



APÉNDICE D

MATRIZ DE DATOS

**Tabla D.1.** Matriz de Datos.

TEMAS O PATRONES DE ESTUDIO	NÚMERO DE PREGUNTAS
Grupo Orraca	1, 3, 4, 7, 8, 10, 17
Cultura Organizacional	1, 2
Estudio de Mercado	4, 5, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38
Restaurante	1, 2, 4, 5, 9, 33
Recursos Financieros	8, 15
Recursos Humanos	3, 10, 15, 20, 21, 23
Departamento de Mercadotecnia	5, 8, 11, 12, 15, 19
Competencia	4, 6, 25
Ventas y Consumo de Vino	4, 19, 24, 25, 26, 27, 28, 35
Diseño de Estrategias	6, 7, 11, 12, 21
Implementación de Estrategias	4, 11, 12, 15, 16, 21
Evaluación de Estrategias	5, 7, 12, 14, 16, 17, 18, 19
Estrategia Descorche Bajo Precio	2, 4, 9
Estrategia de Precios Accesibles y Competitivos	4, 27
Estrategia de Charolas de Encuestas Electrónicas	5
Estrategia de Cava Climatizada	9
Estrategia de Dependientes de Cocina	9, 23
Estrategia Sugerencias del Chef	9
Estrategia de Capacitación por Proveedores	10
Estrategia Niños Comen Gratis	12
Estrategia de Menú de Vinos	13
Estrategia Campaña de Menú para Volkswagen	14
Estrategia Charola de Digestivos	21
Estrategia de Vino para Llevar a Casa	27
Consumo de Vino en México	4, 22, 28, 30

Fuente: Propia.