



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
UNIDAD DE POSGRADO**

**EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS EN LOS RESTAURANTES
CATEGORÍA A DEL GREMIO DE TURISMO DE LA CÁMARA DE
COMERCIO DE LIMA, 2023**

PRESENTADA POR

DIANA GISELLE HERRERA WESTTER

ASESORA

MÓNICA ELIZABETH REGALADO CHAMORRO

TESIS

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN MARKETING
TURÍSTICO Y HOTELERO**

LIMA – PERÚ

2024



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
UNIDAD DE POSGRADO**

**EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS EN LOS
RESTAURANTES CATEGORÍA A DEL GREMIO DE
TURISMO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA
2023**

**TESIS
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN MARKETING
TURÍSTICO Y HOTELERO**

**PRESENTADA POR:
DIANA GISELLE HERRERA WESTTER**

**ASESORA:
DRA. MÓNICA ELIZABETH REGALADO CHAMORRO**

**LIMA, PERÚ
2024**

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta investigación a mi familia, especialmente a mi esposo, quien me inspiró y me dio la confianza para dar este gran paso en mi vida.

Y a mis padres, por sus enseñanzas, y valores inculcados, que contribuyeron a mi formación profesional y personal.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, por darme la suficiente fortaleza de concluir con tan importante proyecto en mi vida.

A mi padre, que está en el cielo, porque estoy segura que, desde arriba siempre me envió pastillitas de paciencia para no desfallecer.

A la Cámara de Comercio de Lima, por abrirme las puertas y permitirme realizar mi tesis con el Gremio Turismo de tan prestigiosa institución.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
REPORTE DE SIMILITUD	x
INTRODUCCIÓN	x
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1 Descripción de la situación problemática	13
1.2. Formulación del problema	14
1.3. Objetivos de la investigación	15
1.4. Justificación de la investigación	15
1.4.1. Importancia de la investigación	17
1.5. Viabilidad de la investigación	18
1.6. Limitaciones del estudio	19
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	21
2.1. Evidencia empírica	21
2.2. Bases Teóricas	31
2.3. Definición de términos básicos	40
CAPITULO III: METODOLOGÍA	43
3.1 Diseño metodológico	43
3.2 Procedimiento muestral	45
3.3. Técnicas de recolección de la información	51
3.4. Validez o rigor científico	52
3.5. Técnicas de procesamiento de la información	53
3.6. Aspectos éticos	54
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	64

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	153
CONCLUSIONES	164
RECOMENDACIONES	167
REFERENCIAS	175
ANEXOS	182
PROPUESTA DE MEJORA	214

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Categorías de estudio	52
Tabla 2 Validez del contenido del instrumento	53
Tabla 3 Guía de entrevista 1, experto 1 – Gerente General del restaurante Punta Sal Miraflores y Presidente del Gremio de Turismo de la CCL.....	64
Tabla 4 Guía de entrevista 2, experto 2 – Gerente del Restaurante El Cántaro-Chiclayo.....	68
Tabla 5 Guía de entrevista 3, experto 3 – Administrador del Restaurante Parrillada Carnal Prime Steakhouse.....	72
Tabla 6 Guía de entrevista 4, experto 4 – Administrador del Taller Restaurante Qhusi	75
Tabla 7 Guía de entrevista 5, experto 5 – Administradora de Rubens Restaurante	80
Tabla 8 Guía de entrevista 6, experto 6 – Gerente General de Anacardo Restaurante- San Isidro.....	89
Tabla 9 Guía de entrevista 7, experto 7 – Gerente del Restaurante Punta Sal de San Isidro	98
Tabla 10 Guía de entrevista 8, experto 8 – Administrador Restaurante Mandala-Miraflores.....	105
Tabla 11 Guía de entrevista 9, experto 9 – Gerente General de Amora Pastelería y Catering	111
Tabla 12 Guía de entrevista 10, experto 10 – Administrador Restaurante Long Horn-San Isidro.....	117
Tabla 13 Matriz comparativa de resultados - Pregunta 1	124
Tabla 14 Matriz comparativa de resultados- pregunta 2	126
Tabla 15 Matriz comparativa de resultados- pregunta 3	129
Tabla 16 Matriz comparativa de resultados- pregunta 4	131
Tabla 17 Matriz comparativa de resultados- pregunta 5	133
Tabla 18 Matriz comparativa de resultados- pregunta 6	136
Tabla 19 Matriz comparativa de resultados- pregunta 7	139

Tabla 20 Matriz comparativa de resultados- pregunta 8	141
Tabla 21 Matriz comparativa de resultados- pregunta 9	144
Tabla 22 Matriz comparativa de resultados- pregunta 10	146
Tabla 23 Matriz comparativa de resultados- pregunta 11	148
Tabla 24 Matriz comparativa de resultados- pregunta 12	150

RESUMEN

El objetivo principal de la presente investigación es determinar las experiencias gastronómicas en los restaurantes Categoría A del Gremio de Turismo de la CCL, identificando los aspectos de la calidad del producto, la calidad del servicio y el ambiente que contribuyen a dichas experiencias.

La presente investigación, habla sobre el estudio que se realizó para crear y validar una escala de medición de la calidad percibida de los servicios de restaurante.

Se hizo una revisión de la literatura existente sobre la excelencia en la gastronomía, y se desarrolló una escala específica para los servicios de restaurante, basada en diferentes dimensiones de la percepción del cliente.

El estudio de validación se realizó con datos de entrevistas a clientes de restaurantes, y se utilizaron métodos estadísticos para evaluar la fiabilidad y validez de la escala propuesta.

Los resultados del estudio indicaron que la escala era fiable y válida, y que las dimensiones clave de la calidad percibida eran: la calidad de la comida, la excelencia en la atención, la ambientación y el ambiente, la relación calidad-precio y la satisfacción general.

Se concluyó con la importancia de medir y gestionar la calidad percibida en los servicios de restaurante, para satisfacer las expectativas de los clientes y mejorar la experiencia del cliente.

Palabras clave: experiencias gastronómicas, calidad de la comida, excelencia en la atención, ambientación y ambiente, satisfacción del cliente.

ABSTRACT

The main objective of this research is to determine the gastronomic experiences in Category A restaurants of the Tourism Guild of the CCL, identifying the aspects of product quality, service quality and the environment that contribute to these experiences.

This research talks about the study that was carried out to create and validate a scale for measuring the perceived quality of restaurant services.

A review of the existing literature on excellence in gastronomy was carried out, and a specific scale was developed for restaurant services, based on different dimensions of customer perception.

The validation study was carried out with data from interviews of restaurant customers, and statistical methods were used to evaluate the reliability and validity of the proposed scale.

The results of the study indicated that the scale was reliable and valid, and that the key dimensions of perceived quality were: food quality, service excellence, atmosphere and environment, value for money and overall satisfaction.

It was concluded with the importance of measuring and managing the perceived quality in restaurant services, to meet customer expectations and improve the customer experience.

Keywords: gastronomic experiences, food quality, service excellence, atmosphere and environment, customer satisfaction.

REPORTE DE SIMILITUD

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

Reporte-EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS EN LOS RESTAURANTES

AUTOR

DIANA GISELLE HERRERA WESTTER

RECUENTO DE PALABRAS

42812 Words

RECUENTO DE CARACTERES

231446 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

219 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

11.8MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 28, 2024 7:21 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 28, 2024 7:24 AM GMT-5

● 9% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 7% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Material citado

INTRODUCCIÓN

El objetivo de esta investigación es definir la experiencia gastronómica de los restaurantes de cuatro tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima.

La relevancia del problema presentado se centra en los siguientes aspectos clave:

Impacto de la Pandemia: La investigación aborda cómo la pandemia de COVID-19 ha transformado significativamente la industria gastronómica, afectando tanto las operaciones como los hábitos de consumo, incluyendo el aumento del servicio de entrega a domicilio.

Globalización y Competencia: Se examina el efecto de la globalización en la innovación culinaria y la competencia entre destinos turísticos gastronómicos, destacando la importancia de la diferenciación y la adaptación a nuevas oportunidades y desafíos.

Sostenibilidad: La sostenibilidad se identifica como un factor crítico debido al impacto ambiental y social de las prácticas industriales y agrícolas, lo que resalta la necesidad de prácticas alimentarias responsables que garanticen la continuidad del negocio.

Desafíos Locales: Se identifican problemas específicos de la gastronomía peruana, como la informalidad, la capacitación, el acceso a financiamiento y la promoción turística que afectan la competitividad en el sector.

Estos puntos subrayan la importancia de comprender las experiencias gastronómicas desde la perspectiva de los clientes y directivos de restaurantes, para mejorar la satisfacción del cliente y fortalecer la posición competitiva de los restaurantes en el mercado. Además, la investigación contribuye al conocimiento y desarrollo de la gastronomía peruana, un componente vital para el turismo y la economía del país.

La metodología utilizada fue cualitativa, de alcance descriptivo y de diseño fenomenológico.

La presente tesis se ha desarrollado conforme al Manual de elaboración de Tesis de la Universidad San Martín de Porres, por ello la tesis tiene la siguiente estructura:

Capítulo I: Se crea un marco teórico, compuesto por antecedentes de investigación nacionales y extranjeros, fundamentos teóricos y definiciones de conceptos básicos.

Capítulo II: Se abordan los métodos de investigación como el diseño, los procedimientos, los métodos de recopilación y procesamiento de información y los aspectos éticos de la investigación.

Capítulo III: Se elaboraron los resultados, la matriz de codificación de los resultados de la encuesta y la matriz de comparación.

Capítulo IV: Los resultados del estudio son analizados y discutidos

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la situación problemática

La investigación presenta una investigación sobre las experiencias gastronómicas en los restaurantes de categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023. La investigación busca determinar los aspectos de la calidad del producto, la calidad del servicio y el ambiente que contribuyen a dichas experiencias. La realidad problemática de esta investigación es compleja y está influenciada por diversos factores clave de los cuales se ha considerado 4 que definen la problemática:

Experiencias Gastronómicas: Se enfatiza la importancia de entender las experiencias gastronómicas desde dos perspectivas principales: los clientes y los directivos de restaurantes. Esto sugiere que la investigación se centra en cómo estas dos partes perciben y valoran la experiencia gastronómica.

Satisfacción del Cliente y Competitividad: El objetivo de comprender estas experiencias es doble. Primero, para mejorar la satisfacción del cliente, lo que puede llevar a un mayor retorno de los clientes y una mejor reputación. Segundo, para fortalecer la posición competitiva de los restaurantes en el mercado, lo que puede resultar en una mayor cuota de mercado y rentabilidad.

Contribución a la Gastronomía Peruana: También destaca que la investigación contribuye al conocimiento y desarrollo de la gastronomía peruana. Esto implica que los

hallazgos podrían ser utilizados para mejorar la calidad y diversidad de la oferta gastronómica en Perú.

Impacto en el Turismo y la Economía: Finalmente, reconoce la gastronomía como un componente vital para el turismo y la economía del país. Esto sugiere que los avances en la gastronomía no sólo pueden mejorar la experiencia culinaria, sino también impulsar el turismo y contribuir al crecimiento económico de Perú.

Es decir, es preponderante presentar una visión integral de la importancia de la investigación en la gastronomía, destacando su impacto potencial en los clientes, los restaurantes, la cultura culinaria peruana, y la economía del país.

1.2. Formulación del problema

Problema General

¿Cuáles son las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?

Problemas específicos

1. ¿Qué aspectos de la calidad del producto contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?
2. ¿Qué aspectos de la calidad del servicio contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?

3. ¿Qué aspectos del ambiente contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?

1.3. Objetivos de la investigación

Objetivo General

Identificar las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023.

Objetivos específicos

1. Identificar los aspectos de la calidad del producto que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023.
2. Establecer los aspectos de la calidad del servicio que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023
3. Definir los aspectos del ambiente que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023.

1.4. Justificación de la investigación

La presente investigación tiene como propósito determinar las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023, con el fin de contribuir al

conocimiento y al desarrollo de la gastronomía peruana, que es un factor importante para el turismo y la economía del país. La investigación tiene una importancia social, práctica, metodológica y teórica, ya que:

Explora la cultura y la identidad culinaria de Perú, a través del análisis de las experiencias gastronómicas de los clientes y los directivos de los restaurantes de alta cocina, que reflejan la tradición, la innovación y la calidad de la gastronomía peruana.

Proporciona información valiosa para los profesionales de la industria gastronómica y turística, que les permita mejorar sus servicios, satisfacer las expectativas de los clientes, diferenciarse de la competencia y generar ventajas competitivas en el mercado.

Emplea una metodología cualitativa, de alcance descriptivo y de diseño fenomenológico, que permite comprender en profundidad el fenómeno de las experiencias gastronómicas, desde la perspectiva de los participantes y con un enfoque holístico e interpretativo.

Aporta al conocimiento existente en el campo de la gastronomía y el turismo, al identificar y analizar los aspectos que influyen en las experiencias gastronómicas, tales como la calidad del producto, la calidad del servicio y el ambiente del restaurante.

La investigación es viable, ya que se cuenta con el permiso y el apoyo de la Cámara de Comercio de Lima y de los dueños de los restaurantes de

categoría A, así como con los recursos financieros y materiales necesarios para su realización. Además, se respetarán los aspectos éticos y legales de la investigación, siguiendo las normas y los códigos correspondientes.

1.4.1. Importancia de la investigación

El análisis relevante de la justificación e importancia de la investigación se centra en los siguientes puntos clave:

Implicancia social:

La investigación explora la cultura y la identidad culinaria de Perú, reflejando la tradición e innovación de la gastronomía peruana. Esto tiene un valor significativo para comprender y preservar el patrimonio cultural.

Se destaca la importancia de este tipo de investigaciones porque genera motivación relacionada con las necesidades culturales, ya que la gastronomía es parte de la cultura de un país o región. Esta elección depende no sólo de las recomendaciones nutricionales, sino también de la calidad de la recepción, del personal y del ambiente.

Implicaciones prácticas:

Proporciona información valiosa para profesionales de la industria gastronómica y turística, ayudando a mejorar servicios, satisfacer expectativas de clientes y generar ventajas competitivas.

Implicancia metodológica:

Emplea un enfoque cualitativo y fenomenológico, permitiendo una comprensión profunda de las experiencias gastronómicas desde la perspectiva de los participantes permitiendo encontrar nuevas fuentes de ventaja competitiva.

Valor teórico:

Aporta al conocimiento existente en el campo de la gastronomía y el turismo, identificando aspectos que influyen en las experiencias gastronómicas como la calidad del producto, servicio y ambiente del restaurante.

1.5. Viabilidad de la investigación

El estudio se realizó con el permiso del Gerente General de la Cámara de Comercio de Lima, y también de los dueños y ejecutivos de los restaurantes de la categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima.

Además, se dispone de la información, documentos, papeles y libros necesarios para su realización y de los recursos financieros y materiales para su elaboración; por lo que puedo decir que es una investigación viable.

La viabilidad de esta investigación se basa en varios factores clave:

Accesibilidad de los Datos: La investigación se basa en datos que son accesibles y disponibles, lo que permite un análisis exhaustivo y riguroso.

Factibilidad Temporal: El tiempo estimado para completar la investigación es razonable y se ajusta al calendario académico o de financiación.

Factibilidad Económica: Los costos asociados con la realización de la investigación son manejables y se han identificado fuentes de financiación potenciales.

Factibilidad Metodológica: Los métodos propuestos son apropiados para responder a las preguntas de investigación y se pueden implementar con éxito.

Relevancia y Aplicabilidad: Los resultados de la investigación tienen el potencial de contribuir significativamente a la literatura existente y tienen aplicaciones prácticas claras.

Por lo tanto, dada la accesibilidad de los datos, la factibilidad temporal y económica, la factibilidad metodológica y la relevancia y aplicabilidad de los resultados, esta investigación es viable y promete aportar valiosos conocimientos y aplicaciones prácticas.

1.6. Limitaciones del estudio

Las investigaciones sobre experiencias gastronómicas pueden ser apasionantes y reveladoras, pero también tienen sus limitaciones que podrían afectar la validez interna y externa de la investigación. Aquí algunas consideraciones importantes:

Generalización de Resultados: El número de restaurantes seleccionados al ser un estudio cualitativo puede no considerar algunas experiencias que podrían ser merecedoras de ser mencionadas en la presente investigación.

Subjetividad en Respuestas: Las experiencias gastronómicas son altamente subjetivas y pueden variar ampliamente entre individuos, lo que dificulta la estandarización de la medición de la calidad de la experiencia.

Cambios en el Mercado Gastronómico: El mercado gastronómico está en constante evolución, y las tendencias actuales pueden cambiar rápidamente, afectando la relevancia de los resultados a largo plazo.

Limitaciones Metodológicas: El enfoque cualitativo proporciona profundidad de comprensión, pero puede carecer de la rigurosidad estadística que ofrecen los métodos cuantitativos para validar los hallazgos.

Estas limitaciones proporcionan una base más crítica y realista para entender los alcances de la investigación.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Evidencia empírica

Antecedentes Internacionales:

Batat (2020), en el artículo científico, "Pillars of sustainable food experiences in the luxury gastronomy sector: A qualitative exploration of Michelin-starred chefs' motivations. Journal of Retailing and Consumer Services", sostiene que las experiencias de comida de lujo en la gastronomía se centran en proporcionar a los comensales una experiencia memorable y placentera a través de los sentidos. Según el texto, estas experiencias se basan en la apreciación de los platos a través de en primer lugar la vista, seguido del olfato, siguiendo el tacto, continuando con el oído y finalizando con el gusto. Los chefs son fundamentales para crear esta experiencia, ya que se espera que cuenten una historia a través de su cocina creativa y brinden a los invitados una experiencia de comida de lujo inolvidable.

Los chefs con estrellas Michelin se esfuerzan por ofrecer experiencias culinarias únicas y placenteras a sus comensales, las cuales se basan en la creatividad del chef, la presentación de los platos, la calidad del servicio y el entorno del restaurante. Los chefs buscan sorprender y maravillar a los comensales con su creatividad y originalidad en la preparación y presentación de los platos. Además, se enfocan en brindar un servicio de alta calidad y en crear un ambiente refinado y lujoso para mejorar la experiencia gastronómica.

Los chefs con estrellas Michelin se motivan tanto por factores extrínsecos como intrínsecos para adoptar y promover la sostenibilidad en sus restaurantes.

Los factores extrínsecos están relacionados con factores externos y macro, como el impacto en el planeta y las personas. Estos factores incluyen la presión de los consumidores y activistas, así como la motivación orientada al beneficio económico.

Por otro lado, los factores intrínsecos se centran en el papel significativo de la sostenibilidad en la mejora de la experiencia gastronómica y la creatividad del chef. Los chefs con estrellas Michelin valoran la sostenibilidad como una fuente adicional de creatividad en lugar de considerarla simplemente como un requisito.

Ellos se motivan tanto por factores extrínsecos, como la presión de los consumidores y el beneficio económico, como por factores intrínsecos, como la mejora de la experiencia gastronómica y la expresión de su creatividad a través de prácticas sostenibles.

Este estudio se suma a la literatura existente sobre sostenibilidad en la industria hotelera, particularmente en relación con los restaurantes de lujo. El estudio proporciona una revisión exhaustiva de la literatura sobre sostenibilidad en la investigación de lujo y en la literatura de restaurantes. Además, se realiza una exploración cualitativa de las percepciones de los chefs con estrellas Michelin sobre la sostenibilidad en los restaurantes gastronómicos de lujo. Los hallazgos de esta investigación se presentan y se discuten, lo que proporciona una base para futuras investigaciones en este campo.

Seyitoğlu & Stanislav (2022) en el artículo científico “Understanding the robotic restaurant experience: A multiple case study. Journal of Tourism Futures”, proporciona información sobre las experiencias gastronómicas en restaurantes. Se menciona que las características de los aspectos gastronómicos, como el sabor, la variedad del menú y la frescura, están relacionadas con la calidad de los productos alimenticios y pueden influir en las decisiones de los clientes, su satisfacción y lealtad hacia el restaurante. Además, se destaca que la calidad de la comida puede afectar positivamente las emociones de los clientes y es una de las dimensiones más significativas de la experiencia gastronómica que tiene el potencial de influir en el éxito del restaurante. También se menciona que los aspectos gastronómicos crean una experiencia positiva para los clientes y estimulan las intenciones de volver al restaurante.

Los robots en estos restaurantes desempeñan diversas funciones. Según el artículo, dependiendo de sus características tecnológicas, los robots en restaurantes pueden servir, cocinar, llevar platos sucios, recibir a los huéspedes, bailar, comunicarse con los clientes, entre otras tareas. Además, se menciona que los robots chefs pueden preparar noodles, hamburguesas, café, sushi, asar y mezclar bebidas. Sin embargo, también se destaca que no todas las tareas en un restaurante son consideradas apropiadas para la robotización según la percepción de los clientes. Actividades como limpiar la mesa, proporcionar información sobre el menú y tomar pedidos son consideradas más adecuadas para la robotización, mientras que servir la comida y especialmente cocinarla son consideradas menos apropiadas.

El estudio ofrece un modelo de componentes de la experiencia en un restaurante robótico, que incluye temas como "atracción para niños", "sistema

robótico", "experiencia memorable", "atributos relacionados con el ambiente", "atributos relacionados con la comida" y "deficiencias". Estos temas cubren varios aspectos de la experiencia de un restaurante robótico, desde la interacción con el robot hasta la excelencia de la comida y la atmósfera del lugar.

El artículo sugiere que la experiencia en un restaurante robótico puede ser un factor importante en la satisfacción y las decisiones de los clientes. Además, se destaca que la calidad de la comida, el ambiente y el servicio son atributos clave que determinan la percepción de los clientes sobre la experiencia en un restaurante. Por lo tanto, es posible inferir que los clientes pueden llevarse experiencias relacionadas con la calidad de la comida, la interacción con los robots, la atmósfera del lugar y el servicio recibido.

Bonfanti et al. (2023) en el artículo científico "Customer experience management strategies in upscale restaurants: Lessons from the Covid-19 pandemic. International Journal of Hospitality Management", proporciona información sobre las experiencias gastronómicas en restaurantes de lujo. Se menciona que los clientes buscan una inmersión en la gastronomía de alta cocina con platos gourmet exclusivos. Además, valoran la presentación de menús experimentales y en constante evolución, con nombres evocadores y metafóricos. Los clientes también desean disfrutar de un entorno elegante y cómodo, con mesas bien vestidas y espaciadas adecuadamente, para disfrutar de una atmósfera relajada, agradable y hospitalaria. Asimismo, desean interactuar de manera amigable y auténtica con los chefs, maîtres y camareros.

Se destaca la importancia de crear experiencias sorprendentes y agradables, donde el personal del restaurante se preocupe por las necesidades

de los clientes, recuerde sus preferencias y anticipe sus cambios. Los clientes también buscan especialidades regionales y ingredientes que representen la excelencia nacional e internacional.

Además, se mencionan estrategias de colaboración con otras disciplinas científicas para el desarrollo de la gastronomía. Se sugiere ofrecer nuevos servicios como una biblioteca gastronómica, escuela de cocina, catas de vino y lugares de degustación. También se mencionan ejemplos de colaboraciones con restaurantes locales y la organización de festivales gastronómicos con productos locales y la participación de chefs famosos.

El artículo destaca la importancia de crear experiencias gastronómicas únicas y memorables en restaurantes de lujo, que van más allá de la simple comida y se centran en la inmersión, la interacción y la sorpresa para los clientes.

Antecedentes Nacionales:

Cordova et al.(2021), en el artículo científico "The Gastronomic Experience: Motivation and Satisfaction of the Gastronomic Tourist—The Case of Puno City (Peru)", explora la importancia de la gastronomía en el turismo y estudia las razones por las que los turistas deciden viajar y cómo se sienten después de hacerlo en la ciudad de Puno.

El estudio identificó tres grupos de turistas gastronómicos en la ciudad de Puno: sobrevivientes, disfrutadores y experimentadores, basados en sus percepciones de las experiencias gastronómicas en la ciudad. Además, el estudio encontró que los turistas gastronómicos en Puno estaban motivados por factores físicos, culturales, interpersonales y de estatus y prestigio, y que la gastronomía

era un factor importante en la elección de un destino turístico. También se encontró que la satisfacción de los turistas gastronómicos estaba influenciada por la calidad de la comida, la autenticidad de la experiencia gastronómica y la hospitalidad del personal del restaurante.

El artículo define el turismo gastronómico como una forma de turismo que se centra en la comida y la bebida de un destino turístico, y que busca experiencias gastronómicas auténticas y de alta calidad. El artículo destaca la importancia del turismo gastronómico para los destinos turísticos, ya que puede ser una forma efectiva de promover o consolidar ciertos destinos turísticos, especialmente aquellos relacionados con la cultura. Además, el artículo indicó que cada vez más turistas consideran la comida como un factor importante a la hora de elegir un destino turístico, e incluso algunos turistas consideran la comida como el objetivo principal del viaje.

Por lo tanto, los destinos turísticos pueden beneficiarse al centrarse en el mercado de nicho del turismo gastronómico y ofrecer experiencias gastronómicas auténticas y de alta calidad para atraer a estos turistas.

Algunas implicaciones potenciales de los hallazgos del estudio para los actores turísticos en la ciudad de Puno y más allá podrían incluir: la necesidad de desarrollar y promover experiencias gastronómicas auténticas y de alta calidad para atraer a turistas gastronómicos a la ciudad de Puno y otros destinos turísticos, la importancia de capacitar al personal de los restaurantes y otros negocios gastronómicos para brindar una experiencia de hospitalidad de alta calidad que satisfaga las expectativas de los turistas gastronómicos, la necesidad de comprender las diferentes motivaciones y expectativas de los turistas

gastronómicos y adaptar las ofertas gastronómicas y turísticas en consecuencia, la importancia de trabajar en colaboración con otros actores turísticos y gastronómicos en la ciudad de Puno y más allá para desarrollar y promover una oferta gastronómica integral y atractiva para los turistas gastronómicos, y la necesidad de considerar la sostenibilidad y responsabilidad social en el desarrollo de la oferta gastronómica y turística para garantizar que se respeten los recursos naturales y culturales y se beneficie a las comunidades locales.

El artículo menciona que las experiencias gastronómicas son un aspecto fundamental en el turismo gastronómico. Los turistas que visitan destinos culturales no solo buscan conocer el patrimonio cultural, sino que también desean desarrollar experiencias sensoriales a través de la gastronomía. Esto implica que los turistas desean probar y disfrutar de la comida y bebida local, explorar los sabores y aromas únicos de la región, y sumergirse en la cultura culinaria del lugar que visitan.

Las experiencias gastronómicas pueden incluir visitas a restaurantes locales, donde los turistas pueden degustar platos tradicionales y auténticos preparados con ingredientes locales. También pueden participar en catas de vino, cerveza o productos locales, donde pueden aprender sobre los procesos de producción y apreciar los sabores y características de los productos.

Además, la experiencia gastronómica permite a los visitantes participar en actividades relacionadas con la comida., como clases de cocina, donde pueden aprender a preparar platos típicos de la región. Esto les brinda la oportunidad de aprender sobre las técnicas culinarias locales, interactuar con chefs y expertos en gastronomía, y llevar consigo nuevas habilidades y conocimientos culinarios.

Es decir, las experiencias gastronómicas en el turismo implican la exploración y disfrute de la comida y bebida local, la participación en actividades relacionadas con la gastronomía y la inmersión en la cultura culinaria de un destino. Estas experiencias son valoradas por los turistas gastronómicos y pueden ser un factor determinante en su satisfacción y elección de destino.

Chero et,al.(2022) “Blending tradition and modernity: Gastronomic experiences in High Peruvian cuisine. Tourism Recreation Research”, en el artículo científico, exploran el fascinante mundo de la cocina peruana, centrándose en el diseño y la entrega de experiencias gastronómicas en restaurantes. La investigación arroja luz sobre cómo se combinan elementos tradicionales y modernos para crear delicias culinarias únicas y auténticas.

Según el estudio, se identificaron varios hallazgos clave con respecto al diseño y la entrega de experiencias gastronómicas en la alta cocina peruana. Algunos de estos hallazgos incluyen lo siguiente;

Los chefs peruanos, identificados como intermediarios culturales, seleccionan elementos del sistema culinario local como base de sus creaciones, al mismo tiempo que reflejan su propia creatividad y estilo innovador en los menús.

La entrega de un servicio superior es un componente clave de la experiencia gastronómica. Esto incluye la utilización de ingredientes de calidad, la atención al ambiente y la provisión constante de un servicio de calidad.

Los cambios en la cocina local fueron iniciados por un grupo de chefs que recibieron educación o experiencia laboral en el extranjero y luego decidieron regresar a Perú para abrir sus propios negocios. Su objetivo era identificar criterios

particulares empleados en el desarrollo y entrega de experiencias gastronómicas en estos restaurantes.

Estos hallazgos destacan la importancia de combinar elementos tradicionales y modernos en la alta cocina peruana, así como la relevancia de brindar un servicio de calidad para crear experiencias gastronómicas memorables.

Los chefs peruanos incorporan tanto la tradición como la innovación en sus creaciones culinarias de varias maneras. En primer lugar, seleccionan ingredientes y elementos del sistema culinario local como base de sus creaciones, lo que les permite mantener una conexión con la tradición culinaria peruana. Sin embargo, también utilizan su propia creatividad e innovación para crear platos únicos y auténticos que reflejen su estilo personal.

Además, los chefs peruanos también utilizan técnicas culinarias modernas y herramientas de cocina para mejorar la calidad y presentación de sus platos. Por ejemplo, pueden utilizar técnicas de cocción al vacío o espumas para crear texturas y sabores únicos.

La comida desempeña un papel importante en la comunicación de autenticidad e innovación en la cocina peruana. Los chefs peruanos utilizan ingredientes y técnicas culinarias tradicionales para crear platos auténticos que reflejen la rica cultura culinaria de Perú. Al mismo tiempo, también utilizan su creatividad e innovación para crear platos únicos y modernos que atraigan a un público más amplio.

La combinación de elementos tradicionales y modernos en la cocina peruana permite a los chefs comunicar la autenticidad de la cultura culinaria

peruana, al mismo tiempo que demuestran su capacidad para innovar y crear platos únicos y auténticos. Esto es especialmente importante en la alta cocina, donde los chefs buscan crear experiencias gastronómicas memorables que reflejen la cultura y la identidad culinaria de Perú.

Los clientes de la cocina peruana pueden experimentar una variedad de experiencias al visitar los restaurantes de alta cocina en Perú. Algunas de estas experiencias incluyen: la experiencia culinaria auténtica: Los clientes pueden disfrutar de platos auténticos que reflejan la rica tradición culinaria de Perú. Los chefs peruanos utilizan ingredientes locales y técnicas culinarias tradicionales para crear platos que capturan los sabores y aromas únicos de la cocina peruana; la innovación gastronómica: Los chefs peruanos también incorporan elementos de innovación en sus creaciones culinarias. Utilizan técnicas modernas y presentaciones creativas para ofrecer platos únicos y sorprendentes. Los clientes pueden experimentar combinaciones de sabores inesperadas y presentaciones visualmente atractivas; la interacción social: Algunos restaurantes peruanos fomentan la interacción social entre los comensales. Compartir una mesa puede promover el diálogo y el intercambio de experiencias entre los clientes, lo que crea un ambiente animado y divertido; la hospitalidad y servicio excepcionales: Los restaurantes peruanos se enorgullecen de ofrecer un servicio de alta calidad. Los clientes son recibidos con calidez y amabilidad, y el personal del restaurante está capacitado para brindar recomendaciones y sugerencias de maridaje de platos y bebidas.

Es decir, los clientes de la cocina peruana pueden experimentar una combinación de autenticidad culinaria, innovación gastronómica, interacción social y hospitalidad excepcional al visitar los restaurantes de alta cocina en Perú. Estas

experiencias contribuyen a hacer de la cocina peruana una experiencia gastronómica memorable.

2.2. Bases Teóricas

Experiencia Gastronómica:

Torres & Becken, (2015), en su artículo, se centra en comprender al turista gastronómico a través de la segmentación basada en la motivación. El artículo se centra en el estudio de las motivaciones detrás del comportamiento de los turistas gastronómicos y propone una segmentación basada en esas motivaciones.

El enfoque cualitativo utilizado en este estudio es relevante para comprender las experiencias subjetivas de los turistas gastronómicos. A diferencia del enfoque cuantitativo, que se basa en la medición numérica de variables, el enfoque cualitativo se centra en la comprensión detallada y profunda de la realidad social y humana lo que va de acuerdo con lo indicado por los autores. En cuanto a los hallazgos del estudio, es relevante que se identifiquen motivaciones comunes entre los turistas gastronómicos, como la búsqueda de nuevas experiencias culinarias, la apreciación de la comida local y la cultura alimentaria, y el deseo de aprender sobre la gastronomía del destino. Estos resultados proporcionan información valiosa para destinos turísticos y empresas de la industria alimentaria, ya que les permite adaptar sus productos y servicios para satisfacer las demandas y deseos de estos turistas.

Torres & Becken (2015) contribuyen significativamente al campo del turismo gastronómico al proporcionar una comprensión más profunda de las motivaciones de los turistas gastronómicos y al proponer una segmentación basada en esas motivaciones

Guzmán (2018), en su artículo, habla sobre las experiencias gastronómicas de los consumidores y cómo estas influyen en la satisfacción que obtienen al comer fuera de casa. El autor revisa la literatura académica para comprender las diversas dimensiones de la experiencia gastronómica. Esto es fundamental, ya que la gastronomía no se limita solo a la comida; también incluye aspectos como el ambiente, el servicio y las emociones asociadas al acto de comer. Asimismo es artículo explora cómo estas dimensiones interactúan entre sí y cómo afectan la percepción global de la experiencia gastronómica. Esto puede incluir aspectos sensoriales (sabor, textura), emocionales (placer, satisfacción) y sociales (interacción con el personal, ambiente del restaurante) sobre todo desde un punto de vista empírico que investiga diferentes tipos de consumidores de restaurantes. Esto es valioso, ya que proporciona datos concretos sobre las preferencias y percepciones de los clientes, como la calidad de los alimentos, atención al cliente, atmósfera del restaurante.

Segura (2020), plantea una perspectiva interesante sobre la experiencia gastronómica y cómo está evolucionando en respuesta a los cambios en los estilos de vida y las preferencias de los consumidores. Según el autor, los consumidores actuales están buscando una experiencia gastronómica más informal. Esto sugiere que están menos interesados en la formalidad y más enfocados en disfrutar de la comida de una manera relajada y sin rigidez. También se indica que la

experiencia gastronómica ha provocado un cambio en la percepción, valorando la autenticidad, la comodidad y la auténtica conexión con la comida y las personas que nos rodean.

Ortega (2021), aborda un tema fundamental en la industria gastronómica: la experiencia gastronómica. El autor sostiene que la experiencia gastronómica no se limita solo a la comida en sí. Más bien, se trata de brindar a los huéspedes un “viaje completo” desde el momento en que ingresan al restaurante hasta el momento en que salen. Esto implica considerar todos los aspectos que influyen en la percepción del cliente como la atención, el servicio, la intimidad, la iluminación y la decoración; asimismo la experiencia gastronómica busca estimular los cinco sentidos del cliente: Gusto, Olfato, Vista, Oído y Tacto.

Los restaurantes buscan crear experiencias gastronómicas memorables que superen las expectativas de los clientes. Esto va más allá de lo puramente físico o sensorial; se trata de generar emociones y conexiones significativas.

Cuando los invitados se van con ganas de volver, es un indicador de que la experiencia fue exitosa. La satisfacción no solo proviene de la comida, sino de todo el contexto que rodea la visita al restaurante.

La experiencia gastronómica es un conjunto de elementos que se combinan para crear algo más que una simple comida. Es un viaje multisensorial que deja una impresión duradera en los comensales y los invita a regresar.

Calidad de Producto:

Söderlund et al. (2015), en su artículo, se enfoca en la relación entre la calidad de los alimentos y el servicio del restaurante y presenta una taxonomía de dimensiones de calidad relacionadas con los alimentos. El propósito fundamental de la investigación es examinar cómo la calidad de los alimentos influye en el rendimiento de los restaurantes y en la percepción de los clientes. Los autores realizaron un análisis sobre la calidad de los alimentos en relación con la industria de la restauración relacionadas con la seguridad alimentaria, la frescura, la preparación y presentación, el sabor y el aroma, la autenticidad, la variedad y la innovación.

López et al. (2017), en su artículo, aborda un tema crucial en la industria de la restauración: la calidad de los alimentos y su relación con el servicio del restaurante. La gestión de la calidad en un restaurante implica asegurarse de que todos los aspectos relacionados con la experiencia del cliente funcionen correctamente. Esto incluye no solo la comida en sí, sino también la atención, la higiene, la preparación y la presentación. Los autores incluyen varias dimensiones clave: seguridad alimentaria; frescura; preparación y presentación; sabor y aroma; autenticidad; variedad e innovación. La calidad de los alimentos influye en el rendimiento general del restaurante. Los clientes regresan cuando tienen una buena experiencia gastronómica, lo que a su vez afecta la reputación y el éxito del negocio.

Yüksel A & Yüksel, F. (2018), en su artículo, aborda un tema fundamental en la industria de los restaurantes: la calidad percibida en los servicios la cual es

crucial para la satisfacción del cliente en la industria de los restaurantes. No se trata solo de la calidad objetiva de los alimentos o el servicio, sino de cómo los clientes perciben esa calidad lo que influye en su satisfacción, lealtad y probabilidad de regresar al restaurante. Los resultados del estudio identificaron varias dimensiones clave como: calidad de la comida, excelencia en la atención, ambientación y ambiente, relación calidad-precio y la satisfacción general.

Kim, et al. (2019), en su artículo, aborda un tema crucial en la industria de los restaurantes: la calidad de la comida y su relación con el servicio del restaurante, los cuales forman factores clave para la satisfacción del cliente; ambos influyen en las intenciones de comportamiento de los clientes, como la disposición a recomendar el restaurante y la voluntad de regresar. Estos aspectos no solo afectan la experiencia individual del cliente, sino también el éxito general y la rentabilidad del negocio. Sus hallazgos indican que tanto la calidad de los alimentos como la calidad del servicio tienen un impacto significativo en las intenciones de comportamiento de los clientes teniendo en consideración: satisfacción del cliente, disposición a recomendar y disposición a regresar.

Waters (2021), resalta la relevancia de elegir alimentos de alta calidad como una opción saludable, sostenible y beneficiosa para la comunidad, el autor indica que la calidad de los alimentos no se limita solo al sabor y la textura; también incluye aspectos como la producción ética, la sostenibilidad y el apoyo a los productores locales con énfasis en la necesidad de cocinar con ingredientes frescos y locales.

Calidad del Servicio:

González & Pino (2014), aborda un desafío crucial en la industria de restaurantes: mejorar los procesos de atención al cliente durante períodos de alta demanda. Los autores usan como referencia los momentos de alta demanda y el desafío de satisfacer a un gran número de clientes sin comprometer la calidad del servicio, siendo el tiempo de espera es un factor crítico que afecta la satisfacción del cliente. El artículo también destaca la relevancia de integrar sistemas y herramientas digitales (TIC) para apoyar los procesos de atención al cliente en la industria gastronómica.

Kawasaki (2018), en su artículo, plantea un punto fundamental en la industria de restaurantes: la calidad del servicio. El autor sostiene que la calidad del servicio no se limita solo al sabor de la comida. Más bien, se trata de todas las interacciones que el cliente tiene durante su visita al restaurante como: servicio y atención al cliente, presentación de los platos, ambientación del lugar, etc. Una experiencia memorable y satisfactoria crea una impresión positiva y puede influir en la fidelidad del cliente, permitiendo construir relaciones sólidas y asegurar su éxito a largo plazo.

Ramsay (2019), en su artículo, resalta un aspecto fundamental en la industria de restaurantes: la calidad del servicio. El autor enfatiza que la calidad del servicio no es un lujo opcional, sino una necesidad para satisfacer las expectativas de los clientes. Esto es especialmente relevante en un entorno competitivo donde la experiencia del cliente es crucial para el éxito del negocio, siendo que la atención al cliente debe ser tratada como una prioridad en los

restaurantes. Se destaca la importancia de que los empleados del restaurante sean entrenados y supervisados adecuadamente. Esto garantiza que el trato al cliente sea respetuoso y profesional en todo momento.

Salatin (2019), en su artículo, resalta un aspecto fundamental en la industria de restaurantes: la calidad del servicio. El autor enfatiza que la calidad en el servicio no es solo una cuestión momentánea; es esencial para construir una reputación sólida y leal a largo plazo. La medición y monitoreo de la calidad del servicio son esenciales; capacitar al personal es clave así como compartir un ambiente de trabajo positivo y motivador; entre otros son factores a considerar. Al enfocarse en ofrecer experiencias excepcionales, medir la satisfacción del cliente y capacitar al personal, los restaurantes pueden construir relaciones sólidas y asegurar su prosperidad a largo plazo.

Raynor (2021), aborda un tema crucial en la industria de restaurantes: la calidad en el servicio. El autor sostiene que la calidad en el servicio no es simplemente entregar un producto o servicio de alta calidad; es el resultado de una cultura empresarial que valora la responsabilidad y el compromiso con el cliente. Una cultura que valora la responsabilidad implica que todos los empleados comprendan la importancia de su rol en la satisfacción del cliente; asimismo la participación del cliente es fundamental. Escuchar sus necesidades y deseos, y responder de manera proactiva, crea una relación sólida. El autor destaca que una cultura de calidad en el servicio requiere: comunicación efectiva, capacitación adecuada del personal, gestión que proporcione recursos y apoyo.

Ambiente:

Spence (2015), en su artículo, aborda un tema fascinante: la percepción multisensorial del sabor. El autor explora cómo nuestros sentidos interactúan para formar una experiencia gustativa completa. No se trata solo del sentido del gusto; es un concierto de percepciones sensoriales. Los diferentes sentidos se combinan para influir en nuestra percepción del sabor de los alimentos y bebidas. Estos sentidos incluyen la vista, el olfato, el oído, el tacto y, por último, el gusto. El autor también examina cómo otros sentidos, como el oído y el tacto, influyen en la percepción del sabor. La percepción multisensorial es fundamental en la experiencia del sabor. Nuestros sentidos trabajan en conjunto para formar una sinfonía de sensaciones. La comprensión de cómo estos estímulos sensoriales interactúan puede influir en nuestras preferencias y en cómo disfrutamos los alimentos y bebidas.

Velasco et al. (2015), en su artículo, explora las correspondencias cruzadas entre olores y otras características sensoriales. El autor y su equipo investigaron cómo las personas asocian los olores con otras características sensoriales, como notas musicales y formas geométricas. Los resultados indican que existen correspondencias consistentes entre los olores y las características relacionadas: cómo por ejemplo ciertos olores pueden ser percibidos como más agudos o suaves, y estas características pueden estar asociadas con notas musicales específicas o formas geométricas concretas. Estas correspondencias cruzadas pueden tener implicaciones significativas en diferentes contextos como: publicidad, diseño de productos; experiencia del consumidor; Interacción entre sentidos.

Bourdain (2018), en su artículo, aborda un aspecto crucial en la industria de restaurantes: el ambiente. El autor destaca que un buen ambiente puede marcar la diferencia en la experiencia gastronómica. No se trata solo de la comida; también influye en cómo nos sentimos durante nuestra visita al restaurante. El autor menciona que elementos como la iluminación, la decoración y la música son clave. Los restaurantes deben considerar cuidadosamente cómo diseñar su espacio para mejorar la satisfacción del cliente y crear una impresión duradera.

Andrés (2018), destaca la importancia del ambiente en la experiencia gastronómica. El autor sugiere que un ambiente acogedor y agradable puede aumentar la sensibilidad del paladar y hacer que los sabores sean más intensos. Además, afirma que un ambiente positivo puede contribuir a una experiencia más emocional y memorable, permitiendo a los comensales "saborear el amor y la pasión en cada bocado."

Esta perspectiva está respaldada por investigaciones en psicología sensorial y sociología. Se ha demostrado que el ambiente puede influir en la percepción de los sabores, el apetito y la digestión. Además, el ambiente social y la interacción con otros comensales pueden jugar un papel importante en la satisfacción general con la experiencia gastronómica.

Para crear un ambiente acogedor y agradable en un restaurante, se pueden considerar los siguientes aspectos: diseño interior, limpieza y orden, servicio al cliente, atmósfera.

Es importante tener en cuenta que no existe un ambiente único que sea perfecto para todos los restaurantes. El ambiente ideal dependerá del tipo de restaurante, el público objetivo y la marca general del establecimiento.

El autor sugiere que el ambiente acogedor y familiar del restaurante es un factor importante en su éxito, un ambiente donde los comensales se sienten como en casa y pueden disfrutar de una experiencia gastronómica relajada y agradable.

Cabrera (2019), describe la percepción que existe en los restaurantes sobre la calidad del servicio. A través de un paradigma interpretativo, se analizó la recolección de datos en diferentes grupos focales, teniendo en cuenta las experiencias expuestas por los participantes. Uno de los puntos interesantes que se destaca en el artículo es la diversificación de términos como “usuario”, “comensal” o “consumidor” para definir a la persona que acude al restaurante. El autor sugiere la necesidad de un cambio de percepción, donde las personas deben reaprender sobre la nueva concepción de cliente basada en las relaciones interpersonales.

El artículo ofrece una visión crítica y reflexiva sobre cómo se concibe al cliente en el contexto de los restaurantes y cómo esto afecta la calidad del servicio.

2.3. Definición de términos básicos

Gastronomía: La gastronomía es como una forma de arte, una experiencia que va más allá de lo meramente culinario y que tiene el poder de

emocionar, inspirar y conectar a las personas a través de los sentidos y la cultura. (Subijana, 2019).

Experiencia sensorial: El marketing sensorial es una parte importante del marketing de experiencias y se basa en estimular los sentidos (oído, gusto, olfato, tacto) del cliente para influir en sus percepciones y emociones hacia la marca o el producto. En el rubro gastronómico, esto se traduce en diseñar experiencias que vayan más allá de simplemente ofrecer comida, involucrando todos los sentidos para crear una vivencia completa y satisfactoria para los clientes. (Portocarrero, 2021).

Valor gastronómico: El valor gastronómico de un plato reside en la capacidad que tiene para sorprender, emocionar y generar una experiencia única en el comensal. Más allá de los ingredientes y técnicas utilizadas, lo verdaderamente importante es el impacto que causa en nuestros sentidos y emociones, creando recuerdos imborrables en nuestra memoria. (Ferran Adrià, 2021).

Restaurante: Los restaurantes modernos son espacios donde la comida se presenta como una forma de arte, y los chefs son considerados como artistas que combinan ingredientes, técnicas y estilos culinarios para ofrecer experiencias gastronómicas innovadoras. (Paris, 2023).

Innovación culinaria: Es la capacidad de observar y comprender la naturaleza y la cultura local para reinterpretar los ingredientes y técnicas culinarias

de manera novedosa y sorprendente, creando platos que reflejen la identidad de la región y su historia. (Redzepi, 2013).

CAPITULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

Enfoque de la investigación

En el marco de la presente investigación, se utilizará un enfoque cualitativo, ya que permite explorar y comprender a profundidad las experiencias de los comensales en diferentes restaurantes estudiados. (Hernández et al., 2018).

El enfoque cualitativo es una metodología de investigación que se centra en la comprensión profunda de los fenómenos sociales y culturales, explorando las experiencias, las perspectivas y los significados que las personas le otorgan a su entorno. En el contexto de las experiencias gastronómicas en restaurantes del Perú, este enfoque puede aportar valiosas herramientas para: explorar la diversidad y riqueza de las experiencias gastronómicas, comprender las motivaciones y comportamientos de los consumidores, profundizar en el significado cultural de la gastronomía peruana y generar insights para mejorar la experiencia gastronómica.

El enfoque cualitativo se caracteriza por la flexibilidad y la adaptabilidad, utilizando una amplia gama de técnicas de investigación para recopilar y analizar datos.

Tipo de Investigación

El tipo de investigación es aplicada.

Patton (2015), aborda la investigación aplicada desde la perspectiva de la investigación cualitativa. Él, destaca la importancia de la investigación aplicada como una forma de generar conocimiento práctico y útil para abordar problemas y desafíos en el mundo real.

Esta investigación aplicada, me permitió explorar y comprender a profundidad las experiencias de los comensales en diferentes restaurantes estudiados.

Nivel de la Investigación

La presente investigación, tiene un alcance exploratorio descriptivo, ya que tiene como objetivo, recoger información de los directivos de los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima 2023 e identificar las diferentes experiencias gastronómicas. (Hernández et al.,2018).

Diseño de Investigación

El diseño del presente estudio de investigación es fenomenológico, ya que se abordan temas como la actitud fenomenológica, la descripción de la experiencia vivida, los métodos de recopilación de datos cualitativos y las técnicas de análisis fenomenológico.

De acuerdo con Hernández et al. (2018), este diseño de investigación se distingue, porque se logra obtener la o las experiencias de los dueños, o ejecutivos de los restaurantes de la categoría A del gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima.

3.2 Procedimiento muestral

El diseño muestral es no probabilístico de tipo intencional ya que se seleccionan participantes que se consideran representativos de grupos o subgrupos específicos dentro de la población. Patton (2015), proporciona orientación sobre cómo seleccionar participantes y tomar decisiones de muestreo en la investigación cualitativa, reconociendo que el objetivo principal es obtener una comprensión en profundidad y contextualizada del fenómeno en estudio.

Población

La población objetivo de análisis de esta investigación está conformada por personas de nivel directivo (dueños y ejecutivos) de los 28 restaurantes que forman parte del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima 2023.

Otzen & Manterola (2017), mencionan que la población se encuentra constituida, por un grupo de sujetos que corresponden a un definido espacio geográfico y que comparten rasgos demográficos, los cuales se encuentran aptos para ser estudiados en la investigación que se está realizando.

Muestra

La muestra está conformada por 10 personas de nivel directivo (dueños y/o ejecutivos) de los 28 restaurantes que forman parte del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima 2023.

Otzen & Manterola (2017), sostienen que la muestra, se refiere a una selección generalmente limitada de la población, que debe cumplir con ciertas condiciones ideales de representatividad.

Por ello, la muestra está conformada por 10 representantes entre ellos tenemos:

- Experto 1.- Gerente General del restaurante Punta Sal Miraflores y Presidente del Gremio de Turismo de la CCL
- Experto 2.- Gerente del Restaurante El Cántaro-Chiclayo
- Experto 3.- Administrador del Restaurante Parrillada Carnal Prime Steakhouse-Lima
- Experto 4.- Administrador del Taller Restaurante Qhusi-Lima
- Experto 5.- Administradora de Rubens Restaurante-Lima
- Experto 6.- Gerente General de Anacardo Restaurante- San Isidro-Lima
- Experto 7.- Gerente del Restaurante Punta Sal de San Isidro-Lima
- Experto 8.- Administrador Restaurante Mandala-Miraflores-Lima
- Experto 9.- Gerente General de Amora Pastelería y Catering-Lima
- Experto 10.- Administrador Restaurante Long Horn-San Isidro-Lima

Criterios de selección de la muestra:

Si bien la Guía Michelin es reconocida como un referente mundial en la evaluación de restaurantes, su sistema de clasificación basado en estrellas o tenedores no resulta adecuado para la selección de la muestra en este estudio, por las siguientes razones:

Alcance limitado: La Guía Michelin se enfoca en restaurantes de alta gama, excluyendo a aquellos que pertenecen a las categorías B (Cocina Clásica) y C (Cocina Familiar) del estudio. Esta categorización excluyente no

permite obtener una visión completa de las experiencias gastronómicas ofrecidas en Lima, limitando la representatividad de la muestra.

Criterios subjetivos: La evaluación de la Guía Michelin se basa en criterios subjetivos y no estandarizados, lo que dificulta la comparación entre restaurantes de diferentes categorías. Además, estos criterios no necesariamente coinciden con las preferencias y expectativas de los consumidores locales, a quienes se dirige el estudio.

Falta de cobertura: La Guía Michelin no cubre todas las ciudades del mundo, por lo que su categorización no es aplicable a Lima. Es importante utilizar un sistema de clasificación local o nacional que sea más representativo del contexto del estudio.

Enfoque en la exclusividad: La Guía Michelin se centra en restaurantes exclusivos y costosos, ignorando la amplia gama de opciones gastronómicas disponibles a precios accesibles. Al excluir estos restaurantes, se pierde información valiosa sobre las preferencias y experiencias de la mayoría de los consumidores.

Sesgo hacia la cocina francesa: La Guía Michelin tiene sus raíces en la cocina francesa, lo que puede generar un sesgo hacia este tipo de cocina en detrimento de otras tradiciones culinarias. Para un estudio que busca comprender las experiencias gastronómicas en Lima, es fundamental considerar la diversidad de la cocina peruana y latinoamericana.

Por lo que la categorización de tenedores de la Guía Michelin no es adecuada para la selección de la muestra en este estudio debido a su alcance

limitado, criterios subjetivos, falta de cobertura, enfoque en la exclusividad y sesgo hacia la cocina francesa, por lo tanto se utilizó un sistema de clasificación local que es más representativo del contexto del estudio y que considera la diversidad de las experiencias gastronómicas ofrecidas.

Sin embargo, la guía Michelin ofrece algunas alternativas como:

Categorización local: Utilizar un sistema de clasificación basado en categorías establecidas por asociaciones gastronómicas locales o expertos en el ámbito culinario peruano.

Criterios objetivos: Definir criterios de selección claros y objetivos, como la antigüedad del restaurante, la experiencia del chef, la calidad de los ingredientes, la valoración de los clientes y la participación en concursos o eventos gastronómicos.

Muestreo aleatorio: Implementar un método de muestreo aleatorio dentro de cada categoría para garantizar la representatividad de la muestra.

Considerar la diversidad: Incluir restaurantes de diferentes categorías de precios, estilos culinarios y ubicaciones geográficas para obtener una visión completa de las experiencias gastronómicas en Lima.

Al adoptar un enfoque más inclusivo y representativo para la selección de la muestra, el estudio ofrece una comprensión más profunda y valiosa de las experiencias gastronómicas en Lima, por lo tanto, se eligió una categorización local.

El Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima, está conformada por restaurantes que están clasificados por diferentes categorías:

- Categoría A: Alta Cocina:

Los restaurantes de Alta Cocina que pertenecen al Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima son únicos, pero todos comparten algunas características comunes. Con una atención precisa a los detalles, una ejecución perfecta y un servicio excepcional.

Esta categoría de restaurantes, se caracterizan por elaborar platos con las más avanzadas técnicas culinarias, y en la que sobresale la calidad de los ingredientes y los emplatados espectaculares.

Estos restaurantes apuestan por la creatividad y la innovación para elaborar creaciones únicas y excepcionales, pero sobre todo para ofrecer a cada comensal una experiencia gastronómica única y exclusiva.

La decoración de este tipo de restaurantes debe contar con los materiales de la mejor calidad: mesas, sillas, alfombras, cortinas, manteles, loza, cristalería; todo esto debe ser cuidadosamente elegido.

- Categoría B: Cocina Clásica:

Los restaurantes de Cocina Clásica que pertenecen al Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima se caracterizan porque la variedad de alimentos de este tipo de restaurantes es enorme. Tanto es así que cada región es capaz de cocinar un producto diferente. Incluso la forma en que se prepara

el mismo plato puede variar de un lugar a otro, creando muchos sabores diferentes.

Los platos que preparan están todos asociados a una localización geográfica concreta. La herencia cultural de generación tras generación dejando las mismas recetas es una de sus características más destacadas.

Se trata también de una cocina sencilla que combina técnicas clásicas y productos tradicionales. Los sabores naturales de los alimentos cobran vida en los guisos y alimentos cocinados a fuego abierto. El restaurante aún conserva la quintaesencia de la cocina tradicional. Un tipo de cocina que también se caracteriza por el mejor uso de productos frescos y naturales. Todas las preparaciones tradicionales son parte de nuestra historia y cultura popular.

- Categoría C: Cocina Familiar:

Los restaurantes de Cocina Clásica que pertenecen al Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima se caracterizan por contar con un menú accesible y sencillo, además de un ambiente acogedor y apto para toda la familia, a precios accesibles.

En esta categoría suelen comenzar los pequeños emprendimientos, pues cuentan con un público objetivo bastante amplio.

Por lo tanto, se utilizó para el muestreo a los directivos que provengan de los restaurantes de la categoría A pertenecientes al Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima; estos serán dueños y/o ejecutivos de los 10 restaurantes de categoría A, que según harían un total de 10 entrevistas a profundidad.

Para ello se cursarán las comunicaciones respectivas a fin de agendar las reuniones entre los meses noviembre-diciembre 2023.

Una vez finalizada la recopilación de datos, se procedió a analizar y comprender a fondo el fenómeno investigado. Esto implicó revisar, organizar, estudiar, registrar y procesar la información recopilada.

Además, se necesitó de la formulación de un estudio establecido en una categoría y sus dimensiones, las cuales se detallan en la tabla de distribución a continuación.

Muestreo

Una vez determinado la forma de muestreo el cual se definió de tipo no probabilístico e intencional; es que se aplicó una entrevista estructurada a las personas seleccionadas.

Hernández et al. (2018), destacan que la entrevista estructurada es una técnica de recolección de datos que sigue un conjunto de preguntas predefinidas y permite la comparación sistemática de respuestas.

3.3. Técnicas de recolección de la información

En este estudio, el método de recolección de datos será la entrevista, que significa la interacción de dos personas con el fin de obtener información. Además, se utilizarán una serie de preguntas para recoger los datos necesarios.

Según Hernández et al. (2018), señalan que la recolección de datos se centra en recopilar opiniones y experiencias de las personas involucradas,

siendo el investigador la herramienta principal para obtener esta información. Durante el proceso de estudio, se utilizarán diversas técnicas para recopilar los datos necesarios.

Tabla 1 Categorías de estudio

VARIABLE	DIMENSIONES
Experiencia Gastronómica	Calidad de producto Calidad de servicio Ambiente

Elaboración propia (2023)

3.4. Validez o rigor científico

El documento que me muestras es una tesis de maestría sobre las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima. En el capítulo III, se describe los procedimientos o técnicas para confirmar el rigor científico de los instrumentos a utilizar en la recolección de datos e información desde la validez y la confiabilidad. Algunos de estos procedimientos o técnicas son:

Validez de contenido: Se refiere al grado en que el instrumento mide lo que se propone medir. Para garantizar la validez de contenido, se realizó una revisión bibliográfica exhaustiva sobre el tema de estudio, consultó a expertos en el campo de la gastronomía y el turismo.

Validez de constructo: Se refiere al grado en que el instrumento refleja el concepto teórico que se pretende medir. Para garantizar la validez de constructo, se utilizó el análisis factorial exploratorio, que permite identificar las dimensiones o factores que subyacen a las variables observadas. Así, se determinaron las dimensiones de la experiencia gastronómica, tales como la calidad del producto, la calidad del servicio y el ambiente del restaurante.

Confiabilidad: Se desarrolló el juicio de expertos, con la finalidad de cotejar la viabilidad, así como también las observaciones y recomendaciones de mejora. El instrumento fue validado por 3 expertos en el tema.

Tabla 2 Validez del contenido del instrumento

Grado Académico	Nombre y Apellidos	Dictamen
Mg.	Rafael Corrales Rojas	Aplicable
Dr.	Felipe Del Campo Tamayo	Aplicable
Mg.	María Rozas Peralta	Aplicable

Elaboración propia (2023)

3.5. Técnicas de procesamiento de la información

Este estudio utilizará métodos de recolección de datos, como entrevistas y análisis de información documentada. El investigador analizará tanto fuentes virtuales como presenciales para obtener información. Es importante destacar que este tipo de estudio se basa en la recopilación de información a través del lenguaje verbal.

Se recopilará información relevante de 10 personas de nivel directivo (dueños y/o gerentes) de los 28 restaurantes que forman parte del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima 2023.

Estas personas proporcionarán los datos necesarios para la investigación, y la información obtenida será discutida en los resultados del estudio.

Para organizar y analizar los datos, se utilizará una matriz de codificación. Este proceso implica definir categorías relacionadas con los datos que serán abordados y buscar relaciones entre los conceptos. La codificación se realiza en función de la idea de investigación y en relación con otros datos.

Además, se empleará una matriz comparativa de resultados, la cual permitirá reconocer y analizar los datos. Se diseñarán tablas comparativas para facilitar la comparación y análisis de los resultados obtenidos.

3.6. Aspectos éticos

El objetivo de esta investigación es hacer una contribución significativa a la investigación y a futuros estudios, mediante el uso de técnicas e instrumentos apropiados. Se garantiza la veracidad de los resultados obtenidos en el presente estudio. Además, se respalda la información proporcionada con referencias a autores y bibliografía, siguiendo las normas de citación APA.

Las entrevistas realizadas a los participantes de la investigación se llevarán a cabo con su consentimiento previo.

Es relevante destacar que se dará el debido reconocimiento a los autores mencionados en este trabajo de investigación. Asimismo, se cumplirán tanto el Código de Ética para la Investigación de la Universidad de San Martín de Porres como el Código Ético Mundial para el Turismo.

Además, se consideraron los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) especialmente en el contexto de la investigación social y la comprensión profunda de los fenómenos. A continuación, se indican las ODS que fueron tomadas en cuenta para el presente trabajo:

Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS 2: “Hambre cero”, de las cuales pueden considerarse algunas situaciones como:

1. Reducción del desperdicio de alimentos: Implementar estrategias para minimizar el desperdicio de alimentos en todas las etapas de la cadena alimentaria, desde la producción hasta el consumo en el restaurante.
2. Promoción de una alimentación saludable: Ofrecer opciones de menú que sean nutritivas y equilibradas, fomentando el consumo de frutas, verduras, cereales integrales y proteínas magras.
3. Educación alimentaria: Brindar información a los clientes sobre la importancia de una alimentación saludable y sostenible, promoviendo hábitos alimenticios conscientes y responsables.

Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS 3: Salud y bienestar", de las cuales pueden considerarse algunas situaciones como:

1. Promoción de la higiene y seguridad alimentaria: Implementar prácticas estrictas de higiene y seguridad alimentaria para garantizar la salud de los clientes.
2. Opciones para personas con necesidades dietéticas especiales: Ofrecer opciones de menú que se adapten a las necesidades dietéticas de personas con alergias, intolerancias o preferencias alimentarias específicas.
3. Acceso a agua potable: Garantizar el acceso a agua potable segura y limpia para el consumo y la preparación de alimentos.

Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS 5 de "Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres y las niñas", de las cuales surgieron diversas situaciones que hacen relevante su consideración:

1. Representación de género en la escena culinaria:
 - Brecha de género en la cocina: Investigar la proporción de mujeres chefs, cocineras y personal de cocina en comparación con los hombres.
 - Discriminación y acoso en la cocina: Explorar si las mujeres en la cocina enfrentan discriminación de género, acoso sexual o condiciones laborales desiguales.

- Reconocimiento y visibilidad: Analizar si las mujeres chefs y cocineras reciben el mismo reconocimiento y visibilidad que sus homólogos masculinos en los medios, eventos culinarios y premios.

- Estereotipos de género en la gastronomía: Evaluar si los menús, la decoración y el marketing de los restaurantes perpetúan estereotipos de género sobre los roles culinarios y las preferencias alimentarias.

2. Experiencias de las consumidoras:

- Seguridad y respeto en los restaurantes: Investigar si las mujeres y niñas se sienten seguras y respetadas en los restaurantes, libres de acoso o discriminación por parte del personal o de otros clientes.

- Opciones de menú y precios: Analizar si los menús ofrecen opciones que satisfacen las preferencias y necesidades nutricionales de las mujeres y niñas, considerando precios justos y accesibles.

- Ambiente del restaurante: Evaluar si el ambiente del restaurante es acogedor e inclusivo para las mujeres y niñas, considerando aspectos como la iluminación, la música, la decoración y la accesibilidad.

- Necesidades específicas: Investigar si los restaurantes atienden las necesidades específicas de mujeres y niñas, como opciones vegetarianas o veganas, menús infantiles, baños adecuados y espacios para la lactancia materna.

3. Impacto social y ambiental de las prácticas culinarias:

- **Abastecimiento sostenible:** Investigar si los restaurantes se abastecen de ingredientes de manera sostenible, considerando prácticas agrícolas que promuevan el empoderamiento económico de las mujeres y protegen el medio ambiente.

- **Condiciones laborales justas:** Evaluar si los restaurantes que proveen ingredientes o productos al sector gastronómico garantizan condiciones laborales justas y equitativas para las trabajadoras, incluyendo igualdad de oportunidades, salarios dignos y un ambiente laboral seguro.

- **Reducción de residuos:** Analizar la gestión de residuos de los restaurantes, identificando oportunidades para reducir el impacto ambiental y promover prácticas de reciclaje o compostaje que beneficien a las comunidades locales.

- **Promoción de la cultura alimentaria local:** Investigar si los restaurantes valorizan y promueven la cultura alimentaria local, incluyendo recetas tradicionales, técnicas culinarias y productos regionales, reconociendo el papel de las mujeres en la transmisión y preservación de este patrimonio cultural.

4. Promoviendo experiencias gastronómicas equitativas y empoderadoras:

- **Reconocimiento a las mujeres en la gastronomía:** Fomentar el reconocimiento y la visibilidad de las mujeres chefs, cocineras y emprendedoras gastronómicas a través de eventos, premios y plataformas de difusión.

- **Programas de capacitación y mentoría:** Desarrollar programas de capacitación y mentoría para mujeres que deseen ingresar al sector culinario o iniciar sus propios negocios gastronómicos.

- Creación de espacios seguros e inclusivos: Promover la creación de espacios gastronómicos seguros e inclusivos para mujeres y niñas, libres de discriminación, acoso o violencia.

- Educación alimentaria con enfoque de género: Implementar programas de educación alimentaria que promuevan una alimentación saludable y sostenible, considerando las necesidades nutricionales específicas de mujeres y niñas y reconociendo su papel en la toma de decisiones alimentarias en el hogar.

En general, integrar el ODS5 en un estudio sobre experiencias gastronómicas en restaurantes implica adoptar una perspectiva de género que examine las diversas dimensiones que afectan la participación, el disfrute y el empoderamiento de las mujeres y las niñas en el ámbito culinario. Al hacerlo, el estudio puede contribuir a generar conocimiento y recomendaciones para promover prácticas más equitativas, sostenibles y empoderadoras en la industria gastronómica.

Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS 8: “Trabajo decente y crecimiento económico”, de las cuales surgieron diversas situaciones que hacen relevante su consideración:

1. Condiciones laborales dignas: Asegurar condiciones laborales justas y decentes para todos los trabajadores del sector restaurantero, incluyendo salarios justos, seguridad social y oportunidades de desarrollo profesional.

2. Promoción del trabajo local: Fomentar la contratación de mano de obra local y el apoyo a las empresas locales que proveen al restaurante.
3. Capacitación y formación: Brindar oportunidades de capacitación y formación a los empleados para mejorar sus habilidades y conocimientos en el ámbito gastronómico.

Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS 10: “Reducción de las desigualdades”, de los cuales surgieron diversas situaciones que hacen relevante su consideración:

1. Acceso a experiencias gastronómicas para todos: Crear un ambiente inclusivo y accesible para que todas las personas, independientemente de su origen socioeconómico o condición física, puedan disfrutar de experiencias gastronómicas positivas.
2. Promoción de la diversidad cultural: Valorar y promover la diversidad cultural a través de la gastronomía, ofreciendo opciones de menú que representen diferentes culturas y tradiciones culinarias.
3. Apoyo a comunidades vulnerables: Implementar programas o iniciativas que brinden acceso a experiencias gastronómicas a comunidades vulnerables, como personas sin hogar o niños en situación de riesgo.

Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Al incorporar este enfoque, se pueden identificar y abordar

diversas situaciones que impactan tanto en la experiencia del cliente como en la sostenibilidad del sector restaurantero.

A continuación, se presentan algunas situaciones relevantes en las que la ODS11 juega un papel crucial en las experiencias gastronómicas en restaurantes:

1. Reducción del impacto ambiental:

- Consumo responsable de alimentos: Implementar prácticas de abastecimiento sostenible, priorizando productos locales y de temporada, reduciendo el desperdicio de alimentos y promoviendo la biodiversidad.
- Gestión eficiente de recursos: Minimizar el consumo de agua y energía, utilizar empaques biodegradables y compostables, e implementar prácticas de reciclaje y reutilización.
- Transporte sostenible: Fomentar el uso de medios de transporte ecológicos para el abastecimiento de productos y el desplazamiento de clientes.

2. Promoción de comunidades sostenibles:

- Apoyo a productores locales: Priorizar la compra de productos frescos y artesanales de pequeños agricultores y productores locales, fortaleciendo la economía local y preservando la cultura gastronómica.

- Condiciones laborales justas: Garantizar condiciones laborales decentes para los empleados, incluyendo salarios justos, seguridad social y oportunidades de desarrollo profesional.
- Respeto por la cultura local: Valorar y promover la cultura local a través de la gastronomía, la música, la decoración y la atención al cliente.

3. Mejora de la calidad de vida:

- Espacios públicos inclusivos: Diseñar espacios públicos alrededor de los restaurantes que sean accesibles, seguros y agradables para todos los usuarios.
- Promoción de la salud y el bienestar: Ofrecer opciones de menú saludables y equilibradas, utilizando ingredientes frescos y técnicas de preparación que preserven sus propiedades nutricionales.
- Fomento de la cohesión social: Crear un ambiente acogedor e inclusivo en el restaurante, donde las personas puedan reunirse, interactuar y disfrutar de una experiencia gastronómica positiva.

Al considerar estos aspectos relacionados con la ODS11, se puede contribuir a un sector restaurantero más sostenible, responsable y comprometido con el bienestar de las comunidades locales y la protección del medio ambiente.

Este objetivo puede generar información valiosa para la toma de decisiones por parte de los restaurantes, las autoridades locales y los

consumidores, impulsando cambios positivos en la industria gastronómica y en las experiencias gastronómicas en general.

Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS 12: “Producción y consumo sostenibles”, de los cuales surgieron diversas situaciones que hacen relevante su consideración:

1. Reducción del uso de plásticos: Minimizar el uso de plásticos de un solo uso en el restaurante, reemplazándolos por alternativas sostenibles como materiales biodegradables o reutilizables.
2. Promoción del consumo responsable: Fomentar el consumo responsable de alimentos y bebidas, evitando el consumo excesivo y promoviendo la reutilización de envases.
3. Educación ambiental: Sensibilizar a los clientes sobre la importancia de la sostenibilidad ambiental y promover prácticas de consumo responsables.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

Matriz de codificación de resultados

A continuación, se da a conocer toda la información recopilada mediante las entrevistas realizadas a los expertos en el tema, en donde se indagó y recopiló información sobre las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de comercio de Lima 2023.

Tabla 3 *Guía de entrevista 1, experto 1 – Gerente General del restaurante Punta Sal Miraflores y Presidente del Gremio de Turismo de la CCL*

Variable	Indicadores	Resultados	Codificación
Calidad del Producto	¿Cuál sería el enfoque distintivo con relación al sabor de su restaurante?	El sabor de sus platos se basa en tres aspectos principales: la calidad de los ingredientes, la habilidad del cocinero y la estandarización de las recetas. Se especializan en pescados y mariscos, y se utiliza un sistema de trazabilidad para garantizar la frescura y la seguridad de los productos. El cocinero tiene un papel importante en la elaboración de los platos, pero que también sigue unas normas y unos procedimientos para asegurar la consistencia y la calidad de la comida.	Calidad de los ingredientes Habilidad del cocinero Estandarización de las recetas
	¿Qué métodos utiliza para mantener la temperatura adecuada de los	Utilizan diferentes métodos en la compra, el almacenamiento, la preparación como el	Productos congelados: carros refrigerados. Productos frescos: cajas térmicas con hielo.

platos que sirve en su restaurante?	servicio. Los productos congelados se transportan con carros refrigerados y los productos frescos con cajas térmicas con hielo, para mantener la cadena de frío y evitar el deterioro. También los productos refrigerados se mantienen entre 0 y 5°C y los productos calientes por encima de 65°C, para prevenir el crecimiento de microorganismos. Asimismo, los platos se preparan con anticipación y se mantienen calientes con una lámpara incandescente, hasta que el mozo los lleva al cliente. Por último, los platos también se calientan entre 45 y 70°C, para que la comida llegue a la mesa con la temperatura adecuada y el sabor deseado.	Productos refrigerados: 0 – 5 °C. Productos calientes: +65°C. Platos preparados: Lámpara incandescente Platos se calientan: 45 a 70 °C.
-------------------------------------	--	--

¿Qué importancia tiene la variedad de un menú (comidas) frente a los clientes y como esto impacta a la carta?	Se ofrecen diferentes tipos de comida según la temporada, el tipo de producto y la creatividad del cocinero, sin perder la identidad y la tradición culinaria. Se utilizan productos gancho, como los mariscos, que son muy apreciados por los comensales y que forman parte del boom de la cocina peruana.	Diferentes tipos de comida según la temporada. Pescados y mariscos.
---	---	--

	<p>¿Cuál es su enfoque o filosofía en cuanto a la presentación de los platos en su restaurante teniendo en cuenta los elementos visuales y decorativos que se utilizan?</p>	<p>Se cuida tanto la decoración, la cantidad, el color y la textura de los alimentos, como el equilibrio nutricional y el sabor de los mismos. El objetivo es ofrecer una comida sana, segura, sostenible y saludable, que refleje la identidad y la tradición de la cocina peruana.</p>	<p>Decoración Cantidad Color Textura Equilibrio nutricional Sabor</p>
Calidad del Servicio	<p>¿Qué estrategias implementa para garantizar una atención rápida y eficiente a los comensales?</p>	<p>Se aplica dos tipos de estrategias: una relacionada en la cocina y otra en el salón. En la cocina, se enfoca en la capacitación del personal, la elaboración de nuevos menús, el uso de un sistema de pedido por iPads y la división de zonas de fríos y calientes. En el salón, se preocupa por la distribución de las mesas, la cantidad de personal por piso, el uso de un ascensor interno de platos y la capacitación para la venta de los productos por los mozos.</p>	<p>Cocina: capacitación del personal, la elaboración de nuevos menús, el uso de un sistema de pedido por iPads y la división de zonas de fríos y calientes. Salón: distribución de las mesas, la cantidad de personal por piso, uso de un ascensor interno de platos y la capacitación para la venta de los productos por los mozos.</p>
	<p>¿Cuál es el nivel de conocimiento y habilidades que espera que tenga su personal en relación con los alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante?</p>	<p>El personal cuenta con tres cualidades fundamentales: actitud, compromiso y pasión. Estas cualidades se reflejan en el desarrollo profesional, la responsabilidad, la calidad, el disfrute y la vocación de servicio.</p>	<p>Actitud Compromiso Pasión</p>

<p>¿Qué medidas toma al ingreso de los comensales para fomentar la amabilidad y cortesía?</p>	<p>El restaurante se preocupa por brindar una atención cordial y respetuosa a sus clientes, desde el momento en que llegan hasta que se van, desde el personal de seguridad, mozos y anfitrionas, han sido capacitados para saludar, dar la bienvenida, agradecer y despedir a los comensales con educación y simpatía.</p>	<p>Atención cordial y respetuosa. Educación y simpatía</p>
<p>¿Cuál es su enfoque para manejar la relación del personal con los clientes durante su estadía en el restaurant?</p>	<p>Se busca que sus clientes se sientan como en casa, que disfruten de su cocina peruana y que queden satisfechos con su visita.</p>	<p>Empatía Atención personalizada.</p>

<p>Ambiente</p>	<p>¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el color de la luz y cómo afecta la percepción de los alimentos y el ambiente?</p>	<p>El restaurante solo atiende durante el día, por lo que no se preocupan mucho por el color de la luz. Sin embargo, es importante que la mesa tenga una luz más clara que el resto del ambiente, para que los clientes puedan apreciar mejor los platos, los colores, los olores y las texturas.</p>	<p>Luz de color clara.</p>
	<p>¿El restaurante hace uso de aromas u olores para mejorar la experiencia del cliente? Si su respuesta es afirmativa, diga ¿cómo?</p>	<p>El restaurante utiliza los olores de sus platos y el vino para estimular los sentidos de sus clientes.</p>	<p>Olor de la comida y vino.</p>
	<p>¿Qué consideraciones tuvo en cuenta al seleccionar el mobiliario y la</p>	<p>El restaurante tiene una decoración sencilla y marina, que se adapta a los eventos y a los platos que prepara.</p>	<p>Decoración marina</p>

decoración de su restaurante?		
¿Qué tipo de música o sonido ambiental utiliza y cómo lo selecciona para crear la atmósfera adecuada?	El restaurante utiliza una música que armoniza con el tipo de comida que se ofrece, generalmente es música ambiental, no es muy alta para permitir la conversación y que acompañe la degustación.	Música ambiental Bajo volumen

Tabla 4 Guía de entrevista 2, experto 2 – Gerente del Restaurante El Cántaro-Chiclayo

Variable	Indicadores	Resultados	Codificación
Calidad del Producto	¿Cuál sería el enfoque distintivo con relación al sabor de su restaurante?	El restaurante se basa en la tradición familiar y la historia de la cocina peruana, rescatando técnicas y procesos antiguos para crear platos con contenido y sabor. Se define como un guardián de las tradiciones culinarias y dice que trabaja con cocineras del distrito.	Técnicas y procesos antiguos.
	¿Qué métodos utiliza para mantener la temperatura adecuada de los platos que sirve en su restaurante?	El restaurante ha mejorado sus procesos de temperatura gracias a la pandemia. Utilizan conservadoras, mesas de frío, máquinas empacadoras al vacío, termos, coolers y acero inoxidable para preservar la calidad e integridad de los alimentos. Cuentan con la certificación ISO 9001, que le	Mesas de frío. Máquinas empacadoras al vacío. Termos Coolers Acero inoxidable

		facilita el cumplimiento de los estándares de calidad.	
	¿Qué importancia tiene la variedad de un menú (comidas) frente a los clientes y como esto impacta a la carta?	El restaurante tiene una carta muy extensa, que puede ser una ventaja o una desventaja según el cliente. Se utiliza una estrategia de ofrecer varios platos a partir de un mismo producto y una misma técnica, para aprovechar la materia prima y dar opciones al cliente.	Se utiliza un insumo para realizar variedad de platos.
	¿Cuál es su enfoque o filosofía en cuanto a la presentación de los platos en su restaurante teniendo en cuenta los elementos visuales y decorativos que se utilizan?	El restaurante ha cambiado su forma de presentar los platos, buscando un equilibrio entre la tradición y el mundo de hoy. Utilizan vajillas y ollas artesanales, que le dan un toque regional y generan empleo en su comunidad. Cuidan el detalle de su delivery, usando mantas y servilletas bordadas.	Equilibrio entre la tradición y el mundo de hoy
Calidad del Servicio	¿Qué estrategias implementa para garantizar una atención rápida y eficiente a los comensales?	Utilizan la capacitación, la comunicación y la motivación como estrategias para mejorar la calidad del servicio. Además, realizan reuniones periódicas con sus colaboradores y cuentan con el apoyo de un consultor.	Capacitación Comunicación Motivación Reuniones periódicas
	¿Cuál es el nivel de conocimiento y habilidades que espera que tenga su personal en relación con los alimentos y	Se ha tenido que renovar el personal, debido a la jubilación de las mujeres más experimentadas de la cocina. Se busca que el personal tenga	Conocimiento de cocina Interés en aprender Adaptación al cambio.

bebidas que se sirven en su restaurante?	conocimiento de cocina, interés en aprender y adaptación al cambio. Se combina la técnica de los jóvenes con la sazón de las veteranas, a las que llama luchonas.	
¿Qué medidas toma al ingreso de los comensales para fomentar la amabilidad y cortesía?	Existe un protocolo de bienvenida, y además se realizan encuestas periódicas a sus clientes, para conocer su opinión y satisfacción. Una de las cosas que más valoran sus clientes es el buen trato de sus meseros, que los conocen y los hacen sentir como en casa.	Protocolo de bienvenida. Encuestas de satisfacción.
¿Cuál es su enfoque para manejar la relación del personal con los clientes durante su estadía en el restaurant?	<p>Se busca que el personal sea atento, respetuoso y profesional con los clientes, que los salude, los oriente y los ayude en lo que necesiten.</p> <p>Se aseguran de que el personal conozca bien los platos y las bebidas que se sirven en el restaurante, que pueda responder las dudas y sugerir las opciones más adecuadas para cada cliente.</p> <p>Se preocupan por la satisfacción de los clientes, que se sientan cómodos, que disfruten de la comida y del ambiente, que reciban su pedido a tiempo y que no tengan ningún inconveniente.</p>	Personal: atentos, respetuosos, conocimiento de los platos y bebidas, satisfacción integral de los clientes.

		Nos esforzamos por fidelizar a los clientes, que vuelvan a visitarnos, que nos recomienden y que se conviertan en parte de nuestra familia.	
Ambiente	¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el color de la luz y cómo afecta la percepción de los alimentos y el ambiente?	El restaurante tiene dos ambientes: uno tradicional y otro moderno, que reflejan la cultura lambayecana. El ambiente tradicional usa la luz natural, y en el moderno usa luz cálida y focos con lámparas de sogas.	Ambiente tradicional: luz natural Ambiente moderno: luz artificial
	¿El restaurante hace uso de aromas u olores para mejorar la experiencia del cliente? Si su respuesta es afirmativa, diga ¿cómo?	No se utilizan aromas artificiales, sino que se basa en los olores naturales de sus platos, que son típicos de su región. Estos olores son mágicos, porque evocan la cultura, la tradición y el sabor de su cocina. Además, estos olores son un atractivo para sus clientes, que los hacen disfrutar más de su comida.	Olores naturales de sus platos.
	¿Qué consideraciones tuvo en cuenta al seleccionar el mobiliario y la decoración de su restaurante?	El restaurante tiene dos ambientes: uno tradicional y otro moderno, que reflejan la cultura lambayecana. En el tradicional se utilizan elementos decorativos como mantelería, copas, botellas de vino, cuadros relacionados a la cultura moche, elementos culturales. Y en el segundo ambiente la cultura actual: los diablos de Túcume (los 7 pecados capitales	Ambiente tradicional: decoración con cultura lambayecana tradicional. Ambiente moderno: decoración con cultura actual.

	transformados en diablos), que es una danza muy típica de Túcume, un caballito de totora, una red, lámparas de papel, (hechas por una asociación de sordomudos de Monsefú).	
	Inclusive, tenemos una coctelería desarrollada creamos tragos en honor a las tradiciones lambayecanas.	
¿Qué tipo de música o sonido ambiental utiliza y cómo lo selecciona para crear la atmósfera adecuada?	El restaurante se llama El Cántaro porque parlantes que se han colocado dentro de unos cántaros para reproducir música. La música es lambayecana, que es tradicional típica.	Música tradicional típica lambayecana.

Tabla 5 Guía de entrevista 3, experto 3 – Administrador del Restaurante Parrillada Carnal Prime Steakhouse

Variable	Indicadores	Resultados	Codificación
Calidad del Producto	¿Cuál sería el enfoque distintivo con relación al sabor de su restaurante?	El restaurante se basa en dos pilares: la calidad y la frescura de los insumos, y las buenas técnicas culinarias, ambas cosas están relacionadas y se complementan, y si no se aplican correctamente, el resultado no es bueno.	La calidad y la frescura de los insumos. Las buenas técnicas culinarias.
	¿Qué métodos utiliza para mantener la temperatura adecuada de los	Se cuida la cadena de frío de los platos fríos, desde el proveedor hasta el cliente final. También se capacita al	Refrigeración Conservación Platos a temperaturas calientes.

	platos que sirve en su restaurante?	personal para que maneje las temperaturas de los platos calientes y las salsas, y que no se enfríen. Y se tiene una buena refrigeración, conservación y rotulación de los alimentos.	Rotulación de los alimentos.
	¿Qué importancia tiene la variedad de un menú (comidas) frente a los clientes y como esto impacta a la carta?	Se ofrece una gran variedad de platos, que le da más opciones a los clientes. Se cuida la rotación de los insumos, para evitar el desperdicio y aprovechar su uso en otros platos.	Se utiliza un insumo para realizar variedad de platos.
	¿Cuál es su enfoque o filosofía en cuanto a la presentación de los platos en su restaurante teniendo en cuenta los elementos visuales y decorativos que se utilizan?	Se sigue la tendencia minimalista, que consiste en decorar los platos de forma simple y natural, sin excesos ni adornos, para ellos esta tendencia es más rápida y práctica que la anterior, que era muy pomposa y decorada.	Tendencia minimalista.
Calidad del Servicio	¿Qué estrategias implementa para garantizar una atención rápida y eficiente a los comensales?	Se basan en dos aspectos: el personal capacitado y el proceso definido. Tanto en la cocina como en el salón, el personal debe conocer bien los platos, los insumos y la preparación, y estar preparado para resolver cualquier problema que se presente y no depende de una persona, sino de un proceso que cualquiera pueda seguir.	Personal capacitado Proceso bien definido
	¿Cuál es el nivel de conocimiento y	Se valora la experiencia, la buena	Experiencia Buena actitud

	habilidades que espera que tenga su personal en relación con los alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante?	actitud y la amabilidad de su personal, más que el conocimiento específico sobre los alimentos y bebidas que se sirven. Esto implica que se confía en la capacidad del personal para aprender sobre los productos que ofrecen, y que se prioriza la calidad del trato al cliente.	Amabilidad
	¿Qué medidas toma al ingreso de los comensales para fomentar la amabilidad y cortesía?	El restaurante cuenta con un protocolo de bienvenida que busca hacer sentir a los clientes como en casa.	Protocolo de bienvenida
	¿Cuál es su enfoque para manejar la relación del personal con los clientes durante su estadía en el restaurant?	La atención personalizada, para fidelizar y generar recomendaciones. La concentración, para evitar distracciones y errores. El límite de cuentas por mozo, para garantizar una atención óptima. El compromiso, la amabilidad, la cortesía y la capacitación del personal, para crear un ambiente cómodo y agradable.	Atención personalizada Concentración Límite de cuentas por mozo Compromiso Amabilidad Cortesía Capacitación al personal
Ambiente	¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el color de la luz y cómo afecta la percepción de los alimentos y el ambiente?	El restaurante usa una luz tenue y amarilla, que le da un brillo especial a los platos y contrasta con la luz blanca de la cocina. La luz es muy suave y baja, para crear un ambiente acogedor y diferente.	Cocina: luz blanca Salón: luz amarilla tenue.
	¿El restaurante hace uso de aromas u	No se hace uso de aromas, pero resalta	Olor de las carnes

olores para mejorar la experiencia del cliente? Si su respuesta afirmativa, ¿cómo?	el olor natural de la carne de alta calidad que ofrece el restaurante, así como el de la fritura.	
¿Qué consideraciones tuvo en cuenta al seleccionar el mobiliario y la decoración de su restaurante?	<p>Hemos considerado mucho cuero y pieles, que dan un toque rústico y sofisticado al ambiente.</p> <p>Un árbol en el centro del restaurante, que crea un contraste natural y original.</p> <p>Un cuadro de una mujer desnuda envuelta en plástico, que genera polémica y atención por su mensaje y su estética.</p> <p>Una terraza privada y elegante, con mantelería blanca, que ofrece un espacio más íntimo y refinado.</p>	Salón: cuero y pieles Terraza: decoración más refinada con mantelería.
¿Qué tipo de música o sonido ambiental utiliza y cómo lo selecciona para crear la atmósfera adecuada?	Tenemos un gusto por la música latina, que es atractiva y divertida para los clientes.	Música latina: cubana

Tabla 6 Guía de entrevista 4, experto 4 – Administrador del Taller Restaurante Qhusi

Variable	Indicadores	Resultados	Codificación
Calidad del Producto	¿Cuál sería el enfoque distintivo con relación al sabor de su restaurante?	El restaurante ofrece una carta variada y elaborada, que combina diferentes elementos para realzar el sabor, siempre con un estándar de alta cocina y	<ul style="list-style-type: none"> • Sabor • Técnicas francesas

	técnicas francesas, que se aplican tanto a platos peruanos como internacionales.	
¿Qué métodos utiliza para mantener la temperatura adecuada de los platos que sirve en su restaurante?	<p>La respuesta describe los siguientes métodos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparar los platos calientes al instante, con una preparación previa hecha con anticipación. • Usar equipos de refrigeración para conservar los platos fríos, los postres y las bebidas. • Tener una barra equipada con hielos para mantener las bebidas frías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Platos calientes: servidos al instante. • Platos fríos: equipos de refrigeración. • Bebidas frías: hielo.
¿Qué importancia tiene la variedad de un menú (comidas) frente a los clientes y como esto impacta a la carta?	<p>El restaurante cambia su carta dos veces al año, con un proceso de análisis, pruebas y revisión de los ingredientes.</p> <p>Se cuenta con un taller donde los estudiantes de cocina aplican sus técnicas, y la carta tiene que ser atractiva para los clientes y acorde con el programa curricular.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Carta variada: 2 veces al año.
¿Cuál es su enfoque o filosofía en cuanto a la presentación de	Tenemos un cuidado especial en el plato que se usa, los	<ul style="list-style-type: none"> • Decoración desde el plato hasta la colocación

los platos en su restaurante teniendo en cuenta los elementos visuales y decorativos que se utilizan?	elementos que se combinan, y la forma en que se colocan los ingredientes y los elementos en la receta. Los estudiantes de cocina aprenden y practican la presentación de los platos, y esta es una habilidad que se evalúa para obtener el título de Le Cordon Bleu.	de cada ingrediente.
---	--	----------------------

Calidad del Servicio	¿Qué estrategias implementa para garantizar una atención rápida y eficiente a los comensales?	<p>Capacitar al equipo del salón en atención al servicio, bajo la dirección del jefe de salón.</p> <p>Evaluar el servicio mediante encuestas y hacer los ajustes necesarios según la información recabada.</p> <p>Exigir una reservación previa para asistir al restaurante, debido a la alta demanda, y respetar el orden y la preferencia de los clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al equipo • Aplicar encuestas • Reservación anticipada • Respetar el orden de llegada.
	¿Cuál es el nivel de conocimiento y habilidades que espera que tenga su personal en	El personal está conformado por 3 tipos: los contratados, que son los responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Personal antiguo: supervisa, asiste y forma al personal.

<p>relación con los alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante?</p>	<p>del servicio en general, y los estudiantes de último semestre, que son los que aprenden y practican en el taller restaurante.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Personal joven: encargados del servicio en general. • Estudiantes: aprenden y practican.
<p>¿Qué medidas toma al ingreso de los comensales para fomentar la amabilidad y cortesía?</p>	<p>Y hay un equipo que supervisa, asiste y forma al personal, y que se busca cumplir con un estándar de calidad en los alimentos y bebidas.</p> <p>Contamos con un sistema de reservas, que le permite identificar y conocer las necesidades y preferencias de los clientes, y preparar el servicio de acuerdo a ellas.</p> <p>Y cuenta con un protocolo de atención, que incluye cuidados especiales para los clientes alérgicos, y que busca que los clientes tengan una experiencia muy agradable y que quieran volver.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo de bienvenida. • Sistema de reservas.
<p>¿Cuál es su enfoque para manejar la relación del personal con los clientes durante</p>	<p>El personal de salón dedica mucho cuidado al tomar el pedido, revisarlo,</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada

	su estadía en el restaurant?	<p>sugerir bebidas, postres o mejoras, y explorar las preferencias de los clientes, y ellos dejan a los clientes disfrutar de los platos y conversar con tranquilidad, pero está atento a cualquier solicitud o necesidad que tengan.</p> <p>Tenemos muy buenas referencias sobre nuestro personal por su buena atención y dedicación.</p>	
Ambiente	¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el color de la luz y cómo afecta la percepción de los alimentos y el ambiente?	Se utiliza luz tenue y baja, que no es muy fuerte ni muy elevada, que permite que el restaurante esté bien iluminado, pero sin ser un ambiente cargado de luz.	<ul style="list-style-type: none"> • Luz amarilla tenue
	¿El restaurante hace uso de aromas u olores para mejorar la experiencia del cliente? Si su respuesta es afirmativa, diga ¿cómo?	No se usa ningún aroma, sino que deja que los aromas naturales de la cocina y los platos sean los que predominen en el ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> • Olores propios de la comida.
	¿Qué consideraciones tuvo en cuenta al seleccionar el	Se usan colores blancos o claros, tanto en los manteles	<ul style="list-style-type: none"> • Paredes, mobiliario y mantelería: blanca

mobiliario y la decoración de su restaurante?	como en los asientos, para crear un ambiente sobrio y elegante, que resalte la presentación de los platos, y estos son cambiados inmediatamente se ensucian.	<ul style="list-style-type: none"> • Cuadros modernos
¿Qué tipo de música o sonido ambiental utiliza y cómo lo selecciona para crear la atmósfera adecuada?	Se utiliza la música instrumental, sin voces ni canciones conocidas, sino con un toque original y armonioso. El volumen es moderado, y no interfiere con la conversación de los clientes, y busca crear un ambiente cómodo y agradable.	<ul style="list-style-type: none"> • Música instrumental: volumen moderado.

Tabla 7 Guía de entrevista 5, experto 5 – Administradora de Rubens Restaurante

Variable	Indicadores	Resultados	Codificación
Calidad del Producto	¿Cuál sería el enfoque distintivo con relación al sabor de su restaurante?	El restaurante se enfoca en revalorizar los ingredientes que son poco apreciados o rechazados por el público, como las berenjenas, las mollejas de res, el trigo y la quinua. Para ello, los combina con otros elementos que les aumentan el	<ul style="list-style-type: none"> • Revaloriza los ingredientes poco apreciados.

sabor y les dan un toque especial, como la salsa de coral. De esta manera, el restaurante busca sorprender y satisfacer a sus clientes, ofreciéndoles una nueva experiencia gastronómica con productos peruanos de alta calidad.

¿Qué métodos utiliza para mantener la temperatura adecuada de los platos que sirve en su restaurante?

El restaurante se preocupa por sincronizar la salida de los platos de cada mesa, para que todos los clientes reciban su comida al mismo tiempo. Para evitar que los platos se enfríen mientras esperan a los demás, contamos con una lámpara de calor que mantiene la temperatura óptima de los alimentos. De esta manera, garantizamos que los platos lleguen a la mesa con la calidad y el sabor que se merecen.

- Rapidez en llevar los platos a la mesa.
- Lámpara de calor

¿Qué importancia tiene la variedad de un menú (comidas) frente a los clientes y

El restaurante se esfuerza por adaptarse a las preferencias y necesidades de cada cliente,

- Adaptación a las preferencias, gustos y condiciones
-

<p>como esto impacta a la carta?</p>	<p>ofreciendo platos que se ajusten a sus gustos y condiciones. Hay personas que no consumen ciertos alimentos por motivos de salud, éticos, religiosos o personales, y por eso ofrece opciones alternativas que no los contengan, ya que se quiere que todos los clientes se sientan incluidos y atendidos, y que disfruten de una comida de calidad.</p>	<p>de los clientes.</p>
--------------------------------------	--	-------------------------

<p>¿Cuál es su enfoque o filosofía en cuanto a la presentación de los platos en su restaurante teniendo en cuenta los elementos visuales y decorativos que se utilizan?</p>	<p>El restaurante se inspira en el arte y la historia para decorar sus platos, usando los colores rojos, negro y dorado que caracterizan al pintor Pedro Pablo Rubens y al espacio donde se ubica el restaurante. Se busca armonizar la presentación de los platos con el ambiente y el concepto del lugar, usando elementos como pancitos de diferentes colores, vajillas acordes y flores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación original y elegante de sus platos: colores rojos, negro y dorado.
---	---	--

		comestibles. Además, sorprende y deleita a sus clientes con una presentación elegante y original de sus platos.	
Calidad del Servicio	¿Qué estrategias implementa para garantizar una atención rápida y eficiente a los comensales?	El restaurante se asegura de tener disponibles todos los platos que ofrece en su carta, y de conservar algunos productos al vacío para ahorrar tiempo de preparación. También se preocupa por servir los platos en un tiempo razonable, que depende del tipo y el punto de cocción de la carne. Acompaña los platos con unos pancitos de cortesía, que sirven para entretener y distraer a los clientes mientras esperan su comida. Se quiere que los clientes se sientan satisfechos y valorados, y que no perciban la espera como un inconveniente.	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de todos los platos. • Tiempo de preparación razonable. • Poco tiempo de espera.
	¿Cuál es el nivel de conocimiento y habilidades que espera que	Se valora la experiencia y la formación de su personal, tanto	<ul style="list-style-type: none"> • Cocina: conocimiento de las técnicas de

<p>tenga su personal en relación con los alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante?</p>	<p>en la cocina como en el servicio. Se utiliza técnicas avanzadas de cocción, conservación y manipulación de alimentos, que requieren de un dominio y una responsabilidad por parte de los chefs y los cocineros. También se ofrecen oportunidades de aprendizaje y superación a su personal, siempre bajo la supervisión de los líderes. Se espera que su personal conozca los detalles y la historia de los platos y del lugar, y que los comunique con amabilidad y profesionalismo a los clientes, que sean competentes y comprometidos, y que refleje la calidad y la identidad del restaurante.</p>	<p>cocción, conservación y manipulación de alimentos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salón: Conocimiento de los platos y su historia. • Amabilidad, compromiso y calidad en el servicio.
<p>¿Qué medidas toma al ingreso de los comensales para fomentar la amabilidad y cortesía?</p>	<p>El restaurante tiene un protocolo de atención al cliente, que consiste en preguntar si tienen reserva y ubicarlos en una mesa de su preferencia, si hay disponibilidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo de ingreso.

También les entrega una carta que pueden llevarse como recuerdo, y les ofrece un QR para que puedan conocer más sobre la historia del restaurante. Se les brinda información sobre el salón y los cuadros, si así lo desean. Se quiere que los comensales se sientan bienvenidos y cómodos, y que disfruten de una experiencia cultural y gastronómica.

¿Cuál es su enfoque para manejar la relación del personal con los clientes durante su estadía en el restaurant?

El restaurante apuesta por una atención personalizada y cercana, que se basa en presentarse por su nombre y establecer un contacto visual con los clientes. También se caracteriza por una atención ágil y fluida, que se encarga de retirar y servir los platos en el momento adecuado, y de facilitar el compartir entre los comensales. Lo que se busca es romper el hielo y generar un clima de confianza y armonía con los clientes, para

- Atención personalizada y cercana.

		que se sientan como en casa.	
Ambiente	¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el color de la luz y cómo afecta la percepción de los alimentos y el ambiente?	Sabemos que los clientes buscan un ambiente privado y acogedor, especialmente si vienen por una ocasión especial. Se utiliza luz amarilla, cálida con lámparas de diferentes tamaños e intensidades para crear un efecto de calidez y confort. Se quiere que los clientes se sientan a gusto y relajados, y que disfruten de su estadía.	<ul style="list-style-type: none"> • Luz amarilla y cálida.
	¿El restaurante hace uso de aromas u olores para mejorar la experiencia del cliente? Si su respuesta es afirmativa, diga ¿cómo?	Se evita los aromas fuertes o invasivos que puedan interferir con el gusto y el olfato de los clientes, como el pino o el perfume. Se opta por los aromas propios de nuestras comidas. Se quiere que el aroma predominante sea el de la comida que se prepara.	<ul style="list-style-type: none"> • Olores de los platos que se preparan.
	¿Qué consideraciones tuvo en cuenta al seleccionar el mobiliario y la	Se basó en la herencia artística y cultural del señor Fernando Díaz, un pintor y escultor que	<ul style="list-style-type: none"> • La decoración y el mobiliario al estilo barroco. • Colores: rojo, negro y dorado.

decoración de su restaurante?	falleció hace tres años y que dejó su casa como museo.	<ul style="list-style-type: none"> • Mantel y vajillas: Bordados y lujosos.
	<p>Se conservaron la mayoría de las obras de arte del señor Díaz, que son réplicas exactas de grandes maestros del barroco como Tiziano, Caravaggio, Rubens, Velázquez y Rembrandt.</p>	
	<p>También se inspiró en la arquitectura y el diseño de la Casa de Pedro Pablo Rubens, que se encuentra en Amberes, Bélgica, y que fue recreada minuciosamente por el señor Díaz.</p>	
	<p>Se adaptó el espacio y el mobiliario al estilo barroco, usando colores rojos, negro y dorado, y manteles y vajillas acordes con el ambiente.</p>	
	<p>El restaurante tuvo que hacer algunas modificaciones para cumplir con los requisitos operativos y legales, pero respetando el patrimonio cultural que</p>	

representa el museo.

¿Qué tipo de música o sonido ambiental utiliza y cómo lo selecciona para crear la atmósfera adecuada?

El restaurante opta por la música clásica como el género principal para ambientar el espacio, ya que es acorde con el estilo barroco y el arte que se exhibe.

También incorpora ocasionalmente el jazz, que es un género que tiene influencias de la música clásica y que puede aportar variedad y dinamismo.

Se cuida el volumen y la intensidad de la música, para que no interfiera con la conversación y el disfrute de los clientes, y para que cree una atmósfera de tranquilidad y elegancia.

- Música clásica
- Jazz
- Volumen bajo

Tabla 8 Guía de entrevista 6, experto 6 – Gerente General de Anacardo Restaurante- San Isidro

Variable	Indicadores	Resultados	Codificación
Calidad del Producto	¿Cuál sería el enfoque distintivo con relación al sabor de su restaurante?	El restaurante se caracteriza por ofrecer una propuesta gastronómica que fusiona la cocina peruana con la europea, creando platos innovadores y originales que resaltan los sabores de ambas culturas. El restaurante se creó con la intención de buscar un sello distintivo que lo identificara y lo posicionara en el mercado.	<ul style="list-style-type: none"> Comida fusión: peruana con europea
	¿Qué métodos utiliza para mantener la temperatura adecuada de los platos que sirve en su restaurante?	El restaurante cuenta con dos tipos de máquinas que le permiten conservar la temperatura óptima de sus platos, según sean fríos o calientes. La primera es un abatidor, que se ubica al lado de la cocina y que refrigera los platos fríos. La segunda es un	<ul style="list-style-type: none"> Platos fríos: abatidor. Platos calientes: calentador

equipo que se sitúa sobre la mesa y que irradia calor, manteniendo los platos calientes. El restaurante tiene la costumbre de servir los platos de una mesa al mismo tiempo, por lo que los va colocando debajo del equipo que calienta hasta que están listos para salir. Cuando todos los platos están terminados, se toca una campana para avisar al mozo que los lleve a la mesa.

¿Qué importancia tiene la variedad de un menú (comidas) frente a los clientes y como esto impacta a la carta?

Se ofrece un menú que combina la gastronomía peruana con la europea, creando platos novedosos y deliciosos que se adaptan a los gustos y preferencias de cada comensal. El restaurante también se preocupa por ser inclusivo y atender a las necesidades especiales de algunos clientes, como los vegetarianos,

- Carta amplia y variada para todos los gustos y condiciones.

		los celíacos o los que tienen mascotas. Se tiene una carta amplia pero no excesiva, que refleja su propuesta culinaria diferenciada y de calidad.	
	¿Cuál es su enfoque o filosofía en cuanto a la presentación de los platos en su restaurante teniendo en cuenta los elementos visuales y decorativos que se utilizan?	Se ofrecen una presentación de los platos que es atractiva y armoniosa, respetando la limpieza y el orden, y que se ajusta al estilo y al sabor de cada plato. El restaurante no utiliza elementos decorativos genéricos, sino que busca crear una decoración única y original para cada plato, que realce su personalidad y su calidad.	<ul style="list-style-type: none"> Decoración única y original para cada plato.
Calidad del Servicio	¿Qué estrategias implementa para garantizar una atención rápida y eficiente a los comensales?	Se basa en dos aspectos: el personal y la tecnología. El restaurante cuenta con un número adecuado de mozos, que se distribuyen por las diferentes zonas del local, para atender a los clientes de forma rápida y	<ul style="list-style-type: none"> Número de mozos adecuado. Software para toma de pedidos.

eficiente.
También
utilizamos un
software que
permite
agilizar el
proceso de
toma de
pedidos, ya
que los mozos
usan tablets
que se
conectan
directamente
con el bar y la
cocina,
evitando
demoras y
errores.

¿Cuál es el nivel
de conocimiento
y habilidades
que espera que
tenga su
personal en
relación con los
alimentos y
bebidas que se
sirven en su
restaurante?

El personal
tiene un alto
nivel de
conocimiento y
habilidades
sobre los
alimentos y
bebidas que se
sirven, por lo
que se les
brinda una
formación
continua y
exhaustiva. El
personal
participa en las
pruebas de los
platos que se
lanzan, y
aprende los
ingredientes y
las
características
de cada uno,
para poder
informar y
asesorar a los
clientes,
especialmente
si tienen
alguna alergia
o restricción
alimentaria. El
personal
también recibe
capacitaciones

- Alto nivel de conocimiento y habilidades.
- Capacitaciones constantes.

	<p>semanales a cargo de un jefe de mozos, y evaluaciones periódicas para verificar que dominan el menú y la propuesta gastronómica del restaurante.</p>	
<p>¿Qué medidas toma al ingreso de los comensales para fomentar la amabilidad y cortesía?</p>	<p>El restaurante se esfuerza por brindar una atención amable y cortés a los comensales, desde el momento en que ingresan al local. El restaurante cuenta con un anfitrión que los recibe y les da la bienvenida, y también con la presencia constante del dueño y del gerente, que les explican la propuesta gastronómica y los orientan hacia el lugar más adecuado para ellos. El restaurante tiene una estrategia para distribuir a los clientes por las diferentes zonas del local, buscando optimizar el espacio y el servicio, y evitar que los clientes se</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo de bienvenida.

sientan solos o abandonados. Se busca crear un ambiente acogedor y agradable para los comensales, que los haga sentir cómodos y satisfechos.

¿Cuál es su enfoque para manejar la relación del personal con los clientes durante su estadía en el restaurant?

El restaurante tiene un enfoque de cercanía y comunicación con los clientes, que se basa en el contacto directo y frecuente del personal, incluyendo los dueños y el gerente, con los comensales. El personal se interesa por conocer la opinión y la satisfacción de los clientes, tanto verbalmente como mediante una encuesta, y valora los elogios y las sugerencias de los clientes, y trata de resolver cualquier inconveniente que se presente. Además, busca crear una relación de confianza y fidelidad con

- Atención personalizada.

		los clientes, desde que llegan hasta que se van.	
Ambiente	¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el color de la luz y cómo afecta la percepción de los alimentos y el ambiente?	El restaurante se basa en el criterio de expertos para elegir los colores del ambiente, que buscan crear una atmósfera tranquila, calma y vivaz a la vez, que favorezca la apreciación de los platos y las bebidas, especialmente en el bar, donde se ofrecen tragos con colores y efectos especiales. El restaurante opta por una combinación de verde claro y blanco, que se complementa con una iluminación cálida, que produce un efecto interesante y agradable.	<ul style="list-style-type: none"> • Luz amarilla tenue.
	¿El restaurante hace uso de aromas u olores para mejorar la experiencia del cliente? Si su respuesta es afirmativa, diga ¿cómo?	El restaurante utiliza los aromas y los olores como un elemento más para mejorar la experiencia del cliente, aprovechando los productos que ofrece en su cafetería y	<ul style="list-style-type: none"> • Olores propios de sus platos.

en su bar. Se tiene una cafetería que se encuentra al ingresar al local, donde se puede apreciar el aroma del café, de los postres y de las flores que se venden como arreglos florales.

También tiene un bar que se destaca por sus tragos con frutas deshidratadas y flores comestibles, que aportan un aroma y un color atractivos. Se busca crear un ambiente acogedor y romántico, que sorprenda y deleite a los clientes con sus aromas y sus olores.

¿Qué consideraciones tuvo en cuenta al seleccionar el mobiliario y la decoración de su restaurante?

El restaurante tuvo en cuenta la comodidad y la elegancia al seleccionar su mobiliario y su decoración, creando dos ambientes diferentes que se adaptan a las preferencias y necesidades de los clientes. Se cuentan con dos terrazas con mesas de granito y

- Salón: decoración y mobiliario elegante, cuadros clásicos.
- Terraza: decoración y mobiliario modernos.

sillones, que le dan un toque sofisticado y acogedor, y un segundo piso con mesas bajas y sillones, que le dan un aire de lounge y relax. El restaurante también tiene sillas cómodas con brazos y cojines, y unos pequeños robots que se colocan al lado de las mesas para dar un toque de originalidad y modernidad.

¿Qué tipo de música o sonido ambiental utiliza y cómo lo selecciona para crear la atmósfera adecuada?

El restaurante utiliza música instrumental y relajante. Contrata a personas que la tocan los fines de semana. Se cuenta con un equipo con 300 canciones que se repiten a lo largo del día, que crean un ambiente propicio para diferentes ocasiones, desde el desayuno hasta la cena, e incluso para hacer entrevistas de trabajo.

- Música instrumental a volumen bajo.

Tabla 9 Guía de entrevista 7, experto 7 – Gerente del Restaurante Punta Sal de San Isidro

Variable	Indicadores	Resultados	Codificación
Calidad del Producto	¿Cuál sería el enfoque distintivo con relación al sabor de su restaurante?	El restaurante ofrece una experiencia gastronómica única, basada en la riqueza y diversidad de los productos del mar peruano, combinados con una sazón especial que proviene de la tradición culinaria del norte del país. La sazón norteña se caracteriza por el uso de ingredientes como el ají, el culantro, el maíz y el limón, que le dan un toque de sabor, color y frescura a los platos de pescados y mariscos.	<ul style="list-style-type: none"> • Riqueza y diversidad de los productos del mar peruano. • Sazón
	¿Qué métodos utiliza para mantener la temperatura adecuada de los platos que sirve en su restaurante?	Se utiliza dos métodos para mantener la temperatura adecuada de sus platos que se sirven: el primero es el manejo de los tiempos de las comandas, es decir, el orden en que se preparan y se entregan los platos según lo	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de los tiempos de las comandas. • Calentadores

que pide el cliente. El segundo es el uso de una estación de salida de platos, que cuenta con unos calentadores que mantienen la temperatura de los platos hasta que son servidos. Estos métodos permiten que los platos calientes lleguen a la mesa con la temperatura óptima, sin afectar la calidad ni el sabor de los platos fríos.

¿Qué importancia tiene la variedad de un menú (comidas) frente a los clientes y como esto impacta a la carta?

Se reconoce la importancia de la variedad en su menú, tanto para atraer a nuevos clientes como para fidelizar a los que ya tienen. Por eso, no se conforman con ofrecer siempre lo mismo, sino que buscan innovar y renovar su carta periódicamente, incorporando nuevos sabores y platos que reflejen la diversidad de la cocina peruana.

- Se renueva la carta periódicamente: innovación de platos.

	Al mismo tiempo, se respetan las preferencias de sus clientes más habituales, y mantiene en su carta los platos clásicos o favoritos que les han dado reconocimiento y prestigio.	
¿Cuál es su enfoque o filosofía en cuanto a la presentación de los platos en su restaurante teniendo en cuenta los elementos visuales y decorativos que se utilizan?	Se basa en dos principios: el respeto y la innovación. El respeto se refiere a mantener la forma, el estilo y el sabor de los platos tradicionales de la comida peruana, especialmente de los pescados y mariscos, que son su especialidad. No se altera los elementos esenciales que definen a estos platos, como el corte del pescado en el ceviche, que es parte de la identidad y la cultura gastronómica del país. La innovación se refiere a crear platos propios que siguen las nuevas tendencias y los gustos de los clientes, pero sin perder la esencia de la	<ul style="list-style-type: none"> • Respeto: mantener forma, estilo y sabor de los platos. • Innovación: Crear platos propios con las nuevas tendencias.

		comida peruana.	
Calidad del Servicio	¿Qué estrategias implementa para garantizar una atención rápida y eficiente a los comensales?	Se tiene una estrategia de servicio que se adapta a las necesidades y expectativas de sus clientes según el día de la semana. De lunes a viernes, el restaurante ofrece una atención rápida y eficiente a los comensales que tienen un tiempo limitado para comer, ya sea por motivos laborales o académicos. Se capacita al personal para que sean conscientes de esta situación y puedan servir los platos en el menor tiempo posible, sin descuidar la calidad del servicio. Los sábados y domingos, el restaurante ofrece una atención más relajada y personalizada a los comensales que quieren disfrutar de su comida con más calma y sabor.	<ul style="list-style-type: none"> • Se adaptan a las necesidades y expectativas de los clientes.
	¿Cuál es el nivel de conocimiento y habilidades que espera que tenga su personal en relación con los	Se espera que el personal tenga un nivel de conocimiento y habilidades alto en relación con los	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento sobre insumos de cada platos, alergias, gustos y preferencias.

<p>alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante?</p>	<p>alimentos y bebidas que se sirven en su establecimiento. El personal debe conocer los productos y los insumos que se utilizan, así como las posibles alergias que puedan tener los clientes. También debe conocer los gustos y preferencias de los clientes, tanto nacionales como extranjeros, y adaptarse a ellos. Se ha aprendido a reconocer las diferencias de paladar entre las distintas nacionalidades.</p>	
<p>¿Qué medidas toma al ingreso de los comensales para fomentar la amabilidad y cortesía?</p>	<p>Se tiene una política de atención al cliente que se basa en la amabilidad, la educación, la calidez y el respeto. El restaurante cuenta con un protocolo de bienvenida que consiste en recibir a los comensales con una sonrisa, saludarlos cordialmente, agradecerles por su visita, ofrecerles un lugar cómodo y agradable, y brindarles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo de bienvenida: amabilidad, educación, calidez y respeto.

		información sobre el menú y las opciones disponibles.	
	¿Cuál es su enfoque para manejar la relación del personal con los clientes durante su estadía en el restaurant?	Se tiene un enfoque de relación con los clientes que se basa en la cordialidad, la calidez y la satisfacción. El restaurante se ha posicionado en el mercado por ofrecer una buena sazón, una calidad de productos y un servicio de excelencia. Se considera que todos los miembros del equipo son importantes para brindar un servicio integral y de calidad, y que todos deben seguir los mismos estándares de atención.	<ul style="list-style-type: none"> • Cordialidad • Calidez • Satisfacción
Ambiente	¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el color de la luz y cómo afecta la percepción de los alimentos y el ambiente?	Se tiene un enfoque de ambiente que se basa en la coherencia, la versatilidad y el realce. También se busca resaltar la belleza y la variedad de los colores de su comida peruana, que son un reflejo de su sabor y su intensidad, por lo tanto, se eligió un color de luz que sea	<ul style="list-style-type: none"> • Color amarillo tenue

	<p>neutro, natural y fresco, que no altere ni opaque los colores de los platos, sino que los ilumine y los haga más apetecibles.</p>	
<p>¿El restaurante hace uso de aromas u olores para mejorar la experiencia del cliente? Si su respuesta es afirmativa, diga ¿cómo?</p>	<p>No se utiliza aromas u olores artificiales para mejorar la experiencia del cliente, sino que confía en los aromas naturales de su comida peruana, que son un atractivo y un deleite para el sentido del olfato.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aromas propios de los platos.
<p>¿Qué consideraciones tuvo en cuenta al seleccionar el mobiliario y la decoración de su restaurante?</p>	<p>Se tuvo una consideración de mobiliario y decoración basada en el estilo formal e informal que lo caracteriza. Se busca ofrecer un ambiente que se adapte a las preferencias y necesidades de sus clientes, según el tipo de ocasión que celebran. El restaurante tiene dos pisos con diferentes opciones de mobiliario y decoración: uno sin manteles, con individuales de papel, que es más casual y desenfadado, y otro con manteles, que es más elegante</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer piso: Decoración y mobiliario informal • Segundo piso: Decoración y mobiliario formal.

	y sofisticado. Se ha observado que la mayoría de sus clientes prefieren el piso sin manteles, salvo los que van a almorzar por un motivo especial.	
¿Qué tipo de música o sonido ambiental utiliza y cómo lo selecciona para crear la atmósfera adecuada?	El restaurante utiliza un tipo de música o sonido ambiental que se ajusta a su estilo formal o informal. Se busca crear un ambiente que sea agradable y relajante para los clientes, sin interferir con sus otros sentidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Música ambiental: suave y discreta.

Tabla 10 Guía de entrevista 8, experto 8 – Administrador Restaurante Mandala-Miraflores

Variable	Indicadores	Resultados	Codificación
Calidad del Producto	¿Cuál sería el enfoque distintivo con relación al sabor de su restaurante?	El enfoque distintivo con relación al sabor en cuanto a los platos de su restaurante es ofrecer platos bandera que tienen una preparación específica y un ingrediente especial. Por ejemplo, uno de sus platos bandera, el maquis mandala, fue creado por un chef reconocido, lo que implica que tiene un valor agregado y una	<ul style="list-style-type: none"> • Platos bandera: preparación específica e ingrediente especial.

	<p>calidad garantizada. Sus platos bandera se distinguen del resto de restaurantes por su sazón y algún ingrediente especial, lo que sugiere que hay una innovación y una creatividad en su cocina.</p>	
<p>¿Qué métodos utiliza para mantener la temperatura adecuada de los platos que sirve en su restaurante?</p>	<p>El método que utiliza para mantener la temperatura adecuada de sus platos que se sirven es cocinarlos en el momento. Esto significa que no prepara los platos con anticipación ni los deja enfriar o calentar en algún aparato. Así, los platos se sirven recién hechos y con la temperatura óptima para su consumo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los platos se sirven al momento.
<p>¿Qué importancia tiene la variedad de un menú (comidas) frente a los clientes y como esto impacta a la carta?</p>	<p>La variedad del menú es importante para atraer y satisfacer a los clientes, ya que les ofrece opciones diferentes y exclusivas que no encuentran en otros restaurantes de la zona. También se varían los acompañamientos de algunos platos, como las alitas, para ofrecer más diversidad y adaptarse a los</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Platos variados.

		paladares de los clientes.	
	¿Cuál es su enfoque o filosofía en cuanto a la presentación de los platos en su restaurante teniendo en cuenta los elementos visuales y decorativos que se utilizan?	Son críticos y exigentes con los elementos visuales y decorativos que utilizan. Los clientes en Miraflores son más demandantes y selectivos con la apariencia de los platos, y que por eso su decoración tiene que ser excelente. Por lo tanto, cada plato muestra calidad y creatividad en su presentación.	<ul style="list-style-type: none"> • Decoración personalizada.
Calidad del Servicio	¿Qué estrategias implementa para garantizar una atención rápida y eficiente a los comensales?	La estrategia es respetar los tiempos de preparación de cada plato. Se trata de cumplir los tiempos establecidos, lo que implica que hay un compromiso y una responsabilidad con el servicio. Además, es muy difícil que no cumplan con los tiempos, lo que sugiere que hay una confianza y una seguridad en el trabajo que realizan.	<ul style="list-style-type: none"> • Respetan tiempos de preparación. • Platos servidos a la mesa, ni bien salen de cocina.
	¿Cuál es el nivel de conocimiento y habilidades que espera que tenga su personal en relación con los alimentos y	Se espera que el personal tenga un profundo conocimiento en relación con los alimentos y bebidas que se sirven en su	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de los platos. • Experiencia previa

	bebidas que se sirven en su restaurante?	restaurante. Se valora mucho la experiencia previa de su personal, que ya ha trabajado en otros restaurantes. Esta estrategia genera confianza, comodidad y fidelidad en los clientes, así como demostrar el profesionalismo, la cortesía y la eficiencia del personal.	
	¿Qué medidas toma al ingreso de los comensales para fomentar la amabilidad y cortesía?	El personal siempre busca tratar a los clientes como familiares y hacerlos sentir especiales. Se busca tener una relación amical con sus clientes, que se basa en el respeto y la educación. Esta estrategia busca fidelizar a los clientes, generar confianza y mejorar la imagen del restaurante.	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo de bienvenida.
	¿Cuál es su enfoque para manejar la relación del personal con los clientes durante su estadía en el restaurant?	El enfoque del personal con los clientes durante su estadía en el restaurante es crear un vínculo de confianza y afecto con ellos, y siempre tratarlos con amabilidad, respeto y educación.	<ul style="list-style-type: none"> • Trato personalizado.
Ambiente	¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el color de la luz y cómo afecta la	Se seleccionó la luz amarilla tenue para dar mayor iluminación y la calidez. Con la luz se busca resaltar	<ul style="list-style-type: none"> • Luz amarilla tenue.

<p>percepción de los alimentos y el ambiente?</p>	<p>los colores y la presentación de los platos, mejorar el ánimo y el apetito de los clientes, y crear una atmósfera propicia para la conversación y la convivencia.</p>	
<p>¿El restaurante hace uso de aromas u olores para mejorar la experiencia del cliente? Si su respuesta es afirmativa, diga ¿cómo?</p>	<p>El restaurante no hace uso de aromas u olores artificiales para mejorar la experiencia del cliente, sino que se basa en los olores naturales de sus platos. Confían en la calidad y el sabor de sus platos, que son los que incentivan a los clientes a seguir comiendo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aromas propios de sus platos.
<p>¿Qué consideraciones tuvo en cuenta al seleccionar el mobiliario y la decoración de su restaurante?</p>	<p>La consideración que se tuvo en cuenta para seleccionar el mobiliario y la decoración fue crear una armonía de colores y adoptar elementos de la cultura hindú. Se eligieron muebles y paredes de color similar, que eran doradas, para crear un ambiente elegante, luminoso y acogedor. Se inspiraron en el tema de mandala, que es un símbolo de la espiritualidad, el equilibrio y la belleza en la cultura hindú.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Decoración hindú

También se incorporaron algunos elementos de esta cultura, como una imagen de Shiva, que es una de las divinidades principales del hinduismo, y que se usaron los colores primarios, que son los más básicos, puros y vibrantes.

¿Qué tipo de música o sonido ambiental utiliza y cómo lo selecciona para crear la atmósfera adecuada?

El tipo de música o sonido ambiental que utilizan es variable según la hora y el ambiente que quieren crear. Se adapta la música a las necesidades y expectativas de los clientes, que pueden variar desde buscar un espacio para conversar, disfrutar y comer hasta querer bailar y divertirse. Se usan diferentes géneros y ritmos musicales, que van desde la música lounge, que es tranquila y relajante, hasta la música pachanga, que es alegre y movida, pasando por una música más explosiva, que es intensa y energética.

- Música lounge
- Músicaailable.

Tabla 11 Guía de entrevista 9, experto 9 – Gerente General de Amora Pastelería y Catering

Variable	Indicadores	Resultados	Codificación
Calidad del Producto	¿Cuál sería el enfoque distintivo con relación al sabor de su restaurante?	La diferencia radica en la calidad de los ingredientes que utilizan y por la innovación que aplican en sus platos. Siguen las técnicas culinarias tradicionales, pero que les da un toque personal y familiar que hace que sus clientes se sientan como en casa. Su objetivo es ofrecer una experiencia gastronómica que combine el sabor, la calidad y la creatividad.	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de los ingredientes. • Sabor • Creatividad
	¿Qué métodos utiliza para mantener la temperatura adecuada de los platos que sirve en su restaurante?	Utilizan tres tipos de cocina según el tipo de producto y el lugar del evento. Para algunos productos, los enfría previamente y los regenera o sirve fríos en el lugar del evento, usando abatidores que le facilitan el proceso. Para otros productos, los transporta calientes en	<ul style="list-style-type: none"> • Platos fríos: abatidores • Platos calientes: transporta en recipientes por encima 65°C • Pescados y mariscos: preparación en el momento.

recipientes que mantienen el calor por encima de los 65°C, para evitar que se contaminen o se deterioren. Y para otros productos, como los pescados y mariscos, los prepara en el lugar del evento, usando los insumos que transporta.

¿Qué importancia tiene la variedad de un menú (comidas) frente a los clientes y como esto impacta a la carta?

La variedad del menú es muy importante, ya que le permite personalizar sus servicios según las necesidades de cada cliente. Según el tipo de evento, el cliente puede requerir una comida más social o más formal, y el restaurante se adapta a ello. También ofrece la opción de entregar la comida sin emplatado, si el cliente lo prefiere. De esta manera, el restaurante busca satisfacer las expectativas del cliente y ofrecerle un producto y un servicio de calidad.

- Menú personalizado según el evento.

	<p>¿Cuál es su enfoque o filosofía en cuanto a la presentación de los platos en su restaurante teniendo en cuenta los elementos visuales y decorativos que se utilizan?</p>	<p>La presentación de los platos es muy importante, ya que influye en la percepción y el disfrute de los clientes. Por eso, se buscan que los platos no solo sean sabrosos, sino también atractivos y que reflejen la historia y el mensaje que quiere transmitir con su comida. Además, se adaptan a las tendencias actuales, como la cocina molecular, y utilizan la innovación como una herramienta para mejorar su servicio. La filosofía se basa en la creatividad, la personalización y la calidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Personalización • Calidad
Calidad del Servicio	<p>¿Qué estrategias implementa para garantizar una atención rápida y eficiente a los comensales?</p>	<p>Consideran que la calidad del servicio depende principalmente del personal que trabaja en el restaurante. Por eso, buscan que su personal se sienta motivado, identificado y capacitado para atender a los clientes de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Factor humano • Formación • Control de calidad

	la mejor manera posible. La estrategia se basa en el factor humano, la formación y el control de calidad.	
¿Cuál es el nivel de conocimiento y habilidades que espera que tenga su personal en relación con los alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante?	Se espera que el personal tenga un nivel de conocimiento y habilidades acorde con los alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante. Para ello, evalúan el currículum, la experiencia y el desempeño de su personal antiguo, y también brinda oportunidades y capacitación a su personal nuevo. De esta forma, busca que su personal esté alineado con los estándares de calidad y servicio que ofrece su restaurante.	<ul style="list-style-type: none"> • Personal antiguo forma al personal nuevo.
¿Qué medidas toma al ingreso de los comensales para fomentar la amabilidad y cortesía?	Se describen las acciones que realiza su personal para atender a los comensales de forma amable y cortés. Según el tipo de evento, el personal se encarga de un número	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo de bienvenida.

		determinado de mesas, y les da la bienvenida, les muestra su ubicación, les ofrece lo que necesiten, les presenta el menú y les explica los detalles de los platos.	
	¿Cuál es su enfoque para manejar la relación del personal con los clientes durante su estadía en el restaurant?	Según el número de invitados, se asigna un mozo por cada mesa o grupo, y cuenta con un jefe mozo o maitre que supervisa el trabajo de los mozos y resuelve cualquier problema que pueda surgir. Su política se basa en el respeto, la empatía y la amabilidad con los clientes, y en asumir que el cliente siempre tiene la razón.	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión • Respeto, empatía y amabilidad.
Ambiente	¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el color de la luz y cómo afecta la percepción de los alimentos y el ambiente?	Se utilizan colores cálidos para crear un ambiente acogedor y confortable para los clientes. El ambiente se personaliza según las preferencias del cliente y el tipo de evento que realiza.	<ul style="list-style-type: none"> • Luz de acuerdo al tipo de evento.

<p>¿El restaurante hace uso de aromas u olores para mejorar la experiencia del cliente? Si su respuesta es afirmativa, diga ¿cómo?</p>	<p>No se utiliza aromas u olores específicos para mejorar la experiencia del cliente, a menos que se trate de un evento temático o que el cliente lo solicite. En ese caso, se puede crear una fragancia personalizada para el evento; sino el aroma de nuestros platos es lo que nos caracteriza.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aroma propio de los platos.
<p>¿Qué consideraciones tuvo en cuenta al seleccionar el mobiliario y la decoración de su restaurante?</p>	<p>No se cuenta con un estilo fijo de mobiliario y decoración, sino que lo adapta según las preferencias del cliente y el tipo de evento que realiza. De esta forma, buscan crear un ambiente personalizado y acorde con cada ocasión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Variado de acuerdo al tipo de evento.
<p>¿Qué tipo de música o sonido ambiental utiliza y cómo lo selecciona para crear la atmósfera adecuada?</p>	<p>Se utiliza diferentes tipos de música o sonido ambiental según el momento y el objetivo del evento que realiza. Al principio, se pone música de bossa nova,</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Variada de acuerdo al tipo de evento.

que es un género musical brasileño que combina elementos de jazz y samba, y que tiene un estilo relajado y tranquilo. Luego, cambia a música latina, que es un género musical que incluye ritmos y estilos de América Latina y el Caribe, y que tiene un estilo más animado y bailable.

Tabla 12 Guía de entrevista 10, experto 10 – Administrador Restaurante Long Horn-San Isidro

Variable	Indicadores	Resultados	Codificación
Calidad del Producto	¿Cuál sería el enfoque distintivo con relación al sabor de su restaurante?	El restaurante se enfoca en ofrecer platos de carne, pasta y bebidas con un sabor auténtico y de calidad. Se esfuerzan por preparar la carne al punto que el cliente prefiera, respetando sus gustos y preferencias.	<ul style="list-style-type: none"> • Carnes con sabor auténtico y de calidad.
	¿Qué métodos utiliza para mantener la temperatura adecuada de los platos que sirve en su restaurante?	Se utilizan diferentes métodos para asegurar que sus platos se sirvan a la temperatura adecuada y conserven su sabor y textura. Algunos de estos métodos son:	<ul style="list-style-type: none"> • Servir los platos al momento que estén listos. • Colocar las carnes en una pequeña parrilla.

	<p>Servir los platos lo más pronto posible después de salir de la cocina, evitando que se enfríen o se sequen.</p> <p>Mantener la carne sobre el carbón de la parrilla, permitiendo que el cliente la corte y la coma al gusto y al calor.</p> <p>Entregar las pastas directamente del cocinero al cliente, sin demoras ni intermediarios, para que lleguen calientes y cremosas.</p>	
<p>¿Qué importancia tiene la variedad de un menú (comidas) frente a los clientes y como esto impacta a la carta?</p>	<p>Ofrecen una carta amplia y diversa, que permite al cliente escoger entre diferentes opciones de platos, según su paladar y su antojo. Buscan que cada cliente encuentre su plato ideal y disfrute de una experiencia gastronómica única.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Carta amplia y diversa
<p>¿Cuál es su enfoque o filosofía en cuanto a la presentación de los platos en su restaurante teniendo en cuenta los elementos visuales y</p>	<p>Se preocupan por la estética y el atractivo visual de sus platos, además de su sabor y calidad. Por eso, cuidan que cada plato salga limpio y adornado con los elementos apropiados para</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Platos: personalidad y presentación distintiva.

	decorativos que se utilizan?	su tipo y estilo. Buscan que cada plato tenga una personalidad y una presentación distintiva, que llame la atención y deleite a los clientes.	
Calidad del Servicio	¿Qué estrategias implementa para garantizar una atención rápida y eficiente a los comensales?	<p>El restaurante tiene como objetivo brindar un servicio de calidad, rápido y eficiente a los comensales. Para ello, utiliza las siguientes estrategias:</p> <p>Recibir al cliente con cordialidad y ofrecerle bebidas, aperitivos y entradas para que se sienta cómodo y atendido.</p> <p>Adaptarse al ritmo y las preferencias del cliente, ya sea que quiera pedir el plato de fondo de inmediato, tomarse su tiempo para elegir o recibir recomendaciones del mesero.</p> <p>Agilizar el proceso de pedido y entrega de los platos, evitando demoras o inconvenientes que afecten la experiencia del cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir al cliente inmediatamente ingresa. • Adaptase al ritmo y preferencias. • Agilizar el proceso de pedido y entrega de platos.
	¿Cuál es el nivel de conocimiento y habilidades que espera que tenga su	Cuentan con un personal de alto nivel de conocimientos y habilidades sobre	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en rubro alimentos y bebidas.

<p>personal en relación con los alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante?</p>	<p>los alimentos y bebidas que se ofrecen en el establecimiento. Para ello, requiere que el mesero tenga experiencia previa en el rubro y que domine todos los detalles de la carta, desde los ingredientes hasta la preparación y presentación de cada plato. Buscan que el mesero pueda informar, asesorar y atender al cliente de manera profesional y eficaz.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo de bienvenida: desde ingreso hasta salida.
<p>¿Qué medidas toma al ingreso de los comensales para fomentar la amabilidad y cortesía?</p>	<p>El restaurante toma varias medidas para promover la amabilidad y la cortesía desde el ingreso de los comensales. Estas medidas son:</p> <p>Ofrecer el servicio de Valet Parker, para que el cliente no tenga que preocuparse por estacionar su vehículo y se sienta acogido desde el primer momento.</p> <p>Contar con anfitrionas en la puerta, que les den la bienvenida y les sonrían a los clientes.</p>	

	<p>Ubicarlos en la mesa de su preferencia, respetando sus gustos y necesidades.</p> <p>Encargar al mesero de saludarlos, atenderlos y hacerlos sentir como en su casa, para que disfruten de una experiencia agradable y placentera.</p>	
<p>¿Cuál es su enfoque para manejar la relación del personal con los clientes durante su estadía en el restaurant?</p>	<p>El restaurante tiene como prioridad mantener una buena relación entre el personal y los clientes durante su visita al establecimiento. Para ello, el mozo que se encarga de cada mesa cumple con las siguientes características y acciones:</p> <p>Estar muy atento a las necesidades y requerimientos de los clientes, sin descuidar ni demorar su atención.</p> <p>Ser muy responsable, respetuoso y dispuesto a brindar un servicio de calidad, con una actitud positiva y profesional.</p> <p>Indicarles los platos que ofrece el restaurante, el</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Atento a necesidades y requerimientos. • Responsable, respetuoso, actitud positiva y profesional. • Darles información correcta.

		<p>tiempo estimado de espera de su pedido y el término de cocción que desean, siempre con mucha cortesía y amabilidad.</p>	
Ambiente	<p>¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el color de la luz y cómo afecta la percepción de los alimentos y el ambiente?</p>	<p>Utilizan colores tenues como el amarillo, que transmiten calidez, confort y elegancia. El restaurante busca que el color de la luz se adapte al estilo y al concepto del Long Horn, y que contribuya a una experiencia agradable y acogedora.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Luz amarilla tenue.
	<p>¿El restaurante hace uso de aromas u olores para mejorar la experiencia del cliente? Si su respuesta es afirmativa, diga ¿cómo?</p>	<p>No utilizan aromas u olores artificiales para mejorar la experiencia del cliente, sino que se basa en los olores naturales de la comida que prepara, especialmente de la parrilla, ya que las carnes son un elemento que estimula el apetito y el gusto de los clientes, y que crea un ambiente agradable y familiar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aromas propios de los platos.
	<p>¿Qué consideraciones tuvo en cuenta al seleccionar el mobiliario y la decoración de su restaurante?</p>	<p>Se eligieron mesas de madera, que son resistentes y que combinan con el estilo del local. También, mantienen los</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Madera • Cabezas de animales • Ambiente rústico acogedor

ambientes bien limpios, para prevenir la presencia de insectos que pudieran afectar la higiene y el confort. La temática del restaurante está orientada hacia la carne, y lo refleja en la decoración con cabezas de animales y enchapes de madera, que crean un ambiente rústico y acogedor.

¿Qué tipo de música o sonido ambiental utiliza y cómo lo selecciona para crear la atmósfera adecuada?

El restaurante utiliza música ambiental, que es un tipo de música suave y relajante, que no interfiere con la comunicación y el disfrute de los clientes. Se busca crear un ambiente tranquilo y agradable, donde los clientes puedan conversar a gusto y sin ruidos molestos.

- Música ambiental con bajo volumen.

A continuación, se plasmó en las tablas todas las respuestas obtenidas mediante las entrevistas a los expertos en el tema, las cuales se dividieron en preguntas en relación a la categoría y subcategoría a la que pertenecen, con la finalidad de favorecer y facilitar la comparación y análisis interpretativo de los resultados.

Tabla 13 Matriz comparativa de resultados - Pregunta 1

CATEGORÍA: Experiencias Gastronómicas	
SUB-CATEGORÍA: Calidad del Producto	
PREGUNTA 1: ¿Cuál sería el enfoque distintivo con relación al sabor de su restaurante?	
Experto 1	El sabor de sus platos se basa en tres aspectos principales: la calidad de los ingredientes, la habilidad del cocinero y la estandarización de las recetas. Se especializan en pescados y mariscos, y se utiliza un sistema de trazabilidad para garantizar la frescura y la seguridad de los productos. El cocinero tiene un papel importante en la elaboración de los platos, pero que también sigue unas normas y unos procedimientos para asegurar la consistencia y la calidad de la comida.
Experto 2	El restaurante se basa en la tradición familiar y la historia de la cocina peruana, rescatando técnicas y procesos antiguos para crear platos con contenido y sabor. Se define como un guardián de las tradiciones culinarias y dice que trabaja con cocineras del distrito.
Experto 3	El restaurante se basa en dos pilares: la calidad y la frescura de los insumos, y las buenas técnicas culinarias, ambas cosas están relacionadas y se complementan, y si no se aplican correctamente, el resultado no es bueno.
Experto 4	El restaurante ofrece una carta variada y elaborada, que combina diferentes elementos para realzar el sabor, siempre con un estándar de alta cocina y técnicas francesas, que se aplican tanto a platos peruanos como internacionales.
Experto 5	El restaurante se enfoca en revalorizar los ingredientes que son poco apreciados o rechazados por el público, como las berenjenas, las mollejas de res, el trigo y la quinua. Para ello, los combina con otros elementos que les aumentan el sabor y les dan un toque especial, como la salsa de coral. De esta manera, el restaurante busca sorprender y satisfacer a sus clientes, ofreciéndoles una nueva experiencia gastronómica con productos peruanos de alta calidad.

Experto 6	El restaurante se caracteriza por ofrecer una propuesta gastronómica que fusiona la cocina peruana con la europea, creando platos innovadores y originales que resaltan los sabores de ambas culturas. El restaurante se creó con la intención de buscar un sello distintivo que lo identificara y lo posicionara en el mercado.
Experto 7	El restaurante ofrece una experiencia gastronómica única, basada en la riqueza y diversidad de los productos del mar peruano, combinados con una sazón especial que proviene de la tradición culinaria del norte del país. La sazón norteña se caracteriza por el uso de ingredientes como el ají, el culantro, el maíz y el limón, que le dan un toque de sabor, color y frescura a los platos de pescados y mariscos.
Experto 8	El enfoque distintivo con relación al sabor en cuanto a los platos de su restaurante es ofrecer platos bandera que tienen una preparación específica y un ingrediente especial. Por ejemplo, uno de sus platos bandera, el maquis mandala, fue creado por un chef reconocido, lo que implica que tiene un valor agregado y una calidad garantizada. Sus platos bandera se distinguen del resto de restaurantes por su sazón y algún ingrediente especial, lo que sugiere que hay una innovación y una creatividad en su cocina.
Experto 9	La diferencia radica en la calidad de los ingredientes que utilizan y por la innovación que aplican en sus platos. Siguen las técnicas culinarias tradicionales, pero que les da un toque personal y familiar que hace que sus clientes se sientan como en casa. Su objetivo es ofrecer una experiencia gastronómica que combine el sabor, la calidad y la creatividad.
Experto 10	El restaurante se enfoca en ofrecer platos de carne, pasta y bebidas con un sabor auténtico y de calidad. Se esfuerzan por preparar la carne al punto que el cliente prefiera, respetando sus gustos y preferencias.

Comparación

Los expertos 1, 3, 5 y 9 coinciden en que la calidad y la frescura de los ingredientes son aspectos fundamentales para el sabor de los platos.

Los expertos 2, 4, 7 y 9 comparten el interés por la cocina peruana y el uso de técnicas y procesos tradicionales para elaborar sus platos.

Los expertos 4, 6 y 8 destacan la importancia de la innovación y la creatividad en la cocina, y ofrecen platos que fusionan o combinan diferentes elementos, sabores o culturas.

Los expertos 1, 4, 8 y 10 se enfocan en ofrecer un estándar de alta cocina y una calidad garantizada, siguiendo normas, procedimientos o preparaciones específicas.

	Los expertos 5, 6 y 7 se diferencian por ofrecer una propuesta gastronómica única, basada en la revalorización, la diversidad o la sazón de los productos peruanos.
Interpretación	Las opiniones de los expertos reflejan diferentes visiones y valores sobre la gastronomía, que pueden estar relacionados con el origen, la identidad, la innovación, la calidad, la sostenibilidad, la salud, el placer, la educación o la comunicación, entre otros aspectos

Nota: Elaboración propia, 2023

Tabla 14 Matriz comparativa de resultados- pregunta 2

CATEGORÍA: Experiencias Gastronómicas	
SUB-CATEGORÍA: Calidad del Producto	
PREGUNTA 2: ¿Qué métodos utiliza para mantener la temperatura adecuada de los platos que sirve en su restaurante?	
Experto 1	Utilizan diferentes métodos en la compra, el almacenamiento, la preparación como el servicio. Los productos congelados se transportan con carros refrigerados y los productos frescos con cajas térmicas con hielo, para mantener la cadena de frío y evitar el deterioro. También los productos refrigerados se mantienen entre 0 y 5°C y los productos calientes por encima de 65°C, para prevenir el crecimiento de microorganismos. Asimismo, los platos se preparan con anticipación y se mantienen calientes con una lámpara incandescente, hasta que el mozo los lleva al cliente. Por último, los platos también se calientan entre 45 y 70°C, para que la comida llegue a la mesa con la temperatura adecuada y el sabor deseado.
Experto 2	El restaurante ha mejorado sus procesos de temperatura gracias a la pandemia. Utilizan conservadoras, mesas de frío, máquinas empacadoras al vacío, termos, coolers y acero inoxidable para preservar la calidad e integridad de los alimentos. Cuentan con la certificación ISO 9001, que le facilita el cumplimiento de los estándares de calidad.
Experto 3	Se cuida la cadena de frío de los platos fríos, desde el proveedor hasta el cliente final. También se capacita al personal para que maneje las temperaturas de los platos calientes y las salsas, y que no se enfríen. Y se tiene una buena refrigeración, conservación y rotulación de los alimentos.
Experto 4	La respuesta describe los siguientes métodos:

	<ul style="list-style-type: none"> •Preparar los platos calientes al instante, con una preparación previa hecha con anticipación. •Usar equipos de refrigeración para conservar los platos fríos, los postres y las bebidas. •Tener una barra equipada con hielos para mantener las bebidas frías.
Experto 5	<p>El restaurante se preocupa por sincronizar la salida de los platos de cada mesa, para que todos los clientes reciban su comida al mismo tiempo. Para evitar que los platos se enfríen mientras esperan a los demás, contamos con una lámpara de calor que mantiene la temperatura óptima de los alimentos. De esta manera, garantizamos que los platos lleguen a la mesa con la calidad y el sabor que se merecen.</p>
Experto 6	<p>El restaurante cuenta con dos tipos de máquinas que le permiten conservar la temperatura óptima de sus platos, según sean fríos o calientes. La primera es un abatidor, que se ubica al lado de la cocina y que refrigera los platos fríos. La segunda es un equipo que se sitúa sobre la mesa y que irradia calor, manteniendo los platos calientes. El restaurante tiene la costumbre de servir los platos de una mesa al mismo tiempo, por lo que los va colocando debajo del equipo que calienta hasta que están listos para salir. Cuando todos los platos están terminados, se toca una campana para avisar al mozo que los lleve a la mesa.</p>
Experto 7	<p>Se utiliza dos métodos para mantener la temperatura adecuada de sus platos que se sirven: el primero es el manejo de los tiempos de las comandas, es decir, el orden en que se preparan y se entregan los platos según lo que pide el cliente. El segundo es el uso de una estación de salida de platos, que cuenta con unos calentadores que mantienen la temperatura de los platos hasta que son servidos. Estos métodos permiten que los platos calientes lleguen a la mesa con la temperatura óptima, sin afectar la calidad ni el sabor de los platos fríos.</p>
Experto 8	<p>El método que utiliza para mantener la temperatura adecuada de sus platos que se sirven es cocinarlos en el momento. Esto significa que no prepara los platos con anticipación ni los deja enfriar o calentar en algún aparato. Así, los platos se sirven recién hechos y con la temperatura óptima para su consumo.</p>
Experto 9	<p>Utilizan tres tipos de cocina según el tipo de producto y el lugar del evento. Para algunos productos, los enfría previamente y los regenera o sirve fríos en el lugar del evento, usando abatidores que le facilitan el proceso. Para otros productos, los transporta calientes en recipientes que mantienen el calor por encima de los 65°C, para evitar que se contaminen o se deterioren. Y para otros productos, como los pescados y mariscos, los prepara en el lugar del evento, usando los insumos que transporta.</p>

Experto 10

Se utilizan diferentes métodos para asegurar que sus platos se sirvan a la temperatura adecuada y conserven su sabor y textura. Algunos de estos métodos son:

Servir los platos lo más pronto posible después de salir de la cocina, evitando que se enfríen o se sequen.

Mantener la carne sobre el carbón de la parrilla, permitiendo que el cliente la corte y la coma al gusto y al calor.

Entregar las pastas directamente del cocinero al cliente, sin demoras ni intermediarios, para que lleguen calientes y cremosas.

Comparación

Los expertos 1, 2, 3, 6 y 9 coinciden en que se debe cuidar la cadena de frío de los productos, desde la compra hasta el servicio, y que se deben usar equipos de refrigeración o conservación adecuados para evitar el deterioro o la contaminación de los alimentos.

Los expertos 1, 3, 5, 6, 7 y 9 coinciden en que se deben mantener los platos calientes por encima de los 65°C, que es la temperatura mínima recomendada para prevenir el crecimiento de microorganismos. Para ello, se usan diferentes métodos, como lámparas de calor, equipos que irradian calor, recipientes térmicos o calentadores.

Los expertos 1, 4, 8 y 9 coinciden en que se preparan los platos con anticipación y se regeneran o se sirven fríos en el lugar del evento, usando abatidores que facilitan el proceso. Otros, en cambio, prefieren cocinar y servir los platos al momento, para que lleguen a la mesa con la temperatura y el sabor óptimos.

Los expertos 5, 6 y 7 coinciden en la importancia de sincronizar la salida de los platos de cada mesa, para que todos los clientes reciban su comida al mismo tiempo y no se enfríen mientras esperan a los demás. Para ello, se manejan los tiempos de las comandas y se usan estaciones de salida de platos

Interpretación

Una interpretación de estas similitudes es que los expertos consultados tienen en cuenta la importancia de la seguridad alimentaria y la calidad de los platos que sirven en sus restaurantes. Para ello, aplican diferentes métodos de conservación y cocción de los alimentos, que se basan en el control de la temperatura y el tiempo. Estos métodos tienen como objetivo evitar el deterioro, la contaminación y el crecimiento de microorganismos patógenos en los alimentos, así como preservar el sabor y la textura de los mismos. También se observa que los expertos se adaptan a las condiciones y necesidades de cada tipo de producto, evento y cliente, buscando la eficiencia y la satisfacción. Por último, se nota que algunos expertos han incorporado innovaciones tecnológicas o certificaciones de calidad que les permiten mejorar sus procesos de temperatura y ofrecer un mejor servicio.

Nota: Elaboración propia, 2023

Tabla 15 Matriz comparativa de resultados- pregunta 3

CATEGORÍA: Experiencias Gastronómicas	
SUB-CATEGORÍA: Calidad del Producto	
PREGUNTA 3: ¿Qué importancia tiene la variedad de un menú (comidas) frente a los clientes y como esto impacta a la carta?	
Experto 1	Se ofrecen diferentes tipos de comida según la temporada, el tipo de producto y la creatividad del cocinero, sin perder la identidad y la tradición culinaria. Se utilizan productos gancho, como los mariscos, que son muy apreciados por los comensales y que forman parte del boom de la cocina peruana.
Experto 2	El restaurante tiene una carta muy extensa, que puede ser una ventaja o una desventaja según el cliente. Se utiliza una estrategia de ofrecer varios platos a partir de un mismo producto y una misma técnica, para aprovechar la materia prima y dar opciones al cliente.
Experto 3	Se ofrece una gran variedad de platos, que le da más opciones a los clientes. Se cuida la rotación de los insumos, para evitar el desperdicio y aprovechar su uso en otros platos.
Experto 4	El restaurante cambia su carta dos veces al año, con un proceso de análisis, pruebas y revisión de los ingredientes. Se cuenta con un taller donde los estudiantes de cocina aplican sus técnicas, y la carta tiene que ser atractiva para los clientes y acorde con el programa curricular.
Experto 5	El restaurante se esfuerza por adaptarse a las preferencias y necesidades de cada cliente, ofreciendo platos que se ajusten a sus gustos y condiciones. Hay personas que no consumen ciertos alimentos por motivos de salud, éticos, religiosos o personales, y por eso ofrece opciones alternativas que no los contengan, ya que se quiere que todos los clientes se sientan incluidos y atendidos, y que disfruten de una comida de calidad.
Experto 6	Se ofrece un menú que combina la gastronomía peruana con la europea, creando platos novedosos y deliciosos que se adaptan a los gustos y preferencias de cada comensal. El restaurante también se preocupa por ser inclusivo y atender a las necesidades especiales de algunos clientes, como los vegetarianos, los celíacos o los que tienen mascotas. Se tiene una carta amplia pero no excesiva, que refleja su propuesta culinaria diferenciada y de calidad.
Experto 7	Se reconoce la importancia de la variedad en su menú, tanto para atraer a nuevos clientes como para fidelizar a los que ya tienen. Por eso, no se conforman con ofrecer siempre lo mismo, sino que buscan innovar y renovar su carta periódicamente, incorporando nuevos sabores y platos que reflejen la diversidad de la cocina peruana. Al mismo tiempo, se respetan las preferencias de sus clientes más habituales,

Experto 8	<p>y mantiene en su carta los platos clásicos o favoritos que les han dado reconocimiento y prestigio.</p>
Experto 8	<p>La variedad del menú es importante para atraer y satisfacer a los clientes, ya que les ofrece opciones diferentes y exclusivas que no encuentran en otros restaurantes de la zona. También se varían los acompañamientos de algunos platos, como las alitas, para ofrecer más diversidad y adaptarse a los paladares de los clientes.</p>
Experto 9	<p>La variedad del menú es muy importante, ya que le permite personalizar sus servicios según las necesidades de cada cliente. Según el tipo de evento, el cliente puede requerir una comida más social o más formal, y el restaurante se adapta a ello. También ofrece la opción de entregar la comida sin emplatar, si el cliente lo prefiere. De esta manera, el restaurante busca satisfacer las expectativas del cliente y ofrecerle un producto y un servicio de calidad.</p>
Experto 10	<p>Ofrecen una carta amplia y diversa, que permite al cliente escoger entre diferentes opciones de platos, según su paladar y su antojo. Buscan que cada cliente encuentre su plato ideal y disfrute de una experiencia gastronómica única.</p>
Comparación	<p>Los expertos 1, 6 y 7 tienen un alto nivel de variedad, adaptación e innovación, ya que ofrecen platos diferentes, exclusivos y que se ajustan a los gustos y necesidades de los clientes. También usan productos locales y de temporada, y respetan la identidad y la tradición culinaria.</p> <p>Los expertos 3, 4 y 9 tienen un alto nivel de gestión, ya que cuidan la rotación de los insumos, evitan el desperdicio y aprovechan su uso en otros platos. También tienen un proceso de análisis, pruebas y revisión de los ingredientes, y se adaptan al tipo de evento y al servicio que requiere el cliente.</p> <p>Los expertos 4, 6 y 7 tienen un alto nivel de coherencia, ya que su carta refleja su propuesta culinaria diferenciada y de calidad, y está acorde con el contexto cultural y social. También cuentan con un taller donde los estudiantes de cocina aplican sus técnicas, y combinan la gastronomía peruana con la europea.</p>
Interpretación	<p>Los expertos de gastronomía tienen diferentes puntos de vista sobre la importancia de la variedad de un menú frente a los clientes y cómo esto impacta a la carta. Algunos aspectos que se pueden destacar son:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La variedad de un menú puede ser una ventaja o una desventaja, según el tipo de cliente, el tipo de producto y el tipo de restaurante. Algunos clientes valoran más la diversidad y la exclusividad, mientras que otros prefieren la simplicidad y la familiaridad. -La adaptación a las preferencias y necesidades de los clientes es un factor clave para satisfacerlos y fidelizarlos. Hay que tener en cuenta los gustos, las condiciones

especiales, los motivos personales y las expectativas de cada cliente, y ofrecer opciones alternativas que se ajusten a ellos.

-La innovación y la creatividad son elementos que diferencian a un restaurante de otro, y que pueden atraer a nuevos clientes y sorprender a los habituales. Hay que buscar nuevas formas de elaborar los platos, usar productos locales y de temporada, y combinar diferentes influencias gastronómicas, sin perder la identidad y la tradición culinaria.

-La gestión de los recursos e insumos es un aspecto que influye en la rentabilidad y la sostenibilidad de un restaurante. Hay que evitar el desperdicio y optimizar el aprovechamiento de la materia prima, así como cuidar la rotación y la calidad de los productos.

-La coherencia entre la carta y la propuesta culinaria del restaurante es un aspecto que refleja la personalidad y el estilo del restaurante, así como su relación con el contexto cultural y social. Hay que tener una carta que sea atractiva, que represente la propuesta gastronómica diferenciada y de calidad, y que esté acorde con el tipo de cliente y el tipo de evento.

Nota: Elaboración propia, 2023

Tabla 16 Matriz comparativa de resultados- pregunta 4

CATEGORÍA: Experiencias Gastronómicas	
SUB-CATEGORÍA: Calidad del Producto	
PREGUNTA 4: ¿Cuál es su enfoque o filosofía en cuanto a la presentación de los platos en su restaurante teniendo en cuenta los elementos visuales y decorativos que se utilizan?	
Experto 1	Se cuida tanto la decoración, la cantidad, el color y la textura de los alimentos, como el equilibrio nutricional y el sabor de los mismos. El objetivo es ofrecer una comida sana, segura, sostenible y saludable, que refleje la identidad y la tradición de la cocina peruana.
Experto 2	El restaurante ha cambiado su forma de presentar los platos, buscando un equilibrio entre la tradición y el mundo de hoy. Utilizan vajillas y ollas artesanales, que le dan un toque regional y generan empleo en su comunidad. Cuidan el detalle de su delivery, usando mantas y servilletas bordadas.
Experto 3	Se sigue la tendencia minimalista, que consiste en decorar los platos de forma simple y natural, sin excesos ni adornos, para ellos esta tendencia es más rápida y práctica que la anterior, que era muy pomposa y decorada.
Experto 4	Tenemos un cuidado especial en el plato que se usa, los elementos que se combinan, y la forma en que se colocan los ingredientes y los elementos en la receta. Los estudiantes

	de cocina aprenden y practican la presentación de los platos, y esta es una habilidad que se evalúa para obtener el título de Le Cordon Bleu.
Experto 5	El restaurante se inspira en el arte y la historia para decorar sus platos, usando los colores rojos, negro y dorado que caracterizan al pintor Pedro Pablo Rubens y al espacio donde se ubica el restaurante. Se busca armonizar la presentación de los platos con el ambiente y el concepto del lugar, usando elementos como pancitos de diferentes colores, vajillas acordes y flores comestibles. Además, sorprende y deleita a sus clientes con una presentación elegante y original de sus platos.
Experto 6	Se ofrecen una presentación de los platos que es atractiva y armoniosa, respetando la limpieza y el orden, y que se ajusta al estilo y al sabor de cada plato. El restaurante no utiliza elementos decorativos genéricos, sino que busca crear una decoración única y original para cada plato, que realce su personalidad y su calidad.
Experto 7	Se basa en dos principios: el respeto y la innovación. El respeto se refiere a mantener la forma, el estilo y el sabor de los platos tradicionales de la comida peruana, especialmente de los pescados y mariscos, que son su especialidad. No se altera los elementos esenciales que definen a estos platos, como el corte del pescado en el ceviche, que es parte de la identidad y la cultura gastronómica del país. La innovación se refiere a crear platos propios que siguen las nuevas tendencias y los gustos de los clientes, pero sin perder la esencia de la comida peruana.
Experto 8	Son críticos y exigentes con los elementos visuales y decorativos que utilizan. Los clientes en Miraflores son más demandantes y selectivos con la apariencia de los platos, y que por eso su decoración tiene que ser excelente. Por lo tanto, cada plato muestra calidad y creatividad en su presentación.
Experto 9	La presentación de los platos es muy importante, ya que influye en la percepción y el disfrute de los clientes. Por eso, se buscan que los platos no solo sean sabrosos, sino también atractivos y que reflejen la historia y el mensaje que quiere transmitir con su comida. Además, se adaptan a las tendencias actuales, como la cocina molecular, y utilizan la innovación como una herramienta para mejorar su servicio. La filosofía se basa en la creatividad, la personalización y la calidad.
Experto 10	Se preocupan por la estética y el atractivo visual de sus platos, además de su sabor y calidad. Por eso, cuidan que cada plato salga limpio y adornado con los elementos apropiados para su tipo y estilo. Buscan que cada plato tenga una personalidad y una presentación distintiva, que llame la atención y deleite a los clientes.
Comparación	Los expertos 1, 2, 7 y 8 coinciden en que la presentación de los platos debe reflejar la identidad y la tradición de la cocina peruana, respetando sus formas, estilos y sabores. Estos expertos valoran la autenticidad y la calidad de los platos, y buscan un equilibrio entre la tradición y la innovación.

Los expertos 3, 4, 5 y 9 comparten la idea de que la presentación de los platos debe ser creativa y original, siguiendo las tendencias actuales y adaptándose a los gustos de los clientes. Estos expertos utilizan elementos artísticos e históricos para decorar sus platos, y se inspiran en la cocina molecular y otras técnicas innovadoras.

Los expertos 6 y 10 tienen en común que la presentación de los platos debe ser atractiva y armoniosa, cuidando el orden y la limpieza de los mismos. Estos expertos evitan los elementos decorativos genéricos y buscan que cada plato tenga una personalidad y una presentación distintiva, que llame la atención y deleite a los clientes.

Interpretación

Los expertos tienen diferentes visiones y enfoques sobre la presentación de los platos, que dependen de sus valores, sus experiencias y sus objetivos. Algunos expertos priorizan la autenticidad y la calidad de la comida peruana, otros la creatividad y la originalidad de sus platos, y otros la atracción y la armonía de su decoración. Todas estas opiniones reflejan la diversidad y la riqueza de la gastronomía peruana.

Nota: Elaboración propia, 2023

Tabla 17 Matriz comparativa de resultados- pregunta 5

CATEGORÍA: Experiencias Gastronómicas

SUB-CATEGORÍA: Calidad del Servicio

Pregunta 5: ¿Qué estrategias implementa para garantizar una atención rápida y eficiente a los comensales?

Experto 1	Se aplica dos tipos de estrategias: una relacionada en la cocina y otra en el salón. En la cocina, se enfoca en la capacitación del personal, la elaboración de nuevos menús, el uso de un sistema de pedido por iPads y la división de zonas de fríos y calientes. En el salón, se preocupa por la distribución de las mesas, la cantidad de personal por piso, el uso de un ascensor interno de platos y la capacitación para la venta de los productos por los mozos.
Experto 2	Utilizan la capacitación, la comunicación y la motivación como estrategias para mejorar la calidad del servicio. Además, realizan reuniones periódicas con sus colaboradores y cuentan con el apoyo de un consultor.
Experto 3	Se basan en dos aspectos: el personal capacitado y el proceso definido. Tanto en la cocina como en el salón, el personal debe conocer bien los platos, los insumos y la preparación, y estar preparado para resolver cualquier problema que se presente y no depende de una persona, sino de un proceso que cualquiera pueda

<p>Experto 4</p>	<p>Capacitar al equipo del salón en atención al servicio, bajo la dirección del jefe de salón.</p> <p>Evaluar el servicio mediante encuestas y hacer los ajustes necesarios según la información recabada.</p> <p>Exigir una reservación previa para asistir al restaurante, debido a la alta demanda, y respetar el orden y la preferencia de los clientes.</p>
<p>Experto 5</p>	<p>El restaurante se asegura de tener disponibles todos los platos que ofrece en su carta, y de conservar algunos productos al vacío para ahorrar tiempo de preparación. También se preocupa por servir los platos en un tiempo razonable, que depende del tipo y el punto de cocción de la carne. Acompaña los platos con unos pancitos de cortesía, que sirven para entretener y distraer a los clientes mientras esperan su comida. Se quiere que los clientes se sientan satisfechos y valorados, y que no perciban la espera como un inconveniente.</p>
<p>Experto 6</p>	<p>Se basa en dos aspectos: el personal y la tecnología. El restaurante cuenta con un número adecuado de mozos, que se distribuyen por las diferentes zonas del local, para atender a los clientes de forma rápida y eficiente. También utilizamos un software que permite agilizar el proceso de toma de pedidos, ya que los mozos usan tablets que se conectan directamente con el bar y la cocina, evitando demoras y errores.</p>
<p>Experto 7</p>	<p>Se tiene una estrategia de servicio que se adapta a las necesidades y expectativas de sus clientes según el día de la semana. De lunes a viernes, el restaurante ofrece una atención rápida y eficiente a los comensales que tienen un tiempo limitado para comer, ya sea por motivos laborales o académicos. Se capacita al personal para que sean conscientes de esta situación y puedan servir los platos en el menor tiempo posible, sin descuidar la calidad del servicio. Los sábados y domingos, el restaurante ofrece una atención más relajada y personalizada a los comensales que quieren disfrutar de su comida con más calma y sabor.</p>
<p>Experto 8</p>	<p>La estrategia es respetar los tiempos de preparación de cada plato. Se trata de cumplir los tiempos establecidos, lo que implica que hay un compromiso y una responsabilidad con el servicio. Además, es muy difícil que no cumplan con los tiempos, lo que sugiere que hay una confianza y una seguridad en el trabajo que realizan.</p>
<p>Experto 9</p>	<p>Consideran que la calidad del servicio depende principalmente del personal que trabaja en el restaurante. Por eso, buscan que su personal se sienta motivado, identificado y capacitado para atender a los clientes de la mejor manera posible. La estrategia se basa en el factor humano, la formación y el control de calidad.</p>
<p>Experto 10</p>	<p>El restaurante tiene como objetivo brindar un servicio de calidad, rápido y eficiente a los comensales. Para ello, utiliza las siguientes estrategias:</p> <p>Recibir al cliente con cordialidad y ofrecerle bebidas, aperitivos y entradas para que se sienta cómodo y atendido.</p>

Adaptarse al ritmo y las preferencias del cliente, ya sea que quiera pedir el plato de fondo de inmediato, tomarse su tiempo para elegir o recibir recomendaciones del mesero.

Agilizar el proceso de pedido y entrega de los platos, evitando demoras o inconvenientes que afecten la experiencia del cliente.

Comparación

Los expertos 1, 2, 3, 4, 7, 9 y 10 realizan la estrategia de capacitación de personal, que consiste en brindar al personal los conocimientos y habilidades necesarios para ofrecer un servicio de calidad, tanto en la cocina como en el salón.

Los expertos 1 y 6 utilizan la estrategia de la tecnología, que consiste en utilizar dispositivos electrónicos, como iPads o tablets, que facilitan la comunicación entre el personal y el cliente, y agilizan el proceso de toma de pedidos y entrega de platos.

El experto 4 realiza la estrategia de reservación previa, que consiste en exigir al cliente que reserve su mesa con anticipación, debido a la alta demanda del restaurante, y respetar el orden y la preferencia de los clientes.

El experto 7 utiliza la estrategia de la adaptación al cliente, que consiste en ofrecer un servicio diferente según el día de la semana, teniendo en cuenta las necesidades y expectativas de los clientes, ya sea que busquen una atención rápida o relajada.

Los expertos 5 y 8, utilizan la estrategia del tiempo de preparación, que consiste en respetar los tiempos establecidos para cada plato, y servirlos en un tiempo razonable, que depende del tipo y el punto de cocción de la carne. También se puede ofrecer algún detalle de cortesía, como unos pancitos, para entretener a los clientes mientras esperan.

Interpretación

De las opiniones de los expertos podemos sacar algunas interpretaciones como:

La importancia de la capacitación del personal en todos los niveles, tanto en la cocina como en el salón, para que puedan ofrecer un servicio de calidad, conocer bien los platos, los insumos y la preparación, resolver cualquier problema que se presente, y vender los productos de forma efectiva.

La utilidad de la tecnología para facilitar la comunicación entre el personal y el cliente, y agilizar el proceso de toma de pedidos y entrega de platos.

La conveniencia de la reservación previa para asistir al restaurante, debido a la alta demanda, y respetar el orden y la preferencia de los clientes.

La necesidad de la adaptación al cliente según el día de la semana, teniendo en cuenta las necesidades y expectativas de los comensales, ya sea que busquen una atención rápida o relajada.

El compromiso de respetar los tiempos de preparación de cada plato, y servirlos en un tiempo razonable, que depende del tipo y el punto de cocción de la carne.

Nota: Elaboración propia, 2023

Tabla 18 Matriz comparativa de resultados- pregunta 6

CATEGORÍA: Experiencias Gastronómicas	
SUB-CATEGORÍA: Calidad del Servicio	
PREGUNTA 6: ¿Cuál es el nivel de conocimiento y habilidades que espera que tenga su personal en relación con los alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante?	
Experto 1	El personal cuenta con tres cualidades fundamentales: actitud, compromiso y pasión. Estas cualidades se reflejan en el desarrollo profesional, la responsabilidad, la calidad, el disfrute y la vocación de servicio.
Experto 2	Se ha tenido que renovar el personal, debido a la jubilación de las mujeres más experimentadas de la cocina. Se busca que el personal tenga conocimiento de cocina, interés en aprender y adaptación al cambio. Se combina la técnica de los jóvenes con la sazón de las veteranas, a las que llama luchonas.
Experto 3	El restaurante cuenta con un protocolo de bienvenida que busca hacer sentir a los clientes como en casa.
Experto 4	El personal está conformado por 3 tipos: los contratados, que son los responsables del servicio en general, y los estudiantes de último semestre, que son los que aprenden y practican en el taller restaurante. Y hay un equipo que supervisa, asiste y forma al personal, y que se busca cumplir con un estándar de calidad en los alimentos y bebidas.
Experto 5	Se valora la experiencia y la formación de su personal, tanto en la cocina como en el servicio. Se utiliza técnicas avanzadas de cocción, conservación y manipulación de alimentos, que requieren de un dominio y una responsabilidad por parte de los chefs y los cocineros. También se ofrecen oportunidades de aprendizaje y superación a su personal, siempre bajo la supervisión de los líderes. Se espera que su personal conozca los detalles y la historia de los platos y del lugar, y que los comunique con amabilidad y profesionalismo a los clientes, que sean competentes y comprometidos, y que refleje la calidad y la identidad del restaurante.

Experto 6	<p>El personal tiene un alto nivel de conocimiento y habilidades sobre los alimentos y bebidas que se sirven, por lo que se les brinda una formación continua y exhaustiva. El personal participa en las pruebas de los platos que se lanzan, y aprende los ingredientes y las características de cada uno, para poder informar y asesorar a los clientes, especialmente si tienen alguna alergia o restricción alimentaria. El personal también recibe capacitaciones semanales a cargo de un jefe de mozos, y evaluaciones periódicas para verificar que dominan el menú y la propuesta gastronómica del restaurante.</p>
Experto 7	<p>Se espera que el personal tenga un nivel de conocimiento y habilidades alto en relación con los alimentos y bebidas que se sirven en su establecimiento. El personal debe conocer los productos y los insumos que se utilizan, así como las posibles alergias que puedan tener los clientes. También debe conocer los gustos y preferencias de los clientes, tanto nacionales como extranjeros, y adaptarse a ellos. Se ha aprendido a reconocer las diferencias de paladar entre las distintas nacionalidades.</p>
Experto 8	<p>Se espera que el personal tenga un profundo conocimiento en relación con los alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante. Se valora mucho la experiencia previa de su personal, que ya ha trabajado en otros restaurantes. Esta estrategia genera confianza, comodidad y fidelidad en los clientes, así como demostrar el profesionalismo, la cortesía y la eficiencia del personal.</p>
Experto 9	<p>Se espera que el personal tenga un nivel de conocimiento y habilidades acorde con los alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante. Para ello, evalúan el currículum, la experiencia y el desempeño de su personal antiguo, y también brinda oportunidades y capacitación a su personal nuevo. De esta forma, busca que su personal esté alineado con los estándares de calidad y servicio que ofrece su restaurante.</p>
Experto 10	<p>Cuentan con un personal de alto nivel de conocimientos y habilidades sobre los alimentos y bebidas que se ofrecen en el establecimiento. Para ello, requiere que el mesero tenga experiencia previa en el rubro y que domine todos los detalles de la carta, desde los ingredientes hasta la preparación y presentación de cada plato. Buscan que el mesero pueda informar, asesorar y atender al cliente de manera profesional y eficaz.</p>
Comparación	<p>Los expertos 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10 valoran la formación y la capacitación de su personal, ya sea mediante cursos, talleres, prácticas, pruebas o evaluaciones. Esto demuestra que buscan que su personal esté actualizado y preparado para ofrecer un servicio de calidad y profesional.</p> <p>Los expertos 1, 2, 5, 6, 7, 8 y 10 destacan la importancia de que su personal tenga conocimiento de los productos, los ingredientes, las características y la historia de los alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante. Esto muestra que buscan que su personal pueda informar y asesorar a los clientes, así como resolver sus dudas o</p>

necesidades, especialmente si tienen alguna alergia o restricción alimentaria.

Los expertos 1, 2, 5, 7 y 8 resaltan la experiencia previa de su personal, ya sea en cocina, servicio o en otros restaurantes. Esto indica que buscan que su personal tenga un dominio y una responsabilidad en su trabajo, así como que genere confianza, comodidad y fidelidad en los clientes.

Los expertos 1, 2, 3 y 5 mencionan algunas cualidades personales de su personal, como la actitud, el compromiso, la pasión, el interés, la adaptación, la amabilidad y el profesionalismo. Esto sugiere que buscan que su personal refleje la calidad y la identidad de su restaurante, así como que tenga una vocación de servicio y disfrute de su trabajo.

Interpretación

Se observa que hay una tendencia a valorar la formación y la capacitación de su personal, tanto en el aspecto técnico como en el humano, para ofrecer un servicio de calidad y profesional a los clientes. Esto implica que los expertos reconocen la importancia de la actualización y la preparación constante de su personal, así como de fomentar una cultura de seguridad alimentaria y de servicio al cliente.

También se aprecia que hay una preocupación por el conocimiento de los productos, los ingredientes, las características y la historia de los alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante. Esto implica que los expertos buscan diferenciarse y transmitir la identidad de su propuesta gastronómica, así como satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, especialmente si tienen alguna alergia o restricción alimentaria.

Asimismo, se nota que hay una valoración de la experiencia previa de su personal, ya sea en cocina, servicio o en otros restaurantes. Esto implica que los expertos buscan aprovechar el dominio y la responsabilidad de su personal, así como generar confianza, comodidad y fidelidad en los clientes.

Por último, se percibe que hay una mención de algunas cualidades personales de su personal, como la actitud, el compromiso, la pasión, el interés, la adaptación, la amabilidad y el profesionalismo. Esto implica que los expertos buscan que su personal refleje la calidad y la identidad de su restaurante, así como que tenga una vocación de servicio y disfrute de su trabajo.

Nota: Elaboración propia, 2023

Tabla 19 Matriz comparativa de resultados- pregunta 7

CATEGORÍA: Experiencias Gastronómicas	
SUB-CATEGORÍA: Calidad del Servicio	
PREGUNTA 7: ¿Qué medidas toma al ingreso de los comensales para fomentar la amabilidad y cortesía?	
Experto 1	El restaurante se preocupa por brindar una atención cordial y respetuosa a sus clientes, desde el momento en que llegan hasta que se van, desde el personal de seguridad, mozos y anfitrionas, han sido capacitados para saludar, dar la bienvenida, agradecer y despedir a los comensales con educación y simpatía.
Experto 2	Existe un protocolo de bienvenida, y además se realizan encuestas periódicas a sus clientes, para conocer su opinión y satisfacción. Una de las cosas que más valoran sus clientes es el buen trato de sus meseros, que los conocen y los hacen sentir como en casa.
Experto 3	El restaurante cuenta con un protocolo de bienvenida que busca hacer sentir a los clientes como en casa.
Experto 4	Contamos con un sistema de reservas, que le permite identificar y conocer las necesidades y preferencias de los clientes, y preparar el servicio de acuerdo a ellas. Y cuenta con un protocolo de atención, que incluye cuidados especiales para los clientes alérgicos, y que busca que los clientes tengan una experiencia muy agradable y que quieran volver.
Experto 5	El restaurante tiene un protocolo de atención al cliente, que consiste en preguntar si tienen reserva y ubicarlos en una mesa de su preferencia, si hay disponibilidad. También les entrega una carta que pueden llevarse como recuerdo, y les ofrece un QR para que puedan conocer más sobre la historia del restaurante. Se les brinda información sobre el salón y los cuadros, si así lo desean. Se quiere que los comensales se sientan bienvenidos y cómodos, y que disfruten de una experiencia cultural y gastronómica.
Experto 6	El restaurante se esfuerza por brindar una atención amable y cortés a los comensales, desde el momento en que ingresan al local. El restaurante cuenta con un anfitrión que los recibe y les da la bienvenida, y también con la presencia constante del dueño y del gerente, que les explican la propuesta gastronómica y los orientan hacia el lugar más adecuado para ellos. El restaurante tiene una estrategia para distribuir a los clientes por las diferentes zonas del local, buscando optimizar el espacio y el servicio, y evitar que los clientes se sientan solos o abandonados. Se busca crear un ambiente acogedor y agradable para los comensales, que los haga sentir cómodos y satisfechos.
Experto 7	Se tiene una política de atención al cliente que se basa en la amabilidad, la educación, la calidez y el respeto. El restaurante cuenta con un protocolo de bienvenida que

	<p>consiste en recibir a los comensales con una sonrisa, saludarlos cordialmente, agradecerles por su visita, ofrecerles un lugar cómodo y agradable, y brindarles información sobre el menú y las opciones disponibles.</p>
Experto 8	<p>El personal siempre busca tratar a los clientes como familiares y hacerlos sentir especiales. Se busca tener una relación amical con sus clientes, que se basa en el respeto y la educación. Esta estrategia busca fidelizar a los clientes, generar confianza y mejorar la imagen del restaurante.</p>
Experto 9	<p>Se describen las acciones que realiza su personal para atender a los comensales de forma amable y cortés. Según el tipo de evento, el personal se encarga de un número determinado de mesas, y les da la bienvenida, les muestra su ubicación, les ofrece lo que necesiten, les presenta el menú y les explica los detalles de los platos.</p>
Experto 10	<p>El restaurante toma varias medidas para promover la amabilidad y la cortesía desde el ingreso de los comensales. Estas medidas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ofrecer el servicio de Valet Parker, para que el cliente no tenga que preocuparse por estacionar su vehículo y se sienta acogido desde el primer momento. Contar con anfitrionas en la puerta, que les den la bienvenida y les sonrían a los clientes. Ubicarlos en la mesa de su preferencia, respetando sus gustos y necesidades. Encargar al mesero de saludarlos, atenderlos y hacerlos sentir como en su casa, para que disfruten de una experiencia agradable y placentera.
Comparación	<p>Los expertos 1, 2, 3, 5, 6, 7, 9 y 10, tienen un protocolo de bienvenida que busca fomentar la amabilidad y la cortesía al ingreso de los comensales.</p> <p>Los expertos 4 y 5, cuentan con un sistema de reservas, que les permite identificar y conocer las necesidades y preferencias de los clientes, y preparar el servicio de acuerdo a ellas.</p> <p>El experto 2 realiza encuestas periódicas a sus clientes, para conocer su opinión y satisfacción.</p> <p>Los expertos 2, 4, 6, 8, 9 y 10, brindan una atención personalizada a sus clientes, que incluye conocerlos, ofrecerles lo que necesiten, cuidar a los clientes alérgicos, y hacerlos sentir como en casa.</p> <p>Los expertos 5, 6 y 7, brindan información sobre el restaurante, su historia, su propuesta gastronómica, su salón y sus cuadros, buscando que los comensales disfruten de una experiencia cultural y gastronómica.</p>
Interpretación	<p>Algunos expertos se enfocan en brindar una atención cordial y respetuosa, que se basa en el saludo, la bienvenida, el agradecimiento y la despedida.</p> <p>Otros expertos se enfocan en brindar una atención personalizada, que se basa en conocer a los clientes,</p>

ofrecerles lo que necesiten, cuidar a los clientes alérgicos, y hacerlos sentir como en casa.

Otros expertos se apoyan en herramientas como el sistema de reservas, las encuestas a los clientes, o la información sobre el restaurante, para mejorar la calidad y la satisfacción del servicio. Otros expertos se apoyan en el factor humano, como el anfitrión, el dueño, el gerente, o los meseros, para generar confianza y fidelidad con los clientes.

Y otros, buscan ofrecer una experiencia cultural y gastronómica a los comensales, que incluye el conocimiento de la historia, la propuesta, el salón y los cuadros del restaurante. Otros expertos buscan ofrecer una experiencia familiar y amical a los comensales, que incluye el trato cercano, la sonrisa, y la relación de amistad.

Nota: Elaboración propia, 2023

Tabla 20 Matriz comparativa de resultados- pregunta 8

CATEGORÍA: Experiencias Gastronómicas	
SUB-CATEGORÍA: Calidad del Servicio	
PREGUNTA 8: ¿Cuál es su enfoque para manejar la relación del personal con los clientes durante su estadía en el restaurant?	
Experto 1	Se busca que sus clientes se sientan como en casa, que disfruten de su cocina peruana y que queden satisfechos con su visita.
Experto 2	Se busca que el personal sea atento, respetuoso y profesional con los clientes, que los salude, los oriente y los ayude en lo que necesiten. Se aseguran de que el personal conozca bien los platos y las bebidas que se sirven en el restaurante, que pueda responder las dudas y sugerir las opciones más adecuadas para cada cliente. Se preocupan por la satisfacción de los clientes, que se sientan cómodos, que disfruten de la comida y del ambiente, que reciban su pedido a tiempo y que no tengan ningún inconveniente. Nos esforzamos por fidelizar a los clientes, que vuelvan a visitarnos, que nos recomienden y que se conviertan en parte de nuestra familia.
Experto 3	La atención personalizada, para fidelizar y generar recomendaciones. La concentración, para evitar distracciones y errores. El límite de cuentas por mozo, para garantizar una atención óptima. El compromiso, la amabilidad, la cortesía y la capacitación del personal, para crear un ambiente cómodo y agradable.

Experto 4	<p>El personal de salón dedica tiene mucho cuidado al tomar el pedido, revisarlo, sugerir bebidas, postres o mejoras, y explorar las preferencias de los clientes, y ellos dejan a los clientes disfrutar de los platos y conversar con tranquilidad, pero está atento a cualquier solicitud o necesidad que tengan.</p> <p>Tenemos muy buenas referencias sobre nuestro personal por su buena atención y dedicación.</p>
Experto 5	<p>El restaurante apuesta por una atención personalizada y cercana, que se basa en presentarse por su nombre y establecer un contacto visual con los clientes. También se caracteriza por una atención ágil y fluida, que se encarga de retirar y servir los platos en el momento adecuado, y de facilitar el compartir entre los comensales. Lo que se busca es romper el hielo y generar un clima de confianza y armonía con los clientes, para que se sientan como en casa.</p>
Experto 6	<p>El restaurante tiene un enfoque de cercanía y comunicación con los clientes, que se basa en el contacto directo y frecuente del personal, incluyendo los dueños y el gerente, con los comensales. El personal se interesa por conocer la opinión y la satisfacción de los clientes, tanto verbalmente como mediante una encuesta, y valora los elogios y las sugerencias de los clientes, y trata de resolver cualquier inconveniente que se presente. Además, busca crear una relación de confianza y fidelidad con los clientes, desde que llegan hasta que se van.</p>
Experto 7	<p>Se tiene un enfoque de relación con los clientes que se basa en la cordialidad, la calidez y la satisfacción. El restaurante se ha posicionado en el mercado por ofrecer una buena sazón, una calidad de productos y un servicio de excelencia. Se considera que todos los miembros del equipo son importantes para brindar un servicio integral y de calidad, y que todos deben seguir los mismos estándares de atención.</p>
Experto 8	<p>El enfoque del personal con los clientes durante su estadía en el restaurante es crear un vínculo de confianza y afecto con ellos, y siempre tratarlos con amabilidad, respeto y educación.</p>
Experto 9	<p>Según el número de invitados, se asigna un mozo por cada mesa o grupo, y cuenta con un jefe mozo o maitre que supervisa el trabajo de los mozos y resuelve cualquier problema que pueda surgir. Su política se basa en el respeto, la empatía y la amabilidad con los clientes, y en asumir que el cliente siempre tiene la razón.</p>
Experto 10	<p>El restaurante tiene como prioridad mantener una buena relación entre el personal y los clientes durante su visita al establecimiento. Para ello, el mozo que se encarga de cada mesa cumple con las siguientes características y acciones:</p> <p>Estar muy atento a las necesidades y requerimientos de los clientes, sin descuidar ni demorar su atención.</p> <p>Ser muy responsable, respetuoso y dispuesto a brindar un servicio de calidad, con una actitud positiva y profesional.</p> <p>Indicarles los platos que ofrece el restaurante, el tiempo estimado de espera de su pedido y el término de</p>

cocción que desean, siempre con mucha cortesía y amabilidad.

Comparación

Todos los expertos coinciden en que la relación del personal con los clientes es un factor clave para el éxito de un restaurante, y que se debe buscar la satisfacción, la fidelización y la recomendación de los clientes.

Todos los expertos valoran la importancia de la comunicación, tanto verbal como no verbal, entre el personal y los clientes, y de establecer un contacto personalizado, cercano y cordial con ellos.

Todos los expertos reconocen la necesidad de capacitar al personal en el conocimiento de los productos y servicios que ofrece el restaurante, y de brindar una atención ágil, profesional y respetuosa a los clientes.

Algunas diferencias entre los expertos son:

Algunos expertos, como el 1, el 5, el 6 y el 8, enfatizan más en el aspecto afectivo de la relación, buscando que los clientes se sientan como en casa, que se generen vínculos de confianza y afecto, y que se rompa el hielo con ellos.

Otros expertos, como el 2, el 3, el 4 y el 9, se centran más en el aspecto funcional de la relación, buscando que el personal sea atento, concentrado, organizado y eficiente, que resuelva los problemas que puedan surgir, y que siga los protocolos y estándares de calidad del restaurante.

El experto 7 tiene un enfoque más integral, que combina el aspecto afectivo y el funcional, y que busca ofrecer una buena sazón, una calidad de productos y un servicio de excelencia, con un equipo de trabajo coordinado y comprometido.

El experto 10 tiene un enfoque más detallado, que describe las características y acciones específicas que debe cumplir el mozo que se encarga de cada mesa, como estar atento, sugerir, explorar, facilitar, etc.

Interpretación

Las opiniones de los expertos reflejan diferentes enfoques para manejar la relación del personal con los clientes en un restaurante, que se pueden agrupar en dos grandes categorías: el enfoque afectivo y el enfoque funcional.

El enfoque afectivo se basa en crear un vínculo emocional con los clientes, buscando que se sientan como en casa, que disfruten de la comida y del ambiente, que se generen confianza y afecto, y que se rompa el hielo con ellos. Este enfoque lo siguen los expertos 1, 5, 6 y 8.

El enfoque funcional se basa en ofrecer un servicio eficiente y profesional a los clientes, buscando que el

personal sea atento, respetuoso, concentrado y organizado, que conozca bien los productos y servicios, que resuelva los problemas que puedan surgir, y que siga los protocolos y estándares de calidad del restaurante. Este enfoque lo siguen los expertos 2, 3, 4 y 9.

El enfoque integral se basa en combinar el aspecto afectivo y el funcional, buscando ofrecer una buena sazón, una calidad de productos y un servicio de excelencia, con un equipo de trabajo coordinado y comprometido, y una atención personalizada y cercana a los clientes. Este enfoque lo sigue el experto 7.

El enfoque detallado se basa en describir las características y acciones específicas que debe cumplir el mozo que se encarga de cada mesa, como estar atento, sugerir, explorar, facilitar, etc. Este enfoque lo sigue el experto 10.

Nota: Elaboración propia, 2023

Tabla 21 Matriz comparativa de resultados- pregunta 9

CATEGORÍA: Experiencias Gastronómicas	
SUB-CATEGORÍA: Ambiente	
PREGUNTA 9: ¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el color de la luz y cómo afecta la percepción de los alimentos y el ambiente?	
Experto 1	El restaurante solo atiende durante el día, por lo que no se preocupan mucho por el color de la luz. Sin embargo, es importante que la mesa tenga una luz más clara que el resto del ambiente, para que los clientes puedan apreciar mejor los platos, los colores, los olores y las texturas.
Experto 2	El restaurante tiene dos ambientes: uno tradicional y otro moderno, que reflejan la cultura lambayecana. El ambiente tradicional usa la luz natural, y en el moderno usa luz cálida y focos con lámparas de sogas.
Experto 3	El restaurante usa una luz tenue y amarilla, que le da un brillo especial a los platos y contrasta con la luz blanca de la cocina. La luz es muy suave y baja, para crear un ambiente acogedor y diferente.
Experto 4	Se utiliza luz tenue y baja, que no es muy fuerte ni muy elevada, que permite que el restaurante esté bien iluminado, pero sin ser un ambiente cargado de luz.
Experto 5	Sabemos que los clientes buscan un ambiente privado y acogedor, especialmente si vienen por una ocasión especial. Se utiliza luz amarilla, cálida con lámparas de diferentes tamaños e intensidades para crear un efecto de calidez y confort. Se quiere que los clientes se sientan a gusto y relajados, y que disfruten de su estadía.

Experto 6	El restaurante se basa en el criterio de expertos para elegir los colores del ambiente, que buscan crear una atmósfera tranquila, calma y vivaz a la vez, que favorezca la apreciación de los platos y las bebidas, especialmente en el bar, donde se ofrecen tragos con colores y efectos especiales. El restaurante opta por una combinación de verde claro y blanco, que se complementa con una iluminación cálida, que produce un efecto interesante y agradable.
Experto 7	Se tiene un enfoque de ambiente que se basa en la coherencia, la versatilidad y el realce. También se busca resaltar la belleza y la variedad de los colores de su comida peruana, que son un reflejo de su sabor y su intensidad, por lo tanto, se eligió un color de luz que sea neutro, natural y fresco, que no altere ni opaque los colores de los platos, sino que los ilumine y los haga más apetecibles.
Experto 8	Se seleccionó la luz amarilla tenue para dar mayor iluminación y la calidez. Con la luz se busca resaltar los colores y la presentación de los platos, mejorar el ánimo y el apetito de los clientes, y crear una atmósfera propicia para la conversación y la convivencia.
Experto 9	Se utilizan colores cálidos para crear un ambiente acogedor y confortable para los clientes. El ambiente se personaliza según las preferencias del cliente y el tipo de evento que realiza.
Experto 10	Utilizan colores tenues como el amarillo, que transmiten calidez, confort y elegancia. El restaurante busca que el color de la luz se adapte al estilo y al concepto del Long Horn, y que contribuya a una experiencia agradable y acogedora.
Comparación	<p>Los expertos 1, 2 y 7 usan luz natural, mientras que los demás usan luz artificial.</p> <p>Los expertos 3, 5, 8, 9 y 10 usan luz amarilla, mientras que los expertos 4 y 6 usan una combinación de colores.</p> <p>Los expertos 1, 3, 4, 5, 7 y 8 usan luz tenue, mientras que los expertos 2, 6, 9 y 10 usan luz más brillante o variada.</p> <p>Los expertos 2, 5, 6, 8, 9 y 10 buscan crear un ambiente específico para el tipo de restaurante, la comida o el evento, mientras que los expertos 1, 3, 4 y 7 buscan resaltar la comida o la limpieza.</p>
Interpretación	<p>La mayoría de los expertos usan luz cálida, amarilla o tenue, que crea un efecto de calidez, confort, intimidad y acogida, que son valores que se asocian a la gastronomía y al disfrute de la comida.</p> <p>Algunos expertos usan luz natural, que puede ser más ecológica, económica y saludable, y que también puede dar una sensación de frescura, naturalidad y transparencia, que son valores que se asocian a la calidad y la variedad de la comida.</p>

Otros expertos usan luz de diferentes colores, que puede crear un efecto de contraste, diversidad, originalidad y dinamismo, que son valores que se asocian a la innovación y la creatividad de la comida.

Y otros usan luz focalizada o personalizada, que puede crear un efecto de exclusividad, atención, detalle y personalización, que son valores que se asocian a la satisfacción y la fidelización del cliente.

Nota: Elaboración propia, 2023

Tabla 22 Matriz comparativa de resultados- pregunta 10

CATEGORÍA: Experiencias Gastronómicas	
SUB-CATEGORÍA: Ambiente	
PREGUNTA 10: ¿El restaurante hace uso de aromas u olores para mejorar la experiencia del cliente? Si su respuesta es afirmativa, diga ¿cómo?	
Experto 1	El restaurante utiliza los olores de sus platos y el vino para estimular los sentidos de sus clientes.
Experto 2	No se utilizan aromas artificiales, sino que se basa en los olores naturales de sus platos, que son típicos de su región. Estos olores son mágicos, porque evocan la cultura, la tradición y el sabor de su cocina. Además, estos olores son un atractivo para sus clientes, que los hacen disfrutar más de su comida y olores naturales de sus platos.
Experto 3	No se hace uso de aromas, pero resalta el olor natural de la carne de alta calidad que ofrece el restaurante, así como el de la fritura.
Experto 4	No se usa ningún aroma, sino que deja que los aromas naturales de la cocina y los platos sean los que predominen en el ambiente.
Experto 5	Se evita los aromas fuertes o invasivos que puedan interferir con el gusto y el olfato de los clientes, como el pino o el perfume. Se opta por los aromas propios de nuestras comidas. Se quiere que el aroma predominante sea el de la comida que se prepara.
Experto 6	El restaurante utiliza los aromas y los olores como un elemento más para mejorar la experiencia del cliente, aprovechando los productos que ofrece en su cafetería y en su bar. Se tiene una cafetería que se encuentra al ingresar al local, donde se puede apreciar el aroma del café, de los postres y de las flores que se venden como arreglos florales. También tiene un bar que se destaca por sus tragos con frutas deshidratadas y flores comestibles, que aportan un aroma y un color atractivos. Se busca crear un ambiente acogedor y romántico, que sorprenda y deleite a los clientes con sus aromas y sus olores.

Experto 7	No se utiliza aromas u olores artificiales para mejorar la experiencia del cliente, sino que confía en los aromas naturales de su comida peruana, que son un atractivo y un deleite para el sentido del olfato.
Experto 8	El restaurante no hace uso de aromas u olores artificiales para mejorar la experiencia del cliente, sino que se basa en los olores naturales de sus platos. Confían en la calidad y el sabor de sus platos, que son los que incentivan a los clientes a seguir comiendo.
Experto 9	No se utiliza aromas u olores específicos para mejorar la experiencia del cliente, a menos que se trate de un evento temático o que el cliente lo solicite. En ese caso, se puede crear una fragancia personalizada para el evento; sino el aroma de nuestros platos es lo que nos caracteriza.
Experto 10	No utilizan aromas u olores artificiales para mejorar la experiencia del cliente, sino que se basa en los olores naturales de la comida que prepara, especialmente de la parrilla, ya que las carnes son un elemento que estimula el apetito y el gusto de los clientes, y que crea un ambiente agradable y familiar.
Comparación	Los expertos 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10 coinciden en que el restaurante utiliza los aromas u olores como un elemento para mejorar la experiencia del cliente. Ambos reconocen la importancia de estimular los sentidos de los clientes con los olores de sus platos y sus productos. Sin embargo, el experto 1 y el experto 6 difieren en el tipo de aromas u olores que utilizan. El experto 1 se enfoca en los olores de sus platos y el vino, mientras que el experto 6 se basa en los productos de su cafetería y su bar, como el café, los postres, las flores, los tragos con frutas deshidratadas y flores comestibles. Además, el experto 1 y el experto 6 tienen diferentes objetivos con los aromas u olores. El experto 1 busca estimular los sentidos de los clientes, mientras que el experto 6 busca crear un ambiente acogedor y romántico, que sorprenda y deleite a los clientes con sus aromas y sus olores.
Interpretación	<p>Los expertos coinciden en que los aromas u olores son un factor importante para mejorar la experiencia del cliente, ya que influyen en sus emociones, recuerdos y preferencias.</p> <p>Los expertos se dividen en dos grupos: los que utilizan aromas u olores artificiales y los que no. Los que utilizan aromas u olores artificiales buscan crear un ambiente específico, como acogedor, romántico o sorprendente, que se adapte a su propuesta gastronómica. Los que no utilizan aromas u olores artificiales confían en los olores naturales de sus platos, que resaltan la calidad, el sabor y la tradición de su cocina.</p> <p>Los expertos también se diferencian en el tipo de aromas u olores que utilizan, según el tipo de comida que ofrecen. Algunos utilizan aromas florales, cítricos, amaderados o almizclados, que tienen diferentes efectos</p>

sobre el estado de ánimo y la sensualidad. Otros utilizan aromas propios de su comida, como el café, los postres, las flores, los tragos, la carne, la fritura o la parrilla, que estimulan el apetito y el gusto de los clientes.

Los expertos también tienen en cuenta la cultura y las preferencias de sus clientes, ya que cada uno tiene su clasificación de aromas u olores, que pueden ser atractivos. Por eso, algunos expertos evitan los aromas fuertes o invasivos que puedan interferir con el olfato y el gusto de los clientes, o que le recuerden a algo negativo. Otros expertos se adaptan a los eventos temáticos o a las solicitudes de los clientes, creando fragancias personalizadas

Nota: Elaboración propia, 2023

Tabla 23 Matriz comparativa de resultados- pregunta 11

CATEGORÍA: Experiencias Gastronómicas	
SUB-CATEGORÍA: Ambiente	
Pregunta 11: ¿Qué consideraciones tuvo en cuenta al seleccionar el mobiliario y la decoración de su restaurante?	
Experto 1	El restaurante tiene una decoración sencilla y marina, que se adapta a los eventos y a los platos que prepara.
Experto 2	El restaurante tiene dos ambientes: uno tradicional y otro moderno, que reflejan la cultura lambayecana. En el tradicional se utilizan elementos decorativos como mantelería, copas, botellas de vino, cuadros relacionados a la cultura moche, elementos culturales. Y en el segundo ambiente la cultura actual: los diablos de Túcume (los 7 pecados capitales transformados en diablos), que es una danza muy típica de Túcume, un caballito de totora, una red, lámparas de papel, (hechas por una asociación de sordomudos de Monsefú). Inclusive, tenemos una coctelería desarrollada creamos tragos en honor a las tradiciones lambayecanas.
Experto 3	Hemos considerado mucho cuero y pieles, que dan un toque rústico y sofisticado al ambiente. Un árbol en el centro del restaurante, que crea un contraste natural y original. Un cuadro de una mujer desnuda envuelta en plástico, que genera polémica y atención por su mensaje y su estética. Una terraza privada y elegante, con mantelería blanca, que ofrece un espacio más íntimo y refinado.
Experto 4	Se usan colores blancos o claros, tanto en los manteles como en los asientos, para crear un ambiente sobrio y elegante, que resalte la presentación de los platos, y estos son cambiados inmediatamente se ensucian.

Experto 5	<p>Se basó en la herencia artística y cultural del señor Fernando Díaz, un pintor y escultor que falleció hace tres años y que dejó su casa como museo.</p> <p>Se conservaron la mayoría de las obras de arte del señor Díaz, que son réplicas exactas de grandes maestros del barroco como Tiziano, Caravaggio, Rubens, Velázquez y Rembrandt.</p> <p>También se inspiró en la arquitectura y el diseño de la Casa de Pedro Pablo Rubens, que se encuentra en Amberes, Bélgica, y que fue recreada minuciosamente por el señor Díaz.</p> <p>Se adaptó el espacio y el mobiliario al estilo barroco, usando colores rojos, negro y dorado, y manteles y vajillas acordes con el ambiente.</p> <p>El restaurante tuvo que hacer algunas modificaciones para cumplir con los requisitos operativos y legales, pero respetando el patrimonio cultural que representa el museo.</p>
Experto 6	<p>El restaurante tuvo en cuenta la comodidad y la elegancia al seleccionar su mobiliario y su decoración, creando dos ambientes diferentes que se adaptan a las preferencias y necesidades de los clientes. Se cuentan con dos terrazas con mesas de granito y sillones, que le dan un toque sofisticado y acogedor, y un segundo piso con mesas bajas y sillones, que le dan un aire de lounge y relax. El restaurante también tiene sillas cómodas con brazos y cojines, y unos pequeños robots que se colocan al lado de las mesas para dar un toque de originalidad y modernidad.</p>
Experto 7	<p>Se tuvo una consideración de mobiliario y decoración basada en el estilo formal e informal que lo caracteriza. Se busca ofrecer un ambiente que se adapte a las preferencias y necesidades de sus clientes, según el tipo de ocasión que celebran. El restaurante tiene dos pisos con diferentes opciones de mobiliario y decoración: uno sin manteles, con individuales de papel, que es más casual y desenfadado, y otro con manteles, que es más elegante y sofisticado. Se ha observado que la mayoría de sus clientes prefieren el piso sin manteles, salvo los que van a almorzar por un motivo especial.</p>
Experto 8	<p>La consideración que se tuvo en cuenta para seleccionar el mobiliario y la decoración fue crear una armonía de colores y adoptar elementos de la cultura hindú. Se eligieron muebles y paredes de color similar, que eran doradas, para crear un ambiente elegante, luminoso y acogedor. Se inspiraron en el tema de mandala, que es un símbolo de la espiritualidad, el equilibrio y la belleza en la cultura hindú. También se incorporaron algunos elementos de esta cultura, como una imagen de Shiva, que es una de las divinidades principales del hinduismo, y que se usaron los colores primarios, que son los más básicos, puros y vibrantes.</p>
Experto 9	<p>No se cuenta con un estilo fijo de mobiliario y decoración, sino que lo adapta según las preferencias del cliente y el tipo de evento que realiza. De esta forma, buscan crear un ambiente personalizado y acorde con cada ocasión.</p>

Experto 10	Se eligieron mesas de madera, que son resistentes y que combinan con el estilo del local. También, mantienen los ambientes bien limpios, para prevenir la presencia de insectos que pudieran afectar la higiene y el confort. La temática del restaurante está orientada hacia la carne, y lo refleja en la decoración con cabezas de animales y enchapes de madera, que crean un ambiente rústico y acogedor.
Comparación	<p>Los expertos 2, 6 y 7 tienen en común que crean dos ambientes diferentes en sus restaurantes, uno más tradicional y otro más moderno, para adaptarse a los gustos y necesidades de sus clientes.</p> <p>Los expertos 3, 5 y 8 comparten el uso de colores oscuros y llamativos, como el rojo, el negro y el dorado, para dar un toque de sofisticación y elegancia a sus espacios.</p> <p>Los expertos 4 y 10 coinciden en el uso de colores claros y neutros, como el blanco, para crear un ambiente sobrio y limpio, que resalte la presentación de los platos y la higiene del local.</p> <p>Los expertos 1 y 9 tienen en común que adaptan su decoración a los eventos y a los platos que preparan, buscando crear un ambiente acorde con cada ocasión y con la temática de su restaurante.</p>
Interpretación	Los restaurantes tienen diferentes estilos de decoración, que se relacionan con su propuesta gastronómica, su región, su cultura, su historia, su arte, su ambiente y sus clientes. Algunos elementos que usan son: el mar, la mantelería, las botellas de vino, los cuadros, los diablos, el caballito de totora, la red, las lámparas de papel, los tragos, el cuero, las pieles, el árbol, el plástico, la terraza, las obras de arte, el barroco, el granito, los sillones, los robots, los manteles, los individuales de papel, el mandala, Shiva y los colores primarios.
Nota: Elaboración propia, 2023	

Tabla 24 Matriz comparativa de resultados- pregunta 12

CATEGORÍA: Experiencias Gastronómicas	
SUB-CATEGORÍA: Ambiente	
PREGUNTA 12: ¿Qué tipo de música o sonido ambiental utiliza y cómo lo selecciona para crear la atmósfera adecuada?	
Experto 1	El restaurante utiliza una música que armoniza con el tipo de comida que se ofrece, generalmente es música ambiental, no es muy alta para permitir la conversación y que acompañe la degustación.

Experto 2	El restaurante se llama El Cántaro porque parlantes que se han colocado dentro de unos cántaros para reproducir música. La música es lambayecana, que es tradicional típica.
Experto 3	Tenemos un gusto por la música latina, que es atractiva y divertida para los clientes.
Experto 4	Se utiliza la música instrumental, sin voces ni canciones conocidas, sino con un toque original y armonioso. El volumen es moderado, y no interfiere con la conversación de los clientes, y busca crear un ambiente cómodo y agradable.
Experto 5	El restaurante opta por la música clásica como el género principal para ambientar el espacio, ya que es acorde con el estilo barroco y el arte que se exhibe. También incorpora ocasionalmente el jazz, que es un género que tiene influencias de la música clásica y que puede aportar variedad y dinamismo. Se cuida el volumen y la intensidad de la música, para que no interfiera con la conversación y el disfrute de los clientes, y para que cree una atmósfera de tranquilidad y elegancia.
Experto 6	El restaurante utiliza música instrumental y relajante. Contrata a personas que la tocan los fines de semana. Se cuenta con un equipo con 300 canciones que se repiten a lo largo del día, que crean un ambiente propicio para diferentes ocasiones, desde el desayuno hasta la cena, e incluso para hacer entrevistas de trabajo.
Experto 7	El restaurante utiliza un tipo de música o sonido ambiental que se ajusta a su estilo formal o informal. Se busca crear un ambiente que sea agradable y relajante para los clientes, sin interferir con sus otros sentidos.
Experto 8	El tipo de música o sonido ambiental que utilizan es variable según la hora y el ambiente que quieren crear. Se adapta la música a las necesidades y expectativas de los clientes, que pueden variar desde buscar un espacio para conversar, disfrutar y comer hasta querer bailar y divertirse. Se usan diferentes géneros y ritmos musicales, que van desde la música lounge, que es tranquila y relajante, hasta la música pachanga, que es alegre y movida, pasando por una música más explosiva, que es intensa y energética.
Experto 9	Se utiliza diferentes tipos de música o sonido ambiental según el momento y el objetivo del evento que realiza. Al principio, se pone música de bossa nova, que es un género musical brasileño que combina elementos de jazz y samba, y que tiene un estilo relajado y tranquilo. Luego, cambia a música latina, que es un género musical que incluye ritmos y estilos de América Latina y el Caribe, y que tiene un estilo más animado y bailable.
Experto 10	El restaurante utiliza música ambiental, que es un tipo de música suave y relajante, que no interfiere con la comunicación y el disfrute de los clientes. Se busca crear un ambiente tranquilo y agradable, donde los clientes puedan conversar a gusto y sin ruidos molestos.
Comparación	El experto 1 y el experto 10 es que ambos utilizan música ambiental, que es un tipo de música suave y relajante,

que no interfiere con la comunicación y el disfrute de los clientes. Ambos buscan crear un ambiente tranquilo y agradable, donde los clientes puedan conversar a gusto y sin ruidos molestos.

El experto 2 y el experto 3 es que ambos tienen un gusto por la música latina, que es atractiva y divertida para los clientes. Ambos usan música que refleja su cultura y su región, como la música lambayecana y la música brasileña.

El experto 4 y el experto 6 es que ambos utilizan música instrumental, sin voces ni canciones conocidas, sino con un toque original y armonioso. Ambos cuidan el volumen y la intensidad de la música, para que no interfiera con la conversación de los clientes, y para que cree un ambiente cómodo y agradable.

El experto 5 y el experto 9 es que ambos incorporan ocasionalmente el jazz, que es un género que tiene influencias de la música clásica y que puede aportar variedad y dinamismo. Ambos cambian el tipo de música según el momento y el objetivo del evento que realizan, buscando crear una atmósfera adecuada para cada ocasión.

El experto 7 y el experto 8 es que ambos utilizan un tipo de música o sonido ambiental que se ajusta a su estilo formal o informal. Ambos se adaptan a las necesidades y expectativas de los clientes, que pueden variar desde buscar un espacio para conversar, disfrutar y comer hasta querer bailar y divertirse. Ambos usan diferentes géneros y ritmos musicales, que van desde la música tranquila y relajante hasta la música alegre y movida.

Interpretación

Los expertos tienen diferentes criterios para elegir la música o el sonido ambiental de sus restaurantes, según el tipo de comida, la cultura, el arte, el estilo, el ambiente y los clientes que quieren atraer. Algunos expertos usan música que armoniza con la propuesta gastronómica, otros que refleja la identidad y la autenticidad de su región, otros que incorpora elementos originales y creativos, otros que recrea el movimiento artístico del barroco, otros que se adapta al estilo formal o informal de su restaurante, y otros que cambia según el momento y el objetivo del evento que realizan. Todos los expertos cuidan el volumen y la intensidad de la música, para que no interfiera con la comunicación y el disfrute de los clientes, y para que cree una atmósfera adecuada para cada ocasión.

Nota: Elaboración propia, 2023

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación tuvo como objetivo determinar las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023, identificando los aspectos de la calidad del producto, la calidad del servicio y el ambiente que contribuyen a dichas experiencias. Los resultados obtenidos se discuten a continuación, contrastándolos con los aspectos teóricos y los antecedentes de la investigación revisados en el marco teórico.

Calidad del producto: Se encontró que la calidad del producto es uno de los aspectos más importantes para los clientes de los restaurantes de alta cocina, ya que influye directamente en su satisfacción y lealtad. Los clientes valoran la calidad de la comida, la presentación de los platos, la variedad del menú y la autenticidad de la experiencia gastronómica. Estos hallazgos coinciden con los de Batat (2020), Seyitoğlu, & Ivanov (2022) y Bonfanti et al. (2023), quienes destacaron la importancia de la calidad del producto en la creación de experiencias gastronómicas memorables y placenteras. Además, se observó que los clientes prefieren platos que reflejen la tradición e innovación de la gastronomía peruana, utilizando ingredientes locales y técnicas culinarias modernas. Esto concuerda con lo planteado por Chero et al. (2022), quienes señalaron que los chefs peruanos combinan elementos tradicionales y modernos en sus creaciones culinarias, comunicando la autenticidad e identidad de la cultura culinaria peruana. Esto nos hace reflexionar que en los restaurantes, los clientes valoran diversos aspectos que componen la calidad

del producto, incluyendo la calidad de la comida: frescura, sabor, textura y preparación impecable de los ingredientes; la presentación de los platos: estética visual atractiva, creatividad en la disposición y armonía en la composición; la variedad del menú: amplia gama de opciones que satisfagan diferentes gustos, preferencias y necesidades dietéticas; la autenticidad de la experiencia: fidelidad a las tradiciones culinarias, uso de ingredientes locales y técnicas de preparación propias de la cultura gastronómica, que harán de la calidad un factor preponderante.

Calidad del servicio: Se halló que la calidad del servicio es otro aspecto relevante para los clientes de los restaurantes de alta cocina, ya que influye en su percepción de la experiencia gastronómica y en su intención de volver. Los clientes valoran la excelencia en la atención, la hospitalidad del personal, la rapidez y eficiencia del servicio y la interacción con los chefs. Estos resultados son consistentes con los de Torres & Becken (2015), quienes resaltaron la importancia de la calidad del servicio en la satisfacción de los turistas gastronómicos. Asimismo, se evidenció que los clientes buscan un servicio personalizado y adaptado a sus necesidades y preferencias, lo que implica un conocimiento previo y un seguimiento de los clientes por parte del personal del restaurante. Esto se relaciona con lo propuesto por Bonfanti et al. (2023), quien sugirió que la entrega de un servicio superior es un componente clave de la experiencia gastronómica en restaurantes de lujo. Esto nos hace reflexionar que en los restaurantes la relevancia de la calidad del servicio como un factor crucial en la experiencia gastronómica de los clientes de restaurantes de alta cocina. Esta afirmación se sustenta en dos puntos clave: la influencia en la percepción y la lealtad y las expectativas de los clientes. Los clientes de restaurantes de

alta cocina esperan un nivel de servicio superior que se refleje en la atención, la hospitalidad, la rapidez y la eficiencia del servicio. Además, valoran la interacción con los chefs, quienes pueden aportar información sobre los platos y crear una experiencia más personalizada. Por lo tanto, la calidad del servicio es un componente fundamental de la experiencia gastronómica en restaurantes de alta cocina. Un servicio excelente puede marcar la diferencia entre una experiencia memorable y una experiencia olvidable.

Ambiente: Se determinó que el ambiente es otro aspecto que contribuye a las experiencias gastronómicas en los restaurantes de alta cocina, ya que influye en el estado de ánimo y las emociones de los clientes. Los clientes valoran la ambientación y el ambiente del restaurante, la música, la iluminación, la decoración y la limpieza. Estos hallazgos son acordes con los de Seyitoğlu et al. (2022) y Bonfanti et al. (2023), quienes enfatizaron la importancia del ambiente en la creación de experiencias gastronómicas únicas y sorprendentes. Además, se constató que los clientes aprecian la exclusividad y el lujo del restaurante, así como la privacidad y el espacio entre las mesas, lo que les permite disfrutar de una atmósfera relajada, agradable y hospitalaria. Esto se vincula con lo planteado por Batat (2020), quien indicó que los clientes de restaurantes de lujo buscan un entorno elegante y cómodo, que refleje la calidad y el prestigio de la gastronomía.

Los resultados de la investigación confirman y complementan los aspectos teóricos y los antecedentes de la investigación revisados en el marco teórico, demostrando que las experiencias gastronómicas en los restaurantes de alta cocina se basan en la calidad del producto, la calidad del servicio y el

ambiente del restaurante. Estos aspectos son valorados por los clientes y pueden generar ventajas competitivas para los restaurantes en el mercado. Esto nos hace reflexionar que el ambiente cumple un papel crucial en la creación de experiencias gastronómicas memorables en restaurantes de alta cocina. Esta afirmación se sustenta en tres puntos clave: influencia en las emociones y el estado de ánimo, la creación de experiencias únicas y la exclusividad, lujo y privacidad. El ambiente juega un papel fundamental en la diferenciación y el éxito de los restaurantes de alta cocina. Invertir en la creación de un ambiente único y memorable puede generar una ventaja competitiva significativa y contribuir a la satisfacción y lealtad de los clientes.

Implicancias teóricas y prácticas:

De la calidad del producto:

Implicancias teóricas:

- Reforzamiento del rol de la calidad del producto en la satisfacción del cliente: El estudio consolida la idea de que la calidad del producto es un factor determinante en la satisfacción y lealtad de los clientes de restaurantes de alta cocina. Esto complementa y enriquece la comprensión existente sobre los elementos que contribuyen a una experiencia gastronómica positiva en este segmento.
- Énfasis en la autenticidad y la identidad culinaria: La valoración de platos que reflejen la tradición e innovación de la gastronomía

peruana resalta la importancia de la autenticidad y la identidad culinaria en la experiencia gastronómica. Esto invita a una mayor exploración teórica sobre el papel de la cultura culinaria en la percepción de la calidad del producto.

- Reconocimiento de la fusión culinario como valor agregado: La preferencia por platos que combinan elementos tradicionales y modernos de la gastronomía peruana destaca la fusión culinaria como un valor agregado en la alta cocina. Esto abre un campo de investigación sobre las estrategias y técnicas empleadas por los chefs para lograr una fusión exitosa.

Implicancias prácticas:

- Enfoque en la selección y manejo de ingredientes de alta calidad: Los restaurantes de alta cocina deben priorizar la selección de ingredientes frescos, locales y de temporada, asegurando un manejo adecuado para preservar su calidad y frescura.
- Capacitación continua del personal en técnicas culinarias: Invertir en la capacitación constante del personal en técnicas culinarias tradicionales y modernas, garantizando la preparación impecable de los platos y la presentación estéticamente atractiva.
- Desarrollo de menús creativos y diversos: Diseñar menús que ofrezcan una amplia gama de opciones que satisfagan diferentes gustos, preferencias y necesidades dietéticas, incluyendo platos que

fusionen elementos tradicionales y modernos de la gastronomía peruana.

- Comunicación efectiva de la propuesta culinaria: Transmitir de manera clara y atractiva la historia, tradición e innovación detrás de los platos, destacando la autenticidad e identidad de la cultura culinaria peruana.
- Monitoreo constante de la satisfacción del cliente: Realizar encuestas, entrevistas y análisis de comentarios de clientes para identificar áreas de mejora en la calidad del producto y la experiencia gastronómica en general.

De la calidad del servicio:

Implicancias teóricas:

- Reforzar la importancia de la calidad del servicio como un elemento clave en la experiencia gastronómica: Los hallazgos confirman que la calidad del servicio no solo influye en la satisfacción del cliente, sino que también impacta en su percepción de la experiencia en su conjunto y en su intención de volver. Esto refuerza la necesidad de que los investigadores y académicos continúen estudiando y profundizando en este tema.
- Ampliar la comprensión de las expectativas de los clientes en restaurantes de alta cocina: El estudio revela que los clientes de este segmento demandan un servicio superior que va más allá de la

simple atención. Esto implica que los modelos teóricos existentes sobre la calidad del servicio deben ser revisados y actualizados para incorporar estas nuevas expectativas.

- Identificar nuevas dimensiones de la calidad del servicio: Los resultados sugieren que la calidad del servicio en restaurantes de alta cocina no se limita a aspectos tradicionales como la rapidez o la cortesía, sino que también incluye elementos como la personalización, la interacción con los chefs y el conocimiento previo de las necesidades del cliente. Esto abre nuevas líneas de investigación para identificar y analizar estas nuevas dimensiones.

Implicancias prácticas:

- Enfatizar la capacitación y formación del personal en materia de servicio al cliente: Los restaurantes de alta cocina deben invertir en la capacitación de su personal para garantizar que brinden un servicio de excelencia que satisfaga las expectativas de los clientes. Esto incluye aspectos como la comunicación efectiva, la atención a los detalles, la resolución de problemas y la capacidad de crear experiencias personalizadas.
- Implementar estrategias para personalizar el servicio: Los clientes de alta cocina valoran la personalización del servicio, por lo que los restaurantes deben implementar estrategias para conocer las preferencias y necesidades individuales de cada cliente. Esto puede incluir el uso de sistemas de gestión de relaciones con el cliente

(CRM), la realización de encuestas de satisfacción o el establecimiento de un diálogo directo con los clientes.

- Crear un ambiente de trabajo positivo para el personal: Un personal motivado y satisfecho con su trabajo es más propenso a brindar un servicio de calidad. Los restaurantes de alta cocina deben crear un ambiente de trabajo positivo que fomente el compromiso, la creatividad y la iniciativa del personal.
- Monitorear y medir la calidad del servicio: Es importante que los restaurantes de alta cocina monitoreen y midan la calidad del servicio que ofrecen a sus clientes. Esto puede hacerse a través de encuestas de satisfacción, análisis de comentarios en línea o mediante la observación directa del servicio.
- Utilizar la tecnología para mejorar el servicio: La tecnología puede ser una herramienta útil para mejorar la calidad del servicio en restaurantes de alta cocina. Por ejemplo, se pueden utilizar sistemas de reservas en línea, dispositivos móviles para tomar pedidos o aplicaciones para gestionar las relaciones con los clientes.

La calidad del servicio es un aspecto fundamental que los restaurantes de alta cocina deben considerar para ofrecer una experiencia gastronómica memorable y satisfactoria a sus clientes. Implementar las recomendaciones teóricas y prácticas mencionadas anteriormente puede ayudar a los restaurantes a mejorar la calidad del servicio, aumentar la satisfacción del cliente y fortalecer su posición competitiva en el mercado.

Del ambiente:

Implicancias teóricas:

- Reforzar la importancia del ambiente como un componente esencial de la experiencia gastronómica: Los hallazgos confirman que el ambiente no solo es un elemento decorativo, sino que también influye en las emociones, el estado de ánimo y la percepción general del cliente sobre la experiencia gastronómica. Esto refuerza la necesidad de que los investigadores y académicos continúen estudiando y profundizando en este tema.
- Ampliar la comprensión del concepto de "ambiente" en restaurantes de alta cocina: El estudio revela que el ambiente en restaurantes de alta cocina va más allá de la simple decoración y la música, e incluye elementos como la exclusividad, el lujo, la privacidad y el espacio entre las mesas. Esto abre nuevas líneas de investigación para analizar cómo estos elementos interactúan entre sí y con la experiencia gastronómica en su conjunto.
- Identificar nuevos factores que contribuyen al ambiente: Los resultados sugieren que el ambiente en restaurantes de alta cocina no solo depende de los elementos físicos del espacio, sino que también está influenciado por factores como la atención del personal, la limpieza y el mantenimiento del restaurante, y la interacción entre los clientes. Esto implica que los modelos teóricos

existentes sobre el ambiente deben ser revisados y actualizados para incorporar estos nuevos factores.

Implicancias prácticas:

- **Desarrollar un diseño integral del ambiente:** Los restaurantes de alta cocina deben diseñar el ambiente de manera integral, considerando todos los elementos que lo componen, desde la decoración y la música hasta la iluminación, el mobiliario y el espacio entre las mesas.
- **Crear una atmósfera única y memorable:** El ambiente del restaurante debe ser coherente con el concepto y la marca del mismo, y debe crear una atmósfera única y memorable que sea atractiva para el segmento de clientes objetivo.
- **Prestar atención a los detalles:** Los detalles son importantes en el ambiente de un restaurante de alta cocina. Los restaurantes deben prestar atención a aspectos como la limpieza, el mantenimiento, la presentación de los platos y la atención del personal.
- **Monitorear y medir la percepción del ambiente:** Es importante que los restaurantes de alta cocina monitoreen y midan la percepción del ambiente que tienen sus clientes. Esto puede hacerse a través de encuestas de satisfacción, análisis de comentarios en línea o mediante la observación directa del comportamiento de los clientes.

- Utilizar la tecnología para mejorar el ambiente: La tecnología puede ser una herramienta útil para mejorar el ambiente en restaurantes de alta cocina. Por ejemplo, se pueden utilizar sistemas de iluminación inteligentes, música ambiental personalizada o pantallas para mostrar imágenes o videos.

El ambiente es un aspecto fundamental que los restaurantes de alta cocina deben considerar para ofrecer una experiencia gastronómica memorable y satisfactoria a sus clientes. Implementar las recomendaciones teóricas y prácticas mencionadas anteriormente puede ayudar a los restaurantes a crear un ambiente único y atractivo, aumentar la satisfacción del cliente y fortalecer su posición competitiva en el mercado.

CONCLUSIONES

En relación con el objetivo general de identificar las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023, se puede concluir que las experiencias gastronómicas dependen de varios factores, como la calidad del producto, la calidad del servicio y el ambiente del restaurante. Estos factores influyen en las percepciones, las emociones, el aprendizaje, la satisfacción, la fidelidad y la recomendación de los clientes, así como en la diferenciación, el posicionamiento, la identidad, la autenticidad, la eficiencia y la calidad de los restaurantes. Los expertos consultados tienen diferentes visiones y valores sobre la gastronomía, que pueden estar relacionados con el origen, la identidad, la innovación, la calidad, la sostenibilidad, la salud, el placer, la educación o la comunicación, entre otros aspectos.

En relación con el objetivo específico de identificar los aspectos de la calidad del producto que contribuyen a las experiencias gastronómicas, se puede concluir que los expertos valoran la seguridad alimentaria, la calidad de los platos, los métodos de conservación y cocción de los alimentos, la variedad del menú, la adaptación a las preferencias y necesidades de los clientes, la innovación y la creatividad, la gestión de los recursos e insumos, y la coherencia entre la carta y la propuesta culinaria del restaurante. Estos aspectos influyen en la satisfacción, el disfrute y el aprendizaje de los clientes, así como en la diferenciación y el posicionamiento de los restaurantes.

En relación con el objetivo específico de establecer los aspectos de la calidad del servicio que contribuyen a las experiencias gastronómicas, se puede

concluir que los expertos resaltan la importancia de la capacitación del personal, la utilidad de la tecnología, la conveniencia de la reservación previa, la adaptación al cliente según el día de la semana, el respeto a los tiempos de preparación y servicio, y la atención cordial, personalizada y humana. Estos aspectos influyen en la confianza, la fidelidad y la recomendación de los clientes, así como en la eficiencia y la calidad de los procesos del restaurante.

En relación con el objetivo específico de definir los aspectos del ambiente que contribuyen a las experiencias gastronómicas, se puede concluir que los expertos tienen diferentes visiones y enfoques sobre la presentación de los platos, el tipo de música o sonido ambiental, el mobiliario y la decoración, y el estilo y la temática del restaurante. Estos aspectos influyen en la percepción, la emoción y la memoria de los clientes, así como en la identidad y la autenticidad del restaurante.

La investigación ha identificado los aspectos clave de la calidad del producto, servicio y ambiente que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes de categoría A.

Los resultados sugieren que la calidad de la comida, la excelencia en el servicio y un ambiente agradable son fundamentales para la satisfacción del cliente y la lealtad.

La investigación resalta la importancia de las experiencias gastronómicas en la promoción del turismo y el desarrollo económico de la región.

Se podrían proponer estrategias para mejorar la experiencia gastronómica, como la capacitación del personal, la innovación en el menú y la mejora del ambiente del restaurante.

Estas conclusiones están alineadas con los objetivos generales y específicos del estudio y podrían ayudar a mejorar la competitividad y el atractivo de los restaurantes involucrados.

RECOMENDACIONES

En base a cada conclusión se procederá a redactar las siguientes recomendaciones.

Recomendaciones académicas para la conclusión 1:

1. Profundizar en la interrelación de los factores: Si bien se identifican los factores que influyen en las experiencias gastronómicas, sería valioso profundizar en la interrelación entre ellos. ¿Cómo interactúan la calidad del producto, el servicio y el ambiente para crear experiencias memorables? ¿Cómo se ponderan estos factores en función del tipo de restaurante o las preferencias de los clientes?

2. Explorar la diversidad de experiencias: La conclusión menciona que los expertos tienen diferentes visiones sobre la gastronomía. Sería interesante explorar cómo estas visiones se traducen en experiencias gastronómicas diversas. ¿Cómo se manifiestan los valores de origen, identidad, innovación, calidad, sostenibilidad, salud, placer, educación o comunicación en diferentes restaurantes?

3. Considerar el contexto sociocultural: Las experiencias gastronómicas no ocurren en un vacío. Se recomienda incorporar el contexto sociocultural de Lima en la conclusión. ¿Cómo influyen las tradiciones culinarias locales, las tendencias gastronómicas, los hábitos de consumo y los valores culturales en la percepción de las experiencias gastronómicas?

4. Vincular los hallazgos con el objetivo general: La conclusión debe reanudar el vínculo con el objetivo general del estudio. ¿Cómo contribuyen los hallazgos a la identificación de las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023? ¿Qué nuevas perspectivas o comprensiones se aportan sobre este tema?

5. Proponer líneas de investigación futuras: La conclusión puede servir como punto de partida para futuras investigaciones. ¿Qué aspectos de las experiencias gastronómicas merecen un análisis más profundo? ¿Qué preguntas o hipótesis podrían explorarse en futuros estudios?

Recomendaciones académicas para la conclusión 2:

1. Profundizar en la investigación sobre las preferencias y necesidades de los clientes: Se recomienda realizar estudios más específicos para comprender en detalle las preferencias y necesidades de los clientes en cuanto a la calidad del producto en restaurantes. Esto podría incluir encuestas, entrevistas, grupos focales y análisis de datos de consumo. Es importante segmentar el mercado en función de diferentes variables como la edad, el género, la cultura, el nivel socioeconómico y los hábitos alimenticios, para identificar las preferencias y necesidades específicas de cada segmento.

2. Analizar el impacto de la calidad del producto en la diferenciación y el posicionamiento de los restaurantes. Se sugiere realizar investigaciones que exploren cómo la calidad del producto influye en la diferenciación y el posicionamiento de los restaurantes en el mercado competitivo actual. Se

podrían analizar casos de éxito de restaurantes que han logrado diferenciarse por la calidad de sus productos y comparar sus estrategias con las de restaurantes que no han tenido tanto éxito en este aspecto.

3. Estudiar la relación entre la calidad del producto y la sostenibilidad. Se recomienda investigar la conexión entre la calidad del producto y la sostenibilidad en el sector gastronómico. Esto podría incluir el análisis de la procedencia de los ingredientes, las prácticas de producción y conservación de alimentos, y el manejo de residuos. Se podrían explorar estrategias para que los restaurantes ofrezcan productos de alta calidad de manera sostenible, minimizando el impacto ambiental y social de su actividad.

4. Desarrollar modelos de evaluación de la calidad del producto: Se sugiere la creación de modelos de evaluación de la calidad del producto que sean específicos para el sector gastronómico. Estos modelos podrían considerar aspectos como la seguridad alimentaria, la calidad sensorial de los platos, la variedad del menú, la innovación culinaria y la sostenibilidad. Estos modelos podrían ser utilizados por los restaurantes para evaluar la calidad de sus productos y para identificar áreas de mejora.

5. Fomentar la educación y la capacitación en calidad del producto. Se recomienda fomentar la educación y la capacitación en materia de calidad del producto para el personal de los restaurantes. Esto podría incluir cursos, talleres y seminarios sobre temas como la seguridad alimentaria, las técnicas de manipulación de alimentos, la selección de ingredientes y la elaboración de platos. También se podrían desarrollar programas de certificación en calidad del producto para los restaurantes que cumplan con estándares específicos.

6. Promover la investigación y la innovación en el sector gastronómico:

Se sugiere promover la investigación y la innovación en el sector gastronómico, especialmente en lo que respecta a la calidad del producto. Esto podría incluir el desarrollo de nuevas técnicas de producción y conservación de alimentos, la creación de nuevos platos y la búsqueda de ingredientes sostenibles. Se podrían establecer alianzas entre universidades, centros de investigación y empresas del sector gastronómico para fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos.

En general, se recomienda continuar investigando y profundizando en el tema de la calidad del producto en las experiencias gastronómicas, ya que este es un aspecto fundamental para la satisfacción del cliente, la diferenciación de los restaurantes y la sostenibilidad del sector. Implementar las recomendaciones académicas mencionadas anteriormente puede contribuir al desarrollo de un sector gastronómico más competitivo, sostenible y comprometido con la calidad.

Recomendaciones académicas para la conclusión 3:

1. Profundizar en la investigación sobre las expectativas de los clientes en cuanto al servicio: Se recomienda realizar estudios más específicos para comprender en detalle las expectativas de los clientes en cuanto a la calidad del servicio en restaurantes. Esto podría incluir encuestas, entrevistas, grupos focales y análisis de datos de satisfacción. Es importante segmentar el mercado en función de diferentes variables como la edad, el género, la cultura, el nivel socioeconómico y los hábitos de consumo, para identificar las expectativas específicas de cada segmento.

2. Analizar el impacto de la calidad del servicio en la confianza, la fidelidad y la recomendación de los clientes: Se sugiere realizar investigaciones que exploren cómo la calidad del servicio influye en la confianza, la fidelidad y la recomendación de los clientes. Esto podría incluir el análisis de estudios de casos, el seguimiento de clientes y el uso de modelos estadísticos. Se podrían comparar los resultados de restaurantes con diferentes niveles de calidad de servicio para identificar las mejores prácticas que generan mayor confianza, fidelidad y recomendación por parte de los clientes.

3. Estudiar la relación entre la calidad del servicio y la eficiencia de los procesos del restaurante: Se recomienda investigar la conexión entre la calidad del servicio y la eficiencia de los procesos del restaurante. Esto podría incluir el análisis de los tiempos de espera, la gestión de pedidos, la comunicación entre el personal y el uso de tecnología. Se podrían identificar las áreas del proceso del restaurante que más impactan en la calidad del servicio y proponer soluciones para mejorar la eficiencia y la calidad en conjunto.

4. Desarrollar modelos de evaluación de la calidad del servicio: Se sugiere la creación de modelos de evaluación de la calidad del servicio que sean específicos para el sector gastronómico. Estos modelos podrían considerar aspectos como la capacitación del personal, la atención al cliente, la gestión de reservas, la eficiencia de los procesos y la utilización de la tecnología. Estos modelos podrían ser utilizados por los restaurantes para evaluar la calidad de su servicio y para identificar áreas de mejora.

5. Fomentar la educación y la capacitación en calidad del servicio: Se recomienda fomentar la educación y la capacitación en materia de calidad del

servicio para el personal de los restaurantes. Esto podría incluir cursos, talleres y seminarios sobre temas como la atención al cliente, la comunicación efectiva, la resolución de problemas y el uso de la tecnología. También se podrían desarrollar programas de certificación en calidad del servicio para los restaurantes que cumplan con estándares específicos.

6. Promover la investigación y la innovación en el sector gastronómico: Se sugiere promover la investigación y la innovación en el sector gastronómico, especialmente en lo que respecta a la calidad del servicio. Esto podría incluir el desarrollo de nuevas herramientas tecnológicas para mejorar la atención al cliente, la implementación de nuevas estrategias de gestión de reservas y la creación de experiencias de servicio personalizadas. Se podrían establecer alianzas entre universidades, centros de investigación y empresas del sector gastronómico para fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos.

En general, se recomienda continuar investigando y profundizando en el tema de la calidad del servicio en las experiencias gastronómicas, ya que este es un aspecto fundamental para la satisfacción del cliente, la confianza, la fidelidad, la recomendación y la eficiencia del restaurante. Implementar las recomendaciones académicas mencionadas anteriormente puede contribuir al desarrollo de un sector gastronómico más competitivo, eficiente y centrado en la experiencia del cliente.

Recomendaciones académicas para la conclusión 4:

1. Profundizar en la investigación sobre las preferencias de los clientes en cuanto al ambiente: Se recomienda realizar estudios más específicos para comprender en detalle las preferencias de los clientes en cuanto al ambiente

de los restaurantes. Esto podría incluir encuestas, entrevistas, grupos focales y análisis de datos de encuestas de satisfacción. Es importante segmentar el mercado en función de diferentes variables como la edad, el género, la cultura, el nivel socioeconómico y los hábitos de consumo, para identificar las preferencias específicas de cada segmento.

2. Analizar el impacto del ambiente en la percepción, la emoción y la memoria de los clientes: Se sugiere realizar investigaciones que exploren cómo el ambiente del restaurante influye en la percepción, la emoción y la memoria de los clientes. Esto podría incluir el uso de técnicas de neurociencia, estudios de seguimiento ocular y análisis de contenido de redes sociales. Se podrían comparar los resultados de restaurantes con diferentes tipos de ambiente para identificar los elementos que generan mayor impacto positivo en la percepción, la emoción y la memoria de los clientes.

3. Estudiar la relación entre el ambiente y la identidad y autenticidad del restaurante: Se recomienda investigar la conexión entre el ambiente del restaurante y su identidad y autenticidad. Esto podría incluir el análisis de casos de estudio, entrevistas a expertos y encuestas a clientes. Se podrían identificar las características del ambiente que mejor representan la identidad y autenticidad de diferentes tipos de restaurantes, como restaurantes étnicos, restaurantes de alta cocina o restaurantes familiares.

4. Desarrollar modelos de evaluación del ambiente del restaurante: Se sugiere la creación de modelos de evaluación del ambiente del restaurante que sean específicos para el sector gastronómico. Estos modelos podrían considerar aspectos como la presentación de los platos, la música ambiental, el mobiliario, la decoración, la iluminación, la limpieza y el espacio entre las

mesas. Estos modelos podrían ser utilizados por los restaurantes para evaluar su ambiente y para identificar áreas de mejora.

5. Fomentar la educación y la capacitación en diseño de ambientes para restaurantes: Se recomienda fomentar la educación y la capacitación en materia de diseño de ambientes para restaurantes. Esto podría incluir cursos, talleres y seminarios sobre temas como la psicología ambiental, la estética del diseño, la selección de materiales y la creación de atmósferas. También se podrían desarrollar programas de certificación en diseño de ambientes para restaurantes que cumplan con estándares específicos.

6. Promover la investigación y la innovación en el sector gastronómico: Se sugiere promover la investigación y la innovación en el sector gastronómico, especialmente en lo que respecta al diseño del ambiente. Esto podría incluir el desarrollo de nuevas tecnologías para crear experiencias sensoriales inmersivas, la aplicación de principios de diseño biofílico y la exploración de nuevos estilos y temáticas de restaurantes. Se podrían establecer alianzas entre universidades, centros de investigación y empresas del sector gastronómico para fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos.

En general, se recomienda continuar investigando y profundizando en el tema del ambiente en las experiencias gastronómicas, ya que este es un aspecto fundamental para la percepción, la emoción, la memoria, la identidad y la autenticidad del restaurante. Implementar las recomendaciones académicas mencionadas anteriormente puede contribuir al desarrollo de un sector gastronómico más competitivo, atractivo y memorable para los clientes.

REFERENCIAS

- Adria Ferran—*El Bulli—Sabor Del Mediterraneo.pdf* [5143858o8jj]. (s. f.).
<https://idoc.pub/documents/adria-ferran-el-bulli-sabor-del-mediterraneopdf-5143858o8jj>.
- Andrés, J. (2018). *Cuando el ambiente es acogedor y agradable, nuestro paladar se vuelve más sensible a los sabores, saboreamos el amor y la pasión en cada bocado. En Mundo José Andrés* (p. 1).
<https://www.joseandres.com/es/views/essay/when-the-environment-is-warm-and-welcoming-our-palate-becomes-more-sensitive-to-flavors-we-taste-love-and-passion-in-every-bite/>.
- Batat, W. (2020). *Pillars of sustainable food experiences in the luxury gastronomy sector: A qualitative exploration of Michelin-starred chefs' motivations. Journal of Retailing and Consumer Services, 57, 102255.*
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102255>.
- Bonfanti, A., Vigolo, V., Yfantidou, G., & Gutuleac, R. (2023). *Customer experience management strategies in upscale restaurants: Lessons from the Covid-19 pandemic. International Journal of Hospitality Management, 109, 103416.* <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103416>.
- Bourdain, A. (2018). *El ambiente es parte fundamental de la experiencia en un restaurante. Si la atmósfera es agradable, la comida sabe mejor. [The*

environment is integral to the dining experience. If the mood is right, the food tastes better.] Retrieved from <https://www.bbc.com/mundo/vert-cap-45413047>.

Cabrera, A. del T. (2019). *La concepción de cliente y su repercusión en la calidad del servicio en el restaurante*. *Res Non Verba*, 9(2). <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/214>

Chero, S., Frew, E., Lade, C., & Williams, K. M. (2022). *Blending tradition and modernity: Gastronomic experiences in High Peruvian cuisine*. *Tourism Recreation Research*, 47(3), 332-346. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1940462>.

Clemes, M. D., Gan, C., Kao, T. H., Lai, C., Li, M., & To, J. (2019). *Customer experience management in hospitality: A literature synthesis, new understanding and research agenda*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(5), 2212-2241. DOI: 10.1108/IJCHM-08-2018-0719.

Cordova, F., Gabriel, E., Castaño, L., & García, L. (2021). *The Gastronomic Experience: Motivation and Satisfaction of the Gastronomic Tourist—The Case of Puno City (Peru)*. *Sustainability*, 13(16), 9170. <https://doi.org/10.3390/su13169170>.

Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed*

Methods Approaches (5th ed.). SAGE Publications.

Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232.

<https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>.

Giese, J. L., & Cote, J. A. (2019). *Defining consumer satisfaction*. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 32(1), 1-6. DOI: 10.1007/s00327-019-00718-z.Ç

González, J., & Pino, R. (2014). *Optimización del proceso de atención al cliente en un restaurante Schmal*. *Información Tecnológica*, 25(4), 33-42. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642014000400005>.

Guzmán, P. (2018). *Experiencias gastronómicas: una aproximación desde el punto de vista del consumidor*. *Food and Drinks*, 3(2), 45-58.

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (1era ed.)*. McGraw-Hill.

Hyman, M. (2018). *Food: What the Heck Should I Eat?* Little, Brown Spark. Hachette UK.

Kawasaki, G. (2018). *La calidad del servicio en un restaurante depende de la satisfacción del cliente, no solo de su paladar*. [Blog post]. <https://guykawasaki.com/the-quality-of-restaurant-service-depends-on-customer-satisfaction-not-just-their-palate/>.

Kim, S. J., Kwon, Y., & Kim, D. (2019). *Understanding the relationship between restaurant food quality, service quality, and behavioral intentions: Evidence from full-service restaurants. Journal of Hospitality Marketing & Management, 28(5), 561-583.*

López, T., Sánchez, S. M., & Gómez, J. (2017). *Quality management practices and performance in restaurants: An empirical study. Journal of Cleaner Production, 141, 1404-1414.*

Menor, A., Hidalgo, A., López, T., & Jara, C. (2022). *Gastronomía local, cultura y turismo en Ciudades Patrimonio de la Humanidad: El comportamiento del turista extranjero. Investigaciones Turísticas, 23, 140.*
[https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.7.](https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.7)

Ortega , F (2021, 22 de agosto). *¿Qué es una experiencia gastronómica?*

Las Mejores ideas en 2023. Food & Beverage Manager | Director de Alimentos y Bebidas en Grupo Antequera Golf Socio Senior en AIDABE-Asociación Iberoamericana de Directores y Directoras de Alimentos y Bebidas. Ingenieriademenu.com (blog). Recuperado de <https://ingenieriademenu.com/experiencia-gastronomica/>.

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población. International Journal of Morphology, 35(1), 227-232.*
<https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

París, L. (2023). *Restaurantes del futuro: descubre la evolución de la restauración*.

<https://www.haddock.app/blog/restaurantes-futuro-tendencias>

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods (4th ed.)*. SAGE Publications.

<https://us.sagepub.com/en-us/nam/qualitative-research-evaluation-methods/book232962>

Portocarrero, R. (2021). *Marketing de experiencias aplicado al consumo del rubro gastronómico: Revisión de la literatura científica*.

<https://hdl.handle.net/11537/27119>

Ramsay, G. (2019). *La calidad en el servicio en un restaurante no es un lujo, es una necesidad*. Les Affaires.

<https://www.lesaffaires.com/blogues/gordon-ramsay/la-qualite-dans-le-service-dans-un-restaurant-nest-pas-un-luxe-cest-une-necessite-/606900>.

Raynor, M. (2021). *La calidad en el servicio en un restaurante es el resultado de una cultura empresarial que valora la responsabilidad y el compromiso con el cliente*. Harvard Business Review en Español, 99(3), 36-43.

Redzepi, R. (2013). *A work in progress*. Phaidon Press.

Salatin, J. (2019). *La calidad en el servicio en un restaurante es la clave para construir una reputación sólida y leal a largo plazo*. *Journal of Restaurant Business Research*, 22(4), 315-320. doi: 10.1080/10913211.2019.1633745.

Segura, J. (2020). *El diseño gráfico aplicado a restaurantes como herramienta para la generación de experiencias [Bachelor Thesis, Universidad del Azuay]*. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/9982>.

Seyitoğlu, F., & Ivanov, S. (2022). *Understanding the robotic restaurant experience: A multiple case study*. *Journal of Tourism Futures*, 8(1), 55-72.

<https://doi.org/10.1108/JTF-04-2020-0070>

Söderlund, M., & Rosendahl, M. (2015). *Food quality and restaurant performance: A taxonomy of quality dimensions*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1259-1280.

Spence, C. (2015). *Multisensory flavor perception*. *Cell*, 161(1), 24-35.

<https://doi.org/10.1016/j.cell.2015.03.007>

- Torres, F., & Becken, S. (2015). *Understanding the gastronomic tourist: Segmentation by motivation. Journal of Destination Marketing & Management*, 4(1), 36-47.
- Subijana, P. (2019). *La importancia del concepto de gastronomía en la cocina moderna. Entrevista en Gastronomía Internacional*.
<https://ejemplo.com/entrevista-subijana-gastronomia>.
- Velasco, C., Woods, A. T., Deroy, O., & Spence, C. (2015). *Hedonic mediation of the crossmodal correspondence between taste and shape. Food Quality and Preference*, 41, 151-158.
- Verma, R., & Chandra, B. (2018). *An investigation of customer satisfaction, service quality, and customer loyalty in the hotel industry. Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(2), 231-249.
- Waters, A. (2021). *Al elegir alimentos de alta calidad, estamos haciendo una elección positiva para nuestra salud, nuestro medio ambiente y nuestra comunidad*.
https://es.wikiquote.org/wiki/Alice_Waters.
- Yüksel, A., & Yüksel, F. (2018). *Measuring perceived quality in restaurant services: A validation study. Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19(1), 61-81.

ANEXOS

ANEXO A: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS EN LOS RESTAURANTES CATEGORÍA A DEL GREMIO DE TURISMO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA 2023

	PROBLEMA	OBJETIVOS	METODOLOGÍA
GENERAL	¿Cuáles son las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	Identificar las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023	Tipo: Básica Enfoque: Cualitativo Alcance: Descriptivo Diseño Metodológico: Fenomenológico y descriptivo. Diseño Muestral: No probabilístico, ya que se realizará un análisis interpretativo de las muestras obtenidas mediante la realización de las entrevistas a expertos y a representantes en el tema. Técnicas e Instrumentos: Entrevistas estructuradas a expertos en el tema
ESPECÍFICOS	¿Qué aspectos de la calidad del producto contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	Identificar los aspectos de la calidad del producto que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023.	
	¿Qué aspectos de la calidad del servicio contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	Establecer los aspectos de la calidad del servicio que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023	
	¿Qué aspectos del ambiente contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	Definir los aspectos del ambiente que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023.	

Elaboración propia (2023)

ANEXO B: MATRIZ DE LA OPERACIONALIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	SUB-CATEGORÍAS	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS	Según Ortega, (2021), afirma: La experiencia gastronómica ofrece al comensal un viaje completo desde que entra al restaurante hasta que se va.	CALIDAD DEL PRODUCTO	X1: Según Hyman (2018), afirma que consumir alimentos de alta calidad y evitar aquellos que puedan ser perjudiciales para la salud es esencial para mantener una dieta equilibrada y promover una buena salud a largo plazo.	Sabor	1,2,3, 4
				Temperatura	
				Variedad del menú	
				Presentación del plato	
		CALIDAD DEL SERVICIO	X2: Según Giese y Cote (2019), sostiene que la calidad del servicio como el cuidado que las personas brindan a los consumidores, y los usuarios que desean utilizar el servicio deben interpretarlo en términos de cuáles son las necesidades de nuestros clientes y cómo perciben esas necesidades.	Rapidez	5, 6, 7, 8
				Conocimiento y habilidad (experiencia)	
				Recepción y cortesía	
				Empatía	
		AMBIENTE	X3: Según Clemes, et. Al. (2019), sostiene que el ambiente del restaurante juega un papel fundamental en una experiencia de compra satisfactoria, y esta variable tiene un impacto sensorial y emocional en el consumidor.	Iluminación	9,10,11, 12
				Aroma	
				Instalaciones (aspectos internos y externos)	
				Entorno audiovisual	

Elaboración propia (2023).

ANEXO C: VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Experto 1



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a).

Felipe Augusto del Campo Tamayo

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO A TRAVÉS DE UN EXPERTO

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo egresada de la Maestría de Marketing Turístico y Hotelero en la Universidad San Martín de Porres, requiero validar el instrumento que utilizaré para la recolección de información, a fin de desarrollar mi investigación satisfactoriamente y así optar por el grado de Maestra en Marketing Turístico y Hotelero.

El título de la investigación es: EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS EN LOS RESTAURANTES 4 TENEDORES DEL GREMIO DE TURISMO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA 2023; por el cual es necesario tener la validación de docentes especializados para poder hacer uso y aplicación del instrumento seleccionado, motivo por el cual he considerado recurrir a su persona, debido a su connotada experiencia en el rubro.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de consistencia.
- Matriz de operacionalización de la categoría
- Guía de entrevista.

Expresándole mi respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Diana Giselle Herrera Westter
DNI: 16759661

MATRIZ DE CONSISTENCIA

	PROBLEMA	OBJETIVOS	METODOLOGÍA
GENERAL	¿Cuáles son las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	Determinar las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023	Tipo: Básica Enfoque: Cualitativo
ESPECÍFICOS	1. ¿Qué aspectos de la calidad del producto contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	1. Identificar los aspectos de la calidad del producto que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023.	Alcance: Descriptivo Diseño Metodológico: Fenomenológico y descriptivo.
	2. ¿Qué aspectos de la calidad del servicio contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	2. Establecer los aspectos de la calidad del servicio que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023	Diseño Muestral: No probabilístico, ya que se realizará un análisis interpretativo de las muestras obtenidas mediante la realización de las entrevistas a expertos y a representantes en el tema.
	3. ¿Qué aspectos del ambiente contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	3. Definir los aspectos del ambiente que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023.	Técnicas e Instrumentos: Entrevistas estructuradas a expertos en el tema

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	SUB-CATEGORÍAS	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS	Según Ortega, (2021), afirma: La experiencia gastronómica ofrece al comensal un viaje completo desde que entra al restaurante hasta que se va.	CALIDAD DEL PRODUCTO	X1: Según Hyman (2018), afirma que consumir alimentos de alta calidad y evitar aquellos que puedan ser perjudiciales para la salud es esencial para mantener una dieta equilibrada y promover una buena salud a largo plazo.	Sabor	1, 2, 3, 4
				Temperatura	
				Variedad del menú	
				Presentación del plato	
		CALIDAD DEL SERVICIO	X2: Según Giese y Cote (2019), sostiene que la calidad de servicio es la atención que las personas prestan a los consumidores, y los usuarios que quieren utilizar el servicio, deben interpretarlo como y cuáles son las necesidades de nuestros clientes, cómo las perciben*	Rapidez	5, 6, 7, 8
				Conocimiento y habilidad (experiencia)	
				Recepción y cortesía	
				Empatía	
		AMBIENTE	X3: Según Clemen, et. Al. (2019), sostiene que el ambiente del restaurante juega un papel fundamental en una experiencia de compra satisfactoria, y esta variable tiene un impacto sensorial y emocional en el consumidor.	Iluminación	9, 10, 11, 12
				Aroma	
				Instalaciones (aspectos internos y externos)	
				Entorno audiovisual	

	ITEMS	RELEVANCIA				COHERENCIA				CLARIDAD				SUGERENCIAS
Experiencias Gastronómicas														
N° 1	Calidad del Producto	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	1. ¿Cuál sería el enfoque distintivo con relación al sabor de su restaurante?			X				X				X		
2	2. ¿Qué métodos utiliza para mantener la temperatura adecuada de los platos que sirve en su restaurante?				X			X				X		
3	3. ¿Qué importancia tiene la variedad de un menú (comidas) frente a los clientes y como esto impacta a la carta?				X			X				X		
4	4. ¿Cuál es su enfoque o filosofía en cuanto a la presentación de los platos en su restaurante teniendo en cuenta los elementos visuales y decorativos que se utilizan?			X				X				X		
N° 2	Calidad del Servicio	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
5	5. ¿Qué estrategias implementa para garantizar una atención rápida y eficiente a los comensales?				X			X				X		
6	6. ¿Cuál es el nivel de conocimiento y habilidades que espera que tenga su personal en relación con los alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante?				X			X				X		
7	7. ¿Qué medidas toma al ingreso de los comensales para			X				X				X		

	fomentar la amabilidad y cortesía?																
8	8. ¿Cuál es su enfoque para manejar la relación del personal con los clientes durante su estadía en el restaurant?			X			X					X					
N° 3	Ambiente	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
9	9. ¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el color de la luz y cómo afecta la percepción de los alimentos y el ambiente?			X			X					X					
10	10. ¿El restaurante hace uso de aromas u olores para mejorar la experiencia del cliente? Si su respuesta es afirmativa, diga ¿cómo?			X			X					X					
11	11. ¿Qué consideraciones tuvo en cuenta al seleccionar el mobiliario y la decoración de su restaurante?			X			X					X					
12	12. ¿Qué tipo de música o sonido ambiental utiliza y cómo lo selecciona para crear la atmósfera adecuada?			X			X					X					

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a).

Rafael Boris Corrales Rojas

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO A TRAVÉS DE UN EXPERTO

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo egresada de la Maestría de Marketing Turístico y Hotelero en la Universidad San Martín de Porres, requiero validar el instrumento que utilizaré para la recolección de información, a fin de desarrollar mi investigación satisfactoriamente y así optar por el grado de Maestra en Marketing Turístico y Hotelero.

El título de la investigación es: EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS EN LOS RESTAURANTES 4 TENEDORES DEL GREMIO DE TURISMO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA 2023; por el cual es necesario tener la validación de docentes especializados para poder hacer uso y aplicación del instrumento seleccionado, motivo por el cual he considerado recurrir a su persona, debido a su connotada experiencia en el rubro.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de consistencia.
- Matriz de operacionalización de la categoría
- Guía de entrevista.

Expresándole mi respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Diana Giselle Herrera Westter
DNI: 16759661

MATRIZ DE CONSISTENCIA

	PROBLEMA	OBJETIVOS	METODOLOGÍA
GEN ER AL	¿Cuáles son las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	Determinar las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023	Tipo: Básica Enfoque: Cualitativo Alcance:
	1. ¿Qué aspectos de la calidad del producto contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	1. Identificar los aspectos de la calidad del producto que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023.	Descriptivo Diseño Metodológico: Fenomenológico y descriptivo. Diseño Muestral: No probabilístico, ya que se realizará un análisis
	2. ¿Qué aspectos de la calidad del servicio contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	2. Establecer los aspectos de la calidad del servicio que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023	interpretativo de las muestras obtenidas mediante la realización de las entrevistas a expertos y a representantes en el tema. Técnicas e Instrumentos:
ES PE CÍ F I C O S	3. ¿Qué aspectos del ambiente contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	3. Definir los aspectos del ambiente que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023.	Entrevistas estructuradas a expertos en el tema

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS EN LOS RESTAURANTES 4 TENEDORES DEL GREMIO DE TURISMO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA 2023
Apellidos y nombres del experto:	

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		En algunos caso preguntas muy extensas
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		Sintetizar en la parte de preguntas de experiencia gastronómicas.

Sugerencias: En los aspectos Operacionales el Sintetizar las variables permitiría evaluar mejor el grado de coherencia y/o lógica. La encuesta en cuestión es confiable.

Nombre del experto:
FELIPE AUGUSTO DEL CAMPO TAMAYO
DNI: 07801564

Consultor de Hostelería y restaurantes.
Docente, Asesor y Jurado del Instituto

Firma del experto: 

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	SUB-CATEGORÍAS	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS	Según Ortega, (2021), afirma: La experiencia gastronómica ofrece al comensal un viaje completo desde que entra al restaurante hasta que se va.	CALIDAD DEL PRODUCTO	X1: Según Hyman (2018), afirma que consumir alimentos de alta calidad y evitar aquellos que puedan ser perjudiciales para la salud es esencial para mantener una dieta equilibrada y promover una buena salud a largo plazo.	Sabor	1,2,3, 4
				Temperatura	
				Variedad del menú	
				Presentación del plato	
		CALIDAD DEL SERVICIO	X2: Según Giese y Cote (2019), sostiene que la calidad de servicio es la atención que las personas prestan a los consumidores, y los usuarios que quieren utilizar el servicio, deben interpretarlo como y cuáles son las necesidades de nuestros clientes, cómo las perciben*	Rapidez	5, 6, 7, 8
				Conocimiento y habilidad (experiencia)	
				Recepción y cortesía	
				Empatía	
		AMBIENTE	X3: Según Ciemes, et. Al. (2019), sostiene que el ambiente del restaurante juega un papel fundamental en una experiencia de compra satisfactoria, y esta variable tiene un impacto sensorial y emocional en el consumidor.	Iluminación	9,10,11, 12
				Aroma	
				Instalaciones (aspectos internos y externos)	
				Entorno audiovisual	

ITEMS	RELEVANCIA				COHERENCIA				CLARIDAD				SUGERENCIAS
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Experiencias Gastronómicas													
N° 1	Calidad del Producto												
1				X		X				X			
2				X	X					X			
3				X	X					X			
4				X	X					X			
N° 2	Calidad del Servicio												
5				X		X				X			
6				X		X				X			
7				X		X				X			
8				X		X				X			

N° 3	Ambiente	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
9	9. ¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el color de la luz y cómo afecta la percepción de los alimentos y el ambiente?			X			X					X	
10	10. ¿El restaurante hace uso de aromas u olores para mejorar la experiencia del cliente? Si su respuesta es afirmativa, diga ¿cómo?			X			X					X	
11	11. ¿Qué consideraciones tuvo en cuenta al seleccionar el mobiliario y la decoración de su restaurante?			X			X					X	
12	12. ¿Qué tipo de música o sonido ambiental utiliza y cómo lo selecciona para crear la atmósfera adecuada?			X			X					X	

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS EN LOS RESTAURANTES 4 TENEDORES DEL GREMIO DE TURISMO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA 2023
Apellidos y nombres del experto:	

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias: El presente instrumento de validación se encuentra muy completo, con respecto a la información requerida como instrumento que se utilizará para la recolección de información, en la investigación de experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del gremio de turismo de la cámara de comercio de Lima. Un punto que considero podría estar faltando en la Matriz de Operacionalización de las variables, es el tema de la ubicación, accesibilidad y seguridad del establecimiento.

Nombre del experto: Rafael Boris Corrales Rojas

DNI: 10269549

Firma del experto:



Experto 3

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a).

María José Rozas Peralta

Presente.-

Asunto: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO A TRAVÉS DE UN EXPERTO

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo egresada de la Maestría de Marketing Turístico y Hotelero en la Universidad San Martín de Porres, requiero validar el instrumento que utilizaré para la recolección de información, a fin de desarrollar mi investigación satisfactoriamente y así optar por el grado de Maestra en Marketing Turístico y Hotelero.

El título de la investigación es: EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS EN LOS RESTAURANTES 4 TENEDORES DEL GREMIO DE TURISMO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA 2023; por el cual es necesario tener la validación de docentes especializados para poder hacer uso y aplicación del instrumento seleccionado, motivo por el cual he considerado recurrir a su persona, debido a su connotada experiencia en el rubro.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de consistencia.
- Matriz de operacionalización de la categoría
- Guía de entrevista.

Expresándole mi respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Diana Giselle Herrera Westter

DNI: 16759661

MATRIZ DE CONSISTENCIA

	PROBLEMA	OBJETIVOS	METODOLOGIA
GENERAL	¿Cuáles son las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	Determinar las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023	Tipo: Básica Enfoque: Cualitativo
ESPECÍFICOS	1. ¿Qué aspectos de la calidad del producto contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	1. Identificar los aspectos de la calidad del producto que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023.	Alcance: Descriptivo Diseño Metodológico: Fenomenológico y descriptivo.
	2. ¿Qué aspectos de la calidad del servicio contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	2. Establecer los aspectos de la calidad del servicio que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023	Diseño Muestral: No probabilístico, ya que se realizará un análisis interpretativo de las muestras obtenidas mediante la realización de las entrevistas a expertos y a representantes en el tema.
	3. ¿Qué aspectos del ambiente contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023?	3. Definir los aspectos del ambiente que contribuyen a las experiencias gastronómicas en los restaurantes 4 tenedores del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima-2023.	Técnicas e Instrumentos: Entrevistas estructuradas a expertos en el tema

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	SUB-CATEGORÍAS	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS	Según Ortega, (2021), afirma: La experiencia gastronómica ofrece al comensal un viaje completo desde que entra al restaurante hasta que se va.	CALIDAD DEL PRODUCTO	X1: Según Hyman (2018), afirma que consumir alimentos de alta calidad y evitar aquellos que puedan ser perjudiciales para la salud es esencial para mantener una dieta equilibrada y promover una buena salud a largo plazo.	Sabor	1,2,3, 4
				Temperatura	
				Variedad del menú	
				Presentación del plato	
		CALIDAD DEL SERVICIO	X2: Según Giese y Cole (2019), sostiene que la calidad de servicio es la atención que las personas prestan a los consumidores, y los usuarios que quieren utilizar el servicio, deben interpretarlo como y cuáles son las necesidades de nuestros clientes, cómo las perciben"	Rapidez	5, 6, 7, 8
				Conocimiento y habilidad (experiencia)	
				Recapción y cortesía	
		AMBIENTE	X3: Según Clemes, et. Al. (2019), sostiene que el ambiente del restaurante juega un papel fundamental en una experiencia de compra satisfactoria, y esta variable tiene un impacto sensorial y emocional en el consumidor.	Iluminación	9,10,11, 12
				Aroma	
				Instalaciones (aspectos internos y externos)	
				Entorno audiovisual	

	ITEMS	RELEVANCIA				COHERENCIA				CLARIDAD				SUGERENCIAS
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Experiencias Gastronómicas														
N° 1	Calidad del Producto													
1	1. ¿Cuál sería el enfoque distintivo con relación al sabor de su restaurante?				X				X				X	
2	2. ¿Qué métodos utiliza para mantener la temperatura adecuada de los platos que sirve en su restaurante?				X				X				X	Se sugiere precisar como temperatura ideal de cada plato.
3	3. ¿Qué importancia tiene la variedad de un menú (comidas) frente a los clientes y como esto impacta a la carta?				X				X				X	Se recomienda dividir la pregunta en dos: una que hable de la importancia y otra del impacto.
4	4. ¿Cuál es su enfoque o filosofía en cuanto a la presentación de los platos en su restaurante teniendo en cuenta los elementos visuales y decorativos que se utilizan?				X				X				X	
N° 2	Calidad del Servicio													
5	5. ¿Qué estrategias implementa para garantizar una atención rápida y eficiente a los comensales?				X				X				X	
6	6. ¿Cuál es el nivel de conocimiento y habilidades que espera que tenga su personal en relación con los alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante?				X				X				X	Probablemente la mayoría responda a esta pregunta que el nivel debe de ser alto. Dependiendo del enfoque que le quieran dar podría mencionarse sobre estudios técnicos, capacitaciones, habilidades.
7	7. ¿Qué medidas toma al ingreso de los comensales para				X				X				X	

	fomentar la amabilidad y cortesía?																
8.	8. ¿Cuál es su enfoque para manejar la relación del personal con los clientes durante su estadía en el restaurant?				X				X							X	
N° 3	Ambiente	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
9.	9. ¿Qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar el color de la luz y cómo afecta la percepción de los alimentos y el ambiente?				X				X							X	
10.	10. ¿El restaurante hace uso de aromas u olores para mejorar la experiencia del cliente? Si su respuesta es afirmativa, diga ¿cómo?				X				X							X	
11.	11. ¿Qué consideraciones tuvo en cuenta al seleccionar el mobiliario y la decoración de su restaurante?				X				X							X	
12.	12. ¿Qué tipo de música o sonido ambiental utiliza y cómo lo selecciona para crear la atmósfera adecuada?				X				X							X	

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS EN LOS RESTAURANTES 4 TENEDORES DEL GREMIO DE TURISMO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA 2023
Apellidos y nombres del experto:	

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Nombre del experto: **María José Rozas Peralta**
 – Ex Subdirectora de Inteligencia y Prospectiva Turística de PROMPERU
 Docente a tiempo parcial en USIL
 MSc en Marketing / Magister en Marketing

DNI: 44389089

Firma del experto:



Firmado digitalmente por ROZAS PERALTA, María José PRAU
 20037367442.pdf
 Máximo: 04/06/2023 11:28:21 -0500

ANEXO D: PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Calidad de Producto:

1. ¿Cuál sería el enfoque distintivo con relación al sabor en cuanto a los platos de su restaurante
2. ¿Qué métodos utiliza para mantener la temperatura adecuada de sus platos que se sirven?
3. ¿Qué importancia tiene la variedad, por ejemplo, de su menú frente a los clientes?
4. ¿Cuál sería su enfoque o su filosofía en cuanto a la presentación de los platos, teniendo en cuenta que hoy en día, pues los elementos visuales y decorativos que se utilizan son muy importantes?

Calidad de Servicio:

1. ¿Qué estrategias se implementan para garantizar una atención rápida y eficiente a los comensales?
2. ¿Cuál es el nivel de conocimiento y habilidades que usted espera que tenga su personal en relación con los alimentos y bebidas que se sirven en su restaurante?
3. ¿Qué medidas toma el ingreso de los comensales para fomentar la amabilidad y cortesía?
4. ¿Cuál es su enfoque para manejar la relación del personal con los clientes

durante su estadía en el restaurante?

Ambiente:

1. ¿Con respecto al ambiente, qué consideraciones tiene en cuenta al seleccionar, por ejemplo, el color de la luz?
2. ¿El restaurante hace uso, por ejemplo, de aromas u olores para mejorar la experiencia del del cliente?
3. ¿Qué consideración tuvo en cuenta al seleccionar su mobiliario y su decoración?
4. ¿Qué tipo de música o sonido ambiental utilizan?

ANEXO E: FOTOS
PUNTA SAL MIRAFLORES

Foto 1



Foto de desconocido. <https://acortar.link/b69BYF>

Foto 2



Foto de desconocido. <https://acortar.link/TZHjLM>

RESTAURANTE EL CANTARO

Foto 3



Foto de desconocido. <https://acortar.link/qQiP20>

Foto 4

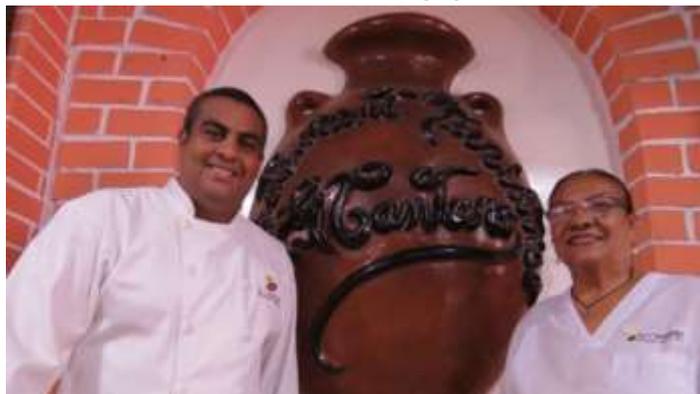


Foto desconocido. <https://acortar.link/Kndfxa>

CARNAL PRIME STEAKHOUSE

Foto 5



Foto desconocido. <https://acortar.link/gzyshn>

Foto 6



Foto desconocido. <https://acortar.link/ksDMCe>

Qhusi

Foto 7



Foto desconocido. <https://acortar.link/QuRZHw>

Foto 8



Foto desconocido. <https://acortar.link/ISiNRg>

RUBENS

Foto 9



Foto desconocido. <https://acortar.link/GMF9ts>

Foto 10



Foto desconocido. <https://acortar.link/ICugH4>

ANACARDO RESTAURANTE

Foto 11



Foto desconocido. <https://acortar.link/xwXapB>

Foto 12



Foto desconocido. <https://acortar.link/07HeYT>

PUNTA SAL SAN ISIDRO

Foto 13



Foto desconocido. <https://acortar.link/rxJ9U2>

Foto 14



Foto desconocido. <https://acortar.link/Zmg2cD>

RESTAURANTE MANDALA

Foto 15



Foto desconocido. <https://acortar.link/Fx3lls>

Foto 16



Foto desconocido. <https://acortar.link/tkg8p8>

AMORA PASTELERIA Y CATERING

Foto 17



Guerrero, Moraima (2022).

<https://www.instagram.com/amorapasteleriaycatering/>

Foto 18



Guerrero, Moraima (2022).

<https://www.instagram.com/amorapasteleriaycatering/>

LONG HORN SAN ISIDRO

Foto 19



Foto desconocido. <https://acortar.link/LBoeH8>

Foto 20



Foto desconocido. <https://acortar.link/YVnsYq>

PROPUESTA DE MEJORA

Para la presente investigación desarrollada sobre las experiencias gastronómicas en los restaurantes categoría A del Gremio de turismo de la Cámara de Comercio de Lima 2023, se presenta la siguiente propuesta de mejora, que tiene como objetivo estimular los cinco sentidos de los comensales, creando un viaje completo desde que entran al restaurante hasta que se marchan.

Objetivos del Plan de Mejora para los restaurantes de la categoría A del Gremio de turismo de la CCL

Objetivo general

- Ofrecer una propuesta de valor única, original y memorable, que se ajuste a las necesidades y expectativas de los clientes.

Objetivos Específicos

- Elevar el nivel de excelencia en los productos y servicios ofrecidos, y del ambiente, siguiendo los estándares de seguridad, higiene y profesionalidad, y cuidando los detalles de la presentación, la atención y la decoración.
- Fomentar la participación y el compromiso de los empleados, ofreciéndoles formación, motivación y reconocimiento, y creando un clima laboral positivo y colaborativo.

- Innovar y sorprender con nuevas experiencias gastronómicas, incorporando elementos que estimulen los cinco sentidos, como la música, la iluminación, el aroma, el sabor y la textura.

Líneas de Acción del Plan de Mejora para los restaurantes de la categoría A del Gremio de turismo de la CCL

Línea de mejora – Propuesta de Valor

Objetivo: Ofrecer una experiencia única, valiosa y diferenciada, para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

Acciones:

- Realizar un análisis de la situación actual del restaurante, identificando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (análisis DAFO).
- Definir el segmento de mercado al que se dirige el restaurante, y el posicionamiento que se quiere lograr en la mente de los clientes.
- Realizar un estudio de mercado, analizando las necesidades, preferencias y hábitos de consumo de los clientes potenciales, así como la oferta y la demanda de la competencia.
- Diseñar una estrategia de diferenciación, basada en los atributos y beneficios que el restaurante ofrece y que lo hacen único y superior a los demás.
- Crear una identidad de marca, que refleje la personalidad, los valores y la esencia del restaurante, y que sea coherente con la propuesta de valor.

- Establecer un plan de acción, que detalle las actividades, los recursos, los plazos y los responsables para implementar la propuesta de valor.
- Evaluar la efectividad de la propuesta de valor, midiendo el grado de satisfacción y fidelización de los clientes, y realizando ajustes si es necesario.

Línea de mejora – Calidad del producto, servicio y ambiente

Objetivo: Mejorar la calidad del producto, del servicio ofrecido y del ambiente en el que se desenvuelven los restaurantes.

Acciones:

- Establecer estándares claros: Definir los estándares de calidad para los productos y servicios ofrecidos, así como para el ambiente en el que se desenvuelve la empresa, e implementar un sistema de gestión de la calidad, basado en normas internacionales como la ISO 9001, que garantice la satisfacción de los clientes y la mejora continua de los procesos.
- Capacitar al personal: Proporcionar capacitación y formación a los empleados para que puedan ofrecer un servicio de alta calidad y estén al tanto de los estándares de seguridad, higiene y profesionalidad.
- Fomentar la cultura del servicio al cliente: Crear una cultura de servicio al cliente en la empresa, donde se promueva la satisfacción del cliente y se fomente la lealtad y confianza en la marca.
- Escuchar activamente al cliente: Prestar atención a las necesidades y expectativas de los clientes, y utilizar esta información para mejorar los productos y servicios ofrecidos.

- Personalizar el servicio: Ofrecer un servicio personalizado y adaptado a las necesidades de cada cliente.
- Mejorar la comunicación interna: Establecer canales de comunicación efectivos entre los empleados y los departamentos de la empresa para mejorar la coordinación y la eficiencia.
- Obtener retroalimentación y actuar sobre ella: Recopilar comentarios y sugerencias de los clientes y colaboradores, y utilizar esta información para mejorar los productos, servicios y ambiente.

Línea de mejora – Compromiso de los colaboradores

Objetivo: Aumentar la motivación y el compromiso de los colaboradores, y mejorar el ambiente laboral en el que se desenvuelve la empresa.

Acciones:

- Establecer objetivos claros: Definir objetivos claros y alcanzables para los empleados, y asegurarse de que estén alineados con los objetivos de la empresa.
- Proporcionar formación y capacitación: Proporcionar formación y capacitación a los empleados para que puedan mejorar sus habilidades y conocimientos, y estén al tanto de las últimas tendencias y tecnologías.
- Fomentar la comunicación y la colaboración: Fomentar la comunicación y la colaboración entre los empleados, y crear un ambiente laboral positivo y colaborativo.

- Reconocer y recompensar a los empleados: Reconocer y recompensar a los empleados que ofrecen un servicio excepcional y que contribuyen a mejorar la calidad de los productos, servicios y ambiente.
- Ofrecer oportunidades de crecimiento y desarrollo: Ofrecer oportunidades de crecimiento y desarrollo a los empleados, y asegurarse de que tengan un camino claro para avanzar en su carrera.
- Fomentar la innovación y la creatividad: Fomentar la innovación y la creatividad entre los empleados, y permitirles proponer nuevas ideas y soluciones.
- Crear un ambiente laboral saludable: Crear un ambiente laboral saludable y seguro, y asegurarse de que los empleados tengan un equilibrio adecuado entre el trabajo y la vida personal.

Línea de mejora – Estimulación de los sentidos

Objetivo: Crear experiencias gastronómicas únicas y memorables que involucren los cinco sentidos.

Acciones:

- Investigar las tendencias: Mantenerse al tanto de las últimas tendencias en la gastronomía y la hostelería, y utilizar esta información para crear nuevas experiencias gastronómicas que sorprendan y deleiten a los comensales.
- Experimentar con nuevos ingredientes: Utilizar ingredientes nuevos y poco comunes en la preparación de los platos y bebidas, y combinarlos de maneras innovadoras para crear sabores y texturas únicas.
- Incorporar elementos sensoriales: Incorporar elementos sensoriales como la música, la iluminación, el aroma y la textura en la presentación de los platos y

bebidas, para estimular los sentidos de los comensales y crear una experiencia gastronómica única.

- Personalizar la experiencia: Ofrecer una experiencia gastronómica personalizada y adaptada a las necesidades y preferencias de cada cliente, para crear una conexión emocional con los comensales.
- Fomentar la creatividad: Fomentar la creatividad entre los chefs y el personal de servicio, y permitirles proponer nuevas ideas y soluciones para mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos.
- Obtener retroalimentación y actuar sobre ella: Recopilar comentarios y sugerencias de los clientes y empleados, y utilizar esta información para mejorar los productos, servicios y ambiente.
- Reconocer y recompensar a los empleados: Reconocer y recompensar a los empleados que ofrecen un servicio excepcional y que contribuyen a mejorar la calidad de los productos, servicios y ambiente.