



**II Estudio de Satisfacción
de Oferta Gastronómica en
Centros Comerciales**

mall & retail
generamos valor a los centros comerciales



mall & retail
generamos valor a los centros comerciales

ANTECEDENTES

La gastronomía desempeña un papel esencial en la creación de experiencias exitosas para atraer a visitantes, mejorar la experiencia social y aumentar el tiempo de permanencia en el centro comercial. Los restaurantes en los centros comerciales deben esforzarse por ofrecer una gama diversa de opciones culinarias de alta calidad para satisfacer las expectativas cambiantes de los consumidores y mantenerse competitivos en el mercado del entretenimiento y las compras.

Los centros comerciales han entendido que la gastronomía es la punta de lanza de esta estrategia desarrollando nuevos conceptos en el cual se unen los sabores, la diversión y el entretenimiento en medio de un ambiente muy urbano del tipo loft (aires industriales y estilo contemporáneo), muros verdes, zona de contenedores y Food Trucks, barras de comida, bares en las azoteas entre muchos otros elementos que invitan a compartir y disfrutar con amigos y familia.



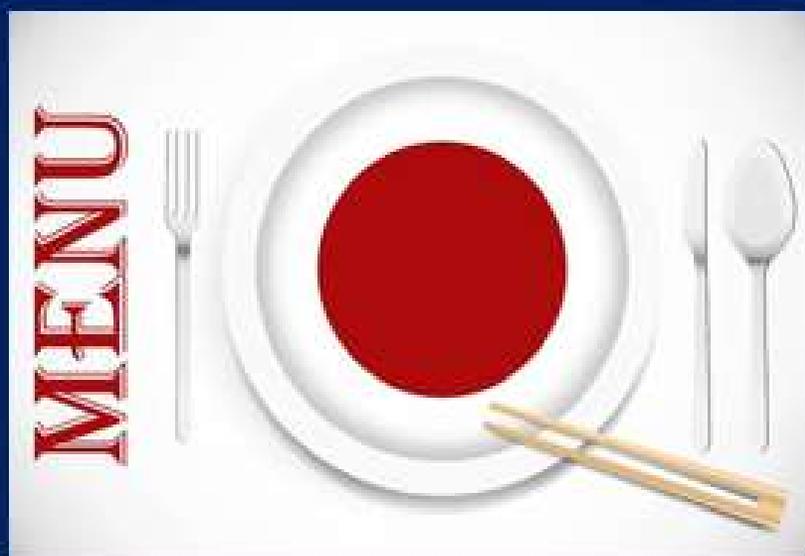
OBJETIVOS



- **Medir de cara a los visitantes de los centros comerciales en la ciudad de Bogotá.Cuál es la percepción que tienen de la oferta gastronómica (Paseo gastronómico y Plazoleta de comidas) que está impactando positivamente el consumo de la comida fuera del hogar.**
- **Identificar los atributos más valorados en la experiencia de visita de la oferta gastronómica de comidas por parte de los consumidores.**
- **Identificar los centros comerciales mejor percibidos y más visitados en su oferta gastronómica (ranking de valoración).**



QUE RESPONDE ESTE ESTUDIO :



- ¿QUIÉN ES MI CLIENTE?
- ¿CUÁNDO ME VISITA?
- ¿QUÉ VALORA LOS CLIENTES DE LA ZONA DE E COMIDAS
- CUAL ES ZONA DE COMIDAS PREFERIDA
- ¿QUÉ OTRAS PLAZOLETA DE COMIDAS VISITA
- ¿CUAL ES EL TIPO DE COMIDA PREFERIDA
- ¿CUÁLES SON LAS MARGAS PREFERIDAS POR TIPO DE COMIDA?
- ¿CUÁL ES EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA VISTA A LA PLAZOLETA DE COMIDAS?
- ¿CUÁL ES EL NIVEL DE RECOMENDACIÓN DE LA PLAZOLETA DE COMIDAS?

FICHA TECNICA

Publico Objetivo

- Hombres y mujeres:
- Entre 18 y 65 años.
 - Estratos 2, 3, 4, 5 y 6
 - Que hayan consumido en la zona de comidas de un centro comercial en los últimos 3 meses.

Técnica

Encuestas presenciales.

- El margen de error a un nivel de confianza del 95%, en el escenario más conservador ($p=0.5$) es de 2.7% a nivel total.
- Muestreo Probabilístico. Se busca asegurar dispersión geográfica y representatividad en los diferentes estratos de género, edad y nivel socioeconómico.

Tamaño de muestra

- 20 Centros Comerciales en Bogotá y alrededores
- 600 encuestas

Ámbito de Cobertura

No.	CENTROS COMERCIALES	No.	CENTROS COMERCIALES
1	Andino	11	Parque La Colina
2	Atlántic	12	Paseo Villa del Río
3	Av. Chile	13	Plaza Central
4	Cafam La Floresta	14	Plaza Claro
5	Centro Mayor	15	Plaza de las Américas
6	Fontiznar	16	Plaza Imperial
7	Gran Estación	17	Sollme
8	Mall Plaza	18	Santofé
9	Multiplex	19	Titán Plaza
10	Nuestro Bogotá	20	Unicentro





mall & retail
generamos valor a los centros comerciales

Paola Ariza Rojas

Gerente Comercial

gerentecomercial@mallyretail.com

Móvil: +573102954699

www.mallyretail.com

