

“EFECTO DE LA EXPERIENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR. ANÁLISIS CROSS CULTURAL. EL CASO MC DONALD’S”

Asma Ahmed Laroussi y Juan Miguel Alcántara Pilar
Universidad de Granada

Objetivo de la investigación

Esta investigación pretende identificar el efecto moderador de la cultura del consumidor gastronómico y analizar desde una perspectiva cross-cultural el grado de la calidad del servicio que ofrece Mc Donald’s mediante la experiencia de sus consumidores.

Antecedentes

La industrialización ha provocado una serie de transformaciones socioeconómicas que han modificado los hábitos de consumo de la población mundial
Las personas llevan un ritmo de vida más acelerado y disponen de menos tiempo para dedicar a las actividades diarias básicas.
El estilo de vida de la sociedad actual junto con la globalización han evolucionado por lo que las personas optan por recurrir a la comida rápida como una alternativa práctica, visitando establecimientos conocidos como *fast food* donde pueden comer sin invertir mucho tiempo.

Metodología

- Población objetivo a usuarios de Mc Donald’s en España, Bulgaria, Turquía e Italia.
- La muestra tiene un tamaño de 228 individuos.
- Encuesta a pie de calle en el caso de los españoles, al azar sin selección previa.
- Vía *on line* en el caso del resto de países. Se ha traducido el cuestionario al respectivo idioma y con acceso mediante un enlace

Resultados

| Dimensión cultural | España | Bulgaria | Italia | Turquía |
|--------------------------|--------|----------|--------|---------|
| Distancia de poder | 57 | 70 | 50 | 66 |
| Individualismo | 51 | 30 | 76 | 37 |
| Masculinidad | 42 | 40 | 70 | 45 |
| Aversión al riesgo | 86 | 85 | 75 | 85 |
| Orientación en el tiempo | 48 | 69 | 61 | 46 |

Conclusiones

- 
 - Menor distancia de poder, alto nivel en indulgencia e individualista.
 - Servicio, estética y escapismo valorado positivamente.
 - Mayor nivel de satisfacción .
- 
 - Mayor nivel de distancia de poder y colectivista.
 - Valoran peor el trabajo de los empleados.
 - Preferencia en servicios de restauración nacionales.
 - Buscan diferenciación en el trato de los empleados.
 - Buscan posición jerárquica.
- 
 - Mucha distancia de poder.
 - Apoyan la jerarquía en los clientes.
 - Estética y escapismos no acorde a la cultura.
 - Satisfacción menos valorada.
 - Ausencia de indulgencia.
 - Buscan otro tipo de servicio adaptado a su estilo de vida.
- 
 - Nivel bajo en distancia de poder e individualista.
 - Tiempo justo.
 - Se da el escapismo y el disfrute.
 - Alto nivel de indulgencia.
 - Baja satisfacción.

Organizan



Financian

