



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

CAMPAÑA DE REPOSICIONAMIENTO PARA UN
RESTAURANTE TÍPICO. CASO “RINCÓN LA RONDA
RESTAURANTE”

AUTOR

CAMILA DOMÉNICA ARRIETA AVILÉS

AÑO

2018



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

CAMPAÑA DE REPOSICIONAMIENTO PARA UN RESTAURANTE TÍPICO.
CASO "RINCÓN LA RONDA RESTAURANTE"

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciada en Publicidad.

Profesor guía
María Andrea Pardo Rueda

Autor
Camila Doménica Arrieta Avilés

Año
2018

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, Campaña de reposicionamiento para un restaurante típico. Caso: Rincón la Ronda Restaurante, a través de reuniones periódicas con el estudiante Camila Doménica Arrieta Avilés, en el semestre 2018 - 2, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

María Andrea Pardo Rueda
Master Business Administration
C.I. 171640546-7

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, Campaña de reposicionamiento para un restaurante típico. Caso: Rincón la Ronda Restaurante, del estudiante Camila Doménica Arrieta Avilés, en el semestre 2018 - 2, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

María de la Paz Villacrés Lara

Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional

C.I. 171398831-7

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Camila Doménica Arrieta Avilés

C.I: 1717796872

AGRADECIMIENTOS

Primero quiero agradecer a Dios y a mi familia, en especial a mi madre Katalina Avilés que sin ella no hubiera sido esto posible. A mi novio Alejandro y a mi hijo Mathias quienes fueron mi fortaleza poder realizar mi tesis.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto de tesis a mi familia quienes fueron mi motivación y fuerza para lograr cumplir este objetivo. A mi madre en especial que es mi motor y ejemplo a seguir. A mi novio Alejandro y mi hijo Mathias que estuvieron a mi lado siendo mi apoyo e inspiración.

RESUMEN

El término restaurante nace en el año 1765, con el fin de poder ofrecer a las personas un lugar en donde puedan sentirse más confortables y degustar platos de comida. Un restaurante tradicional se caracteriza por ofrecer una variedad de platos y en donde el comensal tiene la oportunidad de escoger qué desea degustar para que luego el mesero lo pase a la mesa.

La investigación se lo llevó a cabo en el Distrito Metropolitano de Quito, mediante la utilización de herramientas como encuestas, entrevistas y guías de observación con el fin de poder conocer el nivel de posicionamiento que tiene Rincón la Ronda Restaurante en la ciudad, para de esta manera proponer una efectiva campaña de comunicación.

El motivo por el cual se escogió la marca, es con el fin de poder potencializar la gastronomía típica ecuatoriana para que los turistas tanto nacionales como internacionales puedan saber más acerca de ello y que no se pierda la tradición por la comida que nos representa.

Rincón la Ronda Restaurante abre sus puertas el 11 de mayo de 1982 con el fin de poder ofrecer un servicio de calidad tanto al turista nacional como internacional, teniendo buenos resultados los cuales se ven reflejados en los reconocimientos obtenidos durante estos años.

A pesar de contar con 36 años de experiencia siempre es bueno renovar sin perder la tradición que representa al restaurante, esta es la razón del por qué el establecimiento debe comunicar acerca del nuevo concepto “La tradición que despierta tu gusto” a sus consumidores y posibles consumidores.

Mediante la realización de esta campaña se busca generar un reposicionamiento de Rincón la Ronda y que las personas sepan que aún existen lugares de comida tradicional en donde pueden asistir con sus familiares o seres queridos.

ABSTRACT

The term restaurant appeared in 1765, the purpose of this place is to offer people a suitable place where they could feel more comfortable and where they could taste several dishes. A traditional restaurant is characterized by offering a variety of dishes where the diner has the opportunity to choose what he wants to taste, so the waiter serves it on the table.

This study was carried out in the Metropolitan District of Quito. The tools that were applied were surveys, interviews and observation guides. They were used in order to know the level of positioning that Rincón la Ronda Restaurant has in the city; thus an effective campaign of communication was proposed.

The Brand was chosen in order to promote the typical Ecuadorian gastronomy, so that national and international tourists could know more about this type of food. It is necessary to keep our traditions and it should be stated that the typical food is the most representative from our country. Rincón la Ronda Restaurant opened on May 11th, 1982, its main purpose was to offer quality service to the national as well as international tourists. This restaurant has obtained good results which are reflected in the recognitions obtained during these years.

Even though this restaurant has been working for 36 years, it is always advisable to renew it without putting aside the tradition that represents it. For this reason, the establishment should communicate about the new concept that is "The tradition that wakes your taste up" to its customers and possible customers.

This study focused on getting a new positioning of Rincón la Ronda by means of the accomplishment of this campaign. Also, this campaign wants people to know that there are places where traditional food is served where they can go and share time with their relatives or loved ones.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1: TEMA	2
1.1 TEMA	2
1.2 PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN.....	3
CAPÍTULO 2: ESTADO DEL ARTE	4
2.1 ANTECEDENTES	5
2.1.1 Tipos de restaurantes	7
2.1.2 Restaurantes típicos	8
2.1.3 Gastronomía ecuatoriana	9
2.1.4 Platos representativos del Ecuador	11
2.2 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL MERCADO	12
2.2.1 Tendencia de comunicación de restaurantes	12
2.2.2 Casos nacionales	13
2.2.3 Casos internacionales	14
2.3 ANÁLISIS DEL CASO DE ESTUDIO	16
2.3.1 Situación actual del cliente “Rincón la Ronda Restaurante”	16
2.3.2 Análisis Foda “Rincón la Ronda Restaurante”	18
CAPÍTULO 3: INVESTIGACIÓN	20
3.1 OBJETIVO GENERAL	20
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	20
3.4 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	20
3.5 HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN	21
3.5.1 Investigación cualitativa	21
3.5.2 Investigación cuantitativa	21
3.5.3 Investigación exploratoria	21
3.6 UNIVERSO Y MUESTRA	22

3.7 RESULTADOS	24
3.7.1 Encuestas	24
3.7.2 Entrevistas	34
3.7.3 Guía de observación.....	48
CAPÍTULO 4: PROPUESTA	53
4.1 HALLAZGOS	53
4.2 GRUPO OBJETIVO	54
4.3 DESARROLLO ESTRATÉGICO	54
4.3.1 Modelo estratégico.....	54
4.3.1.1 Comms planning.....	54
4.3.1.2 Objetivo de la campaña	55
4.3.1.3 Problema del negocio	55
4.3.1.4 Estrategia	55
4.3.1.5 Verdades	55
4.3.1.6 Posicionamiento	56
4.3.1.7 Idea de la campaña	56
4.4 CONCEPTO CAMPAÑA	56
4.5 DESARROLLO	56
4.6 PLAN DE MEDIOS	76
4.7 CRONOGRAMA	77
4.8 PRESUPUESTO	78
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ...	79
5.1 CONCLUSIONES	79
5.2 RECOMENDACIONES	79
REFERENCIAS	80
ANEXOS	83

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Imagen del Primer Restaurante	4
Figura 2. Foto Restaurante La Casona el Descanso	9
Figura 3. Imagen del video Restaurante Pim's	13
Figura 4. Imagen del video Ila Experience Hotel	14
Figura 5. Imagen Vista Hermosa	14
Figura 6. Imagen del spot publicitario "Déjate abrazar"	15
Figura 7. Imagen del spot publicitario "Dame Galicia"	15
Figura 8. Imagen de Rincón la Ronda Restaurante	17
Figura 9. Preferencia de los restaurantes	24
Figura 10. Frecuencia de asistencia a restaurante	24
Figura 11. Lugares de consumo	25
Figura 12. Posicionamiento de lugares	26
Figura 13. Grado de importancia de ubicación	27
Figura 14. Porque la ubicación es importante	27
Figura 15. Referente a cuanto pagarían por un plato típico	28
Figura 16. Referente a los deseos que tiene las personas	29
Figura 17. Medir la recordación sugerida de restaurantes	29
Figura 18. Referente a lo que debe tener un restaurante para que asista gente	30
Figura 19. Referente al medio por el que se informan	31
Figura 20. Para medir la asistencia de gente	32
Figura 21. Referente en qué ocasiones asiste la gente	32
Figura 22. ficha de observación día domingo	48
Figura 23. ficha de observación día domingo	49
Figura 24. ficha de observación día domingo	50
Figura 25. ficha de observación día domingo	51

Figura 26. Arquitectura de campaña	55
Figura 27. Gráfica del nuevo concepto	57
Figura 28. Gráfica referente a la barrera 1.....	58
Figura 29. Gráfica referente a la barrera 1, redes sociales	58
Figura 30. Gráfica referente a la barrera 1, Instagram	59
Figura 31. Gráfica referente a la barrera 1, Instagram	60
Figura 32. Gráfica referente a la barrera 1, redes sociales	61
Figura 33. Gráfica referente a la barrera 1, redes sociales	61
Figura 34. Gráfica referente a la barrera 1, redes sociales	62
Figura 35. Gráfica referente a la barrera 1, redes sociales	62
Figura 36. Gráfica referente a la barrera 1, mailing	63
Figura 37. Diseño para carta del menú	64
Figura 38. Gráfica referente a la barrera 2, redes sociales	65
Figura 39. Gráfica referente a la barrera 2, redes sociales	66
Figura 40. Gráfica referente a la barrera 2, redes sociales	67
Figura 41. Gráfica referente a la barrera 2, cartilla	68
Figura 42. Mockup de cartilla de almuerzos	68
Figura 43. Gráfica referente a la barrera 2, activación	69
Figura 44. Gráfica referente a la barrera 2, activación	69
Figura 45. Diseño de volante indicando la nueva ubicación	70
Figura 46. Gráfica referente a la barrera 3, redes sociales	71
Figura 47. Diseño de valla	71
Figura 48. Mockup de valla	72
Figura 49. Mockup de la pantalla en “Waze”.....	73
Figura 50. Mockup de la pantalla en “Waze”.....	73
Figura 51. Mockup de la pantalla en “Waze”.....	74
Figura 52. Mockup de la pantalla en “Waze”.....	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Platos típicos del Ecuador	11
Tabla 2. Tabla del universo	22
Tabla 3. Entrevista	34
Tabla 4. Entrevista	35
Tabla 5. Entrevista	36
Tabla 6. Entrevista	37
Tabla 7. Entrevista	38
Tabla 8. Entrevista	39
Tabla 9. Entrevista	40
Tabla 10. Entrevista	41
Tabla 11. Entrevista	42
Tabla 12. Entrevista	43
Tabla 13. Entrevista	44
Tabla 14. Entrevista	45
Tabla 15. Entrevista	46
Tabla 16. Justificación de medios	75
Tabla 17. Plan de medios	76
Tabla 18. Cronograma plan de medios	76
Tabla 19. Cronograma	77
Tabla 20. Presupuesto	78

INTRODUCCIÓN

Los establecimientos que ofrecen comida típica se diferencian por brindar platos característicos del lugar al que pertenezcan, sin dejar a un lado que se basan en la implementación de productos que son cultivados en el país. Estos establecimientos de comida típica permiten que tanto las personas extranjeras o del propio país puedan degustar de la gastronomía que los representa y conocen más acerca de su cultura.

En cuanto al turismo se menciona que la gastronomía es un factor primordial ya que las personas o turistas se encuentran en movimiento es decir visitan varios países y entre esos lo primordial es probar los platos representativos del lugar, es por esta razón que uno de los motivos de la gastronomía es brindar experiencia hacia las personas para que puedan regresar.

Mediante la comida ecuatoriana se puede dar a conocer tanto a los turistas como personas del país la riqueza que tiene el Ecuador al contar con 4 regiones como: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular se obtiene una gran variedad, y de igual manera se cuenta con amplia variedad de productos los cuales son desarrollados en las diferentes partes del país, esto permite obtener un gran camino en el ámbito culinario, ya que al contar con variedad de productos y platos permite generar experiencias en los consumidores.

Un ejemplo es el restaurante *Rincón la Ronda Restaurante*, el cual se caracteriza por ser un establecimiento de comida típica ecuatoriana que brinda a sus clientes platos característicos del Ecuador con el objetivo de dar a conocer la cultura que tiene el país.

Se menciona que lo descrito con anterioridad se encuentra especificado a continuación en el segundo capítulo titulado estado del arte, después se podrá observar la investigación que se realizó con los hallazgos mas importantes para luego seguir con el cuarto capítulo en donde se encontrará la propuesta de la campaña.

En el siguiente apartado se encontrará toda la investigación que se realizó para poder generar la campaña a *Rincón la Ronda Restaurante*.

CAPÍTULO 1. TEMA

1.1 TEMA.

Gastronomía ecuatoriana en restaurantes típicos.

1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN Y JUSTIFICACIÓN:

A raíz de la crisis económica que está pasando en el Ecuador desde el año 2015 (INEC, 2016), el establecimiento Rincón la Ronda Restaurante se vio afectado en cuanto a una reducción en ventas en los años 2015 – 2016.

Los establecimientos que brindan platos a la carta sufrieron una baja en sus ventas ya que los comensales actualmente buscan lugares en donde se ofrezcan nuevas alternativas en cuanto a almuerzos que sean de mayor accesibilidad para ellos por esta razón los lugares que cuentan con almuerzos de \$3 dólares han logrado mantener sus ventas. En cuanto a la sección de restaurantes de Quito 21 establecimientos gastronómicos se vieron afectados y tuvieron que cerrar sus puertas hasta finalizar el año 2015 (Comercio, 2016).

Actualmente los establecimientos que cuentan con almuerzos y platos a la carta han mantenido sus ventas ya que los consumidores buscan ofertas económicas el cual contenga platos nutritivos ya que actualmente se limitan en gastar demás. En cuanto a restaurantes que ofrecen únicamente platos a la carta se vieron obligados a bajar un 10% al costo final con el objetivo de retener a sus clientes y llamar la atención de nuevos consumidores, mientras que en otros establecimientos prefirieron adecuar sus instalaciones, proponer nuevos platos a la carta y en capacitar al personal con tal de no reducir el costo (Comercio, 2016).

En la sección alimenticia se vio un reducimiento de la demanda del 20% a 25% por parte de los comensales, cabe mencionar que el sector alimenticio contribuye en la economía del país con el PIB del 40%, en donde se genera 2,2 millones de plazas de trabajo que genera esta industria alimenticia (La Hora, 2016).

Se debe mencionar que en el año 2014 la economía del país tuvo un aumento de 3,8% en el PIB, mientras que en el año 2016 se vio una reducción del -1,9%, y en el 2017 se ha visto una variación a comparación de los 2 años anteriormente mencionados ya que se puede observar un crecimiento del 2,2% en donde se

saca como conclusión que el país se encuentra en crecimiento (Banco Central del Ecuador, 2017).

Otra razón de la crisis económica en el Ecuador fue el terremoto que se vivió el 16 de abril en donde se vio afectada la Costa ecuatoriana, sin embargo, el turismo incrementó en la Sierra, Oriente y Región Insular (La Hora, 2016).

Por todas estas razones antes mencionadas los ecuatorianos se vieron afectados y el desempleo fue de los 4,9 puntos desde marzo del 2015 a marzo del 2016, por otro lado, el subempleo ha tenido un crecimiento de 5,2 puntos específicamente en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca, la tasa de desempleo ha tenido ampliaciones representativas del 3,4 y 3,5 puntos (INEC, 2016).

CAPÍTULO 2. ESTADO DEL ARTE

“Todo el mundo trata de realizar algo grande,
sin darse cuenta de que la vida se
compone de cosas pequeñas”

Frank Clark

2.1 ANTECEDENTES.

La palabra “*restaurant*” es de procedencia francés, fue utilizada por primera vez en el año 1765 en un comedor donde el dueño era un mesero el cual se apellida *Boulangier* el decidió abrir un sitio de comida para poder servir a las personas de la comunidad de ese sitio, fuera de su local se encontraba una frase el cuál manifestaba: “*Vengan aquellos de estómagos quejosos y yo los restauraré*”, este sitio en primer lugar se destacó por presentar un servicio de primera y elegante. Las personas cada vez que pasaba el tiempo y los años empezaron a cambiar sus habituales comedores por restaurantes (Introducción a la gastronomía, 2004).

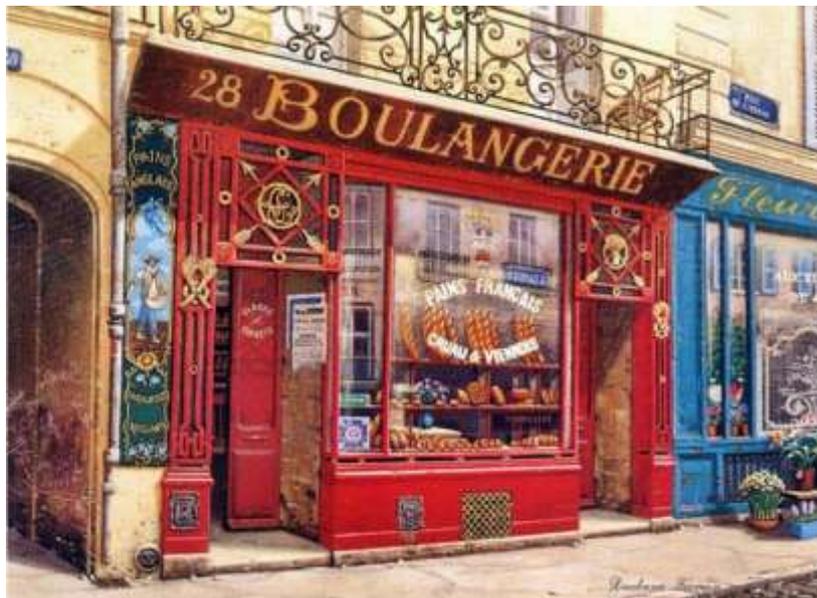


Figura 1. Primer restaurante que se abrió en Francia, llamado “*Boulangerie*”. Tomado de blogsport.com

En el año de 1780 los restaurantes comienzan a cambiar su imagen, cada vez contaban con nuevas implementaciones para que los comensales estuvieran cómodos en el establecimiento; en un inicio únicamente contaban con mesas grupales y después añadieron mesas individuales para que los comensales pudieran sentarse con mayor confort, ya que al comienzo se veían obligados a compartir su mesa con personas desconocidas por contar únicamente con mesas grupales, sin embargo, al momento de seguir con las adecuaciones se debe mencionar que los restaurantes no contaban con diversidad de platos, únicamente tenían una elección en el menú con costo fijo.

Los restaurantes se desarrollaron con el fin de poder brindar un servicio de comida hacia las personas en donde consiste en preparar el alimento para después ser servido en un plato decorado y de forma llamativa para el consumidor final de esta manera se otorga al cliente factores tangibles e intangibles como lo son: tangibles como alimentos y confort e intangibles como servicio que brindan los meseros y atención del mismo (Díaz, 2016).

Los primeros establecimientos tuvieron una gran acogida ya que a las personas les llamaba la atención el poder comer fuera de casa, ya sea que estuviesen acompañados o solos, por este motivo se veía un gran incremento de restaurantes.

Después de varios años durante el siglo XIX nace la idea de profesionalizar a la comida, es decir desde mejorar el proceso por el cual se lo realiza como la higiene, mejorar la vida para los cocineros, empezar a incrementar nuevas técnicas en cuando a la elaboración del plato, texturas, sabores, y desde ahí nace el término chef ese nombre se lo atribuye al “jefe de cocina” es decir a la persona que está a cargo de los demás cocineros, él se encarga de que el plato sea servido de la mejor manera y bien decorado (Rodríguez. T, Molina. M, 2017).

El término prácticamente surgió en el siglo XII, antes se lo denominada a las personas que tenían más experiencia en el ámbito, pero actualmente el termino chef se lo llevan las personas que tienen estudios en el mismo y con una amplia experiencia, por este motivo en la antigüedad únicamente las personas que llevaban realizando este labor durante varios años podían ser llamados chef ya que no existían los estudios pero de alguna manera se ganaban el nombre por

ser profesional de la cocina al momento de realizar sus platos, lo que se veía reflejado al momento de ser servidos (Rodríguez. T, Molina. M, 2017).

En 1900 los dueños de los establecimientos empiezan a desafiarse entre ellos, ya que cada propietario quería que su restaurante sea el número uno por esta razón cada vez implementaban cosas nuevas, ya sea en su menú, precio, diversidad de comida, atención al cliente, en la infraestructura de su establecimiento, y los restaurantes comienzan a formar parte fundamental del desarrollo de la época. Los restaurantes inician también a adaptarse a la época en las cuales estaban es decir inician a implementar estilos representativos los cuales les adaptaban tanto fuera como dentro del establecimiento, a inicios del siglo XXI estos sitios se posicionan como lugares para encuentro social y este fue un detonante fuerte para que cada vez aparezcan nuevos restaurantes en la época.

Trabajar en restaurantes en esta época no era tan fácil como lo es actualmente ya que las personas que se encargaban de estos puestos eran personas de suma pobreza que vivían en los pueblos, por este motivo los dueños de los establecimientos no tenían la seguridad de contratar a estas personas, es por esto que sus recetas las guardaban en lugares seguros de su hogar y únicamente les entregaban a los empleados después de varios años de haberse ganado la confianza.

En esta época la mayoría de los restaurantes eran dirigidos por socios o amigos y en cierto punto llegó a ser desfavorable porque si existía algún mal entendido o pelea entre ellos, se veían obligados a cerrar sus restaurantes. En los últimos años el servicio de restaurantes quiteños tuvo una reducción; se menciona que el 1 de marzo del 2015 se encontraban 2.242 restaurantes en Quito, mientras que al terminar el año 2016, 21 restaurantes cerraron (El comercio, 2016).

Como se menciona en el último informe de *“La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico”* dice que el 64% de los establecimientos turísticos que representan a Quito ofrecen servicios alimenticios y de bebidas. En la actualidad existe una gran suma de nuevos locales que están surgiendo en el país los cuales ofrecen una gran variedad de oferta gastronómica y al momento de que un restaurante forma parte del turismo es un plus para ellos ya

que ocasiona que el restaurante llegue a ser reconocido nacional o internacional ya sea este por el servicio que ofrece o por brindar platos que ayuden a destacar al país.

2.1.1 TIPOS DE RESTAURANTES.

Los restaurantes deben brindar experiencia a sus consumidores ya que cuando una persona asiste a un lugar por primera vez se encuentran pendientes del servicio, calidad del plato, atención al cliente, costos y ambiente por esta razón es de suma importancia brindar una comunicación personal con cada cliente y es necesario capacitar al personal para que este apto para atender a los consumidores ya que las personas que asisten al local luego dan su opinión a las demás personas sobre su experiencia en el restaurante por eso se debe aprovechar este momento y no esperar una segunda oportunidad para brindar un servicio de calidad.

Las experiencias que brindan los restaurantes son intangibles; esto ocasiona que las personas sientan estados de ánimo ya sean positivos o negativos, por esta razón todos los restaurantes deben brindar un servicio de calidad otorgando productos tangibles ya sea los platos o caramelos al terminar su comida lo cual permite que el consumidor tenga un gran acercamiento con la marca.

A la gastronomía en restaurantes se la tiene en cuenta con el marketing de experiencia ya que cuenta con tres factores importantes como: relación entre el cliente con el personal, adecuación del establecimiento y el ambiente que este otorgue, estos factores ayudan a que el restaurante logre permanecer en el mercado teniendo un gran crecimiento (Servicio al Cliente en Restaurantes).

Existe una gran variedad de restaurantes cada uno con características únicas, pero con un fin determinado el cual consiste en cumplir con las necesidades que tienen los consumidores transmitiéndoles desde sus platos de comida la tradición y costumbres para que las personas tanto nacionales como internacionales sepan, estos restaurantes son:

Buffet: se caracteriza en ofrecer una amplia variedad de comida en donde el consumidor puede acercarse al lugar y servirse todo lo que desee degustar, es

decir el comensal puede repetirse el mismo plato o degustar nuevos por varias veces, el precio del buffet tiene un costo fijo y por lo general es alto.

Comida rápida: se diferencia por la rapidez y facilidad que este ofrece, por lo general estos servicios son hot-dog, hamburguesas entre otros, este servicio se caracteriza por entregar el producto en un tiempo estimado de 8 minutos.

Alta cocina: se caracteriza por brindar un servicio de alta calidad y lujoso, se sirven platos tipo gourmet y se especializan en comida tradicional e internacional, estos platos se preparan al instante que la persona lo pide.

Temáticos: sus instalaciones se diferencian por no ser convencionales, es decir se encuentran decoradas en una temática que desee posicionar, y por lo general dependiendo de su adecuación se sirve la comida.

Bar restaurante: es un lugar en donde se sirve comida y después existe una banda o música en vivo, también por contar con bebidas alcohólicas, en estos lugares no necesariamente se debe consumir un plato de comida.

En estos modelos de restaurantes se brinda variedad de platos el cual consiste en satisfacer y complacer las necesidades que tiene el consumidor, y cada uno de estos tipos ha tenido una evolución ya que hoy en día se lo puede pedir para llevar. Cada establecimiento se ha visto con la necesidad de mantenerse actualizado y de ir innovando para que los consumidores se sientan a gusto en el lugar.

2.1.2 RESTAURANTES TÍPICOS.

Gracias a los restaurantes típicos se puede dar a conocer a las personas sobre la variedad de platos que tenemos en el país y sobre los productos que son cultivados ya que en cada plato se utilizan los productos del país. En cuanto a generar experiencia en los consumidores se inicia desde los productos que se utilizan en el plato, decoración del mismo y el ambiente en el cual se lo sirve.

Un ejemplo que se destaca es La Casona El Descanso, es un restaurante museo el cual está situado en la casa colonial de Quito el cual se inicia desde el siglo XVIII, pero durante años estaba olvidado, después de tanto tiempo este lugar se logró recuperar y adecuar como era anteriormente que se encontraba frente al ex psiquiátrico San Lorenzo. En este lugar se trabaja mediante reservaciones ya

que sus platos se realizan de acorde a la asistencia de gente que tenga el lugar, al momento que la persona ingresa al establecimiento antes de servirse la comida se les da un paseo por el museo en donde la gente empieza a centrarse en el siglo XVIII y de esta manera conocen acerca de la época, también tiene la posibilidad de realizar pan en hornos antiguos (El Comercio, s.f.).



Figura 2. Foto del plato del restaurante La Casona el Descanso. Tomado de elcomercio.com

2.1.3 GASTRONOMÍA ECUATORIANA.

Ecuador a pesar de ser un país pequeño cuenta con variedad gastronómica y esto permite que se pueda diferenciar a comparación del resto, gracias a que el Ecuador cuenta con 4 regiones que son: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular, al tener estas cuatro regiones el Ecuador es beneficiado gracias a la variedad y diversidad de climas con las que contamos se pueden cultivar varios productos en el país (Turismo, 2015).

Se tiene presente que para el análisis cada provincia se identifica por tener una gran variedad de productos los cuales son utilizados en sus platos o bebidas, esto permite representar la riqueza de la tierra y cultura de cada provincia logrando así que el Ecuador se posicione como un potente medio para el arte culinario en donde cuenta con diversidad y brinda experiencia mediante su comida tradicional.

La gastronomía ha permitido generar grandes actividades y es un elemento primordial en cuanto al turismo, ya que permite obtener una gran valoración ya

sea por la calidad y diversidad de platos ya que gracias a esto las personas se ven motivados a viajar y conocer diferentes partes del mundo. En la gastronomía ecuatoriana se destaca el uso del maíz, aguacate, huevo, carne de cerdo, carne de vaca, por otro lado, en la parte tropical se encuentra diferentes frutas como naranjilla, taxo, babaco, frutilla, uvilla, manzana, mora, entre otros, cabe destacar que cada producto antes mencionado se desarrolla en distintos lados del Ecuador (Travel, 2018).

Hay que tener en cuenta que en la gastronomía el olor y sabor son los protagonistas de los platos. Como menciona Olguín, el 80% del sentido del gusto proviene por medio del olfato y es por este motivo que los platos o productos con olores fuertes permiten que las comidas tengan un mejor sabor, logrando así que las personas puedan diferenciar los distintos productos utilizados en el mismo (El Comercio, 2014).

2.1.4 PLATOS REPRESENTATIVOS DEL ECUADOR.

Tabla 1
Platos típicos del Ecuador

Costa:	<p>Cazuela: se lo conoce por ser uno de los platos más representativos de nuestro país, se lo sirve en un recipiente de barro el cual contiene algunos ingredientes representativos de la ciudad.</p> <p>Ceviche: el ceviche es un plato representativo del Ecuador el cual contiene diferentes mariscos como camarón, pescado, concha, calamar, entre otros y se lo acompaña con una porción de canguil y chifles.</p>
Sierra:	<p>Fanesca: se da principalmente en una fecha importante como es la <i>semana santa</i>, su plato contiene diferentes granos lo cual cada uno tiene significado diferente, y también se lo puede acompañar con bacalao.</p> <p>Yaguarlocro: esta sopa contiene papa, víceras de borrego, el cual es acompañado con una porción de tomate, aguacate, cebollas y sangre de borrego.</p> <p>Seco de chivo: antes a este plato se lo hacia con chicha de jora, pero en la actualidad se lo puede poner jugo de naranjilla y un poco de cerveza el cual le da un toque a la carne de borrego.</p>
Oriente:	<p>Zarapatoca: a esta sopa se lo prepara con carne de tortuga, además contiene yuca y plátano.</p> <p>Ceviche de caracol: se lo prepara con jugo de naranja, caracoles, aguacate, tomate entre otros ingredientes, se lo puede acompañar con porción de arroz o patacones.</p> <p>Caldo de corroncho: este plato contiene pescados provenientes del Oriente, además contiene yuca y plátano.</p>
Región Insular:	<p>Ceviche de langosta: este plato se utiliza limón, naranja, langosta, tomate y cebo</p> <p>Rondón: es un tipo de cacerola de pescado y contiene caracoles ya cocinados juntamente con coco, se lo acompaña con yuca, pescado y patacón.</p>

2.2 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL MERCADO.

2.2.1 TENDENCIA DE COMUNICACIÓN DE RESTAURANTES

En las tendencias de comunicación para restaurantes durante el año 2018, se menciona que se debe crear contenidos únicos, originales y exclusivos estos parámetros son los retos que debe cumplir el establecimiento, ya que al momento de generar contenidos para páginas web se debe evitar que únicamente sean letras más bien se lo debe hacer visual ya que en la actualidad las personas se encuentran alejadas de contenidos escritos y más cerca de imágenes.

Por este motivo en la actualidad los centennials y millennials se han familiarizado al observar contenidos visuales y esto permite que las personas puedan recordar la marca con mayor eficacia, por eso al momento de utilizar redes sociales permite que lleguemos a nuestro grupo objetivo con mayor eficacia, sin embargo, se debe tener en cuenta que los contenidos para redes sociales deben generar conversación en los consumidores y que sean del agrado ya que como es una plataforma pública permite que las personas estén dispuestas a comentar y así se empieza a generar la reputación de marca (Coquillat, 2018).

Al momento de generar contenido se debe tomar en cuenta que este genere llamar la atención de las personas que lo leen o ven, es importante poder llegar así a nuestro target lo cual va a retener la información que se comunica.

En cuanto a la publicidad no es simplemente hace anuncios sino se debe generar propuestas creativas y acciones que ocasionen ruidos hacia el consumidor, el cual permita llamar la atención y de esta manera que asistan al lugar. En la publicidad la palabra creatividad es un punto clave y fuerte, ya que sin creatividad no se puede generar contenido diferente y relevante para los negocios (Teixidó, 2016).

Es por esta razón que es de suma importancia el poder generar contenido en diferentes plataformas para poder captar la atención de las personas, y gracias a este medio se logra generar posicionamiento de la marca en la mente del consumidor con el fin de que recuerden a la marca por la experiencia vivida con la misma.

De igual manera se tiene en cuenta el auge del fenómeno tasty, es un canal de internet que fue creado por BuzzFeed una empresa que se dedica a realizar contenidos audiovisuales generando que varias personas compartan y esto se viralice; por medio de recetas el cual genera que las personas que lo ven quieran replicar el plato, de esta manera más gente se interesa por el mundo de la cocina (Conde, Isabel, 2016).

2.2.2 CAMPAÑAS NACIONALES.

Una de las campañas que se analizará es la del restaurante “Pim’s” este comercial salió al público en general el 31 de julio del año 2015, en el video se puede observar los diferentes platos que tiene el establecimiento logrando así mostrar a la comunidad la temática y variedad que brinda. Uno de sus medios de comunicación por el cual difunden su mensaje es Facebook, mostrando así la ubicación de restaurante para que cliente y futuros clientes conozcan la locación, además cuentan con fotografía publicitaria de cada uno de los platos que ofrecen.



Figura 3. Imagen del spot institucional del restaurante Pim's. Tomado del video Restaurante Pim's Ecuador, 2015.

“Illa Experience Hotel” se localiza en el centro de la carita de Dios, un lugar conocido como el centro de Quito, en el video se puede observar la amplia gastronomía que tiene, también muestra la cultura ecuatoriana, el objetivo del video permite motivar a los turistas nacionales e internacionales a visitar el hotel en donde además de degustar la gastronomía de nuestro país se pueden hospedar en este lujoso hotel.



Figura 4. Imagen del video Illa Experience Hotel. Tomado del video Illa Experience Hotel, 2018.

Vista Hermosa es un restaurante con una infraestructura arquitectónica que lo diferencia como son sus ventanales, en donde permite observar nuestra maravillosa ciudad desde las alturas, enfatizando así su concepto *“El cielo está más cerca de lo que parece”* y en su video institucional muestran la variedad de platos que ofrece este lugar el cual es nacional e internacional, su nombre.



Figura 5. Imagen del video Vista Hermosa. Tomado del video Vista Hermosa, 2013.

2.2.3 CAMPAÑAS INTERNACIONALES.

Una de las campañas con éxito es la del restaurante “Reyno de Navarra” la cual ha logrado demostrar un nuevo concepto que se basa en el uso de las emociones como eje principal mostrando su cultura, comida, flora y fauna del país, desarrollando así su concepto *“Déjate abrazar”*.



Figura 6. Imagen del comercial. “Déjate abrazar” (Reyno de Navarra). Tomado del video promocional Déjate abrazar, 2013.

Con el comercial “*Dame Galicia*” permite que las personas tan solo con verlo puedan trasladarse por un instante a la época y sentirse parte de ellos, dando prioridad a los consumidores de sentirse junto a la marca, logrando así que la gente sea el creador del contenido y la imagen de la marca, compartiendo así los recuerdos, anécdotas, fotografías y experiencias que tuvieron en el lugar. Captando así uno de los momentos más especiales de cada persona y haciéndoles sentirse únicos y especiales, demostrando que tanto las personas que conviven en estos lugares y turistas son bienvenidas en el lugar.



Figura 7. Imagen del spot publicitario. Sirve para explicar la campaña “*Dame Galicia*”. Tomado del video promocional *Dame Galicia*, 2017.

2.3 ANÁLISIS DEL CASO DE ESTUDIO.

2.3.1 SITUACIÓN ACTUAL DEL CLIENTE “RINCÓN LA RONDA RESTAURANTE”

El Ecuador ha sufrido varios cambios en los últimos años en cuanto a mandato y economía, como cita El Comercio: Uno de los principales factores es la economía el cual se disminuirá un 4,5% durante el periodo del 2017 (Comercio, 2016). Este ha sido un detonante para que los establecimientos de comida en Quito pasen por momentos difíciles económicamente y algunos se vieron obligados en cerrar sus restaurantes.

Mencionando específicamente “Rincón la Ronda Restaurante” que abre sus puertas en la ciudad de Quito el 11 de mayo de 1982, prestando su servicio a los turistas nacionales e internacionales, el creador es Don Luis Alberto Cisneros una persona con visión de la gastronomía, el establecimiento cuenta con 36 años de apertura en la ciudad. Por esta razón que la esencia de marca es poder brindar un servicio único basado en la calidad ya sean de sus platos o del ambiente en el que se encuentra. El restaurante se ha diferenciado por contener platos característicos de cada región de nuestro país los cuales cuentan con productos que se desarrollan en el mismo, lo que permite que las personas que visitan el lugar puedan conocer acerca de la cultura y gastronomía de Ecuador.

Desde su comienzo Rincón la Ronda se especializó en ambientar su lugar como el centro de Quito, colocando en sus instalaciones cuadros que rescatan las épocas que ha pasado la ciudad, el ambiente fue inspirada en la calle “La Ronda”, además actualmente cuenta con 1 sala de eventos en donde se puede desarrollar diferentes actividades como lo es: bautizos, ceremonias, bodas, cumpleaños y aniversarios brindando a cada uno experiencias únicas.

Rincón la Ronda Restaurante tiene una gran variedad de platos en su menú, en total 50 y adicionalmente platos que se dan dependiendo la época del año como: la colada morada el 2 de noviembre, en esta fecha se celebra el día de los difuntos, la fanesca por Semana Santa, entre otros.

Mantenerse como un restaurante que ofrece comida típica y de calidad les ha tomado varios años y han podido permanecer en el mercado durante 36 años,

de igual manera han obtenido varios reconocimientos tanto nacionales como internacionales lo cual es un punto a favor para llamar la atención de las personas.

En el 2015 sufrieron decaimiento de ventas el motivo del mismo fue por cambios internos y la crisis que se vivió en el país, es por esta razón que actualmente Rincón la Ronda Restaurante ha optado por incrementar un menú ejecutivo el cual ha tenido gran acogida en el mercado, y mediante este plato más económico están manteniendo sus ventas diarias.

En el año 2017 el fundador Luis Alberto Cisneros de Rincón la Ronda Restaurante fallece, y en el mismo año deciden vender su terreno en donde se encontraba el establecimiento para cambiarse a uno más pequeño por motivos económicos. Actualmente Rincón la Ronda Restaurante se encuentra ubicado en la 6 de Diciembre y Noruega, este nuevo local es más pequeño y acogedor pero no pierde su esencia que lo ha caracterizado por varios años, en cuanto a ambiente y decoración y música.



Figura 8. Rincón la Ronda Restaurante.

Gracias a la gran variedad de oferta gastronómica se puede saber a qué público se va a dirigir ya sé si lo dividimos por nivel socioeconómico o edades y dependiendo a esto se debe tener claro cómo se lo quiere transmitir ya se por las adecuaciones en cuanto a infraestructura, ambiente o platos que se pondrán permitiendo así que los consumidores se sientan cómodos y que al momento de encontrarse en el lugar disfruten del ambiente y como de la comida, mediante

esta técnica cada restaurante se puede diferenciar en un mercado tan competitivo como lo es de comida (Alacreu, 2012).

La cultura ecuatoriana por varios años ha tenido un gran impacto en la sociedad por ofrecer platos que son realizados con los productos que se cultivan en el país permitiendo así que los productos de calidad logren expandirse a nivel internacional por esto Ecuador es considerado como el primer país que exporta sus productos ya sean frutos o flores y mediante este recurso se da a conocer internacionalmente la riqueza de productos que tiene el Ecuador (Gastronomía del Ecuador, 2010).

A pesar de que el Ecuador en el 2015 atravesó una crisis, en la actualidad se ha visto un avance de los restaurantes es decir están creciendo ya que las personas no pueden dejar de comer porque es algo fundamental en la vida, sin embargo, actualmente buscan restaurantes en donde tengan almuerzos económicos y platos a la carta, y de cierta manera permite que los dueños de estos lugares sigan adquiriendo los productos que se realizan en el país ayudando así a la producción del mismo.

2.3.2 ANÁLISIS FODA “RINCÓN LA RONDA RESTAURANTE”

A través de la matriz FODA se analiza el estado en la que se encuentra la marca ya sea en los factores internos como externos, por esta razón es de suma importancia realizar este análisis para poder saber y mejorar los aspectos negativos y así lograr cumplir con los objetivos propuestos.

Al instante de determinar los factores que afectan a la marca se debe aprender a diferenciar para ver si pertenecen a los factores internos o externos del establecimiento, y al momento de tener estos resultados se puede generar estrategias el cual permita elevar los puntos débiles y mantener los fuertes (Schnarch, 2014, pp. 10-11).

Fortalezas:

- Su ambiente esta inspirado en la calle “La Ronda”
- Ofrecen variedad de 50 platos.
- Cuentan con 36 años en el mercado, lo cual le ha permitido tener experiencia.

Oportunidades:

- Incrementar nuevos platos a la carta, con el objetivo de adaptarse al mercado cambiante.
- Aumento del sector turístico.
- Preferencia por la comida tradicional.

Debilidades:

- Su página web no se encuentra completa.
- No cuentan con unificación al momento de realizar sus posteos en Facebook.
- Las personas tienen desconocimiento de la nueva dirección del establecimiento.

Amenazas:

- Competencia en el sector de restaurantes.
- Competencia en salones de eventos.
- Cambios en las necesidades de los consumidores.
- Crisis económica del país.

CAPÍTULO 3. INVESTIGACIÓN

*“No hay enseñanza sin investigación,
ni investigación sin enseñanza”*

Paulo Freire

El presente capítulo se desarrollará la investigación utilizando las diferentes herramientas planteadas a continuación, con el fin de poder generar la campaña de comunicación para Rincón la Ronda Restaurante.

3.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar los factores que influyen en la preferencia del Rincón la Ronda Restaurante dentro del grupo objetivo de 30-65 años de nivel socioeconómico medio - medio alto.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Conocer el posicionamiento actual del Restaurante Rincón la Ronda en el grupo objetivo dentro del Distrito Metropolitano de Quito.
- b. Identificar la recordación de los principales restaurantes típicos en el Distrito Metropolitano de Quito.
- c. Reconocer las necesidades actuales que tiene el consumidor al momento de visitar un restaurante típico.

3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cómo afectó la crisis económica a “Rincón la Ronda Restaurante?”
- ¿El cambio administrativo interno influyó en su relación con los clientes?
- ¿El cambio de la dirección del establecimiento está afectando el posicionamiento del restaurante?

3.4 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

La investigación se realizará en el Distrito Metropolitano de Quito.

La investigación será mixta es decir se obtendrá datos mediante la investigación cualitativa, cuantitativa e investigación exploratoria (Schnarch, 2014, pp. 3-4). El alcance que tendrá será investigación exploratoria, la cual nos permitirá conocer a mayor profundidad el comportamiento del consumidor y las causas que influyen al momento de asistir a un restaurante de comida típica.

3.5 HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

3.5.1 Investigación cualitativa.

La investigación cualitativa nos permite saber las experiencias que ha tenido la gente, conocer los comportamientos que tienen y de esta manera obtener respuestas emocionales frente a las racionales para entender cuál es la conducta actual del consumidor en ciertos establecimientos. Mediante esta técnica se pretende obtener datos relevantes (Schnarch, 2014, pp. 3-4).

3.5.2 Investigación cuantitativa.

La investigación cuantitativa será mediante encuestas se lo realizará de forma personal, mediante esta técnica podremos obtener datos estadísticos que nos permitirá recoger y analizar sobre variables planteadas de información en cuanto a opiniones y preferencias de los encuestados de esta manera se pretende confirmar información sobre hábitos de consumo (Schnarch, 2014, pp. 3-4).

Se realizará 95 encuestas a consumidores y posibles consumidores, esta herramienta es de suma significación ya que los datos conseguidos son mediante respuestas pre establecidas.

3.5.3 Investigación exploratoria.

La investigación exploratoria sirve para explorar un ámbito que anteriormente no se lo ha realizado el cual ayuda a obtener una explicación de lo planteado (Schnarch, 2014, pp. 3-5).

Se lo realizará en el “Rincón la Ronda Restaurante”, esta herramienta nos ayudará a determinar el comportamiento del consumidor, cuáles son sus preferencias al momento de consumir algún plato y conocer el servicio que el establecimiento otorga a los consumidores.

Se hará la guía de observación se realizarán en los días (domingo – lunes – miércoles – viernes) de acuerdo a la conversación mantenida con el administrador para ver la cantidad de gente que asiste al restaurante.

3.6 UNIVERSO Y MUESTRA

El método de muestra que se va a emplear será por medio de muestreo estratificado, el cual nos permite obtener una mayor precisión con un error mínimo muestral el cual se encuentra dividida por estratos de edades que van entre los 30 y 65 años de edad de nivel socioeconómico medio – medio alto.

La muestra de la población se tomará mediante la proyección de habitantes al 2019 que se encuentra en el INEC en el cual existen 3'172.200 habitantes.

Tabla 2

Elaborado por Camila Arrieta Fuente de Datos: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

	Número de Habitantes	Porcentaje
Población de Pichincha	3'172.200	100%
Población urbana de Pichincha	2'090.479	65.9%
Población de Quito	2'735.987	100%
Población urbana de Quito	1'803.015	65.9%
Edades 30 – 65 años	715.796	39.7%
Nivel Socioeconómico	516.088	72.1%

El resulta del segmento en Quito de nivel socioeconómico medio – medio alto de 30 a 65 años de edad, da como resultado 516.088 habitantes el cual en este trabajo representa la nuestra poblacional.

$$n = \frac{z^2 N p q}{K^2 (N - 1) + z^2 p q}$$

Tamaño del Universo (N): 516.088

Valores críticos (p=q): 50%

Nivel de confianza 95% (z): 1,96

Error de la muestra 9% - 10% (k): 0,10

La fórmula que se va a emplear será:

$$n = \frac{z^2 N p q}{K^2 (N - 1) + z^2 p q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (516088) (0,5) (0,5)}{(0,10)^2 (516088 - 1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8146) (129,022)}{(0,01) (516087) + (3,8416) (0,25)}$$

$$n = \frac{492167,321}{5160,87 + 0,9604}$$

$$n = \frac{492167,321}{5161,8304}$$

$$n = 95$$

3.7 RESULTADOS

A continuación, se presentarán los principales resultados obtenidos, en este apartado se presentarán las preguntas más importantes de la investigación y en anexos se encontrarán todas las preguntas de la encuesta realizada.

1. ¿Al momento de elegir un restaurante usted prefiere?

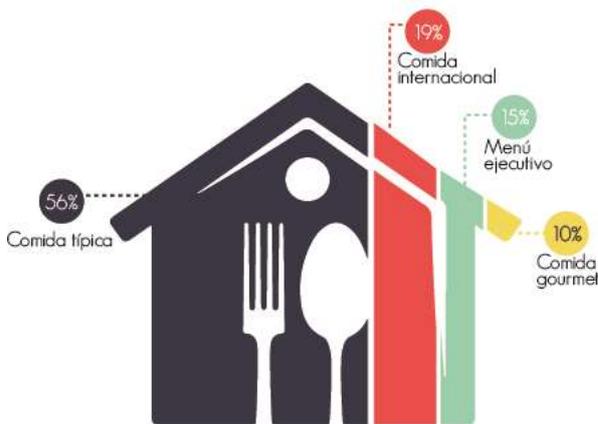


Figura 9. Preferencia de los restaurantes. Tomado de encuesta.

Análisis: El 56% de los encuestados cuando asiste a un restaurante prefiere comida típica, seguido del 19% en comida internacional

Interpretación: En el gráfico podemos ver que más de la mitad de la población encuestada asiste a restaurantes a degustar comida típica, lo que permite determinar una oportunidad en el mercado para poder realizar una propuesta.

2. ¿Con qué frecuencia asiste a un restaurante de comida típica?

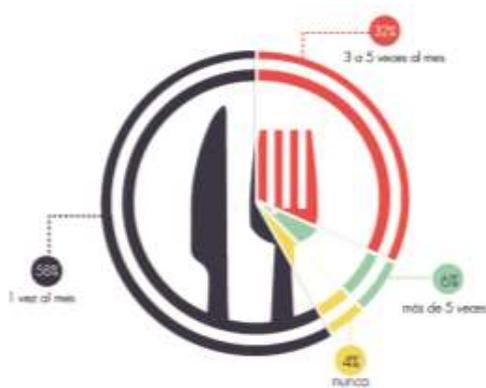


Figura 10. Frecuencia de asistencia a restaurante de comida típica. Tomado de encuesta.

Análisis: El 58% de los encuestados asiste a un restaurante de comida típica 1 vez al mes, seguido del 32% por 3 a 5 veces al mes.

Interpretación: Realmente la asistencia regular es importante pero no es tan significativa como la gente del 58%, por esta razón al público a quién hay que cautivar es al 32% de la población para que asistan más de un mes.

3. ¿En cuál de los siguientes lugares consume comidas típicas?

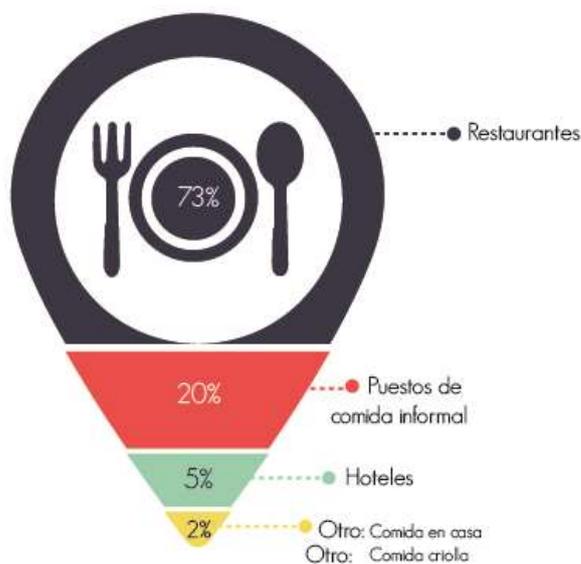


Figura 11. Lugares de consumo. Tomado de encuesta.

Análisis: El 73% de los encuestados asisten a restaurantes, seguido del 20% en puestos de comida informal “lo que coloquialmente se lo llama como huecas”.

Interpretación: La gente encuestada al momento de decidir por deleitarse con comida típica ecuatoriana le gusta asistir a restaurantes, lo que nos da una ventaja ya que Rincón la Ronda Restaurante ofrece comida típica ecuatoriana.

4. ¿A qué restaurante de comida típica asiste?

Tradición	26	23%
Rincón la Ronda	16	14%
Palacio de la fritada	12	10%
Motes de la magdalena	10	9%
Los 3 guabos	9	8%
La Chozo	9	8%
Riobambeñita	8	7%
Casa Gangotena	5	4%
Mi Cocina	5	4%
Hasta la vuelta señor	4	3%
Café de la vaca	3	3%
Barlovento	2	2%
El ventanal	2	2%
Rincón Amazónico	2	2%
Peter's	1	1%
Total respuestas:	114	100%

Figura 12. Posicionamiento de lugares. Tomado de encuesta.

Análisis: Con 23% respuestas de los encuestados mencionan que ha asistido al “Tradición”. Medir el grado de aceptación y posicionamiento que tienen los consumidores acerca de restaurantes.

Interpretación: Mediante este gráfico podemos saber los restaurantes que se encuentran posicionados en la mente de consumidor, mediante el gráfico podemos ver que el 14% de las personas si han asistido a Rincón la Ronda Restaurante, y se puede destacar que 8% de las personas mencionan a La Chozo a pesar de que el restaurante se encuentre cerrado la gente tiene recordación y ocasiona que exista una contradicción porque lo recuerdan, pero ya no asisten al mismo.

5. En general ¿cuán importante es la ubicación al momento de elegir un restaurante de comida típica?

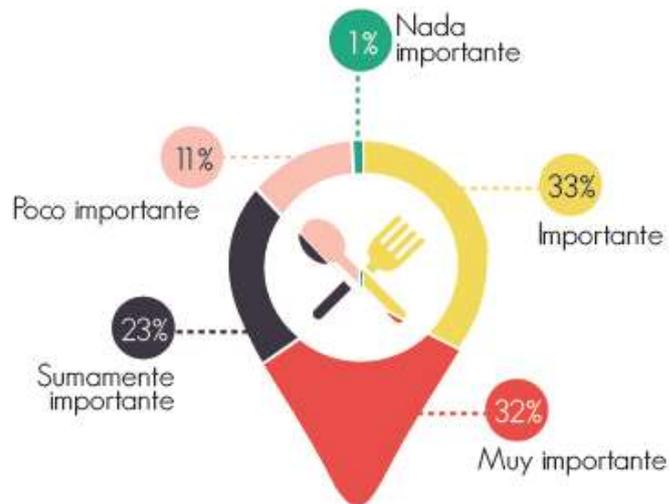


Figura 13. Grado de importancia de ubicación. Tomado de encuesta.

6. ¿Por qué?

Cercanía	35	27%
Tiempo	28	21%
Sabor	22	17%
Accesibilidad	13	10%
Servicio	10	8%
Parqueadero	9	7%
Cerca del trabajo	8	6%
Seguridad	5	4%
Total respuestas:	130	100%

Figura 14. Por qué la ubicación es importante. Tomado de encuesta.

Análisis: El 33% de la población encuestada le parece importante la ubicación cuando elige un restaurante de comida típica. Pregunta abierta.

Interpretación: Después de haber analizado los 2 gráficos anteriores se llega a la conclusión que la población encuestada le parece importante la ubicación ya sea por la cercanía de su domicilio seguido del tiempo que tiene para degustar la comida, lo cual nos da una ventaja el poder ofrecer

menú ejecutivo ya que en la actualidad Rincón la Ronda Restaurante se encuentra rodeado por empresas.

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato típico en un restaurante?

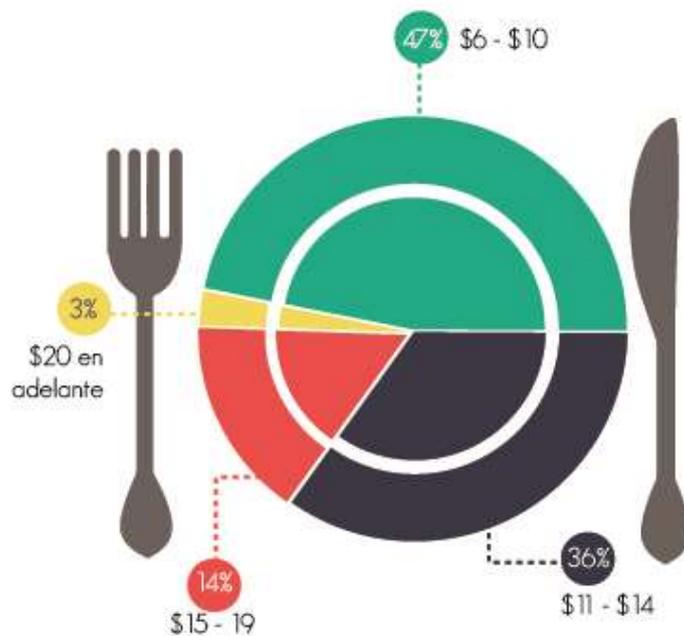


Figura 15. Referente a cuanto pagarían por un plato típico. Tomado de encuesta.

Análisis: El 47% de la población encuestada pagaría por un plato de comida típica entre \$6 a \$10 dólares en un restaurante.

Interpretación: Mediante el gráfico podemos darnos cuenta que la mayor cantidad de encuestados pagarían un mínimo de \$6 dólares por un plato seguido del 36% que están dispuestos a pagar hasta \$14 dólares. No existe mucha diferencia del porcentaje de personas que pagarían este valor, lo cual hay una ventaja ya que los platos de Rincón la Ronda oscilan desde los \$13 dólares y el menú ejecutivo se encuentra en \$6.99 dólares.

8. ¿Qué desearía usted que ofrezca un restaurante de comida típica ecuatoriana?

Bebidas tradicionales	30	22%
Bajativos	26	20%
Postres típicos	24	18%
Lo más tradicional del país	17	13%
Juegos tradicionales	13	10%
Promociones	12	9%
Música en vivo	11	8%
Total respuestas:	133	100%

Figura 16. Referente al deseo de opciones en restaurantes de comida típica. Tomado de encuesta.

Análisis: Con el 22% respuestas de los encuestados mencionan que desearían bebidas tradicionales. Pregunta abierta.

Interpretación: Los consumidores desearían que ofrezcan los restaurantes bebidas tradicionales ecuatorianas, bajativos, y postes típicos lo que se podría ser una oportunidad para poder implementar en Rincón la Ronda Restaurante ya que en la actualidad no ofrece estas opciones.

9. ¿Qué restaurante de comida típica conoce usted?



Figura 17. Medir la recordación sugerida de restaurantes. Tomado de encuesta.

Análisis: El 24% de los encuestados menciona que conoce Rincón la Ronda Restaurante, seguido de Vista Hermosa con un 19%.

Interpretación: Los restaurantes que la gente más asiste para deleitarse con platos típicos ecuatorianos son: Rincón la Ronda Restaurante, Vista Hermosa y Tradición. Mediante esta pregunta asistida se puede ver que el 24% de los encuestados si conocen a Rincón la Ronda Restaurante a pesar de no ser una respuesta espontánea, lo cual nos ayudará para generar posicionamiento y recordación de marca.

10. ¿Qué debería tener un restaurante de comida típica para que usted asista al lugar?

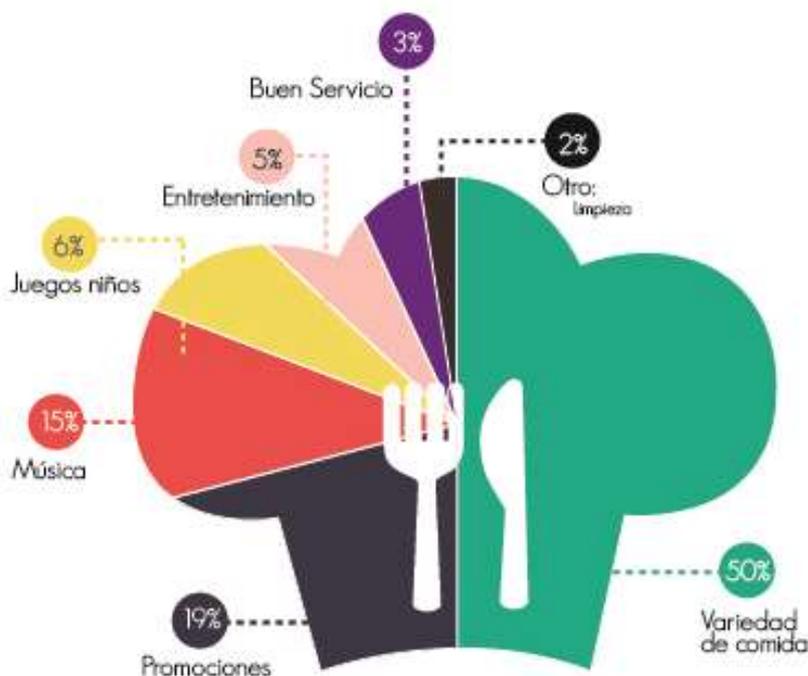


Figura 18. Referente a lo que debe tener un restaurante para que asista gente. Tomado de encuesta.

Análisis: La mitad de los encuestados confirman que un restaurante debe tener variedad, seguido del 19% en promociones y 15% música.

Interpretación: Los consumidores creen que un restaurante debe tener variedad de comida el cual pueda satisfacer las necesidades de los consumidores, las promociones se lo podrían implementar en Rincón la Ronda Restaurante y esto podría ser en días festivos o significativos.

11. ¿A través de qué medio de comunicación usted se informa acerca de restaurantes?

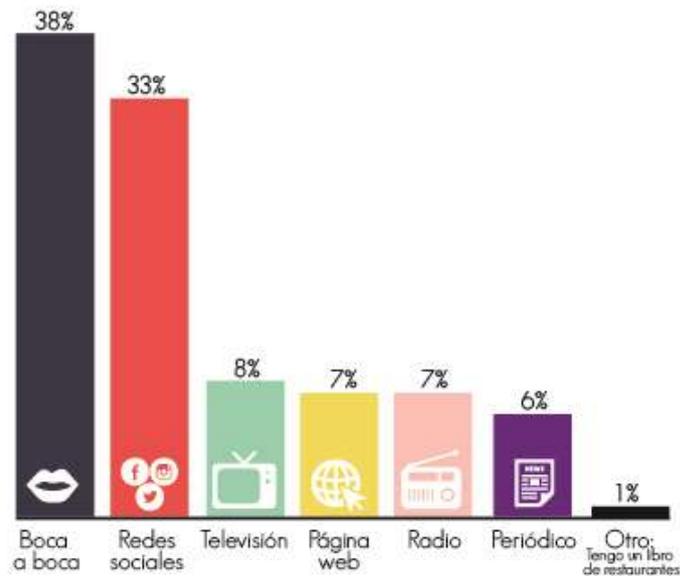


Figura 19. Referente al medio por el que se informan. Tomado de encuesta.

Análisis: El 38% se informa a través de boca a boca seguido con el 33% de Facebook.

Interpretación: El grupo objetivo de la investigación se informan mediante referencias es decir boca a boca, otro de los elementos que utilizan para informarse acerca de restaurantes es de Facebook, esta es una herramienta importante ya que hoy en día se puede ver las calificaciones que tiene el establecimiento, seguido de televisión con un 8%. Es importante generar experiencia de marca para que de esta manera las personas logren hablar bien acerca del establecimiento en el que se encuentran y de esta manera se podría atraer más clientes.

12. ¿Ha asistido a Rincón la Ronda Restaurante?

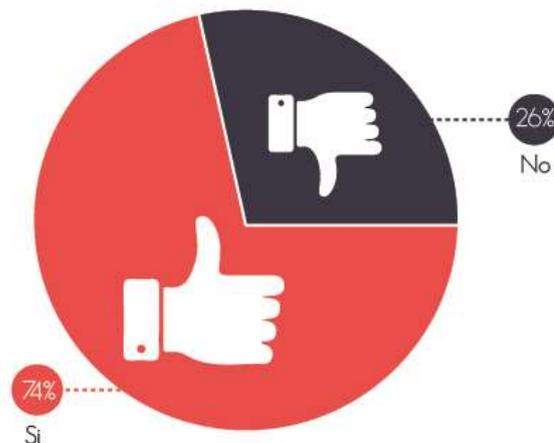


Figura 20. Para medir la asistencia de gente. Tomado de encuesta.

Análisis: El 26% no han asistido a Rincón la Ronda Restaurante.

Interpretación: De los anteriores 79% que conocen a Rincón la Ronda el 74% de ellos han asistido aquí se puede observar que si tiene una gran acogida en el sector y en el grupo objetivo.

13. Si su respuesta fue si ¿en qué momento asistió?



Figura 21. Referente al momento de afluencia al restaurante. Tomado de encuesta.

Análisis: el 46% de la población menciona que el sabor es un punto importante seguido de 24% con variedad

Interpretación: De las personas que han asistido al restaurante han sido por invitación a eventos con el 27% esto quiere decir que asistieron al restaurante porque alguien los llevo, mientras que el 20% de las personas han asistido por su propia cuenta el fin de semana esto es un factor importante para potencializar a los consumidores a que asistan los fines de semana o entre semana por iniciativa propia.

Conclusiones:

- Las personas encuestadas mencionaron que asisten a La Choza a pesar de que el establecimiento se encuentre cerrado lo que es una contradicción porque las personas puede que lo recuerden, pero no asisten.
- La mayoría de las personas asisten a restaurantes para comer platos típicos 1 vez al mes, sin embargo, un 32% asiste más de 2 veces el cual es un grupo que se debe atacar para incentivar su asistencia.
- El 78% de los encuestados conocen a Rincón la Ronda mientras que el 74% asiste al lugar.
- A las personas les gusta que un restaurante cuente con variedad de comida y promociones para que ellos puedan asistir.
- Desearían que un restaurante ofrezca bebidas y postres tradicionales.
- El 38% de los encuestados conocen y asisten a restaurantes por referencia es decir ellos se enteran a través de boca a boca.

3.7.2 Entrevistas

Entrevistas a personal del establecimiento.

Tabla 3

Elaborado por Camila Arrieta Fuente de Datos: Entrevista.

ENTREVISTADO #1	DESCRIPCIÓN PROFESIONAL
	<p>Dpto. Contabilidad 36 años de edad 9 años trabaja</p>
Nombre del entrevistado	Carmen Ruiz
¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?	Le hace falta darse a conocer.
¿Existe algún tipo de supervisión del plato antes de entregar el pedido?	El capitán hace la entrega y al mismo tiempo revisa y autoriza el servicio del plato.
¿Cuántos clientes atienden a diario?	En una media más o menos unas 70 personas.
¿Qué día es el de menor y mayor concurrencia en el restaurante?	Menor: lunes, martes y miércoles (41 - 50 personas). Mayor: jueves y viernes (80 - 90 personas).
¿Cómo funciona su sistema de escuela de gastronomía?	Como es por generaciones siempre se ha contado con un personal antiguo que a su vez le enseña al que sigue en años.
¿El restaurante tiene certificación como ícono turístico?	Está en proceso falta unas adecuaciones en infraestructura.

Tabla 4

Elaborado por Camila Arrieta Fuente de Datos: Entrevista.

ENTREVISTADO #2	DESCRIPCIÓN PROFESIONAL
	<p>Asistente de meseros</p> <p>38 años de edad</p> <p>17 años trabaja</p>
Nombre del entrevistado	Sonia López.
¿Considera usted que los empleados son los suficientes para una satisfactoria atención al cliente? ¿por qué?	Yo creo que sí, mientras menos se atiende mejor.
¿Qué día es el de menor y mayor concurrencia en el restaurante?	Menor: lunes Mayor: de miércoles a viernes.
¿En fechas especiales realizan algún evento, promoción o plato especial? ¿cuáles?	En el día del amor y la amistad, día de la madre, la fanesca y día del padre.
De acuerdo a su percepción hace 5 años ¿cuál era el flujo de clientes?	Antes en la casa antigua había más clientes porque era más grande y amplio y antes contaban con el jefe.

Tabla 5

Elaborado por Camila Arrieta Fuente de Datos: Entrevista.

ENTREVISTADO #3	DESCRIPCIÓN PROFESIONAL
	<p>Capitán de meseros</p> <p>31 años trabaja</p> <ul style="list-style-type: none"> - Su función es vender eventos y atención al cliente
Nombre del entrevistado	Victor Rivera.
¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?	Es una comida que se la encuentra en todas las provincias de nuestro país.
¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?	Falta difundir la gastronomía a nivel internacional.
¿El personal interno recibe capacitaciones para un buen servicio al cliente?	Como persona antigua ha recibido de 3 a 4 capacitaciones tanto en ventas, atención al cliente y cata de vino.
¿Existe algún tipo de supervisión del plato antes de entregar el pedido?	Sí, eso nos encargamos los capitanes de meseros, viendo que todo salga acorde a lo que pidió el cliente.
¿Cuántos clientes atienden a diario?	Aproximadamente desde 60 hasta 120.
¿Cree que el menú va con el estilo que maneja Rincón la Ronda Restaurante?	No se ha actualizado en los últimos 3 años, pero antes se cambiaba constantemente por nuevos platos, nuevas salsas e ingredientes.
¿Usted considera que Rincón la Ronda Restaurante se encuentra bien ubicado? ¿por qué?	Se encuentra bien ubicado porque está cerca de oficinas, instituciones bancarias y hoteles, eso proporciona mayor clientes.
¿En fechas especiales realizan algún evento, promoción o plato especial? ¿cuáles?	En el día de la madre servicio de buffet, navidad y fin de año servicio especial de catering para instituciones.
¿Cuáles son los cambios que ha percibido usted con el cambio de local?	Los cambios que se ha percibido fue el bajar los costos del menú para acordar el bolsillo del cliente.

Tabla 6

Elaborado por Camila Arrieta Fuente de Datos: Entrevista.

ENTREVISTADO #4	DESCRIPCIÓN PROFESIONAL
	<p>Capitán de meseros. 63 años de edad 18 años trabaja</p>
Nombre del entrevistado	Eduardo Marcelo Cárdenas.
¿Existe algún tipo de supervisión del plato antes de entregar el pedido?	Al momento que la persona saca la comida nosotros los capitanes supervisamos.
¿Qué día es el de menor y mayor concurrencia en el restaurante?	Menor: lunes Mayor: días domingo.
¿Cree que el menú va con el estilo que maneja Rincón la Ronda Restaurante?	Se debería bajar los precios un poco para poder atraer más clientes, porque la situación del país no da para precios años. La carta está desde hace muchos años, todavía sirve pero se debería cambiar.
¿Ofrece algún tipo de entretenimiento infantil mientras esperan por su comida? ¿por qué?	No, eso se daba antes cuando había el salón grande que era en la Belo horizonte, ahí había un espacio para los niños.
¿Usted considera que Rincón la Ronda Restaurante se encuentra bien ubicado? ¿por qué?	A veces la ubicación no tiene mucha importancia porque ya se tiene ganado el nombre, y prestigio.
¿Cómo funciona su sistema de escuela de gastronomía?	Dimitri Hidalgo visita a veces y es de gran ayuda porque les enseña a los compañeros de cocina.

Entrevistas a consumidores de Rincón la Ronda Restaurante.

Tabla 7

Elaborado por Camila Arrieta Fuente de Datos: Entrevista.

ENTREVISTADO #1	DESCRIPCIÓN PROFESIONAL
	<p>Ingeniero 47 años de edad</p>
<p>Nombre del entrevistado</p>	<p>Fabián Arrieta</p>
<p>¿Al momento de decidir por un restaurante de comida típica qué busca?</p>	<p>Es importante la sazón, variedad de comida y sobre todo un ambiente acogedor.</p>
<p>¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?</p>	<p>Dentro del Ecuador tenemos una variedad de comida y lo más importante que está marcado por las regiones del Ecuador.</p>
<p>¿Desde cuándo es cliente de Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Bueno debo haber ido la primera vez hace más de 25 años.</p>
<p>Ha dejado de asistir a Rincón la Ronda Restaurante ¿por qué?</p>	<p>A partir del cambio que hubo no he ido y pienso que mayormente puede ser por un tema de desconocimiento realmente no sabía en donde estaban ubicados.</p>
<p>¿Qué le gustaría que Rincón la Ronda Restaurante ofrezca a sus consumidores frecuentes?</p>	<p>Sería importante un tema de promociones por ejemplo si tú vas 2 o 3 veces a mes o por lo menos tienes la costumbre de celebrar el cumpleaños de tu mamá, papá o aniversario el que por 3 o 4 visitas en montos superiores a 100 dólares te ofrezcan una cena de cortesía para 2 personas, la otra que se me ocurre sería premiar tu fidelidad el día de tu cumpleaños obsequiándote un descuento especial, o que el cumpleaños ese día no pague.</p>

Tabla 8

Elaborado por Camila Arrieta Fuente de Datos: Entrevista.

ENTREVISTADO #2	DESCRIPCIÓN PROFESIONAL
	<p>Contador</p> <p>34 años de edad</p>
Nombre del entrevistado	Janneth Cañar
¿Cree usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?	Si, nacional porque siempre hacen publicidad por la comida porque hay mucha variedad y extranjera he podido conversar con gente extranjera y le encanta la comida.
¿Con qué frecuencia visita Rincón la Ronda Restaurante?	2 veces por semana.
En su opinión ¿qué le parece el nuevo cambio de ubicación del establecimiento?	Es muy pequeño para lo que era antes.
Actualmente ¿cómo considera usted la atención que brinda Rincón la Ronda Restaurante hacia los clientes? ¿por qué?	Muy buena, los meseros son muy amables.
¿Qué le gustaría que Rincón la Ronda Restaurante ofrezca a sus consumidores frecuentes?	Alguna promoción o coctel que el cliente necesite.
¿En qué ocasiones o eventos asiste a Rincón la Ronda Restaurante?	En las tardes a almorzar.

Tabla 9

Elaborado por Camila Arrieta Fuente de Datos: Entrevista.

ENTREVISTADO #3	DESCRIPCIÓN PROFESIONAL
	54 años de edad
Nombre del entrevistado	Katherine Salvador
¿Al momento de decidir por un restaurante de comida típica qué busca?	Un buen sabor, precio, calidad y variedad.
¿Cómo desearía usted que fuera el ambiente de un restaurante de comida típica?	Cálido, hogareño en donde se pueda disfrutar en paz sin mucha bulla la comida.
¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?	Tiene mucho por explotar debería haber más investigación en cuanto a los productos que existe en nuestro país porque hay mucha variedad y hay veces que los chefs o cocineros no conocen mucho acerca de los productos que pueden existir y tratar de hacer platos exquisitos.
¿Cree usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?	Si, a nivel nacional si debería haber más publicidad, promociones y marketing y a nivel internacional si falta.
¿Desde cuándo es cliente de Rincón la Ronda Restaurante?	Le conozco desde hace muchos años, yo fui en el 2012 por la graduación de mi hija y creo que la Ronda debe estar unos 15 años en el mercado.
En su opinión ¿qué le parece el nuevo cambio de ubicación del establecimiento?	Supe que se cambiaron pero la verdad no se en donde se encuentra ubicado.

Tabla 10

Elaborado por Camila Arrieta Fuente de Datos: Entrevista.

ENTREVISTADO #4	DESCRIPCIÓN PROFESIONAL
	60 años de edad
Nombre del entrevistado	Omar Mora
¿Al momento de decidir por un restaurante de comida típica qué busca?	Sabor, ambiente y amabilidad.
¿Cómo desearía usted que fuera el ambiente de un restaurante de comida típica?	Con cosas tradicionales como es de la comida típica, con utensilios que sean de nosotros de barro talvez.
¿Desde cuándo es cliente de Rincón la Ronda Restaurante?	20 años.
¿Durante estos años en su opinión cómo ha visto el servicio que brinda Rincón la Ronda Restaurante?	Ha ido evolucionando, y han hecho cambios.
¿Con qué frecuencia visita Rincón la Ronda Restaurante?	1 a 2 veces al año. Reuniones familiares y reuniones de negocio.
¿Qué le gustaría que Rincón la Ronda Restaurante ofrezca a sus consumidores frecuentes?	Talvez una picadita hasta que le sirvan los platos.

Entrevistas a consumidores de comida típica.

Tabla 11

Elaborado por Camila Arrieta Fuente de Datos: Entrevista.

ENTREVISTADO #1	DESCRIPCIÓN PROFESIONAL
	<p>Ama de casa</p> <p>70 años de edad</p>
Nombre del entrevistado	Carmita Erazo
¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?	La gastronomía ecuatoriana es muy amplia y sobre todo nosotros los ecuatorianos buscamos lo típico, lo tradicional, porque cada provincia tiene su comida típica y donde yo me encuentro siempre busco lo típico.
¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?	Nacional sí, pero Internacional considero que se debe dar a conocer más.
¿A qué restaurantes asiste para deleitarse con estos platos?	Diferentes restaurantes por ejemplo: Tradición, en Cumbayá es muy sabroso el yaguarlocro.
En su opinión ¿qué restaurante de comida típica recomendaría? ¿por qué?	<p>El Tradición porque hay de todo, y también me ido a la Ronda.</p> <p>Lo recomendaría porque le servicio es muy bueno, excelente por ejemplo en la Ronda y hay música en vivo, es muy excelente el servicio y el local.</p>
En su opinión ¿qué considera usted que debe ofrecer un restaurante de comida típica?	Excelencia en el servicio, que tenga variedad en los platos típicos y haya música en vivo.

Tabla 12

Elaborado por Camila Arrieta Fuente de Datos: Entrevista.

ENTREVISTADO #2	DESCRIPCIÓN PROFESIONAL
	<p>Asesor de seguros Seguros Sucre 42 años de edad</p>
Nombre del entrevistado	Karina Ponce
¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?	<p>Que nuestro país es bastante rico en gastronomía y tenemos variedad para poder escoger.</p> <p>Hay variedad de carnes y mariscos.</p>
¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?	Si por supuesto inclusive hay algunos premios que se han ganado a nivel internacional.
¿Cuál es su comida típica de preferencia cuando acude a un restaurante típico?	Me gusta la comida típica de la sierra por ejemplo una fritada, caldo de patas y yaguarlocro.
¿A qué restaurantes asiste para deleitarse con estos platos?	Por lo general voy por paseo y comer a Cumbayá, voy al Tradición que es un lugar en donde hay variedad en mariscos y platos típicos, también por el centro norte al Peter's. A los valles como Sangolquí si se nos antoja comer un hornado y en Guayllabamba donde también existen lugares típicos.
En su opinión ¿qué restaurante de comida típica recomendaría? ¿por qué?	Personalmente me gusta el Tradición porque ahí hay comida variedad y de buen precio, también la atención considero que es buena.
¿Conoce a Rincón la Ronda Restaurante? ¿cuál ha sido su experiencia?	<p>Si he tenido la oportunidad de asistir 2 ocasiones y tienen variedad de comida.</p> <p>La experiencia ha sido buena, tuve 2 invitación a un evento de la empresa y la comida fue buena.</p>

Tabla 13

Elaborado por Camila Arrieta Fuente de Datos: Entrevista.

ENTREVISTADO #3	DESCRIPCIÓN PROFESIONAL
	<p>Dpto. Ventas Construecuador 42 años de edad</p>
Nombre del entrevistado	Marcela Nasevilla
¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?	Que es muy deliciosa por todos los condimentos que hay en la Costa y Sierra.
¿A qué restaurantes asiste para deleitarse con estos platos?	Algunos restaurantes del centro histórico como “Hasta la vuelta señor” y a “Rincón la Ronda”.
En su opinión ¿qué restaurante de comida típica recomendaría? ¿por qué?	<p>Que vayan a “Hasta la vuelta señor” y “Rincón la Ronda”.</p> <p>Porque son restaurante que tienen el sabor original del yaguarlocro que a mí me gusta</p>
¿Qué tal le parece los costos de los platos típicos en Rincón la Ronda Restaurante?	Los precios son cómodos.

Tabla 14

Elaborado por Camila Arrieta Fuente de Datos: Entrevista.

ENTREVISTADO #4	DESCRIPCIÓN PROFESIONAL
	45 años de edad
Nombre del entrevistado	Rocío Castro
¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?	La comida ecuatoriana es muy variada, tiene un rico sabor y sobretodo cada provincia tiene su plato típico y eso le hace diferente a otros países.
¿A qué restaurantes asiste para deleitarse con estos platos?	Bueno yo asisto a varios para comer una fritada en Cumbayá en el Palacio de la fritada y en Rincón la Ronda.
En su opinión ¿qué restaurante de comida típica recomendaría? ¿por qué?	Sin duda hay muchos pero por su calidad, ambiente, comida y sazón a Rincón la Ronda Restaurante.
¿Conoce a Rincón la Ronda Restaurante? ¿cuál ha sido su experiencia?	Si conozco y la experiencia es única y buena porque su sabor y como en el slogan dicen: "Sabor y encanto de lo nuestro" es verdad porque su sabor es único, sus platos son exquisitos y además la higiene que es lo principal para un cliente.
¿Qué tal le parece los costos de los platos típicos en Rincón la Ronda Restaurante?	Bastante asequibles no es ni muy costoso ni muy barato, creo que está bien por su calidad.

Tabla 15

Elaborado por Camila Arrieta Fuente de Datos: Entrevista.

ENTREVISTADO #5	DESCRIPCIÓN PROFESIONAL
	Doctor IESS 47 años de edad
Nombre del entrevistado	Galo Stalin Ponce Velasco
¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?	La gastronomía ecuatoriana es una de las mejores del mundo, tenemos una gran variedad de comida como lo es en la Costa, Sierra y Oriente.
¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?	A nivel nacional si a nivel internacional considero que es conocida pero no tanto como las comidas de otros países de Latinoamérica.
¿A qué restaurantes asiste para deleitarse con estos platos?	Depende podría ser a Rincón la Ronda, todo depende el tipo de comida que vaya a degustar.
En su opinión ¿qué restaurante de comida típica recomendaría? ¿por qué?	Recomiendo a Rincón la Ronda por la gran variedad que poseen sus platos, así como los sabores que implementan en los mismos.
En su opinión ¿qué considera usted que debe ofrecer un restaurante de comida típica?	Un restaurante de comida típica yo creo que sería bueno fusionar los sabores típicos con cosas más extravagantes como así decirlo. La fusión de sabores es muy llamativo para los consumidores.
¿Conoce a Rincón la Ronda Restaurante? ¿cuál ha sido su experiencia?	Si, muy buena tanto en la atención como en la comida los sabores han sido exquisitos, la atención es de primera y las instalaciones igual muy buena.

Conclusiones entrevistas:

- La gastronomía ecuatoriana tiene una amplia variedad de comida, pero lo hace falta darse a conocer internacionalmente.
- Los entrevistados recomendarían a Tradición y Rincón la Ronda Restaurante.
- Los entrevistados mencionaron que asistieron a invitación de eventos.
- Se mencionó que el anterior local era más grande, por ende, atendían a más clientes y contaban con entretenimiento para niños.
- El personal entrevistado mencionó que el menú ejecutivo está teniendo una buena acogida por encontrarse rodeados de oficinas.

3.7.3 Guía de observación

Se realizó la observación 4 días, estos días se lo estableció mediante la conversación mantenida con el administrador de Rincón la Ronda Restaurante.

Ficha número 1.

Se realizó el día domingo 20 de mayo, en este día el establecimiento tenía el menú dominical, el tiempo de duración de la observación fue de 1:30 – 3:30 p.m.

FICHA DE OBSERVACIÓN				
Ficha # 1	Fecha: Domingo 20 de mayo	Duración: 1:30 - 3:30 p.m		
Elabora:	Camila Arrieta			
Lugar:	Rincón la Ronda Restaurante			
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	NUNCA	NO APLICA
El restaurante se encuentra limpio.	X			
Los empleados dan la bienvenida al ingreso.		X		
La carta del menú es entregada al momento de sentarse en las mesas.	X			
Los empleados son educados y cortés.	X			
La carta es de fácil lectura.	X			
El mesero ofrece sugerencia del día.			X	
Los comensales son pacientes mientras esperan la comida.	X			
La comida se entrega en el tiempo acordado.		X		
Personal adecuado. (Cuánto personal atiende)	X			
Los baños están limpios.	X			
Los meseros ofrecen postre.		X		
Los meseros ofrecen bajativo.			X	

Figura 22. Ficha de observación día domingo.

Observaciones:

- El restaurante se encontraba limpio durante el tiempo de observación.
- Durante 4 ocasiones de 5 el personal da la bienvenida al momento de ingreso.
- Durante las horas de observación a ningún comensal se le ofreció el menú dominical ya que al momento de abrir la carta del menú se encontraba pegada una hoja explicando el menú.
- Aproximadamente el plato se sirve después de 10 a 15 min desde cuando toman la orden.

- Durante el tiempo de observación, ningún mesero ofreció bajativo.

Ficha número 2.

Se realizó el día lunes 21 de mayo, tomando en cuenta que es inicio de semana en este día el establecimiento tenía platos a la carta y menú ejecutivo, el tiempo de duración de la observación fue de 12:00 p.m. – 3:00 p.m.

FICHA DE OBSERVACIÓN				
Ficha #2	Fecha: Lunes 21 de mayo	Duración: 12:00 - 3:00 p.m		
Elabora:	Camila Arrieta			
Lugar:	Rincón la Ronda Restaurante			
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	NUNCA	NO APLICA
El restaurante se encuentra limpio.	X			
Los empleados dan la bienvenida al ingreso.	X			
La carta del menú es entregada al momento de sentarse en las mesas.	X			
Los empleados son educados y cortés.	X			
La carta es de fácil lectura.	X			
El mesero ofrece sugerencia del día.			X	
Los comensales son pacientes mientras esperan la comida.	X			
La comida se entrega en el tiempo acordado.		X		
Personal adecuado. (Cuánto personal atiende)	X			
Los baños están limpios.	X			
Los meseros ofrecen postre.			X	
Los meseros ofrecen bajativo.			X	

Figura 23. Ficha de observación día lunes.

Observaciones:

- Únicamente si los clientes preguntan acerca del menú del día les ofrecen, ya que el menú se encuentra detallado en la carta.
- Utilizan el tiempo de espera para conversar en un ambiente acogedor.
- Los meseros dan postre únicamente a las personas que piden menú del día.
- Durante las horas de observación se encontraban 25 personas consumiendo en el establecimiento.
- Se encontraba Match Deportes transmitiendo desde el establecimiento.

Ficha número 3.

Se realizó el día miércoles 23 de mayo, tomando en cuenta que es mitad de semana en este día el establecimiento tenía platos a la carta, el tiempo de duración de la observación fue de 3:30 p.m. – 5:00 p.m.

FICHA DE OBSERVACIÓN				
Ficha #3	Fecha: Miércoles 23 de mayo	Duración: 3:30 - 5:00 p.m		
Elabora:	Camila Arrieta			
Lugar:	Rincón la Ronda Restaurante			
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	NUNCA	NO APLICA
El restaurante se encuentra limpio.	X			
Los empleados dan la bienvenida al ingreso.	X			
La carta del menú es entregada al momento de sentarse en las mesas.	X			
Los empleados son educados y cortés.	X			
La carta es de fácil lectura.	X			
El mesero ofrece sugerencia del día.		X		
Los comensales son pacientes mientras esperan la comida.		X		
La comida se entrega en el tiempo acordado.	X			
Personal adecuado. (Cuánto personal atiende)	X			
Los baños están limpios.	X			
Los meseros ofrecen postre.		X		
Los meseros ofrecen bajativo.			X	

Figura 24. Ficha de observación día miércoles.

Observaciones:

- Durante este tiempo de observación se encontraban 6 personas consumiendo en el establecimiento.
- No ofrecen bajativo, ni postre a los consumidores.
- El personal dio la bienvenida al ingreso de las personas.

Ficha número 4.

Se realizó el día viernes 25 de mayo, tomando en cuenta que es cierre de semana en este día el establecimiento tenía platos a la carta, el tiempo de duración de la observación fue de 5:00 p.m. – 7:30 p.m.

FICHA DE OBSERVACIÓN				
Ficha #4	Fecha: Viernes 25 de mayo	Duración: 5:00 - 7:30 p.m		
Elabora:	Camila Arrieta			
Lugar:	Rincón la Ronda Restaurante			
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	NUNCA	NO APLICA
El restaurante se encuentra limpio.	X			
Los empleados dan la bienvenida al ingreso.	X			
La carta del menú es entregada al momento de sentarse en las mesas.	X			
Los empleados son educados y cortés.	X			
La carta es de fácil lectura.	X			
El mesero ofrece sugerencia del día.			X	
Los comensales son pacientes mientras esperan la comida.	X			
La comida se entrega en el tiempo acordado.	X			
Personal adecuado. (Cuánto personal atiende)	X			
Los baños están limpios.	X			
Los meseros ofrecen postre.				X
Los meseros ofrecen bajativo.			X	

Figura 25. Ficha de observación día viernes.

Observaciones:

- No se sirve menú ejecutivo ya que a esa hora ya no cuentan con esa opción.
- Se encontraban 22 personas y a esta hora eran personas de la tercera edad.
- Se sirven humitas, café, empanadas y chocolate, a esta hora no piden muchos platos a la carta.
- Durante el servicio de café y chocolate pasan azúcar stevia y normal.
- El señor del parqueadero ofrece paraguas para que la gente pueda trasladarse a sus carros.

Conclusiones:

- Durante los días de observación nunca se ofrece bajativo, ya que el establecimiento no cuenta con el mismo.
- El menú ejecutivo se encuentra pegado en la carta, sin embargo, ningún mesero ofrece menú por cuenta propia.
- Las personas se parquean en las veredas cercanas al lugar porque el parqueadero es pequeño.

3.8 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para finalizar con el análisis de resultados de la investigación se toma en cuenta las 3 herramientas utilizadas anteriormente y se puede manifestar que:

- El público objetivo utiliza principalmente radio y redes sociales como Facebook e Instagram.
- La gente sí reconoce a Rincón la Ronda Restaurante cuando se plantean respuestas de apoyo.
- Las personas prefieren asistir a un restaurante que ofrezca comida típica ecuatoriana.
- No se ha actualizado la carta del menú en los últimos 3 años y se encuentra en español e inglés.
- Las personas sí asisten con niños menores de edad al establecimiento y Rincón la Ronda Restaurante no cuenta con entretenimiento para niños, únicamente sillas.
- Cuentan con música de ambiente, entre esos pasillos ecuatorianos.

CAPÍTULO 4. PROPUESTA

“En la investigación científica los detalles metódicos son de la mayor importancia”

Claude Bernard

4.1 HALLAZGOS

- Al 56% de las personas al momento de elegir un restaurante prefieren un lugar en donde ofrezcan comida típica, lo cual es una oportunidad en el mercado para poder realizar una propuesta.
- El 58% de la población asiste por lo menos 1 vez al mes, y existe un porcentaje atractivo con el 32% que asisten más de 3 veces esto es una oportunidad para poner llamar la atención de los consumidores y comunicar más acerca de la marca.
- Cuando piensan en un restaurante de comida típica 26 personas mencionaron a Tradición, seguido de 16 personas a Rincón la Ronda y finalmente con 12 personas a Palacio de la fritada.
- Al momento de elegir un restaurante al 33% les parece importante ya sea por la cercanía y tiempo, lo cual da la oportunidad a Rincón la Ronda Restaurante de potencializar el menú ejecutivo ya que en la actualidad se encuentra rodeado de varias empresas y edificios.
- El 97% de la población encuestada le gusta consumir comida típica ecuatoriana en restaurantes por su sabor y variedad de comida.
- La gente desearía que un restaurante de comida típica ofrezca bebidas tradicionales, bajativos, postres típicos, y juegos tradicionales lo que Rincón la Ronda Restaurante no ofrece, pero sería una gran oportunidad de poder implementar estos servicios.
- Al 46% de la gente encuestada le gusta asistir a restaurantes de comida típica por su tradición, sabor, variedad de comida y ambiente que este pueda brindar.
- Lo que la gente encuestada desearía que exista en restaurantes de comida típica es con un 19% promociones, 15% música, 6% juegos para niños y 5% entretenimiento.

- Acerca de restaurantes el 38% de la población encuestada se entera a través de radio lo que Rincón la Ronda Restaurante ya lo ha venido haciendo y con el 33% en redes sociales.
- El 79% de los encuestados conocen a Rincón la Ronda Restaurante, mientras que el 74% ha asistido, con el 27% ha sido en invitación de eventos lo que se podría potencializar sería en fines de semana y entre semana.
- El personal de Rincón la Ronda Restaurante entrevistada considera que el día de menor afluencia de gente son los días lunes y martes mientras que los días más transitados con desde los jueves hasta el fin de semana. En cuanto a la implementación del menú ejecutivo consideran que han tenido una gran aceptación ya que en la actualidad por su nueva ubicación van clientes de empresas que se encuentran a su alrededor.
- El personal entrevistado menciona que en la actualidad no cuentan con entretenimiento para niños, porque su local nuevo es más pequeño del anterior. La carta de menú no ha cambiado desde hace 3 años y únicamente realizan platos especiales en fechas importantes.

4.2 GRUPO OBJETIVO

El grupo objetivo al cual se dirige la campaña publicitaria es de nivel socio económico medio – medio alto de 30 a 65 años de edad que viven en el distrito metropolitano de Quito.

4.3 DESARROLLO ESTRATÉGICO

4.3.1 MODELO ESTRATÉGICO

4.3.1.1 COMMS PLANNING

Este método sirve para tener una mayor rigurosidad al momento de establecer la estrategia para posteriormente poner en marcha el plan estratégico. Mediante la utilización del método “*Comms planning*” se planea obtener una mayor estabilidad desde la estrategia hasta la implementación de la mecánica para la campaña (Code, 2013).



Figura 26. Estructura para la implementación de campaña. Fuente: (Code, 2013). Comms planning. Adaptado de Comms planning.

4.3.1.2 OBJETIVO DE CAMPAÑA

Reposicionar a Rincón la Ronda con un nuevo concepto el cual transmita la esencia de los quiteños para incrementar el número de asistentes al establecimiento.

4.3.1.3 PROBLEMA DE NEGOCIO

Las personas conocen a Rincón la Ronda Restaurante porque han ido a eventos, pero luego no regresan por cuenta propia.

El porcentaje de las personas que vuelven a ir es bajo con un 20%, mientras el 27% asiste por invitación a eventos, además Rincón la Ronda Restaurante se cambió de lugar lo que ha provocado que disminuyan los asistentes.

4.3.1.4 ESTRATEGIA

Despertar el gusto por lo tradicional a través de las sensaciones de la comida típica.

4.3.1.5 VERDADES

Verdad del producto: Rincón la Ronda Restaurante ofrece platos a la carta y menú ejecutivos, al estilo tradicional.

Verdad del consumidor: A la gente le gusta consumir comida típica ecuatoriana en restaurantes.

Verdad cultural: A la comida ecuatoriana se la puede percibir a mucha distancia por un olor característico que tiene cada plato.

4.3.1.6 POSICIONAMIENTO

Rincón la Ronda Restaurante es el lugar donde tienen el auténtico sabor de la comida típica.

4.3.1.7 IDEA DE LA CAMPAÑA

Dar a conocer el nuevo concepto.

4.4 CONCEPTO DE LA CAMPAÑA

El concepto nace a través de la investigación realizada en el Distrito Metropolitano de Quito sobre Rincón la Ronda Restaurante. En donde el 97% de la población encuestada le gusta consumir comida típica ecuatoriana en restaurantes por su sabor y variedad de comida. Por lo cual es necesario que la comunicación logre renovarse sin dejar a un lado la esencia que transmite la marca.

“La tradición que despierta tu gusto”

4.5 DESARROLLO

Barrera 1: La gente no conoce el nuevo concepto de Rincón la Ronda Restaurante.

Acción 1: Informar a las personas el nuevo concepto

Táctica 1: Redes sociales, diseño para carta de menú, mailing.



Figura 27. Gráfica referente a la implementación del nuevo concepto en redes sociales.

En su página de Facebook e Instagram se informará a las personas su nuevo concepto que quiere transmitir, de esta manera lograremos posicionar un nuevo concepto con el fin de que las personas lo conozcan.

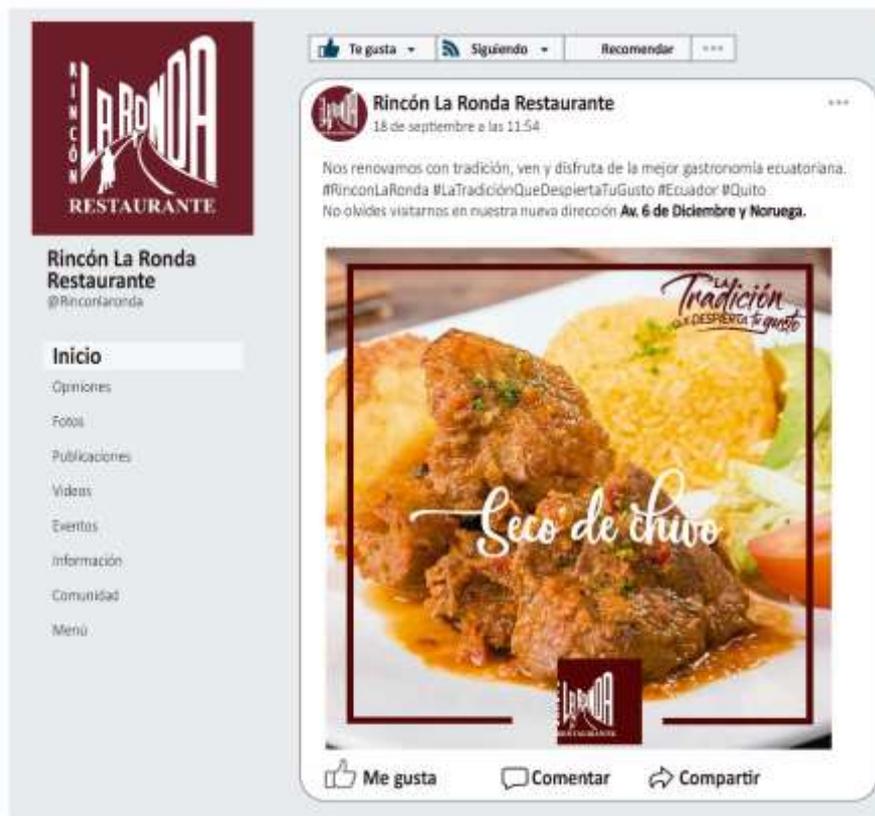


Figura 28. Gráfica referente a la barrera 1. Demostración de plato típico. Seco de chivo.

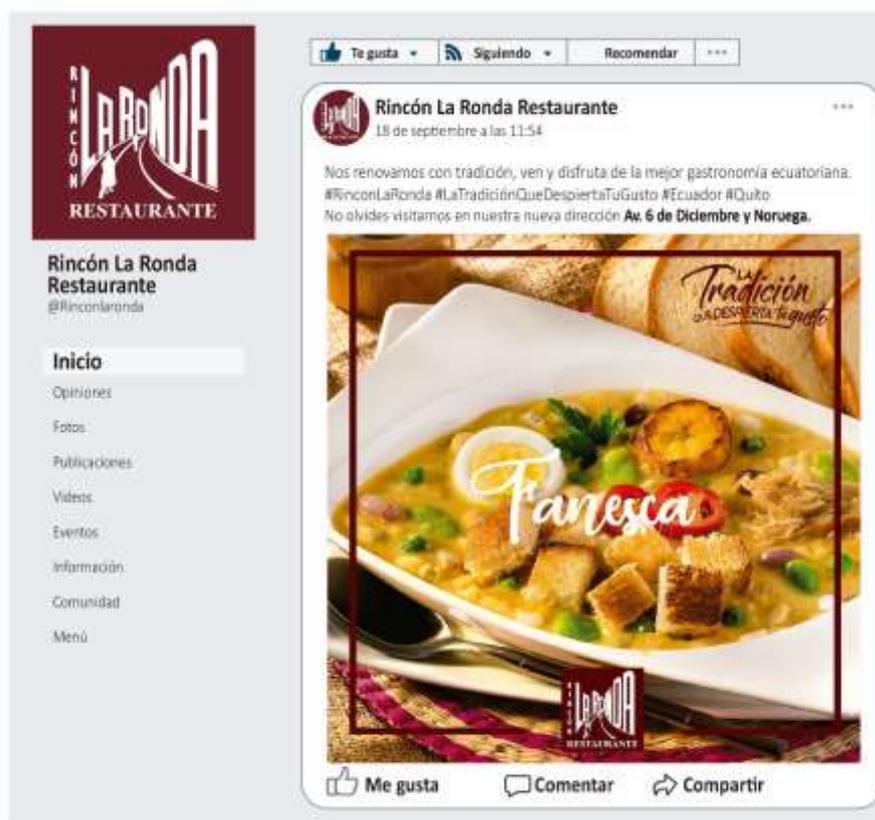


Figura 29. Gráfica referente a la barrera 1. Demostración de plato típico. Fanesca.



Figura 30. Gráfica referente a la barrera 1. Demostración de plato típico en Instagram.



Figura 31. Gráfica referente a la barrera 1. Demostración de postre en Instagram.



Figura 32. Gráfica referente a la barrera 1, para redes sociales.

Mediante estas gráficas lo que se quiere provocar es que las personas tengan ganas de degustar el plato, y que sepan sobre la variedad gastronómica que Rincón la Ronda ofrece.



Figura 33. Gráfica referente a la barrera 1, para redes sociales.



Figura 34. Gráfica referente a la barrera 1, para redes sociales.



Figura 35. Gráfica referente a la barrera 1, para redes sociales.

Con estas gráficas se incentivarán a las personas que vayan al establecimiento a probar los nuevos postres que Rincón la Ronda ofrecerá de esta manera se comunicará que hasta en los detalles más pequeños el establecimiento transmite la esencia de lo tradicional.

LA Ronda
RESTAURANTE

LA Tradición
QUE DESPIERTA tu gusto

Rincón la Ronda Restaurante ofrece menú ejecutivo el cual te podrás deleitar con deliciosos platos.

MENÚ EJECUTIVO
LUNES



OPCIÓN 1

Entrada: Caldo de gallina.
Fuerte: Seco de chivo.
Guarnición: Papas, arroz y ensalada.



OPCIÓN 2

Entrada: Caldo de gallina.
Fuerte: Hornado.
Guarnición: Papas, mote y ensalada.



POSTRE

El tradicional fideo con queso.
+
Jugo del día

\$6⁹⁹

Calle Noruega E-1049 Y Av. 6 de Diciembre
www.rinconlaronda.com
2540459






LA Ronda
RESTAURANTE

Figura 36. Gráfica referente a la barrera 1, mailing

En el mailing lo que haremos es utilizar la base de datos del establecimiento para que de esta manera lograr informar a sus consumidores acerca de promociones, platos nuevos y menú ejecutivo, de esta manera podrán saber qué es lo que Rincón la Ronda está ofreciendo últimamente.



Figura 37. Gráfica referente a la barrera 1, diseño para carta del menú.

En la creación de una nueva carta de menú se implementarán bebidas y postres tradicionales que la gente pidió de esta manera se trata del restaurante transmita su esencia empezando por los platos que ofrece, por esta razón los platos nuevos tendrán un identificador para que las personas puedan saber y de esta manera llamar su atención para que lo compren.

Barrera 2: Existe gran variedad de restaurantes típicos lo que ocasiona que los consumidores no sean fieles a una marca.

Acción 2: Informar a los consumidores la variedad gastronómica que ofrece Rincón la Ronda Restaurante mediante la experiencia y volviéndolo único al restaurante.

Táctica 2: Redes sociales, Carta de promociones, activación BTL, radio.

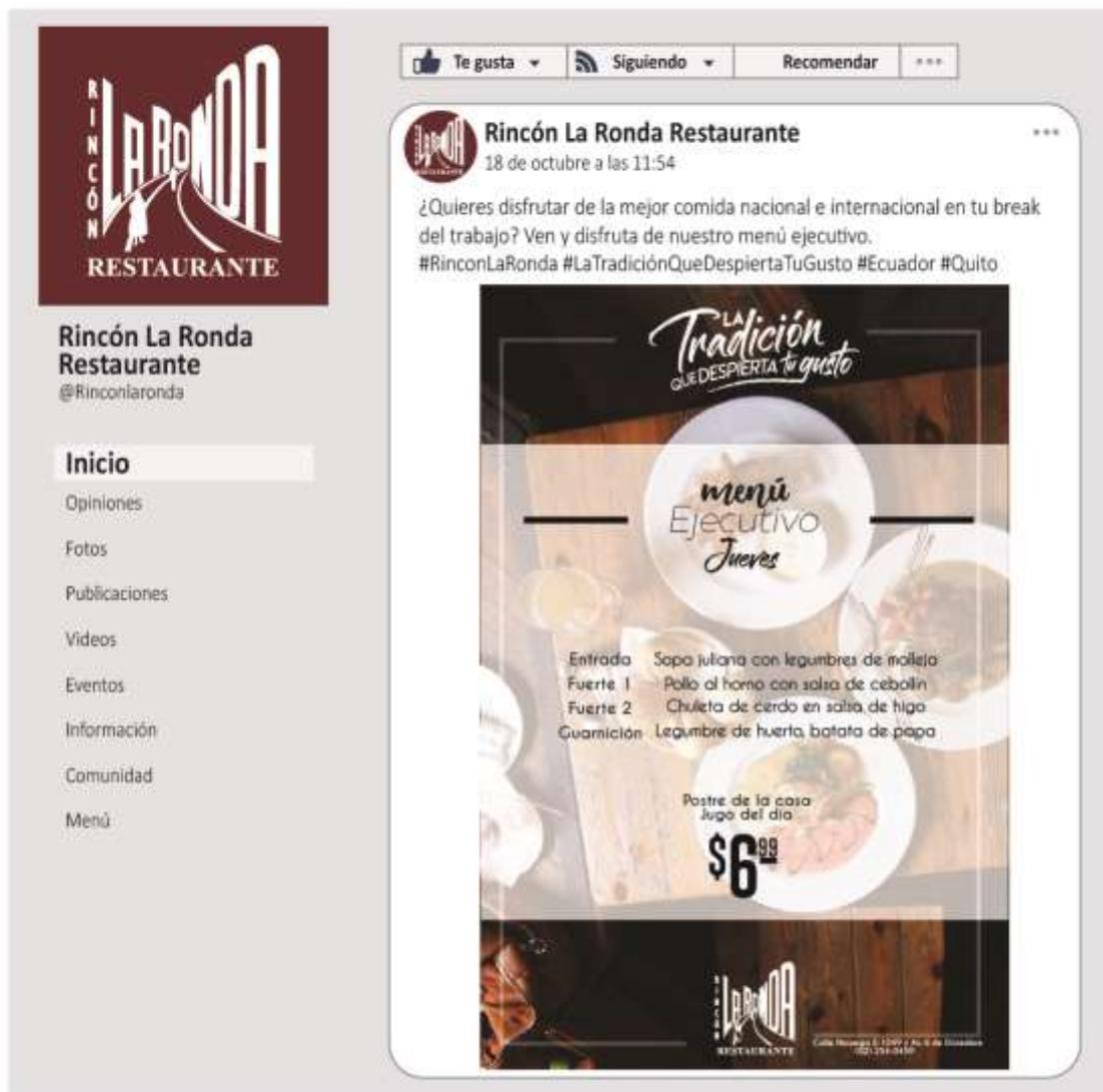


Figura 38. Gráfica referente a la barrera 2, en donde se muestra el menú para redes sociales.

Con esta gráfica se podrá mostrar el menú ejecutivo de cada día para que de esta manera las personas puedan informarse acerca de lo que Rincón la Ronda está ofreciendo.

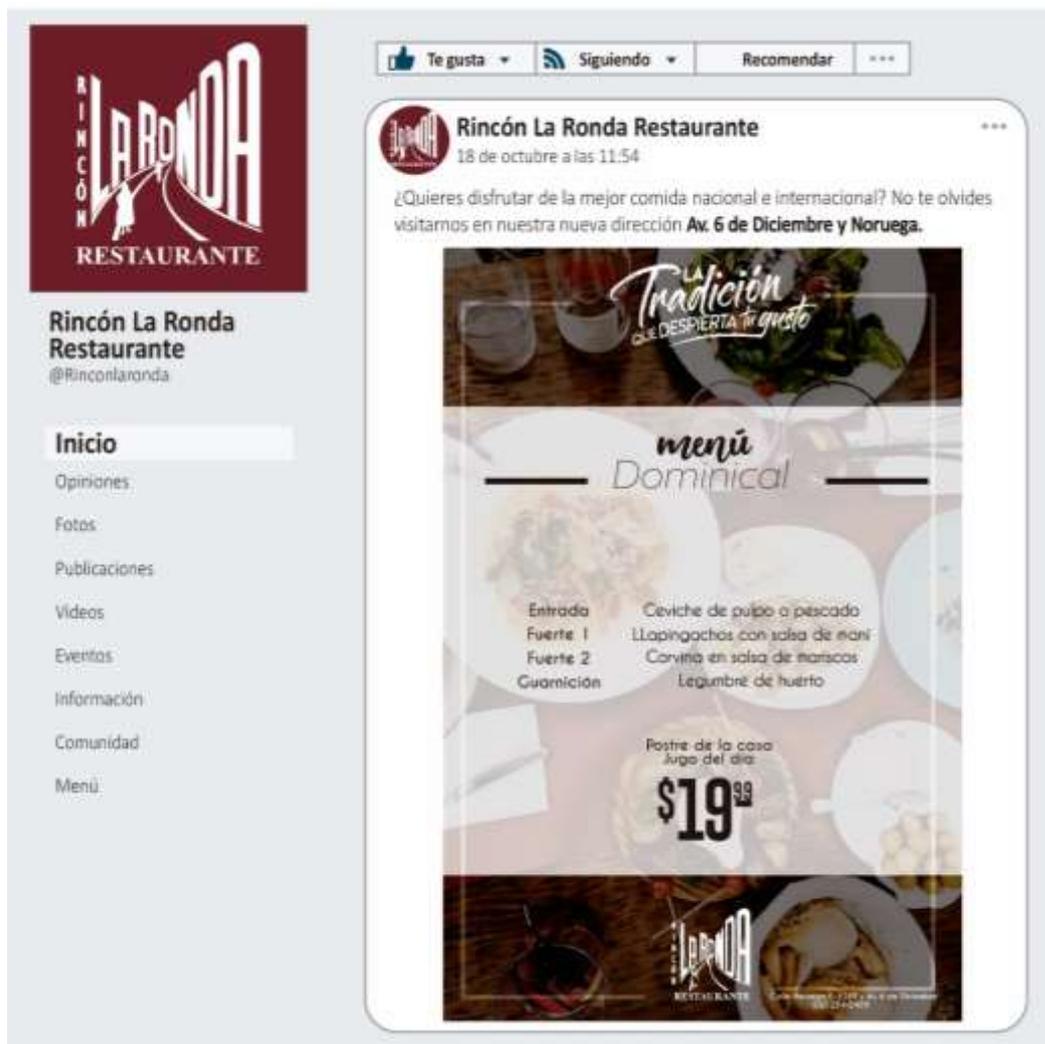


Figura 39. Gráfica referente a la barrera 2, en donde se muestra el menú para redes sociales.

De igual manera se informará lo que contiene el menú dominical y el precio, cabe mencionar que en todas las gráficas se pondrá la ubicación del establecimiento para que las personas sepan en donde se encuentran ubicados.

LA Tradición
QUE DESPIERTA tu gusto

menú
niños
Martes

Entrada
Fuerte 1
Fuerte 2
Postre

Caldo de pollo
Llapingacho
Churrasco
Higos con queso o espumilla

Jugo del día

\$14⁹⁵

LA TRADICIÓN
RESTAURANTE

Calle Noruega E-1049 y Av. 6 de Diciembre
(02) 254-0459

Figura 40. Gráfica referente a la barrera 2, en donde se muestra el menú para redes sociales.

Se implementará un nuevo menú para niños con el fin de que las personas sepan que la tradición empieza desde casa en este caso se pondrán platos típicos, pero en porción pequeña para que los niños puedan degustar del menú.



Figura 41. Gráfica referente a la barrera 2, en donde se muestra la solicitud de la cartilla.



Figura 42. Mockup de cartilla de almuerzos.

En redes sociales primero se comunicará que va a ver una cartilla de almuerzos para que las personas que visiten la página puedan enterarse e ir al establecimiento a pedir su cartilla, de esta manera se trata de incentivar a las personas a que asistan al lugar generando experiencia.



Figura 43. Gráfica referente a la barrera 2, activación.



Figura 44. Gráfica referente a la barrera 2, activación.

Se visitarán a empresas cercanas al establecimiento en días normales y festivos, por ejemplo, en Fiestas de Quito una persona vestida de chulla quiteño irá a las oficinas para que las personas puedan degustar del canelazo que ofrece Rincón la Ronda, con el fin de que las personas puedan ir después de sus trabajos.

Menciones en Radio Canela:

- El otro día estaba pasando por la 6 de Diciembre y Noruega y adivinen ¿con qué me encontré?, con el nuevo local de Rincón la Ronda, ¿qué esperas para irlos a visitar? "La tradición que despierta tu gusto".

- Son las 12:30 en Radio Canela y ¿aún no sabes a donde ir en el break del trabajo? Rincón la Ronda es la opción perfecta para ti.” La tradición que despierta tu gusto”.
- Ven y conoce el nuevo menú que Rincón la Ronda ofrece. “La tradición que despierta tu gusto”.

Barrera 3: La gente no conoce el nuevo local.

Acción 3: Dar a conocer a los consumidores la nueva ubicación Rincón la Ronda Restaurante.

Táctica 3: Vallas, redes sociales, volante, waze.

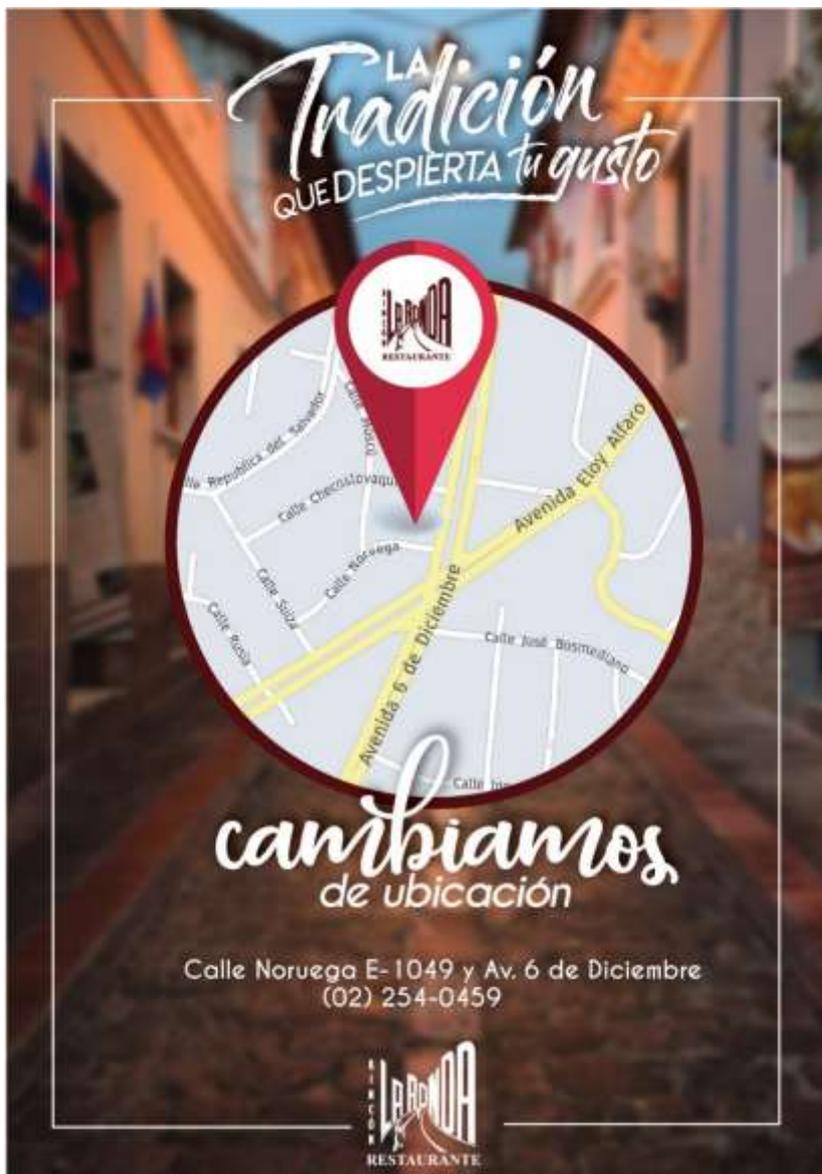


Figura 45. Gráfica referente a la barrera 3, diseño de volante indicando la nueva ubicación.

Mediante volantes se podrán repartir en ciertos lugares de Quito con el fin de que las personas se informen sobre la nueva ubicación de Rincón la Ronda Restaurante, y puedan asistir.



Figura 46. Gráfica referente a la barrera 3, redes sociales.



Figura 47. Diseño de valla



Figura 48. Mockup de vallas en la 6 de Diciembre y Noruega – y en donde era el anterior establecimiento.

En las vallas se indicará la nueva ubicación del establecimiento para que las personas que pasan por los diferentes lugares se informen sobre el mismo, cabe mencionar que en la gráfica de las valla se utilizarán platos que el establecimiento ofrezca para que las personas sepan y asistan.



Figura 49. Mockup de la pantalla en "Waze".



Figura 50. Mockup de la pantalla en "Waze".



Figura 51. Mockup de la pantalla en “Waze”.

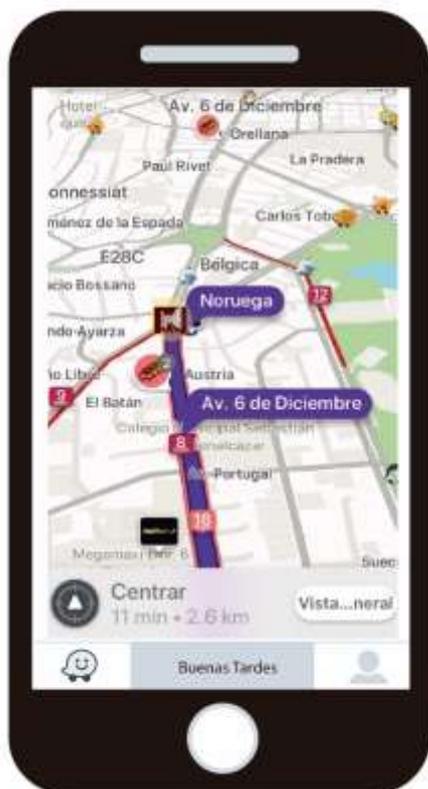


Figura 52. Mockup de la pantalla en “Waze”.

4.6 PLAN DE MEDIOS

Los medios que se utilizarán para la implementación de la campaña han sido los que el grupo objetivo tiene mayor acercamiento para que de esta manera la comunicación sea efectiva. La duración de la campaña será por 4 meses y se utilizarán los medios mencionados posteriormente, mediante la utilización de los mismos se logrará generar recordación de marca y hacer que las personas se informen la nueva ubicación del establecimiento.

Tabla 16
Justificación de medios.

MEDIO	PROPÓSITO
Redes sociales	Mediante la investigación se pudo determinar que este medio es el más utilizado del grupo objetivo, por lo cual se utilizará Facebook e Instagram para lograr comunicar de manera efectiva.
Mailing	Se utilizará esta herramienta ya que se tiene una amplia base de datos y mediante esta herramienta se podrá informar de promociones, y nuevos platos.
Vía pública (vallas)	Se utilizará vallas para la gente que pasa por las calles pueda ver ya que en la actualidad se ha aumentado el tráfico en las calles de Quito, siendo una herramienta de contacto directo con las personas. Valla en la 6 de Diciembre y Noruega y otro en la Belo Horizonte.
Radio	Mediante esta herramienta se podrá atacar a las personas, para generar mayor alcance y frecuencia. 20 menciones al mes.
BTL	Las actividades BTL se lo desarrollará en diferentes oficinas que se encuentran a los alrededores del establecimiento y en fechas festivas como: Noviembre (colada morada), Diciembre (fiestas de Quito, navidad, fin de año).
Waze	Pautar en waze para que de esta manera las personas que transitan por el lugar o quieran conocer sobre la ubicación actual del establecimiento les aparezca al momento de utilizar esta aplicación.

Tabla 17
Plan de medios.

PLAN DE MEDIOS						
Objetivo	Medio	Pública	Actividad	Fecha	KPI	Inversión
Generar notoriedad	Facebook	30 - 65 años	Posteos nuevo concepto Post nuevo menú	3 por semana	Engagement Interacción Click	\$ 180,000
	Instagram		Posteos nuevo concepto Post nuevo menú	3 por semana	Engagement Interacción Click	\$ 180,000
	5TL		Visitar empresas	1 al mes	Engagement	\$ 800
	Radio		Menciones	-	Engagement Interacción	\$ 2,000
	Waze		Ubicación	-	Engagement	\$ 3,000
Clientes potenciales engagement	Facebook	30 - 65 años	Post cartilla almuerzos	3 por semana	Engagement Interacción Click	
	Instagram		Post cartilla almuerzos	3 por semana	Engagement Interacción Click	
	Mailing		Informar menú ejecutivo	2 por semana	Engagement Interacción	\$ 36,000

Tabla 18
Cronograma plan de medios.

PLAN DE MEDIOS / CRONOGRAMA					
Medio	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Inversión USD\$
Facebook	\$ 180,000	\$ 180,000	\$ 180,000	\$ 180,000	\$ 720,000
Instagram	\$ 180,000	\$ 180,000	\$ 180,000	\$ 180,000	\$ 720,000
Mailing	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 36,000
5TL	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 800,000
Radio	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 400,000
Waze	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 12,000
	\$ 489,000	\$ 489,000	\$ 489,000	\$ 489,000	\$ 15,467

4.7 CRONOGRAMA

A continuación, se podrá observar el cronograma de la campaña de comunicación para Rincón la Ronda Restaurante, el cual tiene una duración de 4 meses, tomando en cuenta fechas festivas.

Tabla 19
Cronograma.

SEPTIEMBRE							OCTUBRE						
Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do	Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
			f		f	2	1	f	3	f	5	f	7
		5		7		9			10		12		14
10	f	12	f	14	f	16	15	f	17	f	19	f	21
		19		21		23			24		26		28
24	bTL	26	f	28	29	30	29	bTL	31				

NOVIEMBRE							DICIEMBRE						
Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do	Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
			bTL	2	f	4						f	2
5	f	7		9		11	3	f	bTL	f	7		9
12		14	f	16	f	18	10		12		14	f	16
19	f	21		23		25	17	f	19	f	bTL		
26		28	f	bTL			24		26		28		30
							31						

4.8 PRESUPUESTO

El presupuesto de la campaña para el reposicionamiento de Rincón la Ronda Restaurante en la ciudad de Quito se desglosa de la siguiente manera:

Tabla 20
Presupuesto.

PRESUPUESTO			
Medio	Tarifa (diseño)	Detalle	Inversión
Creación contenido y gráficas	\$ 300	4 meses	\$1,200
Flyers	\$ 190	2000 imp.	\$150
Facebook	-	4 meses	\$180
Instagram	-	4 meses	\$180
BTL	-	1 x 4 meses	\$800
Valla (induvallas)	\$ 600	2 vallas	\$14,000
Radio	Por mes	Presentación disponible martes 10 seg vieta 30 seg	\$2,000
Waze	-	-	\$3,000
Mailing	\$ 9,00 tarifa	2000 por mes (4 meses)	\$ 36
Subtotal:			\$ 21, 546
IVA (12%):			\$ 2,574
Fee de agencia: (17,66)			\$ 3,805
Total:			\$ 27, 925

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- La gastronomía ecuatoriana se debe dar a conocer tanto nacionalmente como internacional para que las personas conozcan sobre la gran variedad de platos típicos que tiene el Ecuador.
- A las personas les gusta enterarse acerca de restaurantes mediante redes sociales, por esta razón esta herramienta de comunicación es de suma importancia para poder atacar al grupo objetivo.
- Para generar fidelización de los consumidores hacia el establecimiento se necesita generar experiencia de marca y que las personas sientan que el establecimiento se preocupa por ellos.
- La campaña de comunicación para Rincón la Ronda Restaurante debe generar que las personas tengan ganas de asistir al establecimiento a degustar la variedad de comida que ofrecen.

5.2 Recomendaciones

- Pese a tener 36 años de experiencia Rincón la Ronda Restaurante debe reposicionarse con un nuevo concepto el cuál siga transmitiendo la esencia del restaurante y que las personas se sientan identificados.
- La campaña de comunicación es de suma importancia para que las personas estén actualizadas y vean el contenido que el establecimiento comunica, es por esta razón que se recomienda manejar un presupuesto mensual para publicidad y evitar descuidarse del mismo.
- Se recomienda generar máximo 3 posts a la semana para no saturar la información a las personas ya que si se llega a saturar toda la información las personas tienden a dejar de seguir a la página.
- Se recomienda utilizar el concepto de manera adecuada es decir que Rincón la Ronda transmita su nuevo concepto sin dejar a un lado la esencia de lo tradicional que les ha marcado durante 36 años.

REFERENCIAS

- Ayestarán Crespo, Rangel Pérez y Sebastián Morillas. (2012). *Planificación estratégica y gestión de la publicidad: conectando con el consumidor*. Madrid, Pozuelo de Alarcón: ESIC.
- BIBLIOGRAPHY *Gastronomía del Ecuador*. (10 de Octubre de 2010). Obtenido de <http://cdnodanilo.freeoda.com/blog/?cat=11>
- Code, J. (22 de 10 de 2013). *What is Comms Planning?* Obtenido de https://es.slideshare.net/juliancole/what-is-comms-planning/21-comms_tasks_to_channelstacticscomms_plannerThe
- Comercio, E. (12 de abril de 2016). *El Comercio*. Recuperado el 31 de enero de 2018, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/economia-ecuador-disminuira-2016-fmi.html>
- Comercio, E. (2016). El consumidor gasta menos en restaurantes. *El Comercio*. Recuperado el 30 de 01 de 2018
- Comercio, E. (6 de 03 de 2016). El consumidor gasta menos en restaurantes. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/consumidor-gasta-restaurantes-economia-quito.html>
- Conde, Isabel. (09 de 05 de 2016). *La vanguardia*. Recuperado el 16 de 07 de 2018, de <https://www.lavanguardia.com/comer/tendencias/20160506/40-1603500506/fenomeno-tasty-recetas-virales.html>
- Coquillat, D. (3 de 01 de 2018). *Las 8 tendencias principales de marketig para restaurantes 2018*. Obtenido de <https://www.diegocoquillat.com/las-8-tendencias-principales-de-marketing-para-restaurantes-en-2018/>
- Díaz, M. Á. (2016). *Uso de la dotación básica del restaurante y asisstencia en el preservicio*. Editorial Tutor Formación. Recuperado el 11 de 07 de 2018, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/udlasp/detail.action?docID=4507802&query=evolucion+del+restaurante#>
- El Comercio. (s.f.). *Restaurantes que guardan parte de la historia quiteña*. Recuperado el 28 de 04 de 2018, de <http://www.elcomercio.com/sabores/restaurantes-guardan-parte-historia-quitena.html>

- Empresa Pública del Turismo. (Abril de 2013). *Quito en cifras*. Obtenido de <https://www.quitoturismo.gob.ec/phocadownload/EstadisticasUIO/Quitoe ncifras/quito%20en%20cifras%202.pdf>
- En J. R. Alacreu. (2012). *Planificación y dirección de servicios y eventos en restauración* (págs. 23, 24). Madrid: Síntesis.
- El Comercio. (21 de 11 de 2014). *El comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/especias-aroma-gastronomia-cocina-sabor.html>
- INEC. (2016). *Reporte de Economía Laboral*. Quito. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Informe_economia_laboral-mar16.pdf
- Legarre, J. M. (05 de julio de 2015). *Revista La Alcazaba - Revista Socio cultural*. Recuperado el 31 de enero de 2018, de <http://www.laalcazaba.org/la-cocina-del-antiguo-egipto-por-jose-manuel-mojica-legarre/>
- Ministerio del Interior. (2018). *Ecuador es el tercer país mas seguro de América Latina*. Quito. Obtenido de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/ecuador-es-el-tercer-pais-mas-seguro-de-america-latina/>
- Montignac, M. (2004). *Sitio oficial del Método Montignac*. Obtenido de <http://www.montignac.com/es/historia-de-la-alimentacion-del-ser-humano/>
- Pita Fernández y Pértegas Díaz. (27 de 05 de 2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Obtenido de https://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp
- Philip Kotler & Lane K. (2012). *Dirección de Marketing*. Pearson, 14 edición.
- Real Academia de Gastronomía. (s.f.). Obtenido de <http://www.realacademiadegastronomia.com/presentacion.htm>
- Servicio al Cliente en Restaurantes*. (s.f.). Obtenido de <http://servicioalclienterestaurantes.blogspot.com/>
- Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión* (págs. 10-11). Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones.

Telégrafo, E. (23 de Mayo de 2017). *La atención es vital en los restaurantes*.
Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/4/la-atencion-es-vital-en-los-restaurantes>

Tlayuhua Rodríguez García y Marcos Gabriel Molina López. (2017). *Gastronomía, arte y ciencia*. México: Nugacyt.

Turismo, M. d. (15 de Enero de 2013). *ISSUU*. Obtenido de <https://issuu.com/direcdigital/docs/gastronomiaii>

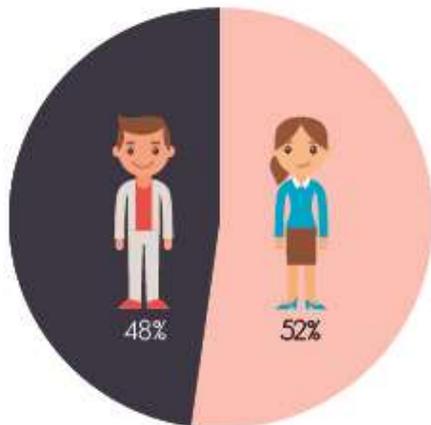
Turístico-Gastronómico, L. D. (s.f.). Obtenido de http://www.industria.ejgv.euskadi.eus/r44tu0014/es/contenidos/informacion/8013/es_2598/adjuntos/tb4_05.pdf

(Tomo II). En *Ecuador* (pág. p. 664). Ecuador: Cient. Latina.

ANEXOS

Tabulaciones de encuestas.

Género.



Tomado de encuesta.

Análisis: De la población encuestada el 48% fueron hombres mientras que el 52% mujeres.

Interpretación: Al momento de realizar las encuestas se lo realizó por el sector Belo horizonte en donde se encontraba el anterior local y a los alrededores el nuevo lugar del establecimiento por la 6 de diciembre.

Edad.

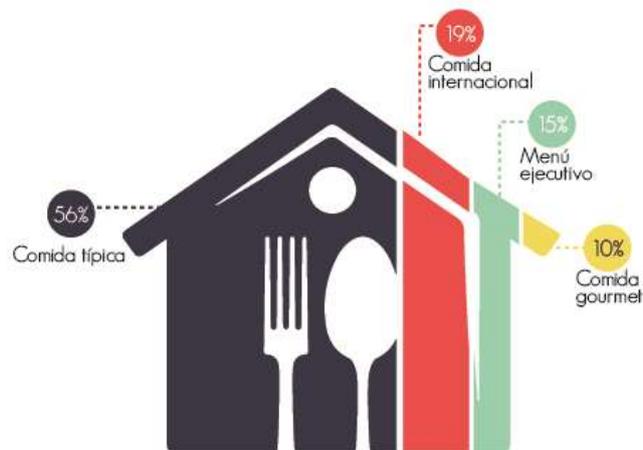


Tomado de encuesta.

Análisis: El mayor porcentaje de encuestados fueron personas de 30 a 40 años de edad con el 50%.

Interpretación: Para realizar la investigación se tomó en cuenta el grupo objetivo de Rincón la Ronda Restaurante en este caso la investigación se realizó a personas de 30 a 65 años de edad ya que a estas personas se debe comunicar el mensaje.

1. ¿Al momento de elegir un restaurante usted prefiere?



Tomado de encuesta.

Análisis: El 56% de los encuestados cuando asiste a un restaurante prefiere comida típica, seguido del 19% en comida internacional

Interpretación: En el gráfico podemos ver que más de la mitad de la población encuestada asiste a restaurantes a degustar comida típica, lo que nos otorga una oportunidad en el mercado para poder realizar una propuesta.

2. ¿Le gusta la comida típica ecuatoriana? ¿por qué?



Tomado de encuesta.

¿Por qué?

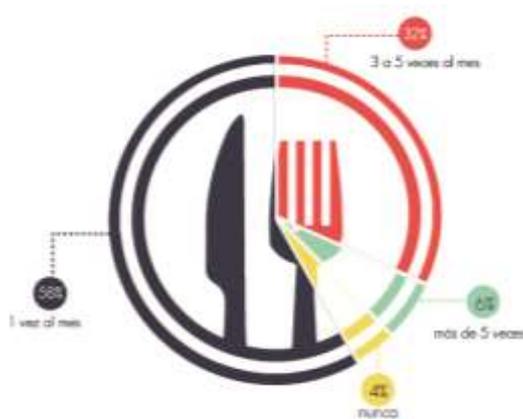


Tomado de encuesta.

Análisis: Del grupo de encuestados el 97% menciona que si le gusta la comida típica mientras que el 3% dice que no.

Interpretación: Según el gráfico la mayor parte de la población encuestada le gusta la comida típica ecuatoriana con un 50% por su sabor y 29% variedad. Es importante saber que la gastronomía ecuatoriana se caracteriza por la gran variedad de platos que disponemos en el país y Rincón la Ronda Restaurante se caracteriza por brindar variedad de comida.

3. ¿Con qué frecuencia asiste a un restaurante de comida típica?



Tomado de encuesta.

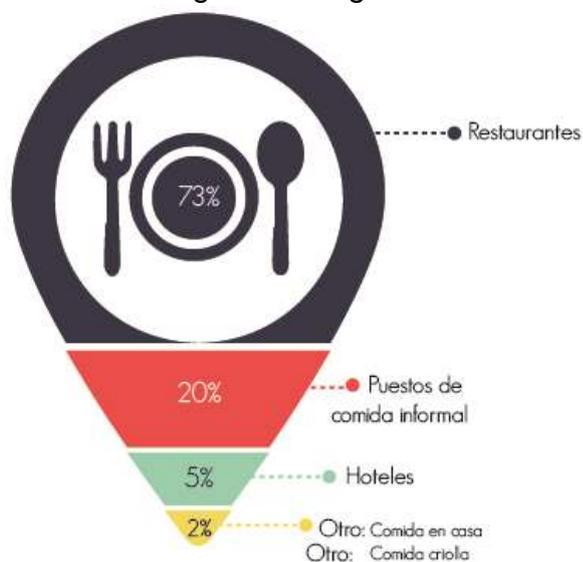
Análisis:

El 58% de los encuestados asiste a un restaurante de comida típica 1 vez al mes, seguido del 32% por 3 a 5 veces al mes.

Interpretación:

En el gráfico se puede observar que el 58% de la población asiste por lo menos 1 vez al mes, y existe un porcentaje atractivo con el 32% que asisten más de 3 veces esto es una oportunidad para poner llamar la atención de los consumidores y comunicar más acerca de la marca.

4. ¿En cuál de los siguientes lugares consume comidas típicas?

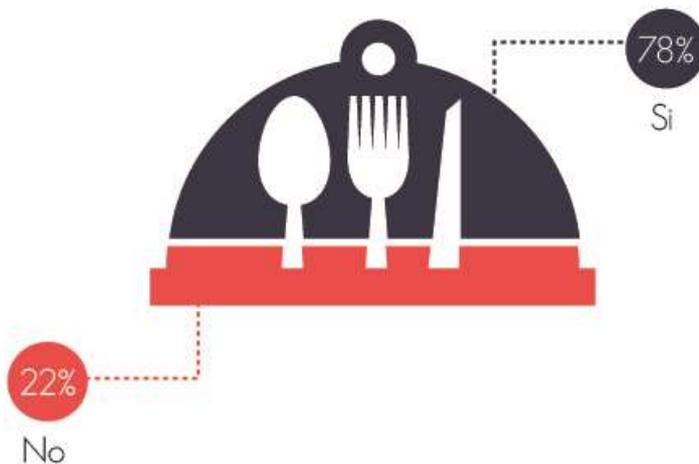


Tomado de encuesta.

Análisis: El 73% de los encuestados asisten a restaurantes, seguido del 20% en puestos de comida informal.

Interpretación: La gente encuestada al momento de decidir por deleitarse con comida típica ecuatoriana le gusta asistir a restaurantes, lo que nos da una ventaja ya que Rincón la Ronda Restaurante ofrece comida típica ecuatoriana.

En general ¿conoce usted algún restaurante que ofrezca comida típica?



Tomado de encuesta.

Análisis: De la población encuestada el 78% conoce restaurantes que ofrezcan comida típica ecuatoriana.

Interpretación: Según el gráfico se puede observar que la población encuestada si conoce acerca de lugares donde se puede degustar comida típica ecuatoriana lo que nos da una oportunidad en ese 22% para lograr posicionar a Rincón la Ronda Restaurante.

5. Si su respuesta es afirmativa indique ¿cuáles?

Tradición	32	30%
Los 3 guabos	19	18%
Rincón la Ronda	16	14%
Palacio de la fritada	10	9%
La choza	8	7%
Peter's	6	6%
Barlovento	5	5%
Riobambeñita	4	4%
Biloxi	3	3%
Casa Gangotena	2	2%
El Ventanal	2	2%
Total respuestas:	107	100%

Tomado de encuesta.

Análisis: Del 78% que si conocían un lugar en donde ofrezcan comida típica ecuatoriana, 32 personas indican que en el Tradición se puede degustar de esta comida.

Interpretación: Con esta pregunta abierta se puede conocer el posicionamiento de los restaurantes de comida típica en la mente de los consumidores. En el gráfico nos indica en primer lugar con 32 respuestas a “Tradición” el cual ofrece variedad de comida típica seguido con 19 respuestas a “Los 3 guabos” que se encuentra en Amaguaña el cual se caracteriza por ofrecer platos típicos ecuatorianos y en tercer lugar con 10 respuestas a “Rincón la Ronda Restaurante” el cual ofrece variedad de gastronomía típica ecuatoriana.

6. ¿A qué restaurante de comida típica asiste?

Tradición	26	23%
Rincón la Ronda	16	14%
Palacio de la fritada	12	10%
Motes de la magdalena	10	9%
Los 3 guabos	9	8%
La Chozo	9	8%
Riobambeñita	8	7%
Casa Gangotena	5	4%
Mi Cocina	5	4%
Hasta la vuelta señor	4	3%
Café de la vaca	3	3%
Barlovento	2	2%
El ventanal	2	2%
Rincón Amazónico	2	2%
Peter's	1	1%
Total respuestas:	114	100%

Tomado de encuesta.

Análisis: Con 26 respuestas de los encuestados mencionan que ha asistido al “Tradición”.

Interpretación: Mediante este gráfico podemos saber los restaurantes que se encuentran posicionados en la mente de consumidor, mediante el gráfico podemos ver que 19 personas si han asistido a Rincón la Ronda Restaurante.

7. En general ¿cuán importante es la ubicación al momento de elegir un restaurante de comida típica?



Tomado de encuesta.

¿Por qué?

Cercanía	35	27%
Tiempo	28	21%
Sabor	22	17%
Accesibilidad	13	10%
Servicio	10	8%
Parqueadero	9	7%
Cerca del trabajo	8	6%
Seguridad	5	4%
Total respuestas:	130	100%

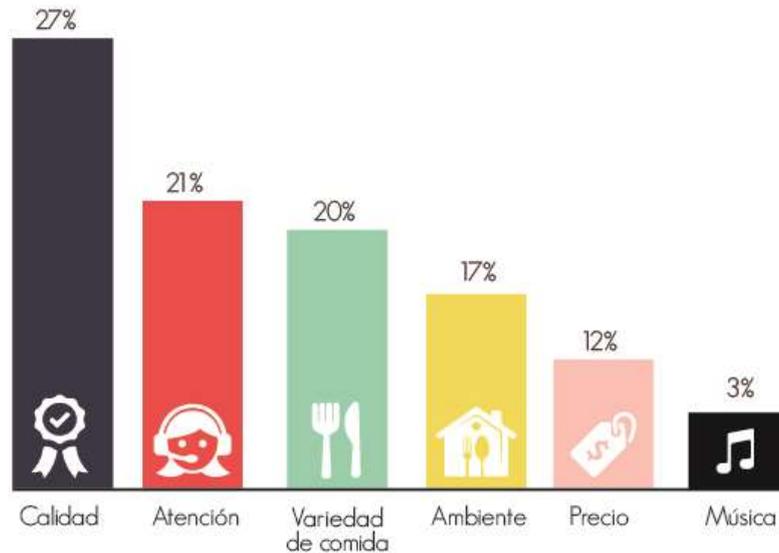
Tomado de encuesta.

Análisis: El 33% de la población encuestada le parece importante la ubicación cuando elige un restaurante de comida típica.

Interpretación: Después de haber analizado los 2 gráficos anteriores se llega a la conclusión que la población encuestada le parece importante la ubicación ya sea por la cercanía de su domicilio seguido del tiempo que

tiene para degustar la comida, lo cual nos da una ventaja el poder ofrecer menú ejecutivo ya que en la actualidad Rincón la Ronda Restaurante se encuentra rodeado por empresas.

8. De un restaurante de comida típica ¿cuál de estas características le parece más importante?

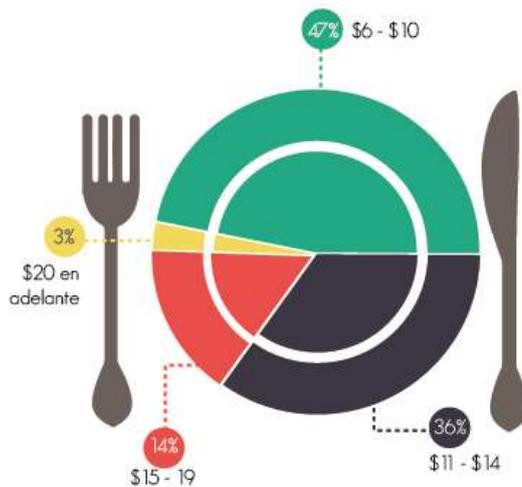


Tomado de encuesta.

Análisis: al 27% de los encuestados un factor importante al momento de asistir a un restaurante de comida típica ecuatoriana buscan calidad.

Interpretación: A los encuestados le parece que lo principal con que debe contar un restaurante de comida típica debe ser la calidad, seguido de la atención que el establecimiento brinde, ya que si no tienen una buena atención o calidad en sus platos los consumidores no regresarían al lugar, lo cual se caracteriza Rincón la Ronda Restaurante por ofrecer calidad y atención a sus consumidores durante 36 años en el mercado.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato típico en un restaurante?

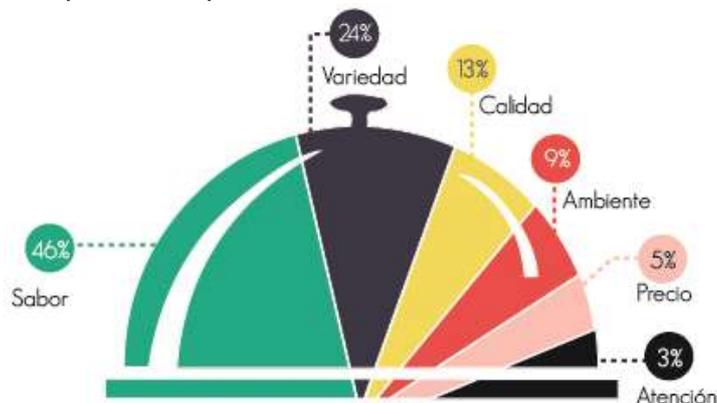


Tomado de encuesta.

Análisis: El 47% de la población encuestada pagaría por un plato de comida típica entre \$6 a \$10 dólares en un restaurante.

Interpretación: Mediante el gráfico podemos darnos cuenta que la mayor cantidad de encuestados pagarían un mínimo de \$6 dólares por un plato seguido del 36% que están dispuestos a pagar hasta \$14 dólares. No existe mucha diferencia del porcentaje de personas que pagarían este valor, lo cual hay una ventaja ya que los platos de Rincón la Ronda oscilan desde los \$13 dólares y el menú ejecutivo se encuentra en \$6.99 dólares.

10. ¿Por qué razón prefiere comer en un restaurante de comida típica?



Tomado de encuesta.

Análisis: El 46% de la población menciona que el sabor es un punto importante seguido de 24% con variedad

Interpretación: La gente prefiere comer platos típicos ecuatorianos en un restaurante por el sabor es decir la sazón que se utilizan para implementar en los platos y seguido de la variedad que se puede encontrar, es una ventaja para Rincón la Ronda Restaurante ya que cuentan con 36 años de experiencia y su sabor lo siguen manejando de la misma manera.

11. ¿Qué desearía usted que ofrezca un restaurante de comida típica ecuatoriana?

Bebidas tradicionales	30	22%
Bajativos	26	20%
Postres típicos	24	18%
Lo más tradicional del país	17	13%
Juegos tradicionales	13	10%
Promociones	12	9%
Música en vivo	11	8%
Total respuestas:	133	100%

Tomado de encuesta.

Análisis: Con 30 respuestas de los encuestados mencionan que desearían bebidas tradicionales.

Interpretación: Los consumidores desearían que ofrezcan los restaurantes bebidas tradicionales ecuatorianas, bajativos, y postres típicos lo que se podría ser una oportunidad para poder implementar en Rincón la Ronda Restaurante.

12. ¿Qué restaurante de comida típica conoce usted?

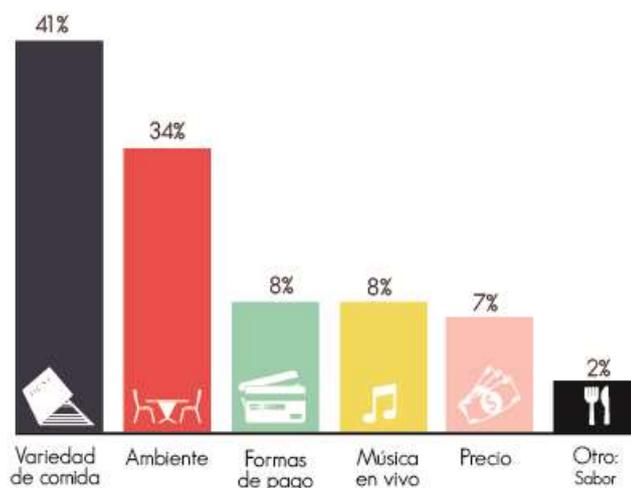


Tomado de encuesta.

Análisis: El 24% de los encuestados menciona que conoce Rincón la Ronda Restaurante, seguido de Vista Hermosa con un 19%.

Interpretación: Los restaurantes que la gente más asiste para deleitarse con platos típicos ecuatorianos son: Rincón la Ronda Restaurante, Vista Hermosa y Tradición. Mediante esta pregunta asistida se puede ver que el 24% de los encuestados si conocen a Rincón la Ronda Restaurante a pesar de no ser una respuesta espontánea, lo cual nos ayudará para generar posicionamiento y recordación de marca.

13. ¿Por qué lo prefieres?

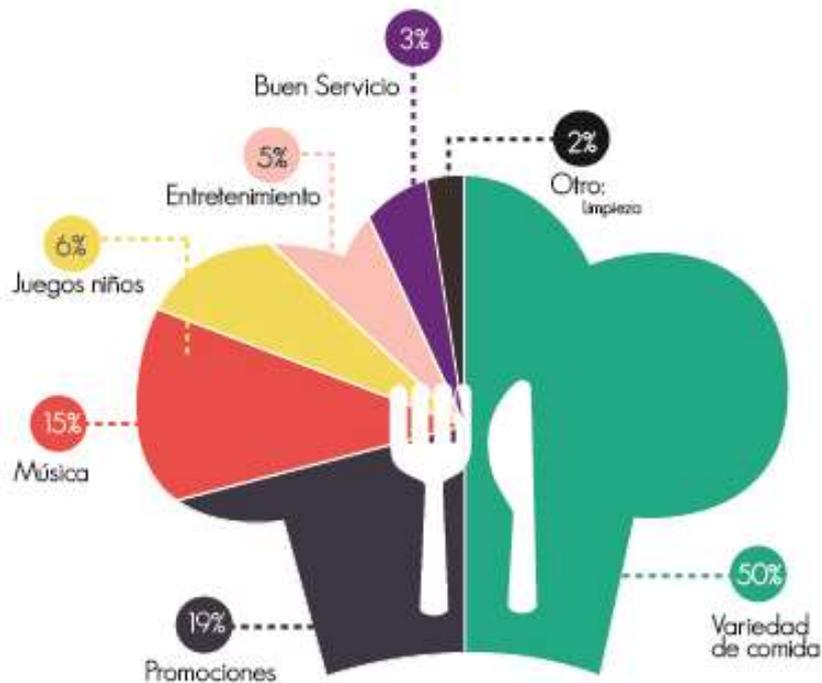


Tomado de encuesta.

Análisis: Al 41% de encuestados les interesa que el restaurante tenga variedad de comida.

Interpretación: A los anteriores sitios mencionados lo prefieren por la variedad de comida que se puede encontrar en los restaurantes, el ambiente y formas de pago. El ambiente es uno de los factores importantes de los restaurantes ya que para diferenciarse se debe manejar un ambiente que vaya acompañado a la temática que se quiere transmitir, en este caso Rincón la Ronda Restaurante cuenta con variedad de gastronomía típica ecuatoriana y sus instalaciones se encuentran ambientadas a la ocasión.

14. ¿Qué debería tener un restaurante de comida típica para que usted asista al lugar?

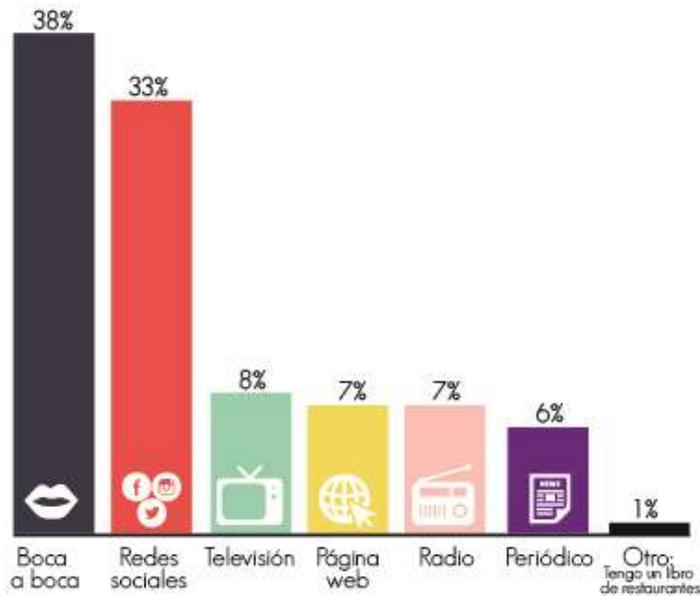


Tomado de encuesta.

Análisis: La mitad de los encuestados confirman que un restaurante debe tener variedad, seguido del 19% en promociones y 15% música.

Interpretación: Los consumidores creen que un restaurante debe tener variedad de comida el cual pueda satisfacer las necesidades de los consumidores, las promociones se lo podrían implementar en Rincón la Ronda Restaurante y esto podría ser en días festivos o significativos.

15. ¿A través de qué medio de comunicación usted se informa acerca de restaurantes?



Tomado de encuesta.

Análisis: El 38% se informa a través de boca a boca seguido con el 33% de Facebook.

Interpretación: El grupo objetivo de la investigación se informan mediante referencias es decir boca a boca, otro de los elementos que utilizan para informarse acerca de restaurantes es de Facebook, esta es una herramienta importante ya que hoy en día se puede ver las calificaciones que tiene el establecimiento, seguido de televisión con un 8%. Es importante generar experiencia de marca para que de esta manera las personas logren hablar bien acerca del establecimiento en el que se encuentran y de esta manera se podría atraer más clientes.

16. ¿Conoce usted Rincón la Ronda Restaurante?

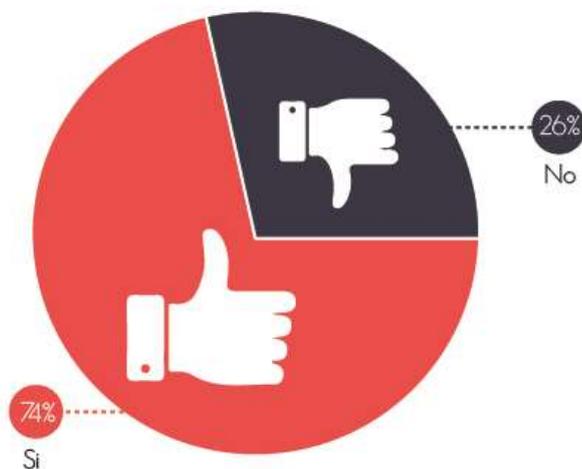


Tomado de encuesta.

Análisis: El 21% de las personas no conocen Rincón la Ronda Restaurante

Interpretación: El 79% de los encuestados conocen o han escuchado de Rincón la Ronda Restaurante.

17. ¿Ha asistido a Rincón la Ronda Restaurante?

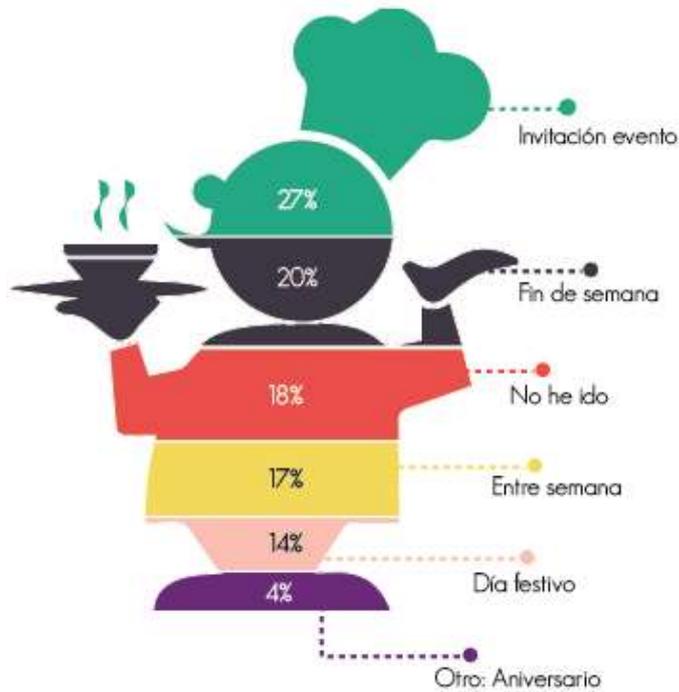


Tomado de encuesta.

Análisis: El 26% no han asistido a Rincón la Ronda Restaurante.

Interpretación: De los anteriores 79% que conocen a Rincón la Ronda el 74% de ellos han asistido aquí se puede observar que si tiene una gran acogida en el sector y en el grupo objetivo.

Si su respuesta fue si ¿en qué momento asistió?



Tomado de encuesta.

Análisis: el 46% de la población menciona que el sabor es un punto importante seguido de 24% con variedad

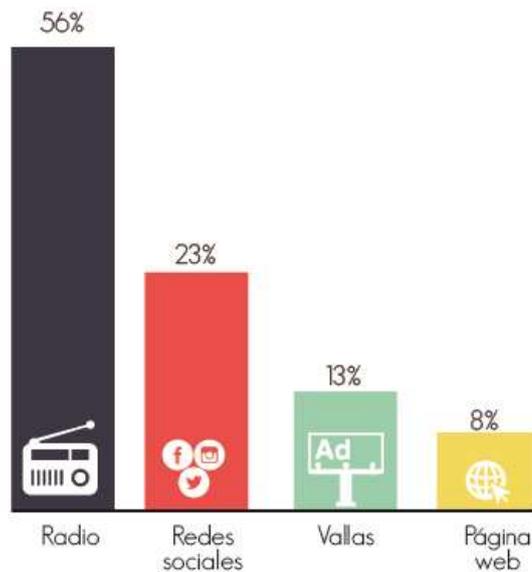
Interpretación: De las personas que han asistido al restaurante han sido por invitación a eventos con el 27% esto quiere decir que asistieron al restaurante porque alguien los llevo, mientras que el 20% de las personas han asistido por su propia cuenta el fin de semana esto es un factor importante para potencializar a los consumidores a que asistan los fines de semana o entre semana por iniciativa propia.

18. Ha visto/oído publicidad de Rincón la Ronda Restaurante?
¿Dónde?



Tomado de encuesta.

¿En dónde?



Tomado de encuesta.

Análisis: La mitad de las personas que conocen y han asistido a Rincón la Ronda Restaurante han escuchado/ visto publicidad del establecimiento.

Interpretación: El 56% de las personas han escuchado publicidad en radio, seguido de publicaciones que realizan en las redes sociales, esto quiere decir que el grupo objetivo escucha mucho radio el cual es un medio tradicional que no pasa de moda ya que varias personas lo escuchan en cualquier momento de su día.

Entrevistas a personal de Rincón la Ronda Restaurante.



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

Entrevista a personal de Rincón la Ronda Restaurante

1. ¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?
2. ¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?
3. ¿El personal interno recibe capacitaciones para un buen servicio al cliente?
4. ¿Existe algún tipo de supervisión del plato antes de entregar el pedido?
5. ¿Cuántos empleados forman parte de Rincón la Ronda Restaurante?
6. ¿Considera usted que los empleados son los suficientes para una satisfactoria atención al cliente? ¿por qué?
7. ¿Cuántos clientes atienden a diario?
8. ¿Qué día es el día de menor y mayor concurrencia en el restaurante?
9. ¿Cree que el menú va con el estilo que maneja Rincón la Ronda Restaurante?
10. ¿Cuál es la especialidad del establecimiento?
11. ¿Ofrece algún tipo de entretenimiento infantil mientras espera su comida? ¿por qué?
12. ¿Usted considera que Rincón la Ronda Restaurante se encuentra bien ubicado? ¿por qué?
13. ¿En fechas especiales realizan algún evento, promoción o plato especial? ¿cuáles?
14. ¿Cuándo ingresan turistas extranjeros lo recibe alguien que domine el inglés?
15. ¿Cómo funciona su sistema de escuela de gastronomía?
16. ¿Cree que el restaurante tiene renombre dentro de la capital?
17. Rincón la Ronda Restaurante ¿ha ganado premios nacionales o internacionales por su calidad?
18. ¿El restaurante tiene certificación como ícono turístico?
19. ¿Cuánto tiempo trabaja aquí?
20. ¿Cuál ha sido la variación en relación hace 10 años y ahora?
21. ¿De acuerdo a su percepción hace 5 años cuál era el flujo de clientes?
22. ¿Cuáles son los cambios que ha percibido usted con el cambio de local?
23. ¿Cómo les ha afectado la crisis económica y el fallecimiento del fundador?

Transcripciones de entrevistas.

ENTREVISTADO #1	DESCRIPCIÓN PROFESIONAL
	<p>Dpto. Contabilidad</p> <p>36 años de edad</p> <p>9 años trabaja</p>
Nombre del entrevistado	Carmen Ruiz
<p>PREGUNTA 1:</p> <p>¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?</p>	No sé.
<p>PREGUNTA 2:</p> <p>¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?</p>	Un poco, para mi le hace falta un poquito más.
<p>PREGUNTA 3:</p> <p>¿El personal interno recibe capacitaciones para un buen servicio al cliente?</p>	Anteriormente lo recibía, ahora ya no, lo recibían cada 6 meses.
<p>PREGUNTA 4:</p> <p>¿Existe algún tipo de supervisión del plato antes de entregar el pedido?</p>	El capitán, el capitán hace la entrega y al mismo tiempo revisa y autoriza el servicio del plato.
<p>PREGUNTA 5:</p> <p>¿Cuántos empleados forman parte de Rincón la Ronda Restaurante?</p>	21 empleados forman parte del establecimiento.
<p>PREGUNTA 6:</p> <p>¿Considera usted que los empleados son los suficientes para</p>	Me parece que sí, porque son personal antiguo que ya conoce, aparte tenemos unos clientes específicos y sabemos la necesidad que tiene cada uno de ellos.

una satisfactoria atención al cliente? ¿por qué?	
PREGUNTA 7: ¿Cuántos clientes atienden a diario?	En una media más o menos unas 70 personas.
PREGUNTA 8: ¿Qué día es el de menor y mayor concurrencia en el restaurante?	Menor: lunes, martes y miércoles (41 - 50 personas). Mayor: jueves y viernes (80 - 90 personas).
PREGUNTA 9: ¿Cree que el menú va con el estilo que maneja Rincón la Ronda Restaurante?	Si nos hemos mantenido.
PREGUNTA 10: ¿Cuál es la especialidad del establecimiento?	Comida típica entre ellos secos de chivo tenemos una gran variedad, de hecho unas 6 variedades en típicas y unas 7 en internacional, pero están dispersas dentro de la carta.
PREGUNTA 11: ¿Ofrece algún tipo de entretenimiento infantil mientras esperan por su comida? ¿por qué?	Ya no lo ofrecemos, teníamos antes cuadernitos para dibujar para pintar pero ya no porque el servicio se ha hecho más express y rápido entonces se sirve lo más pronto posible y no se les da entretenimiento realmente.
PREGUNTA 12: ¿Usted considera que Rincón la Ronda Restaurante se encuentra bien ubicado? ¿por qué?	Creo que estaríamos dentro del rango normal no estaría ni bien ni mal, el local es bueno, bonito, agradable, acogedor, para mi está bien.
PREGUNTA 13: ¿En fechas especiales realizan algún evento, promoción o plato especial? ¿cuáles?	El 14 de febrero, día de la madre, colada morada, la fanesca, navidad, fiesta de Quito, fin de año.
PREGUNTA 14: ¿Cuándo ingresan turistas extranjeros lo recibe alguien que domine el inglés?	Siempre lo recibe un capitán, y son agencias que ya se le conoce de años y vienen con los guías, ellos planifican como quieren el servicio con el capitán y de inmediato se sirve.

	El personal no domina el idioma ingles únicamente los guías son los que se comunican
PREGUNTA 15: ¿Cómo funciona su sistema de escuela de gastronomía?	Bueno como eso ha sido de años, por decir de generación siempre hemos contado con un personal antiguo que el a su vez le enseña al que sigue en años y va concurriendo esto, y sigue así hasta la fecha.
PREGUNTA 16: ¿Cree que el restaurante tiene renombre dentro de la capital?	Si.
PREGUNTA 17: Rincón la Ronda Restaurante ¿ha ganado premios nacionales o internacionales por su calidad?	Sí, pero al momento no se cuáles son.
PREGUNTA 18: ¿El restaurante tiene certificación como ícono turístico?	Estamos en proceso, nos falta unas adecuaciones, infraestructura solamente enviar y confirmar seria porque ya nos han venido a visitar y estamos dentro del parámetro normal.
PREGUNTA 19: ¿Cuál ha sido la variación en relación hace 10 años y ahora?	La competencia, gran variedad de gastronomía internacional que se ha implementado mucho en el Ecuador cosa que la comida nacional casi ya no es la preferencial y más que todo aquí en la capital ya no optan por una fritada optan talvez por probar los rollitos primavera o cambian de gastronomía eso ha sido nuestra baja. Y muchas veces la gente ya no quiere salir a cenar a fuera quieren economizar y nos hemos visto en la necesidad también de nosotros cortar personal ver un espacio más pequeño, acomodarnos en base a lo que está al país.
PREGUNTA 20: De acuerdo a su percepción hace 5 años ¿cuál era el flujo de clientes?	Realmente es el mismo la cantidad de personas lo que se diferencia ahora es más que antes era netamente servicio a la carta luego se implementó el menú

	<p>ejecutivo y ahora estamos entre el menú ejecutivo y el servicio a la carta.</p> <p>Ha tenido mucha acogida el menú ejecutivo.</p>
<p>PREGUNTA 21:</p> <p>¿Cuáles son los cambios que ha percibido usted con el cambio de local?</p>	<p>Como mencione solo la reducción de personal. Bueno la costumbre del personal que teníamos una infraestructura grande. La mantelería no la tenemos acá tenemos que ver en otro lugar hay ciertas cositas que hemos modificado con el espacio, pero de ahí en servicio no hemos estado igual.</p> <p>Si han regresado mucho clientes en diferentes fechas pero lo han hecho</p>
<p>PREGUNTA 22:</p> <p>¿Cómo les ha afectado la crisis económica y el fallecimiento del fundador?</p>	<p>No sé.</p>
<p>Conclusiones de la entrevista por parte del investigador</p>	<p>Dentro del menú que ellos ofrecen también existe comida típica internacional.</p> <p>Los turistas que asisten al lugar vienen con una agencia que han trabajado por años.</p> <p>Les falta modificar la infraestructura para obtener el certificado de ícono turístico.</p>

<p>ENTREVISTADO #2</p> 	<p>DESCRIPCIÓN PROFESIONAL</p> <p>Asistente de meseros</p> <p>38 años de edad</p> <p>17 años trabaja</p>
<p>Nombre del entrevistado</p>	<p>Sonia López.</p>
<p>PREGUNTA 1:</p> <p>¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?</p>	<p>Si estamos hablando de donde yo trabajo es muy buena.</p>
<p>PREGUNTA 2:</p> <p>¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?</p>	<p>Si.</p>
<p>PREGUNTA 3:</p> <p>¿El personal interno recibe capacitaciones para un buen servicio al cliente?</p>	<p>Si, cuando podamos o cuando haya tiempo.</p>
<p>PREGUNTA 4:</p> <p>¿Existe algún tipo de supervisión del plato antes de entregar el pedido?</p>	<p>Si, los capitanes revisan.</p>
<p>PREGUNTA 5:</p> <p>¿Cuántos empleados forman parte de Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>20</p>
<p>PREGUNTA 6:</p> <p>¿Considera usted que los empleados son los suficientes para una satisfactoria atención al cliente? ¿por qué?</p>	<p>Yo creo que sí, mientras menos se atiende mejor.</p>
<p>PREGUNTA 7:</p> <p>¿Cuántos clientes atienden a diario?</p>	<p>Depende hay días que son buenos y días que son bajos no le podemos decir.</p>

<p>PREGUNTA 8:</p> <p>¿Qué día es el de menor y mayor concurrencia en el restaurante?</p>	<p>Menor: lunes</p> <p>Mayor: de miércoles a viernes.</p>
<p>PREGUNTA 9:</p> <p>¿Cree que el menú va con el estilo que maneja Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Si.</p>
<p>PREGUNTA 10:</p> <p>¿Cuál es la especialidad del establecimiento?</p>	<p>Platos típicos.</p>
<p>PREGUNTA 11:</p> <p>¿Ofrece algún tipo de entretenimiento infantil mientras esperan por su comida? ¿por qué?</p>	<p>No, niños no vienen mucho.</p>
<p>PREGUNTA 12:</p> <p>¿Usted considera que Rincón la Ronda Restaurante se encuentra bien ubicado? ¿por qué?</p>	<p>Si.</p>
<p>PREGUNTA 13:</p> <p>¿En fechas especiales realizan algún evento, promoción o plato especial? ¿cuáles?</p>	<p>Si, día del amor y la amistad, día de la madre, las fanescas, día del padre.</p>
<p>PREGUNTA 14:</p> <p>¿Cuándo ingresan turistas extranjeros lo recibe alguien que domine el inglés?</p>	<p>Si uno que domina el inglés.</p>
<p>PREGUNTA 15:</p> <p>¿Cómo funciona su sistema de escuela de gastronomía?</p>	<p>No sé.</p>
<p>PREGUNTA 16:</p> <p>¿Cree que el restaurante tiene renombre dentro de la capital?</p>	<p>Si.</p>
<p>PREGUNTA 17:</p>	<p>Si.</p>

Rincón la Ronda Restaurante ¿ha ganado premios nacionales o internacionales por su calidad?	
PREGUNTA 18: ¿El restaurante tiene certificación como ícono turístico?	Si.
PREGUNTA 19: ¿Cuál ha sido la variación en relación hace 10 años y ahora?	Si hay algunos cambios, le soy sincera a mí me gusta más el servicio que la cocina. Hay clientes que ya no son como antes y ponen por maldad o competencia comentarios en las redes sociales.
PREGUNTA 20: De acuerdo a su percepción hace 5 años ¿cuál era el flujo de clientes?	Antes en la casa antigua había más, porque era más grande y amplio y antes estaba mi jefe.
PREGUNTA 21: ¿Cuáles son los cambios que ha percibido usted con el cambio de local?	Ninguno.
PREGUNTA 22: ¿Cómo les ha afectado la crisis económica y el fallecimiento del fundador?	En lo personal le sigo extrañando y en lo económico no puedo hablar eso es cuestión interna.
Conclusiones de la entrevista por parte del investigador	Ha renunciado por varias ocasiones, pero siempre regresa al lugar en donde le vieron crecer. En la actualidad reciben capacitaciones únicamente cuando hay tiempo. En el anterior establecimiento asistía más gente. Tienen alianza con radio Mach deportes.

<p>ENTREVISTADO #3</p> 	<p>DESCRIPCIÓN PROFESIONAL</p> <p>Capitán de meseros</p> <p>31 años trabaja</p> <ul style="list-style-type: none"> - Su función es vender eventos y atención al cliente
<p>Nombre del entrevistado</p>	<p>Victor Rivera.</p>
<p>PREGUNTA 1: ¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?</p>	<p>La gastronomía ecuatoriana es muy buena, es una comida que usted le encuentra en casi todas las provincias de nuestro país.</p>
<p>PREGUNTA 2:</p> <p>¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?</p>	<p>Yo creo que lo que falta un poco es difundirla y hacerlo más hacia el extranjero.</p>
<p>PREGUNTA 3:</p> <p>¿El personal interno recibe capacitaciones para un buen servicio al cliente?</p>	<p>Si, si recibimos.</p> <p>En estos tiempos no hemos recibido, pero yo soy una de las personas antiguas y he tenido en el año unas 3 a 4 capacitaciones tanto en ventas, atención al cliente y cata de vino.</p>
<p>PREGUNTA 4:</p> <p>¿Existe algún tipo de supervisión del plato antes de entregar el pedido?</p>	<p>Sí, eso nos encargamos los capitanes de meseros, viendo que todo salga acorde a lo que pidió el cliente.</p>
<p>PREGUNTA 5:</p> <p>¿Cuántos empleados forman parte de Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>20 empleados aproximadamente.</p>
<p>PREGUNTA 6:</p> <p>¿Considera usted que los empleados son los suficientes para una satisfactoria atención al cliente? ¿por qué?</p>	<p>Sí, siempre y cuando estemos capacitados todos.</p>
<p>PREGUNTA 7:</p> <p>¿Cuántos clientes atienden a diario?</p>	<p>Aproximadamente desde 60 hasta 120.</p>

<p>PREGUNTA 8:</p> <p>¿Qué día es el de menor y mayor concurrencia en el restaurante?</p>	<p>No tenemos un día en que podamos decir que hay menor clientes, puede ser un lunes, viernes o sábado.</p> <p>Mayor: sábados porque tenemos compromisos sociales de nuestros clientes.</p>
<p>PREGUNTA 9:</p> <p>¿Cree que el menú va con el estilo que maneja Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Si va con el estilo.</p> <p>No hemos actualizado en estos últimos 3 años, pero antes estábamos cambiando constantemente por nuestros platos, nuevas salsas e ingredientes.</p>
<p>PREGUNTA 10:</p> <p>¿Cuál es la especialidad del establecimiento?</p>	<p>Comida típica y nacional, nos caracterizamos por esos dos platos la típica lo que es de la Sierra y la nacional que es de la Costa.</p> <p>También tienen comida internacional pero como vienen turistas prefieren comer lo típico del país.</p>
<p>PREGUNTA 11:</p> <p>¿Ofrece algún tipo de entretenimiento infantil mientras esperan por su comida? ¿por qué?</p>	<p>No, en este nuevo local no tenemos para entretenimiento de niños por el momento.</p>
<p>PREGUNTA 12:</p> <p>¿Usted considera que Rincón la Ronda Restaurante se encuentra bien ubicado? ¿por qué?</p>	<p>Si se encuentra bien ubicado porque estamos cerca de oficinas, instituciones bancarias y hoteles, eso nos proporciona mayor clientela.</p>
<p>PREGUNTA 13:</p> <p>¿En fechas especiales realizan algún evento, promoción o plato especial? ¿cuáles?</p>	<p>Si, en el día de la madre servicio de buffet, mucha variedad tanto de carnes como de quesos. En navidad y fin de año servicio especial de catering para instituciones.</p>
<p>PREGUNTA 14:</p> <p>¿Cuándo ingresan turistas extranjeros lo recibe alguien que domine el inglés?</p>	<p>En este momento no tenemos una host que nos ayude con el idioma, nosotros nos defendemos un poco, tenemos un poco conocimiento del inglés.</p>
<p>PREGUNTA 15:</p> <p>¿Cómo funciona su sistema de escuela de gastronomía?</p>	<p>Es muy buena, nuestro sistema está funcionando así varios años.</p> <p>Los chef antiguos van enseñando la presentación de los platos, la sazón y los que van entrando a nuestro establecimiento aprenden.</p>

<p>PREGUNTA 16:</p> <p>¿Cree que el restaurante tiene renombre dentro de la capital?</p>	<p>Si, inclusive internacionalmente.</p>
<p>PREGUNTA 17:</p> <p>Rincón la Ronda Restaurante ¿ha ganado premios nacionales o internacionales por su calidad?</p>	<p>Sí, muchos.</p>
<p>PREGUNTA 18:</p> <p>¿El restaurante tiene certificación como ícono turístico?</p>	<p>No sé.</p>
<p>PREGUNTA 19:</p> <p>¿Cuál ha sido la variación en relación hace 10 años y ahora?</p>	<p>Bueno yo he visto muchos cambios tanto en el menú como en la cata de vinos y postres.</p>
<p>PREGUNTA 20:</p> <p>De acuerdo a su percepción hace 5 años ¿cuál era el flujo de clientes?</p>	<p>Anteriormente había más clientes.</p>
<p>PREGUNTA 21:</p> <p>¿Cuáles son los cambios que ha percibido usted con el cambio de local?</p>	<p>Los cambios que hemos percibido han sido el bajar los costos del menú para acordar el bolsillo del cliente.</p>
<p>PREGUNTA 22:</p> <p>¿Cómo les ha afectado la crisis económica y el fallecimiento del fundador?</p>	<p>Nos afectado mucho a todos, ya que era una persona con mucha experiencia, él viajaba mucho y traía sus conocimientos para enseñar a las personas más antiguas.</p>
<p>Conclusiones de la entrevista por parte del investigador</p>	<p>Las personas más antiguas en el establecimiento enseñan cómo es la presentación de platos y sazón a los nuevos cuando ingresan.</p> <p>Las ventas se han visto afectadas de acuerdo a los 5 años anteriores.</p> <p>Por el fallecimiento del fundador ya no cuentan con una persona que les enseñe a los antiguos.</p>

<p>ENTREVISTADO #4</p> 	<p>DESCRIPCIÓN PROFESIONAL</p> <p>Capitán de meseros. 63 años de edad 18 años trabaja</p>
<p>Nombre del entrevistado</p>	<p>Eduardo Marcelo Cárdenas.</p>
<p>PREGUNTA 1: ¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?</p>	<p>Es una de más mejores, no solamente de nuestro país sino a nivel de Sudamérica y puede ser hasta una de las mejores del mundo.</p>
<p>PREGUNTA 2: ¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?</p>	<p>Por supuesto que sí.</p>
<p>PREGUNTA 3: ¿El personal interno recibe capacitaciones para un buen servicio al cliente?</p>	<p>Si, normalmente es cada 3 meses o 6 meses.</p>
<p>PREGUNTA 4: ¿Existe algún tipo de supervisión del plato antes de entregar el pedido?</p>	<p>Lógicamente, al momento que la persona saca la comida nosotros los capitanes supervisamos.</p>
<p>PREGUNTA 5: ¿Cuántos empleados forman parte de Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>En la actualidad unos 25.</p>
<p>PREGUNTA 6: ¿Considera usted que los empleados son los suficientes para una satisfactoria atención al cliente? ¿por qué?</p>	<p>Por el momento que sí, porque al momento no tenemos mucha demanda de gente.</p>
<p>PREGUNTA 7: ¿Cuántos clientes atienden a diario?</p>	<p>Es impredecible, no hay un número de clientes exactos hay veces que hay 50-60-80.</p>

<p>PREGUNTA 8:</p> <p>¿Qué día es el de menor y mayor concurrencia en el restaurante?</p>	<p>Menor: puede ser un lunes</p> <p>Mayor: casi siempre los días domingo.</p>
<p>PREGUNTA 9:</p> <p>¿Cree que el menú va con el estilo que maneja Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Creo que sí, aunque por la situación que está viviendo el país creería que habría que bajar los precios un poquito para poder atraer más clientes, porque la situación del país no da para precios años.</p> <p>La carta tenemos desde hace muchos años, todavía nos sirve pero que deberíamos cambiar por supuesto.</p>
<p>PREGUNTA 10:</p> <p>¿Cuál es la especialidad del establecimiento?</p>	<p>Platos típicos e internacionales.</p> <p>Por lo general cuando viene el turista y pregunta por los platos típicos es le seco de chivo, la lengua, la criolla, el cochinito.</p> <p>En internacional langosta, salmón, pangó, filet mignon, tibo.</p>
<p>PREGUNTA 11:</p> <p>¿Ofrece algún tipo de entretenimiento infantil mientras esperan por su comida? ¿por qué?</p>	<p>No, eso dábamos antes cuando teníamos el salón grande que era en la Belo horizonte, ahí teníamos un espacio para los niños y que los papás estén tranquilos, había una persona que se encargaba de los niños, pero en la actualidad no tenemos</p>
<p>PREGUNTA 12:</p> <p>¿Usted considera que Rincón la Ronda Restaurante se encuentra bien ubicado? ¿por qué?</p>	<p>A veces la ubicación no tiene mucha importancia porque ya se tiene ganado el nombre, y prestigio.</p> <p>En donde sea el local o esté ubicado no interesa.</p>
<p>PREGUNTA 13:</p> <p>¿En fechas especiales realizan algún evento, promoción o plato especial? ¿cuáles?</p>	<p>Por lo general el día de la madre, día del padre ahí hacemos el buffet dominical.</p>
<p>PREGUNTA 14:</p> <p>¿Cuándo ingresan turistas extranjeros lo recibe alguien que domine el inglés?</p>	<p>Por ejemplo en mi caso yo se algo de inglés, uno se defiende para poder atender.</p>
<p>PREGUNTA 15:</p> <p>¿Cómo funciona su sistema de escuela de gastronomía?</p>	<p>Dimitri Hidalgo nos visita a veces y es de gran ayuda porque les enseña a los compañeros de cocina.</p>

<p>PREGUNTA 16:</p> <p>¿Cree que el restaurante tiene renombre dentro de la capital?</p>	<p>Si, a nivel internacional también.</p>
<p>PREGUNTA 17:</p> <p>Rincón la Ronda Restaurante ¿ha ganado premios nacionales o internacionales por su calidad?</p>	<p>Claro que sí, hemos ganado bastantes premios, actualmente aquí no hemos participado porque falleció el dueño pero en la Ronda anterior siempre se participaba en distintos eventos.</p>
<p>PREGUNTA 18:</p> <p>¿El restaurante tiene certificación como ícono turístico?</p>	<p>Claro, es uno de los íconos Rincón la Ronda.</p>
<p>PREGUNTA 19:</p> <p>¿Cuál ha sido la variación en relación hace 10 años y ahora?</p>	<p>La variación es la situación actual del país, de ahí a nivel de la comida sigue siendo la misma, por eso tiene su gente prácticamente ganada, clientela fija porque sabe cómo es el menú.</p>
<p>PREGUNTA 20:</p> <p>De acuerdo a su percepción hace 5 años ¿cuál era el flujo de clientes?</p>	<p>Hace 5 años era mucho más que ahora.</p>
<p>PREGUNTA 21:</p> <p>¿Cuáles son los cambios que ha percibido usted con el cambio de local?</p>	<p>No es prescindible decirle porque no tiene comparación con el anterior local, era una hermosura el Rincón la Ronda pero igual nos hemos acomodado y la hemos sacado adelante.</p>
<p>PREGUNTA 22:</p> <p>¿Cómo les ha afectado la crisis económica y el fallecimiento del fundador?</p>	<p>Como en toda empresa o trabajo, la cuestión económica si ha afectado mucho.</p>
<p>Conclusiones de la entrevista por parte del investigador</p>	<p>Se manejan con una política de que no se puede variar lo que han tenido siempre es decir tradición.</p> <p>En el actual local no tienen muchos clientes como en el anterior.</p> <p>Considera que cuando un restaurante tiene prestigio no importa la ubicación porque la gente va a donde este.</p> <p>Desde el fallecimiento del fundador no han concursado para ganar premios.</p>

Hallazgos entrevistas al personal del establecimiento

- Consideran que la gastronomía ecuatoriana debe comunicarse mejor para que más gente la conozca. La mayor cantidad de empleados que trabajan en el establecimiento son antiguos es por esta razón que ya conocen como es el movimiento del local y la atención al cliente, estas personas antiguas son quienes capacitan a los nuevos en cuando al servicio, la preparación del plato, decoración y sazón, y en ciertas ocasiones Dimitri Hidalgo es quién les enseña.
- En cuanto al establecimiento nuevo tienen menores ventas que en el anterior establecimiento, aún no consiguen el certificado como ícono turístico porque necesitan adecuar la infraestructura. Los capitanes de meseros son los encargados de revisar la decoración y el plato antes de ser entregada la orden.
- Consideran que el día de menor afluencia de gente son los días lunes y martes mientras que los días más transitados son desde los jueves hasta el fin de semana. En cuanto a la implementación del menú ejecutivo ha tenido una gran aceptación ya que en la actualidad van clientes de empresas que se encuentran a su alrededor.
- En el nuevo establecimiento no cuentan con música en vivo, ni con tanto turista extranjero, como en el anterior que se consideraban una estación en donde existían turistas de Argentina, Italia, Francia, Inglaterra llegaba gente de todo el mundo.
- En la actualidad no cuentan con entretenimiento para niños, su local nuevo es más pequeño del anterior. La carta de menú no ha cambiado desde hace 3 años y únicamente realizan platos especiales en fechas importantes. Desde el fallecimiento del fundador no han concursado para seguir ganando premios.

Entrevista a consumidores de Rincón la Ronda Restaurante



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

Entrevista consumidores de Rincón la Ronda Restaurante

1. ¿Al momento de decidir por un restaurante de comida típica que busca?
2. ¿Cómo desearía usted que fuera el ambiente de un restaurante de comida típica?
3. ¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?
4. ¿Cree usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?
5. ¿Desde cuándo es cliente de Rincón la Ronda Restaurante?
6. ¿Durante estos años en su opinión como ha visto el servicio que brinda Rincón la Ronda Restaurante?
7. Ha dejado de asistir a Rincón la Ronda Restaurante ¿por qué?
8. ¿Con qué frecuencia visita Rincón la Ronda Restaurante?
9. ¿Cuándo suele acudir a Rincón la Ronda Restaurante?
10. En su opinión ¿qué le parece el nuevo cambio de ubicación del establecimiento?
11. Actualmente ¿cómo considera usted la atención que brinda Rincón la Ronda Restaurante hacia los clientes? ¿por qué?
12. ¿Qué le gustaría que Rincón la Ronda Restaurante ofrezca a sus clientes frecuentes?
13. ¿En qué ocasiones o eventos asiste a Rincón la Ronda Restaurante? (cumpleaños, aniversarios, etc)
14. ¿Considera usted que las instalaciones de Rincón la Ronda Restaurante son las adecuadas?

Transcripciones de entrevistas.

<p>ENTREVISTADO #1</p> 	<p>DESCRIPCIÓN PROFESIONAL</p> <p>Ingeniero 47 años de edad</p>
<p>Nombre del entrevistado</p>	<p>Fabián Arrieta</p>
<p>PREGUNTA 1: ¿Al momento de decidir por un restaurante de comida típica qué busca?</p>	<p>Yo pienso que es importante la sazón, una variedad de comida y sobre todo un ambiente acogedor.</p>
<p>PREGUNTA 2: ¿Cómo desearía usted que fuera el ambiente de un restaurante de comida típica?</p>	<p>Totalmente acogedor, familiar ya que generalmente uno va a estos lugares en familia, un fin de semana o en ocasiones especiales a celebrar un cumpleaños o aniversario, entonces tiene que ser acogedor que brinde seguridad.</p>
<p>PREGUNTA 3: ¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?</p>	<p>Dentro del Ecuador nosotros tenemos una variedad de comida y lo más importante que está marcado por las regiones del Ecuador, tenemos comida costeña, serrana y comida del oriente, pero aquí en Quito podemos encontrar una variedad de 3 de las 4 regiones que tenemos en el Ecuador.</p>
<p>PREGUNTA 4: ¿Cree usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?</p>	<p>Indudablemente que sí, hay platos que son conocidos a nivel internacional y en cuanto a nivel nacional hay muchos platos de diferentes lugares y sectores del país que se conocen a nivel nacional.</p>
<p>PREGUNTA 5: ¿Desde cuándo es cliente de Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Bueno yo debo haber ido la primera vez hace más de 25 años.</p>
<p>PREGUNTA 6:</p>	<p>Muy bueno, sus instalaciones eran muy cómodas, últimamente sé que se han</p>

<p>¿Durante estos años en su opinión cómo ha visto el servicio que brinda Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>cambiado realmente no he ido pero la ubicación anterior toda la decoración y los diferentes lugares que tenían para ofrecer la comida era muy acogedor, había música en vivo.</p>
<p>PREGUNTA 7: Ha dejado de asistir a Rincón la Ronda Restaurante ¿por qué?</p>	<p>Si, realmente a partir del cambio que hubo no he ido y pienso que mayormente puede ser por un tema de desconocimiento realmente no sabía en donde estaban ubicados, recién hace un mes por casualidad pase por ahí y lo vi en donde están pero creo que hace falta un poco de promoción porque no sabía su actual ubicación.</p>
<p>PREGUNTA 8: ¿Con qué frecuencia visita Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Actualmente no ha ido.</p>
<p>PREGUNTA 9: En su opinión ¿qué le parece el nuevo cambio de ubicación del establecimiento?</p>	<p>Se debería comunicar porque existe un desconocimiento del mismo.</p>
<p>PREGUNTA 10: Actualmente ¿cómo considera usted la atención que brinda Rincón la Ronda Restaurante hacia los clientes? ¿por qué?</p>	<p>Considero que sí, porque la gente que atiende es de años y saben cómo satisfacer al cliente.</p>
<p>PREGUNTA 11: ¿Qué le gustaría que Rincón la Ronda Restaurante ofrezca a sus consumidores frecuentes?</p>	<p>Sería importante un tema de promociones por ejemplo si tú vas 2 o 3 veces a mes o por lo menos tienes la costumbre de celebrar el cumpleaños de tu mamá, papá o aniversario el que por 3 o 4 visitas en montos superiores a 100 dólares te ofrezcan una cena de cortesía para 2 personas, la otra que se me ocurre sería premiar tu fidelidad el día de tu cumpleaños obsequiándote un descuento especial, o que el cumpleaños ese día no pague.</p>
<p>PREGUNTA 12: ¿En qué ocasiones o eventos asiste a Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Generalmente hemos ido a celebrar el cumpleaños de mi mamá, papá una vez estuve por un aniversario de bodas. También hemos hecho ahí un evento familiar como el bautizo de mi nieto y almuerzos a nivel empresarial.</p>
<p>PREGUNTA 13:</p>	<p>Últimamente no he ido, pero pienso que lo primordial sería comunicar la ubicación</p>

<p>¿Considera usted que las instalaciones de Rincón la Ronda Restaurante son las adecuadas?</p>	<p>del nuevo local, o si habido un cambio de administración.</p> <p>En el tema de atención al cliente yo pienso que la ente que atiende ya es de años y saben cómo satisfacer al cliente.</p>
<p>La experiencia ha sido muy buena porque realmente el tema de la comida es bueno, la sazón, la presentación de los platos son muy buenos.</p> <p>El ambiente es acogedor y antes cuando tu ibas entre 20 o 30 personas te ofrecían un salón especial para no tener que interactuar con otras personas que normalmente estaban ahí comiendo, lo cual es muy bueno porque tiene un ambiente totalmente exclusivo para ti, por esa razón hemos regresado. Anteriormente había un trio que era muy bueno.</p>	
<p>Conclusiones de la entrevista por parte del investigador</p>	<p>Considera que la atención en el establecimiento es buena porque la gente que trabaja ahí ya lleva años de experiencia en atención al cliente.</p> <p>Cree que debería existir promociones o regalos a los clientes frecuentes por ejemplo en su cumpleaños.</p> <p>Considera que asistir a estos lugares se lo hace habitualmente en familia.</p>

<p>ENTREVISTADO #2</p> 	<p>DESCRIPCIÓN PROFESIONAL</p> <p>Contador</p> <p>34 años de edad</p>
<p>Nombre del entrevistado</p>	<p>Janneth Cañar</p>
<p>PREGUNTA 1: ¿Al momento de decidir por un restaurante de comida típica qué busca?</p>	<p>Clase de comida</p>
<p>PREGUNTA 2:</p> <p>¿Cómo desearía usted que fuera el ambiente de un restaurante de comida típica?</p>	<p>Tranquilo.</p>
<p>PREGUNTA 3:</p> <p>¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?</p>	<p>Es muy buena.</p>
<p>PREGUNTA 4:</p> <p>¿Cree usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?</p>	<p>Si, nacional porque siempre hacen publicidad por la comida porque hay mucha variedad y extranjera he podido conversar con gente extranjera y le encanta la comida.</p>
<p>PREGUNTA 5:</p> <p>¿Desde cuándo es cliente de Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>No recuerdo.</p>
<p>PREGUNTA 6:</p> <p>¿Durante estos años en su opinión cómo ha visto el servicio que brinda Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Muy buena.</p>
<p>PREGUNTA 7:</p> <p>Ha dejado de asistir a Rincón la Ronda Restaurante ¿por qué?</p>	<p>No.</p>
<p>PREGUNTA 8:</p>	<p>2 veces por semana.</p>

¿Con qué frecuencia visita Rincón la Ronda Restaurante?	
PREGUNTA 9: En su opinión ¿qué le parece el nuevo cambio de ubicación del establecimiento?	Es muy pequeño para lo que era antes.
PREGUNTA 10: Actualmente ¿cómo considera usted la atención que brinda Rincón la Ronda Restaurante hacia los clientes? ¿por qué?	Muy buena, los meseros son muy amables.
PREGUNTA 11: ¿Qué le gustaría que Rincón la Ronda Restaurante ofrezca a sus consumidores frecuentes?	Alguna promoción o coctel que el cliente necesite.
PREGUNTA 12: ¿En qué ocasiones o eventos asiste a Rincón la Ronda Restaurante?	En las tardes a almorzar.
PREGUNTA 13: ¿Considera usted que las instalaciones de Rincón la Ronda Restaurante son las adecuadas?	Si.
Conclusiones de la entrevista por parte del investigador	Considera que le nuevo establecimiento es muy pequeño a comparación al anterior, le gusta asistir a la hora del almuerzo, y cree que la atención de Rincón la Ronda es muy buena.

<p>ENTREVISTADO #3</p> 	<p>DESCRIPCIÓN PROFESIONAL</p> <p>54 años de edad</p>
<p>Nombre del entrevistado</p>	<p>Katherine Salvador</p>
<p>PREGUNTA 1: ¿Al momento de decidir por un restaurante de comida típica qué busca?</p>	<p>Un buen sabor, precio, calidad y variedad.</p>
<p>PREGUNTA 2:</p> <p>¿Cómo desearía usted que fuera el ambiente de un restaurante de comida típica?</p>	<p>Cálido, hogareño en donde se pueda disfrutar en paz sin mucha bulla la comida.</p>
<p>PREGUNTA 3:</p> <p>¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?</p>	<p>Tiene mucho por explotar debería haber más investigación en cuento a los productos que existe en nuestro país porque hay mucha variedad y hay veces que los chefs o cocineros no conocen mucho acerca de los productos que pueden existir y tratar de hacer platos exquisitos.</p>
<p>PREGUNTA 4:</p> <p>¿Cree usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?</p>	<p>Si, a nivel nacional si debería haber más publicidad, promociones y marketing y a nivel internacional si falta.</p>
<p>PREGUNTA 5:</p> <p>¿Desde cuándo es cliente de Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Le conozco desde hace muchos años, yo fui en el 2012 por la graduación de mi hija y creo que la Ronda debe estar unos 15 años en el mercado.</p>
<p>PREGUNTA 6:</p> <p>¿Durante estos años en su opinión cómo ha visto el servicio que brinda Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>No ha asistido últimamente.</p>

<p>PREGUNTA 7:</p> <p>Ha dejado de asistir a Rincón la Ronda Restaurante ¿por qué?</p>	<p>Si he dejado de asistir, la última vez la verdad no me gustó mucho la comida.</p>
<p>PREGUNTA 8:</p> <p>¿Con qué frecuencia visita Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>2 veces por semana.</p>
<p>PREGUNTA 9:</p> <p>En su opinión ¿qué le parece el nuevo cambio de ubicación del establecimiento?</p>	<p>Supe que se cambiaron pero la verdad no se en donde se encuentra ubicado.</p>
<p>PREGUNTA 10:</p> <p>Actualmente ¿cómo considera usted la atención que brinda Rincón la Ronda Restaurante hacia los clientes? ¿por qué?</p>	<p>No he ido últimamente.</p>
<p>PREGUNTA 11:</p> <p>¿Qué le gustaría que Rincón la Ronda Restaurante ofrezca a sus consumidores frecuentes?</p>	<p>Talvez más exclusividad, que los platos sean más exquisitos y una mejor calidad en la comida.</p>
<p>PREGUNTA 12:</p> <p>¿En qué ocasiones o eventos asiste a Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>En el día de la madre, padre o en eventos muy especiales como en mi caso cuando fui por la graduación de mi hija, pero para eso si hay que mejorar.</p>
<p>PREGUNTA 13:</p> <p>¿Considera usted que las instalaciones de Rincón la Ronda Restaurante son las adecuadas?</p>	<p>No he ido últimamente.</p>
<p>La sugerencia que puedo dar es mejorar la comida.</p>	
<p>Conclusiones de la entrevista por parte del investigador</p>	<p>Considera que la gastronomía debe ser explotada y que debería haber investigación para que las personas conozcan los productos que existen en el país.</p> <p>La última vez que fue al restaurante no le gustó la comida. Y considera que la gente puede asistir en fechas especiales.</p>

<p>ENTREVISTADO #4</p> 	<p>DESCRIPCIÓN PROFESIONAL</p> <p>60 años de edad</p>
<p>Nombre del entrevistado</p>	<p>Omar Mora</p>
<p>PREGUNTA 1: ¿Al momento de decidir por un restaurante de comida típica qué busca?</p>	<p>Sabor, ambiente y amabilidad.</p>
<p>PREGUNTA 2: ¿Cómo desearía usted que fuera el ambiente de un restaurante de comida típica?</p>	<p>Con cosas tradicionales como es de la comida típica, con utensilios que sean de nosotros de barro talvez.</p>
<p>PREGUNTA 3: ¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?</p>	<p>Tenemos la mejor gastronomía del mundo.</p>
<p>PREGUNTA 4: ¿Cree usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?</p>	<p>Si.</p>
<p>PREGUNTA 5: ¿Desde cuándo es cliente de Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>20 años.</p>
<p>PREGUNTA 6: ¿Durante estos años en su opinión cómo ha visto el servicio que brinda Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Ha ido evolucionando, y han hecho cambios.</p>
<p>PREGUNTA 7: Ha dejado de asistir a Rincón la Ronda Restaurante ¿por qué?</p>	<p>No, cuando tengo fechas especiales voy.</p>
<p>PREGUNTA 8:</p>	<p>1 a 2 veces al año.</p>

¿Con qué frecuencia visita Rincón la Ronda Restaurante?	Reuniones familiares y reuniones de negocio.
PREGUNTA 9: En su opinión ¿qué le parece el nuevo cambio de ubicación del establecimiento?	Bien.
PREGUNTA 10: Actualmente ¿cómo considera usted la atención que brinda Rincón la Ronda Restaurante hacia los clientes? ¿por qué?	No he ido al nuevo establecimiento.
PREGUNTA 11: ¿Qué le gustaría que Rincón la Ronda Restaurante ofrezca a sus consumidores frecuentes?	Talvez una picadita hasta que le sirvan los platos.
PREGUNTA 12: ¿En qué ocasiones o eventos asiste a Rincón la Ronda Restaurante?	En fechas especiales como cumpleaños.
PREGUNTA 13: ¿Considera usted que las instalaciones de Rincón la Ronda Restaurante son las adecuadas?	No he ido últimamente, pero deben estar.
Conclusiones de la entrevista por parte del investigador	Considera que el ambiente de un restaurante de comida típica debe tener cosas tradicionales como utensilios. No conoce la ubicación el actual establecimiento.

Hallazgo entrevistas a consumidores de Rincón la Ronda.

Consideran que un ambiente de restaurante típico debería ser acogedor y adecuado al estilo que deseen transmitir.

Existe una gran variedad de comida gracias a las 4 regiones que posee el Ecuador, la gastronomía ecuatoriana si se encuentra reconocida a nivel nacional sin embargo falta explotarlo a nivel internacional. Se considera que se debería comunicar a las personas en general acerca de la nueva dirección del establecimiento. La atención al cliente es una de las destacadas ya que el personal es antiguo y por ende tiene años de experiencia.

Se considera que deberían premiar a los clientes frecuentes por su fidelidad y como opciones se tiene un coctel, descuentos en días especiales o que el cumpleaños en su día no pague.

La música en el establecimiento se considera una herramienta primordial.

Entrevista a consumidores de comida típica.



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

Entrevista a consumidores de comida típica

1. ¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?
2. ¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?
3. ¿Cuál es su comida típica de preferencia cuando acude a un restaurante típico?
4. ¿A qué restaurantes asiste para deleitarse con estos platos?
5. En su opinión ¿qué restaurante de comida típica recomendaría? ¿por qué?
6. En su opinión ¿qué considera usted que debe ofrecer un restaurante de comida típica?
7. ¿Conoce a Rincón la Ronda Restaurante? ¿cuál ha sido su experiencia?
8. ¿Cree que Rincón la Ronda Restaurante ofrece variedad de platos típicos?
9. ¿Qué tal le parece los costos de los platos típicos en Rincón la Ronda Restaurante?
10. ¿Regresaría por la comida de Rincón la Ronda Restaurante?

Transcripciones de entrevistas.

<p>ENTREVISTADO #1</p> 	<p>DESCRIPCIÓN PROFESIONAL</p> <p>Ama de casa</p> <p>70 años de edad</p>
<p>Nombre del entrevistado</p>	<p>Carmita Erazo</p>
<p>PREGUNTA 1:</p> <p>¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?</p>	<p>La gastronomía ecuatoriana es muy amplia y sobre todo nosotros los ecuatorianos buscamos lo típico, lo tradicional, porque cada provincia tiene su comida típica y donde yo me encuentro siempre busco lo típico.</p>
<p>PREGUNTA 2:</p> <p>¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?</p>	<p>Nacional si, conocen todas las provincias, internacional creo que no porque no nos hemos dado a conocer mucho, pero poco a poco se va avanzando porque vienen muchos turistas y van conociendo nuestra comida.</p>
<p>PREGUNTA 3:</p> <p>¿Cuál es su comida típica de preferencia cuando acude a un restaurante típico?</p>	<p>Casi siempre el yaguarlocro.</p>
<p>PREGUNTA 4:</p> <p>¿A qué restaurantes asiste para deleitarse con estos platos?</p>	<p>Diferentes restaurantes por ejemplo: Tradición, en Cumbayá es muy sabroso el yaguarlocro.</p>
<p>PREGUNTA 5:</p> <p>En su opinión ¿qué restaurante de comida típica recomendaría? ¿por qué?</p>	<p>El Tradición porque hay de todo, y también me ido a la Ronda.</p> <p>Lo recomendaría porque le servicio es muy bueno, excelente por ejemplo en la Ronda y hay música en vivo, es muy excelente el servicio y el local.</p>
<p>PREGUNTA 6:</p> <p>En su opinión ¿qué considera usted que debe ofrecer un restaurante de comida típica?</p>	<p>Excelencia en el servicio, que tenga variedad en los platos típicos y haya música en vivo.</p>

<p>PREGUNTA 7:</p> <p>¿Conoce a Rincón la Ronda Restaurante? ¿cuál ha sido su experiencia?</p>	<p>Yo conozco la Ronda años cuando recién me case, inclusive íbamos mucho en cumpleaños y me han festejado mi cumpleaños algunas veces y me ha encantado porque hay música en vivo, el servicio es muy bueno y hasta he cantado ahí.</p>
<p>PREGUNTA 8:</p> <p>¿Cree que Rincón la Ronda Restaurante ofrece variedad de platos típicos?</p>	<p>Si tiene excelente platos típicos.</p>
<p>PREGUNTA 9:</p> <p>¿Qué tal le parece los costos de los platos típicos en Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Son buenos los precios al alcance de nuestro bolsillo.</p>
<p>PREGUNTA 10:</p> <p>¿Regresaría por la comida de Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Si regresaría.</p>
<p>Conclusiones de la entrevista por parte del investigador</p>	<p>Considera que los ecuatorianos deben ayudar a dar a conocer nuestra gastronomía.</p> <p>Considera que en la actualidad como existen varios turistas se puede dar a conocer la gastronomía ecuatoriana.</p> <p>El restaurante que recomendaría sería Tradición y Rincón la Ronda.</p> <p>Considera que existe variedad de platos en Rincón la Ronda.</p>

<p>ENTREVISTADO #2</p> 	<p>DESCRIPCIÓN PROFESIONAL</p> <p>Asesor de seguros Seguros Sucre 42 años de edad</p>
<p>Nombre del entrevistado</p>	<p>Karina Ponce</p>
<p>PREGUNTA 1: ¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?</p>	<p>Que nuestro país es bastante rico en gastronomía y tenemos variedad para poder escoger. Hay variedad de carnes y mariscos.</p>
<p>PREGUNTA 2: ¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?</p>	<p>Si por supuesto inclusive hay algunos premios que se han ganado a nivel internacional.</p>
<p>PREGUNTA 3: ¿Cuál es su comida típica de preferencia cuando acude a un restaurante típico?</p>	<p>Me gusta la comida típica de la sierra por ejemplo una fritada, caldo de patas y yaguarlocro.</p>
<p>PREGUNTA 4: ¿A qué restaurantes asiste para deleitarse con estos platos?</p>	<p>Por lo general voy por paseo y comer a Cumbayá, voy al Tradición que es un lugar en donde hay variedad en mariscos y platos típicos, también por el centro norte al Peter's. A los valles como Sangolquí si se nos antoja comer un hornado y en Guallayamba donde también existen lugares típicos.</p>
<p>PREGUNTA 5: En su opinión ¿qué restaurante de comida típica recomendaría? ¿por qué?</p>	<p>Personalmente me gusta el Tradición porque ahí hay comida variada⁴² y de buen precio, también la atención considero que es buena.</p>
<p>PREGUNTA 6: En su opinión ¿qué considera usted que debe ofrecer un restaurante de comida típica?</p>	<p>Productos frescos que sean elaborados el mismo día no que sean guardados porque igualmente cuando uno come si se nota que la fritada es guardada o las papas son guardadas, depende del plato que coma uno si siente el sabor fresco p cuando es guardado.</p>

<p>PREGUNTA 7:</p> <p>¿Conoce a Rincón la Ronda Restaurante? ¿cuál ha sido su experiencia?</p>	<p>Si he tenido la oportunidad de asistir 2 ocasiones y tienen variedad de comida.</p> <p>La experiencia ha sido buena, tuve 2 invitación a un evento de la empresa y la comida fue buena.</p>
<p>PREGUNTA 8:</p> <p>¿Cree que Rincón la Ronda Restaurante ofrece variedad de platos típicos?</p>	<p>Si ofrece variedad de platos.</p>
<p>PREGUNTA 9:</p> <p>¿Qué tal le parece los costos de los platos típicos en Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Como fue invitación realmente no se precios.</p> <p>No podría decir si son caros o baratos, porque no pague yo.</p>
<p>PREGUNTA 10:</p> <p>¿Regresaría por la comida de Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Si regresaría, principalmente por la fanesca que he tenido 2 veces la oportunidad de comer ahí.</p>
<p>Conclusiones de la entrevista por parte del investigador</p>	<p>Considera que los productos y platos en un restaurante deben ser elaborados el mismo día porque la gente siente cuando los productos son guardados.</p> <p>Le gusta asistir a Cumbayá, pero en especial al Tradición porque considera que existe variedad de comida y buen precio de sus platos.</p>

ENTREVISTADO #3	DESCRIPCIÓN PROFESIONAL
	<p>Dpto. Ventas Construecuador 42 años de edad</p>
Nombre del entrevistado	Marcela Nasevilla
PREGUNTA 1: ¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?	Que es muy deliciosa por todos los condimentos que hay en la Costa y Sierra.
PREGUNTA 2: ¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?	Por supuesto que sí es reconocida a nivel mundial.
PREGUNTA 3: ¿Cuál es su comida típica de preferencia cuando acude a un restaurante típico?	El yaguarlocro.
PREGUNTA 4: ¿A qué restaurantes asiste para deleitarse con estos platos?	Algunos restaurantes del centro histórico como “Hasta la vuelta señor” y a “Rincón la Ronda”.
PREGUNTA 5: En su opinión ¿qué restaurante de comida típica recomendaría? ¿por qué?	Que vayan a “Hasta la vuelta señor” y “Rincón la Ronda”. Porque son restaurante que tienen el sabor original del yaguarlocro que a mí me gusta
PREGUNTA 6: En su opinión ¿qué considera usted que debe ofrecer un restaurante de comida típica?	Si considera que un restaurante debe ser bueno, bonito y barato.
PREGUNTA 7: ¿Conoce a Rincón la Ronda Restaurante? ¿cuál ha sido su experiencia?	Si conozco y ha sido una experiencia excelente.

<p>PREGUNTA 8:</p> <p>¿Cree que Rincón la Ronda Restaurante ofrece variedad de platos típicos?</p>	<p>Si ofrece variedad de platos.</p> <p>Como la fanesca y caldo de gallina.</p>
<p>PREGUNTA 9:</p> <p>¿Qué tal le parece los costos de los platos típicos en Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Los precios son cómodos.</p>
<p>PREGUNTA 10:</p> <p>¿Regresaría por la comida de Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Si regresaría.</p>
<p>Conclusiones de la entrevista por parte del investigador</p>	<p>Se considera que la comida en el centro de Quito tiene el sabor original de los platos típicos.</p> <p>Y considera que la gastronomía es muy reconocida.</p>

<p>ENTREVISTADO #4</p> 	<p>DESCRIPCIÓN PROFESIONAL</p> <p>45 años de edad</p>
<p>Nombre del entrevistado</p>	<p>Rocío Castro</p>
<p>PREGUNTA 1: ¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?</p>	<p>La comida ecuatoriana es muy variada, tiene un rico sabor y sobretodo cada provincia tiene su plato típico y eso le hace diferente a otros países.</p>
<p>PREGUNTA 2: ¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?</p>	<p>Claro que sí, por supuesto yo pienso que es más reconocida a nivel internacional que nacional porque en otros países si es nombraba nuestra gastronomía.</p>
<p>PREGUNTA 3: ¿Cuál es su comida típica de preferencia cuando acude a un restaurante típico?</p>	<p>Como platos típicos me gustan todos pero más la fritada.</p>
<p>PREGUNTA 4: ¿A qué restaurantes asiste para deleitarse con estos platos?</p>	<p>Bueno yo asisto a varios para comer una fritada en Cumbayá en el Palacio de la fritada y en Rincón la Ronda.</p>
<p>PREGUNTA 5: En su opinión ¿qué restaurante de comida típica recomendaría? ¿por qué?</p>	<p>Sin duda hay muchos pero por su calidad, ambiente, comida y sazón a Rincón la Ronda Restaurante.</p>
<p>PREGUNTA 6: En su opinión ¿qué considera usted que debe ofrecer un restaurante de comida típica?</p>	<p>Sobre todo calidad debería ser lo primordial y el sabor.</p>
<p>PREGUNTA 7: ¿Conoce a Rincón la Ronda Restaurante? ¿cuál ha sido su experiencia?</p>	<p>Si conozco y la experiencia es única y buena porque su sabor y como en el slogan dicen: "Sabor y encanto de lo nuestro" es verdad porque su sabor es único, sus platos son exquisitos y además la higiene que es lo principal para un cliente.</p>

<p>PREGUNTA 8:</p> <p>¿Cree que Rincón la Ronda Restaurante ofrece variedad de platos típicos?</p>	<p>Sí.</p>
<p>PREGUNTA 9:</p> <p>¿Qué tal le parece los costos de los platos típicos en Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Bastante asequibles no es ni muy costoso ni muy barato, creo que está bien por su calidad.</p>
<p>PREGUNTA 10:</p> <p>¿Regresaría por la comida de Rincón la Ronda Restaurante?</p>	<p>Claro que sí, siempre.</p>
<p>Conclusiones de la entrevista por parte del investigador</p>	<p>Considera que un buen restaurante sería Rincón la Ronda por su calidad y sabor en los platos típicos.</p> <p>El entrevistado recuerda el slogan del restaurante.</p>

<p>ENTREVISTADO #5</p> 	<p>DESCRIPCIÓN PROFESIONAL</p> <p>Doctor</p> <p>IESS</p> <p>47 años de edad</p>
<p>Nombre del entrevistado</p>	<p>Galo Stalin Ponce Velasco</p>
<p>PREGUNTA 1:</p> <p>¿Qué piensa usted acerca de la gastronomía ecuatoriana?</p>	<p>Pienso que la gastronomía ecuatoriana es una de las mejores del mundo, tenemos una gran variedad de comida como lo es en la Costa, Sierra y Oriente.</p>
<p>PREGUNTA 2:</p> <p>¿Considera usted que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional e internacional?</p>	<p>A nivel nacional si a nivel internacional considero que es conocida pero no tanto como las comidas de otros países de Latinoamérica.</p>
<p>PREGUNTA 3:</p> <p>¿Cuál es su comida típica de preferencia cuando acude a un restaurante típico?</p>	<p>Los mariscos.</p>
<p>PREGUNTA 4:</p> <p>¿A qué restaurantes asiste para deleitarse con estos platos?</p>	<p>Depende podría ser a Rincón la Ronda, todo depende el tipo de comida que vaya a degustar.</p>
<p>PREGUNTA 5:</p> <p>En su opinión ¿qué restaurante de comida típica recomendaría? ¿por qué?</p>	<p>Recomiendo a Rincón la Ronda por la gran variedad que poseen sus platos, así como los sabores que implementan en los mismos.</p>
<p>PREGUNTA 6:</p> <p>En su opinión ¿qué considera usted que debe ofrecer un restaurante de comida típica?</p>	<p>Un restaurante de comida típica yo creo que sería bueno fusionar los sabores típicos con cosas más extravagantes como así decirlo. La fusión de sabores es muy llamativo para los consumidores.</p>
<p>PREGUNTA 7:</p> <p>¿Conoce a Rincón la Ronda Restaurante? ¿cuál ha sido su experiencia?</p>	<p>Si, muy buena tanto en la atención como en la comida los sabores han sido exquisitos, la atención es de primera y las instalaciones igual muy buena.</p>
<p>PREGUNTA 8:</p>	<p>Si, tiene una amplia variedad de platos y sus sabores son espectacular.</p>

¿Cree que Rincón la Ronda Restaurante ofrece variedad de platos típicos?	
PREGUNTA 9: ¿Qué tal le parece los costos de los platos típicos en Rincón la Ronda Restaurante?	Están en un rango de precios accesibles.
PREGUNTA 10: ¿Regresaría por la comida de Rincón la Ronda Restaurante?	Si, la verdad que sí, me pareció como lo dije anteriormente una experiencia bastante buena como en sabor y atención.
Conclusiones de la entrevista por parte del investigador	<p>Considera que la fusión de los sabores es llamativa para las personas.</p> <p>Considera que la gastronomía ecuatoriana es reconocida a nivel nacional pero internacional falta aún por explotarla.</p>

Hallazgos de entrevistas a consumidores de comida típica.

Se considera que en el Centro Histórico de Quito se puede encontrar comida muy deliciosa y con el sabor original.

Los costos en Rincón la Ronda Restaurante se considera que son asequibles al bolsillo del consumidor, la comida es muy buena por su sabor y sazón.

Un entrevistado recuerda el slogan del restaurante.

La gastronomía ecuatoriana es muy amplia y cada provincia tiene algo que lo representa.

Se considera que nacionalmente la gastronomía ecuatoriana es reconocida pero internacionalmente como en otros países aún no es reconocida, falta dar a conocer la gastronomía ecuatoriana.

Los restaurantes que prefieren para degustar comida típica son: Tradición, Cumbayá, Peter's y Rincón la Ronda.

Consideran que la comida típica debe tener productos frescos es decir estar elaborados el mismo día que se consume porque si se siente el sabor de lo guardado en ciertas ocasiones.

Guía de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN					
Ficha #	Fecha:	Duración:			
Elabora:	Camila Arrieta				
Lugar:	Rincón la Ronda Restaurante				
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	NUNCA	NO APLICA	OBSERVACIONES
El restaurante se encuentra limpio.					
Los empleados dan la bienvenida al ingreso.					
La carta del menú es entregada al momento de sentarse en las mesas.					
Los empleados son educados y cortés.					
La carta es de fácil lectura.					
El mesero ofrece sugerencia del día.					
Los comensales son pacientes mientras esperan la comida.					
La comida se entrega en el tiempo acordado.					
Personal adecuado. (Cuánto personal atiende)					
Los baños están limpios.					
Los meseros ofrecen postre.					
Los meseros ofrecen bajativo.					

FICHA DE OBSERVACIÓN					
Ficha #	Fecha: Domingo 20 de Mayo	Duración: 1:30 - 3:30pm			
Elabora:	Camila Arrieta				
Lugar:	Rincón la Ronda Restaurante				
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	NUNCA	NO APLICA	OBSERVACIONES
El restaurante se encuentra limpio.	X				Están en constante recibiendo, cambian mantelitos.
Los empleados dan la bienvenida al ingreso.		X			Cuando se encuentran ocupados los clientes esperan solo.
La carta del menú es entregada al momento de sentarse en las mesas.	X				Se entrega al momento que toman asiento.
Los empleados son educados y cortés.	X				Si, cada que alguien pide algo o pregunta.
La carta es de fácil lectura.	X				Si, se encuentra detallada.
El mesero ofrece sugerencia del día.			X		No porque al abrir la carta se encuentra paginado.
Los comensales son pacientes mientras esperan la comida.	X				Si, se comunican con la mayoría de audiencia o conversación.
La comida se entrega en el tiempo acordado.		X			Se demoran 10-15 min o más.
Personal adecuado. (Cuánto personal atiende)	X				Suficientes por día.
Los baños están limpios.	X				Si.
Los meseros ofrecen postre.		X			Únicamente a los personas que piden menú del día.
Los meseros ofrecen bajativo.			X		No ofrecen bajativo.

- El pan al momento de sentarse, se entregó sin ningún acompañante como mantequilla o mermelada, el pan parecía guardado.
- En esas horas se encontró el lugar lleno Aprox: 50 personas
- Cortaban con el menú dominical \$30.

FICHA DE OBSERVACIÓN					
Ficha # 2	Fecha: Lunes 21 de Mayo	Duración: 12:00 - 3:00 pm			
Elabora:	Camila Arrieta				
Lugar:	Rincón la Ronda Restaurante				
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	NUNCA	NO APLICA	OBSERVACIONES
El restaurante se encuentra limpio.	X				Limpiar cada vez que retiramos platos.
Los empleados dan la bienvenida al ingreso.	X				Están atentos al momento que alguien ingresa.
La carta del menú es entregada al momento de sentarse en las mesas.	X				El menú se encuentra en español e inglés.
Los empleados son educados y cortés.	X				dan permiso al momento de entregar y retirar platos.
La carta es de fácil lectura.	X				se especifican los ingredientes.
El mesero ofrece sugerencia del día.			X		solo si alguien pregunta le informan.
Los comensales son pacientes mientras esperan la comida.	X				se encuentran conversando.
La comida se entrega en el tiempo acordado.		X			Se pide la comida a las 12:00 pm - se entrega a las 2:00 pm.
Personal adecuado. (Cuánto personal atiende)	X				Se encuentran 5 meseros y 2 capitales.
Los baños están limpios.	X				Tienen horario de limpieza.
Los meseros ofrecen postre.			X		solo si tienen menú especial incluye.
Los meseros ofrecen bajativo.			X		No ofrecen.

- Cuando ya se sientan las personas les sirven un vaso de agua.
- Inicio de semana se atendió en las horas a 25 personas.
- Se encontraba Fútbol Deportes transmitiendo desde el establecimiento.

FICHA DE OBSERVACIÓN					
Ficha # 3	Fecha: Miércoles 23 de Mayo	Duración: 3:30 - 5:00 pm			
Elabora:	Camila Arrieta				
Lugar:	Rincón la Ronda Restaurante				
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	NUNCA	NO APLICA	OBSERVACIONES
El restaurante se encuentra limpio.	X				Se encontraban limpiando vasos.
Los empleados dan la bienvenida al ingreso.	X				Se encuentra 1 persona a la entrada.
La carta del menú es entregada al momento de sentarse en las mesas.	X				Antes de entrar ofrecen agua.
Los empleados son educados y cortés.	X	.			Si.
La carta es de fácil lectura.	X				Se entiende bien aunque no es llamativo.
El mesero ofrece sugerencia del día.		X			En este momento se ofrece menú ejecutivo.
Los comensales son pacientes mientras esperan la comida.		X			Se encuentran con tiempo justo y otras conversan.
La comida se entrega en el tiempo acordado.	X				Se entrega en 10 min aprox.
Personal adecuado. (Cuánto personal atiende)	X				5 meseros.
Los baños están limpios.	X				Se encuentran limpios.
Los meseros ofrecen postre.		X			Se sirve con el menú.
Los meseros ofrecen bajativo.			X		No ofrecen.

→ Se encontraban 5 personas en este momento.

FICHA DE OBSERVACIÓN					
Ficha #4	Fecha: Viernes 25 de Mayo	Duración: SCP - 7:30 pm			
Elabora:	Camila Arrieta				
Lugar:	Rincón la Ronda Restaurante				
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	NUNCA	NO APLICA	OBSERVACIONES
El restaurante se encuentra limpio.	X				Se encuentra limpio.
Los empleados dan la bienvenida al ingreso.	X				Se encuentra el capitán dando bienvenida.
La carta del menú es entregada al momento de sentarse en las mesas.	X				Si, pero las personas ya saben que pedir.
Los empleados son educados y cortés.	X				Se encuentran atentos y cortés.
La carta es de fácil lectura.	X				Se especifica.
El mesero ofrece sugerencia del día.			X		A esa hora ya no hay.
Los comensales son pacientes mientras esperan la comida.	X				Van con tiempo y conversan.
La comida se entrega en el tiempo acordado.	X				Como es más rápido sale pronto la comida.
Personal adecuado. (Cuánto personal atiende)	X				5 meseros diarios.
Los baños están limpios.	X				Se encuentran en buen estado.
Los meseros ofrecen postre.				X	No ofrecen postre.
Los meseros ofrecen bajativo.			X		No ofrecen.

- Se encuentran personas de la 3ra edad.
- Se sirven humitas, café, chocolate.
- Música tradicional / pasillos.
- Se encuentran unas 25 personas aprox.
- El señor del paraguero ofrece paraguas y saluda cordialmente.
- Ofrecen azúcar stevia y normal.

Guía de observación.

Hallazgos guía de observación.

- La carta del menú se encuentra en español e inglés y detallado los ingredientes que el plato contiene, se encuentra sobrepuesto papel de nuevos precios más económicos.
- Los meseros no ofrecen el menú del día sin embargo en la primera hoja de la carta del menú se encuentra pegado.
- Al momento que las personas se sientan les pasan una porción de 4 rodajas de pan sin ningún acompañante ya sea mermelada o mantequilla.
- Los platos se encuentran decorados.
- Al momento de retirar algún plato piden permiso para realizarlo.
- La comida se sirve después de unos 10 -15 min tomada la orden.
- En ciertas ocasiones únicamente ofrecen postre a las personas que tomaron el menú del día.
- Cuando asiste algún niño pequeño únicamente ofrecen silla mas no algún tipo de entretenimiento para ellos.
- No ofrecen bajativo.
- Por día se encuentran 5 meseros.
- Cuentan con música de ambiente entre esos pasillos.

