

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS**  
**TURÍSTICOS**



**Experiencia del cliente en el Cántaro Restaurante Turístico  
de Lambayeque**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS  
TURÍSTICOS**

**AUTOR**

**Gulliana Patricia Coronel Olano**

**ASESOR**

**Shirley Ysabel Mantilla Gallardo**

<https://orcid.org/0000-0002-9854-4596>

**Chiclayo, 2025**

**Experiencia del cliente en el Cántaro Restaurante Turístico de  
Lambayeque**

PRESENTADA POR  
**Gulliana Patricia Coronel Olano**

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo  
para optar el título de

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS**

APROBADA POR

Fatima del Rosario Calderon Vargas  
PRESIDENTE

Fanny Mabel Manay Guadalupe  
SECRETARIO

Shirley Ysabel Mantilla Gallardo  
VOCAL

## **Dedicatoria**

A Dios por acompañarme en este camino, brindándome la fortaleza necesaria para seguir cumpliendo cada una de mis metas, permitiéndome ver que cada día es una nueva oportunidad para continuar.

A mis padres que son los primordiales promotores de mis sueños enseñándome desde pequeña que todo lo que uno desea es a base de sacrificio y esfuerzo. A mi hermana, Melissa, que ha sido mi inspiración, y a mi familia en general por apoyarme en todo momento, llenan y alegran mi corazón.

A mí, porque en el proceso existieron momentos difíciles y aun así me mantuve resiliente para seguir.

## **Agradecimientos**

A mi casa de estudios y a mis maestros que cooperaron en mi formación educativa. Especial agradecimiento a mi Asesora; Shirley Mantilla Gallardo por su tiempo, confianza y apoyo incondicional, ha sido un gusto compartir este proceso.

A mis padres que han sido mi soporte estos años, no podría haberlo logrado sin ustedes.

A mis amigos que hicieron que el camino universitario sea mucho más alegre y acogedor.

Mi gratitud al Restaurante Turístico El Cántaro y a todo su equipo humano, por haberme proporcionado los recursos necesarios para cumplir con todas las actividades planteadas.

# Experiencia del cliente en el Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque

## INFORME DE ORIGINALIDAD

19%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	2%
2	<a href="https://tesis.usat.edu.pe">tesis.usat.edu.pe</a> Fuente de Internet	2%
3	<a href="https://tesis.pucp.edu.pe">tesis.pucp.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
5	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="https://repositorio.unesum.edu.ec">repositorio.unesum.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Trabajo del estudiante	1%
8	<a href="https://exmabeon.com">exmabeon.com</a> Fuente de Internet	<1%

## Índice

Resumen .....	6
Abstract .....	7
Introducción .....	8
Revisión de literatura .....	10
Materiales y métodos .....	13
Resultados y discusión .....	15
Conclusiones .....	22
Recomendaciones.....	23
Referencias .....	24
Anexos.....	28

## Resumen

Conocer la importancia de la experiencia del cliente en cualquier restaurante es esencial para comprender a los consumidores y sus necesidades; así como lo plantea el Customer Journey Map, que permite conocer como es el proceso de la experiencia del cliente en relación a sus expectativas y percepciones, reflejado en sus emociones. La presente investigación tiene como objetivo general analizar la experiencia del cliente en el Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque, asimismo tiene como objetivos específicos; identificar las acciones y puntos de contacto del cliente en el Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque, por último; determinar las expectativas y la percepción del cliente en el Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque. El estudio fue de enfoque cualitativo y nivel descriptivo, se aplicaron 12 entrevistas a los clientes mediante una encuesta validada por expertos. La investigación tuvo como resultado en la experiencia del cliente que; de las 10 etapas presentadas en el Customer Journey Map, 8 de ellas determinaron emociones agradables, y las 2 siguientes resultaron emociones neutras, en la que se concluyó que la experiencia en El Cántaro Restaurante Turístico es muy buena.

**Palabras clave:** Experiencia del cliente, restaurante turístico, customer journey map, restaurantes, consumidores.

### **Abstract**

Knowing the importance of the customer experience in any restaurant is essential to understand consumers and their needs, as proposed by the Customer Journey Map, which allows to know how is the process of customer experience in relation to their expectations and perceptions, reflected in their emotions. The general objective of this research is to analyze the customer experience at Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque, and its specific objectives are to identify the actions and points of contact of the customer at Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque and, finally, to determine the expectations and perceptions of the customer at Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque. The study was of qualitative approach and descriptive level, 12 interviews were applied to customers through a survey validated by experts. The research resulted in the customer experience; of the 10 stages presented in the Customer Journey Map, 8 of them determined pleasant emotions, and the following 2 resulted in neutral emotions, in which it was concluded that the experience at El Cántaro Restaurante Turístico is very good.

**Keywords:** Customer experience, tourist restaurant, customer journey map, restaurants, consumers.

## Introducción

La asociación para el desarrollo de la experiencia del cliente DEC (2014) menciona que la experiencia del cliente es “el recuerdo que se origina en la mente del cliente según el resultado que existe de su relación con la marca”.

Kavitha y Haritha (2018) conceptualizan la experiencia del cliente como la percepción que los consumidores construyen en relación con el trato recibido por parte de una organización.

Así como Buttle (2008) y De Keyser (2015) sostienen que dicha experiencia integra dimensiones cognitivas, emocionales, físicas y sensoriales, aludiendo así a que la experiencia del cliente, es el resultado de los pensamientos y emociones generados a partir del contacto o la interacción del cliente con el personal, la tecnología, los productos y los servicios de una empresa. Citado en (Vallejos, et al., 2021)

Diversos datos evidencian la importancia que los comensales otorgan a la experiencia asociada al servicio, estimándose que aproximadamente el 85 % de la pérdida de clientes se relaciona con experiencias negativas, mientras que el 55 % afirma estar dispuesto a pagar un precio superior si se le garantiza una experiencia satisfactoria.

De acuerdo con el informe de Salesforce Research (2018), el 80 % de los consumidores considera que la experiencia proporcionada por una empresa es tan relevante como, o incluso más que, el producto o servicio que adquieren. Asimismo, un estudio de PwC indicó que, para el 65 % de los clientes en EE. UU, una experiencia positiva tiene mayor impacto que una campaña publicitaria eficaz. No obstante, el mismo informe evidenció que solo el 49 % de los consumidores perciben que las empresas, en la actualidad, están ofreciendo una experiencia satisfactoria citado en (González, 2019).

En este contexto, resulta esencial que las empresas adopten una perspectiva centrada en el cliente, comprendiendo y gestionando cada etapa del proceso de interacción, desde el primer contacto hasta la finalización del servicio, con el objetivo de brindar una experiencia totalmente positiva. (González, 2019)

En la actualidad podemos considerar que el mundo se está volviendo cada momento más entusiasta y emprendedor, los productos y servicios que proporcionan las empresas actualmente pueden ser creados o reemplazados sin problemas (Alfaro, 2010). Los negocios están propensos a cambiar continuamente, por eso no solo deben centrarse en establecer ganancias o ventas, por el contrario, su finalidad debe ser proponer estrategias que posibiliten distinguirse de lo habitual, ocasionando excelentes experiencias (Fernández, 2018). Diversos autores identifican en señalar que el aspecto central radica en la experiencia ofrecida al cliente durante su

interacción con el restaurante, causando sensaciones que le generen complacencia, gozo y agrado al volver a la compañía (Arbulu & Fernández, 2020).

Se observa que diferentes compañías han considerado plantear estrategias que mejoren la experiencia de sus clientes, sin embargo, no realizan las acciones necesarias para completar sus necesidades (Woodruff, 1996; Gil et al., 2005; Fafchamps y Owens, 2005; Meyer y Allen, 2001 citado en (Quispe & Ayaviri, 2016). En este sentido, es fundamental resaltar que las empresas no deben limitarse únicamente a atender las solicitudes del cliente, sino que también han de demostrar competencia y un compromiso constante con la calidad de la experiencia del cliente y su bienestar. De este modo el resultado será ventajoso ya que si el cliente concluye satisfecho regresará a emplear constantemente el servicio, además que recomendará a próximos clientes potenciales, por el contrario, si recibe un mal servicio, el resultado será totalmente adverso (Sánchez, 2007).

El restaurante se ubica en el Centro del distrito de Lambayeque y ofrece variedad de platos típicos y bebidas tradicionales de la región, usualmente desarrolla gran acogida y variedad de clientes; recibiendo también a muchos turistas extranjeros. Se puede distinguir que es de los más conocidos del departamento de Lambayeque y suele ser de las primeras opciones de los comensales, sin embargo haciendo un análisis se pudo observar que debido a la gran cantidad de clientes, suele ser frecuente esperar, además de hacer grandes colas para poder ingresar al establecimiento, es por ello que se ha considerado la posibilidad de ser evaluado desde el criterio de sus comensales, y así poder conocer la posición que manifiestan en torno al restaurante. Por tal motivo será analizado a través del Customer Journey Map (mapa de viaje del cliente). De tal modo que al emplear la herramienta del recorrido del cliente en el restaurante, proporcionara un mejor alcance de como se está ofreciendo la experiencia y de qué manera lo exponen sus clientes. Frente a lo expuesto anteriormente, se planteó la interrogante ¿Cómo es la experiencia del cliente en El Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque?

La propuesta de esta investigación tendrá como propósito exponer las características relacionadas a la experiencia del cliente en el restaurante “El Cántaro Restaurante Turístico” de la ciudad de Lambayeque, se podrá examinar diferentes etapas como: las acciones del cliente, puntos de contactos, además de las expectativas que poseen y como concluye con la percepción, reflejado en sus emociones. Se destaca la importancia de entender la experiencia del cliente desde un enfoque cualitativo puesto que es imprescindible saber lo que siente el cliente desde su propia experiencia individual. Además esta información beneficiará al restaurante donde se realiza este estudio, así como también a los miembros administrativos que pertenecen al mismo,

ya que son los encargados de mejorar las competencias y el servicio para los clientes. Asimismo los datos presentados en la investigación podrán actuar como guía para futuras investigaciones en restaurantes, donde tengan la posibilidad de mejorar la experiencia del cliente.

### **Revisión de literatura**

Se han encontrado investigaciones en relación a la experiencia de clientes en restaurantes, la mayoría de ellas son de condición internacional localizadas en idioma inglés. En éstas se plantean diferentes perspectivas, las cuales nos mencionan que el objetivo principal al crear experiencias es brindar buenos servicios que estén en la línea con las expectativas de los clientes (Esmaeilpour & Mohseni, 2019). Además se considera a la experiencia como un factor preeminente en la industria alimentaria para construir los aspectos sensoriales de un producto/servicio (Muhammad, 2020). Cuando las organizaciones captan las experiencias y/o vivencias que proporcionan a sus consumidores, también logran gestionar y dirigir mucho más las conexiones o vínculos que permiten saber los requisitos y preferencias que adquieren (Vanharanta, 2017). Si una marca brinda una experiencia más efectiva a los consumidores automáticamente se forman emociones positivas en sus mentes, concluyendo con relaciones duraderas y reforzando la lealtad del cliente.

Se observa que existen problemas comunes en la experiencia de los consumidores en los establecimientos observando puntuaciones bajas como “Servicio en el tiempo prometido”, “Corrección rápida de un servicio incorrecto” y “Pedido (comida) sin errores” (Mhlanga, 2018) recomienda que los dueños de restaurantes deben usar incentivos sociales y/o financieros para mejorar la experiencia del cliente. Asimismo los restaurantes también deben realizar encuestas periódicas sobre la experiencia del cliente para monitorear los atributos que influyen en la experiencia del cliente a fin de mejorarla (Lee, 2019). De igual forma destacan razones por las que un restaurante fracasa consistiendo en mal servicio, incompetencia, mala higiene, altos niveles de ruido, mala calidad y diversidad de productos, mala relación calidad-precio, entre otros (Nel, et al., 2018).

En las diferentes investigaciones concuerdan que las personas se movilizan a base de percepciones y dentro de ella, se incluye a la experiencia sensorial (física-somática), la experiencia cognitiva (mental) y la experiencia conductual (acciones) teniendo un efecto positivo y significativo en la intención de compra del consumidor. Además se puede afirmar que las variables experiencia afectiva y experiencia social tienen un efecto positivo y significativo en la compra del consumidor (Esmaeilpour & Mohseni, 2019). Además entre los resultados destacables se encuentra que la experiencia del cliente se asocia positivamente con

la lealtad del cliente y la confianza generando retención y fidelización en relación con el consumidor (Muhammad, 2020).

Las teorías empleadas consideran que el lazo emocional de los clientes con la empresa se basa en servicios/experiencias de calidad que desarrollaron el comportamiento del cliente (Kiatkawsin & Sutherland, 2020) la primera experiencia y las expectativas de los clientes están ligadas a la calidad del producto, y su satisfacción los adecuó como clientes regulares. La experiencia previa pone de manifiesto una evaluación positiva de un producto/servicio que retiene la lealtad (Tolentino et, al, 2021). Por último predomina la relación del cliente con una empresa siendo fundamental para animarlos a pagar más y adquirir continuamente un producto/servicio. La compra aceptable del cliente a precios más elevados demuestra su lealtad (Muhammad, 2020). La experiencia de consumo se ha convertido en un factor clave en la satisfacción del consumidor y es un aspecto crítico para crear una experiencia positiva desde su propia perspectiva (Torres & Mora, 2017).

Según las definiciones la experiencia en el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, se especifica como “el conconcomiendo o la habilidad adquiridos por las circunstancias o situaciones vividas por una persona” (RAE, 2018).

Alfaro (2010) Considera que la experiencia del cliente es una estrategia que existe para crear experiencias con un producto/servicio en la que interviene una conexión emocional entre la marca y el cliente. Asimismo afirma que generar experiencia de forma acertada repercute en las ventas, establece clientes comprometidos y posibilita a la compañía a producir novedosas formas de ganancias.

DEC (2014) Menciona que la experiencia procede como parte de la respuesta de un cliente ante la presencia de un estímulo de una empresa, servicio o producto. Además que la inclusión del elemento social de acuerdo con los criterios de evaluación es fundamental para incrementar el conocimiento de los clientes de la compañía.

El servicio “es el trabajo realizado para otras personas” según mencionado por Colunga, 1995, p. 25, citado en Oliva (2005).

Por otra parte se dice que el servicio “Es el conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas” señalado por Fisher y Navarro, 1994, p. 175, citado en Oliva (2005).

El cliente es “alguien que accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera u otro medio de pago” (Kotler, 2003, pp.120)

Baker & Crompton (2000) consideran que la satisfacción del cliente es la ejecución que toda

empresa debe emplear, ya que le permitirá tener un adecuado rendimiento sumándole a alcanzar una considerable lealtad y llegadas venideras de los comensales al recibir un excelente servicio de calidad.

Moliner (2001) indica que los clientes que expresan satisfacción se convierten en clientes leales y están decididos a hablar positivamente a otros próximos clientes. Además que un cliente satisfecho es aquel que observa como sus expectativas se llegaron a cumplir tal como lo esperaba y confía que en el futuro esa organización cumpla con satisfacer sus expectativas nuevamente, de este modo es factible que un cliente satisfecho se convierta en un cliente fiel.

### ***Customer Journey Map***

El modelo Customer Journey Map hace mención al viaje que el cliente ejecuta a lo largo de un periodo de tiempo, ya que el cliente no adquiere enseguida un producto o servicio al enterarse de su existencia, por el contrario se toma el tiempo de observar otras marcas o compañías que pueden ofrecerle algo similar, es así es como el cliente evalúa el proceso antes de decidir su compra o adquirir el servicio. El viaje o recorrido del cliente se divide en etapas, interacciones y canales por los que atraviesa el consumidor desde una fase a otra donde interviene el servicio, experiencia, la percepción, además de las emociones (Lemon, 2016).

### **Categorías de Customer Journey Map**

#### ***Acciones del cliente***

Se conoce cuáles son los momentos que vive el cliente durante el transcurso de su visita al restaurante. Se desarrollan momentos que brindan varios puntos de interacción por lo que deben ser identificados y gestionados, ya que solo una interacción negativa puede arruinar toda una experiencia, aquí es imprescindible identificar el nivel de influencia de cada momento en la percepción del cliente (Fernández, 2018).

#### ***Puntos de contacto***

Luego de identificar los grandes momentos que vive el cliente, viene la identificación de cada interacción que puede tener al utilizar los productos y servicios de una empresa. Desde la postura del cliente, se describe como el conjunto de las conexiones que se hallan entre el comprador y una marca “que trae consigo una relación u interacción con una necesidad humana, en un instante, ocasión y sitio característico” Risdon (2013). Y, desde el punto de vista del marketing se describe como los “momentos u ocasiones que hacen que el servicio sea crucial para los clientes y apoyan a formar la imagen de la marca” (Cedeño, 2019).

### ***Expectativas del cliente***

La expectativa del cliente está direccionada a lo que los clientes desean percibir ya sea de un producto o cualquier servicio, están son consideradas especulaciones que los individuos realizan acerca de las cualidades de un bien o servicio que ofrece la empresa directamente. De manera que las expectativas del cliente forman una apreciación anticipada de la calidad de los productos o servicios que supone alcanzar por intermedio de la satisfacción de sus requisitos (ediciones, s.f.). En este caso, se asume que la expectativa del cliente como una evaluación previa de la calidad del producto o servicio por parte del individuo antes de recibirlo, orientando así la decisión del cliente (Carrasco, 2013).

### ***Percepciones de cliente***

“Es el proceso por el que los individuos organizan e interpretan las impresiones de sus sentidos con objeto de asignar significado a su entorno” Robbins y Judge (2009, pág. 139).

La percepción consigue ser explicada como “el modo en que comprendemos el mundo que nos rodea”. Varios sujetos pueden encontrarse sometidos a semejantes estímulos en circunstancias donde supuestamente son idénticas, pero la manera en que examinan, clasifican, ordenan, e explican su apreciación, es un desarrollo notablemente personal e individual, que consiste en los beneficios, expectativas y necesidades particulares de cada persona (Arias, 2006). En los clientes esta percepción es alcanzada con los sentidos y este mismo siempre está relacionado con las expectativas que posee, teniendo la potestad de darle significado a los sucesos que se desenvuelven en su entorno (León, 2008).

De acuerdo al autor Fernández (2018) se recomienda utilizar un Customer Journey Map para cada segmento, o cuando se está enfocado en diferentes tipos de clientes. En la presente investigación se ha decidido hacer uso de un solo Customer Journey Map (Mapa de experiencia del cliente) para los entrevistados designados del Cántaro Restaurante Turístico, ya que ellos pertenecen a una sola sección, un solo segmento y cuentan con similitudes en su ámbito general.

### **Materiales y métodos**

La presente investigación es de enfoque cualitativo y pretende mostrar la experiencia del cliente. Asimismo se identifica características e incidencias que se generan en la misma población de estudio. Esta investigación reside en descripciones precisas de situaciones, interacciones y comportamientos que son visibles, se efectúan con pequeños grupos de personas en la que presentan una intervención activa durante todo el transcurso investigativo, teniendo

como propósito la transformación de la realidad (Ramos, 2015). Esta investigación es de tipo básica, es de nivel descriptivo simple porque se mostró los datos y las características de la población que se estudió. Hernández, Fernández & Baptista (2000) mencionan que se plantea detalladamente cualidades y características relevantes de algún fenómeno a analizar en el que se específica preferencias de un público.

El diseño de la investigación de estudio es no experimental puesto que el investigador no alteró el objeto de investigación es decir se mantuvo en su contexto natural para analizarlos, esta información se obtuvieron de clientes determinados que consumieron en el restaurante. Según Hernández & Mendoza (2018) el diseño no experimental se basa en recibir un procedimiento, una cláusula o un incentivo en precisas situaciones, para luego estimar los resultados del manejo de tal circunstancia. La muestra estuvo constituida por 12 clientes que visitan el Cántaro Restaurante Turístico. Se empleó el muestreo no probabilístico por conveniencia. Además se tuvo en cuenta que estos comensales cumplieran con los criterios necesarios para la recolección de datos.

Se utilizó como instrumento una entrevista a profundidad donde cada cliente dio a conocer sus respuestas a través de una guía de preguntas, basado en la herramienta Customer Journey Map donde el objetivo fue analizar la experiencia que viven los clientes y saber cómo fue el proceso de esta, en relación a sus expectativas dadas a conocer mediante sus emociones expresados en; agradable, neutro y desagradable, reflejados en las caritas propuestas por el autor en la herramienta Customer Journey Map. La entrevista semiestructurada pasó por un proceso de validación por juicio de expertos, cumpliendo con las condiciones indicadas para medir la variable de estudio contribuyendo al logro de objetivos planteados. Para el análisis de los datos obtenidos a través de las entrevistas de los clientes del Cántaro Restaurante Turístico, se empleó un enfoque interpretativo basado en la identificación de patrones de convergencia y divergencia.

La convergencia se refiere a las coincidencias o similitudes en las experiencias expresadas por los comensales. Por ejemplo, los clientes manifestaron satisfacción con la sazón y el sabor tradicional de los platos, también valoraron positivamente la infraestructura del lugar, así como la recomendación del restaurante a sus conocidos y/o familiares, se consideró que había una convergencia en dichas categorías.

Por otro lado, la divergencia se presentó cuando las respuestas mostraron diferencias o contradicciones. Esto ocurrió, por ejemplo, en torno al tiempo de espera al encontrar una mesa,

o el tiempo de preparación de los platos. Estas divergencias permitieron evidenciar la diversidad de experiencias y enriquecer la comprensión del fenómeno estudiado.

Durante el desarrollo de la investigación se presentaron ciertas limitaciones. Debido a la alta afluencia de clientes en el restaurante, las entrevistas no pudieron iniciarse en el horario previamente establecido. Asimismo, al conversar con el administrador fue necesario reprogramar algunas de sus actividades pendientes con el fin de coordinar adecuadamente y acordar una fecha para llevar a cabo las entrevistas.

## Resultados y discusión

Se analizó la experiencia del Cliente en el Cántaro restaurante Turístico de Lambayeque a través del Customer Journey Map (Mapa de experiencia del cliente). Cabe destacar que al momento de entrevistar a los clientes, se descartó a dos subcategoría perteneciente a las acciones que realiza el cliente, estas fueron; Reserva y Wifi, estas son acciones que acompañan al uso de servicio, no obstante se consideró eliminar a estas acciones del mapa ya que se pudo observar que de los diez clientes ninguno utilizó estos servicios porque el establecimiento no los brinda.

En acciones del Cliente, se conforman por todas las acciones que realizó el comensal en el proceso de su experiencia en torno al restaurante como; llegada, entrada, ubicación en mesa, revisión de carta, toma de pedido, recibo y consumo de pedido, uso de servicios, solicitud de cuenta y recibo de pago de cuenta y salida, actuando como acciones que permiten la construcción del mapa del viaje del cliente.

Los puntos de contacto hacen referencia a todos los medios con los que los comensales interactuaron con el Cántaro Restaurante turístico, estos incluyen a teléfono, estacionamiento, mesero, carta, local, baños, boleta y anfitrión. Estos actuando como un medio de comunicación directo entre el comensal y el establecimiento.

Tabla 1  
*Puntos de contacto del cliente*

<b>Acciones del cliente (Sub categorías)</b>	<b>Puntos de contacto</b>
Reserva	Teléfono
Llegada	Estacionamiento
Entrada	Mesero
Ubicación en mesa	Mesero
Revisión de Carta	Mesero y Carta
Toma de pedido	Mesero
Recibo y consumo del pedido	Mesero
Uso de servicios	Local, Baños
Solicita la cuenta	Mesero
Recibe la cuenta y paga	Mesero y Boleta
Salida del restaurante	Anfitrión y Estacionamiento

*Nota:* Elaboración propia

Las expectativas del cliente consistió en mostrar que es lo que espera el cliente del Cántaro Restaurante Turístico, de acuerdo a las acciones que realizó, estas expectativas están conformadas por; saludo amable, cuidado del vehículo, recibimiento amable, ubicación rápida en la mesa, rapidez en la entrega de la carta, variedad de elección en el pedido, personal amable, encontrar lo que quiere en la carta, recibir el pedido correcto, que la comida y bebida lo satisfagan, limpieza en el local y baños, ubicar fácilmente al mesero para solicitar la cuenta, rapidez, precisión en la cuenta, poder pagar con tarjeta, además de que el servicio sea igual a lo ofrecido en la web o recomendación.

Tabla 2  
*Expectativas del cliente*

Qué espera el cliente	
Llegada (Estacionamiento)	Saludo amable Cuidado del vehículo
Entrada (Anfitrión)	Que lo reciba de manera amable
Ubicación en mesa (Anfitrión y Mesero)	Ubicación rápida en la mesa
Revisión de carta (Mesero y carta)	Rapidez en la entrega de la carta Variedad de elección
Toma de pedido (Mesero)	Personal amable Encontrar lo que quiere en la carta
Recibo y consumo del pedido (Mesero)	Recibir lo que pidió Que la comida y bebida lo satisfagan
Uso de servicios (Local, baños)	Limpieza en el local y baños
Solicita la cuenta (Mesero)	Ubicar fácilmente al mesero para solicitar la cuenta
Recibe la cuenta y paga (Mesero y boleta)	Rapidez, precisión en la cuenta Poder pagar con tarjeta
Salida del restaurante (Anfitrión y estacionamiento)	Personal amable Servicio igual a lo ofrecido en la web o recomendación

*Nota:* Elaboración propia

La percepción del cliente consistió en determinar que recibió el cliente del Cántaro Restaurante Turístico, de acuerdo a las acciones que realizó y al evaluarla en función de las expectativas, esta percepciones están conformadas por; recepción rápida, amable con medidas de bioseguridad por el covid-19, recibimiento de manera amable, cortés, tiempo de espera alrededor de unos 5 a 20 min aproximadamente, se observó que los meseros son atentos y

ofrecen una carta variada, los mesero son amables y responden dudas, los pedidos se recibieron sin problemas, la comida que ofrecen es muy rica, los platos pueden tardar entre 10 y 20 minutos, la infraestructura es limpia, y agradable, así como los SS.HH están limpios, y cuentan con implementos necesarios, el personal está atento al llamado en el momento oportuno, el proceso de cuenta es rápido, óptimo, no hay problemas con el medio de pago, el anfitrión es muy cordial, y existe un despido amable, por último la experiencia es muy buena de acuerdo a lo ofrecido.

Tabla 3  
*Percepción del cliente*

<b>Qué recibe el cliente</b>	
Llegada (Estacionamiento)	Recepción rápida, amable con medidas de bioseguridad por el covid-19
Entrada (Anfitrión)	El tiempo de espera es alrededor de 5 a 20 min aproximadamente
Ubicación en mesa (Anfitrión y Mesero)	
Revisión de carta (Mesero y carta)	Mesero atento Carta Variada
Toma de pedido (Mesero)	Mesero muy amable, responden dudas Pedido sin problemas
Recibo y consumo del pedido (Mesero)	Comida muy rica Los platos pueden tardar entre 10 y 20 minutos
Uso de servicios (Local, baños)	Infraestructura limpia, y agradable SS. HH limpios, con implementos necesarios
Solicita la cuenta (Mesero)	Personal atento al llamado, en el momento oportuno
Recibe la cuenta y paga (Mesero y boleta)	Proceso de cuenta rápido, óptimo Sin problemas con el medio de pago
Salida del restaurante (Anfitrión y estacionamiento)	Anfitrión muy cordial, despido amable Experiencia muy buena de acuerdo a lo ofrecido

*Nota:* Elaboración propia

Respecto a la experiencia en el Cántaro Restaurante Turístico; se pudo determinar las expectativas y la percepción a través de las emociones que sienten los clientes, en la curva de sentimiento perteneciente al Customer Journey Map (mapa del viaje del Cliente) demostrando que les resulta agradable las etapas como; llegada, entrada, revisión de carta, toma de pedido, uso de servicios, solicitud de cuenta, recibo y pago de la cuenta y salida del restaurante.

Destacando aspectos como la infraestructura que poseen, la sazón de la comida, asimismo la presentación de los platos resulta creativa para sus comensales, la atención por parte del personal afirmando que siempre están dispuestos a ayudar a los clientes, las instalaciones con las que cuenta el restaurante, dentro de ellas, la limpieza en el local y baños. Los entrevistados también consideran que el diseño del Restaurante el Cántaro suele ser muy atractiva, ya que suele ser acogedor y con un diseño elegante, pero sin dejar de retratar la cultura Lambayecana. Además la mayoría de clientes afirmaron que el restaurante el Cántaro cumple con lo ofrecido a través de su página web y recomendación.

Sin embargo también se pudo observar que en las etapas; ubicación de mesa y recibo y consumo de pedido; los clientes muestran emociones neutras; donde se hace mención el tiempo para poder encontrar una mesa, esta varía entre los 5 y 20 minutos aproximadamente, y el tiempo de espera al momento de la llegada del plato que tarda alrededor de unos 10 y 20 minutos. Aunque algunos consideran que el tiempo está dentro de lo aceptable, le resta algunos puntos a la experiencia en general.

No obstante según el mapa del viaje del cliente se puede visualizar que ninguno de los diez entrevistados dio una emoción desagradable, lo que significa que la experiencia en el Cántaro Restaurante Turístico es muy buena.

De todos modos se puede observar que el tiempo de espera es recompensado con los demás servicios en general que se ofrecen el restaurante el Cántaro, principalmente el sabor de la comida y la atención del personal, siendo etapas pilares y sobresalientes en la experiencia del cliente. Llegando a la conclusión que por esta razón los clientes están dispuestos a esperar solo por el hecho de consumir en el restaurante, así como también al término de su visita están dispuestos a recomendar el restaurante a sus familiares y conocidos.

### Customer Journey Map de El Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Acciones del cliente</b>	Llegada	Entrada	Ubicación en mesa	Revisión de carta	Toma de pedido	Recibo y consumo del pedido	Uso de servicios	Solicita la cuenta	Recibe la cuenta y paga	Salida del restaurante
<b>Puntos de contacto</b>	Estacionamiento	Anfitrión	Anfitrión y Mesero	Mesero y carta	Mesero	Mesero	Local, baños	Mesero	Mesero y la boleta	Anfitrión y estacionamiento
<b>¿Qué espera el cliente?</b>	Saludo amable Cuidado del vehículo	Que lo reciba de manera amable	Ubicación rápida en la mesa	Rapidez en la entrega de la carta Variedad de elección	Personal amable Encontrar lo que quiere en la carta	Recibir lo que pidió Que la comida y bebida lo satisfagan	Limpieza en el local y baños	Ubicar fácilmente al mesero para solicitar la cuenta	Rapidez, precisión en la cuenta Poder pagar con tarjeta	Personal amable Servicio igual a lo ofrecido en la web o recomendación
<b>¿Qué recibe el cliente?</b>	Recepción rápida, amable con medidas de bioseguridad por el covid-19 Todo correcto	Fue recibido de manera amable, cortés	El tiempo de espera es alrededor de unos 5 a 20 min aproximadamente	Mesero atento Carta Variada	Mesero muy amable, responden dudas, pedido sin problemas	Comida muy rica, los platos pueden tardar entre 10 y 20 minutos	Infraestructura limpia, y agradable SS.HH higiénicos limpios, con implementos necesarios	Personal atento al llamado, en el momento oportuno	Proceso de cuenta rápido, óptimo Sin problemas con el medio de pago	Anfitrión muy cordial, despido amable Experiencia muy buena de acuerdo a lo ofrecido
<b>¿Cómo se siente en este momento?</b>	😊	😊	😞	😊	😊	😞	😊	😊	😊	😊

## **Discusión**

Los resultados encontrados han demostrado una secuencia de situaciones en relación a los comensales, desde los aspectos más primordiales hasta los más destacados en torno a la experiencia que ofrece el restaurante.

A partir de los hallazgos encontrados, se pudieron identificar cuáles son las acciones o los momentos que vive el cliente en el transcurso de su visita al restaurante, tal como lo menciona Fernández (2018). Estos resultados guardan relación con lo que sostienen DEC (2014) y Muhammad (2020) considerando que en el proceso de la experiencia; el cliente actúa de acuerdo a estímulos y aspectos sensoriales obtenidos a través de la compañía, servicios o productos.

Respecto a la etapa puntos de contacto; según lo considerado por Risdon (2013) y Vanharanta (2017) permitieron crear una relación entre el consumidor y la empresa, llegando a facilitar la interacción de las necesidades y prioridades del cliente. Los resultados del actual estudio son consistentes con los de la investigación realizada por Tolentino et, al, (2021) en relación a los puntos de contacto; donde consideran que el servicio del personal, la higiene y el ambiente inciden en el perfil psicográfico en la experiencia e impacta en las emociones de los clientes.

En cuanto a las expectativas; Esmailpour & Mohseni (2019) y Carrasco (2013) manifiestan que brindar buenos servicios es ideal al crear experiencias, ya que la valoración previa que asumen los clientes en relación con la calidad antes de obtener el producto y/o servicio conlleva al cliente a decidir con qué empresa o restaurante quedarse. Asimismo Kiatkawsin & Sutherland (2020) y Alfaro (2010) manifiestan que existe un lazo emocional que desarrollan los clientes con la marca a través de servicios de calidad, permitiendo a la experiencia desenvolverse como estrategia.

En relación a la percepción, los autores; León (2008) y Esmailpour & Mohseni (2019) sostienen que intervienen; la experiencia sensorial (física-somática) se da a través de los sentidos, la experiencia cognitiva (mental) que abarca respuestas automáticas frente a estímulos sean significativas o no, y la experiencia conductual (acciones) donde predomina la forma en que piensan, sienten y distinguen las personas sobre diferentes aspectos, teniendo un efecto positivo y significativo en la intención de compra del consumidor al 99% de nivel de confianza.

Dentro de los hallazgos del actual estudio en relación a la percepción se pudo observar que el tiempo para poder encontrar una mesa y el tiempo de espera al momento de la llegada del plato, está calificada con emociones neutras y resta puntos a la experiencia, estos resultados tienen similitud con lo que menciona Mhlanga (2018) en su estudio, donde se califica con

puntuación baja al “Servicio en el tiempo prometido”, asimismo se cree que para reivindicar esta situación, la empresa debería ofrecer recompensas sociales y/o económicas.

Del mismo modo se pudo observar que en los resultados de la investigación de Torres & Mora (2017) los consumidores consideraron un tiempo de espera ideal para la preparación del plato, y este comprende unos 5 y 20 minutos respectivamente, siendo hallazgos que concuerdan con el presente estudio.

Por su parte, Vanharanta (2017), Se Ran et. Al, (2020) y Tolentino et, al, (2021) consideran que en el momento en que la empresa comprende lo esencial que es la experiencia que se le brinda la cliente, logra relacionarse directamente con ellos y sus necesidades, alcanzando una experiencia más efectiva que proporciona relaciones a lo largo del tiempo y facilita reforzar la lealtad del cliente.

La experiencia del cliente en un ámbito general se ha constituido como un elemento crucial en la satisfacción del consumidor, así como lo consideran Torres & Mora (2017) y Moliner (2001) actuando como un aspecto básico para generar experiencias positivas y conlleve no solo a la satisfacción del cliente, sino también a su lealtad de tal modo que permitirá que el cliente realice comentarios positivos abiertamente a futuros consumidores, desarrollando un marketing de boca a boca. Además haciendo énfasis en la experiencia de consumo; Lee (2019) estima que los encargados del restaurante deben realizar encuestas sobre la experiencia de los clientes en periodos regulares para supervisar las cualidades que predominan y contribuyen en la experiencia de los clientes y así estar conscientes de lo que pueden mejorar lo más rápido posible.

Finalmente se encontró que los resultados del presente estudio en relación a la experiencia del cliente son consistentes con los resultados de la investigación realizada por Torres & Mora (2017), Kiatkawsin & Sutherland (2020) y Esmailpour & Mohseni (2019); donde los diversos autores expresan que en la experiencia del cliente intervienen emociones, sensaciones y/o sentimientos, refiriendo que los clientes no solo toman decisiones racionales sino también emocionales en relación a lo que buscan o pretenden adquirir.

## Conclusiones

De acuerdo a la experiencia del cliente en El Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque de las 10 etapas presentadas en el Customer Journey Map, 8 de ellas se determinaron emociones agradables siendo; llegada, entrada, revisión de carta, toma de pedido, uso de servicios, solicitud de cuenta, recibo y pago de la cuenta y salida del restaurante y las 2 siguientes resultaron emociones neutras siendo; ubicación en mesa, recibo y consumo del pedido. Concluyendo que la experiencia es muy buena.

Se encontraron 10 acciones identificadas por los clientes de El Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque en el proceso de su experiencia a través del Customer Journey Map y fueron; llegada, entrada, ubicación en mesa, revisión de carta, toma de pedido, recibo y consumo de pedido, uso de servicios, solicitud de cuenta y recibo de pago de cuenta y salida.

Se reconoció 10 puntos de contacto identificados por los clientes de El Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque en el proceso de su experiencia a través del Customer Journey Map y fueron; teléfono, estacionamiento, mesero, carta, local, baños, boleta y anfitrión.

Se determinó las expectativas por los clientes de El Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque en el proceso de su experiencia a través del Customer Journey Map y entre ellas destaca; saludo y recibimiento amable, ubicación rápida en la mesa, rapidez en la entrega de la carta, variedad de elección en el pedido, personal amable, que la comida y bebida lo satisfagan, limpieza en el local y baños, precisión en la cuenta y que el servicio sea igual a lo ofrecido en la web o recomendación.

Asimismo se estableció la percepción por los clientes de El Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque en el proceso de su experiencia a través del Customer Journey Map y entre ellas destacan; recepción rápida, recibimiento de manera amable, tiempo de espera alrededor de unos 5 a 20 minutos, los meseros son atentos, la comida que ofrecen es muy rica, los platos pueden tardar entre 10 y 20 minutos, la infraestructura es limpia y agradable, así como los SS.HH, el personal está atento al llamado, el proceso de cuenta es rápido, el anfitrión es muy cordial, por último la experiencia es muy buena de acuerdo a lo ofrecido.

## Recomendaciones

### *Al Gerente:*

Desarrollar un programa de capacitación al personal, de modo que todo el equipo esté preparado para actuar con la respectiva rapidez y atención a los clientes, incluso en aquellos días donde existe mayor concurrencia de público.

Aumentar las opciones en la carta referente a los postres, ya que al existir la variedad esté permitirá que el servicio al cliente sea máximo.

Implementar el servicio wifi en el restaurante, siendo una alternativa para mejorar la relación con los clientes, considerando que en la actualidad la mayoría de personas hace uso de los medios aplicativos para realizar los pagos de su consumo.

### *Al administrador:*

Ordenar procesos y establecer medidas para disminuir el tiempo de espera de los clientes en el restaurante, así como la verificación necesaria y constante para que no se exceda el tiempo de preparación en los platillos.

Establecer más promociones de ventas en fechas especiales y días festivos como; día de la madre, día del padre, San Valentín, 28 de Julio e inclusive, el día de la gastronomía para reforzar la lealtad con los clientes de El Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque.

Aplicar la herramienta Customer Journey Map en El Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque tres veces al año, en meses determinados, lo que permitirá conocer la experiencia del cliente y como es el proceso de interacción que tienen con el establecimiento.

### *Entidad Gercetur Lambayeque:*

Promover eventos gastronómicos donde se dé a conocer la comida cultural lambayecana que ofrece; El Cántaro Restaurante Turístico, actuando como un medio que permita incrementar la visita de turistas nacionales y extranjeros fortaleciendo el turismo en Lambayeque.

## Referencias

- Aldana, L., & Vargas, M. (2014). *Calidad y servicio, conceptos y herramientas*. (E. ediciones, Editor) Obtenido de <https://books.google.com.mx/books?id=57-4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Alfaro, E. (2010). *“EL ABC DEL CUSTOMER EXPERIENCE”*. España: WOLTERS KLUWER ESPAÑA, S.A, 2010.
- Arbulu, I., & Fernández, M. (2020). *Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el restaurante fiesta gourmet de chiclayo*. Obtenido de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2793/3/TL\\_ArbuluVillanuevaIngrid\\_FernandezOtoyaMaria.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2793/3/TL_ArbuluVillanuevaIngrid_FernandezOtoyaMaria.pdf)
- Arias, C. (2006). Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas.
- Baker, D., & Crompton, J. (2000). *Intenciones de calidad, satisfacción y comportamiento*.
- Carrasco, S. (2013). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. Obtenido de [https://books.google.com.gt/books?id=c6FQAqAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.gt/books?id=c6FQAqAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Cedeño, D. (2019). *Wow customer experience*.
- Ceseña, M. A. (2021). Calidad del servicio en restaurantes de Todos Santos (México) por concepto de género.
- Chiesa, C. (2009). *CRM: Las cinco pirámides del marketing relacional*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=qYuY2dxyGaAC&printsec=frontcover&dq=Las+cinco+pir%C3%A1mides+del+marketing+relacional.&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwujw5KB9vDpAhViIbkGHV6CAzYQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false>
- cliente, A. p. (2014). *¿Qué es la experiencia del cliente? White paper dec #01*. ediciones, E. (Ed.). (s.f.).
- Esmailpour, M., & Mohseni, Z. (2019). Effect of Customer Experiences on Consumer Purchase Intention. *The Romanian Economic Journal*.
- Esmailpour, M., & Mohseni, Z. (2019). Effect of Customer Experiences on Consumer Purchase Intention. *The Romanian Economic Journal*.
- Fernández, R. (2018). *Construyendo Xperiencias*. Lima: ARS Asesoría y servicios S.A.C.

- García, C. A. (2019). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los restaurantes de la parroquia Turística Misahualli - Napo.
- González, E. (2019). *La experiencia del cliente en el sector gastronómico*. Madrid: Comillas - Universidad Científica.
- González, E. (2019). *La experiencia de cliente en el sector gastronómico*. Madrid. <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/272538/retrieve>
- Hartmann, P., Apaolaza, V., & Forcada, J. (2002). *El efecto del posicionamiento en la lealtad del cliente: Un análisis empírico para el caso*. Obtenido de <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/225>
- Hernández, A., & Martínez, J. (2014). *Marketing sanitario: Evolución-Revolución*. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=m-zoAgAAQBAJ&printsec=copyright&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=m-zoAgAAQBAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw Hill Education.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2000). *Metodología de la Investigación*. México.
- Kiatkawsin, K., & Sutherland, I. (2020). Examining Luxury Restaurant Dining Experience towards Sustainable Reputation of the Michelin Restaurant Guide. *Tourism Industry Data Analytics Lab (TIDAL), Department of Hospitality and Tourism Management*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *MARKETING: Versión para latinoamérica*. Obtenido de [http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/5-ae2RPoAMz8rYJUK-YCw-\\_MARKETING.pdf](http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/5-ae2RPoAMz8rYJUK-YCw-_MARKETING.pdf)
- Lee, J.-M. (2019). The Affect of Family Restaurant Customers Experiences on Customer Satisfaction, Brand Attitude, and Revisit Intentions. *The Journals of Economics, Marketing & Management*.
- Lemon, K. (2016). *Understanding customer experience throughout the customer*. Obtenido de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1509/jm.15.0420>
- León, F. (2008). *La percepción de la esponsabilidad social empresarial por parte del consumidor*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545878013.pdf>
- Mhlanga, O. (2018). Customer experiences and customer feedback in restaurants at OR Tambo International Airport in Johannesburg. *African Journal of Hospitality*.
- Moliner, C. (2001). Calidad de servicio y satisfacción del cliente. *Psicología del trabajo y de las organizaciones*.

- Monge, M., Carvajal, E., Ruben, L., & Valle, G. (2019). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los restaurantes de la parroquia turística misahualli- Napo*. Obtenido de file:///C:/Users/Toshiba/Pictures/servicio-restaurantes-misahualli.pdf
- Monroy, M. (2021). *Calidad del servicio en restaurantes de todos santos (México) por concepto de género*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1872/187265084001/html/>
- Monroy, M., & Urcádiz, F. (2019). *Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de la Paz, México*. México: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782019000100006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100006).
- Muhammad, A. e. (2020). EFFECTS OF CUSTOMER EXPERIENCE AND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY IN THE FAST-FOOD INDUSTRY OF PUNJAB, PAKISTAN. *International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies*.
- Nel, et al. (2018). Customer experiences and expectations of restaurants sitting down: an autoethnographic perspective on failure of the restaurants. *African Magazine of Hospitality, Tourism and Leisure*.
- Oliva, D. (2005). *Revisión del concepto de calidad de servicio y sus modelos de medición*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>
- Paredes, C. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente del restaurante Azu Maki*. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27714/Paredes\\_BCP.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27714/Paredes_BCP.pdf?sequence=1)
- Quispe, G., & Ayaviri, V. (2016). *Medición de la Satisfacción del Cliente en Organizaciones no Lucrativas de Cooperación al Desarrollo*. Obtenido de file:///C:/Users/Toshiba/Downloads/Dialnet-MedicionDeLaSatisfaccionDelClienteEnOrganizaciones-5580337%20(2).pdf
- Ramos, A. (2015). Los paradigmas de la investigación científica.
- Risdon., C. (2013). *"Un-Sucking the Touchpoint"*. Adaptive Path Blog.
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. Obtenido de [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod\\_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-\\_nodrm.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf)
- Sánchez, A. (2007). *El valor del cliente como herramienta estratégica de gestión de un mercado industrial*. Obtenido de

<https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/2569/17114111.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Se Ran et. al. (2020). The Role of Customer Experience, Food Healthiness, and Value for Revisit Intention in GROCERANT. *Se Ran Yoo; Suk Won Lee; Hyeon Mo Jeon.*
- Setó, D. (2003). *La fidelidad del cliente en el ámbito de los servicios* . Obtenido de [file:///C:/Users/Toshiba/Downloads/Dialnet-LaFidelidadDelClienteEnElAmbitoDeLosServicios-713506%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Toshiba/Downloads/Dialnet-LaFidelidadDelClienteEnElAmbitoDeLosServicios-713506%20(2).pdf)
- Silva, R., Calderón, J., Luján, P., & Trelles, L. (2021). *Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente empresas turísticas de Canchaque- Perú*. Piura: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766>.
- Tolentino et, al. (2021). Quality customer experience Selected Casual Dining Services Restaurants in Laguna. *University of the Philippines-Laguna Lyceum.*
- Torres, M. d., & Mora, C. (2017). Experiencia de consumo y los niveles de satisfacción de los usuarios de establecimientos de comida rápida en el municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela. *Facultad de Arte de la Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela.*
- Vallejos, et al., 2021. (2021). *Experiencia del cliente, confianza y lealtad*. Cuenca, Ecuador: RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía. <https://www.redalyc.org/journal/5045/504568573006/504568573006.pdf>
- Vanharanta. (2017). Customer experience in international fast food restaurants. *Organizacja i Zarządzanie.*

## Anexos

## Operacionalización de variables

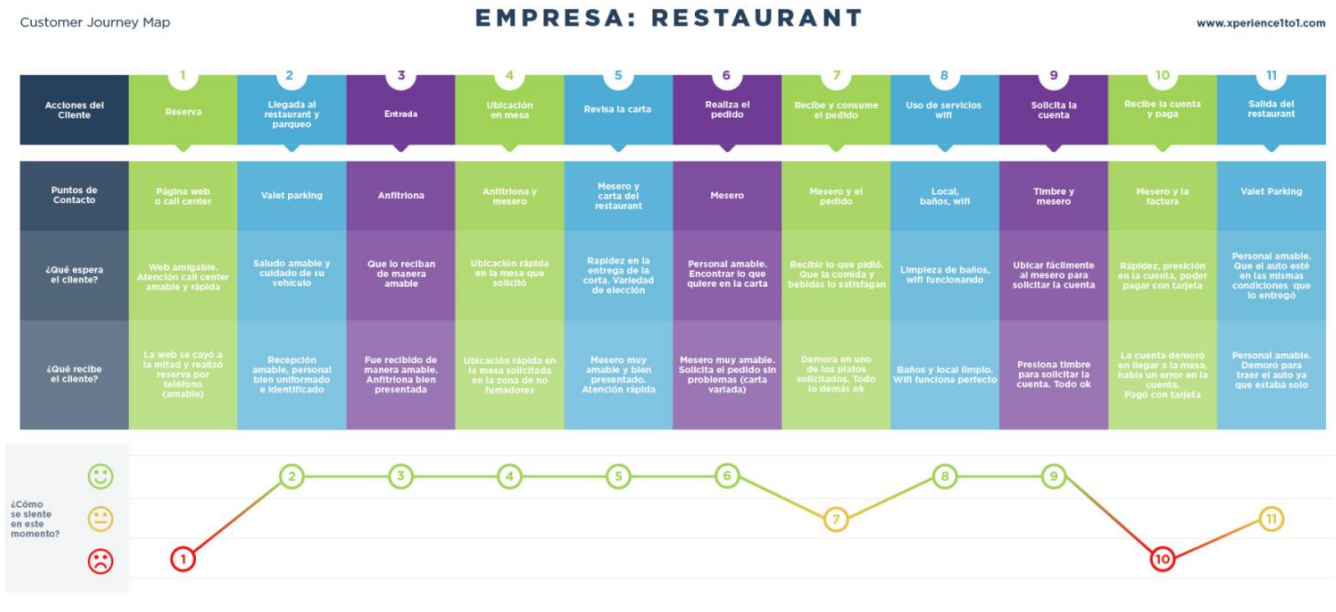
Variable	Definición de variable	Categorías	Sub categorías	Tipo de variable	Técnicas e instrumentos
<b>Experiencia</b>	La asociación para el desarrollo de la experiencia del cliente DEC (2014) menciona que la experiencia del cliente es “el recuerdo que se origina en la mente del cliente según el resultado que existe de su relación con la marca. La experiencia del cliente radica en 4 categorías del modelo Customer Journey Map que son; acciones del cliente, puntos de contacto, expectativas, y percepciones (Fernández, 2018).	Acciones del cliente	Reserva, llegada, entrada, ubicación de la mesa, revisión de carta, toma de pedido, recibo de pedido y consumo, uso de servicios, wifi, solicitud de cuenta, recibo y pago de cuenta, salida del restaurante.	Abierta	Entrevista/ Guía de preguntas
		Puntos de contacto	Teléfono, estacionamiento, mesero, carta, local, baños, wifi, factura.		
		Expectativas	Atención call center amable y rápida, lugar disponible para aparcar, amabilidad en el servicio, ubicación correcta, rapidez en la entrega, personal amable y proactivo, pedido correcto y satisfacción de consumo, baños limpios, acceso a wifi, ubicación fácil del mesero, rapidez y precisión al pagar la cuenta, seguridad.		
		Percepciones	Emociones: Agradable, neutro y desagradable		

## Matriz de consistencia

Problema de investigación	Objetivo principal	Variables	
¿Cómo es la experiencia del cliente en “El Cántaro Restaurante Turístico” de Lambayeque?	Analizar la experiencia del cliente en el Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque	<b>Experiencia del cliente</b>	
	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Categorías</b>	<b>Sub categorías</b>
	- Identificar las acciones del cliente en el Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque	- Acciones del cliente	Reserva, llegada, entrada, ubicación de la mesa, revisión de carta, toma de pedido, recibo de pedido y consumo, uso de servicios, wifi, solicitud de cuenta, recibo y pago de cuenta, salida del restaurante.
	- Identificar los puntos de contacto del cliente en el Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque	- Puntos de contacto	Teléfono, estacionamiento, mesero, carta, local, baños, Wifi, factura.
	- Determinar las expectativas del cliente en el Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque	- Expectativas	Atención call center amable y rápida, lugar disponible para aparcar, amabilidad en el servicio, ubicación correcta, rapidez en la entrega, personal amable y proactivo, pedido correcto y satisfacción de consumo, baños limpios, acceso a wifi, ubicación fácil del mesero, rapidez y precisión al pagar la cuenta, seguridad.
- Determinar la percepción del cliente en el Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque	- Percepciones	Emociones en los clientes: Agradable, neutro, desagradable.	
<b>Metodología</b>			
<b>Enfoque:</b> Cualitativo	<b>Población:</b> La población de estudio estará conformada por 12 clientes, que visitan el restaurante “El Cántaro”	<b>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b>	
<b>Nivel:</b> Descriptivo simple	<b>Muestra:</b> 12	<b>Técnica:</b> Entrevista	
<b>Tipo:</b> Básico	<b>Muestreo:</b> No probabilístico por conveniencia.	<b>Instrumento:</b> Guía de preguntas	
<b>Diseño:</b> No experimental		<b>Procedimiento y procesamiento de datos:</b> Recolección y análisis a profundidad	

## Herramienta Customer Journey Map

*Ejemplo de aplicación: El Journey Map de una pareja de esposos que visita un restaurante*



Para la posterior entrevista a profundidad se ha considerado la categoría; acciones del cliente ya que de ahí radican las tres categorías siguientes.

La idea es analizar la experiencia que viven los clientes y saber cómo el proceso de esta, en relación a sus expectativas dadas a conocer mediante sus emociones expresados en; agradable, neutro y desagradable, reflejados en las caritas propuestas por el autor en la herramienta Customer Journey Map.

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos**

**Guía de preguntas dirigida a clientes del “El Cántaro Restaurante Turístico”**

**Nombre del participante o experto:**

**Cargo/condición:**

**Fecha de entrevista:**

**Entrevistador:** Gulliana Coronel Olano

¡Querido participante! Soy estudiante de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo en Lambayeque, Perú. Me dirijo a usted, solicitando su colaboración, a fin de recolectar los datos requeridos para el desarrollo de un proyecto de investigación. Con las respuestas obtenidas en este estudio se buscará identificar ¿Cómo es la experiencia del cliente en El Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque? La información obtenida en esta entrevista es totalmente confidencial y cuyo único fin es el cumplimiento de los objetivos del presente estudio. Le tomará aproximadamente de 7 a 8 minutos completar este cuestionario. Agradezco de antemano por su tiempo y valiosa participación.

**Instrucciones:**

La presente entrevista semiestructurada es de carácter personal y anónima. Por favor responda con sinceridad.

**Pregunta filtro: (opcional)**

- Edad
- Sexo

**Cuestionario semiestructurado**

**Variable: Experiencia**

<b>Categoría: Acciones del cliente</b>
<b>Subcategoría 1: Reserva</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Por qué medio o través de quién se enteró de la existencia del restaurante? ¿Cuál fue su primera impresión?</li> <li>2. ¿Alguna vez reservó con anticipación en el restaurante, cómo fue el proceso?</li> </ol>
<b>Subcategoría 2: Llegada</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Según su experiencia cómo fue el servicio de estacionamiento, cubrió sus expectativas</li> </ol>

<b>Subcategoría 2: Llegada</b>
1. ¿Según su experiencia cómo fue el servicio de estacionamiento, cubrió sus expectativas respecto a lo ofrecido en su publicidad en la web?
<b>Subcategoría 3: Entrada</b>
1. ¿Cómo fue su recibimiento al ingresar al restaurante? (Si fue rápida, o demandó minutos de espera, si la persona de atención fue atenta o cortante)
<b>Subcategoría 4: Ubicación en mesa</b>
1. ¿Considera que el tiempo para encontrar su mesa reservada fue rápida? 2. ¿Si no hizo reserva; hubo disponibilidad de mesa para usted? Si no fue así, ¿Cuánto tiempo espero?
<b>Subcategoría 5: Revisión de carta</b>
1. ¿Según la carta, qué opina acerca de los platos ofrecidos? ¿Cómo los evalúa?
<b>Subcategoría 6: Toma de pedido</b>
1. ¿Cómo fue el proceso de pedido y la interacción con el mesero? ¿El personal respondió sus dudas en algún momento, cómo cuáles?
<b>Subcategoría 7: Recibo y consumo de pedido</b>
1. ¿Qué opina acerca de la rapidez al traer su pedido? 2. ¿Que opina acerca de la sazón de la comida? ¿Cómo evalúa la presentación de su plato?
<b>Subcategoría 8: Uso de servicios, Wifi</b>
1. ¿Según su criterio, qué opina acerca de los SS.HH del restaurante? (Tamaño, limpieza, implementos) 2. ¿Según su opinión, cómo considera la infraestructura del restaurante? (limpieza, distribución de mesas, presentación del ambiente, accesibilidad en los servicios) 3. ¿Cómo fue su experiencia con el wifi del restaurante?
<b>Subcategoría 9: Solicitud de cuenta y recibo de pago de cuenta</b>
1. Según su opinión ¿Cómo evalúa el proceso al pedir la cuenta? ¿Hubo algún problema con el medio de pago? (efectivo, tarjeta de crédito)
<b>Subcategoría 10: Salida</b>
1. ¿Qué opinión tiene acerca de la finalización del servicio en el restaurante? (Despedida, invitación) 2. De manera general, ¿Cómo considera usted la experiencia en el restaurante? ¿Lo ofrecido estuvo de acuerdo a la publicidad en la web o a la recomendación?

## Entrevistas a clientes de el Cántaro Restaurante Turístico



N° Pregunta	Entrevistado 1 (Cliente)	Entrevistado 2 (Cliente)	Entrevistado 3 (Cliente)	Entrevistado 4 (Cliente)	Entrevistado 5 (Cliente)	Entrevistado 6 (Cliente)	Entrevistado 7 (Cliente)	Entrevistado 8 (Cliente)	Entrevistado 9 (Cliente)	Entrevistado 10 (Cliente)	Entrevistado 11 (Cliente)	Entrevistado 12 (Cliente)	Divergencia	Convergencia	Conclusión
1. ¿Por qué medio o través de quién se enteró de la existencia del restaurant, cuál fue su primera impresión?	Me enteré de la existencia del restaurante, a través de mis abuelos ya que ellos venían a comer mucho aquí, ellos son de Chiclayo y bueno desde ahí hemos ido al restaurante, la impresión es que fue acogedor cuando no tenía mucha infraestructura y no tenía la ampliación que hoy tiene, la comida muy buena y los precios estaban bien	A través de mis padres quienes ya conocían el lugar, y la primera impresión cuando fui es que fue un sitio muy elegante.	Me enteré del restaurante a través de un familiar que es un cliente habitual, la primera impresión que tuve al ingreso de este local fue la increíble infraestructura con la que cuenta y asimismo es bueno hacer mención de la buena atención del ingreso al restaurante.	Me enteré de la existencia del restaurante a través de unos amigos me comentaron que era de los más visitados en Lambayeque, debo destacar que a primera impresión me pareció muy bonito, tratan de retratar la cultura Lambayecana y en lo que se convierte en algo muy atractivo.	Tengo conocimiento del restaurante por medio de redes sociales ya hace varios años, ya que soy de Chiclayo. En cuanto a mi impresión, me gustó el diseño y las instalaciones del restaurante se veía muy acogedor.	Me enteré por una amiga cercana que me recomendó el restaurante cuando llegué al lugar con mis hijos, me pareció un lugar muy agradable y es elegante.	Por mis familiares, ya que soy de Lambayeque y aquí el restaurante el Cántaro que viven en Lambayeque porque es un lugar muy conocido y por el uso de las redes, cuando fui tuve la mejor impresión del restaurante.	Se del restaurante el cántaro por referencias de amigos que viven en Lambayeque es de los más conocidos, mi impresión es que es un lugar muy agradable y es elegante.	Buena me enteré del restaurante por medio de las redes sociales y la impresión que tuve fue muy buena, está en un lugar muy bonito, muy agradable, muy amplio como para ir a pasar un momento agradable entre familia o amigos.	Buena me enteré de la existencia del restaurante a través de amigos, me comentaron que uno de los más visitados en Lambayeque, me impresionó fue muy buena, me gustó mucho el diseño.	Dos entrevistados comentaron haberse enterado de la existencia del restaurante mediante redes sociales (familia, amigos)	Los entrevistados coinciden en haberse enterado de la existencia del restaurante mediante personas cercanas (familia, amigos)	Se puede concluir que cuatro de los entrevistados se enteraron de la existencia del restaurante por medio de familiares, tres entrevistados por medio de amigos, por último dos entrevistados mediante redes sociales. Además señalaron que la infraestructura del local les parece agradable, acogedor, tratando de retratar la cultura Lambayecana y en lo que se convierte en algo muy atractivo.		
2. ¿Alguna vez reservó con anticipación en el restaurante, cómo fue el proceso?	Hasta el día de hoy no he tenido la posibilidad de reservar, siempre que he ido he encontrado mesa en el restaurante y la verdad no tuve que esperar mucho.	Nunca reserva con anticipación en el restaurante, siempre fui directo al establecimiento.	No he realizado ninguna reservación en el restaurante el Cántaro.	No he tenido la oportunidad de reservar en el restaurante, ya que siempre voy directo al establecimiento.	No suelo hacer reservación en el restaurante	No he tenido posibilidad de hacer reservaciónes	No hago reservaciónes en el restaurante	No suelo reservar, solo cuando quiero ir voy y bueno sigo el proceso que todos hacen, ingresamos e acuerdo a nos indiquen la persona de la puerta	La verdad no nunca, he hecho reservación	No suelo hacer reserva en el restaurante	No he hecho reservación	No hice reservación, porque no acostumbro a hacer.	No existe divergencia	Los entrevistados refieren que no usan la reservación	Se concluye que ninguno de los entrevistados han realizado reservación en el restaurante el cántaro
3. ¿Según su experiencia cuán	Fue buena, luego y el portero me indica	De acuerdo al establecimiento, no lo	No uso el servicio de estacionamiento, pero	En cuanto al establecimiento, cabe	En el estacionamiento, no he tenido	No hago uso del servicio de estacionamiento	Es muy parecido en todos los	La verdad no utilizo el servicio de estacionamiento	No utilizo el servicio de estacionamiento	Fue un estacionamiento seguro, no	Me pareció bien, el señor de la puerta suele	No he utilizado el estacionamiento porque	No existe divergencia	Los entrevistados coinciden	Se concluyó que de los doce entrevistados, siete no utilizan

parecido fue el servicio de estacionamiento con lo ofrecido en su publicidad en la web?	dónde puedo estacionar, casi siempre es así.	uso, he observado que los vehículos se estacionan en el extremo considero que si está de acuerdo con lo que ofrecen.	debo señalar que en el restaurante el Cántaro no hay una playa de estacionamiento, los vehículos se encuentran ubicados en la vía pública en ambos lados.	destacar que no tengo movilidad propia así que no uso el estacionamiento, pero por lo que he visto los autos aparcan en los extremos del restaurante.	problemas, por lo general siempre hay un lugar para aparcar. A pesar de que en ocasiones hay bastantes clientes, considero que sí está de acuerdo con su publicidad.	ento, sin embargo considero que si cumplen con lo ofrecido cuando publican en sus redes.	servicios que muestran en su publicidad de redes, es igual a lo que ofrece el restaurante en eso si estoy muy de acuerdo.	ento.	tuvimos problema estuvimos disfrutando el servicio, sin miedo a que se pueda generar alguna situación de peligro.	ayudar en el proceso y no tuve problemas y si cumple con lo ofrecido.	suelo tomar colectivo,	en que existe un lugar donde estacionarse y cumplen con ofrecido	el servicio de estacionamiento, mientras que los cinco restantes hacen uso del servicio, asimismo consideran que el servicio de estacionamiento cumple con ofrecido de acuerdo a su publicidad.		
4.¿Cómo fue su recibimiento o al ingresar al restaurante? (Si fue rápida, o demandó minutos de espera, si la persona de atención fue atenta o cortante, o existió un proceso	Cada vez que yo he ido, nunca no me han hecho esperar, siempre la persona que me atendió fue atenta, ya que conocía a mis familiares y todo estuvo muy bien.	Siempre fue muy buena, fue rápida además las personas que atienden son muy cordiales y amables.	El ingreso al restaurante fue de una manera muy cordial y amable por parte del encargado, además en la entrada siempre te brindan la bioseguridad por el Covid-19.	En mis últimas visitas el recibimiento ha sido muy buena, personalmente ha sido rápida, además que hay una persona en la puerta que es muy amable y te indica las mesas disponibles.	El recibimiento fue amable, el señor de la puerta siempre está atento a si hay lugares disponibles, en ocasiones para ingresar al restaurante suele ser rápido, y en otras es normal el tiempo de espera, también brindan protocolos de seguridad por la actual pandemia.	Respecto al recibimiento, me ha tocado esperar cuando es fin de semana ya que por lo general siempre está lleno, así que tengo que esperar para poder ingresar. La persona que atiende que es el señor de la puerta si es muy atenta y también está pendiente a cuando las mesas se desocupa.	Por lo general es rápido el ingreso al restaurante, y en algunas ocasiones si me ha tocado esperar, habrá sido unos 5 minutos a diferencia de otros lugares es poco.	Realmente las veces que he ido y es temprano pues logré ingresar sin problemas, sin embargo cuando hay actividades o hay mucha gente igual tenemos que hacer la fila correspondiente y la persona de la puerta es muy gentil, además que brinda los protocolos de bioseguridad.	Las personas que me han atendido siempre han sido muy amables y la atención siempre ha sido rápida desde que he ingresado hasta el momento de salida	Bueno al momento de llegada la persona encargada nos consulta la mesa para cuantas personas y nos logra ubicar en lugar estratégico, si es que hay mucha gente nos avisa con anticipación el tema de la espera y en caso no, nos ubica en un lugar donde nos podamos sentir a gusto.	La mayoría de veces que he venido a consumir, mi recibimiento ha sido bueno, a excepción de días feriados o fin de semana donde si suelo esperar más tiempo, todo el personal es atento, esperamos hasta que se desocupe la mesa y podemos ingresar	Mi recibimiento suele ser rápida, el portero es amable y nos da alcohol y nos recuerda las medidas de seguridad.	No existe divergencia	Los entrevistados coinciden en que existe recibimiento rápido	Se concluye que la mayoría de los entrevistados, afirman que el recibimiento se dio de manera rápida, además que la persona recepcionista del restaurante, al momento de atenderlos fue muy amable, gentil y brinda medidas de bioseguridad por el Covid-19.
5.¿Cómo considera qué fue el tiempo para encontrar su mesa reservada?	No puedo considerar el tiempo de una mesa reservada, porque hasta el día de hoy no he hecho	Comente anteriormente que no hice reserva.	Hasta el momento no he optado por hacer reservaciones	No suelo hacer reserva en el restaurante.	No hago reservaciones, ya que la mayoría de veces suelo encontrar mesas.	No hago reservación cuando vengo al restaurante	No suelo hacer reservaciones	No hice reserva en el restaurante	No opté por hacer reserva	No suelo reservar en el restaurante.	No hago reserva	No he hecho nunca reserva	No existe divergencia	Los entrevistados coinciden en que no realizan reserva	Se concluye que ninguno de los entrevistados han realizado reservación en el restaurante el cántaro

6. ¿Si no hizo reserva; hubo disponibilidad de mesa para usted? Si no fue así, cuánto tiempo esperó?	una reservación La mayoría de veces que he llegado con mi familia he encontrado una mesa y si tuve que esperar algún tiempo fue entre 5 y 10 minutos, no más.	Estaba lleno en la oportunidad que fuí, me tocó hacer cola, y bueno espere un aproximado de 10 minutos.	Como he acudido con mi familia al restaurante el Cántaro los días domingos y feriados, ha existido demasiada concurrencia, tan es así que nos hicieron esperar alrededor de unos 15 o 20 min hasta que haya una mesa disponible.	Como comentaba, en las oportunidades es que he venido ha sido rápido, y si me tocó esperar en realidad habrá sido máximo 5 minutos máximo 10 pero no más.	Como decía, en mi caso casi siempre hay disponibilidad de mesa, lo máximo que en ocasiones he esperado anteriormente serán 10 minutos pero suelo venir acompañado así que en ese caso es aceptable.	Como decía cuando vengo el fin de semana si suelo esperar más tiempo, ya que el lugar suele estar lleno, me toca esperar unos 20 minutos aproximadamente.	Si hubo mesa para mí y mi familia, no tuve que esperar mucho, porque había mesas grandes disponibles.	Suelo ir temprano y casi siempre hay lugar, en cambio si voy un poco tarde, sí he esperado entre 15 o 20 minutos.	Siempre he tenido disponibilidad de mesas y lo máximo que he esperado ha sido 10 o 15 máximo	Bueno como le comento, si es un día feriado si existió el tema de la espera un tiempo alrededor de unos 15 o 20 minutos pero bueno es realmente valioso el tiempo de la espera porque vale la pena a través de disfrutar el servicio luego, y en otros casos cuando hay mayor disponibilidad si nos lograron ubicar en un lugar estratégico.	Si me ha tocado esperar para obtener una mesa disponible, es que se suele haber muchos clientes, si calculó el tiempo será un aproximado de 15 minutos	Si hay disponibilidad de mesas por lo general para mí o cuando voy con mi familia, y si he tenido que esperar habrán sido 5 minutos	Existe divergencia en las respuestas de los entrevistados con respecto a la disponibilidad de mesa y espera	Los entrevistados coinciden en tuvieron que esperar para hacer uso de una mesa	Se concluye de acuerdo a las respuestas de los entrevistados que en cuanto a la disponibilidad de mesa, el tiempo de espera es alrededor de unos 5 a 20 min aproximadamente sobre todo cuando se visita el restaurante los días feriados o fines de semana.
7. ¿Según la carta, qué opina acerca de los platos ofrecidos? ¿Cómo los evalúa; se muestran apetecibles, desagradables u considera que debería agregar o eliminar algunos platos?	Bueno están bien las cartas, me parece que está todo bien, tienen una amplia variedad de platos, y considero que no deberían eliminar algunos platos, considero que está bien podrían	Los platos que ofrecen son buenos, solo una observación que noté es que no venden conchas negras, y es algo muy rico, me parece que no venden ese plato.	Los platos registrados en la carta son los más solicitados por ser de la zona y al momento de ser degustados son apetecibles con una muy buena sazón.	La carta considero que es bastante completa, hay variedad de platillos para elección de cada persona, para mí a primera vista se ven bastante apetecibles, muy buenos. Y creo que	Los platos hay cantidad y muy variados, se ven muy ricos así a simple vista, siento que deberían agregar en vez de platos de fondo, algunos postres sería una buena opción.	Los platos son muy variados, siento que la carta es bastante completa, no eliminaría platos de la carta, y quizá deberían agregar sudados y ceviches de algunos otros pescados, sería una	La carta es genial, tienen muchos platos para ofrecer, todos los platos se ven apetecibles, considero que están muy bien, quizá pueden considerar hacer algunas fusiones con dos	La verdad el sabor de la comida es muy rica, también su presentación no me gusta mucho suelen ser creativos y se ve muy bien.	Considero que tienen platos muy variados, se notan muy apetecibles, siempre que he pedido me he sentido contenta con el servicio de comida.	Bueno, la presentación es muy agradable, a parte que el sabor realmente es satisfactorio .	Siento que la carta es muy variada, con platos representativos del norte, se muestran muy apetecibles y considero que no deberían eliminar platos, quizá incluir postres cuando se	Los platos son lo mejor, hay cantidad para elegir según la preferencia de cada uno, es muy completa, además se muestran muy ricos y la verdad la sazón también es de las mejores que he probado.	No existe divergencia	Los entrevistados coinciden en la carta es muy variada, y los platos se muestran apetecibles	Se concluye que la mayoría de entrevistados consideran que la carta es muy variada, y no deberían eliminar ningún plato, además que puedan incluir algunos postres.

	agregar otros como más postres quizás, pero de ahí todo bien.			están muy bien los platillos no deberían eliminar ninguno, lo que sí, podrían agregar algunos postres.		buena opción.	platos o algo parecido.				visita con familia o niños.				
8. ¿Cómo fue el proceso de pedido y la interacción con el mesero, el personal respondió sus dudas en algún momento, cómo cuáles?	Fue muy buena la verdad siempre nos atienden de manera correcta, el personal se encuentra preparado, además cuando les preguntamos a los meseros cuál es el plato que mejor tienen en el día, nos responde con mucha sinceridad, nos da sugerencias y también cuando preguntamos por algunos platos saben responder, como la diferencia entre los platos el chiringuito y chiringuito.	La interacción con el mesero fue buena las veces que he ido, muy amables y las veces que les preguntamos sobre los platos o si teníamos alguna duda nos respondieron bien, sobre todo en algunos ingredientes del plato.	En el restaurante el Cántaro la atención por parte del mesero fue fructífera ya que al momento que tu solicitas un plato, este te detalla en forma analizada en qué consiste.	Los meseros siempre están atentos y son muy cordiales, eso puedo rescatar del restaurante el Cántaro, no suelo hacer preguntas, pero recuerdo que en una oportunidad cuando vine con mi familia, preguntamos por un platillo en especial y sí me respondió bien.	En cuanto a mi pedido siempre es rápido, todos los meseros también son muy amables y por lo general están atentos a cualquier cosa.	Al momento de hacer el pedido si es rápido el mesero nos muestra la carta en ocasiones, y nos recomienda algunos platos disponibles, y si tengo preguntas se las hago en oportunidad es si he preguntado lo que conlleva el plato y si me respondió.	Los meseros suelen atender rápido el pedido, siento que si están muy preparados al momento de responder alguna duda, en mi caso una vez pregunté sobre un plato que no conocía y me explico detalladamente.	Sí, siempre los meseros están muy atentos y si todo está bien, si necesito alguna cosa o cuando quiero alguna comida extra son muy rápidos al atenderme.	La verdad sí, a veces me apetecía probar algunos platos nuevos y pedía primero información acerca de cómo era la preparación, de pronto me podía caer mal alimento y siempre han sido muy amables para responder mis dudas.	Sí en algún momento quise disfrutar platos nuevos, entonces consulté a los meseros que nos atendieron y fueron muy amables, muy detallistas y también nos recomendaron algunos platos acorde a nuestros intereses en ese momento.	El personal es muy atento, a veces suele haber bastante gente, pero aun así son amables, si tenemos alguna duda, nos dicen los platos disponibles o quizá los que recién se preparan y tomarán más tiempo.	La interacción es muy buena, son muy amables, en ocasiones he preguntado con que guarnición se con que viene el plato, y ellos explican y conocen los platillos	No existe divergencia	Los entrevistados refieren en que la interacción con el mesero es muy buena y también responde a sus dudas.	De acuerdo a los resultados se concluye que los entrevistados consideran que la interacción con el mesero es de lo mejor, el personal está atento y siempre están dispuestos a responder las dudas de los clientes como ciertos ingredientes que se incluyen en el plato, lo que conlleva o alguno que no conocen precisamente.
9. ¿Qué opina acerca de la rapidez al traer su pedido?	Sí, está dentro de lo normal, muy poco se demoran para los	Siento que a veces demoran un poco, y si considero que	A mí parecer en el restaurante el Cántaro, la rapidez	Considero que en la rapidez está bien, aunque influye	En cuanto a rapidez de mi plato, si es aceptable aunque si	La rapidez al traer los pedidos sí me parece regular, siento que	En cuanto a la rapidez suele haber ocasiones donde sí tarda entre	Como decía cuando hay mucha gente de cierta forma hay algo de	La verdad si estoy contenta, porque lo máximo que se demoraban	Bueno, fue muy rápida y si en algún momento y si en algún	Acerca de la rapidez si siento que suelen tardar, aunque la	Siento que el tiempo está dentro de lo aceptable, depende	Existe divergencia en las respuestas de los entrevistados	Los entrevistados concuerdan que a veces	Según las respuestas de los entrevistados, se concluyó que los pedidos

días en los que yo he ido, creo que es regular.	deberían ser algo más rápidos al momento de traer los platos.	de acuerdo al plato solicitado es aceptable	mucho también que tipo de platillo se pide, en anteriores veces por ejemplo mi pedido una vez no demoró fue un tiempo de 10 minutos, y el plato que pidió mi familiar si demoró un poco más pero dentro de lo aceptable.	me ha tocado esperar un poco más cuando he pedido platos como una pañuela o arroz con mariscos.	en ocasiones se demoran mucho con algunos platos, y a veces eso es un poco desesperante.	10 y 20 minutos pero el personal te lo comunica, o también te comenta los platos disponibles que tienen en ese momento ya casi listos.	demora, pero cuando llego temprano es realmente rápido.	era 10 entre 15 minutos y siempre te lo comentan con anticipación	momento se requirió de tiempo pues nos anticiparon y nos dieron algunos piqueos para hacer de la espera algo más agradable.	demora si se entiende, porque suelen haber muchos clientes, el tiempo será aproximado de 15 minutos.	también de los platos pedidos, aunque en lo personal prefiero que tarden algunos minutos porque se siente cuando es preparado al momento.	s con respecto a la rapidez en que se sirve el pedido	demoran un poco en la rapidez del pedido	suelen tardar entre 10 y 20 minutos, depende del plato que se consume, además por lo general los meseros mencionan el tiempo con anticipación para que el cliente tenga el conocimiento y pueda hacer su elección.
10. ¿Qué opina acerca de la sazón de la comida, cómo evalúa la presentación de su plato?	Sí tiene una sazón muy única, muy representativa del restaurante el Cántaro, y cómo evaluó la presentación del plato, bueno en el restaurante me parece que sí es muy singular la presentación puesto que en algunos restaurantes no se encuentra la misma presentación, es bastante acogedor e remembranza esas cosas antiguas que habían	La comida es muy rica, particularmente el ceviche debería estar un poquito mejor pero el resto los platos criollos y todo lo demás, están muy buenos, la presentación del plato siempre es muy buena también.	Yo considero que la sazón de los platos que he llegado a consumir con mi familia en el restaurante el Cántaro es agradable además que la presentación de su plato es muy aceptable.	La sazón es de las mejores que hay, muy buena, además lo que me gusta hoy de los platos es que tienen diferentes presentaciones y a simple vista se notan muy agradables.	La sazón si es muy buena, siempre he podido disfrutar sus buenos platillos, la presentación del plato también es bonita, en ocasiones es muy creativa, y suelen ser platos bastantes llenos.	La sazón si es muy buena, siempre está muy rica. La presentación es agradable, lo que sí puedo notar es que los platillos son bien servidos se puede decir.	La sazón es de lo mejor, es todo muy rico. La presentación me gusta, algunos platos son servidos en bandejitas o fuentes que sirven que hacen diferencia en los platos, y los hace ver creativos.	La comida muy rica, típica de aquí del norte, y me gusta la presentación que utilizan, además son platos que tienen bastante comida	La verdad es muy buena llevo varios años llegando al restaurante y siempre me he sentido muy contenta con el servicio y espero que siga siendo así.	Muy buena desde la presentación hasta el sabor.	La sazón y la presentación del plato muy buena, se sirven en diferentes bandejas y no es algo muy común que usen otros restaurantes, así que me gusta.	No existe divergencia	Todos los entrevistados coinciden que la sazón de la comida y la presentación de su plato es muy buena	Se concluye según las respuestas de los entrevistados, que la sazón de la comida es muy rica, muy buena, y de acuerdo a la presentación de los platos, la mayoría de ellos consideran que es agradable y al mismo tiempo son creativos, asimismo destacan que suelen ser platos en gran proporción.

	en los platos, en las bandejas en cómo representan el ceviche y demás.														
11. ¿Según su criterio, qué opina acerca de los SS.HH del restaurante? (Tamaño, limpieza, implemento s)	De acuerdo a los SS.HH del restaurante me parece que están bien de tamaño, en la limpieza siempre está bien, en los implemento s me parece que podrían poner más papel higiénico o sea que nunca falte.	Los baños son bonitos y son amplios, además siempre están limpios, no faltan los implemento s necesarios.	Los SS.HH con los que cuenta el restaurante siempre está disponible el material de aseo, además que sus ambientes siempre están limpios.	Cada vez que yo he hecho uso de los SS.HH han estado muy limpios, son casi nunca falta papel higiénico o jabón líquido.	En cuanto a los SS.HH, son amplios, siempre los he encontrado eso es lo que más rescato, y suele estar con implemento s de aseo necesarios (papel higiénico, jabón, papel toalla).	Los baños suelen estar siempre limpios, con implemento s necesarios, lo que sí es que deberían señalar su ubicación para que sea más fácil para nuevos clientes que visitan el lugar	Los SS.HH todo bien en limpieza, quizá podrían agregar un letrero más grande donde permita la visión de estos mismos, suele tener los implemento s necesarios, no hay problema con eso.	Me parece que siempre están limpios, siempre agradables.	La verdad es que siempre están muy limpios, amplios, no tengo nada de qué quejarme.	Bueno, ya que nos encontramos ante una situación de pandemia creo que los SS.HH representan parte de todas estas medidas sanitarias que debemos tomar muy limpios, con algunos espacios donde podemos disponer de alcohol y muy agradable todo.	En mi opinión considero que son higiénicos y limpios además he visto que siempre tienen los artículos necesarios.	Los baños son amplios, cada vez que he tenido la oportunidad de entrar han estado siempre limpios e higiénicos	No existe divergencia	Todos los entrevistados coinciden en que los SS.HH son amplios y limpios	Se puede concluir que para los entrevistados los SS.HH del restaurante son amplios, higiénicos, y suelen contar con los implementos necesarios y como sugerencia consideran señalar su ubicación para mayor visión.
12. ¿Según su opinión, cómo considera la infraestructura del restaurante? (limpieza, distribución de mesas, presentación del ambiente, accesibilidad en los servicios)	Considero de que la infraestructura ha mejorado bastante a lo largo de los años se han hecho una ampliación muy vistosa, hay un poco más de áreas verde, un poco más de plantas, y sí la verdad que si me ha	El restaurante en general es muy limpio igual que todas sus instalaciones, el ambiente es agradable y además es muy accesible, el diseño también me agrada mucho, siento que es creativo.	A mi parecer el restaurante el Cántaro cuenta con un ambiente muy familiar y acogedor.	La infraestructura del restaurante siento que está muy bien acondicionada, es amplia también y he podido ver que hay diferentes secciones de mesas donde podemos comer a gusto, además el ambiente	El restaurante siempre está limpio en general y bueno la infraestructura es muy bonita, agradable, es espacioso el local, además han incluido plantas, personalmente considero que se ve muy bien.	El restaurante el cántaro suele estar limpio, es amplio también el ambiente se siente cómodo, y el diseño también es bonito.	La infraestructura me gusta, siempre está limpio, las mesas están bien distribuidas y hay mesas pequeñas y también grandes, el ambiente es amplio y cálido, todo es muy accesible.	Realmente me gusta mucho el lugar por cómo está diseñado porque es un restaurante que muestra nuestra comida típica, además muestra la cultura Lambayecana.	La infraestructura es aceptable porque es un lugar muy amplio, hay muchas mesas, quizás se llene un poco pero siempre hay la posibilidad de obtener el servicio, siempre todo está muy limpio, el personal te atiende muy bien, la verdad es que estoy muy	Muy bueno, muy acogedor y va acorde también al público que visita el lugar.	Me parece un restaurante lindo y acogedor, me gusta porque las mesas están bien distribuidas y el espacio necesario, siempre está limpio y eso da las mejores impresiones.	Considero que en el Restaurante cántaro el diseño es de los más bonitos y agradables, han implementado con más plantas lo que da una mejor vista, hay buena ventilación, y siento que todos los servicios son muy accesibles.	No existe divergencia	Todos los entrevistados mencionan en que la infraestructura amplia, bonita y limpia.	Se concluyó que para los entrevistados la infraestructura es muy agradable, bonito, ya que han incluido áreas verdes lo que ayuda a mejorar su apariencia sin dejar de mostrar la cultura Lambayecana que se desea retratar. El local suele

	gustado ya es más grande y si hay una buena ventilación			está bien distribuido.				contenta.							estar limpio, las mesas suelen estar bien distribuidas, además que el ambiente es accesible incluyendo los servicios y está muy bien acondicionado. Se concluyó que ninguno de los entrevistados ha utilizado el servicio de wifi
13. ¿Cómo fue su experiencia con el wifi del restaurante?	Hasta el día de hoy no he utilizado el wifi del restaurante el Cántaro.	La verdad con respecto al tema de wifi nunca lo utilice y nunca lo solicite tampoco.	No tengo conocimiento o acerca del servicio de wifi.	Tengo entendido que no cuentan con servicio wifi, por eso no lo he usado	No he utilizado el servicio de wifi del restaurante,	No uso el servicio de wifi en el restaurante	No he solicitado servicio wifi en el restaurante	Realmente no utilice el wifi, utilice mis datos.	No suelo usar el servicio de wifi	No, no he logrado utilizar el servicio de wifi.	No he utilizado el servicio wifi	No he solicitado servicio wifi en el restaurante	No existe divergencia	Los entrevistados mencionan que no han utilizado el servicio de wifi	
14. ¿Según su opinión ¿Cómo evalúa el proceso al pedir la cuenta? ¿Hubo algún problema con el medio de pago? (efectivo, tarjeta de crédito)	El proceso al pedir la cuenta es muy rápido, y bueno no, no he tenido ningún problema en el restaurante con respecto al pago.	Sí, el proceso todo bien, normal, como en todo restaurante tienen para tarjeta de crédito, efectivo y todo lo sin ningún problema.	En el restaurante el Cántaro al momento de solicitar la cuenta siempre he sido atendida en un momento oportuno y no habido problemas con el medio de pago, todo correcto.	El proceso es rápido, los meseros están atentos y traen tu boleta, siempre cancelo con efectivo así que no he tenido ningún tipo de problemas.	El proceso al pedir la cuenta suele ser muy rápido, el mesero me trae la boleta y hago el respectivo pago, no he tenido problemas con el medio de pago, en ocasiones he cancelado en efectivo y también en tarjeta de crédito	El proceso es bastante rápido, los meseros traen la cuenta y se cancela, no he tenido problemas con los medios de pago, todo está correcto.	El proceso fue bastante rápido, el personal trae la respectiva cuenta y se realiza el pago, suelo utilizar ambos medios de pago sin ningún problema,	Bastante bien, el personal siempre está atento y bueno respecto a los medios de pago, en mi caso siempre pago en efectivo	Cuando he cancelado lo he hecho en efectivo y también por medio de tarjetas y el proceso ha sido normal no he tenido ningún inconveniente en el restaurante.	No, con anticipación consultamos y podemos cancelar con un tipo de medio de pago y nos comentan cuales son y no ha habido ninguna dificultad hasta el momento.	Al pedir la cuenta todo es sin problemas, los meseros suelen estar atentos, y hay disponibilidad de diferentes medios de pago, así que todo bien en ese aspecto	El proceso no demora, solo el mesero trae la cuenta previamente al llamado y luego se cancela como de costumbre, no he tenido inconvenientes con el medio de pago	No existe divergencia	Los entrevistados refieren que es el proceso de cuenta es rápido y no existe problemas al momento de pagar	Se concluyó Según las respuestas de los entrevistados, que el personal siempre está atento, actúa en el momento oportuno, destacando que el proceso al pedir la cuenta es rápido, óptimo y no hay ningún problema con el medio de pago (efectivo, tarjeta)
15. ¿Qué opinión tiene acerca de la finalización del servicio en el restaurante? (Despedida)	Me parece que está correcta, bien, los meseros se encargan de traerte la boleta de pago y todo muy correcto,	Sí también normal, me parece que las personas que tienen se despiden cordialmente, te agradecen por haber	A mi parecer el servicio que ofrece el restaurante es muy bueno, los meseros son muy amables.	En cuanto al servicio, el personal te agradece y se despide de una manera muy amable hasta el final, al igual que el	En todo momento el personal es muy atento esto incluye hasta el momento de retirarme del local, suelen agradecerme	El servicio es bueno en sí, los meseros son cordiales, atentos y te despiden adecuadamente.	En cuanto a la finalización del servicio es muy bueno, los meseros te agradecen, y te despiden cordialmente	Siento que los meseros y las personas que están ahí siempre son muy amables desde el inicio hasta el final.	El servicio siempre ha sido muy bueno, todos han sido muy amables, desde que he solicitado el servicio hasta el momento de la salida.	Muy agradable al finalizar el mozo nos consulta si hemos quedado satisfechos con el servicio y nos dice	Al último, los meseros agradecen nuestra visita, así que son muy amables, todo bien.	De acuerdo al servicio muy bien, todo el personal es atento, me comentan que esperan nuevamente mi visita.	No existe divergencia	Los entrevistados coinciden que desde el inicio hasta el final (despida) el servicio	Se puede concluir que para los entrevistados la finalización del servicio es muy buena, los meseros suelen ser muy cordiales y siempre te

)	muy bien.	estado ahí	señor de la puerta.	e por la visita, y también me preguntan que si todo estuvo de acuerdo a mi pedido.	e, además te comentan si todo tu pedido estuvo en orden, y nos comentan que volvamos pronto.	que recomiende mos, el restaurante.	es bueno y los meseros son muy amables	despiden amablemente							
16. ¿De manera general, ¿cómo considera usted la experiencia en el restaurante? ¿Lo ofrecido estuvo de acuerdo a la publicidad en la web o a la recomendación?	Me parece que está muy correcta, muy acogedora creo que representa a Lambayeque e como tal y bueno quizás puede que en los ambientes haya mucha bulla de la cocina, quizás podría mejorar en el tema acústico, pero de ahí todo correcto me pareció muy agradable la visitas que hago continuamente al Restaurant el Cántaro.	La experiencia cada vez que voy al restaurante es muy buena, muy acogedor la comida es muy rica, atienden bien y me parece que es un muy buen restaurante, yo siempre trato de recomendar lo cuando me preguntan gente de afuera, que vienen de otros países o otros sitios siempre trato de recomendar les porque es muy buena experiencia cuando uno va al Restaurante el Cántaro.	Debo señalar que la experiencia en el restaurante el Cántaro es para tenerla en cuenta y recomendar la a mi familia y amistades porque lo ofrecido siempre estuvo en conformidad a lo que publicitan en sus redes y siento que si cumplen con todos los servicios.	Siempre es agradable la experiencia en el restaurante el Cántaro, yo cada vez que vengo siempre salgo satisfecho, los platos, el local, el servicio es muy bueno y siempre es igual a su publicidad en redes.	La experiencia es muy buena, personalmente siento que es todo completo, desde el servicio de comida hasta la atención, si me gusta recomendar a mis conocidos porque siento que el restaurante el Cántaro lo merece.	Mi experiencia es aceptable, en sazón y servicio es muy bueno, sin embargo el proceso de hacer cola y esperar muchos minutos al momento de traer el plato le resta puntos a la experiencia en general.	La experiencia es excelente, personalmente me quedo muy satisfecho con el restaurante, siento que todo va acorde, la comida a precios accesibles, gran servicio del personal y un muy buen ambiente.	Considero que sí es muy parecido de acuerdo a su publicidad, sobre todo la presentación del plato y el sabor que tiene la comida.	De hecho es más de lo que esperaba, como les comento llevo varios años asistiendo, la infraestructura aparte de que es muy bonita es un lugar muy agradable donde se puede compartir en familia, también con amigos en trabajo desde el ambiente es muy agradable, el lugar es limpio y la comida siempre está apetecible.	Sí, todo muy agradable e incluso sobrepasó la expectativa que tenía del restaurante el cántaro.	Considero que la experiencia es muy buena, me quedé contenta con el servicio y la sazón, en general me gustó	Sí, todo lo ofrecido estuvo de acuerdo a la publicidad, además si estoy dispuesto a recomendar el restaurante a mis amigos y también familiares, la comida es de las mejores en Lambayeque.	Existe un entrevistado que acepta el servicio, pero considero que deben mejorar en los días en que acuden muchas personas para no esperar mucho respecto al tiempo	Los mayoría de entrevistas coinciden que La experiencia en general es muy buena y están decididos a recomendar a sus conocidos .	Se puede concluir que para la mayoría de los entrevistados la experiencia en general en el restaurante es muy buena, desde la atención, la infraestructura y que lo ofrecido si es muy parecido a lo recomendado o publicitado en sus redes.



### Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, **Lorena Trinidad Medina Esparza**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciado en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos, titulado "**Experiencia del cliente en el Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque**", elaborado por el estudiante, **Gulliana Patricia Coronel Olano**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 04 de Mayo de 2022.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Lorena Medina Esparza", is written over a horizontal line.

*Dra. Lorena Trinidad Medina Esparza*

Apellidos y Nombres del Juez experto  
Firma



### **Constancia de validación por juicio de expertos**

Quien suscribe, **Nicolaza Noedith Aranda Quiroz**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciado en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos, titulado “**Experiencia del cliente en el Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque**”, elaborado por el estudiante, **Gulliana Patricia Coronel Olano**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 01 de Junio de 2022.

A square image showing a handwritten signature in black ink on a light-colored background. The signature is stylized and appears to be the name of the signatory.

---

**Nicolaza Noedith Aranda Quiroz**



### **Constancia de validación por juicio de expertos**

Quien suscribe, **Marcelino Pangan Rivera**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciado en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos, titulado “**Experiencia del cliente en el Cántaro Restaurante Turístico de Lambayeque**”, elaborado por el estudiante, **Gulliana Patricia Coronel Olano**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 04 de Mayo de 2022.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Marcelino", written in a cursive style.

---

Marcelino Pangan Rivera



Lambayeque, 16 de Junio del 2022

### CARTA DE ACEPTACIÓN

Mgtr: Yesenia Aylen Serruto Perea

Directora:  
Administración Hotelera y de Servicios Turísticos

Presente. -

Asunto: Recabar información para elaborar trabajo de investigación

Reciba nuestro cordial saludo y comentarle a la vez por medio del presente documento, que aceptamos a la Srta. Coronel Olano, Gulliana Patricia; con código universitario 181TD78213 y DNI 71813628, para que pueda realizar su trabajo de investigación en "EL CÁNTARO RESTAURANTE TURÍSTICO" ubicado en 2 de mayo 180, Lambayeque 14013. Teniendo la intención de facilitarle la información necesaria que se requiera.

Sin más que agregar, me despido.

Atentamente.



**EL CÁNTARO**  
RESTAURANTE TURÍSTICO  
Desde 1982 al servicio de la población

**Valentín Saavedra Cerro**  
GERENTE



ESCRIBENOS AL WHATSAPP 948148892 / 074-285552

UBICANOS EN DOS DE MAYO 180 - LAMBAYEQUE - PERÚ

rest.turisticoelcantaro oficialelcantaro elcantaroorficial elcantarorestaurantturistico@gmail.com