

MERCADO

La idea de negocio que se tiene consta en: un restaurante, será llamado DelColombiano. El restaurante tendrá una novedosa forma de atender a nuestros comensales, pues sale del marco común (el mesero atiende al comensal), la idea será así. Se subastarán los platos. El ser un restaurante, la estrategia escogida fue B2C pues vamos directamente al consumidor, emociones y pensamiento del consumidor.

Tipo de innovación según manual de Oslo:

Innovación de producto

Justificación Innovación

Debido al que el servicio que se va a prestar, no es el tradicional o convencional servicio a la mesa que realizan los colaboradores o bien nombrado meseros; se diría que la innovación es de producto. Pues consta y se desarrolla por medio de platos subastados; es decir de la cocina saldrán ciertas preparaciones el mesero las tomara las exhibirá y venderá al primer comensal que levante la mano.

MISIÓN

Servimos con pasión y calidez, nos esforzamos día a día por superar tus expectativas como cliente con las innovaciones en nuestras preparaciones y servicio.

VISIÓN

Ser el 2020 un restaurante original, creativo y profesional; reconocido por tener un servicio no convencional, contando con un talento humano capacitado y comprometido para servir, para así posicionarse en calidad, atención y servicio al cliente

VALORES

- **Responsabilidad ambiental:** Cada día nos esforzamos para ser los mejores, es por ello que estamos comprometidos con el medio ambiente. Separamos los desechos orgánicos e inorgánicos generando una forma ecológica y de respeto hacia el medio ambiente y ecosistemas.
- **Respeto:** Actuamos con respeto en la parte externa e interna haciendo un ambiente laboral y servicial cálido.
- **Trabajo en equipo:** Somos un solo equipo, actuamos y nos apoyamos los unos a los otros, creando un vínculo de solidaridad y amistad; para así entregar en cada plato y cliente nuestro talento.
- **Liderazgo:** Somos una compañía emprendedora, que lidera a sus colaboradores de manera que puedan afrontar sus retos diarios al momento de prestarle el servicio a nuestros clientes.
- **Confiabilidad:** Nos esforzamos como compañía y como individuos para que nuestros comensales sientan confianza y seguridad al momento de ingresar al restaurante y degustar nuestra variedad de platos.
- **Transparencia:** Nos encargamos como compañía dejarnos ver como somos como empresa y el trabajo en equipo que se desarrolla día a día en nuestras diferentes áreas de labor dando lo mejor percepción de nosotros.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un restaurante que ofrezca a nuestros clientes una experiencia agradable e inolvidable por medio del servicio de subasta de platos durante su estadía en del Colombiano, para lograrlo se utilizará el mejor equipo y la mejor maquinaria en nuestra cocina, contando con el personal adecuado y capacitado, ubicado en el municipio de Mosquera, Cundinamarca así permitiéndonos dar a conocer por la calidad del servicio y los alimentos a consumir.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proporcionar la mejor atención a nuestros clientes de una manera atenta y confiable donde los comensales puedan pasar un momento agradable con su familia y amigos
- Establecer platos gastronómicos llenos de sabores y sensaciones para el paladar del comensal haciéndolo único y recordado.

- Indicar al comensal información acerca de la carta: sugerir y ofrecer diferentes platillos al comensal (café, licores, quesos o postres).
- Organizar y categorizar por áreas el restaurante haciendo de este un espacio organizado y confiable.

Análisis PESTEL

(Análisis de factores políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos, ecológicos y legales).

Políticos/Legales: Los restaurantes colombianos deben asegurarse de cumplir con las normas sanitarias y de manipulación según lo establecido en el decreto 3075 de 1997, para asegurarnos de no ocasionar problemas en la salud de nuestros comensales, garantizando la satisfacción y fidelización del cliente. Además de velar por la seguridad nuestros comensales, debemos velar por la seguridad y protección de nuestros colaboradores para esto y de acuerdo con el **decreto 36 del 12 de enero del 2016** en el **Artículo 2.2.2.1.2.3** el cual estipula las **garantía de cumplimiento** por parte de la empresa hacia sus colaboradores, en la que la empresa debe cumplir con la obligaciones legales. Además se debe acatar el **decreto 1443 de 2014** teniendo en cuenta y resaltando los siguiente **Artículos 4 – 5** del Ministerio de trabajo; decreto en el cual nos exigen el desarrollo e implementación de la política en la organización, basándonos en el ciclo PHVA (planificar, hacer, verificar y actuar), para así evaluar todas las posibles enfermedades laborales y riesgos laborales que pueden sufrir nuestros colaboradores y nosotros. En cuanto a la contratación en Colombia se rige una Ley para los establecimientos privados o público en la que nos enseñan los tipos de contratos existentes y finalización; dicha Ley es la **N° 80 de 1993** reglamentada por el **Decreto Nacional 734 de 2012**.

Además para que el restaurante pueda abrir legalmente al público, debe cumplir una serie de requisitos.

Registro mercantil	Todo establecimiento de comercio debe inscribirse en el registro mercantil, este es el instrumento legal que tiene como objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de
---------------------------	---

	<p>los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos del comerciante. El registro mercantil es tramitado en la Cámara de Comercio. Así pues, si después del estudio de mercados la idea resulta ser adecuada, los nuevos empresarios empezarán a realizar los debidos trámites, cómo el tipo de persona a formar (natural o jurídica), consultar si el nombre aún no es existente, inscribirse al Registro Único Tributario, elaborar documentos de constitución, registrarse en la Cámara de Comercio.</p>
<p>Diligenciar el certificado de uso de suelos</p>	<p>Antes de proceder a la apertura de un establecimiento de comercio, es preciso diligenciar en la oficina de planeación municipal o quien haga sus veces, el certificado de uso de suelos. Esto tiene un objetivo primordial pues se realiza con el fin de que se certifique que la actividad o labor a desarrollar por el establecimiento se puede desarrollar sin ningún contratiempo.</p>
<p>Certificado de seguridad</p>	<p>El certificado de seguridad es expedido por el departamento de bomberos, y busca que el establecimiento de comercio cumpla con las normas de seguridad, a lo que se refiere como: extintores tipo c y a, salidas de emergencia, botiquín de primeros auxilios, y demás herramientas de seguridad que permitan en un momento dado atender una emergencia que se presente dentro del establecimiento.</p>
<p>Inscripción del RUT</p>	<p>Todo comerciante debe inscribirse en el Rut, y en el caso de ser un comerciante</p>

	perteneciente al régimen simplificado, deberá exhibir el Rut en un lugar visible del establecimiento de comercio. Este es el requisito más común que debe cumplir un establecimiento de comercio para poder abrir al público.
--	---

Económicos: Adquirir las materias primas al por mayor reduciendo costos, previniendo que el alza de los precios afecte la utilidad del producto. Al investigar más a fondo y analizar los tratados de libre comercio que tiene Colombia con algunos países como Estados Unidos, México, Panamá, Guayanas, Chile, Comunidad Andina entre otros tendríamos en el mundo de la gastronomía un impacto positivo, ya que se abren puertas al turismo extranjero. Se implementarían ciertas medidas de visita al país, a la capital. Así mismo se generan las competencias por franquicias de estos países.

Socio-culturales: En este factor nos puede afectar las clases sociales, ya que esto limita nuestro grupo objetivo, por el alto consumo de otro tipo de alimentos también nos podría afectar. El establecimiento gastronómico de acuerdo con la Norma Técnica Sectorial NTS 004 nos indica ciertos aspectos como contar con la información respectiva de ciertos atractivos y/o actividades turísticas del lugar, en este ítem para cumplirlo el restaurante podrá tener cuadros informando las distintas actividades que hay para la comunidad, además de esto informando a la comunidad el valor del patrimonio arquitectónico que tiene el lugar (el establecimiento o lugar de donde está ubicado). Para esto hemos desarrollado un cuestionario compuesto por 5 preguntas:

Restaurante Vitage
Cuestionario

- 1) ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un platillo, en un restaurante cuya temática es el método de subasta?
 - 10.000 – 20.000
 - 20.000 - 30.000
 - 30.000 – 40.000
 - 40.000 o más

- 2) ¿Estaría dispuesto a dirigirse a Mosquera, Cundinamarca a visitarnos?
 - Sí ¿por qué? _____
 - No ¿por qué? _____

- 3) ¿Qué tipo de platillos le gustaría encontrar en un restaurante cuya temática es el método de subasta?
 - Platos típicos
 - Platos internacionales
 - Platos combinados
 - Platos de luxe

- 4) ¿Con qué frecuencia asiste a un restaurante?
 - Una vez a la semana
 - Cada 2 semanas
 - Cada mes
 - Cada 2 meses o más

- 5) ¿Qué elementos influyen en la elección de restaurante?
 - Precio
 - Buena atención
 - Ambiente
 - Sazón
 - Ubicación
 - Todas las anteriores

Tecnológicos: La tecnología es imprescindible para hacer más eficiente la atención y satisfacción del consumidor, por lo tanto, ofreceremos una experiencia más agradable al implementar procesos tecnológicos e innovadores. Es por tanto que sabemos lo importante que es brindar un ambiente ameno a su vez, debemos adquirir el certificado de Sayco & Acinpro ya que todos los establecimientos que hagan uso de música o difundan cualquier otra o tema que esté protegida por derechos de autor, deberán pagar dichos derechos. Teniendo en cuenta que así sea un establecimiento de comercio en el cual no haga uso o requiera de este tipo de obras, de igual manera estos establecimientos deberán tener el certificado de que no es usuario de música y las demás obras o temas que estén bajo derechos de autor. En cuanto a las tecnologías a implementar en el restaurante se podrían tener en cuenta la tecnología digital, es decir, podríamos desarrollar un pago móvil, que los comensales paguen su cuenta desde su celular, este método aplicaría para pagar en tarjeta de crédito y débito; otra alternativa es crear publicidad por medio de páginas web y en redes sociales así dándonos a conocer en el mundo gastronómico, social y comercial.

Ecológicos: Darle a los residuos procedentes de las materias primas la adecuada manipulación con el fin de preservar el medio ambiente. Siguiendo la Norma Técnica Sectorial NTS-TS 004 ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS Y BARES. **REQUISITOS DE SOSTENIBILIDAD**, debemos acatar ciertas normas en cuanto al

establecimiento y a su vez en la protección al medio ambiente de la siguiente manera: **1)** Se deberá tener un plan de sostenibilidad del establecimiento, este deberá contener objetivos claros a largo, corto y largo plazo, serán revisados periódicamente y además e esto se deberá contener un control de los documentos a avalar (productos y servicios que generen un impacto sobre la sostenibilidad, acciones que promuevan beneficios y mitiguen impactos ambientales negativos). **2)** Uso eficiente y ahorro de agua y energía. **3)** Manejo de productos y residuos:

Manejo de productos	Manejo de residuos	Manejo de contaminación atmosférica
<ul style="list-style-type: none"> • Se deberá definir un programa para la minimización y manejo de los productos químicos. • Emplear productos de limpieza que a su vez acaten la NTC 5131 Ministerio de ambiente, la cual nos habla acerca de los distintos tipos de agentes limpiadores, estos deben ser: biodegradables, dilucidad toxica, no deberán ser peligrosos. • Emplear el servicio de mantenimiento de sistemas de refrigeración y aire acondicionado, siempre y cuando esta labor se desarrolle por personal capacitado. • Minimizar el uso de papel en las áreas del establecimiento, además promover el uso del papel en una manera controlada o de material reciclado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registrar la cantidad mensual de residuos que se genera. • Minimizar y separar los residuos de la manera correspondiente y adecuada. • Hacer un buen manejo de las sustancias peligrosas como lo son: aceites de cocina y maquinaria, baterías, tóneres, pinturas, productos químicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • El establecimiento debe identificar fuentes que puedan generar contaminación auditiva y visual, así estos establecimientos deberán contar con un programa con el fin de mitigar esta contaminación. • Si el establecimiento tiene zonas para fumadores, el restaurante deberá tener la debida señalización de la zona estipulada, así mismo el establecimiento debe desarrollar un plan para reducir la contaminación en el aire.

5 fuerzas de Porter

<p>Poder de negociación de los Compradores o Clientes</p>	<p>Como todo restaurante debe contar por lo menos con 3 proveedores para cada alimento, utensilios, maquinaria, baterías, menaje. Esto genera que la oferta y la demanda sea bastante amplia, paa ello se analiza que todos los proveedores se encuentren legalmente constituidos, que estén con las debidas certificaciones de calidad y saneamiento.</p> <p>Como segundo plano que sus productos se encuentren en excelentes y cálidas condiciones, a partir de esto realizar un estudio para cada uno de ellos, las puntuales entregas del producto, su forma de transportarlos. Finalmente observar el precio que mejor se ajuste al restaurante y ejecutar la negociación con el mejor.</p>
<p>Poder de negociación de los compradores o clientes</p>	<p>Debido a la gran demanda de los establecimientos gastronómicos y las diferentes preferencias y gustos de nuestros clientes. Como organización debemos implementar factores de investigación de mercado que nos permita dar a conocer las cualidades de nuestros clientes para obtener nuestro target group, revisando periódicamente la satisfacción del cliente con nuestros servicios ofrecidos. Además brindando espacios que le permitan al comensal exponer sus ideas si desean algún cambio en el manejo de la organización. Otro factor para observar es el tipo de servicio que implementará la empresa, ya que es el de la subasta de platos apreciando que no todos los restaurantes cuentan con este tipo de servicio.</p>
<p>Amenaza de nuevos competidores entrantes</p>	<p>Teniendo en cuenta que el mundo de la cocina y la comida es un sector bastante</p>

	<p>competitivo, ya que genera grandes ganancias si se tiene un excelente manejo administrativo. La organización está en la obligación de realizar un estudio a los nuevos competidores donde se evidencie ítems como: su tipo de innovación en el sector, el tipo de servicio, recursos con los que cuenta, el grupo objetivo que maneja, su administración y el plus que genere algo atractivo al establecimiento.</p> <p>Adquiriendo esta información, se procesa y analiza la información, detallando los puntos débiles de nuestra organización y realizar repetitivos cambios que nos permitan mantenernos en el mercado. Innovando de nuevo en la organización.</p>
<p>Amenaza de productos sustitutos</p>	<p>La variedad de productos sustitutos es muy amplia pues cualquier restaurante dispone de ellos, incluso podemos citar los supermercados que facilitan la adquisición de materias primas para elaborar cualquier tipo de producto, la especialización, la información de pedidos sin afectar la calidad y variedad del producto, deben ser factores diferenciadores que permitan al cliente identificar estos aspectos respecto a la oferta de los competidores más directos.</p>
<p>Rivalidad entre los competidores</p>	<p>Tal como se menciona anteriormente el sector de la industria gastronómica, cuenta con mucha oferta y demanda, por esta razón es necesario que cada empresario fomente ideas de innovación que permitan al comensal la fidelización y reconocimiento de su restaurante, posicionándolo en sus preferencias a la hora de elegir donde elegir donde disfrutar de una agradable y exquisita comida, el tipo de servicio que se ofrecerá y el lugar donde disfruta sus alimentos. Es por eso que nuestra organización se encarga de fomentar, siempre, el mejor tipo de servicio y por ello implementa el servicio de subasta de platos.</p>

1.3 Segmentación geográfica del grupo objetivo

	TAM	SAM	SOM
<i>LOCACIÓN</i>	Plaza Mosquera	Mosquera	Alrededores (Madrid, Funza, Bojacá, Bogotá y Soacha)
<i>DENSIDAD</i>	1.437 Personas.	34.264 Personas.	169.320 Personas.

La apertura del restaurante se realizará en el barrio centro histórico de Mosquera, por la alta actividad extranjera.

Actualmente en Mosquera hay 86.953 habitantes, descontando los habitantes de zona rural, habrían 83.520 habitantes de cabecera, teniendo en cuenta que nuestro producto va dirigido a las personas que se encuentren entre el rango de edad de los 20-30 años de edad. Nuestro producto estaría dirigido a 34.264 habitantes.

Posteriormente dirigiríamos el producto no solo a Mosquera sino a sus alrededores, teniendo en cuenta los mismos parámetros, el nicho de mercado total sería de 169.320 habitantes.

Sitio oficial de Mosquera en Cundinamarca, INDICADORES DE POBLACIÓN, 2013, RECUPERADO DE <http://www.mosquera-cundinamarca.gov.co/indicadores>

1.4 Economía e ingresos del grupo objetivo

Educación: Desde primaria hasta post-grado

Ingresos: \$900.000 - 2'700.000 mensuales

Los productos al ser de gran consumo y al encontrarnos con gran competencia en el sector, tendrán una adquisición no muy alta. Nos enfocaremos a personas en las cuales sus ingresos superen \$900.000 mensuales.

1.5 Psicografía del grupo objetivo

- **Personalidad:** buscamos personas extrovertidas, alegres, animadores, emprendedores que permitan que el desarrollo de nuestro servicio innovador sea agradable y ameno para las demás personas
- **Motivo:** como todo ser vivo necesitamos alimentarnos para poder llevar una vida saludable y equilibrada. es por ello que nuestro consumidor primordialmente se acercará a nuestro restaurante, con el objetivo de satisfacer la necesidad de alimentarse. luego de ello buscará encontrar algo diferente nuevos sabores y formas de servicio y atención. además de disfrutar de un agradable lugar con una buena ambientación que le permita compartir excelente momentos en familia o con su pareja.
- **Estilos de vida:** para este tipo de segmentación, podemos afirmar que los bienes que consumen los clientes puede definirnos de gran manera el estilo de vida que lleva la persona como por ejemplo ante el momento de la elección de un libro:
 - **Cocina en minutos:** perfil práctico.
 - **Cocina light:** personas preocupadas por su apariencia física.
 - **Cocina para niños:** madres con hijos pequeños.
 - **Cocina gourmet:** personas con gustos refinados a las que les gusta cocinar.

<http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Segmentacion%20Psicografica,%20Conociendo%20al%20Consumidor.PDF>

1.6 Edad, género y ciclo de vida

En cuanto a la segmentación de **edades**, debemos tener en cuenta que tenemos un gran grupo, a su vez debemos tener en cuenta que al cambiar la edad, cambian nuestros gustos y costumbres.

Nuestra compañía se enfoca en consumidores desde los más pequeños de la familia hasta a los consumidores de un rango de las edades de 20 – 35 años de edad.

No existen diferencias de **género** en cuanto este tema, nuestro producto irá enfocado tanto al sexo masculino, femenino y miembros de la comunidad LGTBI.

En nuestro **ciclo de vida** se dividirá en 7 grupos, entre ellos se encuentran:

- a) **Solteros y jóvenes que no viven con sus padres:** Son personas que tienen pocas cargas financieras y buscan cosas nuevas.
- b) **Recién casados:** Son personas que tienen una mejor posición económica, es el mercado con un promedio más alto de compra.
- c) **Hogar establecido:** Se compone además de la pareja de un hijo menor a 6 años. Están interesados en nuevos productos y algo novedoso para su hijo.
- d) **Hogar establecido II:** Tienen una mejor posición financiera, pues algunas mujeres trabajan.
- e) **Hogar establecido III:** Son parejas en los cuales tienen hijos maduros y algunos independientes, su capacidad de compra es mucho mayor.
- f) **Hogar vacío:** Son consumidores que no están interesados en algo novedoso
- g) **Sobreviviente:** En cuanto a este tipo de consumidores, no buscan nada nuevo, en este momento tienen necesidades médicas por lo que sus cargas financieras están dedicadas a esta.

1.7 Diseño de instrumento y aplicación en campo

A continuación encontrará un cuestionario con una serie de preguntas que nos permitirán conocer más acerca de sus gustos y preferencias en los restaurantes de comida típica colombiana.

I Hábitos

1. ¿Cuál es la razón principal por el que usted asiste a los restaurantes de comida típica colombiana?
 - a) Por la atención
 - b) Calidad del producto
 - c) Ubicación
 - d) Todas las anteriores

2. ¿Qué elementos tiene en cuenta al momento de ingresar a un restaurante?
(selección múltiple, marque por lo menos 3)
 - a) Limpieza y orden
 - b) Ambiente del espacio
 - c) Atención
 - d) Costo del producto
 - e) Variedad de platos
 - f) Ubicación
 - g) Todas las anteriores

3. ¿Por qué se ha sentido defraudado o desanimado al momento de ingresar a un establecimiento gastronómico? (múltiple respuesta, maque por lo menos 2)

- a) Limpieza y orden
 - b) Mala atención
 - c) Objetos extraños en el alimento (pelos, cucarachas, etc.)
4. En general, va usted a restaurantes que ofrezcan una carta:
- a) Mixta
 - b) Le es indiferente
 - c) Otro _____
5. ¿Porque deja de asistir a un restaurante al que recurre frecuentemente por ingresar a otro?
- a) Variedad de platos
 - b) Costo en el producto
 - c) Mala atención
 - d) Cambios en la administración
6. ¿Con que frecuencia asiste a establecimientos gastronómicos mensualmente?
- a) Mucho (12 veces – o más)
 - b) Casual (8 veces – 11 veces)
 - c) Poco (5 veces – 7 veces)
 - d) Muy poco (1 vez – 4 veces)
 - e) Nunca (0)
7. ¿Cuánto paga usted normalmente en un restaurante gastronómico?
- a) \$10.000
 - b) Entre \$10.000 a \$40.000
 - c) Entre \$41.000 a \$60.000
 - d) Más de \$61.000

II Presentación

La idea de negocio que tenemos trata de un restaurante tipo subasta de comida típica colombiana junto a shows en vivo y en ocasiones tendremos cocina en vida. La idea es tener preparaciones listas



o recién salidas de la cocina. El servicio no será un servicio convencional, el servicio será de la forma de voceo, un tipo subasta. La preparación sale de la cocina, los meseros empiezan a vocearla y los comensales alzarán la mano y aquel que alce la mano primero obtendrá la preparación deseada.



III Evaluación

8. ¿Qué precio sería justo para usted para lo que anteriormente acaba de describirle?
- a) \$10.000 a \$20.000
 - b) \$21.000 a \$30.000
 - c) \$31.000 a \$40.000
 - d) \$41.000 o más
9. ¿Qué mejoras sugiere al producto?

10. ¿Qué probabilidad hay en que usted asista a un restaurante?

- a) Asistiré
- b) Tal vez asista
- c) Probablemente no asista
- d) Nunca asistiré

IV Distribución:

11. ¿En qué canal de distribución desea que vendamos nuestro servicio?

- a) Domicilio
- b) Ferias y fiestas
- c) Punto de venta
- d) Otro _____

12. ¿En qué canal de comunicación quiere ver el nuestro servicio? (selección múltiple, selecciones por lo menos dos opciones)

- a) Radio
- b) Televisión
- c) Prensa o revistas
- d) Vallas publicitarias
- e) Todas las anteriores

V Demografía:

13. ¿Cuál es su edad?

14. Cuáles son ingresos salariales mensuales

- a) Entre \$900.000 a \$1'000.000

- b) Entre \$1'100.000 a \$2'000.000
- c) Entre \$2'100.000 a \$3'000.000
- d) Más de \$3'100.000

Agradecemos a usted por tomarse el tiempo necesario para responder este cuestionario ya que es de suma importancia su opinión para brindarle el mejor servicio.

Aplicación en campo, conclusiones y recomendaciones

	A	B	C	D	E	F	
1	Marca temporal	1. ¿Cuál es la razón principal por la que dejó de asistir?	2. ¿Qué elementos tiene en cuenta al elegir un restaurante?	3. ¿Por qué se ha sentido atraído/a por este restaurante?	4. En general, ¿va usted a restaurantes frecuentemente?	5. ¿Por qué deja de asistir a un restaurante?	6. ¿Con qué frecuencia va a restaurantes?
2	3/22/2017 13:37:18	a) Por la atención	a) Limpieza y orden, c) At(a)	a) Limpieza y orden	a) Mixta	c) Mala atención	d) Muy poco
3	3/22/2017 13:41:02	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, b) A(a)	a) Limpieza y orden	a) Mixta	a) Variedad de platos	d) Muy poco
4	3/22/2017 14:03:37	b) Calidad del producto	a) Limpieza y orden, b) A(b)	Mala atención	a) Mixta	c) Mala atención	c) Poco (5 v
5	3/22/2017 14:17:18	b) Calidad del producto	a) Limpieza y orden, b) A(b)	Mala atención	a) Mixta	a) Variedad de platos	c) Poco (5 v
6	3/22/2017 16:31:33	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, b) A(b)	Mala atención	b) Le es indiferente	c) Mala atención	a) Mucho (1
7	3/22/2017 16:35:05	b) Calidad del producto	b) Ambiente del espacio, a)	Limpieza y orden	a) Mixta	a) Variedad de platos	c) Poco (5 v
8	3/22/2017 16:38:16	b) Calidad del producto	a) Limpieza y orden, c) A(b)	Mala atención	a) Mixta	a) Variedad de platos	d) Muy poco
9	3/22/2017 16:46:04	b) Calidad del producto	a) Limpieza y orden, c) A(c)	Objetos extraños en el	a) Mixta	a) Variedad de platos	c) Poco (5 v
10	3/22/2017 16:59:28	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, c) A(c)	Objetos extraños en el	b) Le es indiferente	b) Costo en el producto	d) Muy poco
11	3/22/2017 16:59:54	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, d) C(c)	Objetos extraños en el	b) Le es indiferente	a) Variedad de platos	b) Casual (8
12	3/22/2017 17:06:14	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, c) A(b)	Mala atención	b) Le es indiferente	a) Variedad de platos	c) Poco (5 v
13	3/22/2017 17:09:14	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, c) A(b)	Mala atención	a) Mixta	d) Cambios en la adminis	c) Poco (5 v
14	3/22/2017 17:33:39	c) Ubicación	b) Ambiente del espacio, c)	Objetos extraños en el	b) Le es indiferente	c) Mala atención	c) Poco (5 v
15	3/22/2017 18:06:13	b) Calidad del producto	a) Limpieza y orden, c) A(b)	Mala atención	Con comida poco usual.	d) Cambios en la adminis	b) Casual (8
16	3/22/2017 19:55:35	b) Calidad del producto	a) Limpieza y orden, b) A(b)	Mala atención	a) Mixta	a) Variedad de platos	d) Muy poco
17	3/22/2017 20:28:22	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, d) C(b)	Mala atención	b) Le es indiferente	d) Cambios en la adminis	b) Casual (8
18	3/22/2017 21:10:18	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, c) A(a)	Limpieza y orden	a) Mixta	d) Cambios en la adminis	c) Poco (5 v
19	3/22/2017 21:12:18	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, d) C(a)	Limpieza y orden	a) Mixta	d) Cambios en la adminis	c) Poco (5 v
20	3/22/2017 23:19:49	b) Calidad del producto	a) Limpieza y orden, b) A(b)	Mala atención	a) Mixta	c) Mala atención	d) Muy poco
21	3/23/2017 3:58:22	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, b) A(b)	Mala atención	b) Le es indiferente	c) Mala atención	b) Casual (8
22	3/23/2017 10:08:46	a) Por la atención	a) Limpieza y orden, b) A(b)	Mala atención		a) Variedad de platos	c) Poco (5 v
23	3/23/2017 12:11:34	b) Calidad del producto	a) Limpieza y orden, b) A(b)	Mala atención	a) Mixta	a) Variedad de platos	c) Poco (5 v
24	3/23/2017 16:33:32	b) Calidad del producto	a) Limpieza y orden, c) A(b)	Mala atención	b) Le es indiferente	c) Mala atención	b) Casual (8

1	Marca temporal	1. ¿Cuál es la razón principal?	2. ¿Qué elementos tiene el producto?	3. ¿Por qué se ha sentido así?	4. En general, va usted a regresar?	5. ¿Porque deja de asistir?	6. ¿Con qué frecuencia?
24	3/23/2017 16:33:32	b) Calidad del producto	a) Limpieza y orden, c) At	b) Mala atención	b) Le es indiferente	c) Mala atención	b) Casual (8
25	3/23/2017 17:43:20	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, c) At	b) Mala atención	a) Mixta	c) Mala atención	c) Poco (5 v
26	3/23/2017 19:03:18	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, c) At	a) Limpieza y orden	a) Mixta	c) Mala atención	b) Casual (8
27	3/23/2017 19:39:54	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, b) A	b) Mala atención	a) Mixta	c) Mala atención	b) Casual (8
28	3/23/2017 23:56:44	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, b) A	a) Limpieza y orden	a) Mixta	a) Variedad de platos	c) Poco (5 v
29	3/24/2017 5:08:24	b) Calidad del producto	a) Limpieza y orden, c) At	b) Mala atención	a) Mixta	a) Variedad de platos	d) Muy pocc
30	3/24/2017 8:26:48	b) Calidad del producto	b) Ambiente del espacio, a)	Limpieza y orden	a) Mixta	a) Variedad de platos	d) Muy pocc
31	3/24/2017 10:02:25	b) Calidad del producto	g) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden	a) Mixta	a) Variedad de platos	c) Poco (5 v
32	3/24/2017 14:28:42	b) Calidad del producto	g) Todas las anteriores	b) Mala atención	b) Le es indiferente	b) Costo en el producto	d) Muy pocc
33	3/25/2017 9:53:58	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, c) At	c) Objetos extraños en el	a) Mixta	a) Variedad de platos	b) Casual (8
34	3/25/2017 10:12:51	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden	b) Mala atención	a) Mixta	a) Variedad de platos	d) Muy pocc
35	3/25/2017 10:24:06	a) Por la atención	a) Limpieza y orden, b) A	b) Mala atención	a) Mixta	c) Mala atención	b) Casual (8
36	3/25/2017 10:25:04	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, c) At	c) Objetos extraños en el	a) Mixta	a) Variedad de platos	c) Poco (5 v
37	3/25/2017 10:28:03	a) Por la atención	a) Limpieza y orden, b) A	a) Limpieza y orden	a) Mixta	c) Mala atención	c) Poco (5 v
38	3/25/2017 10:42:09	d) Todas las anteriores	g) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden	a) Mixta	d) Cambios en la administr	c) Poco (5 v
39	3/25/2017 11:05:59	d) Todas las anteriores	g) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden	b) Le es indiferente	c) Mala atención	d) Muy pocc
40	3/25/2017 12:55:17	b) Calidad del producto	b) Ambiente del espacio	b) Mala atención	b) Le es indiferente	a) Variedad de platos	b) Casual (8
41	3/25/2017 14:30:03	c) Ubicación	g) Todas las anteriores	b) Mala atención	a) Mixta	c) Mala atención	d) Muy pocc
42	3/25/2017 14:41:42	d) Todas las anteriores	g) Todas las anteriores	b) Mala atención	a) Mixta	c) Mala atención	c) Poco (5 v
43	3/25/2017 14:58:24	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, d) C	a) Limpieza y orden	b) Le es indiferente	c) Mala atención	d) Muy pocc
44	3/25/2017 15:03:22	b) Calidad del producto	a) Limpieza y orden, c) At	c) Objetos extraños en el	a) Mixta	d) Cambios en la administr	e) Nunca (0)
45	3/25/2017 15:09:42	a) Por la atención	c) Atención, e) Variedad	c) Mala atención	a) Mixta	b) Costo en el producto	b) Casual (8
46	3/25/2017 15:10:59	a) Por la atención	g) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden	a) Mixta	d) Cambios en la administr	d) Muy pocc
47	3/25/2017 16:17:57	a) Por la atención	c) Atención, e) Variedad	c) Objetos extraños en el	a) Mixta	c) Mala atención	c) Poco (5 v
48	3/25/2017 16:30:24	b) Calidad del producto	b) Ambiente del espacio, b)	Mala atención	b) Le es indiferente	b) Costo en el producto	a) Mucho (1
49	3/25/2017 16:31:08	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, c) At	b) Mala atención	b) Le es indiferente	c) Mala atención	d) Muy pocc
50	3/25/2017 16:31:47	b) Calidad del producto	b) Ambiente del espacio, c)	Objetos extraños en el	b) Le es indiferente	a) Variedad de platos	c) Poco (5 v
51	3/25/2017 16:32:48	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, c) At	b) Mala atención	a) Mixta	a) Variedad de platos	d) Muy pocc
52	3/25/2017 16:34:49	a) Por la atención	a) Limpieza y orden, b) A	b) Mala atención	a) Mixta	c) Mala atención	c) Poco (5 v
53	3/25/2017 16:36:27	b) Calidad del producto	a) Limpieza y orden, b) A	b) Mala atención	a) Mixta	c) Mala atención	d) Muy pocc
54	3/25/2017 16:38:03	a) Por la atención	a) Limpieza y orden, c) At	a) Limpieza y orden	a) Mixta	c) Mala atención	d) Muy pocc
55	3/25/2017 16:38:50	a) Por la atención	a) Limpieza y orden, c) At	b) Mala atención	b) Le es indiferente	b) Costo en el producto	a) Mucho (1
56	3/25/2017 16:40:22	a) Por la atención	a) Limpieza y orden, c) At	b) Mala atención	b) Le es indiferente	a) Variedad de platos	a) Mucho (1
57	3/25/2017 16:41:24	d) Todas las anteriores	g) Todas las anteriores	b) Mala atención	b) Le es indiferente	b) Costo en el producto	a) Mucho (1
58	3/25/2017 16:44:10	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, c) At	b) Mala atención	a) Mixta	c) Mala atención	c) Poco (5 v
59	3/25/2017 16:45:22	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, c) At	b) Mala atención	a) Mixta	c) Mala atención	c) Poco (5 v
60	3/25/2017 16:46:06	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, c) At	b) Mala atención	a) Mixta	c) Mala atención	a) Mucho (1
61	3/25/2017 16:46:43	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, c) At	b) Mala atención	a) Mixta	c) Mala atención	b) Casual (8
62	3/25/2017 16:48:14	d) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden, c) At	b) Mala atención	a) Mixta	c) Mala atención	c) Poco (5 v
63	3/25/2017 16:49:16	d) Todas las anteriores	g) Todas las anteriores	a) Limpieza y orden	a) Mixta	c) Mala atención	c) Poco (5 v