



Universidad de Granada

Investigadores de la UGR confirman la importancia de que los restaurantes sean 'auténticos', tanto en la comida como en el ambiente, para fidelizar a sus clientes

20/03/2020

Divulgación

La autenticidad es un atributo cada vez más apreciado por consumidores y turistas, y en el ámbito de los restaurantes se refiere al grado en el que cliente percibe que la comida y el ambiente es congruente con la cultura en cuestión. Así, investigadores del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada, pertenecientes a los campus de Granada y Ceuta, han tratado de examinar el efecto de la autenticidad percibida en el restaurante en el desarrollo de la preferencia y la lealtad hacia éste - lo que se conoce como “capital de marca” desde el punto de vista del cliente-, analizando además si este efecto difiere según el tipo de restaurante del que se trate.



[Leer noticia completa](#)

Compartir en