

Congreso Científico de la Fundación Salud, Ciencia y Tecnología 2022

ORIGINAL

Analysis of the factors involved in customer service at La P'tite France bakery

Análisis de los factores que intervienen en la atención al cliente en la panadería La P'tite France

Brigitte Gamarra-Bohorquez¹  , Maricielo Collahua-Medina¹  , Gustavo Zarate-Ruiz¹  , Brian Meneses-Claudio¹  

¹Facultad de Administración y Negocios. Universidad Tecnológica del Perú. Perú.

Citar como: Gamarra-Bohorquez B, Collahua-Medina M, Zarate-Ruiz G, Meneses-Claudio B. Análisis de los factores que intervienen en la atención al cliente en la panadería La P'tite France. Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias 2022; 1:351. <https://doi.org/10.56294/sctconf2022351>

Recibido: 10-06-2022

Revisado: 29-08-2022

Aceptado: 20-10-2022

Publicado: 21-10-2022

ABSTRACT

The main objective of this work is to describe the impact of the factors that intervene in customer service at the La P'tite France bakery in Surquillo in the year 2023. The methodology used in the research was of a basic type with a qualitative level approach, also counting on the case study design. The main instruments for data collection were the interview guide that was applied to a selected group of the bakery, also the observation guide in the same way applied to the interviewees and finally the documentary analysis.

It was obtained as a result that customer service is a main point for the bakery, since it not only produces the breads, but also has trained personnel to capture the customer's attention, when they enter the premises to make a purchase or just to consult about the variety of breads that the bakery has. Likewise, the interviewees told us that it is important to have trained personnel, they also carry out strategies to build customer loyalty and satisfy, as their infrastructures currently have a small space, they are also analyzing a new infrastructure in the premises, implementing a second floor.

It is concluded that it is important that companies that have staff are constantly trained to obtain improvements regarding customer service and this makes them feel that the company cares about them by providing good service and attention in terms of their requirements and needs, since in every company today it is at the forefront of what is happening around it and more so if they have competition in the same area, which is why the research work and the contribution it provides to mypes that start and undertake and see an opportunity to learn and execute what is proposed.

Keywords: Customer Service; Loyalty; Customer Satisfaction; Infrastructure.

RESUMEN

El presente trabajo tiene como principal objetivo, describir el impacto de los factores que intervienen en la atención al cliente en la panadería La P'tite France en Surquillo en el año 2023. La metodología que utilizó la investigación fue de tipo básico con un enfoque de nivel cualitativo, contando también con el diseño de estudio de casos. Los principales instrumentos para la recolección de datos fueron, la guía de entrevistas que se aplicó a un grupo seleccionados de la panadería, también la guía de observación de igual manera aplicada a los entrevistados y finalmente el análisis documental.

Se obtuvo como resultado que la atención al cliente es un punto principal, para la panadería, ya que no solo produce los panes, si no que tienen personal capacitados para captar la atención del cliente, cuando ingresan al local a realizar alguna compra o tan solo a consultar sobre la variedad de panes que cuenta

la panadería. Asimismo, los entrevistados nos indicaron que es importante contar con el personal capacitado, también realizan estrategias para fidelizar a los clientes y satisfacer, en cuanto sus infraestructuras actualmente cuentan con espacio pequeño, asimismo se está analizando realizar una infraestructura nueva en el local, implementando un segundo piso.

Se concluye que es importante que las empresas que cuentan con personal, sean constantemente capacitadas, para obtener mejoramientos respecto a la atención al cliente y esto sientan que la empresa se preocupa por ellos brindándole un buen servicio y atención en cuanto a sus requerimientos y necesidades, ya que en toda empresa hoy está a la vanguardia de lo que sucede alrededor y más si tienen competencia del mismo rubro es por ello la razón del trabajo de investigación y el aporte que brinda a las mypes que inician e emprender y ven una oportunidad para aprender y ejecutar lo planteado.

Palabras claves: Atención al Cliente; Fidelización; Satisfacción al Cliente; Infraestructura.

INTRODUCCIÓN

En el Perú hay muchas empresas y emprendimientos que han surgido y están ganando posicionamiento en el mercado, sin embargo, un punto clave para que esto pueda crecer es brindar una buena atención al cliente cumpliendo sus expectativas y requerimientos.^(1,2,3)

En el caso de una panadería, además de la atención al cliente debe considerar algo muy importante, el ambiente el cual tiene que ser acogedor para que cuando el cliente tenga algún evento o reunión prefiera venir al establecimiento en vez de buscar otras opciones, asimismo de la mano van los productos que se brindan, ya que de acuerdo a ello va a depender mucho la reputación de la empresa, la estabilidad económica y el crecimiento.^(4,5)

En este lugar nos enfocaremos en una panadería francesa de nombre la P'tite france, que está ubicada en el distrito de Surquillo, siendo el creador Simon Vacher en el año 2015.⁽⁶⁾ Esta idea nace con el propósito de satisfacer las necesidades de los extranjeros y a la vez que los peruanos conozcan un poco más de los productos tradicionales de Francia.^(7,8,9,10)

Actualmente la empresa brinda variedad de panes entre dulces de masa hojaldre y artesanales de masa madre, teniendo como complementos, bebidas, sándwich y postres. La propuesta tiene como valor agregado ofrecer productos con técnica francesa e insumos peruanos, en el cual tiene como líder a Damacino Ancco, que hasta la fecha sigue fusionando la bollería andina con la francesa.^(11,12)

Según el Diario el Comercio, Simón Vacher indica que: “Siempre me ha gustado el pan. Lo como al mediodía y en la noche. Dejé de comer pan francés porque era complicado encontrar uno de buena calidad aquí y ya estaba aburrido del pan molde. Así es que pensé en una panadería”.⁽¹³⁾

La atención al cliente juega un papel fundamental en todo negocio, ya sea de venta de comida, de máquinas, textiles, entre otros, pues de ahí parte si el cliente desea volver a realizar la compra o no por la atención que recibió, más allá de que el producto o servicio sea el mejor en el mercado, esto provoca que el cliente tenga una mala o buena experiencia y a su vez comente a los demás usuarios lo sucedido.^(14,15,16,17,18)

Según Zamora (2021) el estudio realizado tiene como objetivo analizar el estado de la situación actual de la atención y satisfacción del cliente para la implementación de mejoras. El diseño utilizado fue el no experimental de tipo descriptivo y con un enfoque cuantitativo de modelo Servqual, en el cual consideran que para que el cliente esté satisfecho debe de haber equipos modernos, el personal tenga capacidad de respuesta y el buen conocimiento de la carta que manejan.⁽¹⁹⁾

Es por ello que en la panadería la P'tite France viene sucediendo que el personal que se encuentra laborando no cuenta con experiencia y desconoce los productos que se ofrece, incomodando mucho a los clientes que acuden a la tienda, a su vez al momento de realización de pedido, la demora es evidente por parte del personal, ya sea para la atención en mesa o para llevar.^(20,21,22) Cuando se realiza el pedido en mesa la satisfacción del cliente va a variar, puesto que la capacidad es mínima y cuando quiera venir con su familia no habrá espacio para poder disfrutar de los productos que se brinda, por la poca distribución de espacios.⁽²³⁾

Es así que en el problema se evidencian distintos factores que afectan la atención del del cliente, como principal factor se tiene a la satisfacción al cliente en cuánto el servicio del personal en atender

en la mesa y grupos grandes, como segundo factor en relación es la fidelización con los clientes, no cuentan con estrategias que ayude a retener a los cliente potencial, como tercer factor es el tiempo de repuesta , no cuenta con la capacidad de respuesta del servicio rápido, con buena disposición y disponibilidad y como cuarto factor se tiene a la molestia del cliente en cuanto a la infraestructura de la panadería, ya que el espacio es muy reducido y no sienten la comodidad que quisieran.

MÉTODOS

El presente trabajo de investigación es de tipo básico, ya que busca el crecimiento competitivo para la organización, según el autor Parrales (2017), nos focalizamos en identificar el impacto de la gestión estratégica en los negocios se basan como una primera cercanía teórica. Asimismo, Ortega (2017) este estudio se origina en base un marco teórico, como objetivo implementar nuevas teorías o modificar la contemporánea, potenciar los conocimientos científicos, pero sin compararlos con algún componente práctico.^(24,25,26)

El enfoque de la investigación es cualitativo, según Sánchez (2019)⁽²⁷⁾ destaca para mostrar evidencias que lleven a una descripción profunda del caso a estudiar con el objetivo de conocer y expresar mediante métodos y técnicas que puedan realizarse diferentes estrategias. Por ello la investigación es de enfoque cualitativo, nos permitirá analizar los datos recolectados y así obtener conocimiento profundo del estudio.

Asimismo, la investigación es cualitativa, en la cual se analizará los factores que intervienen en la atención al cliente en una panadería para ayudar en la mejora al problema.^(28,29,30)

Según Chávez at (2016)⁽³¹⁾ el diseño de estudio de casos se presenta de manera paradójica, en la cual su ascendencia se remonta a años anteriores, por otro lado, los metodólogos no lo consideran como un método confiable, considerando como un conocimiento devaluado en el desarrollo científico en el cual se encarga de buscar e interpretar datos.^(32,33,34,35)

Para el alcance del objetivo general planteado en esta investigación se estableció como variable a estudiar factores que intervienen en la atención al cliente que comprende cuatro categorías. Se tiene como primera categoría a la satisfacción del cliente, el cual cuenta con las subcategorías como preferencia de marca y calidad de producto, con el fin elaborar procesos de servicio que satisfagan al cliente. Se tiene como segunda categoría al tiempo de respuesta ante cualquier situación de reclamo del cliente, presenta las subcategorías respuesta eficiente y calidad de servicio, para obtener procesos que permitan minimizar los errores en la ejecución de reacción hacia a los clientes. Como tercera categoría se tiene a la fidelización de los clientes, en la cual tiene como subcategorías a las emociones y actitudes de los clientes con la marca. Esto con la finalidad de conocer cómo el cliente opta por una marca y no por otra. Como cuarta categoría se tiene a la infraestructura donde sus subcategorías son las instalaciones y la prestación de servicio del local.

Asimismo se utilizará la técnica de la entrevista semiestructurada, puesto que ya se realizó un esquema de preguntas abiertas y permitirá conocer más a profundidad cierta información por parte de los trabajadores que están dentro de la empresa y conocer como es el movimiento. Según Callejo (2022)⁽³⁶⁾ define la entrevista como una conversación con características particulares, en la cual 2 o más personas se turnan para intercambiar palabras conformadas por preguntas y respuestas sobre un tema en concreto

Para la recolección de información se usará como técnica la entrevista, asimismo, el instrumento a manejar será la entrevista semiestructurada, que consiste de una serie de 16 preguntas creadas con la finalidad de conocer los diferentes puntos de vista de cada participante. Los participantes fueron seleccionados por la experiencia que tienen gestionando en la panadería. Todo ello teniendo como propósito la adquisición de información importante sobre el tema de investigar.

Para validar el rigor científico en el trabajo de investigación se ha utilizado artículos científicos de fuentes nacionales e internacionales, en las cuales los buscadores de almacenamientos utilizados fueron: Scielo, Redalyc, Alicia y google académico

Por ello, se menciona a los criterios de rigor científico que avalen la investigación:

Para Noreña et al (2012)⁽³⁷⁾ la confiabilidad trata de emplear los mismos métodos utilizados, pero con resultados parecidos, en la cual es necesario que se lleven registros sistematizados en los estudios realizados por investigadores, donde si los resultados se repiten la fiabilidad se vuelve más concreta. Asimismo, para que se tenga una buena interpretación de resultados, ya que se vuelve un soporte esencial para las investigaciones, además recolectar información y realizarlo por distintos métodos genera validez

en lo que se proyecta, además de un buen proceso metodológico la investigación es creíble. Por otro lado, en base a la credibilidad se menciona que consiste en la transferencia de resultados a distintos contextos y van relacionados con los participantes, para un mayor resultado es necesario realizar una descripción.

La información que se obtuvo mediante de las entrevistas fue obtenida mediante grabaciones con el consentimiento de los entrevistados, posteriormente ser analizada a través de la matriz de codificación y la matriz de entrevistas y conclusiones. Resaltando que la data obtenida será para uso exclusivo de la presente investigación.

Para justificar esta investigación fue elaborada con los lineamientos de ética de la Universidad, además teniendo como guía de redacción a las normas APA. Del mismo modo, se llenará el Formulario de Autorización de Publicación en el Repositorio Académico de la UTP, en donde se dará el permiso a que esta investigación se haga pública en los repositorios de la universidad. Por último, se tendrá que validar la originalidad de los datos de investigación realizada, se corroboró con el uso de la herramienta Turnitin, con la cual siguiendo con los lineamientos se busca obtener un resultado en el grado de similitud menor al 20 %.^(38,39,40,41)

DISCUSIÓN

En base las técnicas utilizadas y para responder al objetivo general de esta trabajo de investigación, se concluye que la atención al cliente en la panadería de Surquillo lo toman como punto importante, para su marca, los entrevistados, contestaron sobre los objetivos, determinaron que la satisfacción del cliente es fundamental, es por ello que el personal está en constante capacitaciones, como atender amablemente, con respeto y tener conocimiento de los insumos de cada producto nuevo que ingresa a la panadería, el entrevistado nos indica tener el personal capacitado es un factor fundamental, ya que la satisfacción del cliente es sentirse conforme con el servicio que le brindan dentro del local o del producto que adquieren.^(42,43) Asimismo, el área administrativa se enfoca en fidelizar a los clientes con promociones o descuento, con ayuda en base datos que cuentan cuando un cliente se escribe en la página web, con la finalidad que sea fiel a la marca.⁽⁴⁴⁾ Además, consideran importante el tiempo de respuesta al momento de atender a los clientes ante cualquier queja, sugerencia o reclamo, la empresa responde los mensajes de manera manual y por orden de llegada, tanto mediante el medio virtual como presencial.⁽⁴⁵⁾ Finalmente se tiene en cuenta que la infraestructura para el dueño de la empresa no es del todo provechosa, ya que no cuenta con un espacio grande en el cual pueda abarcar más personas, esto para él es un problema que lo mantiene durante años, en el cual busca el momento para que pueda reorganizarse, sin embargo, el administrador cree que se debería realizar de una vez, puesto que la competencia en el mercado está fuerte con respecto a ese rubro.^(46,47)

De acuerdo con el expresado por el entrevistado un factor importante para su empresa, que es reconocida por su marca, es la atención al cliente, el personal debe estar capacitado, para cualquier duda del cliente al ingresar al establecimiento, para ello cuentan con una supervisora de tienda que se encarga en capacitar constantemente a las nuevas trabajadoras que ingresan a la panadería, ya que para ellos es fundamental que el cliente se sienta satisfecho y se fidelicen con la marca.⁽⁴⁸⁾ Tienen a futuro proyectos para ampliar el local de tienda al igual que el área de producción por la demanda.⁽⁴⁹⁾

La fidelización es un factor importante para la empresa hacia los clientes, el entrevistado nos comenta que generan una relación con los clientes mediante la base de datos que cuentan a través su tienda virtual, registran a los clientes más frecuentes, mandando promociones o cupones y en fechas festivas, siendo esto un factor que interviene en la atención y sea beneficioso para la empresa, brindado productos de calidad.⁽⁵⁰⁾

La panadería también se preocupa en brindar un producto de calidad, que el cliente se sienta satisfecho en cuanto el sabor y los insumos que tiene cada pan, lo cual se elaboran con insumos peruanos y técnicas francesa, siendo así la diferencia de otras panaderías del distrito y cada panadero sea capacitado en cuanto las técnicas francesas.^(51,52)

Se concluye que los entrevistados si tienen conocimientos cuales son los factores importantes para la atención al cliente, se preocupan que la persona que pruebe o visite la tienda se sienta cómodos y se lleven una buena experiencia, al igual tienen proyecto a futuro que la tienda se debe ampliar y seguir mejorando.⁽⁵³⁾

Para el administrador es importante que se mantenga la imagen de la panadería luego de tantos años de ejecución, considera que recién la marca está dando resultados favorables y gracias al manejo de las

redes sociales las ventas van incrementando para poder ampliar ciertas áreas de la tienda el cual permitirá un mejor ambiente.^(54,55)

Se considera que la buena atención y productos de calidad que se brinda hasta el momento ha permitido que la empresa siga presente en el rubro y aún más, es reconocible que las ventas han aumentado en la página virtual de la tienda y la marca se hace más conocida por las redes sociales en la cual se reposteas y se sube post con los productos y promociones que se realizan en diversos festejos.^(56,57,58,59)

La asistencia administrativa considera que el manejo de las redes sociales ha apoyado mucho a fidelizar clientes e incrementarlo, pues ello a permitido que se supervise los productos a mayor grado de que no se quede mal con los clientes, es decir disminuyendo las quejas y errores que anteriormente eran muchos y por ende los clientes se iban, en anteriores años no se daba tanta importancia a lo que los clientes requerían.^(60,61,62)

La supervisora de tienda está en constante filtro con los productos que recibe para la venta, pues de ellos ella es consciente que dependerá seguir incremento sus ventas, en temporada de invierno es donde las personas suelen tener mayor concurrencia y aprovecha en gestionar degustaciones de nuevos productos en el ambiente de la tienda que es del agrado de muchas personas por su acondicionamiento de tranquilidad.⁽⁶³⁾

La supervisora de tienda está en constante filtro con los productos que recibe para la venta, pues de ellos ella es consciente que dependerá seguir incremento sus ventas, en temporada de invierno es donde las personas suelen tener mayor concurrencia y aprovecha en gestionar degustaciones de nuevos productos en el ambiente de la tienda que es del agrado de muchas personas por su acondicionamiento de tranquilidad.⁽⁶⁴⁾

Ganoza (2019) realizó una investigación acerca de la relación calidad y satisfacción del cliente en una panadería, en lo cual observar si el proceso de productividad y satisfacción del cliente tiene algo en común.⁽⁶⁵⁾

Cuando evaluamos los antecedentes, tenemos a Zárraga et (2018)⁽⁶⁶⁾ nos indica el objetivo de analizar relaciones entre satisfacción del cliente y la calidad del producto. Por otro lado, tenemos a Cabanillas te (2022)⁽⁶⁷⁾ que nos indica que la infraestructura es un recurso clave e importante, para la atención el cliente y la comodidad.⁽⁶⁸⁾

Se demuestra que es importante en toda empresa la satisfacción que tenga el cliente y la calidad que se brinda al momento que consume cualquier producto, esto va de la mano con el ambiente en el cual el cliente disfruta de la atención.^(69,70,71,72)

Se concluye a nivel nacional e internacional que la atención al cliente es fundamental la cual hace que se implemente una buena infraestructura al momento que el cliente decide asistir al establecimiento.⁽⁷³⁾

Se observa que los cuatro entrevistados, desde la perspectiva de sus actitudes en responder, comportamiento y también a la observación de su local que se encuentra en Surquillo, se concluye que concuerdan con los resultados obtenidos gracias a sus repuestas. Donde fue reflejado su cordialidad y predisposición con la entrevista, cada entrevistado de diferentes cargos tuvieron conocimiento sobre el tema, en donde uno más que otro entrevistado.⁽⁷³⁾

Sobre el análisis documental, se pudo observar cuando se visitó el establecimiento que está ubicado en Surquillo, se aprecia que tienen una gran cogida de clientes, el personal nos indicó que sus ventas suben cuando es temporada de invierno, en base de ello el área administrativa analizan ampliar el local, por la gran demanda.

Se concluye que los entrevistados si tienen conocimiento de los factores que intervienen en la atención, en base su perspectiva de sus áreas, cada uno se preocupa por el bienestar del cliente desde que ingresa a la tienda hasta su salida. Por parte de los encargados, capacitan al personal que atiende directamente al usuario y de producción que elabora los productos, para una buena calidad.^(73,74,76,76)

La conclusión final de las técnicas utilizadas y respondiendo al objetivo de este trabajo, se concluye las repuestas brindadas por cada entrevistador, indican que es importante la atención al cliente que su personal esté calificado, ya que la marca está establecida en el mercado, como una panadería que vende producto de calidad. De igual manera mejorar la infraestructura del local físico, para la comodidad del cliente.

CONCLUSIONES

Primera: Se concluye que es indispensable para la panadería que se encuentra en Surquillo, seguir poder manteniendo y ofreciendo una mejor calidad de servicio en sus clientes en cuanto atención, si se cumple con las expectativas del cliente y ellos sientan la cogida de la empresa que toman importancia la atención al cliente, entonces se convertirían en un cliente fidelizado, y esto generará que la panadería tenga mayor acogida en el mercado.

Segunda: Por otro lado, se concluye que la infraestructura de la panadería no es un espacio tan amplio, se encuentra en un nivel medio, si mejora la infraestructura, tendrá más capacidad en retener más clientes, ellos no se retiren por falta de espacio, entonces el cliente acudirá con mayor frecuencia al establecimiento.

Tercera: La entrevista fue de gran apoyo a la recolección de información hacia los encargados de la panadería, ya que sirvió para poder evidenciar los distintos puntos de vista que tienen con respecto a diversos factores que intervienen en el sistema de manejo e identificar los problemas que están sucediendo y poder apoyar implementando sistemas para un óptimo manejo.

RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda que el Administrador de la panadería La P'tite France, tenga en cuenta al momento de reclutar personal, que cuenten mínimo 3 a 6 meses de experiencia en atención al cliente o que haya trabajado en cafetería o restaurante, así destacando siempre por brindar una atención de calidad, para ello debe seguir mejorando la capacitación y supervisando la atención del personal hacia los clientes.

Segunda: Se recomienda a la empresa que sería necesario como complemento implementar un chat automático u otro sistema que permita responde solo las preguntas o reclamos básicos que suelen dar los clientes mediante las redes sociales, permitiendo así que el tiempo sea más eficiente y óptimo para evitar que el cliente esté esperando bastante tiempo en recibir la respuesta, esto ayudara mucho ya que se evidencia el aumento demanda de clientes en la panadería.

Tercera: Se le recomienda al administrador que contrate un grupo de especialistas en drywall para que puedan modificar la tienda o implementar un segundo nivel, permitiendo con ello la comodidad del cliente, ya que al acudir al establecimiento se sentirá mucho más contento, asimismo ello hará que las ventas aumenten en un 30 %, ya que las personas que compraban para llevar evitan hacerlo y acudiría al segundo piso.

REFERENCIA BIBIOGRAFICAS

1. Abarca Sánchez, Y., Barreto Rivera, U., Barreto Jara, O., y Díaz Ugarte, J. L. (2022). Fidelización y retención de clientes en una empresa líder de telecomunicaciones en Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(98), 729-743
<https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/37844/41692>

2. Alcaide, J. (2015) *Fidelización de clientes*. Esic editorial.
https://books.google.com.pe/books/about/Fidelizaci%C3%B3n_de_clientes.html?id=CBanCwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es-419&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

3. Almeida VSQ, Sánchez MEB, Estrella NLC, Solis EPL, Fonseca LEN, Bravo BBP. Transición de la fase aguda a la rehabilitación del paciente crítico. *Salud, Ciencia y Tecnología* 2022;2:303-303.
<https://doi.org/10.56294/saludcyt2022303>.

4. Amaro NNV, Rios SWR, Claudio BAM. Influencing factors and student desertion at a private university in northern Lima. *Seminars in Medical Writing and Education* 2022;1:14-14.
<https://doi.org/10.56294/mw202214>.

5. Apaza Mamani, R. M. (2019). Estrategia de endomarketing para fidelizar a los clientes internos de una empresa de pizza. *Revista Enfoques*, 3(12), 250-270.
<https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v3i12.70>

6. Arévalo, J. (20 de septiembre de 2020). El francés que dejó su trabajo en una multinacional para abrir una panadería en Perú con insumos nuestros. *El Comercio* <https://elcomercio.pe/vamos/peru/el-frances-que-dejo-su-trabajo-en-una-multinacional-para-a>

7. Auza-Santiviáñez JC, Díaz JAC, Cruz OAV, Robles-Nina SM, Escalante CS, Huanca BA. mHealth in health systems: barriers to implementation. *Health Leadership and Quality of Life* 2022;1:7-7. <https://doi.org/10.56294/hl20227>.

8. Aveiro-Róbaló TR. Distance learning and its relation to medical education in the present times. *Seminars in Medical Writing and Education* 2022;1:10-10. <https://doi.org/10.56294/mw202210>.

9. Becerra-Godínez, JA, Serralde-Coloapa, JL, Ramírez-Arellano, A., & Acosta-Gonzaga, E. (2022). Factores que cuantifican la percepción de calidad en el servicio al cliente en un restaurante mexicano. *CienciaUAT*, 16 (2), 73-84. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v16i2.1568>

10. Beltrão HB, Brito CGR, Sousa DC, Silva MEF da, Brandão PF, Santos WA dos. Principales diagnósticos e intervenciones de enfermería en el manejo del Síndrome de Hellp. *Salud, Ciencia y Tecnología* 2022;2:106-106. <https://doi.org/10.56294/saludcyt2022106>.

11. Bernal Guio, A., (2018). Modelo de medición de impacto de los sistemas de información en las MYPES en el Perú. *Industrial Data*, 21(1), 35-42. <https://www.redalyc.org/journal/816/81658059006/>

12. Cabanillas, A., Quiroz, X., Aliaga, J., Salas, C., (2022) Plan de negocio para una panadería especializada en panes hechos de masa madre en la ciudad de Lima. (Tesis maestría, Esan business). Repositorio Institucional UN. <https://repositorio.esan.edu.pe///handle/20.500.12640/3202>

13. Cabrejos, F. (2018). El sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurante el Gourment urbano en el distrito de San Isidro [tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres de Perú]. Repositorio <https://hdl.handle.net/20.500.12727/4339>

14. Callejo Gallego, Javier. (2002). Observación, entrevista y grupo de discusión: el silencio de tres prácticas de investigación. *Revista Española de Salud Pública*, 76(5), 409-422. Recuperado en 01 de junio de 2023, de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-57272002000500004&lng=es&tlng=es.

15. Cano CAG, Castillo VS. Estructura del conocimiento en rehabilitación dentro y fuera del área de la Medicina: Perspectivas Bibliométricas de las categorías «Physical Therapy, Sports Therapy and Rehabilitation» y «Rehabilitation». *Interdisciplinary Rehabilitation / Rehabilitacion Interdisciplinaria* 2022;2:22-22. <https://doi.org/10.56294/ri202222>.

16. Canova-Barrios C, Machuca-Contreras F. Interoperability standards in Health Information Systems: systematic review. *Seminars in Medical Writing and Education* 2022;1:7-7. <https://doi.org/10.56294/mw20227>.

17. Castillo JIR. Identifying promising research areas in health using bibliometric analysis. *Data and Metadata* 2022;1:10-10. <https://doi.org/10.56294/dm202210>.

18. Castillo-González W, Lepez CO, Bonardi MC. Chat GPT: a promising tool for academic editing. *Data and Metadata* 2022;1:23-23. <https://doi.org/10.56294/dm202223>.

19. Castillo-Gonzalez W. Charting the Field of Human Factors and Ergonomics: A Bibliometric Exploration. *Health Leadership and Quality of Life* 2022;1:6-6. <https://doi.org/10.56294/hl20226>.

20. Castillo-Gonzalez W. ChatGPT and the future of scientific communication. *Metaverse Basic and Applied Research* 2022;1:8-8. <https://doi.org/10.56294/mr20228>.

21. Castro, S. (2019). La Gestión de la Calidad y la Satisfacción del Cliente de la Panadería Joli´s Pan en el Distrito del Callao [tesis de maestría, Universidad Enrique Guzmán y Valle]. <https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/4508>
22. Cavalcante, M., Santos, V., Oliveira, L., Clayton, (2019). Baja gastronomía. Análisis de la influencia del ambiente sobre la satisfacción de los clientes del Restaurante Reteteu. *Estudios y Perspectivas en Turismo*,3, 636-651. <https://www.redalyc.org/journal/1807/180762492010/180762492010.pdf>
23. Concepción AAR, Chagime RG. World Metaverse Index (WMI): a necessary tool for assessing metaverse implementation and its impact globally. *Metaverse Basic and Applied Research* 2022;1:5-5. <https://doi.org/10.56294/mr20225>.
24. Couto MS, Estrin MA. Is there a relationship between gliflozins and acute pancreatitis? Evidence-based analysis. *Data and Metadata* 2022;1:39-39. <https://doi.org/10.56294/dm202277>.
25. Delgado CB. User experience (UX) in metaverse: realities and challenges. *Metaverse Basic and Applied Research* 2022;1:9-9. <https://doi.org/10.56294/mr20229>.
26. Dubuc-Piña, AA. (2022). Marketing sensorial como estrategia persuasiva para la fidelización del cliente en el sector de servicios, *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, vol. 7,(13), 2022 Fundación Koinonía, Venezuela. <https://www.redalyc.org/journal/5768/576870356003/>
27. Durón-González, F., Rivas-Tovar, L. A., & Cárdenas-Tapia, M. (2023). Models for Assessing the Complexity of Infrastructure Construction Projects. *Ingeniería*, 28(1), 1-29. <https://www.redalyc.org/journal/4988/498875016003/>
28. Equipo editorial (2019) Atención y fidelización de clientes. https://books.google.com.pe/books?id=tXfIDwAAQBAJ&hl=es&source=gbs_navlinks_s
29. Erazo Jiménez, M. S., (2011). Rigor científico en las prácticas de investigación cualitativa. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, XXII(42), 107-136 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14518444004>
30. Factors Affecting Customer Loyalty in the Restaurant Service Industry in Kuwait City, Kuwait (2018) Faraj Mazyed Faraj Aldaihani*1 Noor Azman bin Ali, PhD2 <https://rpajournals.com/wp-content/uploads/2018/07/JIBM-2018-02-14.pdf>
31. Fernández, Víctor H. (2020) Tipos de justificación en la investigación científica Espíritu emprendedor, 65 - 76 . <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
32. Ferrer-Benítez M. Online dispute resolution: can we leave the initial decision to Large Language Models (LLM)? *Metaverse Basic and Applied Research* 2022;1:23-23. <https://doi.org/10.56294/mr202223>.
33. Ganoza, C. (2019) La Gestión de la Calidad y la Satisfacción del Cliente de la Panadería Joli´s Pan en el Distrito del Callao [Tesis doctoral, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle] Recuperado <http://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/4508>
34. Garcia-Rivero AA, Gonzalez-Argote J, Acosta-Batista C. Panorama of Cuban student journals. 2005-2015. Part One: bibliometric analysis. *Educacion Medica* 2018;19:147-52. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2016.12.003>.
35. Garcia-Rivero AA, González-Argote J. Forms of scientific. *Educacion Medica* 2017;18:209-11. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2016.03.010>.

36. Garcia-Rivero AA, Jiménez Mederos Y, Castañeda Piñera Y, González-Agote J. Way to young science. *Revista Cubana de Educacion Medica Superior* 2017;31:273-6.

37. González-Argote J, Castillo AAV. Lessons learned and to be learned about the Cuban student scientific publication. *Revista Cubana de Medicina Militar* 2021;50.

38. Gonzalez-Argote J, Garcia-Rivero AA. Evaluation of the function of Cuban student journals. *Educacion Medica* 2021;22:161-7. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2018.04.017>.

39. Gonzalez-Argote J, Garcia-Rivero AA. Repository of student research: A necessary and important task. *Educacion Medica* 2020;21:212-7. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2018.04.014>.

40. Gonzalez-Argote J, Garcia-Rivero AA. Student scientific events in Cuba: an opportunity for all. *Medwave* 2017;17:e6878. <https://doi.org/10.5867/medwave.2017.02.6878>.

41. Gonzalez-Argote J. Calidad del Sueño: Factor Clave en la Recuperación Física y Mental de Estudiantes de Medicina. *Interdisciplinary Rehabilitation / Rehabilitacion Interdisciplinaria* 2022;2:21-21. <https://doi.org/10.56294/ri202221>.

42. Gonzalez-Argote J. Patterns in Leadership and Management Research: A Bibliometric Review. *Health Leadership and Quality of Life* 2022;1:10-10. <https://doi.org/10.56294/hl202210>.

43. Gonzalez-Argote J. Uso de la realidad virtual en la rehabilitación. *Interdisciplinary Rehabilitation / Rehabilitacion Interdisciplinaria* 2022;2:24-24. <https://doi.org/10.56294/ri202224>.

44. Gupta B. Understanding Blockchain Technology: How It Works and What It Can Do. *Metaverse Basic and Applied Research* 2022;1:18-18. <https://doi.org/10.56294/mr202218>.

45. Inastrilla CRA. Big Data in Health Information Systems. *Seminars in Medical Writing and Education* 2022;1:6-6. <https://doi.org/10.56294/mw20226>.

46. Jesus Moreira Junior, F., Pellegrin Ansuji, A., Renê de Oliveira, J., & Dittmar Weise, A. (2019). Assessment of customer satisfaction of a restaurant in Santa Maria - RS. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, 12(3), 434-450. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273462728003>

47. KUSUMAWATI, A., WUSKO, A., S., & PANGESTUTI, E. (2021). Relational Benefits on Customer Satisfaction: Sharia Empirical Study in Indonesia. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 26(1), 312-320. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4556281>

48. López, D. (2018). Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil [Tesis de maestría, Universidad católica de Santiago de Guayaquil]. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

49. López, D. C. (2018) Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante, Ate, 2018. [Tesis, Grado] Universidad Cesar Vallejo. Recuperado https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19612/Palomino_CFI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

50. López, J. (2020). COMT004PO - Fundamentos de atención al cliente. Editorial Elearning. <https://books.google.es/books?id=VGzoDwAAQBAJ&lpg=PA7&dq=atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20importancia&lr&hl=es&pg=PA8#v=onepage&q=atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20importancia&f=false>

51. Martínez de Quel Pérez, Ó., & Sillero Quintana, M. (2014). Sobre la expresión “respuesta de reacción” y el concepto “tiempo de respuesta”. *Apuntes Educación Física y Deportes*, (118), 88-92. <https://www.redalyc.org/pdf/5516/551656903009.pdf>

52. Mejia, B, Angel, M. (2023). Marketing mix para la fidelización del cliente en un restaurante de menú, Chota [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Recupero https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/108230/Bravo_MMA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

53. Noreña, A. L., Alcaraz-Moreno, N., Rojas, J. G., & Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3), 263-274. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74124948006>

54. Orsetti M, Bertolini Y, Villaalta AF, Creo F, Santillan P. Management of operational activities at the Regional Human Milk Collection Center: an analysis from the perspective of local intervention strategies and information systems. *Data and Metadata* 2022;1:35-35. <https://doi.org/10.56294/dm202273>.

55. Ortega, J. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*,8(2),155-156. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2072-92942017000200008&lng=es&tlng=es

56. Parrales, J. (2017). Gerencia Estratégica y Tecnología de la Comunicación e Información - TICs. *Dominio de las Ciencias*, 3, 218-236. <http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.mono1.ago>.

57. Pérez-Del-Vallín V. Development of communication skills in the health sector. *Seminars in Medical Writing and Education* 2022;1:5-5. <https://doi.org/10.56294/mw20225>.

58. Pilelienė L., Nuno A. & Grigaliūnaitė V. (2016) Customer satisfaction in the catering industry: Contrasts between Lithuania and Portugal. *Revista Tourism & Management Studies*, 12(1) (2016), 53-59. https://www.tmstudies.net/index.php/ectms/article/view/745/pdf_4

59. Putra Barusman, Andala Rama; Rulian, Evelin Putri. (2020). Customer Satisfaction and Retention and its impact on Turism in Hotel Industry *Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 25, núm. Esp.1 Universidad del Zulia, Venezuela <https://www.redalyc.org/journal/279/27963086012/>

60. Quevedo NLC, Huamani ELM, Ruiz GEZ, Claudio BAM. Democratic leadership and administrative management in a private university in northern Lima. *Health Leadership and Quality of Life* 2022;1:5-5. <https://doi.org/10.56294/hl20225>.

61. Rivas LM, Alcocer ILA. Efectos del ejercicio de rehabilitación sobre la calidad de vida en pacientes con fibromialgia. *Revisión de ensayos clínicos. Interdisciplinary Rehabilitation / Rehabilitacion Interdisciplinaria* 2022;2:23-23. <https://doi.org/10.56294/ri202223>.

62. Rivas LM, Cruz LM. Revisión de ensayos clínicos sobre la eficacia de la rehabilitación cognitiva en pacientes con lesión cerebral traumática. *Interdisciplinary Rehabilitation / Rehabilitacion Interdisciplinaria* 2022;2:25-25. <https://doi.org/10.56294/ri202225>.

63. Sánchez CAS, Grandón KLR. Aprendizaje organizacional, diversidad e inclusión de minorías sexuales al ámbito laboral sanitario. *Salud, Ciencia y Tecnología* 2022;2:124-124. <https://doi.org/10.56294/saludcyt2022124>.

64. Sánchez Flores, F. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1). http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2223-

65. Segoro, Waseso; Limakrisna, Nandan (2020). Model of Customer Satisfaction and Loyalty. *Universidad del Zulia, Venezuela. Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 25, núm. Esp.1 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27963086017>

66. Silva Juárez, R., Julca Calderón, F., Luján-Vera, PE, & Trelles Pozo, LR (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)* , 27 (3), 193-203. <https://www.redalyc.org/journal/280/28068276017/>

67. Silva Monteiro Boaventura, P., & Pereira Zamith Brito, E. (2018). Leveraging Highly Relational Service Performance Through The Participation of Empowered Customer. *Revista Brasileira de Marketing*, 17(3), 315-328. <https://periodicos.uninove.br/remark/article/view/12222/5866>

68. Silva-Sánchez CA, Reynaldos-Grandón KL. La Profilaxis Pre-Exposición y las nuevas tecnologías para la adherencia al tratamiento en Chile. *Salud, Ciencia y Tecnología* 2022;2:119-119. <https://doi.org/10.56294/saludcyt2022119>.

69. Stefanini, C. J., Alves, C. A., & Barcellos Marques, R. (2018). Let's have lunch! A study on the relation between hospitality, service quality and experience marketing and guest satisfaction in restaurants. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(1), 57-79. <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/1372/796>

70. Subali patma, tunding; kusumawati, andriani; mauludin, hanif; zaini, achmad. (2020). Mediating Effect of Customer Perceive Value on Experience Quality and Loyalty Relationship, *Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 25, no. Esp.6, Universidad del Zulia, Venezuela <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27964115049>

71. Valencia-Contrera MA. Actualización metodológica de revisiones integrativas: un énfasis en la calidad de los resultados. *Salud, Ciencia y Tecnología* 2022;2:171-171. <https://doi.org/10.56294/saludcyt2022171>.

72. Valle CFD, Grisel SN, Daniel HR, Martin MV. Perception of mobbing among nurses in the on-call sector. *Health Leadership and Quality of Life* 2022;1:8-8. <https://doi.org/10.56294/hl20228>.

73. Vargas Castro, E. A. (2014). *Construyendo Ingeniería Urbana: Infraestructura para el desarrollo urbano: apuntes iniciales desde el contexto de Bogotá*. Colombia: Universidad Piloto de Colombia. https://www.google.com.pe/books/edition/Construyendo_Ingenieria_Urbana/COo0DwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1

74. Zamora J., (2021). La atención y la satisfacción del cliente en el restaurante “maná” en la ciudad de Piura - 2019. [Tesis maestría, universidad nacional de Piura] <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12676/2918/ADGEM-ZAM-VIG-2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

75. Zanchett, R., & Pacheco Paladini, E. (2019). Consumer loyalty programs: impact of different modalities. *Dyna*, 86(208), 206-212. <https://www.redalyc.org/journal/496/49660955025/>

76. Zárraga Cano, L., Molina, V. M., Corona, S., E. (2018). *Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática. 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*, 7, 13-14. <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968306002/637968306002.pdf>

FINANCIACIÓN

Los autores no recibieron financiación para el desarrollo de la presente investigación.

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Conceptualización: Brigitte Gamarra-Bohorquez, Maricielo Collahua-Medina, Gustavo Zarate-Ruiz, Brian Meneses-Claudio.2. *Curación de datos:* Brigitte Gamarra-Bohorquez, Maricielo Collahua-Medina, Gustavo Zarate-Ruiz, Brian Meneses-Claudio.

Análisis formal: Brigitte Gamarra-Bohorquez, Maricielo Collahua-Medina, Gustavo Zarate-Ruiz, Brian Meneses-Claudio.

Adquisición de fondos: Brigitte Gamarra-Bohorquez, Maricielo Collahua-Medina, Gustavo Zarate-Ruiz, Brian Meneses-Claudio.

Investigación: Brigitte Gamarra-Bohorquez, Maricielo Collahua-Medina, Gustavo Zarate-Ruiz, Brian Meneses-Claudio.

Metodología: Brigitte Gamarra-Bohorquez, Maricielo Collahua-Medina, Gustavo Zarate-Ruiz, Brian Meneses-Claudio.

Administración del proyecto: Brigitte Gamarra-Bohorquez, Maricielo Collahua-Medina, Gustavo Zarate-Ruiz, Brian Meneses-Claudio.

Recursos: Brigitte Gamarra-Bohorquez, Maricielo Collahua-Medina, Gustavo Zarate-Ruiz, Brian Meneses-Claudio.

Software: Brigitte Gamarra-Bohorquez, Maricielo Collahua-Medina, Gustavo Zarate-Ruiz, Brian Meneses-Claudio.

Supervisión: Brigitte Gamarra-Bohorquez, Maricielo Collahua-Medina, Gustavo Zarate-Ruiz, Brian Meneses-Claudio.

Validación: Brigitte Gamarra-Bohorquez, Maricielo Collahua-Medina, Gustavo Zarate-Ruiz, Brian Meneses-Claudio.

Visualización: Brigitte Gamarra-Bohorquez, Maricielo Collahua-Medina, Gustavo Zarate-Ruiz, Brian Meneses-Claudio.

Redacción - borrador original: Brigitte Gamarra-Bohorquez, Maricielo Collahua-Medina, Gustavo Zarate-Ruiz, Brian Meneses-Claudio.

Redacción - revisión y edición: Brigitte Gamarra-Bohorquez, Maricielo Collahua-Medina, Gustavo Zarate-Ruiz, Brian Meneses-Claudio.