock (1935), menciona que se entiende como satisfacción laboral a la manera como siente un empleado acerca de su propio trabajo. Las actitudes de una persona hacia su propio empleo reflejan experiencias agradables y desagradables en el puesto y expectativas acerca de experiencias futuras. (**p. 78**).

Hoppock (1935), menciona que existen varias teorías que tratan de explicar la satisfacción laboral en el trabajo entre ellas se tiene:

Teoría de la discrepancia

Locke (1976), menciona que la satisfacción o insatisfacción con algún aspecto del puesto depende de la discrepancia entre lo que una persona percibe que está obteniendo y lo que desea. La cantidad deseada de una característica del puesto se define como la cantidad necesaria mínima para satisfacer las necesidades corrientes de la persona (**p. 87**). Este autor destaca la importancia de los valores del individuo, de sus necesidades, de sus expectativas, de sus percepciones y de sus juicios, especificando con su modelo causal como estas variables se combinan para determinar el grado de satisfacción laboral. Además, señala que para comprender las actitudes hacia el trabajo es necesario analizar los distintos factores del mismo, identificando ocho factores laborales y estrategias adecuadas: las actividades propiamente dichas, sueldo y prestaciones, las condiciones físicas del trabajo, las promociones y/o ascensos, las políticas de la empresa, las relaciones con el supervisor o jefe y las interacciones con los compañeros por último los sindicatos.

Factores determinantes de la satisfacción laboral

Las condiciones físicas y/o materiales

Locke (1976), menciona que los elementos materiales o de infraestructura son definidos como medios facilitadores para el desarrollo de las labores cotidianas y como un indicador de la eficiencia y el desempeño. Dentro de las condiciones físicas se considera el confort, está dado por las condiciones de comodidad que se ofrece como: la ventilación e iluminación, la limpieza y orden de los ambientes, etc. **(p. 112)**.

Salvo (1995), encontró que el ruido, la iluminación, el aseo y ventilación deficiente, la temperatura inadecuada y los malos olores, sumado al tener que trabajar con equipos y materiales deficientes, era lo que más molestaba y tensionaba a los trabajadores. **(p. 34)**.

Beneficios laborales y remunerativos

Locke (1976), menciona que la compensación (sueldos, los salarios, prestaciones, etc.) es la gratificación que los empleados reciben a cambio de su labor. Los sistemas de recompensas, el sueldo, así como la promoción, tienen gran importancia como factores de influencia y de determinación de la satisfacción laboral, ya que satisfacen una serie de necesidades fisiológicas del individuo; son símbolos del "status", significan reconocimiento y seguridad; proporcionan mayor libertad en la vida humana; y, por medio de ellos se pueden adquirir otros valores. **(p. 117)**.

Vroom (1998), menciona que el dinero adquiere valor como resultado de su capacidad instrumental para obtener otros resultados; es decir, el dinero adquiere valor para la persona en la medida que este le sirve para adquirir aspectos como seguridad, prestigio tranquilidad, etc. Si las recompensas son justas y equitativas, entonces, se desarrolla una mayor satisfacción, porque los empleados sienten que reciben recompensas en proporción a su desempeño. Si consideran las recompensas inadecuadas para el nivel de desempeño, tiende a surgir la insatisfacción en el trabajo, desarrollando en el trabajador un estado de tensión que intenta resolver ajustando su comportamiento que pueden afectar la productividad y producir el deterioro de la calidad del entorno laboral. **(p. 67)**.

Políticas administrativas

Locke (1976), menciona que las políticas son el grado de acuerdo frente a los lineamientos o normas institucionales dirigidas a regular la relación laboral y asociada directamente con el trabajador y constituyen medios para alcanzar las metas u objetivos. Asimismo explican el modo en que se conseguirán las metas, y sirven como guías que definen el curso y ámbito general de las actividades permisibles para la consecución de metas” (p.98). Funcionan como base para las futuras decisiones y acciones, ayudan a coordinar los planes, a controlar la actuación y a incrementar la consistencia de la acción aumentando la probabilidad de que directivos diferentes tomen decisiones similares cuando se enfrente independientemente a situaciones parecidas. **(p. 104).**

Locke (1976), menciona que las políticas, deben ser lo suficientemente amplias de miras, estables y flexibles como para que puedan ser aplicadas en diferentes condiciones, a su vez deben ser coherentes y ayudar a resolver o prevenir problemas específicos. Establecer normas claras y concisas que fijan áreas de autoridad. También es importante la consistencia, dado que la inconsistencia introduce incertidumbre y contribuye al surgimiento de prejuicios, al trato preferente y a la injusticia. Así también en nuestro medio la visión del líder conductor de los recursos humanos, es importantes para la aplicación de las políticas que estratégicamente han sido trabajadas por el Instituto de desarrollo del recurso humano del ministerio de salud **(p. 104).**

Relación con la autoridad

“Es la apreciación valorativa que realiza el trabajador de su relación con el jefe directo y respecto a sus actividades cotidianas siendo otro” **(Locke, 1976, p. 121).** Se considera que el éxito laboral está condicionado por el grado de aceptación y/o rechazo al jefe. A los trabajadores les interesa la responsabilidad con el jefe. Aunque la reacción de los trabajadores hacia su supervisor dependerá usualmente de las características de ello, así como de las características del supervisor. La única conducta del líder que tiene efecto predecible sobre la satisfacción del empleado es la consideración.

Locke (1976), menciona que la participación que se les permita a los empleados afecta también su satisfacción con el supervisor. La conducta del líder afectará la satisfacción del subordinado en el empleo, particularmente la satisfacción respecto del líder. **(p. 122)**.

Relaciones Interpersonales

“La interacción del personal de salud al interior del establecimiento de salud, y del personal con los usuarios. Las buenas relaciones interpersonales dan confianza y credibilidad, a través de demostraciones de confidencialidad, responsabilidad y empatía” **(Locke, 1976, p122)**. Es importante una comunicación efectiva en la que sea relevante el entendimiento, la comprensión, el respeto, y la ayuda mutua para superar debilidades, afianzar fortalezas que redunden en la convivencia, el crecimiento de las personas la calidad de su desempeño y el beneficio de quienes reciben sus servicios.

Locke (1976), menciona que el estilo de trabajo es por lo general un asunto de actitud. Una actitud mental positiva no solo hace el trabajo más agradable, sino que lo hace más productivo. Cuando su personal piensa en su trabajo como algo mundano y trivial, su productividad disminuye y esta actitud se puede extender a los demás miembros. Pero cuando su personal se siente parte del equipo y se da cuenta que su contribución es significativa, no importa cuán pequeño sea el lugar que ocupa dentro del grupo. **(p. 122)**.

Locke (1976), menciona que el trabajo de equipo quiere decir tener un amplio acceso a la asistencia técnica, una gama de conocimientos y una variedad de habilidades. **(p. 124)**. La ayuda mutua surge entre los miembros de equipo cuando existe compromiso entre ellos y no sólo un compromiso con el proyecto.

Los equipos trabajan mejor cuando:

- Los miembros se sienten aceptados y confían uno del otro.
- Se trazan objetivos y se identifican y se aceptan las tareas claramente.
- Se pone en claro la funciones y se llega a un acuerdo sobre un proceso transparente.
- Los miembros escuchan, se comunican y participan activamente.
- No existen discusiones personales.

- Los conflictos se resuelven equitativamente.
- El liderazgo es compartido.
- Los miembros se apoyan mutuamente y tiene el control de su trabajo.

Realización personal

Locke (1976), menciona que los empleados suelen preferir los trabajos que les permitan emplear sus facultades y capacidades y que les ofrezcan una serie de actividades, libertad e información en cuanto a su rendimiento. Estas características hacen que el trabajo represente un mayor desafío para la mente. Sencillamente un hombre sano está motivado principalmente por sus necesidades de desarrollar y realizar todo su potencial y toda su capacidad, al deseo de cumplir nuestros deseos más profundos, es decir, hacer realidad lo que somos en potencia, es el deseo de ser cada vez más lo que uno es, de llegar a ser lo que uno es capaz de llegar a ser. **(p. 132).**

Desempeño de tareas

Locke (1976), menciona que es la valoración con la que asocia el trabajador con sus tareas cotidianas en la entidad que labora. El desempeño en el ámbito laboral es la aplicación de habilidades y capacidades que el puesto requiere del ocupante para el manejo eficiente de sus funciones; por otro lado, el desempeño es, la aptitud o capacidad para desarrollar completamente los deberes u obligaciones inherentes a un cargo con responsabilidad durante la realización de una actividad o tarea en el ejercicio de su profesión. Por lo tanto en el desempeño del trabajo, no solo se necesita de las habilidades, destrezas, conocimientos, etc.; requeridos para la correcta ejecución de una determinada tarea, también es fundamental y necesaria la intervención de otros conceptos como el interés, la voluntad y la intención de realizar el trabajo. **(p. 135).**

Importancia de la satisfacción laboral

Locke (1976), menciona que la satisfacción laboral tiene las siguientes razones por las cuales es importante ser estudiada:

1. Los motivos para interesarse por el grado de satisfacción laboral existente son porque los trabajadores pasan una porción considerable de sus vidas en las organizaciones:
2. Existen muchas evidencias de que los empleados insatisfechos faltan a trabajar con más frecuencia y suelen renunciar más.
3. Se ha demostrado que los empleados satisfechos gozan de mejor salud física y psicológica.
4. Una fuerza de trabajo satisfecha se traduce en más productividad debido a menos variaciones provocadas por el ausentismo o las renunciaciones de los buenos empleados.
5. Los estudios demuestran que la satisfacción laboral constituye un buen predictor de longevidad, de adhesión a la empresa, mejora la vida no sólo dentro del lugar de trabajo, sino que también influye en el entorno familiar y social.

Manifestaciones de insatisfacción

Locke (1976), menciona que los empleados manifiestan su insatisfacción de diferentes maneras. Por ejemplo, los empleados podrían quejarse, insubordinarse, robar bienes de las organizaciones o evadir parte de sus responsabilidades laborales. (p. 137).

Locke (1976), menciona que las cuatro respuestas que difieren entre sí en cuanto a dos dimensiones: Afán constructivo/ destructivo y actividad / pasividad. Estos son:

- **Abandono:** la conducta dirigida a salir de la organización: Incluye la búsqueda de otro empleo y la renuncia.
- **Expresión:** el intento activo y constructivo por mejorar la situación. Incluye sugerir mejoras, analizar problemas con los supervisores y algunas formas de actividad sindical.
- **Lealtad:** la espera pasiva pero optimista para que la situación mejore. Incluye defender a la organización ante las críticas externas y confiar en que la organización y su administración “harán lo conveniente”
- **Negligencia:** la actitud pasiva que permite que la situación empeore. Incluye ausentismo y retrasos crónicos, disminución de esfuerzos y aumento del porcentaje de errores.

2.2.2. Calidad de servicio.

Teorías de calidad de servicio.

Una teoría de calidad es una representación simplificada de la realidad, que toma en consideración aquellos elementos básicos capaces de explicar convenientemente el nivel de calidad alcanzado por una organización desde la óptica de sus turistas. Las teorías proponen que la calidad que se percibe de un servicio es el resultado de una comparación entre las expectativas del turista y las cualidades de un servicio.

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), mencionan que la calidad es lo que perciben los comensales. La calidad no puede ser determinada solo por los directivos, también tiene que estar basada en las necesidades y deseos de los comensales. Además, la calidad no es lo que se ha planificado en las mediciones objetivas, sino más bien consiste en cómo perciben los comensales, de manera más o menos subjetiva, lo que se ha planificado de la calidad” (p. 34).

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), mencionan que cualquier tentativa para conceptualizar el producto del servicio, o el servicio como producto, tiene que basarse en una perspectiva del comensal. Con demasiada frecuencia, solo los aspectos internos y con demasiada poca la información sobre la investigación de mercado, o la comprensión demasiado limitada del punto de vista de los comensales, guían el concepto de conceptualización de los servicios que se ofertan en el mercado. Sin embargo, una buena planificación no implica automáticamente una buena realización. (p. 35).

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), mencionan que “la calidad en el servicio es un componente crítico en la percepción del comensales; en el caso de los servicios, la calidad es el elemento dominante en su evaluación” (p.35). En casos donde el servicio al comensal o los servicios se ofrecen en combinación con un producto físico, la calidad en el servicio también es un factor determinante en su satisfacción. (p. 36).

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), sostienen que la metodológica planteada viene siendo aún una de las más efectivas para medir o evaluar la calidad

de servicio en una organización, esta metodología propone tres dimensiones que determinan la calidad de un servicio, estas dimensiones están relacionadas con lo tangible e intangible del proceso de atención percibida, lo cual designara su grado o nivel de satisfacción, estos factores determinantes son:

- La calidad técnica o resultado del proceso de prestación del servicio, tiene mayor criterio objetivo, por lo tanto menor dificultad de evaluación por los turistas.
- La calidad técnica del resultado es el producto de todo proceso es visible y el turista, que también participa en el proceso, puede verla. Esto podría mejorar la calidad técnica, pero tiene un impacto cualitativo en sí mismo.
- La forma de gestionar y resolver estos aspectos del negocio afecta a la calidad percibida por el turista.
- La calidad técnica, que puede ser objeto de un enfoque objetivo del consumidor.
- La apreciación del turista es sobre las características inherentes al servicio (horario de apertura de la entidad financiera, rapidez del servicio, etc.)

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), mencionan que “en la calidad técnica se encuentra la percepción del comensal sobre equipos, tangibilidad del servicio y habilidades técnicas de los colaboradores”. (p. 38).

- Dentro de los equipos se debe medir la calidad de las maquinarias que se emplea tanto en el proceso de producción del servicio, es decir toda tecnología o inmueble que interactúa con el comensal durante el proceso del servicio.
- La tangibilidad del servicio se refiere a la percepción sobre la parte física del lugar en donde se origina el proceso del servicio, como la modernidad de la infraestructura, el estado de todas las instalaciones físicas perceptibles y no perceptibles, los colaboradores, la percepción sobre la forma de vestir de los ofertantes del servicio, limpieza, aseo, el logo, el material informativo y publicitario, la variabilidad de materiales publicitarios, olor, precio y calidad de los productos, la tangibilidad del servicio hace referencia a todo lo que el comensal pueda captar durante el proceso del servicio, esta percepción está ligada con todos sus sentidos.
- La habilidad técnica de los colaboradores está orientada a la percepción del comensal en base a las destrezas, actitudes y capacidades técnicas de los ofertantes

del servicio, entre ello se puede conocer si el ofertante del servicio cuenta con los conocimientos técnicos adecuados para realizar el servicio.

La calidad funcional

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), mencionan que la calidad funcional “conocida también como la calidad relacional, resulta de la forma en que el servicio es prestado al comensal”. (p.38) por ejemplo: la amabilidad de una asesora de crédito al momento de brindar información, la calidad funcional es importante dentro de una organización ya que es el origen en donde los comensales se dan cuenta de dicho empleado en particular se toma interés especial en ellos y hace esfuerzos extras para resolver sus problemas. Lo cual es un indicador clave en el nivel de satisfacción del comensal, en algunas industrias se muestran al comensal las instalaciones y procesos productivos. La forma en que el comensal percibe las interacciones con la producción, los recursos y los equipos de producción y los procesos productivos influye en la calidad funcional; Sin embargo en lo que respecta a los servicios, en muchos casos es difícil distinguir la entrega de la producción. Es más o menos una parte de todo el proceso productivo. Solo que en este caso el comprador o comensal recibe los servicios explícitamente, en definitiva la calidad Funcional es la percepción directa de la relación que da el personal a los comensales, dentro de esta percepción se pudo encontrar tres indicadores genéricos “capacidad de respuesta, empatía y seguridad”. (p. 47).

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), mencionan que la capacidad de respuesta, está orientada a la comunicación con los comensales, la rapidez del servicio, capacidad de brindar ayuda a los comensales, la rapidez, la disposición a brindar ayuda y responder cualquier duda del comensal. (p. 48).

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), mencionan que la empatía está orientada a algo más subjetiva ya que es la percepción que el comensal tiene sobre el grado de actitud que tiene el ofertante de servicio para realizar eficientemente el proceso, este indicador es muy indispensable ya que el comensal puede percibir en ciertos casos que el ofertante del servicio desconoce de algunas respuestas, sin embargo tiene la actitud de brindarle solución y trata de manera rápida de indagar la inquietud mediante diversas formas, esta actitud es percibida de manera positiva para

el comensal, entre ello se observa la atención personalizada, y la capacidad de comprender las necesidades específicas de los comensales. (p. 51).

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), mencionan que la seguridad es un factor clave en el proceso de satisfacción del comensal, ya que se basa en la confianza que el ofertante del servicio pueda generar en la mente del comensal, es muy negativo que el comensal salga con cierta duda sobre la veracidad o confiabilidad del servicio que le acaba de brindar la empresa ya que ello le invitara directamente a tomar otras medidas de fiscalización, comparación y en muchos casos el abandono, es por ello que las organizaciones deben capacitar a sus colaboradores en técnicas de convencimiento, que origine segura y confiable percepción de la empresa. (p. 51).

La calidad organizativa o imagen corporativa.

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), mencionan que “es, la calidad que perciben los comensales en la organización. Relacionada con la imagen del servicio, formada a partir de lo que el comensal percibe del servicio, todo ello construida a partir de la calidad técnica y funcional”. (p. 39)

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), mencionan que la calidad organizativa o imagen corporativa es el resultado final de todas las imágenes perceptuales del turista en las anteriores dimensiones, ya que en estas dimensiones el comensal evalúa por partes, sin embargo estas evaluaciones dependen en muchos casos por el estado anímico del turista o el grado de importancia que este le da a los indicadores mencionados, por ejemplo un turista tiene relación comercial con una empresa porque la empresa cuenta con vendedores que le hacen sentir importante, en este ejemplo se podría identificar que el turista valora en una escala elevada la calidad Funcional, así que aunque conteste que los equipos son antiguos, desechos o la infraestructura está mal pintada, su veredicto final será que la calidad de atención de la empresa es buena y está satisfecho ya que su centro de importancia radica en la calidad funcional. Si el turista esta interactuando con una empresa primera vez ese primer encuentro creara la primera impresión de la organización. En esta situación del primer encuentro, frecuentemente el turista no tiene otras bases para juzgar a la misma, sin embargo cuando el turista ha tenido múltiples interacciones con una empresa, cada encuentro individual es importante en la creación de una imagen en la

memoria del turista, muchas experiencias positivas reflejan alta calidad, mientras muchas interacciones negativas indican lo contrario, el servicio que ofrecerlas empresas restauranteras es el más complicado ya que es el contacto directo, al ocurrir entre un empleado y un turista (cara a cara). Los comportamientos verbales y no verbales son importantes determinantes de la calidad, como los tangibles, uniforme del empleado y otros símbolos del servicio (por ejemplo: equipo, folletos de información, el establecimiento, etc.). En los encuentros cara a cara, el comportamiento del turista también juega un rol en la creación del servicio de calidad durante la interacción, los turistas tienen expectativas de la calidad antes de experimentar lo que la empresa, en realidad ofrece. También tienen algún tipo de imagen de la empresa, imagen que tiene un impacto cualitativo en sí mismo y funciona como un filtro. Una imagen buena y bien conocida constituye un verdadero escudo, por cuanto una imagen negativa puede hacer parecer la realidad menos atractiva de lo que de hecho es. La calidad percibida por el turista es el resultado de la evaluación de lo que se espera y lo que se experimenta, teniendo en cuenta la influencia de la imagen de la organización. (p. 43).

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), mencionan que la calidad percibida es como el proceso psíquico mediante el cual se refleja integralmente los diferentes elementos que intervienen en el servicio en forma de imágenes concretas e inmediatas y manifestados a través de juicios del consumidor sobre la excelencia de una entidad en la que se satisfagan, superan o no sus necesidades y deseos. (p. 44).

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), mencionan que la comunicación externa son el entorno y los factores del medio que pueden llegar a afectar a la organización, allí se encuentra información que puede impactar de manera negativa los procesos que se llevan a cabo por lo tanto es indispensable que los funcionarios den y reciban información para saber acerca del entorno y así mismo, envíen información sobre la organización. Además funciona como generadora de mensajes que crean y fortalecen las relaciones con el público y se encarga de proyectar una imagen sólida y positiva de la organización que causa gran impacto.

La calidad sin dudas está en función de la percepción del comensal. La calidad, además no siempre es percibida de la misma manera. Cada persona determina en

cada momento cuál es su calidad necesaria. Este es el gran reto de la calidad, es decir, hacer coincidir los mejores atributos en el instante que nuestros comensales demanden productos y servicios, allí donde se encuentran para satisfacer las necesidades de esos momentos y en esas circunstancias. (**Zeithaml, Parasuraman y Leonard, 2009. p. 45**).

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), mencionan que la calidad lo hace patente en cada persona cuando quien disfruta del producto o servicio lo encuentra extraordinario, pues cumple con lo que esperaba. La percepción es la forma en que cada consumidor recoge, procesa e interpreta la información que procede del entorno, es una representación de elementos que explican una diferente percepción, como son la motivación y el aprendizaje. La motivación hace que los individuos sean más receptivos hacia los servicios que cubren las necesidades. La experiencia pasada, el aprendizaje, condiciona también la percepción, ya que si se tiene una experiencia favorable existirá una receptividad mayor al servicio que se presta. (**p. 45**).

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), mencionan que la empresa debe gestionar su imagen corporativa y/o local y su comunicación de marketing con el fin de mejorar la percepción por medio de una oferta de servicio incrementada. Lo importante es que todos los elementos detallados sean parte del quehacer diario y de la cultura corporativa de la empresa, con el fin de generar reconocimiento e identificación no sólo por parte de sus comensales, sino también de sus propios trabajadores. Últimamente, los consumidores juzgan la calidad de los servicios sobre la percepción que tienen del resultado del servicio y como este fue entregado. (**p. 45**).

Zeithaml, Parasuraman y Leonard (2009), mencionan que la cortesía del proveedor del servicio se utiliza como un indicador de calidad en el servicio cuando la calidad técnica no puede ser evaluada con exactitud, dependiendo el nivel de satisfacción del comensal, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Un comensal insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el comensal satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el comensal complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional

que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional). Por ese motivo, las empresas inteligentes buscan complacer a sus comensales mediante prometer solo lo que pueden entregar, y entregar después más de lo que prometieron. (Zeithaml, Parasuraman y Leonard, 2009. p. 46)

Albrecht (2006), indica que el comensal es el elemento sobre el cual gira nuestro negocio. Debido a ello es necesario mantenerlo conforme y satisfecho con el servicio o producto que le estamos brindado. La pregunta esta en ¿Cómo poder medir si nuestro comensal está o no satisfecho? Existen diversos mecanismos para poder investigar los factores críticos de nuestros comensales. (p. 132)

Albrecht (2006), menciona que estos métodos pueden agruparse en dos grupos principales, dependiendo del tipo de información que cada método proporcione. Estos dos grandes grupos de investigación son: la cualitativa y la cuantitativa. (p. 132)

Cuantitativos.

Albrecht (2006), menciona que las técnicas cuantitativas miden cantidades. En la gran parte de los métodos incluidos en este apartado se utilizan métodos estadísticos, ya que éstos son de gran ayuda para verificar tendencias subjetivas, y factores que pudieran surgir en la investigación cualitativa. Para poder obtener datos relevantes de los métodos cuantitativos, es necesario haber utilizado con anterioridad los cualitativos. (p. 132)

Cualitativas.

Albrecht (2006), menciona que este tipo de métodos permiten evaluar la forma en la que el comensal organiza su mundo. El problema con estos métodos de investigación es que muy pocas veces nos permite concluir sobre la base de la información que arroja. (p. 133)

A continuación se tiene una serie de métodos tanto cualitativos como cuantitativos que pueden llegar a ser de mucha utilidad para conocer la calidad de servicio que le estamos brindando a nuestro comensal:

- Crear una cultura de servicio al comensal implica una estrategia corporativa donde participen todos los niveles de la organización.

- Se inicie con un diagnóstico profundo sobre el cual exista la determinación por parte de la administración.
- La gerencia debe de intervenir con el fin de establecer claros indicadores de mejoramiento que tendrán su impacto y su recompensa cuando sean los mismos comensales los que perciban y manifiesten con su comportamiento económico mayores niveles de satisfacción, fidelidad e incluso compromiso con un modelo gerencial capaz de crear un diferenciador significativo en la prestación del servicio al comensal.

2.3. Definición de términos básicos

1. **Actitud.** Es la forma de actuar de una persona, el comportamiento que emplea un individuo para hacer las cosas. (Smith, 2010 – p. 23)
2. **Calidad.** El conjunto de características de una entidad que le otorgan la capacidad de satisfacer necesidades expresas e implícitas. (Vértice, 2008 –p. 76)
3. **Comensal.** Es la persona, que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo. (Vértice, 2008 – p. 110)
4. **Comportamiento organizacional.** Campo de estudio que investiga el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones. (Alles, 2011 – p. 47)
5. **Colaboradores.** Respecto de una persona, alguien que participa con ella en la realización de algo o en el desempeño de sus funciones. (Luecke, 2007 – p. 247)
6. **Credibilidad.** Es la confianza, seguridad, bienestar y utilidad que nos refleja algo o alguien para seguirlo, para tenerlo presente. (Schiffman y Kanuk, 2005 – p. 421)
7. **Desarrollo personal.** Técnica para potenciar el adiestramiento y la responsabilidad del personal dentro de la empresa. (Schiffman y Kanuk, 2005 – p. 378)
8. **Desempeño.** Es la manera como alguien o algo trabaja, juzgado por su efectividad. (Alles, 2011 – p. 96)
9. **Empatía.** Es la capacidad de ser sociable, de establecer buenas relaciones interpersonales, de conocer a los demás. (Alles, 2011 – p. 365)
10. **Imagen corporativa.** Es la forma en que se percibe una compañía, es la imagen de lo que la compañía significa, es un ejercicio en la dirección de percepción del espectador. (Vértice, 2008 – p. 117)

- 11. Organización.** Sistema cuya estructura está diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines. (**Alles, 2011 – p. 287**)
- 12. Percepción.** Se define como la forma superior de conocimiento por el que aprehendemos el medio circundante y nuestra propia corporalidad. (**Cracry, 2008 – p. 89**)
- 13. Políticas administrativas.** Es toda esa actividad que tiene que conducir hacia el logro del objetivo o de los objetivos que se ha fijado la empresa. (**Horngren, Sundem y Stratton, 2006 – p. 354**)
- 14. Relaciones sociales.** Las relaciones sociales es el conjunto de interacciones que mantienen los individuos dentro de una sociedad. (**Horngren, Sundem y Stratton, 2006 – p. 63**)
- 15. Satisfacción laboral.** Estado del colaborador, en el cual siente que su trabajo colma sus expectativas y necesidades planteadas. (**Chiang, Martin, Núñez, 2010 –p. 375**)

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

No experimental, debido a que en la investigación no se van a manipular deliberadamente a las variables en estudio, sino que serán estudiadas en la realidad en la que se encuentren.

3.2. Nivel de investigación

Descriptivo y correlacional, debido a que se van a descubrir cada una de las variables en estudio y posteriormente se va a determinar la relación existente entre ellas.

3.3. Población, muestra y unidad de análisis.

Resulta importante aclarar el objetivo principal de la investigación es conocer de manera general tanto la satisfacción laboral y la calidad de servicio que brindan los restaurantes del distrito de sauce, en ese sentido el análisis se realiza de manera general y no por cada uno de los restaurantes, sin embargo para darle una coherencia estadística de cálculo de muestra se tuvo que cuantificar los trabajadores y comensales por cada uno de los restaurantes.

Población.

Para la variable “satisfacción laboral”, se tomara como población a los trabajadores de los restaurantes del distrito de sauce, los cuales se mencionan a continuación:

Tabla 1:

Número de trabajadores.

RESTAURANTES	N° trabajadores	%
Restaurante ELISABETH	5	11%
Restaurante LAS HAMACAS	8	17%
Restaurante PESQUERIA	6	13%
Restaurante PUERTO AZUL	8	17%
Restaurante EL PARAISO	6	13%
Restaurante DALIA	8	17%
Restaurante LA CABAÑA DEL LAGO	5	11%
TOTAL	46	100%

Fuente: Planilla de trabajadores de cada restaurant (2014).

Para la segunda variable (calidad de servicio), la población estará conformada por la cantidad de comensales promedio en un mes de cada restaurante, cuya distribución porcentual:

Tabla 2:

Número de comensales.

RESTAURANTES	N° comensales	%
Restaurante ELISABETH	168	16%
Restaurante LAS HAMACAS	190	18%
Restaurante PESQUERIA	160	15%
Restaurante PUERTO AZUL	200	19%
Restaurante EL PARAISO	110	10%
Restaurante DALIA	90	8%
Restaurante LA CABAÑA DEL LAGO	150	14%
TOTAL	1068	100%

Fuente: registro de ventas de cada restaurant (2014).

Muestra.

Para determinar la muestra poblacional se aplicó la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(E^2 * N) + (Z^2 * p * q)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra de poblaciones finitas

N = Tamaño de la población.

Z = (Nivel de confiabilidad) es igual a 1,96

p = (probabilidad) igual a 0.5

q = (1 - p) igual a 0.5

E = nivel o margen de error admitido (de cero a 5%)

n = 283

Tabla 3:*Número de comensales.*

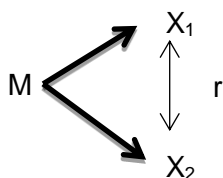
RESTAURANTES	N° comensales	%
Restaurante ELISABETH	45	16%
Restaurante LAS HAMACAS	51	18%
Restaurante PESQUERIA	42	15%
Restaurante PUERTO AZUL	54	19%
Restaurante EL PARAISO	28	10%
Restaurante DALIA	23	8%
Restaurante LA CABAÑA DEL LAGO	40	14%
TOTAL	283	100%

Fuente: registro de ventas de cada restaurant (2014).

3.4. Diseño de investigación

Descriptiva y correlacional, en la investigación primero se van a describir cada una de las variables en estudio y posteriormente se va a determinar su relación.

Dónde:



Dónde:

M: restaurantes turísticos del distrito de sauce.

X1: satisfacción laboral.

X2: calidad de servicio.

R: Relación.

3.5. Método de investigación

La presente investigación por su naturaleza y por los objetivos planteados aplicará el uso del **método deductivo**; ya que se tomará como base fundamentos científicos sobre las los factores que inciden tanto en la satisfacción de los colaboradores como en la calidad de servicio que estos brindan en base a las teorías planteadas por diversos autores.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica	Instrumento	Alcance	Informante
Encuesta	Cuestionario	Variable I.	Trabajadores de los restaurantes turísticos del distrito de sauce.
Encuesta	Cuestionario	Variable II.	Comensales de los restaurantes turísticos del distrito de sauce.
Técnicas de fichaje	Fichas de investigación bibliográficas	Marco teórico, marco conceptual.	Libros, revistas, documentos, etc.

3.7. Técnica de procesamiento y análisis de datos

En el procesamiento de los datos se hará uso del programa estadístico Excel; los resultados serán vistos por medio de tablas, cuadros y gráficos estadísticos para una mayor comprensión de los resultados obtenidos.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

Conocer la satisfacción laboral de los trabajadores de los restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia de San Martín en el año 2014.

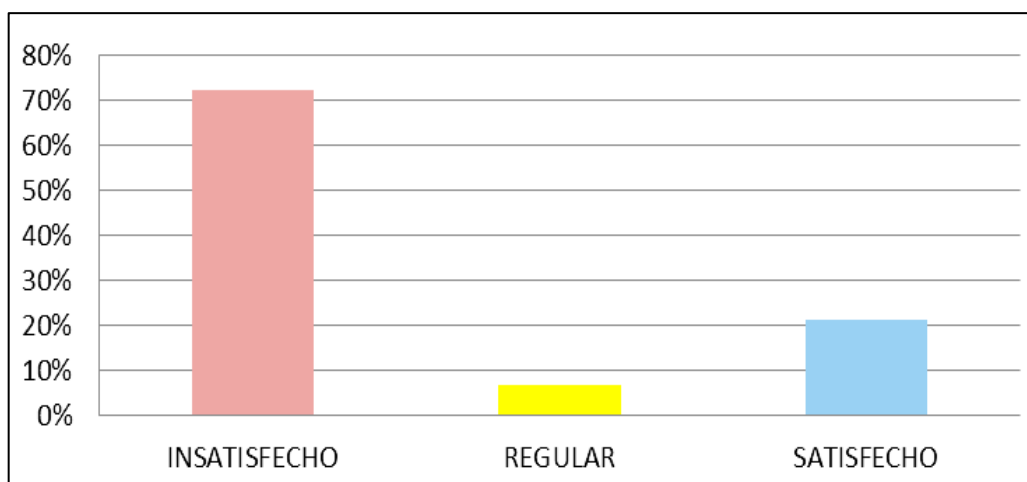
Para dar solución al presente objetivo se tuvieron que elaborar las tablas y gráficos N° 04, 05, 06, 07, 08, 09 y 10, en base a las siguientes dimensiones de satisfacción laboral: condiciones física y/o confort; beneficios laborales y/o remunerativos; relación con la autoridad; políticas administrativas; relaciones interpersonales (sociales); desarrollo personal y desempeño de tareas. Los cuales son extracto del anexo N° 03, correspondiente a la encuesta realizada a los trabajadores de los restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia de San Martín en el año 2014, siendo estos un total de 46 personas.

Tabla 4:

Condiciones físicas y/o confort

CONDICIONES FISICAS Y/O CONFORT	N.P.	%
INSATISFECHO	133	72%
REGULAR	12	7%
SATISFECHO	39	21%
TOTAL	184	100%

Fuente: anexo N° 05. Elaboración Propia (2014)

Gráfico 1: Condiciones físicas y/o confort.

Fuente: Tabla 4. Elaboración Propia (2014)

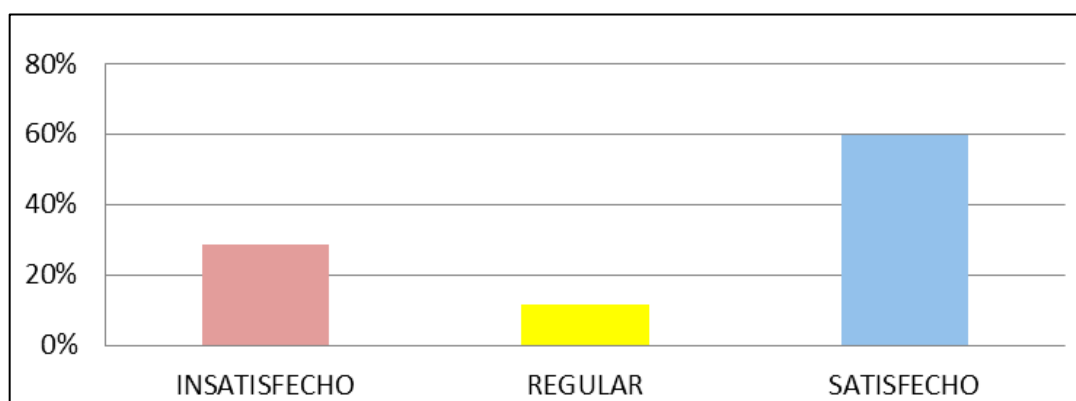
Interpretación:

En el gráfico 1, se puede observar que la satisfacción laboral en base a su dimensión condiciones físicas y/o confort es deficiente en un 72%, ya que así lo señalan los trabajadores encuestados. Este resultado se resuelve debido a que, el personal de los distintos restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia de San Martín, afirman encontrarse insatisfechos con la distribución física del ambiente de trabajo, el cual dificulta el tránsito y realización de sus actividades; Así mismo los ambientes de la mayor parte de estos restaurantes no cuentan con un adecuado sistema de ventilación e iluminación, por lo que tanto para trabajadores y comensales resulta un poco incómodo debido a las temperaturas tropicales que presenta esta parte de la región; Cabe mencionar que la privacidad es uno de los factores que falta desarrollar, ya que constantemente se ve vulnerada por los mismos colaboradores, quienes ante estas circunstancias no tienen más remedio que pasársela peleando y discutiendo entre compañeros, lo cual fomenta la incomodidad en el ambiente laboral. En conclusión, los trabajadores en relación con la dimensión condiciones físicas y/o confort, se encuentran insatisfechos, por las diferentes razones antes mencionadas. Esta situación conlleva a tener varios problemas que repercuten de forma negativa al momento de brindar el servicio a los comensales que recurren a estos lugares.

Tabla 5:***Beneficios laborales y/o remuneraciones.***

BENEFICIOS LABORALES Y/O REMUNERACIONES	N.P.	%
INSATISFECHO	53	29%
REGULAR	21	11%
SATISFECHO	110	60%
TOTAL	184	100%

Fuente: anexo N° 05. Elaboración Propia (2014)

Gráfico 2: Beneficios laborales y/o remuneraciones.

Fuente: tabla 5. Elaboración Propia (2014)

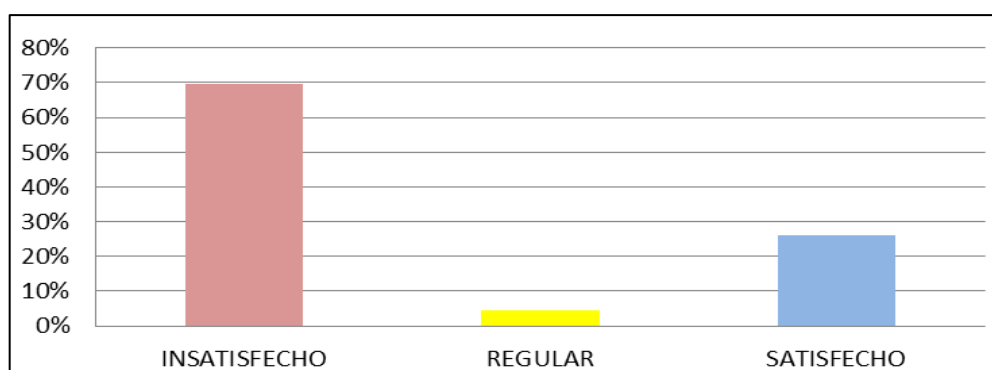
Interpretación:

Los resultados obtenidos en el gráfico N° 02, demuestran que los trabajadores se encuentran satisfechos en un 60%, esto en base a la dimensión “beneficios laborales y/o remuneraciones”, esta información se resuelve debido a que: Se sienten satisfechos con la remuneración que perciben en función de las labores que desempeñan en cada uno de los restaurantes, ya que en definitiva según la cantidad que ganan, reciben cierto estatus en comparación al de sus compañeros y competidores. Además, el gozo se ve incrementado debido a que los beneficios que reciben son bastante aceptables, por lo que al final su sueldo cubre totalmente las expectativas y necesidades que cada uno de ellos posee.

Tabla 6:**Relaciones con la autoridad.**

RELACIÓN CON LA AUTORIDAD	N.P.	%
INSATISFECHO	160	70%
REGULAR	10	4%
SATISFECHO	60	26%
TOTAL	230	100%

Fuente: anexo N° 05. Elaboración Propia (2014)

Gráfico 3: Relaciones con la autoridad.

Fuente: tabla 6. Elaboración Propia (2014)

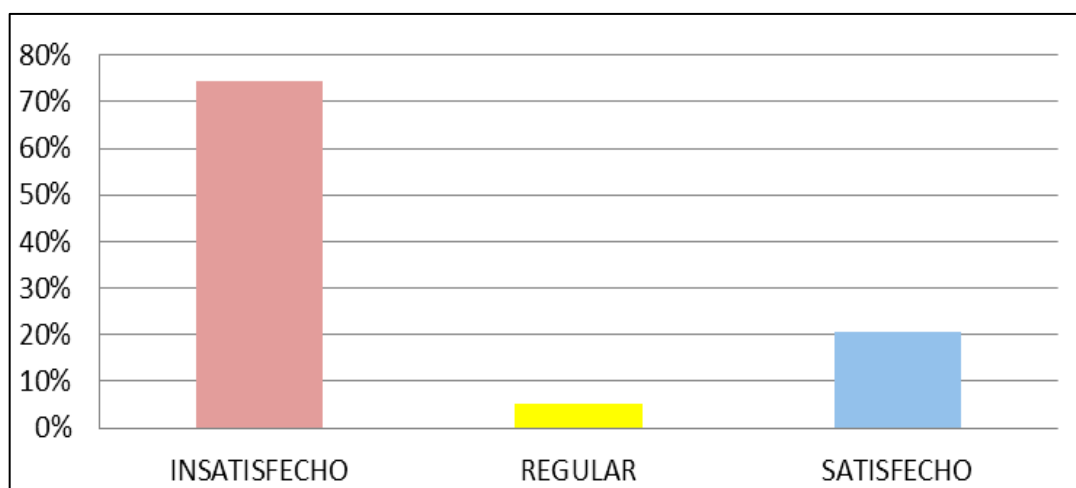
Interpretación:

Las relaciones entre el personal y sus jefes de trabajo son deficientes, ya que el gráfico N° 03 demuestra que un 70% de los encuestados así lo refiere, por lo que la insatisfacción se resuelve debido a que: Los trabajadores se sienten presionados cada vez que un superior consulta acerca del trabajo que se encuentran desarrollando en un momento determinado, además la delegación de responsabilidades es poco usual dentro de estos restaurantes, ya que el empleador desconfía de las capacidades de sus subordinados, por lo que estos últimos se sienten rechazados en el trabajo. Así mismo la participación en reuniones, acuerdos y consultas de interés para la organización para un personal que no es administrativo, se encuentra altamente limitada. Por lo que se puede afirmar que el jefe no valora el esfuerzo que realiza el trabajador. Solo las relaciones entre compañeros se ve estable en comparación con la de sus superiores.

Tabla 7:***Políticas administrativas.***

POLITICAS ADMINISTRATIVAS	N.P.	%
INSATISFECHO	171	74%
REGULAR	12	5%
SATISFECHO	47	20%
TOTAL	230	100%

Fuente: anexo N° 05. Elaboración Propia (2014)

Gráfico 4: Políticas administrativas.

Fuente: tabla 6. Elaboración Propia (2014)

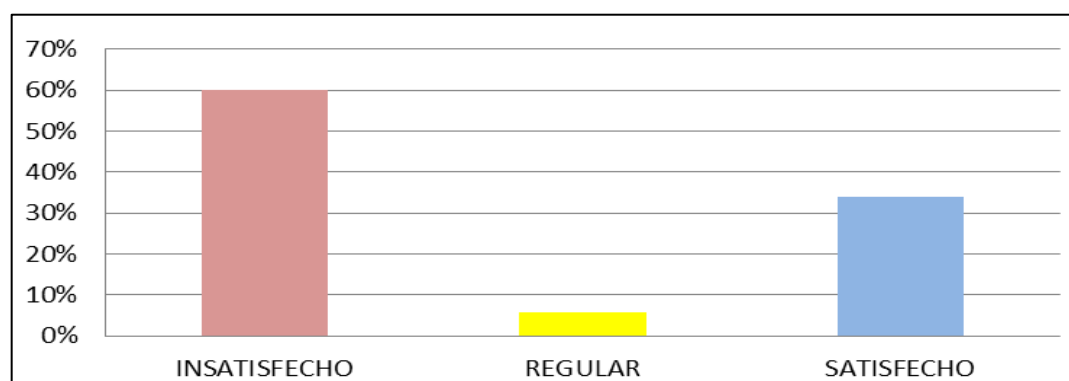
Interpretación:

Según los resultados obtenidos en el gráfico N° 04, la satisfacción laboral de los trabajadores en relación a las políticas administrativas es muy baja, ya que un 74% de los encuestados así lo refiere, este resultado se resuelve debido a que: Las políticas establecidas de la empresa son poco consistentes y en el peor de los casos, las políticas son llevadas de manera insipiente; Además existe cierto descontento por las horas trabajadas, ya que muchas veces estas sobrepasan las 8 horas diarias de trabajo establecido por ley, lo que genera en ellos un desgaste tanto físico como psicológico, pese a que se les reconoce este esfuerzo demás, no se sienten realmente satisfechos por el horario de trabajo. Esto estaría demostrando que las políticas de la institución son poco estrictas y por el contrario muy flexibles.

Tabla 8: Relaciones sociales.

RELACIONES SOCIALES	N.P.	%
INSATISFECHO	83	60%
REGULAR	8	6%
SATISFECHO	47	34%
TOTAL	138	100%

Fuente: anexo N° 05. Elaboración Propia (2014)

Gráfico N° 05: Relaciones sociales.

Fuente: tabla 8. Elaboración Propia (2014)

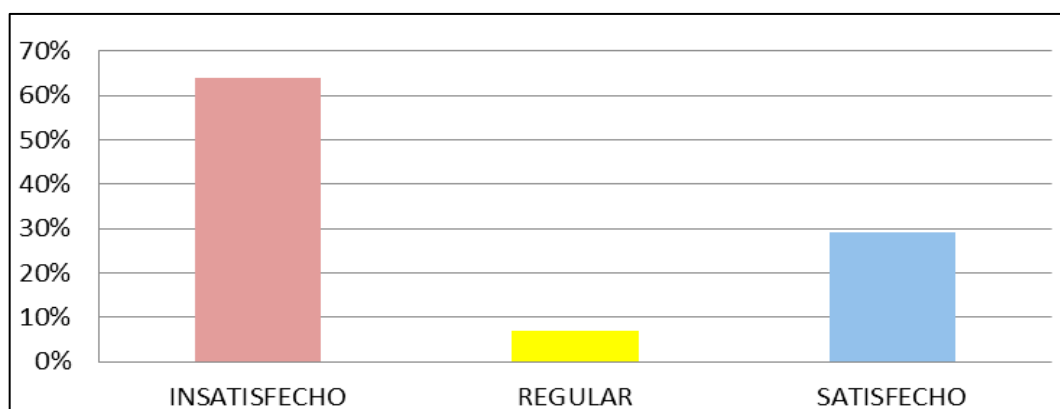
Interpretación:

La satisfacción laboral de los trabajadores en relación a su dimensión relaciones sociales, se encuentra muy baja, ya que un 60% de los trabajadores encuestados así lo mencionan, este factor se resuelve debido a que: No existe una buena relación entre compañeros de trabajo, lo que dificulta la realización de las actividades de forma armoniosa y plena, ya que los valores que promueve la institución como la solidaridad entre compañeros, la comprensión, el respeto, la empatía, etc., no se acatan a cabalidad dentro de la institución. Esto demuestra que falta desarrollar aún más las habilidades sociales e interpersonales entre los trabajadores de la empresa, a fin de que la imagen de la misma sea recibida de buena manera por los comensales que acuden a diario a estos establecimientos.

Tabla 9:***Desarrollo personal.***

DESARROLLO PERSONAL	N.P.	%
INSATISFECHO	147	64%
REGULAR	16	7%
SATISFECHO	67	29%
TOTAL	230	100%

Fuente: anexo N° 05. Elaboración Propia (2014)

Gráfico 6: Desarrollo personal.

Fuente: tabla 8. Elaboración Propia (2014)

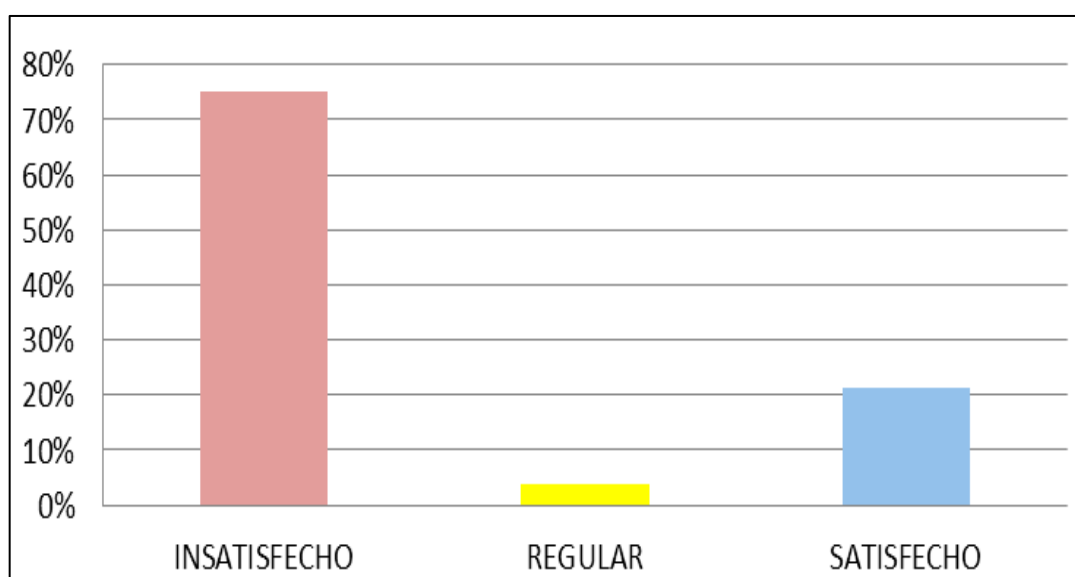
Interpretación:

Los resultados obtenidos en el gráfico N° 06 refieren que la dimensión desarrollo personal de la satisfacción laboral es baja, ya que el 64% de la muestra así lo demuestra, este nivel de insatisfacción se debe a que: muchos consideran que el trabajo que realizan no se encuentra de acuerdo a lo que ellos esperan, ya que no solo creen que el pago es insuficiente, sino también que el trato que reciben es inhumano lo que no les permite desarrollarse personalmente como personas. Así mismo no hay disfrute de actividades y tareas que se encomiendan en el trabajo, ya que sus esfuerzos no son reconocidos por lo que la sensación de realización profesional que ellos tienen se encuentra en estos momentos por los sueldos.

Tabla 10:***Desempeño de tareas.***

DESEMPEÑO DE TAREAS	N.P.	%
INSATISFECHO	138	75%
REGULAR	7	4%
SATISFECHO	39	21%
TOTAL	184	100%

Fuente: anexo N° 05. Elaboración Propia (2014)

Gráfico N° 07: Desempeño de tareas.

Fuente: tabla 10. Elaboración Propia (2014)

Interpretación:

Los resultados obtenidos de la gráfica N° 07, demuestran que la satisfacción laboral en base a su dimensión desempeño de tareas es baja, esto se debe a que un 75% de encuestados así lo refiere. Este resultado se debe a que: Muchos trabajadores consideran que los trabajos que realizan no son importantes para la empresa, por lo que se sienten

inútiles al momento de aportar con su esfuerzo. Además el desarrollo y la monotonía del trabajo comienzan a aburrir a los trabajadores, por lo que se empieza a sentir un poco pesado el trabajo, lo que en cierta manera les comienza a aburrir. De no ser desarrollada estas debilidades en estas empresas, se estaría provocando una alarmante posibilidad de sufrir bajas laborales, además de que repercute en el trato que se imparte al comensal.

Conocer la calidad de servicio que brinda los restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia de San Martín en el año 2014.

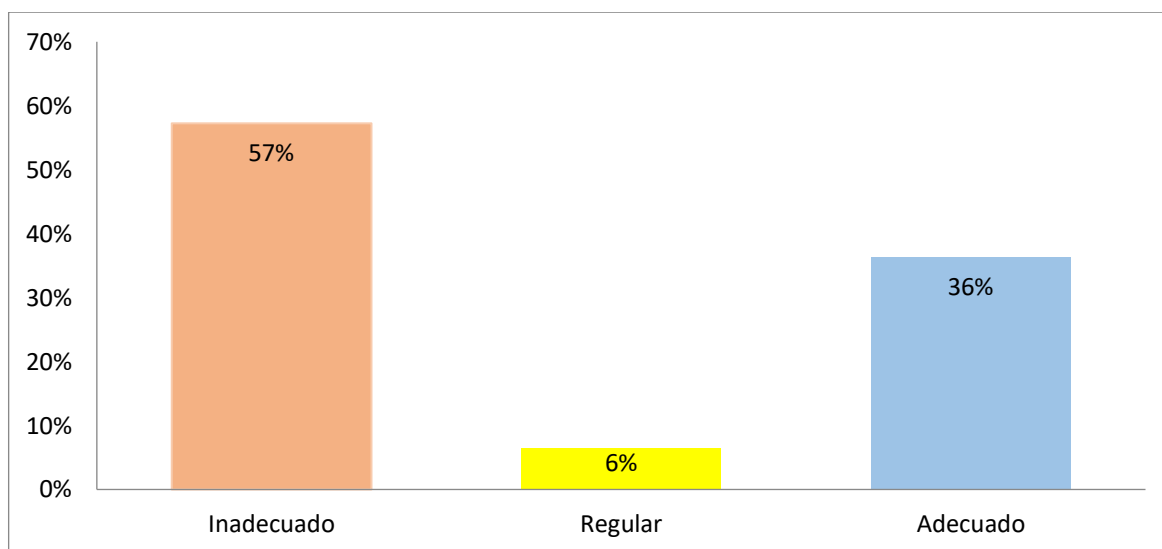
Para el desarrollo del objetivo siguiente se elaboró la tabla y gráfico N° 11 en el cual se analizará la primera dimensión de la calidad del servicio: calidad técnica, en función a 4811 respuestas brindadas de los comensales recurrentes del restaurant, como cuadro resumen del anexo N° 06; estos resultados permitieron obtener resultados a favor de la investigación que se desarrolla a continuación:

Tabla 11: Calidad técnica.

Es muy importante aclarar que la tabulación se da mediante conteo de respuestas debido a que las escalas de medición directamente resuelven la variable además para un análisis con mayor estructuración se ha tomado la decisión de sumar tanto la respuesta de muy inadecuado e inadecuado y tomarlo como un solo valor debido a que los intereses de la investigación la percepción del clientes unánime en este concepto, lo mismo sucede con la escala de adecuado y muy adecuado el detalle de todas las tabulaciones se puede observar de manera clara en el anexo N° 6.

CALIDAD TÉCNICA	N	%
Inadecuado	2,754	57%
Regular	311	6%
Adecuado	1,746	36%
TOTAL	4,811	100%

Fuente: anexo N° 06. Elaboración Propia (2014)

Gráfico 8: Calidad técnica.

Fuente: tabla 11. Elaboración Propia (2014)

Interpretación:

Según los resultados, tal y como lo muestra en el gráfico N° 08, la calidad técnica que brindan los restaurantes turísticos de sauce, son inadecuadas en cuanto a la percepción de los comensales, debido a que el 57% muestra su descontento debido a problemas como que los equipos de cómputo al momento de realizar los pagos se demoran mucho tiempo en emitir los tickets o boletas de consumos, el cual genera un descontento por parte los comensales ya que estos consideran una pérdida de tiempo, los comensales mencionan que los mesas y sillas en muchas oportunidades están mal acomodadas o les es incómodo sentarse debido a las asperezas que poseen, permaneciendo en total incomodidad durante la degustación de sus alimentos, los comensales también mencionan que los pasillos son muy reducidos o que las mesas están muy unidos lo cual dificulta la libre circulación de estos, a pesar de contar con amplias extensiones de áreas verdes que muy bien se podrían utilizarlo, existe un alto índice de quejas debido a que las horas en las que atienden son muy tarde el cual no permite disfrutar al comensal de mayor tiempo para la relajación y otras actividades, los comensales también mencionan, que no distingue a los trabajadores de los comensales que visitan la empresa debido a que estos no están debidamente uniformados, en muchas oportunidades los meseros no tiene la información necesaria de los platos disponibles para el día, la empresa en oportunidades prepara alimentos que no se encuentran disponibles en sus escritos al

inicio del local el cual hace difícil la identificación por parte del consumidor, es preciso mencionar que muchos de estos escritos no contiene los precios reales de los platos a servir, los comensales también hacen mención de que los colaboradores no están capacitados para el traslado de los productos a las mesas o que en muchas veces entregan productos que no ordenar, estos no son compensados o permitido su devolución, estos problemas que aqueja a los restaurantes turísticos del distrito de sauce no permite mantener un crecimiento en las ventas y por tanto se considera que el servicio brindado por estos no son las más adecuadas.

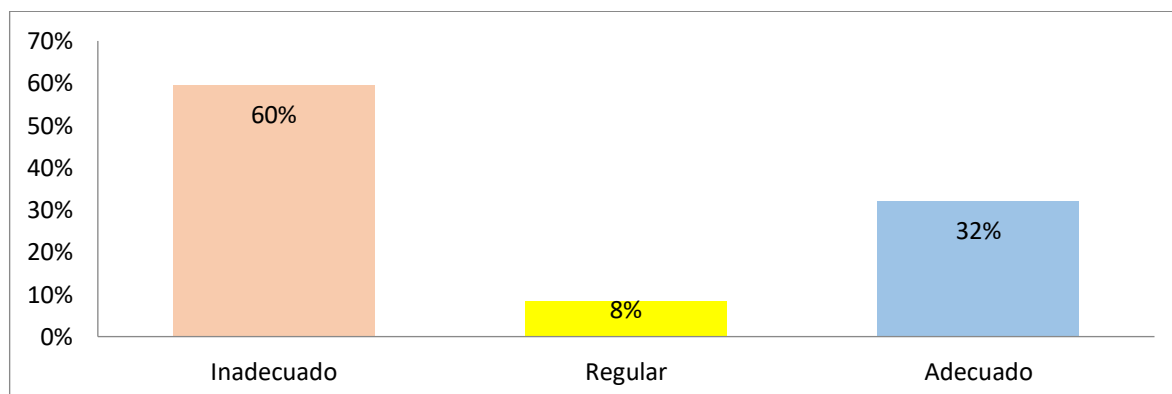
Tabla 12:

Calidad funcional.

CALIDAD FUNCIONAL	N	%
Inadecuado	1,516	60%
Regular	214	8%
Adecuado	817	32%
TOTAL	2,547	100%

Fuente: anexo N° 06. Elaboración Propia (2014)

Gráfico 9: Calidad funcional.



Fuente: tabla 12. Elaboración Propia (2014)

Interpretación:

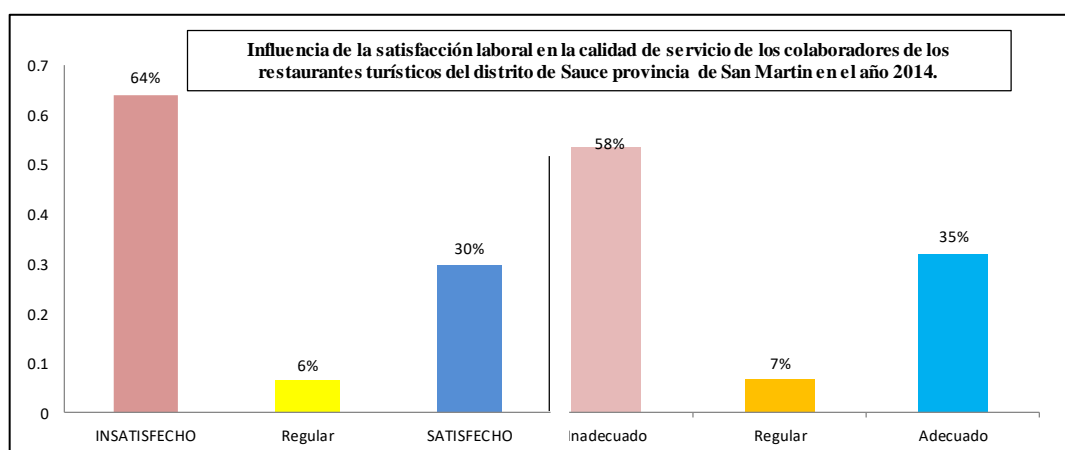
En el gráfico N° 09 muestra que el 60 % de las respuestas obtenidos de los comensales de la empresa en función a la calidad de servicio obtenido en dimensión a la calidad funcional son inadecuados según percepción de los comensales debido a que los colaboradores en muchas oportunidades hacen esperar al comensal por más de veinte o

treinta y cinco minutos para servir los platos y en el transcurso no son atendidos por ninguno de los otros, así también menciona que tiene que insistir para que un colaborador les atienda, esto hace que muchos desistan y acudan a consumir sus alimentos en otros lugares, mencionan también que los meseros no ayudan a mejorar la experiencia debido a que nos muestra los platos principales o desconoce de las características o beneficios de estos, muchas veces el comensal se siente excluido por el bajo interés que los colaboradores tienen para solucionar los problemas o quejas de un comensal, estos problemas observados y registrados en la empresa genera un alto descontento por los comensales que califican como un servicio bajo y en muchas oportunidades al regresar al lugar no regresan una vez más.

Establecer la relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio que brindan los restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia de San Martín en el año 2014.

Para el desarrollo de este objetivo se hizo un gráfico general en el cual se demuestra cómo influye la satisfacción de los colaboradores en la calidad de los servicios brindados a los comensales, siendo esto mostrado a continuación:

Gráfico 10: relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio.



Fuente: anexo N° 05 y N° 06. Elaboración Propia (2014)

Interpretación:

En el gráfico N° 10 se aprecia que luego de comparar el grado de satisfacción de los colaboradores, se determinó que esta variable se relaciona de manera directa y

negativamente, debido a que los colaboradores no se sienten a gusto con las condiciones físicas en la que desarrollan sus actividades, el horario de trabajo no permite el desarrollo personal además no se reconocen el esfuerzo que realiza cada uno de estos lo que repercute directamente en que le colaborador no atiendan correctamente a los comensales, se podría determinar que se debe implementar nuevos procedimientos y actividades para mejorar los procesos de atención, mejorando por ende la calidad de servicio.

4.2. Discusión de resultados

Conocer la satisfacción laboral de los trabajadores de los restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia de San Martín en el año 2014

Locke (1976), menciona que la satisfacción laboral es “un estado emocional positivo o placentero resultante de la percepción subjetiva de las experiencias laborales del sujeto o como la respuesta afectiva de una persona a su propio trabajo”. En este sentido, para poder realizar la investigación se tuvo que encuestar a los trabajadores de los restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia de San Martín, siendo estos un total de 46 personas, con la finalidad de conocer el nivel de satisfacción laboral. Gracias a esto se pudo determinar que los trabajadores, al menos en 6 de las 7 dimensiones propuestas para evaluar la satisfacción laboral, se encuentran insatisfechos, esto nos da un porcentaje total de 64% en comparación a los 30% de algunos que comentaron sentirse a gusto en su trabajo.

Conocer la calidad de servicio que brinda los restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia de San Martín en el año 2014.

Zeithaml, V.A., Parasuraman y Leonard (2009) mencionan que “la calidad en el servicio es un componente crítico en la percepción del comensal; en el caso de los servicios, la calidad es el elemento dominante en su evaluación”. En casos donde el servicio al comensal o los servicios se ofrecen en combinación con un producto físico, la calidad en el servicio también es un factor determinante en su satisfacción. Así mismo cabe mencionar que para medir o evaluar la calidad de servicio en una organización, esta metodología propone dos dimensiones que determinan la calidad de un servicio, estas dimensiones están relacionadas con lo tangible e intangible del proceso de atención

percibida, lo cual designara su grado o nivel de satisfacción, estos factores determinantes son:

- **Calidad Técnica.** La calidad técnica del resultado es el producto de todo proceso es visible y el turista, que también participa en el proceso, puede verla. Esto podría mejorar la calidad técnica, pero tiene un impacto cualitativo en sí mismo.
- **Calidad Funcional.** Conocida también como la calidad relacional, resulta de la forma en que el servicio es prestado al comensal”. Por ejemplo: la amabilidad de una asesora de crédito al momento de brindar información, la calidad funcional es importante dentro de una organización ya que es el origen en donde los comensales se dan cuenta de dicho empleado en particular se toma interés especial en ellos y hace esfuerzos extras para resolver sus problemas. Lo cual es un indicador clave en el nivel de satisfacción del comensal, en algunas industrias se muestran al comensal las instalaciones y procesos productivos. La forma en que el comensal percibe las interacciones con la producción, los recursos y los equipos de producción y los procesos productivos influye en la calidad funcional

En tal sentido, para poder desarrollar este objetivo se tuvo que llevar a cabo una encuesta a 283 comensales de estos restaurantes turísticos, con lo que se pudo determinar el descontento del comensal para ambas dimensiones antes mencionadas, esto se refleja en el resultado obtenido, el cual muestra que la calidad de servicio es inadecuado en un 58%.

Determinar la influencia de la satisfacción laboral en la calidad de servicio que brindan los restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia de San Martín en el año 2014.

Para alcanzar el presente objetivo se tuvo que comparar los gráficos obtenidos de ambas variables, llegando así a determinar que la satisfacción laboral de los trabajadores de los restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia, influye de manera directa en la calidad de servicio, de tal forma que si los colaboradores se sienten insatisfechos con el trabajo que realizan, se verá reflejado en la calidad de servicio que brinden a los comensales que acuden a estos restaurantes.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Mediante la presente investigación se determina que la relación entre la satisfacción laboral y la calidad del servicio de los restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia de San Martín, es directo ya que la satisfacción laboral se ve reflejada en la calidad de atención:

- Los trabajadores de los restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia de San Martín, según la investigación realizada no se sienten satisfechos ya que las condiciones físicas en las que se desarrollan las actividades, el horario de trabajo, las remuneraciones no permiten el desarrollo personal.
- La calidad de servicio que brindan los restaurantes turísticos de sauce, son inadecuadas en cuanto a la percepción de los comensales, debido a que el 57% muestra su descontento. El 60 % de las respuestas obtenidos de los comensales de la empresa en función a la calidad de servicio obtenido en dimensión a la calidad funcional son inadecuados según percepción de los comensales debido a que los colaboradores en muchas oportunidades hacen esperar al comensal por más de veinte o treinta y cinco minutos para servir los platos y en el transcurso no son atendidos por ninguno de los otros.
- Por último, se logró establecer que las variables se relacionan, debido a que los colaboradores no se sienten a gusto con las condiciones físicas en la que desarrollan sus actividades, el horario de trabajo no permite el desarrollo personal además no se reconocen el esfuerzo que realiza cada uno de estos lo que repercute directamente en que le colaborador no atiendan correctamente a los comensales.

5.2. Recomendaciones

Las recomendaciones propuestas en base a los resultados y a las conclusiones de la investigación son las siguientes:

- La empresa deberá implementar nuevas acciones que permitan mantener un adecuado ambiente entre todos los colaboradores y los jefes, las políticas salariales deben estar de acuerdo a la normativa vigente y considerar bonificaciones, regalos y otros dependiendo el esfuerzo y los resultados obtenidos por estos, la empresa deberá implementar líneas de desarrollo personal que permita a los colaboradores explorar y obtener nuevos conocimientos.
- Se recomienda mejorar las condiciones físicas, las remuneraciones, ya que estos aspectos generan insatisfacción al personal y por ende severa reflejado en el proceso productivo. Se debe implementar nuevos procedimientos de atención al público a fin de que la percepción de estos cambie a favor de las empresas, se debe capacitar al personal, y adquirir nuevos equipos.
- Es necesario rediseñar las instalaciones de acuerdo al espacio que se presente ya que ello lograra la satisfacción de los comensales de los restaurantes turísticos del distrito de Sauce provincia de San Martín.
- Establecer nuevos parámetros de los índices de liquidez a obtener, mediante el constante análisis documental en comparación a las ventas alcanzadas durante cada año, permitiendo de esta manera anteponer a los resultados futuros, Mantener un control constante en cuanto a los procedimientos que se desarrollan por los colaboradores, y evaluar las actitudes de los colaboradores frente a los comensales, además evaluar el desempeño a fin de obtener estándares que mejorar las actividades de atención.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Tesis.

Alfaro, S. R. Leyton, G. S. Meza, S. A. y Sáenz, T. I. (2012). *Satisfacción laboral y su relación con algunas variables ocupacionales en tres municipalidades*. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Perú. Recuperado de: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4593/ALFARO_LEYTON_MEZA_SAENZ_SATISFACCION_LABORAL.

Cañas, P. Mirón, J. y Ramírez, Y. (2012). *Evaluación de la calidad de servicio proporcionado por Burger King*. (Tesis de titulación). Universidad Tecnológica del Salvador. San Salvador. El Salvador. Recuperado de: <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/55345.pdf>

Suárez, G. A. (2004). *Análisis de la Calidad de Servicios en el área de alimentos y bebidas del restaurante T.G.I. FRIDAY'S categoría de lujo en la ciudad de Quito*. (Tesis de titulación). Universidad Tecnológica Equinoccial. Quito. Ecuador recuperado de: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8878/1/22432_1.pdf

Libros.

Albrecht, K. y Lawrence J. Bradford. (2006). *La excelencia en el servicio*. Primera edición ilustrada. Editorial 3R.

Alles, M. (2011). *Comportamiento organizacional: cómo lograr un cambio a través de la gestión por competencias*. Argentina: Editorial Granice.

Cracry, J. (2008). *Suspensiones de la percepción: atención, espectáculo y cultura moderna*. España: Ediciones Akabal SA.

Chiang, M. Martin, J. Núñez, A. (2010). *Relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral*. Madrid: Editorial Comillas.

Hoppock, R. (1935). *Job Satisfaction*. New York. United States. Editorial Harper.

Horngren, CH. Sundem, G. y Stratton, W. (2006). *Contabilidad administrativa*. Decimotercera edición. México: Editorial Pearson Educación.

- Locke, E. A. (1976). *The nature and causes of job satisfaction, in Dunnette. Handbook of industrial and organizational psychology*. Chicago. United States. Editorial Rand McNally College.
- Luecke, R. (2007). *Gestión del desempeño: evalúe y mejore la eficacia de sus colaboradores*. España: Editorial Deuso.
- Salvo, C. (1995). *Estrés laboral, extra laboral y síntomas psicósomáticos en la mujer enfermera*. Universidad de Concepción, Servicio de Salud VI Región, Chile.
- Schiffman, L. y Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. Octava edición. México: editorial Pearson Educación.
- Smith, P. D. (2010). *Controla tu actitud en 30 días: estrategias para mejorar tu vida*. EE. UU: Editorial Portavoz.
- Vértice (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. España: Editorial Vértice.
- Vroom, V. H. (1998). *Work and Motivation*. Nueva York: John Wiley.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman y Leonard L. B. (2009). *Delivering Quality Service*. New York.

ANEXOS

ANEXOS

Anexo N° 01: Operacionalización de las variables.

Variable dependiente	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores
<i>Satisfacción laboral</i>	Satisfacción laboral es el conjunto de actitudes generales del individuo hacia su trabajo. Ha sido definida como el resultado de varias actitudes que tiene un trabajador hacia su empleo, los factores concretos (como la compañía, el supervisor, compañeros de trabajo, salarios, ascensos, condiciones de trabajo, etc.)	Condiciones física y/o confort	La distribución física del ambiente.
			Ventilación, iluminación
			En el ambiente físico donde me ubico o trabajo es cómodamente.
		Beneficios laborales y/o remunerativo	Materiales y/o Inmuebles
			Beneficios laborales no remunerativos.
		Políticas administrativas	Beneficios remunerativos
			Ciento que doy más de lo que recibo de la institución.
			La sensación que tengo de mi trabajo es que me están explotando.
			El horario de trabajo.
		Relaciones sociales	Horas extra.
			El ambiente creado por mis compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones.
			Me agrada trabajar con mis compañeros.
		Desarrollo personal	La solidaridad es una virtud característica en nuestro grupo de trabajo.
			Ciento que el trabajo que hago es justo para mi manera de ser.
			Mi trabajo me permite desarrollarme personalmente.
Disfrute de cada labor que realizo en mi trabajo.			

			<p>Mi trabajo me hace sentir realizado profesionalmente.</p> <p>La tarea que realizo es tan valiosa como cualquier otro.</p> <p>Me siento realmente útil con la labor que realizo.</p> <p>Mi trabajo me aburre.</p> <p>Me gusta el trabajo que realizo.</p>
		Desempeño de tareas	
		Relación con la autoridad	<p>La relación que tengo con mis superiores es cordial.</p> <p>Mi jefe es comprensivo.</p> <p>Me siento a gusto con mi jefe.</p> <p>Mi jefe valora el esfuerzo que hago en mi trabajo.</p>
<i>Calidad de servicio</i>	Es la percepción positiva que un comensal tiene después de haber recibido un servicio, brindando una excelente atención al comensal los hacemos sentir satisfechos e importantes que nos dejan beneficios a la empresa como lo indica, es por ello que para conocer la satisfacción del comensal debemos evaluar la calidad de servicio del proveedor del mismo.	Calidad técnica	Equipos.
			Tangibilidad del servicio.
			Habilidades técnicas.
		Calidad funcional	Capacidad de respuesta.
			Empatía.
			Seguridad.

Anexo N° 02: Matriz de consistencia.

Planteamiento del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
¿Cuál es el grado de satisfacción laboral y que influencia tendrá en la calidad del servicio que brindan los restaurantes turísticos en el distrito de sauce provincia de San Martín año 2014?	<p>General: Determinar la relación entre la satisfacción laboral y la calidad del servicio de los restaurantes turísticos en el distrito de sauce en la provincia de San Martín en el año 2014.</p> <p>Específicos: - Conocer la satisfacción laboral de los trabajadores de los restaurantes turísticos del distrito de Saucedo provincia de San Martín en el año 2014. - Conocer la calidad de servicio que brinda los restaurantes turísticos del distrito de Saucedo provincia de San Martín en el año 2014. - Establecer la influencia de la satisfacción laboral de los restaurantes turísticos del distrito de Saucedo provincia de San Martín en el año 2014.</p>	La satisfacción laboral influye negativamente en la calidad de servicio que brindan los restaurantes turísticos en el distrito de Saucedo provincia de San Martín en el año 2014.	Satisfacción laboral	Condiciones físicas y/o confort	La distribución física del ambiente.	<p>Tipo de investigación: No experimental</p> <p>Población: Para la variable I se tendrá una población de 46 trabajadores. Para la variable II se tendrá una población de 1068 comensales.</p> <p>Muestra: Para la variable I se tendrá una muestra poblacional de 46 trabajadores. Para la variable II una muestra de 283 comensales.</p> <p>Nivel de investigación. Descriptiva y correlacional.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario para ambas variables.</p>
					Ventilación, iluminación.	
					En el ambiente físico donde me ubico o trabajo es cómodamente.	
					Materiales y/o Inmuebles	
				Beneficios laborales y/o remunerativo	Beneficios laborales no remunerativos.	
					Beneficios remunerativos	
				Políticas administrativas	Ciento que doy más de lo que recibo de la institución.	
					La sensación que tengo de mi trabajo es que me están explotando.	
					El horario de trabajo.	
					Horas extra.	
				Relaciones sociales	El ambiente creado por mis compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones.	
					Me agrada trabajar con mis compañeros.	
					La solidaridad es una virtud característica en nuestro grupo de trabajo.	
				Desarrollo personal	Ciento que el trabajo que hago es justo para mi manera de ser.	
					Mi trabajo me permite desarrollarme personalmente.	
					Disfruto de cada labor que realizo en mi trabajo.	
Mi trabajo me hace sentir realizado profesionalmente.						
Desempeño de tareas	La tarea que realizo es tan valiosa como cualquier otro.					
	Me siento realmente útil con la labor que realizo.					

					Mi trabajo me aburre. Me gusta el trabajo que realizo.			
				Relación con la autoridad	La relación que tengo con mis superiores es cordial. Mi jefe es comprensivo. Me siento a gusto con mi jefe. Mi jefe valora el esfuerzo que hago en mi trabajo.			
					Calidad de servicio		Calidad técnica	Equipos. Tangibilidad del servicio. Habilidades técnicas.
								Calidad funcional

Anexo N° 03: Instrumento para la variable I.

Cuestionario para medir la satisfacción laboral de los trabajadores de los restaurantes turísticos del distrito de Sauce.

El presente instrumento es de carácter anónimo; tiene como objetivo conocer el nivel satisfacción laboral que le brinda su puesto de trabajo a fin de elaborar un sistema de estrategias para mejorar los niveles de satisfacción para contribuir a la mejora de la calidad de atención.

Por ello se le solicita responda los siguientes enunciados con veracidad.

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
1. FACTORES EXTERNOS:						
Condiciones física y/o confort:						
1	La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de mis labores.					
2	El ambiente donde trabajo es confortable. (Ventilación, iluminación, etc.)					
3	La privacidad que me ofrece el ambiente de mi trabajo es buena.					
4	En el ambiente físico donde me ubico trabajo cómodamente.					
Beneficios laborales y/o remunerativos:						
5	Mi sueldo es bueno en relación a la labor que realizo.					
6	Me siento bien con el estatus que me brinda lo que gano.					
7	Siento que los demás beneficios que tengo son bastante aceptables.					
8	Mi trabajo cumple con mis expectativas económicas.					
Relación con la autoridad:						
9	Es grato la disposición de mi jefe cuando les pide alguna consulta sobre mi trabajo.					
10	Mi jefe confía en mi por lo que me delega responsabilidades					
11	Mi jefe me permite participar dentro de la organización.					
12	La relación que tengo con mis superiores es cordial.					
13	Mi jefe valora el esfuerzo que hago en mi trabajo.					
Políticas administrativas:						
14	Las políticas de la institución son consistentes.					
15	Las horas trabajadas son las adecuadas.					
16	Estoy a gusto con mi horario.					
17	Las políticas de la institución son estables y flexibles a la vez.					
18	El esfuerzo de trabajar más horas extras es reconocido.					
2. FACTORES INTERNOS:						
Relaciones Interpersonales:						
19	La comunicación con mis compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones.					
20	Me agrada trabajar con mis compañeros.					
21	La solidaridad, respeto, comprensión son virtudes características en nuestro grupo de trabajo.					
Desarrollo personal:						
22	Siento que el trabajo que hago es justo para mi manera de ser.					
23	Mi trabajo me permite desarrollarme personalmente.					
24	Disfruto de cada labor que realizo en mi trabajo.					
25	Me siento feliz por los resultados que logro en mi trabajo					
26	Mi trabajo me hace sentir realizado profesionalmente.					
Desempeño de tareas:						
27	La tarea que realizo es tan valiosa como cualquier otro.					
28	Me siento realmente útil con la labor que realizo.					
29	Mi trabajo no me aburre.					
30	Me gusta el trabajo que realizo.					

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo N° 04: Instrumento para la variable II.

Cuestionario para medir la calidad de servicio que ofrecen los restaurantes turísticos del distrito de Sauce.

El presente instrumento es de carácter anónimo; tiene por objetivo evaluar la calidad de servicio ofrecido por los restaurantes turísticos del distrito de Sauce.

Por ello se le solicita responda los siguientes enunciados con veracidad.

CALIDAD TÉCNICA		1	2	3	4	5
1	¿Cómo califica usted la tecnología (Computadoras, Ticketeras, televisores) que el restaurante tiene para brindarle el servicio en la empresa?					
2	¿Cómo califica usted los escritorios del restaurante, para brindarle el servicio?					
3	¿Cómo califica usted la comodidad que brindan las sillas del restaurante, para brindarle el servicio?					
4	¿Cómo califica usted el Tamaño de la empresa, para brindarle el servicio?					
5	¿Cómo califica usted la distribución de las oficinas del restaurante, para brindarle el servicio?					
6	¿Cómo califica usted la modernidad de las oficinas del restaurante, para brindarle el servicio?					
7	¿Cómo califica usted el cuidado en cuanto a limpieza de las oficinas de la empresa, para brindarle el servicio?					
8	¿Cómo califica usted el horario de atención de las oficinas de la empresa, para brindarle el servicio?					
9	¿Cómo califica usted la apariencia (Uniformidad, Limpieza, Aseo) de los trabajadores de las oficinas del restaurante, para brindarle el servicio?					
10	¿Cómo califica usted el material informativo y publicitario que utilizan en las oficinas del restaurante, para brindarle el servicio?					
11	¿Con que frecuencia usted opina que el material informativo de las oficinas del empresa, contiene la información precisa y adecuada?					
12	¿Cómo califica usted la variedad de material publicitario que utilizan en las oficinas del restaurante, para brindarle el servicio?					
13	¿Con que frecuencia usted opina que el olor de las oficinas del empresa, es el adecuado para recibir un adecuado servicio?					
14	¿Cómo califica usted la calidad de los productos y servicios que brindan las oficinas del restaurante?					

15	¿Cómo califica la destreza, capacidad y actitud de los trabajadores del restaurante, en el proceso que le brinda el servicio?					
16	¿Cómo califica el conocimiento técnico de los trabajadores de la empresa en cuanto a los procesos que debe seguir para brindarle el servicio?					
17	¿Cómo califica la competitividad de los trabajadores de la empresa al momento de brindarle el servicio?					
CALIDAD FUNCIONAL		1	2	3	4	5
18	¿Con que frecuencia los trabajadores de la oficina del empresa, le comunican sobre el tiempo máximo en que concluirá su servicio?					
19	¿Cómo califica la rapidez de los trabajadores del restaurante al momento de brindarle el servicio?					
20	¿Cómo califica la disposición de los trabajadores del restaurante, para brindar ayuda a sus comensales?					
21	¿Cómo califica la capacidad de los trabajadores del restaurante, para responder todas sus preguntas?					
22	¿Cómo califica la atención personalizada que los trabajadores del restaurante, tienen al momento de brindarle el servicio?					
23	¿Cómo califica el interés que muestran los trabajadores del restaurante, para dar solución a sus problemas?					
24	¿Cómo califica la capacidad que muestran los trabajadores del restaurante, para comprender sus necesidades específicas?					
25	¿Cómo califica la confianza que transmiten los trabajadores del restaurante, en el proceso del servicio?					
26	¿Cómo califica su grado de seguridad que tiene después de haber recibido el servicio por parte de los trabajadores del restaurante?					

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo N° 05: Matriz de resultados de la variable I.

Resultados de la satisfacción de los trabajadores.

DIMENSIONES:		Muy Insatisfecho		Insatisfecho		Regular		Satisfecho		Muy Satisfecho	
		N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%
CONDICIONES FISICAS Y/O CONFORT		N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%
01	La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de mis labores.	19	41%	13	28%	3	7%	8	17%	3	7%
02	El ambiente donde trabajo es confortable. Puesto que posee buena ventilación, iluminación, etc.	13	28%	24	52%	0	0%	7	15%	2	4%
03	La privacidad que me ofrece el ambiente de mi trabajo es buena.	12	26%	17	37%	6	13%	7	15%	4	9%
04	En el ambiente físico donde me ubico trabajo cómodamente.	16	19%	19	41%	3	7%	4	9%	4	9%
TOTAL:		60		73		12		26		13	
BENEFICIOS LABORALES Y/O REMUNERACIONES		N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%
05	Mi sueldo es bueno en relación a la labor que realizo.	6	13%	11	24%	4	9%	17	37%	8	17%
06	Me siento bien con el estatus que me brinda lo que gano.	3	7%	8	17%	7	15%	19	41%	9	20%
07	Siento que los demás beneficios que tengo son bastante aceptables.	3	7%	7	15%	8	17%	21	46%	7	15%
08	Mi trabajo cumple con mis expectativas económicas.	6	13%	9	20%	2	4%	16	35%	13	28%
TOTAL:		18		35		21		73		37	
RELACIÓN CON LA AUTORIDAD		N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%
09	Es grato la disposición de mi jefe cuando les pide alguna consulta sobre mi trabajo.	13	28%	18	39%	2	4%	9	20%	4	9%
10	Mi jefe confía en mi por lo que me delega responsabilidades	14	30%	22	48%	0	0%	7	15%	3	7%
11	Mi jefe me permite participar dentro de la organización.	9	20%	19	41%	4	9%	8	17%	6	13%
12	La relación que tengo con mis superiores es cordial.	6	13%	17	37%	3	7%	11	24%	9	20%
13	Mi jefe valora el esfuerzo que hago en mi trabajo.	16	35%	26	57%	1	2%	2	4%	1	2%
TOTAL:		58		102		10		37		23	
POLITICAS ADMINISTRATIVAS		N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%
14	Las políticas de la institución son consistentes.	11	24%	19	41%	3	7%	9	20%	4	9%
15	Las horas trabajadas son las adecuadas.	13	28%	26	57%	2	4%	4	9%	1	2%
16	Estoy a gusto con mi horario.	13	28%	21	46%	4	9%	6	13%	2	4%

17	Las políticas de la institución son estables y flexibles a la vez.	9	20%	26	57%	2	4%	7	15%	2	4%
18	El esfuerzo de trabajar más horas extras es reconocido.	16	35%	17	37%	1	2%	6	13%	6	13%
TOTAL:		62		109		12		32		15	
RELACIONES SOCIALES		N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%
19	La comunicación con mis compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones.	11	24%	18	39%	3	7%	8	17%	6	13%
20	Me agrada trabajar con mis compañeros.	8	17%	11	24%	4	9%	14	30%	9	20%
21	La solidaridad, respeto, comprensión son virtudes características en nuestro grupo de trabajo.	14	30%	21	46%	1	2%	7	15%	3	7%
TOTAL:		33		50		8		29		18	
DESARROLLO PERSONAL		N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%
22	Siento que el trabajo que hago es justo para mi manera de ser.	13	28%	17	37%	3	7%	9	20%	4	9%
23	Mi trabajo me permite desarrollarme personalmente.	11	24%	22	48%	1	2%	8	17%	4	9%
24	Disfruto de cada labor que realizo en mi trabajo.	11	24%	14	30%	6	13%	9	20%	6	13%
25	Me siento feliz por los resultados que logro en mi trabajo	12	26%	14	30%	4	9%	8	17%	8	17%
26	Mi trabajo me hace sentir realizado profesionalmente.	6	13%	27	59%	2	4%	7	15%	4	9%
TOTAL:		53		94		16		41		26	
DESEMPEÑO DE TAREAS		N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%
27	La tarea que realizo es tan valiosa como cualquier otro.	14	30%	19	41%	3	7%	8	17%	2	4%
28	Me siento realmente útil con la labor que realizo.	13	28%	17	37%	2	4%	6	13%	8	17%
29	Mi trabajo no me aburre.	17	37%	26	57%	2	4%	1	2%	0	0%
30	Me gusta el trabajo que realizo.	14	30%	18	39%	0	0%	7	15%	7	15%
TOTAL:		58		80		7		22		17	
TOTALIDAD:		342		543		86		260		149	

Anexo N° 06: Matriz de resultados de la variable II.

Resultados de la variable calidad de servicio.

CALIDAD DE SERVICIO		Muy inadecuado		Inadecuado		Regular		Adecuado		Muy adecuado		TOTAL	
		N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%
CALIDAD TÉCNICA													
P1	¿Cómo califica usted la tecnología (Computadoras, Ticketeras, televisor, Pos, que el restaurante, para brindarle el servicio en la empresa?	34	12%	154	54%	14	5%	25	9%	56	20%	283	100%
P2	¿Cómo califica usted los escritorios del restaurante, para brindarle el servicio?	78	28%	110	39%	16	6%	56	20%	23	8%	283	100%
P3	¿Cómo califica usted la comodidad que brindan las sillas del restaurante, para brindarle el servicio?	79	28%	98	35%	22	8%	54	19%	30	11%	283	100%
P4	¿Cómo califica usted el Tamaño de la empresa, para brindarle el servicio?	45	16%	43	15%	14	5%	89	31%	92	33%	283	100%
P5	¿Cómo califica usted la distribución de las oficinas del restaurante, para brindarle el servicio?	89	31%	110	39%	21	7%	39	14%	24	8%	283	100%
P6	¿Cómo califica usted la modernidad de las oficinas del restaurante, para brindarle el servicio?	56	20%	46	16%	17	6%	112	40%	52	18%	283	100%
P7	¿Cómo califica usted el cuidado en cuanto a limpieza de las oficinas de la empresa, para brindarle el servicio?	45	16%	34	12%	22	8%	123	43%	59	21%	283	100%
P8	¿Cómo califica usted el horario de atención de las oficinas de la empresa, para brindarle el servicio?	145	51%	45	16%	17	6%	43	15%	33	12%	283	100%
P9	¿Cómo califica usted la apariencia (Uniformidad, Limpieza, Aseo) de los trabajadores de las oficinas del restaurante, para brindarle el servicio?	56	20%	121	43%	23	8%	44	16%	39	14%	283	100%
P10	¿Cómo califica usted el material informativo y publicitario que utilizan en las oficinas del restaurante, para brindarle el servicio?	55	19%	128	45%	18	6%	14	5%	68	24%	283	100%
P11	¿Con que frecuencia usted opina que el material informativo de las oficinas del empresa, contiene la información precisa y adecuada?	101	36%	57	20%	21	7%	44	16%	60	21%	283	100%
P12	¿Cómo califica usted la variedad de material publicitario que utilizan en las oficinas del restaurante, para brindarle el servicio?	34	12%	44	16%	16	6%	143	51%	46	16%	283	100%
P13	¿Con que frecuencia usted opina que el olor de las oficinas del empresa, es el adecuado para recibir un adecuado servicio?	56	20%	45	16%	15	5%	56	20%	111	39%	283	100%
P14	¿Cómo califica usted la calidad de los productos y servicios que brindan las oficinas del restaurante?	163	58%	65	23%	18	6%	12	4%	25	9%	283	100%
P15	¿Cómo califica la destreza, capacidad y actitud de los trabajadores del restaurante, en el proceso que le brinda el servicio?	83	29%	123	43%	22	8%	17	6%	38	13%	283	100%

P16	¿Cómo califica el conocimiento técnico de los trabajadores de la empresa en cuanto a los procesos que debe seguir para brindarle el servicio?	159	56%	67	24%	14	5%	14	5%	29	10%	283	100%
P17	¿Cómo califica la competitividad de los trabajadores de la empresa al momento de brindarle el servicio?	67	24%	119	42%	21	7%	34	12%	42	15%	283	100%
CALIDAD FUNCIONAL		N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%	N.P.	%
P18	¿Con que frecuencia los trabajadores de la oficina del empresa, le comunican sobre el tiempo máximo en que concluirá su servicio?	165	58%	45	16%	15	5%	23	8%	35	12%	283	100%
P19	¿Cómo califica la rapidez de los trabajadores del restaurante al momento de brindarle el servicio?	190	67%	32	11%	14	5%	23	8%	24	8%	283	100%
P20	¿Cómo califica la disposición de los trabajadores del restaurante, para brindar ayuda a sus comensales?	99	35%	78	28%	19	7%	34	12%	53	19%	283	100%
P21	¿Cómo califica la capacidad de los trabajadores del restaurante, para responder todas sus preguntas?	34	12%	87	31%	21	7%	37	13%	104	37%	283	100%
P22	¿Cómo califica la atención personalizada que los trabajadores del restaurante, tienen al momento de brindarle el servicio?	123	43%	56	20%	44	16%	23	8%	37	13%	283	100%
P23	¿Cómo califica el interés que muestran los trabajadores del restaurante, para dar solución a sus problemas?	89	31%	129	46%	16	6%	34	12%	15	5%	283	100%
P24	¿Cómo califica la capacidad que muestran los trabajadores del restaurante, para comprender sus necesidades específicas?	167	59%	87	31%	19	7%	2	1%	8	3%	283	100%
P25	¿Cómo califica la confianza que transmiten los trabajadores del restaurante, en el proceso del servicio?	45	16%	34	12%	23	8%	99	35%	82	29%	283	100%
P26	¿Cómo califica su grado de seguridad que tiene después de haber recibido el servicio por parte de los trabajadores del restaurante?	22	8%	34	12%	43	15%	118	42%	66	23%	283	100%
TOTAL		2279		1991		525		1312		1251		7358	

Anexo N°07: Mapa de la provincia de San Martín



Fuente: Google maps.