

CAPÍTULO 4

RESULTADOS

4.1 Resultados Entrevistas a profundidad

| ENTREVISTAS | RESPUESTAS |
|-----------------------------------|---|
| Acerca Plaza San Diego | *Buena ubicación *Zona con mucha competencia *Zona con gran crecimiento *No tiene diferenciación con otras plazas *Con problema de posicionamiento *Definir a que mercado va a ir enfocado *Definir objetivos |
| Ventaja Competitiva | *Es necesario basarse en una ventaja competitiva *Lograr la diferenciación *Checar los atributos que tiene el servicio |
| Top of Mind | *Revisar la competencia *Estudio para saber a donde vamos y que queremos *Definir objetivos de mercado *Buena estrategia *Buena colección de tiendas |
| Identidad de marca | *Lograr asociaciones *Buen esfuerzo de comunicación *Tener clara su misión *Buena comunicación *FODA *Ubicación |
| Relación entre marca y el cliente | *Tiempo *Generando lealtad *Satisfaciendo al cliente *Informandolo |
| Beneficio | *Ubicación *Colección de tiendas *Cumpla necesidades básicas *Estacionamiento |
| Recomendaciones para buena imagen | *Basarse en un reglamento *Publicidad *Analizar su plan de trabajo original *Checar comportamiento de las tiendas |
| Comunicación dentro y fuera | *Cual es su ventaja competitiva y ver si cumple con lo que te vas a encontrar *Cuidar su posicionamiento *Publicidad |
| Estrategia más conveniente | *Plan de medios *Promociones *Diferenciación *Tiene que ser algo sostenido *Variedad |
| Como comunicas el beneficio | *Dame una buena razón para que vaya *Estrategia bien definida *No medios masivos *Promociones dentro de la plaza |
| Publicidad | *Cuponeras *Volantes *Correos *Displays *Pantallas de plasma *Espectaculares *Radio |
| Promoción | *Participación entre locatarios |

4.2 Resultados Observaciones

| | Plaza San Diego | Cruz del Sur | El Triángulo | Angelopolis | La Noria |
|-------------------------------|--|---|--|---|---|
| Descripción de instalaciones | Plaza con mucha luz, limpia, con pasillos amplios, con todos los locales ocupados. | Plaza comercial amplia, con muchos locales, mucha variedad de tiendas, zona de fast food con variedad, con buena iluminación. | Plaza con instalaciones al aire libre, muy limpias, plaza fría, es una plaza chica, con todos sus locales ocupados. | Plaza muy grande de dos pisos, muy limpia, con luz adecuada, con todo tipo de servicios y con mucha variedad de tiendas, moderna, con escaleras eléctricas | Plaza chica, descuidada, con muchos locales vacíos, no tiene buen mantenimiento, con poca luz. |
| Servicios | Diversos giros comerciales que incluyen alimentos, calzado, vestimenta, telefonía, y entretenimiento, entre otros. Las tiendas ancla con las que cuenta son: Bodega Aurrerá, SAM's, Suburbia, Vip's, Bosco y Cinepolis. También cuenta con una zona de comida rápida, juegos para niños, salón de belleza, auto lavado, bancos, etc. | Cuenta con Chedraui, cadena de cines Cinepolis, Prendamex, Kiosko del gobierno del estado, Megacable, Coopel, Contino, Veana, Mi Viejo Pueblito, gran variedad de bancos, zona de comida rápida, ópticas, tiendas de ropa, accesorios deportivos, accesorios de dama y caballero, tiendas de dulces, música, zapaterías, telefonía, joyerías y regalos. Juegos para niños, heladería, estética infantil | Diversos giros comerciales que incluyen una zona de alimentos, calzado, vestimenta, accesorios, restaurantes, salón de belleza, heladería, cafés, tiendas de música, cajeros, entretenimiento para niños, gimnasio, Cinemark, Sanborns, casa de cambio, elevador y escaleras eléctricas, estacionamiento cubierto. | Diversos giros comerciales que incluyen la cadena de cines Cinepolis, cines VIP, zona de alimentos, tiendas departamentales como Palacio de Hierro, Liverpool, Sears, C&A y Sanborns, joyerías, tiendas de deportes, música, accesorios, ropa, mueblerías, música, entretenimiento, bancos, restaurantes, cafés, heladerías, tiendas de animales, panadería, entre otros. | Cuenta con la cadena de cines Cinepolis, boliche, billar, pista de hielo, zona de comida rápida, taquerías, zapatería, salón de belleza, tienda de deportes, kiosco de Telcel, tienda de accesorios, por fuera tiene Mi Viejo Pueblito, OXXO, Café Punta del Cielo. |
| Promociones | Se realizan exposiciones culturales, de entretenimiento y artísticas, firmas de autógrafos con diversos artistas y concursos de diversos géneros. | Se realizan eventos culturales y artísticos, como danzas polinesas, talleres infantiles, torneo de ajedrez, dependiendo del mes van cambiando pero siempre hay eventos. | Se realizan exposiciones culturales, artísticas y de entretenimiento, como presentaciones de cantantes de diferentes géneros o artistas que tocan algún instrumento. | Se realizan exposiciones culturales y de entretenimiento, promociones de temporada de las diferentes tiendas departamentales, ventas nocturnas, rifas de coches, etc. | Las promociones con las que cuenta son específicamente de las tiendas con las que cuenta, en sí la plaza no cuenta con promociones. |
| Publicidad | Revistas en Grupo Síntesis, edecanes en diferentes eventos, patrocinios, espectaculares, anuncios en el radio. | En el radio, espectaculares, y volantes. | En revistas del Grupo Síntesis, espectaculares, en vallas en la calle. | Espectaculares, vallas, revistas, de parte de muchas tiendas se anuncian en revistas locales, en televisión, periódico, volantes, etc. | No usa publicidad |
| Tipo de clientes | Personas de nivel socioeconómico medio, medio-bajo y bajo, la mayor parte de sus clientes en días de la semana son señoras, niños y jóvenes, los miércoles asisten más parejas y los fines de semana asisten más familias. | Personas de nivel socioeconómico medio, medio-bajo y bajo, la mayor parte de sus clientes son señoras, niños y jóvenes muchas parejas en la semana, los miércoles asisten muchas parejas de jóvenes y señores. | Personas de nivel socioeconómico medio, medio-alto y alto, la mayor parte de sus clientes son jóvenes. Ya sea un día en la semana o en fin de semana sus mayores clientes son jóvenes. | Personas de nivel socioeconómico medio-alto y alto, ya que es una plaza tan grande y con tantos diferentes servicios abarca todo tipo de clientes dependiendo del horario. Muchas amas de casa en las mañanas, los sábados y domingo es más familiar | Personas de nivel socioeconómico medio y medio-bajo. La mayoría de los clientes son jóvenes y también parejas en la semana, los fines de semana se llena un poco más de familias gracias a que tienen el cine, el boliche y la pista de hielo. |
| Horario | De lunes a viernes el horario con más clientes es en la tarde y en la noche a partir de las 6 de la tarde hasta las 9. Los fines desde semana a partir de la una de la tarde es cuando se empieza a llenar más hasta las ocho de la noche. | A partir de las 5 hasta las 9 de la noche en la semana y los fines de semana a partir de las dos de la tarde hasta las ocho. | De lunes a viernes el horario con más clientes es en la tarde y en la noche a partir de las 4 de la tarde hasta las nueve o nueve y media, los fines de semana se empiezan a ver más clientes desde la comida ya que mucha gente aprovecha para comer ahí y luego ir al cine o a tomar un café o simplemente a dar una vuelta. | De lunes a viernes el horario con más clientes es en la tarde y en la noche a partir de las 4 de la tarde hasta las nueve o diez de la noche, también en las mañanas se puede ver gran cantidad de clientes en especial mujeres, los sábados y domingos a partir de las doce del día hasta las nueve de la noche está lleno. | De lunes a viernes el horario con más clientes es en la tarde y en la noche a partir de las 5 de la tarde hasta siete, los sábados y domingos se empieza a llenar desde las dos o tres de la tarde, pero se llenan nada más los cines, el boliche, el billar y la pista de hielo. |
| Servicios más ocupados | Bodega Aurrera, Cinepolis, Italian Coffee, zona de comida rápida, SAM'S, Bosco y Suburbia. | El cine, los juegos para niños, Chedraui, zona de comida rápida | Cine, restaurantes, Sanborns, Italian Coffee, Strabucks, Hagen Dazs, gimnasio, tienda de música. | Tiendas departamentales Palacio de Hierro, Liverpool, Sanborns, Sears, C&A, cafés, restaurantes, cines, zona de comida rápida, maquinitas para los niños | Los cines, boliche, pista de hielo, billar, golfito, y la comida rápida. |
| Otros servicios que se buscan | Farmacias, entretenimiento. | Farmacia, algún tipo de entretenimiento para jóvenes y señores. | Mayor variedad de tiendas. | Esta plaza tiene todos los servicios que se necesitan, a lo mejor un super podría faltarle a esta plaza y algún otro tipo de entretenimiento para adultos, hacer más grande el estacionamiento. | Variedad de tiendas, mayor limpieza, cuenta solamente con cosas de entretenimiento. |
| Observaciones Generales | Estacionamiento muy grande y gratis, pronto contarán con Estrella Roja, Mega Cable, Wings y Banco IXE. | Cuenta con estacionamiento amplio, ya que tiene dos pisos, el estacionamiento es gratis y hay seguridad, tiene tiendas por fuera. | Estacionamiento muy amplio y cubierto, el cliente se queja acerca de los boletos del estacionamiento porque la mayoría de las veces no sirve, en época de frío y de lluvias se ve más vacía ya que es una plaza abierta. | Es una plaza que a la hora que vayas va haber gente ya que cuenta con todos los servicios, está bien ubicada, tiene mucha seguridad. | Tiene la ventaja que tiene entrada el Hotel Holiday Inn y oficinas y mucha gente puede aprovechar para usar los servicios de la plaza para no tener que irse a otro lado, el estacionamiento es chico. Tiene muchos servicios a su alrededor. |

4.3 Resultados Grupos Focales

| Motivos de consumo | Razones de consumo | Hábitos de consumo | Necesidades del consumidor |
|--|---|--|--|
| La principal razón por la que se asiste a las plazas es por las tiendas que tiene, también es muy importante que tenga cines, un lugar para comer ya sea un restaurante o la comida rápida, y por la ubicación que te quede cerca de donde vives o de donde te mueves. | Las principales plazas a las que se asisten son primero a Angelopolis, seguida por el Triangulo y Plaza San Diego y después Cruz del Sur y Plaza Dorada. Las razones por las que asisten más es principalmente por la ubicación, porque les queda cerca de donde viven o trabajan y también por las tiendas, restaurantes y los cines | El consumidor asiste a la plaza normalmente con amigos, con los novios o prefiere asistir solo si es que van a comprar algo. | Los servicios que más busca el consumidor al asistir a una plaza son que estén las tiendas que les gusten, que tengan cines, restaurantes, zona de comida rápida, cafeterías y supermercado. |
| Los aspectos que se toman en cuenta para elegir una plaza primero que nada es la ubicación, que tenga estacionamiento amplio, que tenga cines y super, que haya mucha seguridad dentro de la plaza y que tenga limpieza. | El beneficio que más se valora cuando el consumidor asiste a una plaza comercial es principalmente la variedad de tiendas y los servicios que se ofrecen, así como también la seguridad que la plaza tenga. | Normalmente se asiste a las plazas una o dos veces por semana o cada quince días, en el horario de la noche cuando se hacen cosas de entretenimiento, o en las mañana cuando es para comprar algo o abastecerse. | Otras necesidades que se encontraron en consumidores específicos, en su mayoría madres de familia son: estacionamiento más amplio y con seguridad, guarderías y bancos. |
| El entorno en algunas ocasiones tiene que ver con la elección de la plaza, ya sea porque te quedaste de ver con alguien o porque es a dónde va el círculo donde te mueves, pero mucho tiene que ver la necesidad que se tenga en ese momento. | Toma parte de las razones de consumo la influencia que ejercen las amistades o familia de las personas que asisten, muchas veces entre más habitada este la plaza, más gente asistirá a ésta. | Los días que más se van a las plazas comerciales son los fines de semana, más el Domingo que aprovechan para ir con la familia y los Miércoles que es a mitad de semana y cuando el cine esta al 2x1. | |
| Las promociones de la plaza y de las tiendas dentro de la plaza se toman mucho en cuenta, el consumidor se fija mucho en las promociones que se ofrecen. | | El gasto promedio es muy variable, pero cuando se va a entretener por ejemplo a tomar un café o al cine o a comer el gasto es más o menos entre los \$100 y los \$250 pesos. | |
| La publicidad que más se ve acerca de las plazas comerciales es principalmente en el radio y en espectaculares, pero también se ven en revistas locales y en la televisión y en algunas ocasiones por volantes o flyers. | | | |
| La publicidad ha tenido efectos sobre las preferencias de los consumidores, pero solo en los casos de cuando ven una promoción acerca de alguna tienda en específico. | | | |