



Disponible
en Video-caso

Caso 15

Administración



El rincón de Pancho

¿Cómo diferenciarse en El Mercado?

Luis Reyes, dueño del restaurant “El Rincón de Pancho”, ubicado en el Mercado Cardonal de Valparaíso, ha dedicado su vida a llevar adelante este emprendimiento familiar, pero la naturaleza del rubro gastronómico le ha traído nuevos desafíos. La alta competencia que existe en el sector le obliga a diferenciarse de sus pares, lo que lo ha llevado a innovar. Sin embargo, siente que aún puede mejorar y por esto que se pregunta cómo potenciar su local frente a sus competidores.

“En sus inicios, el negocio fue muy modesto, pero siempre con una idea fundamental en mente: trascender en el tiempo; ir de ganador sí o sí”.

Los orígenes.

Hace 15 años Luis Francisco Reyes Espinoza decide comenzar un nuevo emprendimiento. Se trata de un restaurant ubicado en El Mercado Cardonal de la ciudad de Valparaíso. Luego de pensarlo muy bien, junto a su familia deciden llamarlo “El Rincón de Pancho”, nombre que perdura hasta el día de hoy. En sus inicios, el negocio fue muy modesto, pero siempre con una idea fundamental en mente: trascender en el tiempo, ir de ganador sí o sí.

Con esta visión de futuro comienza el crecimiento exponencial del restaurant de Luis Reyes. Así, junto con el auge del negocio, el dueño tuvo que contratar personal para atender a los clientes, ya que la cooperación de su familia no era suficiente para cubrir toda la demanda.

La innovación y creatividad gastronómica.

Una de las cosas que caracteriza al “Rincón de Pancho” es la constante innovación. Y es que la idea de trascender obliga a crear nuevos elementos que hagan crecer el negocio. Dentro de las formas de innovar se encuentran algunas medidas sustentables implementadas en el local, como el uso de ampollitas de ahorro de energía, que permiten bajar considerablemente sus costos en electricidad. Gracias a este tipo de cosas, Luis ha podido “jugar” con el precio de sus platos de comida y probar buenas fórmulas que entreguen una buena relación precio-calidad.

Otra idea innovadora son las “fichas técnicas”, que sirven para optimizar los pedidos diarios. Estas fichas consisten en hojas de papel que contienen todos los datos relevantes relacionados con los platos que ofrece en el restaurant. Así, por ejemplo, un plato de lomo a lo pobre tiene su propia ficha técnica que señala los ingredientes necesarios, los costos de elaboración del plato, y el precio al cual se vende.

Sin embargo, Luis planea llevar la idea de ficha técnica a otro nivel: elaborar un software para controlar las mercaderías, de modo tal que se pueda conocer la entrada, salida y valor agregado de cada uno de los platos. Según Luis, el manejo electrónico de estos datos permite uniformar la elaboración de los productos del “Rincón de Pancho”. Esta uniformidad abre la posibilidad de conservar la calidad, sin importar quién lo prepare, y además permite pensar en la expansión del local comercial o la apertura de otra sede.

Las inestabilidades y los malabares contables

Al igual que la mayoría de sus pares en el rubro gastronómico, existen meses buenos y otros malos. Entre diciembre y enero (especialmente el día 1º de enero en que llegan muchos clientes luego de las fiestas de año nuevo en el puerto) las ganancias son altas. Lo anterior prácticamente obliga a Luis a realizar malabares contables, ya que debe equilibrar sus costos y utilidades a lo largo de todo el año, puesto que los ingresos varían mes a mes.

Estas dificultades representan un problema mayor a la hora de competir en el mercado gastronómico en general, y en El Mercado Cardenal de Valparaíso en particular, que es conocido por la gran cantidad de restaurantes que alberga.

Salir adelante con cooperación

Más allá de los desafíos que presenta la inestabilidad, Luis Reyes emplea ciertas estrategias para conseguir más clientes o, al menos, para tener su flujo constante. Es por esto que ha formado ciertas “alianzas comerciales” con proveedores y otros negocios. Un ejemplo es la cooperación con los hostales de Valparaíso, que recomiendan el Rincón de Pancho, y viceversa. Todo esto con formas a través de herramientas simples como un tríptico informativo. Sin embargo, Luis piensa que lo anterior no es suficiente para asegurar el éxito del negocio, ya que considera que “se deben hacer bien las cosas”.

Nuevas diferencias para la competencia.

La competencia en El Mercado Cardenal de Valparaíso es grande debido a la cantidad de locales comerciales dedicados al área gastronómica. Esta situación insta a Luis para lograr que “El Rincón de Pancho” se distinga de la competencia, siempre con la idea de trascender en el tiempo. Es por esto que se pregunta ¿qué elementos se pueden implementar para potenciar el local frente a la competencia? ¿Cómo puedo destacarme de mis pares en el rubro gastronómico, reflejándolo en el cliente?