

## Encuesta al dueño de la empresa de comidas rápidas (LA CABAÑA)

1. ¿Qué productos ofrece en su menú?



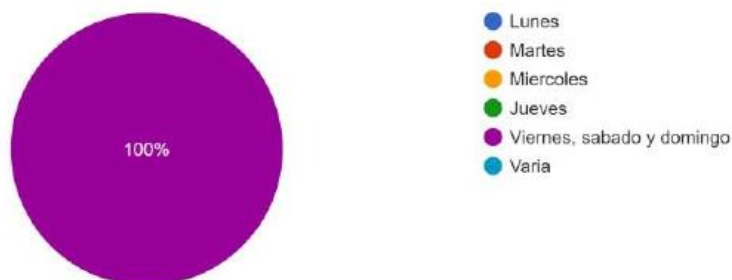
El establecimiento de comidas rápidas LA CABAÑA cuenta con una gran variedad de productos que van a requerir de diferentes espacios y un diseño interactivo para poder dar una descripción detallada de los mismos.

2. ¿Cuál es el producto que más vende?



El producto que genera mayores ingresos es el pollo broaster, debemos buscar formas de incentivar y aumentar las compras de los otros productos que se ofertan, buscando aumentar ganancias y clientes para el establecimiento.

3. ¿Qué día tiene mayor demanda de ventas?



Los fines de semana son los días de mayores ventas, debemos implementar estrategias que busquen generar más compras entre los lunes y jueves, como promociones y descuentos en productos.

4. ¿Cuál es el tiempo de entrega de pedidos?



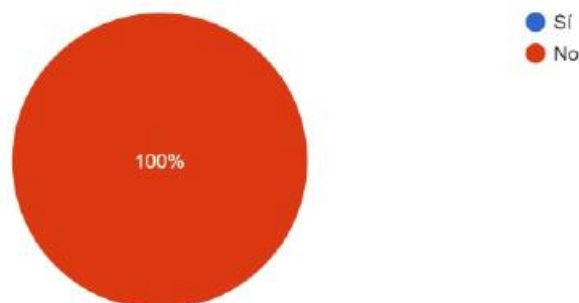
Se puede evidenciar un tiempo corto en la entrega de pedidos, se puede dar herramientas al cliente que permitan verificar el tiempo de entrega en tiempo real.

5. ¿Cuál es el método de pago más usado por los clientes?



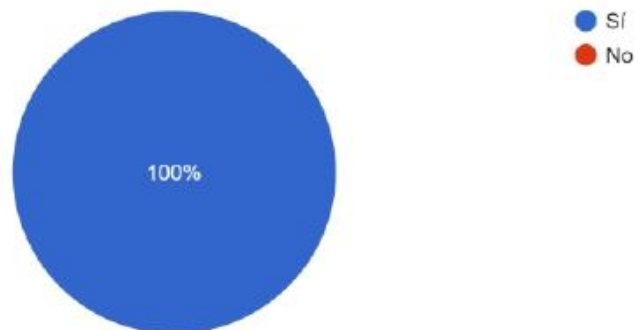
Los usuarios prefieren el pago a través de billeteras digitales como nequi y daviplata, aunque se debe incentivar otras alternativas de pago, por ejemplo, pago a contra entrega, con el fin, de dar más alternativas de pagos para clientes que no cuenten con este tipo de medio.

6. ¿Maneja promociones y ofertas?



El establecimiento no maneja promociones y ofertas, esto generara pérdida de clientes y la búsqueda de nuevos, porque lo que busca la mayor parte del mercado son alternativas que vayan dirigidas al ahorro

7. ¿Estaría dispuesto a ofrecer ofertas a sus clientes frecuentes nuevos?



Esto demuestra el interés del establecimiento de dar incentivos para mantener a sus clientes y adquirir nuevos, en aras de generar más ganancias.

8. ¿Cuál es la capacidad de clientes que puede atender su negocio?



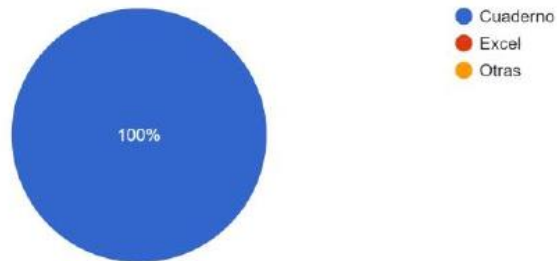
Al tener un máximo de 30 personas que se pueden atender de manera presencial, da la oportunidad de implementar un sitio web que, de la alternativa a los clientes de disfrutar de los productos del establecimiento desde la comodidad de sus casas, siendo beneficioso para los clientes por la comodidad, evitar desplazamientos y para el dueño en generar más ventas.

9. ¿Cuántos proveedores maneja?



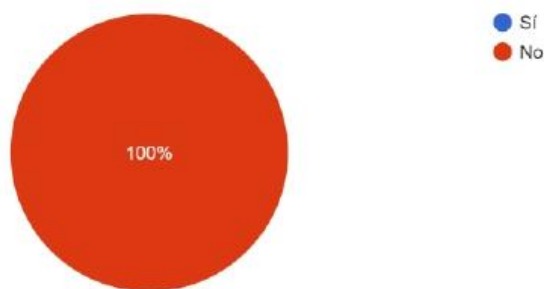
El establecimiento tiene 6 proveedores lo cual nos va a permitir información detallada sobre los costos en la adquisición de materias primas y poder ir actualizando la variación de estos.

10. ¿Qué herramientas utiliza para administrar su inventario?



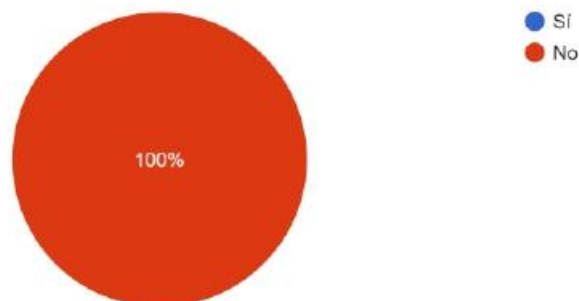
Se evidencia un método de registro manual y no digitalizado que es cuaderno, esto requiere digitalizar esta información en una base de datos para tener un mayor control y gestión de inventarios.

11. ¿Tiene una base de datos de sus clientes?



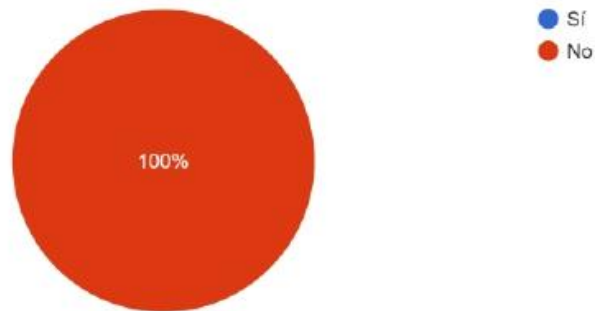
El cliente no cuenta con una base de datos que permita registrar los clientes y saber si ya han comprado en el establecimiento o si son clientes fieles de “LA CABAÑA.”

12. ¿Cuenta con un stock mínimo de materias primas inventariadas?



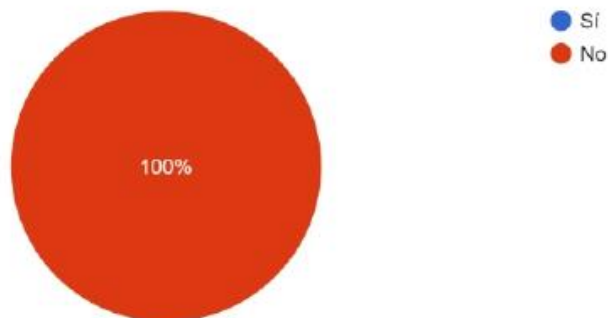
Las materias primas que ingresan y salen no se están registrando, lo que puede hacer que no se esté llevando de manera correcta las PEPS (primeras en entrar - primeras en salir.) lo que puede llevar a pérdidas en el establecimiento.

13. ¿Tiene una base de datos de sus ventas?



Las ventas no están siendo registradas en una base de datos, lo que significa que probablemente todo este procedimiento de esta haciendo a mano y esto de nuevo conlleva a resultados no esperados a la hora de realizar las cuentas

14. ¿El local tiene un medio de registro de sugerencias para los clientes?



Podemos apreciar que no hay una forma de comunicación e intercambio de opiniones de los clientes hacia el establecimiento, con el fin de mejorar en aspectos que quizás no están viendo y que pueden ser mejores.