



SATISFACCIÓN DE LOS CONSUMIDORES DE SERVICIOS EDUCATIVOS UNIVERSITARIOS

Karina Lizbeth Sánchez Martínez¹

Enlace ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-3674-0733>

David Gómez Sánchez

Enlace ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7593-157X>

Sanjuana Edith Grimaldo Reyes

Enlace ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4078-7720>

Jorge Horacio González Ortiz

Enlace ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2100-2748>

Fecha de Recepción: Enero 25 de 2023

Fecha de Aprobación: Mayo 4 de 2023

Resumen:

El presente estudio tiene como propósito determinar el nivel de satisfacción de los consumidores de servicios educativos y determinar si existe correlación con las variables sociodemográficas, y con base a ello buscar estrategias para que los estudiantes aumenten su nivel de satisfacción con su carrera. La investigación fue de enfoque cuantitativo de alcance descriptivo y correlacional, de diseño transversal. La muestra se conformó de 224 participantes pertenecientes a 7 programas educativos. Se utilizó como técnica la encuesta y el instrumento para la recolección de datos está compuesto por ocho ítems donde se empleó una escala ordinal del 1 al 5, donde 1 es muy poco y el 5 es muy alto, además de variables sociodemográficas y la escala AMAI para evaluar el NSE con 6 preguntas. La confiabilidad del instrumento se comprobó a través de alfa de Cronbach mediante el programa SPSS versión 25.0 resultando aceptable con un valor de 0.768. Se concluyó que los estudiantes tienen una gran satisfacción hacia el prestigio de la escuela y los compañeros, contrario a los horarios que les ofrece la institución debido a que en esta variable se encuentran menos satisfechos.

¹ Estudiante de la Licenciatura en Mercadotecnia, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Correo electrónico: a286683@alumnos.uaslp.mx

² Doctor en Dirección y Mercadotecnia, Profesor Investigador de Tiempo Completo y Secretario Académico, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Correo electrónico: david.gomez@uaslp.mx

³ Doctora en Ciencias Administrativas, Profesora Investigadora y Asignatura, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Correo electrónico: edith.reyes@uaslp.mx

⁴ Doctor en Administración, Profesor Investigador de Tiempo Completo, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Correo electrónico: jorgonz@uaslp.mx

Así como también, la satisfacción no tiene correlación con las variables sociodemográficas, excepto con la carrera que cursan y el deseo de los padres por haber estudiado una carrera profesional.

Palabras clave: Satisfacción, Consumidores, Servicios Universitarios.

SATISFACTION OF CONSUMERS OF UNIVERSITY EDUCATIONAL SERVICES

Abstract:

The purpose of this study is to determine the level of satisfaction of consumers of educational services and determine if there is a correlation with sociodemographic variables, and based on this, seek strategies for students to increase their level of satisfaction with their career. The research was of a quantitative approach of descriptive and correlational scope, of cross-sectional design. The sample was made up of 224 participants belonging to 7 educational programs. The survey was used as a technique and the instrument for data collection is composed of eight items where an ordinal scale from 1 to 5 was used, where 1 is very little and 5 is very high, in addition to sociodemographic variables and the AMAI scale. to evaluate the NSE with 6 questions. The reliability of the instrument was verified through Cronbach's alpha using the SPSS version 25.0 program, resulting in an acceptable value of 0.768. It was concluded that students have great satisfaction towards the prestige of the school and their peers, contrary to the schedules offered by the institution because they are less satisfied in this variable. Likewise, satisfaction has no correlation with the sociodemographic variables, except with the career they are studying and the desire of the parents to have studied a professional career.

Keywords: Satisfaction, Consumers, University Services.

SATISFAÇÃO DOS CONSUMIDORES DE SERVIÇOS EDUCATIVOS UNIVERSITÁRIOS

Resumo:

O objetivo deste estudo é determinar o nível de satisfação dos consumidores de serviços educacionais e verificar se há correlação com variáveis sociodemográficas e, com base nisso, buscar estratégias para que os alunos aumentem seu nível de satisfação com a carreira. A pesquisa foi de abordagem quantitativa de escopo descritivo e correlacional, de delineamento transversal. A amostra foi composta por 224 participantes pertencentes a 7 programas educacionais. Como técnica foi utilizada a pesquisa e o instrumento para coleta de dados é composto por oito itens onde foi utilizada uma escala ordinal de 1 a 5, onde 1 é muito pouco e 5 é muito alto, além de variáveis sociodemográficas e a escala AMAI. avaliar o NSE com 6 questões. A confiabilidade do instrumento foi verificada por meio do alfa de Cronbach utilizando o programa SPSS versão 25.0, resultando em um valor aceitável de 0,768. Concluiu-se que os alunos apresentam grande satisfação perante o prestígio da escola e dos seus pares, contrariando os horários oferecidos pela instituição por estarem menos satisfeitos nesta variável. Da mesma forma, a satisfação não tem correlação com as variáveis sociodemográficas, exceto com a carreira que estão cursando e o desejo dos pais de ter cursado uma carreira profissional.

Palavras chave: Streaming, plataformas digitais.

1. INTRODUCCIÓN:

El estudio de la satisfacción es importante en la actualidad para conocer cómo se puede mejorar el servicio ofrecido para que los clientes se sientan satisfechos y así creen lealtad hacia la marca. Como menciona Kotler y Keller (2012), los clientes estarán satisfechos si los resultados están al nivel de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Es por ello por lo que cada producto o servicio debe de conocer si realmente el cliente está satisfecho o no, si los servicios o productos no cumplen con las expectativas, entonces es necesario hacer un análisis y determinar qué es lo que afecta que cliente no este satisfecho.

En el municipio de Rioverde se encuentra demasiada competencia entre las Universidades, siendo así que cada una de estas debe de dar un excelente servicio para lograr posicionarse ante las demás. Sin embargo, las universidades desconocen si los consumidores de sus servicios están satisfechos con lo que les ofrece la institución, esto ha provocado que en los últimos ciclos escolares haya disminuido la demanda de preinscripciones y a su vez, aumenten las bajas escolares. Esta situación ha captado la atención de las instituciones, es por ello que se realiza el presente estudio para conocer la situación y determinar la causa del problema.

Es así como en esta investigación se analiza la variable satisfacción, así como la relación con las variables sociodemográficas de los alumnos de una institución de educación superior ubicada en la ciudad de Rioverde en la Zona Media del estado de San Luis Potosí. Se espera que con base a los resultados que arroje el análisis se pueda observar con que características se correlaciona la satisfacción, y con ello plantear soluciones para que los consumidores de servicios educativos de la institución estén satisfechos con su carrera y como consecuencia disminuyan las bajas, aumente la demanda y con ello mejore la eficiencia terminal de los programas educativos.

2. MARCO TEÓRICO

Marco conceptual

Para el presente estudio se tomó en cuenta el concepto de Schiffman y Lazar (2010) que define la satisfacción como las expectativas propias que tiene el consumidor y en relaciona a estas forman una percepción individual acerca del desempeño del producto o servicio. A continuación, en la tabla 1 se muestran las diferentes conceptualizaciones:

Tabla 1. Conceptualización de Satisfacción

Autor(es)	Conceptos
Schiffman y Lazar (2010)	Es la percepción que tiene el consumidor individual acerca del desempeño del producto o servicio en relación con sus propias expectativas.
Zárraga et al. (2018)	Es la evaluación del cliente de un producto o servicio en función de si cumplió o no las necesidades y expectativas del cliente.
Ramírez (2019)	Es un juicio acerca de un rasgo de un producto o servicio, o un producto y servicio en sí mismo, que proporciona un nivel placentero de recompensa que se relaciona con el consumo.

Fuente: Elaboración propia.

Marco referencial

En México, Ramírez (2015) hizo una investigación con el objetivo de determinar el nivel de satisfacción que tienen los proveedores del Centro de Atención en una empresa y en base a ello precisar las áreas de oportunidad y mejorar la calidad de sus servicios. El estudio fue de carácter cuantitativo y se realizó una encuesta para recolectar los datos. Los hallazgos arrojaron que se tenía que hacer un plan de mejora tomando en cuenta las sugerencias de los proveedores para mantenerlos satisfechos.

Carvache (2017) en Ecuador llevó a cabo un estudio con el propósito de analizar la satisfacción de los visitantes sobre la comida típica del cantón y las características de la demanda en este tipo de establecimientos. La investigación fue cuantitativa y se hizo una encuesta para obtener datos. Se obtuvo que el nivel de satisfacción fue alto y que las variables más importantes que toman en cuenta los consumidores al momento de evaluar fueron: las instalaciones, el sabor y la calidad de la comida, y el ambiente del establecimiento. Además, estos resultados también sirven para mejorar la oferta gastronómica acorde a lo que dijeron los clientes.

Asimismo, Becerra y Piña (2017) hicieron un estudio en Venezuela. El objetivo de dicho estudio fue analizar el grado de satisfacción de los consumidores de antihipertensivos genéricos versus marcas en el municipio Libertador del estado Mérida. Adopta un enfoque cuantitativo y la información fue recolectada por medio de un cuestionario. Los resultados indicaron que la utilización de medicamentos antihipertensivos de marca tuvo un mayor nivel de satisfacción en comparación con medicamentos antihipertensivos genéricos, para los consumidores los atributos más importantes fueron la calidad, eficacia y seguridad. Tomando en cuenta los resultados se hicieron recomendaciones a los laboratorios farmacéuticos para mejorar el grado de satisfacción.

Nápoles et al. (2019) realizaron en Cuba, una investigación cuantitativa. El objetivo planteado fue desarrollar una técnica para evaluar y mejorar la satisfacción de los clientes internos con respecto a los servicios que ofrecen los procesos de apoyo las universidades cubanas. Se llegó a la conclusión de que los clientes se han vuelto exigentes con respecto al servicio, es por ello por lo que se debe de realizar una mejora en los procesos, mayor enfoque al cliente, liderazgo y compromiso para obtener una mejor gestión en las universidades y así mantener satisfechos a los clientes.

Por otra parte, en Perú, Pérez y Landa (2019) realizaron un estudio con el objetivo general de evaluar la satisfacción del cliente en relación a la calidad del servicio y con el propósito de mejorar el servicio ofrecido, todo esto justificado por los postulados de Parasuraman, Zeithaml y Berry. El tipo de investigación fue cuantitativa y se utilizó como instrumento un cuestionario. Los resultados obtenidos

fueron que existe pequeñas brechas entre la percepción y expectativa del cliente, en base a las cinco dimensiones de la calidad del servicio, además se concluyó que los clientes estaban satisfechos con el servicio.

Mancilla et al. (2019) en México realizó una investigación de tipo cuantitativa cuyo objetivo fue correlacionar el grado de satisfacción de los estudiantes universitarios con su educación e índice de retención en la Universidad de Ixtlahuaca. Para obtener los datos se realizó un cuestionario. Se concluyó que los alumnos se sienten bastantes satisfechos con respecto al trabajo de la institución, así como las aulas a su disposición. Sin embargo, los resultados con respecto a la dimensión de la seguridad económica fueron solo satisfechos debido a que los alumnos sentían que la institución tomaba en cuenta su condición socioeconómica.

3. METODOLOGÍA

Tipo de estudio

Es un estudio de enfoque cuantitativo de alcance descriptivo y correlacional de diseño transversal.

La investigación es cuantitativa según Hernández (2014) porque se utiliza la recolección de datos para comprobar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, que tiene por finalidad establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Para Bernal (2010) considera a la investigación descriptiva aquella en que se señalen las características o rasgos del objeto de estudio. Es descriptiva porque se describieron los datos y las características de la variable.

Es transversal como menciona Hernández y Mendoza (2018) son los datos que se recolectan en un momento único. Se considera el presente estudio transversal debido a que solo se tomaron los datos en un momento específico.

Es correlacional según Ramos (2020) porque surge la necesidad de plantear una hipótesis en la cual se proponga una relación entre dos o más variables. Dicho estudio tiene un alcance correlacional porque se pretende determinar si existe una asociación entre la

satisfacción con las demás variables de la investigación.

medición de la satisfacción. Para evaluar cada uno de los ítems se utilizó una escala del Likert del 1 al 5, donde 1 es muy poco y el 5 es muy alto.

Población

Arias et al. (2016) define la población de estudio como el conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, además este cumple con una serie de criterios establecidos.

La población está conformada por alumnos pertenecientes a algún programa educativo de las siete carreras de la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media. Un aproximado de los estudiantes es de mil doscientos noventa y cinco.

Muestra

N=1295
 z=1.96 @ 95%
 p=50%
 e=6%

$$n^{\circ} = \frac{z^2 (p)(1-p)}{e^2}$$

$$n^{\circ} = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.06)^2}$$

$$n^{\circ} = 266.77$$

$$n = \frac{n^{\circ} N}{n^{\circ} + N - 1}$$

$$n = \frac{(266.77) (1295)}{266.77 + 1294}$$

$$n = 221.20$$

Muestreo

Para esta investigación se utilizó el muestreo probabilístico estratificado, según Mercado y Coronado (2021) es un diseño de muestreo probabilístico en el que se divide a la población en subgrupos o estratos. Se escogió este tipo de muestreo debido a que se dividieron los alumnos en segmentos de acuerdo a la carrera que pertenecen.

Instrumento

Los resultados se obtuvieron por medio de un cuestionario de ocho ítems, tomando en cuenta las variables que se encuentran en la tabla 2 para la

Tabla 2 Variables de satisfacción

Variables
Prestigio de la escuela
Desempeño propio
Materias
Maestros
Instalaciones
Compañeros
Personal administrativo
Horarios

Fuente: Elaboración propia

Para la evaluación de la confiabilidad del instrumento se utilizó el alfa de Cronbach, por medio del programa SPSS versión 25. Se concluyó que la confiabilidad del instrumento utilizado es de 0.768 lo que indica que es realmente buena, por lo que es aceptable utilizar dicho instrumento para la recolección de datos.

4. RESULTADOS:

Análisis de la muestra

Para esta investigación se encuestó un total de 224 estudiantes, donde 114 fueron hombres y el resto mujeres, siendo así que un 50.9% representa al sexo masculino y un 48.7% al sexo femenino. Se evaluó el nivel socioeconómico donde el 36.6% representa a los alumnos que pertenecen al nivel A/B, el 26.3% pertenecen al grupo C+ es decir, a la clase media alta, mientras que el 19.2% forman parte del nivel C. El 9.4% son estudiantes que tienen un nivel C-, el nivel D+ está conformado por el 4.5%, por último, el 4.0% es perteneciente al nivel D.

De los encuestados un 26.3% se encuentran cursando el segundo semestre, el 25.9% de los alumnos cursan el octavo semestre, mientras que el 24.1% son alumnos que están en el cuarto semestre, siendo así que en el sexto semestre solo se encuentre un 23.7% de los estudiantes.

En la forma de traslado, el porcentaje más alto fue el taxi colectivo con un 40.6%, seguido de un 33.5% que corresponde al porcentaje que utiliza el automóvil, asimismo, el 13.4% su modo de traslado es por medio de la motocicleta; 8% se traslada a pie y, por último, el 3.6% utiliza la bicicleta como medio de transporte.

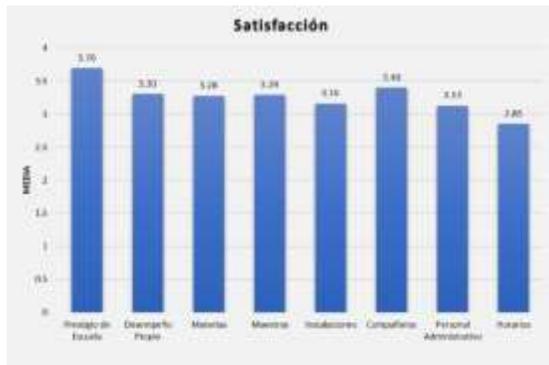
Se les cuestionó si reciben algún apoyo, el 9.4% cuenta con beca, sin embargo, el 90.6% no recibe ningún apoyo. La muestra también respondió si trabajan además de estudiar, solo el 48.2% estudian y tienen un empleo, mientras que el 51.8% de los alumnos solo se dedican al estudio.

Otra variable fue de si han oído que sus padres quisieron estudiar una carrera, el 74.7% de los alumnos han escuchado que sus padres si quisieron estudiar una carrera y solo el 25.7% no lo han escuchado. Así como, si por el deseo de sus padres fue que decidieron estudiar, el 53.6% de los estudiantes siguieron el deseo de sus padres para estudiar una carrera y solo el 46.4% no lo siguieron, ya que ellos fueron quienes decidieron estudiar la carrera.

Satisfacción con la carrera elegida

Se muestra en el gráfico 1 de satisfacción que el criterio mejor puntuado fue el prestigio de la escuela con un valor de 3.70, siguiendo los compañeros con 3.40, en tercer lugar, se encuentra el desempeño propio con 3.30, los maestros quedan en cuarta posición con un valor de 3.29, las materias con 3.28, después se encuentran las instalaciones con 3.16, en penúltimo lugar está el personal administrativo con 3.13 y siendo así que en el último lugar con un valor de 2.85 se encuentran los horarios.

Figura 1 Satisfacción con la carrera elegida



Fuente: Elaboración propia

Satisfacción y las variables sociodemográficas

H₀= La satisfacción de los alumnos no está asociada por las características sociodemográficas los mismo.

H₁= La satisfacción de los alumnos está asociada por las características sociodemográficas de los mismos.

Tabla 3. Satisfacción y las variables sociodemográficas

Variable	Técnica	Satisfacción
Carrera	ANOVA	F=4.254 Sig.=0.000
Forma de traslado	ANOVA	F=0.781 Sig.= 0.538
Semestre	Rho de Spearman	Rho=-0.044 Sig.=0.510
Edad	r de Pearson	r=0.023 Sig.=0.729
Beca	t para muestras independientes	t=0.118 Sig.=0.906
Trabaja	t para muestras independientes	t= 0.471 Sig.=0.638
Deseo padres	t para muestras independientes	t=-2.114 Sig.=0.036
Grado de influencia	Rho de Spearman	Rho=-0.042 Sig.=0.529

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 2 se analizó la satisfacción con respecto a las características sociodemográficas. En base a los datos obtenidos se puede observar que existe una relación de la satisfacción con la variable carrera y el deseo de padres, estas se describen a continuación:

Se puede decir que la satisfacción de los alumnos está determinada por la carrera que cursan (F=4.254, Sig.=0.000), así mismo se presentó una asociación con el deseo de padres (t=-2.114, Sig.=0.036).

En la variable forma de traslado (F=0.781, Sig.= 0.538) no presentó relación con la satisfacción de los alumnos, al igual que la variable semestre (Rho=-0.044, Sig.=0.510). Referente a la edad (r=0.023, Sig.=0.729) y beca (t=0.118, Sig.=0.906) no tienen alguna asociación con la satisfacción. Por último, la

satisfacción de los estudiantes no tiene correlación con que el alumno trabaje además de estudiar ($t= 0.471$, $\text{Sig.}=0.638$) y con el grado de influencia ($\text{Rho}=-0.042$, $\text{Sig.}=0.529$).

No existe evidencia para decir que la satisfacción de los alumnos depende de las características sociodemográficas de los mismo, a excepción de las variables ya antes mencionadas que si presentaron un grado de relación. Es por ello por lo que se rechaza la hipótesis alternativa (H_1) y se acepta la hipótesis nula (H_0).

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES:

Los consumidores de servicios educativos de la institución pública de educación superior ubicada en la Ciudad de Rioverde, San Luis Potosí, mantienen gran satisfacción con el prestigio de la escuela y los compañeros que tienen dentro de la carrera. Sin embargo, mostraron un bajo nivel de satisfacción respecto a los horarios que les ofrece la institución, esto es un claro indicador de que se debe de llevar a cabo una estrategia para que la universidad ofrezca una mayor variedad de horarios, para que los estudiantes puedan escoger el que más les conviene y que se adapte a su disponibilidad.

Otro hallazgo fue la inexistencia de una correlación entre la satisfacción y las características sociodemográficas, por lo tanto, la satisfacción no está determinada por dichas variables, únicamente con las variables de la carrera que cursan y el deseo de los padres.

6. REFERENCIAS:

Arias, J., Villasís, M., y Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

Becerra, J., y Piña, E. (2017). Grado de satisfacción de los consumidores de antihipertensivos genéricos vs. marcas en el municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela. *Visión gerencial*(2), 139-206. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/4655/465552407004/465552407004.pdf>

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). PEARSON. Obtenido de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

Carvache, M., Carvache, W., y Torres, M. (2017). Análisis de satisfacción: La gastronomía de Samborondón - Ecuador. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(3), 731-745. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322017000300013

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (Sexta ed.). México: McGrawHill.

Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.

Mancilla, a., Ángeles, J., y Orosco, P. (2019). Satisfacción de los estudiantes universitarios con su educación e índice de retención en UICUI. *Revista de la Asociación Latinoamericana para la Formación y Enseñanza de la Psicología*, 7(21). Obtenido de <https://integracion-academica.org/31-volumen-7-numero-21-2019/252-satisfaccion-de-los-estudiantes-universitarios-con-su-educacion-e-indice-de-retencion-en-uicui>

- Mercado, J., y Coronado, J. (2021). El muestreo y su relación con el diseño metodológico de la investigación. En A. Barraza, *Manual de temas nodales de la investigación cuantitativa. Un abordaje didáctico*. (págs. 81-99). Universidad Pedagógica de Durango. Obtenido de <http://upd.edu.mx/Piloto/PDF/Libros/Nodales.pdf#page=82>
- Nápoles, L., Moreno, M., y Tamayo, P. (2019). Evaluación y mejora de la satisfacción de los clientes internos con los procesos de apoyo en Universidades cubanas. *RILCO*(2), 2659-5494. Obtenido de <file:///C:/Users/UASLP/Downloads/Dialnet-EvaluacionYMejoraDeLaSatisfaccionDeLosClientesInte-7832508-2.pdf>
- Pérez, C., y Landa, A. (2019). *Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante TAO*. Piura, Perú: Tesis de Licenciatura). Universidad de Piura. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4179/AE_318.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramírez, I. (2019). *Estudio de la satisfacción del cliente en el servicio de recaudación de lectro oriente S.A. de la ciudad de Iquitos, año, 2017*. Iquitos, Perú: (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional De La Amazonía Peruana (UNAP). Obtenido de https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/6486/lke_Tesis_Titulo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramírez, J. (2015). *Diagnóstico de la satisfacción del servicio brindado en un centro de atención de proveedores*. Veracruz, México: (Tesis de Licenciatura). Universidad Veracruzana. Obtenido de <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/47663/Ram%C3%ADrezMart%C3%ADnezJudithG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1-6. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- Schiffman, L., y Lazar, L. (2010). *Comportamiento del consumidor* (Decima ed.). PEARSON EDUCACIÓN,. Obtenido de <https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/10/Comportamiento-del-Consumidor-10ed-Schiffman-y-Lazar-Kanuk.pdf>
- Zárraga, L., Molina, V., y Corona, E. (2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. *RECAI*, 7(18), 46-65. Obtenido de <https://recai.uaemex.mx/article/view/9268>