

Variables que Influyen en la Percepción de un
Servicio de Calidad en Empresas de Servicios,
Caso Servicios Gastronómicos en Machala

Javier Solano

Problema de investigación

Problema

- ¿Cuáles son las variables que influyen en la calidad del servicio gastronómico?

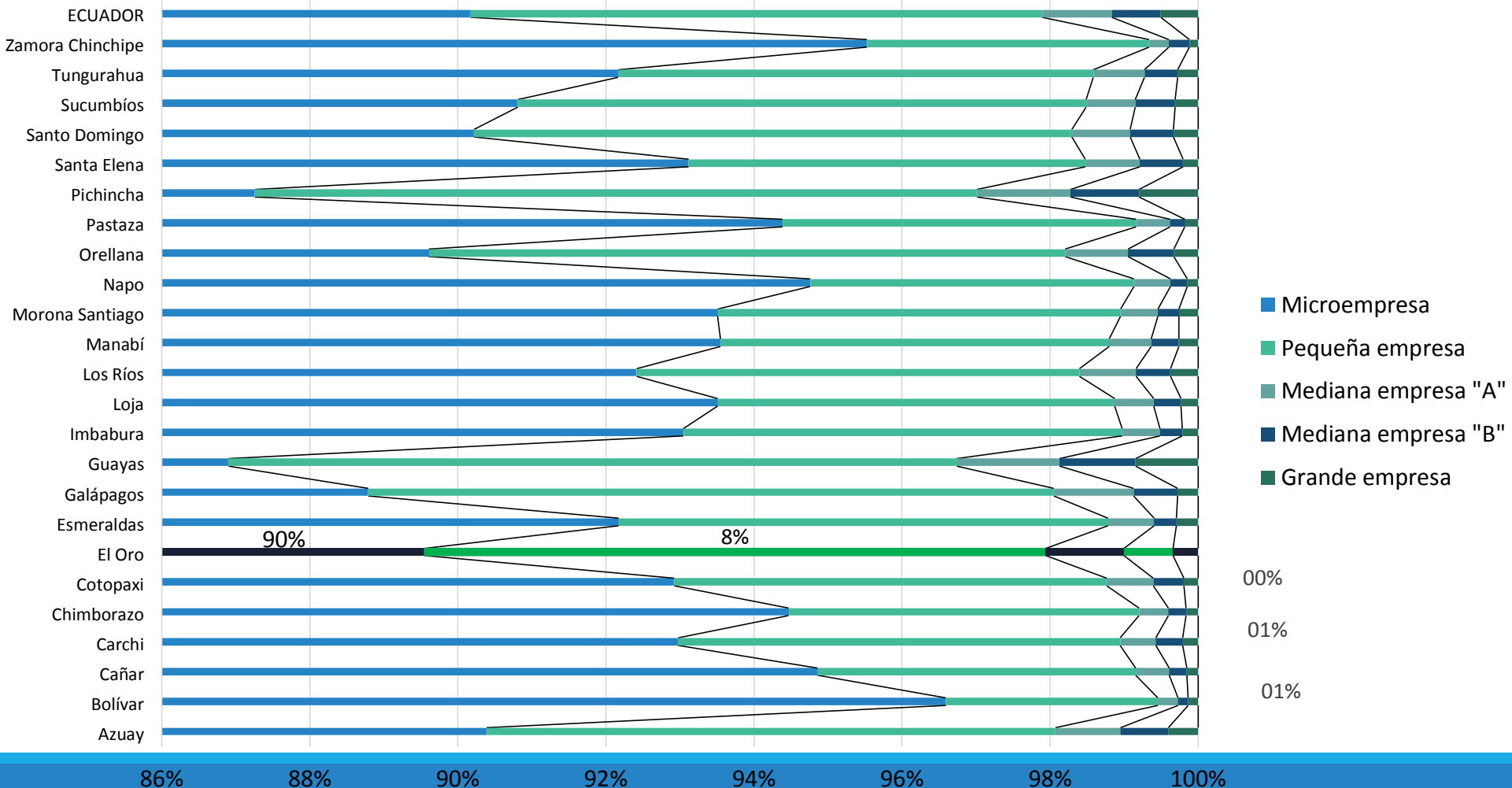
Objetivo

- Mostrar las variables que permiten medir la calidad del servicio del consumidor de servicios gastronómicos

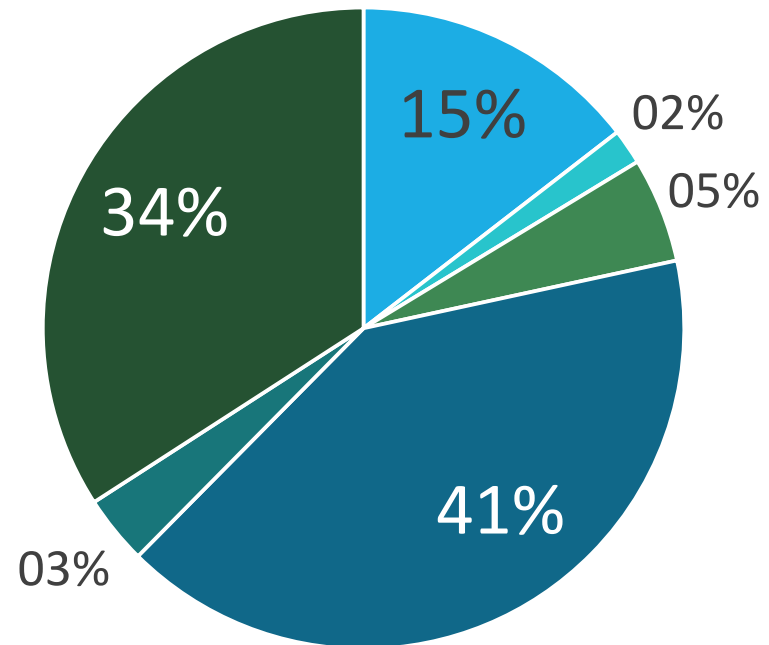
Línea de Investigación

- Transformación de la matriz productiva

Tamaño de las empresas en El Oro

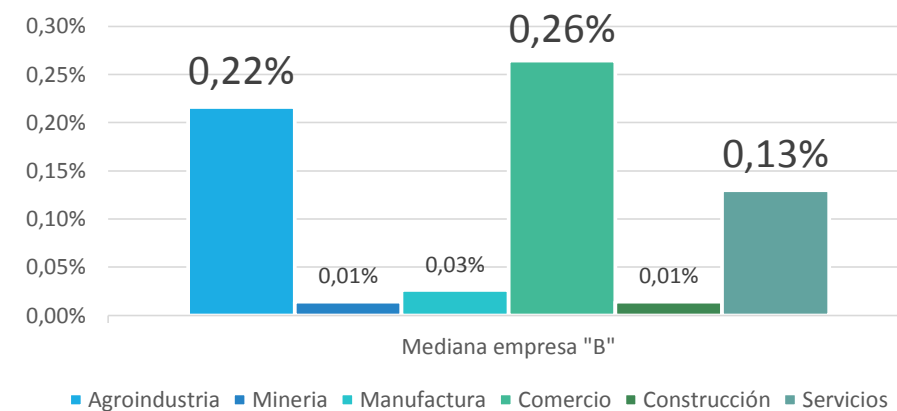
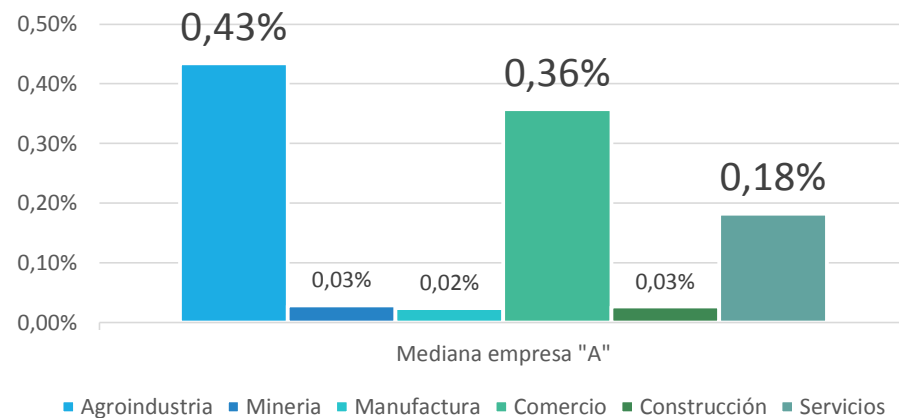
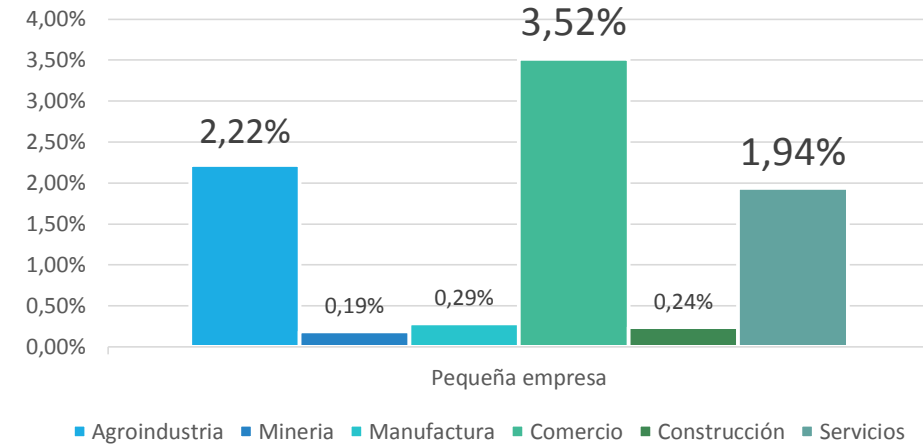
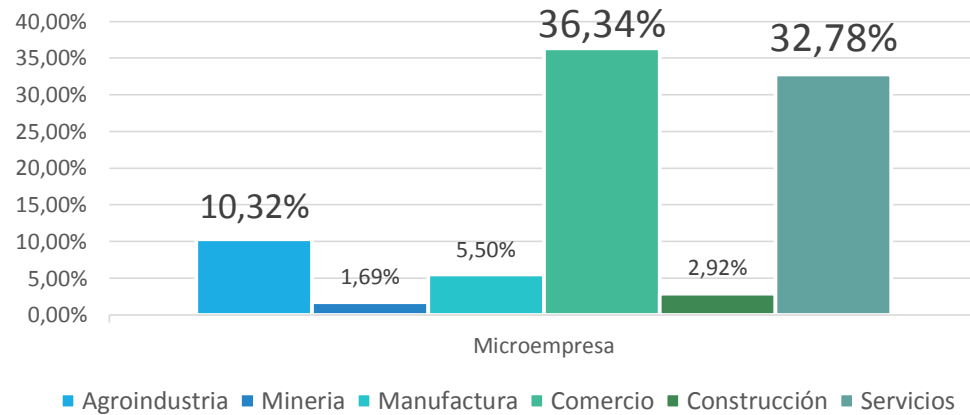


Sectores económicos de El Oro



■ Agroindustria ■ Minería ■ Manufactura ■ Comercio ■ Construcción ■ Servicios

Tamaño de empresa y Sectores económicos



Percepción de calidad del servicio

- ...es aquel juicio global sobre la superioridad o excelencia de un servicio

(Guzmán y Cárcamo, 2014)



Modelo de medición-DINESERV



Satisfacción
General

Instalaciones

Ambiente

Calidad del
producto

Servicio del
personal

Consistencia

Formulación teórica: Stevens at al, 1995;

Trabajo empírico: Concha, 2010; Vera y Trujillo, 2009

Metodología

- Técnica: Encuesta directa
- Muestra
 - Población meta: Familias que visitan restaurantes ubicados en Malecón de Puerto Bolívar
 - Marco muestral: 24 restaurantes ubicados en zona delimitada
 - Tamaño muestral: 200 observaciones
 - Procesamiento: Regresión múltiple



Validez de los instrumentos

Fiabilidad del instrumento

Variable	Alpha de Cronbach
Satisfacción general	0,941
Instalaciones	0,944
Ambientación	0,969
Calidad del producto	0,921
Servicio del personal	0,925
Consistencia	0,981
Consolidado	0,983

Adecuación de la muestra

Aspecto	Valor
KMO	0,832
Esfericidad de Barlett	0,000
Correlación > 0,5	6 factores

Modelo estructural

$$satis = \beta_1 \cdot consis + \beta_2 \cdot per + \beta_3 \cdot ins + \beta_4 \cdot amb + \beta_5 \cdot prod + error$$

$$s = \beta_1 \cdot c + \beta_2 \cdot pe + \beta_3 \cdot i + \beta_4 \cdot a + \beta_5 \cdot pr + e$$

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$$

$$H_1: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq 0$$

Resultados de la Regresión

1era regresión:

$$\hat{s} = -0,14 + 0,15 \cdot c + 0,41 \cdot pe + 0,33 \cdot i + 0,06 \cdot a + 0,05 \cdot pr$$

(0,691) (0,265) (0,011) (0,001) (0,598) (0,797)

2da regresión:

$$\hat{s} = -0,04 + 0,58 \cdot pe + 0,40 \cdot i$$

(0,897) (0,000) (0,000)

$$R^2 = 0,51 \quad F = 84,371 (0,000)$$

Conclusiones

- El modelo presenta un ajuste alto ($R^2=0,51$) para un estudio transversal, además mostró que las variables más determinantes de la calidad del servicio en un restaurant son el servicio del personal y las instalaciones.
- Las otras variables no muestran relevancia estadística sin embargo esto no indica que carezcan de importancia sino que no influyen en la variación de la percepción de calidad del servicio.

Muchas Gracias

