Investigación exploratoria en Starbucks

Sucursales de Starbucks:

- Cholula
- Av. Juárez
- El Triángulo
- Las Ánimas
- Angelópolis
- La Paz
- Plaza Mazarik (por periférico)

Horario: Matutino (de 7:00 a.m. a 11 a.m.)

Mercado 1: Profesionistas

Características:

- Personas jóvenes-adultas entre 24 y 40 años de edad.
- Profesionistas que trabajan en oficinas.
- Regularmente van a Starbucks por un café caliente (capuchino, latte, americano son los más consumidos).
- Llegan a Starbucks por un café y se retiran del establecimiento.
- Tardan alrededor de 5 minutos.
- Van a Starbucks por la rapidez del lugar, por la ubicación de éste (regularmente los ubicados en avenida la Juárez y La Paz; ya que son lugares de paso con oficinas a los alrededores).
- El Starbucks más concurrido por las mañanas es el de la avenida la Juárez, ya que cuenta con drive-thru, esto permite agilizar el servicio a este tipo de mercado que pasa exclusivamente por un café en su vehículo.
- En promedio gastan entre $20 y $45 pesos aproximadamente por un café (dependiendo del tamaño de éste).
- En promedio, un 20% del mercado total que compra café en la mañana, consume diario un café en starbucks. Lo que hace que el monto total por persona que compra café todos los días sea en promedio $165 semanal.
- La hora pico es entre las 8:00 a.m. y 9:00 a.m.).

- El horario en donde asisten oficinistas que llegan a quedarse (es decir, se sientan en una mesa ya sea solos o en compañía de otra persona) es entre las 10:00 y 12:00 del día.
- Se pudo observar que este tipo de personas llegan a platicar de negocios y a atender asuntos de trabajo.
- Se quedan alrededor de una hora u hora y media y piden de uno a dos cafés calientes (americano y capuchino regularmente).
- Los días de más aflujo son los lunes y miércoles.

Mercado 2: Estudiantes Universitarios

Características:

- Jóvenes de entre 22 y 25 años de edad.
- Estudiantes universitarios de últimos semestres de licenciatura y/o maestría que necesitan de un espacio relajado para realizar actividades escolares.
- Utilizan el plus del Internet inalámbrico.
- Se reúnen con otro grupo de estudiantes que hacen tareas en equipo.
- El horario en el que llegan es alrededor de las 10a.m. y permanecen ahí hasta dos o tres horas.
- Las bebidas más pedidas por este grupo de mercado son calientes y frías (americano, capuchino y frappes).
- El número de personas que llegan es de 1 a 4 personas.
- Los días más visitados por este mercado son los días lunes y martes.

Horario: <u>Vespertino</u> (de 12:00 p.m. a 4:00 p.m.)

Mercado 1: Amas de casa

Características:

- Mujeres de entre 30 y 50 años de edad.
- Mujeres casadas, con hijos y/o familia que no tienen un trabajo fijo, y que atienden a su familia por las mañanas y tienen el medio día libre para socializar con otras mujeres.
- Consumen cafés calientes y fríos (americano, té, capuchino y frappes son los más comunes).

- Los starbucks más concurridos dentro del horario vespertino son el triángulo, angelópolis, las ánimas y plaza mazarik.
- Estas mujeres por lo regular asisten a estos starbucks los cuales están ubicados en centros comerciales, ya que aprovechan para hacer compras en algunas tiendas y después se van a tomar el café.
- Estas mujeres permanecen en el establecimiento alrededor de hora y media o dos horas.
- El promedio de cafés consumidos es de uno a dos.
- El monto medio gastado oscila entre los 35 y 65 pesos por mujer.
- A diario se tienen clientes diferentes, pero los empleados pueden reconocer a un grupo de mujeres que visita starbucks una vez a la semana.

Mercado 2: Profesionistas

Características:

- Las mismas características que el mercado matutino.
- Este grupo de personas van a starbucks a medio día para trabajar, ya que un plus que ofrece starbucks es el Internet inalámbrico, el cual es usado como herramienta de trabajo para este segmento de mercado.
- Están en promedio dos horas o más dentro del establecimiento.
- Llegan por lo regular solos o acompañados de otra persona más.
- Consumen en promedio uno o dos cafés en una visita.
- Los starbucks más concurridos son los de avenida la Juárez, el triángulo, Cholula, y la paz.
- A diario se presentan este mercado.

Horario: <u>Nocturno</u> (de 5:00 p.m. a 11:00 p.m.)

Mercado 1: Estudiantes universitarios

Características:

- Jóvenes de entre 17 y 25 años de edad.
- Estudiantes universitarios y de bachillerato.
- Éste grupo de personas va a socializar con amigos.
- De igual manera van a trabajar (usando el Internet inalámbrico).

- Los cafés más pedidos son los frappes por las mujeres, y las bebidas calientes por ambos.
- El promedio gastado es de 50 pesos por persona.
- Una de las características de este mercado, son los que compran café y se quedan en las mesas y otros llegan a comprar el café y se retiran del establecimiento.
- El tiempo promedio que el grupo de personas permanece en el establecimiento es de 1 hora u hora y media aproximadamente.
- Los días que más visitan Starbucks son a mitad de semana (los miércoles), y hay otros días fuertes como los martes y jueves, y los fines de semana.
- Casi a diario hay personas que solo llegan por su café y se van.
- Por los comentarios de los trabajadores, se pudo observar que hay personas que van a starbucks por un café casi diario, o al menos 3 veces en la semana.
- Los fines de semana también son días fuertes, en especial los sábados por las tardes, y los domingos por las noches.

Observaciones Generales:

- Se pudo observar que el mercado que asiste a Starbucks en el horario de la mañana, en la tarde y en la noche varía unos con otros.
- Cada mercado tiene una necesidad diferente.
- El mercado que compra café por las mañanas por lo regular va directo a eso, su único objetivo es llegar, pedir un café y retirarse del establecimiento para dirigirse a su trabajo.
- El mercado que asiste a mitad de la mañana, se pudo observar que además de satisfacer la necesidad del café, también utiliza el plus del Internet inalámbrico, lo cuál se puede observar que ahí está satisfaciendo otra necesidad la que es el de trabajar en un lugar tranquilo y relajado.
- El otro mercado es de las mujeres casadas amas de casa, que llegan a socializar con las amigas, y satisfacen la necesidad de platicar en un lugar cómodo, de caché acompañadas de un buen café.

- El otro grupo es el de los estudiantes universitarios, que cumplen con dos tipos de necesidades: el de socializar y el de trabajar en un lugar relajado.
- En un sondeo que se realizó, se pudo descubrir que muchos de los estudiantes universitarios que son foráneos, toman más café en Puebla que en sus ciudades de origen, esto por factores como el tipo de clima, la convivencia con los amigos y por el hecho de existir Starbucks en Puebla.
- Cada mercado consume un tipo de producto diferente dependiendo de la hora a la que compren un café.
- La música de fondo que utilizan es relajada, le permite sentarse con los amigos y platicar libremente, así como también llegar y sentarse con la laptop y trabajar un par de horas sin que nadie llegue a interrumpir.
- El servicio que brinda Starbucks es muy bueno, ya que es un servicio personalizado, los empleados siempre están dispuestos a ayudar y atender dudas de sus clientes, y el trato es muy amable.
- El ambiente es muy relajado, el tipo de luces es el adecuado para sentarte en una mesa y platicar por horas, de igual manera, las mesas son muy cómodas al igual que las sillas y también hay sillones en donde hace que el cliente se sienta cómodo y como en casa.
- No se permite fumar dentro del establecimiento, esto es porque debido a que es un lugar cerrado el humo puede llegar a ser molesto para los no fumadores. Para esto, también hay mesas al aire libre en donde los fumadores pueden estar sin mayor dificultad.
- Las propinas son a criterio de los clientes.

Características de cada Starbucks:

- **Cholula**: La mayoría de gente que asiste son jóvenes estudiantes universitarios, sobretodo de la UDLA, pero también pueden llegar desde gente más adulta hasta jóvenes de secundarias y preparatorias. Cuenta con estacionamiento amplio, ya que este starbucks está en una pequeña plaza en donde hay bancos, franquicias de comida, etc. Los días fuertes son a principio de semana (los martes) y fines de semana (jueves, sábados).

- **Avenida Juárez**: su mercado son personas más adultas, profesionistas que trabajan a los alrededor, ya que hay que recordar que la Juárez es una avenida con negocios y oficinas a los alrededores, además de que es la única que cuenta con el drive-thru, lo que permite agilizar la compra del café. Cuentan con estacionamiento amplio. Los días fuertes son de lunes a viernes, y los sábados por las tardes.

- Plazas el **Triángulo y Angelópolis**: El mercado varía, llegan desde jóvenes adolescentes, pasando por jóvenes-adultos hasta llegar a personas adultas. Esto es debido a que se encuentra dentro de los dos centros comerciales más importantes de la ciudad de Puebla (en especial Angelópolis). Tienen la ventaja ambos lugares que hay cines, por lo que la gente puede disfrutar de un café antes de entrar a su función, o viceversa. En Angelópolis el ambiente es más juvenil. En el triángulo son personas más grandes, profesionistas, y por las mañanas señoras jóvenes casadas. Pocas personas llegan a sentarse a una mesa de los establecimientos. La mayoría llega a comprar café para llevar. Los días fuertes son los miércoles (que son de cine) y los fines de semana (sábados y domingos).

- **Las ánimas**: Aquí el ambiente es diferente al de las plazas anteriores. Aquí llegan personas con más edad. Parejas de personas adultas que exclusivamente llegan a tomar un café y a sentarse a platicar. Los días fuertes son entre semana (martes y miércoles).

- **Mazarik**: Esta pequeña plaza tiene otros establecimientos como bancos, telcel, farmacia, etc. El mercado son adultos, por lo regular profesionistas que salen del trabajo y gustan de tomar una taza de café en compañía de otras personas. El único problema de esta plaza es el estacionamiento, ya que es muy reducido. Los días fuertes son los lunes y martes sobretodo.

- **La Paz**: Este starbucks se encuentra al principio de la recta a Cholula, aquí el mercado son jóvenes estudiantes universitarios y profesionistas. Debido a que es una zona donde hay universidades y oficinas, el ambiente casi no varía al de la Juárez y Cholula por ejemplo. La ubicación es buena, ya que está justo en una esquina, el espacio para estacionarse es de igual manera un poco reducido, al

igual que el starbucks de plaza mazarik. Los días fuertes son los martes y miércoles, y fines de semana (sábados sobretodo).

Conclusiones:

- El mercado ideal al que se dirigirá esta investigación serán los de la tarde y los de la noche, (es decir, los del horario vespertino y nocturno), esto debido a que llegan a Starbucks en un horario más relajado, sin apuros, y a pasar un rato agradable.

- El mercado del horario matutino son un buen target para esta investigación, pero, no se pueden tomar en cuenta, ya que no tendrían el tiempo y la disposición de contestar el cuestionario, ya sea por factores como que van retrasados, medios dormidos aún, y con el tiempo contado.

- Por la investigación que se realizó, preguntando a algunos clientes y a los mismos empleados de Starbucks, se puede llegar a la conclusión que el mercado que más ganancias deja son los de la noche y los de la mañana. Los de la noche a pesar que no van diariamente a Starbucks, cuando van al lugar llegan acompañados de más personas. Los de la mañana llegan más seguido, unos diariamente compran café, y otros al menos 3 veces a la semana, pero también están los de la tarde que llegan a trabajar, y que pueden llegar a consumir hasta dos cafés en una sentada y eso se compensa con los clientes de la noche.

- El día de la semana, la hora y hasta el clima, influye en la decisión de compra y en el aflujo de personas que lleguen al lugar. Por lo tanto, la encuesta será aplicada los 7 días de la semana (lunes a domingo), durante dos semanas, ocupando dos días por cada establecimiento.

- El total de cuestionarios a aplicar será de 384. Se aumentarán 15 cuestionarios como prueba pioloto a la muestra por la parte de edición en caso de descartar algunos cuestionarios que no estén contestados correctamente ó que le falte información en los datos personales.

- El género (masculino o femenino) no importará a la hora de aplicar los cuestionarios, de igual manera el estado civil tampoco influirá en la aplicación de la encuesta.

- De igual manera los rangos de edad sí serán importantes, ya que aquí se podrá determinar cual es el rango de edad de los clientes principales y potenciales de Starbucks.

- La ocupación también será tomada en cuenta, al igual que el grado de estudios de la persona encuestada.