ANEXO E

Versión Estenográfica de las Entrevistas con

Gerentes de Centros de Consumo

Ciudad: Aguascalientes

Gerente

1 año de antigüedad

Centro De Consumo: Soccer City

1. ¿Cuántos años tiene de trabajar en la cadena de distribución de Corona?
    - **Más o menos, llevo como un año y medio, desde ¿Qué será?, octubre del 2007.**

2. ¿Cuál es su opinión sobre la cerveza Corona como producto? Solicitar descripción de razones.
    - **Pues yo creo que la mejor es Modelo Especial por su sabor que no es tan pesada, pero hablando de la Corona vendemos 100 cartones por semana aproximadamente, por lo que es la que más se vende aquí.**

3. ¿Tiene usted algún tipo de participación en cuanto a promoción o publicidad de su Centro de Consumo? Solicitar descripción del tipo.
    - **SÍ, más ahora en Semana Santa que nos vamos a Puerto Arista en Tonalá, Jalisco donde llevamos edecanes, música y buena fiesta y damos 2x1 todo el día, pero cuando estamos aquí … creo que la venta de misiles es lo que mejor nos deja.**

4. ¿Cuál es su opinión sobre el tipo de publicidad de la cerveza Corona en los medios masivos de comunicación? Solicitar descripción de cada uno

a) Anuncios en televisión. **En mi opinión son impactantes ya que es lo que veo.**

b) Anuncios en radio. **No he escuchado ninguno.**

c) Espectaculares. **No recuerdo**

d) Prensa

e) Otro **Revista Y Folletos**

5. ¿Cuál ha sido su experiencia en promoción directa de la cerveza? (sin considerar la campaña de Cascaritas Corona)
    - **Desde que llegue siempre se hacen promociones, no de diario, pero si seguido, de las que me acuerdo, pues, en Septiembre con la Victoria, regalamos pulseras y sombreros. También se acercan la gente cuando pones a edecanes.**

6. ¿Y en cuánto a promociones?
    - **El Reventour de la Cerveza Estrella. Mmm…. Ha sido la mejor porque fue un hitazo en cuanto a los grupos que trajeron.**

7. ¿Cómo considera a este tipo de estrategia en cuanto contacto con la clientela y en ventas? ¿Por qué?
    - **Yo siento que buenas… ya que al estar interactuando con la gente, los incitas a consumir. Y genera mejores ventas.**

8. Recuerda Usted la campaña de Cascaritas Corona. Solicitar información.
    - **Si, como no… yo estuve invitando a la gente que se acercará y a veces, jugaba con ellos. Teníamos un buen equipo entre un mesero y yo. Ya al final los clientes pues no querían que quitaran el futbolito, después de 15 ó 20 días seguían pidiéndolo. De hecho, yo creo que regresando de Semana Santa compraremos uno.**

9. ¿Cómo califica esa estrategia de promoción a nivel de presencia y posicionamiento de producto?
    - **La verdad lo importante es saberle llegar al producto, pues que uno se identifique, y el futbol es algo que nos apasiona a la mayoría de los mexicanos, por lo que fue muy buena la presencia.**

10. ¿Cómo la califica desde el punto de vista de activación de clientes en los centros de consumo?
    - **Muy buena creo, mmm… pues mmm no se, la interacción, que se generó hizo consumir al cliente. Y todo esto, por lo mismo hace involucrarse más con la marca.**

11. ¿Percibe Usted un incremento, decremento o mantenimiento de ventas derivado de la campaña?
    - **La cifra exacta no la recuerdo, pero si fue un buen aumento, tal vez un 30%.**

12. ¿Si compara esta campaña con las de medios masivos, que ventajas o desventajas encuentra Usted con la campaña de Promoción Directa?
    - **Es pura ventaja, ya que es directamente, con el cliente, al cual pues siempre se le trata como un amigo.**

13. ¿Qué opinión tiene del uso de promociones, torneos, activaciones y en general el uso de medios alternativos como los realizados?
    - **Pues a mi parecer, no sé, como que se les hace sentir importante (al cliente), por lo que participan y además siempre andan buscando las promociones.**

14. Comentarios Generales

- **Me pareció excelente, la verdad, ya que la activación creo que generó mucha expectativa al anunciar que venían los ex-futbolistas. Imagínate jugar contra el mismísimo "Beto" Aspe o Peláez (risas). Y hablando de la activación dentro de mi Centro de Consumo, pues si generaba una mayor afluencia y a veces los chavos no se iban como en 4 horas.**

Ciudad: Aguascalientes

Dueño

5 años de antigüedad

Centro De Consumo: Cucara Macara

1. ¿Cuántos años tiene de trabajar en la cadena de distribución de Corona?
    - **Alrededor de 8 años, como dueño. Antes trabaje como Capitán unos 3 años más.**

2. ¿Cuál es su opinión sobre la cerveza Corona como producto? Solicitar descripción de razones.
    - **Es aceptable para los clientes, ya que sí es la que más piden, supongo que es por su conocimiento en general, la más anunciada, la más barata, la más ligera.**

3. ¿Tiene usted algún tipo de participación en cuanto a promoción o publicidad de su Centro de Consumo? Solicitar descripción del tipo.
    - **Si, el año pasado le metí fuerte a la publicidad, hasta en la televisión local hice un anuncio, y cuando estuvo Cascaritas Corona, que mando a hacer otro comercial, creo que fue bueno, y no es tanta la lana si es local.**

4. ¿Cuál es su opinión sobre el tipo de publicidad de la cerveza Corona en los medios masivos de comunicación? Solicitar descripción de cada uno
    a) Anuncios en televisión. **Excelente, los mejores de las cheves.**
    b) Anuncios en radio. **Te la debo. Casi nunca he escuchado alguno.**
    c) Espectaculares. **No son de mi agrado personal, creo que están medios tontos**
    d) Prensa.
    e) Otro

5. ¿Cuál ha sido su experiencia en promoción directa de la cerveza? (sin considerar la campaña de Cascaritas Corona)
    - **Impactante, mmm no se, siento que pues el objetivo sí se cumple, uno se da cuenta al presenciar la promoción, se ve bien padre, con la música, los posters, etc.**

6. ¿Y en cuánto a promociones?
    - **Este… de la que en sí recuerdo es la de "Tomate la foto con Corona", la cual nos dejo gran sabor de boca.**

7. ¿Cómo considera a este tipo de estrategia en cuanto contacto con la clientela y en ventas? ¿Por qué?
    - **Bien en aspectos generales, y pues… es… atractivo, sí, para la clientela… este… nos ayuda a mantener al cliente contento cuando participan y en lo personal mmm nos ayuda a renovarnos.**

8. Recuerda Usted la campaña de Cascaritas Corona. Solicitar información.
    - **Si, si muy bien, pues… yo creo que le hice de todo, interactuaba con los clientes y la gente de la promoción cuando ya estaba a cabo. En un inicio les indique el lugar para la activación para que luciera más, así como ayude en lo más posible para que todo estuviera bien, por ejemplo, un día una edecán no trabajaba nada bien y pues avisamos que no tenía buena actitud y se cambió, siempre detallitos para no entorpecer la activación y que funcionará mejor, porque pues siempre reditúa en mis ventas.**

9. ¿Cómo califica esa estrategia de promoción a nivel de presencia y posicionamiento de producto?
    - **Muy bien, pues porque la gente, el que consume cerveza, busca ser parte de la marca e identificarla siempre, y no solamente ser un consumidor más.**

10. ¿Cómo la califica desde el punto de vista de activación de clientes en los centros de consumo?
    - **Bien, la mayoría nos hizo buenos comentarios. Sólo que algunos si nos mencionaron que la duración era poca, y que las edecanes eran timidonas (risas).**

11. ¿Percibe Usted un incremento, decremento o mantenimiento de ventas derivado de la campaña?
    - **Un gran aumento pues tampoco, pero si por supuesto que sí hubo un aumento, poco pero siempre se agradece.**

12. ¿Si compara esta campaña con las de medios masivos, que ventajas o desventajas encuentra Usted con la campaña de Promoción Directa?
    - **Pues no hay nada mejor que el producto se encuentre en la mano de los consumidores y tu le ofrezcas pues un poquito más. Mmm pues así la venta es mejor ¿No?, cuando se puede formar parte de esa cadena, y no solo esperar a que ellos vengan.**

13. ¿Qué opinión tiene del uso de promociones, torneos, activaciones y en general el uso de medios alternativos como los realizados?
    - **A mí me gustaría realizarlos con mayor frecuencia, obviamente esto tiene un costo y luego esta difícil, pero nuestro trabajo es para que la gente siempre este pendiente de nuevas cosas que se realicen y regresen.**

14. Comentarios Generales

- **… creo que Cascaritas le gustó a las personas, la parte de que al final se hiciera un partido afuera del Estadio Victoria gustó mucho. Sin embargo la duración fue muy corta, se hubieran quedado unos mmm 2 meses al menos (risas) y pues otra cosa a mejorar para la gente que es la clientela del Centro de Consumo no podía participar para jugar contra sus ídolos.**

Ciudad: León

Gerente

8 años de antigüedad

Centro de Consumo: Mesón Taurino Plaza Mayor

1 ¿Cuántos años tiene de trabajar en la cadena de distribución de Corona?

- **Como responsable, este año cumplo 20 años con el Mesón Taurino, y es una tradición familiar mi papa hace más de 45 años inicio de cantinero aquí, de hecho se inauguró meses después de la Plaza de Toros de León, allá en 1960.**

2 ¿Cuál es su opinión sobre la cerveza Corona como producto? Solicitar descripción de razones.

- **Es bueno, sinceramente es bueno… mmm con respecto al sabor y es el producto predilecto de nuestros clientes. La Corona es la cerveza que más se consume en León, por lo que nos ayuda a que nuestro lugar sea conocido y frecuentado. Si ves un anuncio afuera de Corona pues te crea una cierta confianza.**

3 ¿Tiene usted algún tipo de participación en cuanto a promoción o publicidad de su Centro de Consumo? Solicitar descripción del tipo.

- **No, ahí sí ni hablar (risas) las decisiones las toma el dueño y la agencia local de León, la cual nos dice que promociones y en que fechas.**

4 ¿Cuál es su opinión sobre el tipo de publicidad de la cerveza Corona en los medios masivos de comunicación? Solicitar descripción de cada uno

a) Anuncios en televisión. **Pues en general mmm buena, hay comerciales muy interesantes y otros no tanto.**

b) Anuncios en radio. **Buena, ya que la mayoría es local, por lo que nos ayuda en cuanto a promociones.**

c) Espectaculares. **Uff pues son pocos en León, pero bien para que la gente recuerde que es lo que necesita cualquier marca.**

d) Prensa. **Creo que solo en deportes aparece… ¿No?, si… cuando salen las edecanes detrás de los jugadores con sus gorritas ¿No?**

e) Otro. **Repartimos los folletos que nos proporciona la Agencia Local.**

5 ¿Cuál ha sido su experiencia en promoción directa de la cerveza? (sin considerar la campaña de Cascaritas Corona)

- **Últimamente hemos tenido con Estrella, le están metiendo fuerte, y con Corona siempre hay.**

6 ¿Y en cuánto a promociones?

- **Pues si… cada año realizamos alrededor de 13 promociones, por lo menos una al mes, eso sí, Corona es la que más realiza mmm, pues este año llevamos 4 en total y apenas estamos en marzo, pues hay que inyectarle promociones por eso de la economía.**

7 ¿Cómo considera a este tipo de estrategia en cuanto contacto con la clientela y en ventas? ¿Por qué?

- **Beneficia, el contacto es bueno con la gente y personaliza el trato.**

8 Recuerda Usted la campaña de Cascaritas Corona. Solicitar información

- **Si, pues si estuve directamente, me gusta el futbol y no deje pasar la oportunidad, estuve presente en todas las activaciones, con las muchachonas y los partiditos de futbol, y hasta fui al partido con los ex-futbolistas.**

9 ¿Cómo califica esa estrategia de promoción a nivel de presencia y posicionamiento de producto?

- **Es excelente, es el predilecto por todos, por mucho. Inclusive sobre la competencia. Ya que le estaba ganando el mandado…**

10 ¿Cómo la califica desde el punto de vista de activación de clientes en los centros de consumo?

- **Buena, en nuestro caso al patrón y a mí nos gusta que se active en el Mesón, ya que el movimiento pues siempre hace como que la gente se anime a entrar, y pues eso invita a más personas.**

11 ¿Percibe Usted un incremento, decremento o mantenimiento de ventas derivado de la campaña?

- **No por hacerle buena publicidad, pero si fue un incremento notable, de verdad, los días de activación no había mesas disponibles, no sé, y muchas personas jugaban el futbolito por horas.**

12 ¿Si compara esta campaña con las de medios masivos, que ventajas o desventajas encuentra Usted con la campaña de Promoción Directa?

- **Ventajas, claro para nosotros aquí, ya que el producto se encuentra directamente, al igual que los premios, los cuales son siempre bienvenidos.**

13 ¿Qué opinión tiene del uso de promociones, torneos, activaciones y en general el uso de medios alternativos como los realizados?

- **Honestamente, que hubiera más de esta calidad mmm con edecanes, con premios, con futbol pues que es lo que nos gusta a todos.**

14 Comentarios Generales

- **Realmente nos gustó mucho esta activación, sin embargo los clientes querían participar en el partido y muchos de ellos no estaban inscritos en ligas locales, sino que son clientes de nuestro bar, y pues ya esperamos a Cascaritas 2009.**

Ciudad: León

Administrador

5 años de antigüedad

Centro de Consumo: El Metropolitano

1 ¿Cuántos años tiene de trabajar en la cadena de distribución de Corona?

- **6 años, 5 como administrador y uno de que le hacía de todo.**

2 ¿Cuál es su opinión sobre la cerveza Corona como producto? Solicitar descripción de razones.

- **Buena, buen sabor, eso si no me gustaría hablar de la Agencia Local, esa sí que a veces se olvida de la distribución y luego andamos sufriéndole por el producto.**

3 ¿Tiene usted algún tipo de participación en cuanto a promoción o publicidad de su Centro de Consumo? Solicitar descripción del tipo.

- **Nada, tengo buenas ideas (risas) pero no me dejan.**

4 ¿Cuál es su opinión sobre el tipo de publicidad de la cerveza Corona en los medios masivos de comunicación? Solicitar descripción de cada uno

a) Anuncios en televisión. **Ehhh buena son divertidos algunos, otros no me gustan mucho.**

b) Anuncios en radio. **Buena sin comentarios en general.**

c) Espectaculares

d) Prensa

e) Otro

5 ¿Cuál ha sido su experiencia en promoción directa de la cerveza? (sin considerar la campaña de Cascaritas Corona)

- **Buena, pero nada más, mmm con Cerveza Clara que es la Corona la promoción casi siempre involucra con los meseros.**

6 ¿Y en cuánto a promociones?

- **La de "Tomate la foto con Corona" un stand pusieron aquí.**

7 ¿Cómo considera a este tipo de estrategia en cuanto contacto con la clientela y en ventas? ¿Por qué?

- **Buena, mmm sin embargo faltaría bajar los precio, ahorita no está la gente para gastar tanto y mejorar los obsequios, ya que algunos ya se cansan de llaveritos, no sé podrían dar… qué se yo, boletos para el cine, futbol.**

8 Recuerda Usted la campaña de Cascaritas Corona. Solicitar información.

- **Si, estuvo en mayo del año pasado. Yo nada solo indirectamente en cuanto a la promoción, pero dábamos el producto más barato.**

9 ¿Cómo califica esa estrategia de promoción a nivel de presencia y posicionamiento de producto?

- **Bien, pero falta precio, que le bajen… y algo de utilidad para los clientes y para nosotros, algo que se quede permanente en el lugar, como los futbolitos o posters padres.**

10 ¿Cómo la califica desde el punto de vista de activación de clientes en los centros de consumo?

- **Si motivan a la gente, claro, esto siempre que se les "regala" algo o se les ofrece un intercambio, otra cosa es coordinarse con la**

Agencia Local para mejorar precio y repartir un material pop mucho mejor.

11 ¿Percibe Usted un incremento, decremento o mantenimiento de ventas derivado de la campaña?

- **Supongo que aumento, por las edecanes, aquí la mayoría que vienen son hombres, y pues si es agradable ver unas chicas que te hagan comprar.**

12 ¿Si compara esta campaña con las de medios masivos, que ventajas o desventajas encuentra Usted con la campaña de Promoción Directa?

- **Pues es ventajoso ya que los productos están a la mano, tienen también comerciales en el canal local, mmm y pues mmm ayuda a reforzar las promociones… que se ofrecen aquí.**

13 ¿Qué opinión tiene del uso de promociones, torneos, activaciones y en general el uso de medios alternativos como los realizados?

- **Sería lo mejor realizarlos frecuentemente.**

14 Comentarios Generales

- **La Agencia Local no nos toma en cuenta como clientes, al final de cuentas nosotros somos los clientes de Grupo Modelo. En las activaciones debería presentarse de manera formal el proyecto ya que lo desconocíamos al inicio.**

Ciudad: León

Gerente General

1 año de antigüedad

Centro de Consumo: Las Micheladas

1 ¿Cuántos años tiene de trabajar en la cadena de distribución de Corona?

- **3 años, mmm creo que sí…aunque aquí en el centro de consumo año y medio, pero no solo Corona, sino también de la Sol.**

2 ¿Cuál es su opinión sobre la cerveza Corona como producto? Solicitar descripción de razones.

- **Si la consumen… pues mmm que será muy bien, la gente siempre dice que es de buena calidad.**

3 ¿Tiene usted algún tipo de participación en cuanto a promoción o publicidad de su Centro de Consumo? Solicitar descripción del tipo.

- **Claro, si no se nos van los clientes (risas) mmm en los partidos de futbol del equipo León, hacemos 2x1 y a veces, cuando el León va bien pues si hacen un gol el León regalamos una cerveza a las personas.**

4 ¿Cuál es su opinión sobre el tipo de publicidad de la cerveza Corona en los medios masivos de comunicación? Solicitar descripción de cada uno

a) Anuncios en televisión. **Están muy bien, yo creo que siempre se recuerdan aquellos comerciales de Corona en el Mundo. Aunque con los de Sol me da más risa.**

b) Anuncios en radio. **Siempre anuncian los partidos de futbol mencionan a Corona.**

c) Espectaculares. **Son atractivos, con buena mercadotecnia.**

d) Prensa

e) Otro

5 ¿Cuál ha sido su experiencia en promoción directa de la cerveza? (sin considerar la campaña de Cascaritas Corona)

- **Pues mmm a mí me gusta que se interactué con la gente, las personas, en su mayoría, siempre están dispuestas a participar con gusto, algunas no, son medios chocosos, pero siempre y cuando se les obsequie algo… no le pierden ¿No?**

6 ¿Y en cuánto a promociones?

- **La del Reventour de la Cerveza Estrella, la cual si fue muy impactante porque fue un concierto masivo con grupos que están de moda.**

7 ¿Cómo considera a este tipo de estrategia en cuanto contacto con la clientela y en ventas? ¿Por qué?

- **Muy atractivo, por que invita a sentirse parte de la marca, no ser solo un espectador que consume, sino que ayuda a formar un buen círculo y pues a la Corona le interesa eso… formar un "equipo".**

8 Recuerda Usted la campaña de Cascaritas Corona. Solicitar información.

- **Sí, yo soy de lo que suelo acercarme a las mesas por cualquier cosa que se necesite, éste… y ya que siempre me ha gustado acercarme a las mesas a platicar con Cascaritas no era la excepción, buscaba que la gente se involucrará y jugara en los futbolitos, cosa que no era muy difícil (risas).**

9 ¿Cómo califica esa estrategia de promoción a nivel de presencia y posicionamiento de producto?

- **Está bien de acuerdo a ser la cerveza más vendida de México, la gente siempre tiene en la mente a Corona como marca número al pedirla.**

10 ¿Cómo la califica desde el punto de vista de activación de clientes en los centros de consumo?

- **Era impactante ver una camioneta *Hummer* toda vestida de Corona anunciando en las calles nuestro Centro de Consumo. Además las edecanes estaban lindas y ayudaban a vender más producto y los futbolitos pues si… una gran idea.**

11 ¿Percibe Usted un incremento, decremento o mantenimiento de ventas derivado de la campaña?

- **En cifras no recuerdo, mmm pero por supuesto un aumento.**

12 ¿Si compara esta campaña con las de medios masivos, que ventajas o desventajas encuentra Usted con la campaña de Promoción Directa?

- **Que esta promoción se encontraba a la mano. Mientras que la desventaja es que… pues… es muy local en comparación a la generada en televisión, obvio es mucho más barata ¿No?**

13 ¿Qué opinión tiene del uso de promociones, torneos, activaciones y en general el uso de medios alternativos como los realizados?

- **Pues… mmm… es buena, así la manera de publicitar a la gente de forma directa, ya que además de entretener y hacer pasar un buen rato a las personas, ayuda a acercar al público con la marca.**

14 Comentarios Generales

- **En general, la gente recuerda mucho la campaña de Cascaritas Corona, y pues… mmm… creo que Corona le dio al clavo con ésta, ya que involucra dos cosas fundamentales para los mexicanos, el futbol y tomar una cerveza.**

Ciudad: Puebla

Dueño

25 años de antigüedad

Centro de Consumo: El Divino

1 ¿Cuántos años tiene de trabajar en la cadena de distribución de Corona?

- **… si Dios quiere, este año cumplo 25 años como Dueño, pero empecé desde los 18 años ayudando a mi papa, ya que él empezó con este negocio hace como 55 años.**

2 ¿Cuál es su opinión sobre la cerveza Corona como producto? Solicitar descripción de razones.

- **Mmm… desde que tengo memoria, la Cerveza Corona pues si… ha sido la favorita de mis clientes, ya que gracias a los anuncios de televisión y que siempre se encuentra en todos lados, ha hecho la favorita. La calidad y el sabor es muy bueno para el público mexicano que está acostumbrado a este tipo de sabores.**

3 ¿Tiene usted algún tipo de participación en cuanto a promoción o publicidad de su Centro de Consumo? Solicitar descripción del tipo.

- **… yo si suelo hacer promociones, si pues es lo que apoya al público al venir, y si pues cuando hay futbol, la mayoría son 3x2, o si compran una cubeta se pagan 7 y se llevan 10. También cuando la temporada es baja, siempre se da un 2x1 de 3 a 5pm y se ofrece la tradicional botanita.**

4 ¿Cuál es su opinión sobre el tipo de publicidad de la cerveza Corona en los medios masivos de comunicación? Solicitar descripción de cada uno

a) Anuncios en televisión. **(Risas) me gustaban más los de antes, donde salían la playa y una corona, los nuevos no están buenos, están regándola ¿No?, solo los que salen la Corona en otros países.**

b) Anuncios en radio. **Mmm… creo que últimamente no he escuchado alguno o no reconozco alguno, seguramente les falla algo allí.**

c) Espectaculares. **Me gustan los que son limpios, que solo salen la marca, ya que sino, ni tiempo para verlos.**

d) Prensa. **Recuerdo los de futbol donde salen jugadores.**

e) Otros. **Mmm no mucho… folletitos y calendarios de futbol que repartimos.**

5 ¿Cuál ha sido su experiencia en promoción directa de la cerveza? (sin considerar la campaña de Cascaritas Corona)

- **Casi siempre son de Corona, siempre es la que mas billete le invierte… hay promociones donde se llevan, si es que ganan, a los jóvenes a rodeos, o ver entrenar a la selección, me entere que fue un hijo de un amigo a México a verlos por Corona, pero no conocí la promoción, eso si todos son después de comprar cerveza y llamar.**

6 ¿Y en cuánto a promociones?

- **Ahorita me viene en mente la del Reventour del año pasado (2008) llamó mucho la atención, sobre todo a la chavillos.**

7 ¿Cómo considera a este tipo de estrategia en cuanto contacto con la clientela y en ventas? ¿Por qué?

- **Pues aunque no parezca (risas) me gustan mucho que vengan a mi restaurante y que involucren a las personas. La gente siempre se va contenta ya que la "comunicación" y la "publicidad" es muy directa.**

Y además de esto pues se llevan un pequeño regalito. ¿A quién no le gusta eso?

8 Recuerda Usted la campaña de Cascaritas Corona. Solicitar información.

- **Claro que sí. Pues si… creo haber participado directamente, ya que puse unas mmm no se como 4 cartulinas afuera para que la gente conociera los días cuando iba a ver edecanes y futbolitos, además organizamos un equipo para ingresar a una liga para poder jugar la Cascarita, no pasamos (risas) pero nos divertimos.**

9 ¿Cómo califica esa estrategia de promoción a nivel de presencia y posicionamiento de producto?

- **Éste… me quedo muy buen sabor de boca, honestamente, mmm mucho más que las promociones que nos dicta la Agencia Local a veces no están muy buenas (risas). Sin embargo ésta nos encanto porque fueron varios días, creo que 4, y hubo muchas actividades tanto en bares, restaurantes, en la calle y ligas, creo que englobo lo que significa un gran esfuerzo de promoción.**

10 ¿Cómo la califica desde el punto de vista de activación de clientes en los centros de consumo?

- **Como le comente anteriormente, creo que estuvo muy bien, el contacto y el trato directo es algo, que para este tipo de servicios es fundamental.**

11 ¿Percibe Usted un incremento, decremento o mantenimiento de ventas derivado de la campaña?

- **En los días donde vino las Cascaritas, pues yo creo que sí por lo menos vendía un 30% más ehh, y solo era como hora y media.**

12 ¿Si compara esta campaña con las de medios masivos, que ventajas o desventajas encuentra Usted con la campaña de Promoción Directa?

- **Obviamente son muy diferentes, pero me gusta más la directa porque veo como se incrementan las ventas rapidito. Y el trato se mejora con los clientes. Sin embargo la de masivos es importante para que la gente recuerde los productos.**

13 ¿Qué opinión tiene del uso de promociones, torneos, activaciones y en general el uso de medios alternativos como los realizados?

- **Son buenos, como dice su nombre… hay que buscar alternativas en estos tiempos de crisis, y pues para las ventas realmente impulsan, y pues la gente regresa para buscar otras, sin embargo el trato y el buen servicio siempre son necesarios.**

14 Comentarios Generales

- **Tengo varios (risas) pero fundamentalmente creo que lo importante es no olvidar los gustos del consumidor y tampoco olvidar que muchas personas realizan las compras de acuerdo al precio.**

Ciudad: Puebla

Dueño

12 años de antigüedad

Centro de Consumo: La Franja

1 ¿Cuántos años tiene de trabajar en la cadena de distribución de Corona?

- **Ya son 18 años.**

2 ¿Cuál es su opinión sobre la cerveza Corona como producto? Solicitar descripción de razones.

- **Para mí, Corona representa a México en el mundo es como una tradición de las cervezas mexicanas, es un producto de abolengo muy representativo. Sin embargo, pues… últimamente la competencia (Sol) ha ganado mucho terreno entre los jóvenes y aparte se consigue con mayor facilidad en los OXXO's.**

3 ¿Tiene usted algún tipo de participación en cuanto a promoción o publicidad de su Centro de Consumo? Solicitar descripción del tipo.

- **Pues claro, es mi negocio… yo soy el que decide si hay promociones o algo distinto, aunque… realmente no hay muchas y menos ahorita con la crisis, pero siempre es bueno ofrecerles algo al público.**

4 ¿Cuál es su opinión sobre el tipo de publicidad de la cerveza Corona en los medios masivos de comunicación? Solicitar descripción de cada uno

a) Anuncios en televisión. **Los últimos de fútbol, realmente no les entiendo y se me hacen bien aburridos… en contraparte los de Sol son muy buenos y graciosos.**

b) Anuncios en radio. **Son malos, definitivo (risas).**

c) Espectaculares. **Los de *La Pasión Manda* son buenos, reflejan la pasión por el futbol, y los de *Mi Espacio* son muy malos, de hecho nunca los pongo por malos.**

d) Prensa. **Como Corona es patrocinador del Puebla, siempre salen en Síntesis ¿No? o en otros de por acá.**

e) Otros. **Si tenemos aún los Calendarios de *La Pasión Manda.***

5 ¿Cuál ha sido su experiencia en promoción directa de la cerveza? (sin considerar la campaña de Cascaritas Corona)

- **Hay muchas promociones que nos dicta la Agencia Local, aunque la verdad muchos de ellos solamente son 2x1, hay que buscarle mas creatividad.**

6 ¿Y en cuánto a promociones?

- **Reventour de la Cerveza Estrella, que como es una nueva cerveza le metieron mucho dinero.**

7 ¿Cómo considera a este tipo de estrategia en cuanto contacto con la clientela y en ventas? ¿Por qué?

- **Como mi Bar es 100% dirigido al futbol y al Puebla en específico, siempre busco tener promociones cuando hay juegos. Y las promociones directas son muy buenas, porque los clientes le entran y se involucran no solo en tomar una cerveza sino en pasar un buen momento.**

8 Recuerda Usted la campaña de Cascaritas Corona. Solicitar información.

- **Sí. Lamentablemente cuando vino Cascaritas el Puebla andaba medio mal. Pero siempre había buenos momentos ehh… con las edecanes y los clientes. Yo no quise involucrarme ni cambiar la**

mecánica de la activación, aunque si estuve presente siempre que llegaban.

9 ¿Cómo califica esa estrategia de promoción a nivel de presencia y posicionamiento de producto?

- **…mmm buenas, porque la gente encuentra momentos diferentes de diversión. Creo que el contacto… así con el público es inmejorable y además si piensas en la presencia de marca esta se nota muy fuerte en esos días, haciéndole tanto ruido.**

10 ¿Cómo la califica desde el punto de vista de activación de clientes en los centros de consumo?

- **Son buenas, sin embargo a veces los centros de consumo lo que realmente necesitamos… son que se baje el precio… al final de cuentas esto es para el consumidor final, ¿no creen?**

11 ¿Percibe Usted un incremento, decremento o mantenimiento de ventas derivado de la campaña?

Si las ventas subieron, según recuerdo.

12 ¿Si compara esta campaña con las de medios masivos, que ventajas o desventajas encuentra Usted con la campaña de Promoción Directa?

- **No, pues claro que a mí me favorece tener promociones aquí en mi bar, pero uno está consciente de que se debe tener campañas masivas de tele y radio, si no a la gente se le olvida y se va con la competencia, y más como le menciono de que Sol está bien fuerte.**

13 ¿Qué opinión tiene del uso de promociones, torneos, activaciones y en general el uso de medios alternativos como los realizados?

- **Pues la verdad… siempre es importante impulsar estrategias diferentes, si no la gente se aburre y no solo cambia la Corona sino mi bar…, y pues estas estrategias lo que haces es mostrar que siempre hay cosas diferentes… no? Ahh… y no podemos olvidarnos del trato, eso nunca!**

14 Comentarios Generales

- **Cascaritas es un buen esfuerzo que se hizo por parte de Grupo Modelo, por parte de la Agencia Local y por parte del staff, y esos es de agradecer… sí que se piense en Centros de Consumo para impulsar las ventas.**

Ciudad: Toluca

Administrador

1 año de antigüedad

Centro de Consumo: La Matraca

1 ¿Cuántos años tiene de trabajar en la cadena de distribución de Corona?

- **Como Gerente 1 año, pero trabaje como capitán de meseros por 6 años.**

2 ¿Cuál es su opinión sobre la cerveza Corona como producto? Solicitar descripción de razones.

- **Honestamente, así fanático, fanático, no soy al sabor… no es de mi completo agrado, pero en el público es la cerveza que más se vende… no sé por qué. Supongo que por el conocimiento que se tiene de ella, tal vez sea eso.**

3 ¿Tiene usted algún tipo de participación en cuanto a promoción o publicidad de su Centro de Consumo? Solicitar descripción del tipo.

- **Yo sólo, por el momento no. Pero entre el dueño y yo decidimos los días de promociones, generalmente los fines de semana y a veces cuando hay poca gente.**

4 ¿Cuál es su opinión sobre el tipo de publicidad de la cerveza Corona en los medios masivos de comunicación? Solicitar descripción de cada uno

a) Anuncios en televisión. **Creo que son buenos.**

b) Anuncios en radio. **Hay muchos en Toluca, sobre todo en los programas deportivos y yo soy bien futbolero y no me pierdo ni uno.**

c) Espectaculares. **Bien, aunque a veces dicen mucho que ni se pueden leer.**

d) Prensa. **Nada**

e) Otros. **Nada**

5 ¿Cuál ha sido su experiencia en promoción directa de la cerveza? (sin considerar la campaña de Cascaritas Corona)

- **Creo que la mayoría son dirigidos a las ventas con meseros, antes cuando era capitán si veía más, pero pues ahora ya casi no, solo se cuando viene el Grupo Modelo a ofrecer vales a los meseros que es para impulsar ventas.**

6 ¿Y en cuánto a promociones?

- **Las promociones suelen ser buenas para las ventas, no para la utilidad, pero es parte importante de nuestro negocio, hacer que la gente regrese y regrese, de eso se trata.**

7 ¿Cómo considera a este tipo de estrategia en cuanto contacto con la clientela y en ventas? ¿Por qué?

- **Pues en cuanto a lo de contacto directo, no hay nada como el trato a diario, es decir, estar atento a lo que la gente tiene inquietud, no… así se forman las relaciones duraderas… las promociones externas que vienen y muestran trato directo son muy buenas.**

8 Recuerda Usted la campaña de Cascaritas Corona. Solicitar información.

- **Sí. Mmm… creo que llevaba como unos 3 meses como gerente, y la verdad busque apoyarlos en todo, por lo que se formó un buen equipo de trabajo, hasta me invitaron a jugar a una liga, inclusive el dueño compró un futbolito después, al ver que la gente aceptó mucho esto.**

9 ¿Cómo califica esa estrategia de promoción a nivel de presencia y posicionamiento de producto?

- **Posicionamiento, ósea pues no creo que ayude a la marca, ya que es muy conocida, pero en cuanto a presencia muy buena, la verdad es estuvo bien movido, mucho ruido por todos lados. Se escuchaba por muchos lados en la *Hummer,* en ligas, en bares y al final en el partido con ex-jugadores.**

10 ¿Cómo la califica desde el punto de vista de activación de clientes en los centros de consumo?

- **Pues, no se…si los clientes aprecian esto, realmente les gusta que haya movimiento en los lugares, ya sea de Corona, Victoria o cualquiera les gusta que la marca les regala algo, que les de algo a cambio después de tantas chelas compradas.**

11 ¿Percibe Usted un incremento, decremento o mantenimiento de ventas derivado de la campaña?

- **Mmm… ahí si me agarras en curva (risas)… no recuerdo bien, pero siempre hay incrementos aunque sea pequeños pero los hay.**

12 ¿Si compara esta campaña con las de medios masivos, que ventajas o desventajas encuentra Usted con la campaña de Promoción Directa?

- **Siempre he dicho que si hay promociones en el bar… la gente llegará. Por lo que me inclino a qué Grupo Modelo venga y ofrezca promociones aquí, ya que el producto está a la mano y la venta se hace más fácil.**

13 ¿Qué opinión tiene del uso de promociones, torneos, activaciones y en general el uso de medios alternativos como los realizados?

- **Creo que ya dije todo… muy buenos.**

14 Comentarios Generales

- **Creo que Cascaritas es un buen ejemplo de cómo crear ese círculo que la población necesita, se les ofrece una promoción, ellos se divierten y al final se les da un buen espectáculo, creo que todos ganamos con promociones así.**

Ciudad: Toluca

Gerente General

10 años de antigüedad

Centro de Consumo: Jarro Café

1 ¿Cuántos años tiene de trabajar en la cadena de distribución de Corona?

- **Desde hace 10 años cuando empecé de Barman aquí.**

2 ¿Cuál es su opinión sobre la cerveza Corona como producto? Solicitar descripción de razones.

- **Siempre hemos trabajado con la Corona, y para hacer micheladas y clamatos la gente siempre la pide. Creo que algo bueno debe tener.**

3 ¿Tiene usted algún tipo de participación en cuanto a promoción o publicidad de su Centro de Consumo? Solicitar descripción del tipo.

- **Sí, pero casi siempre nos guiamos por lo que dice la Agencia Local de Grupo Modelo… son los que mandan… y mantenemos siempre 3x2 en clamatos y 2x1 en micheladas entre semanas.**

4 ¿Cuál es su opinión sobre el tipo de publicidad de la cerveza Corona en los medios masivos de comunicación? Solicitar descripción de cada uno

a) Anuncios en televisión. **La verdad no soy muy fijado.**

b) Anuncios en radio. **No escucho la radio.**

c) Espectaculares. **Creo que son buenos.**

d) Prensa. **Me gusta la imagen de Corona actualmente.**

e) Otros. **Nada**

5 ¿Cuál ha sido su experiencia en promoción directa de la cerveza? (sin considerar la campaña de Cascaritas Corona)

- **Pues, como te mencione son 2x1 o 3x2, depende del día y la afluencia, ahh y a veces se regalan llaveros o la cubeta de Corona o Victoria.**

6 ¿Y en cuánto a promociones?

- **Hace poco hubo un concurso para todos los bares, estaba padre… regalaban viajes a Ixtapan de la Sal.**

7 ¿Cómo considera a este tipo de estrategia en cuanto contacto con la clientela y en ventas? ¿Por qué?

- **Son buenas…creo (risas), el contacto es interesante, a veces se reflejan inmediatamente en ventas, no siempre, ahh y eso sí, cuando hay edecanes… guapas promocionando la cerveza, la gente rápidamente las pide.**

8 Recuerda Usted la campaña de Cascaritas Corona. Solicitar información.

- **Sí. Pusieron dos futbolitos adentro, y todo el mundo participaba, de hecho vinieron dos jugadores de futbol y fue un día como pocos ehh… que no cabía la gente!!!.**

9 ¿Cómo califica esa estrategia de promoción a nivel de presencia y posicionamiento de producto?

- **Mmm pues si son como interesantes. Ayudan a promocionar de buena forma el producto, sobretodo pues fuera de lo común.**

10 ¿Cómo la califica desde el punto de vista de activación de clientes en los centros de consumo?

- **Bien… muy bien, los clientes necesitan actividades para distraerse y estas activaciones son buenas.**

11 ¿Percibe Usted un incremento, decremento o mantenimiento de ventas derivado de la campaña?

- **Si hubo un buen incremento…mmm que será unos 4 cartones más al día.**

12 ¿Si compara esta campaña con las de medios masivos, que ventajas o desventajas encuentra Usted con la campaña de Promoción Directa?

- **Los comerciales siempre van a estar en la tele, eso no cabe duda, y no sé si sea un factor determinante para las ventas, supongo que sí, pero cuando el público ve cosas diferentes en el Bar, obviamente reaccionan mucho más rápido.**

13 ¿Qué opinión tiene del uso de promociones, torneos, activaciones y en general el uso de medios alternativos como los realizados?

- **Pues en mi opinión son interesantes, es como un plus que las marcas deben ofrecer.**

14 Comentarios Generales

- **Aunque el deporte no es como lo principal para nuestro Bar, éste siempre está ligado a nuestro público, por lo que Cascaritas nos ayudó en ese aspecto, para atraer nuevo público.**