

PREGUNTAS	INFORMANTE 1	INFORMANTE 2	ESTRATO 5			INTERPRETACIÓN					PONDERACIÓN			
			INFORMANTE 3	INFORMANTE 4	INFORMANTE 5	INFORMANTE 1	INFORMANTE 2	INFORMANTE 3	INFORMANTE 4	INFORMANTE 5	VARIABLES COMUNES	TOTAL VARIABLES	PORCENTAJE DE COINCIDENCIA	
1. ¿Qué lo motiva a usted y a su familia a tomar la decisión de viajar y comprar en Pereira?	"se consigue una mejor oferta comercial" "almacenes de grandes superficies son muy atractivos" "le sirve a uno como distractor"	"variedad y precios bajos" "claro que hoy en día uno ya consigue artículos en Manizales a muy buenos precios" "viajar a Pereira es agradable por el paseo que hace uno con la familia y porque es definitivamente bueno en cuanto a comercio"	"el comercio de Manizales es limitado en algunos aspectos en cuanto a artículos, también el servicio, cuando uno acude a adquirir algo en un almacén, generalmente está cerrado, digamos un domingo o después de las 7 de la noche" en Pereira uno al día que vaya, sea día de fiesta, domingo u otro está abierto a todo momento"	"La variedad de centros comerciales, como también la variedad de productos, la comodidad por la amplitud de estos y la atención al cliente" uno al visitar los almacenes no se ve como obligado a comprar, porque es usual que en Manizales al vendedor se le note el deseo por vender más que por que el comprador quede satisfecho con la compra"	"Variedad de productos y precio"	Variedad Distracción Grandes superficies	Variedad Economía Distracción	Amplios horarios de atención Servicio al cliente	Variedad Amplitud Servicio al cliente	Variedad Economía	Variedad Distracción Grandes superficies Economía Amplitud de horarios Servicio al cliente Amplitud espacios	4 2 1 2 1 1	33,3 16,7 8,3 16,7 8,3 8,3	TOTAL VARIABLES PREGUNTA 1 12 100,0
2. Considera usted que el gasto que implica viajar y comprar en Pereira, se ve compensado con los productos a adquirir y por que?	"No, los precios muchas veces son similares a los que uno tiene en Manizales" "pero si encuentra una mejor oferta comercial" "el comerciante en Manizales se ha vuelto muy tradicionalista y no le gusta innovar ni traer una mejor oferta comercial"	"Generalmente si" "cuando vas a Pereira y en realidad compras en buen volumen, porque de lo contrario es un paseo que te sale un poco costoso por el valor de la gasolina y la comida"	"Es más o menos igual, es decir lo que uno ahorra porque si encuentra productos más económicos allí, se los compra de pronto en el viaje" "Pero igual paseo que te sale un poco costoso por el valor de la gasolina y la comida"	"Me parece que si se ve compensado ya que yo lo disfruto y me relajó comprando allí."	"El precio lo compensa y de igual forma el paseo familiar, porque encuentra uno artículos que no consigue en Manizales y por eso va hasta Pereira"	No compensa Diversidad de productos	Si compensa Compras por volumen	Si compensa Distracción	Si compensa Distracción	Si compensa Distracción	Si compensa Distracción Variedad Diversidad de productos Compras por volumen	4 1 5 3 1 1 1	80,0 20,0 100,0 40,0 13,3 13,3	TOTAL VARIABLES PREGUNTA 2.1 5 100,0 TOTAL VARIABLES PREGUNTA 2.2 6 80,0
3. Que productos o servicios lo incentivan a viajar y comprar en Pereira? Y que miembro de la familia es el mayor usuario de los productos adquiridos	"Toda variedad ropa, calzado, comestibles, productos para el aseo, productos para el hogar y definitivamente, los hijos las personas jóvenes de la familia son los más beneficiados porque encuentran más productos para la línea de ellos"	"Artículos para la casa en Homecenter, mercado y ropa para mis hijos"	"Ropa, productos de aseo y electrodomésticos, por ejemplo la ropa generalmente uno encuentra todo el tiempo promociones, en cambio aquí es por temporadas, entonces uno va a determinados sitios y siempre encuentra lo que quiere" "las hijas y la mamá del hogar"	"Por lo general viajamos a comprar ropa para mi hija y para mí" "también me gusta viajar a comprar al por mayor como implementos de aseo para el hogar ya que están en constantes promociones en almacenes de cadena"	"Electrodomésticos" "Todo el grupo familiar"	Ropa Calzado Artículos para el hogar Viveres Productos de aseo Hijos	Ropa Artículos para el hogar Viveres Hijos Mamá	Ropa Electrodomésticos Productos de aseo Hijas Mamá	Ropa Productos de aseo Hija Mamá	Electrodomésticos Familia	Electrodomésticos Viveres Ropa Productos de aseo Artículos para el hogar Calzado	2 2 4 2 2 1	15,4 15,4 30,8 15,4 15,4 7,7	TOTAL VARIABLES PREGUNTA 3.1 13 100,0 Mamá Hijos Familia 1 2 4 1 14,3 TOTAL VARIABLES PREGUNTA 3.2 7 100,0
4. Cuales centros comerciales suele frecuentar a la hora de viajar y comprar en Pereira? y que encuentra en esos centros comerciales que nos encuentra aquí?	"Pereira Plaza, Carrefour, Makro, Centro Regional Victoria" "se encuentra variedad de almacenes, variedad de productos, mayor línea de ropa, mayor línea de zapatos, mayo línea de artículos deportivos, etc."	"Homecenter, Éxito, Victoria y Pereira Plaza" "Encuentro variedad y precios bajos"	"Almacenes de cadena, el Único en Dosquebradas, Pereira Plaza y Centro Regional Victoria" "Encuentro economía porque realmente si algunos productos son más económicos que acá"	"Me gusta mucho comprar en Ciudad Victoria y Pereira Plaza sobre todo ropa de marcas que aquí no se encuentran e implementos para el hogar"	"Las grandes superficies, Sodimac, Makro y Ciudad Victoria" "Artículos deportivos, electrodomésticos a menor precio inclusive que en San Andresito Manizales"	Grandes superficies Pereira Plaza Centro Regional Victoria Variedad de productos	Grandes superficies Pereira Plaza Centro Regional Victoria Variedad Economía	Grandes superficies Unico Pereira Plaza Centro Regional Victoria Variedad Economía	Centro Regional Victoria Pereira Plaza Variedad	Grandes superficies Centro Regional Victoria Economía	Grandes superficies Victoria Pereira Plaza Unico Economía Variedad	4 5 4 1 3 4 4	26,6 35,7 26,6 7,1 42,9 57,1	TOTAL VARIABLES PREGUNTA 4.1 14 100,0 TOTAL VARIABLES PREGUNTA 4.2 7 100,0
5. ¿En qué época del año acostumbra viajar a hacer sus compras en la ciudad vecina?	"No hay época especial, en cualquier época del año uno busca la opción de ir a hacer las compras y hacer el paseo para disfrutar de un día diferente"	"Cualquier fin de semana bajamos, no tenemos una fecha especial"	"Noviembre, Junio y en algunos puentes festivos vamos a ver que hay novedades"	"Me gusta mucho ir en época decentinista sobre todo" "también en los meses de Marzo y noviembre suelo viajar para aprovechar las promociones del Éxito"	"Una vez al mes, indiferente de la temporada, si es alta o baja"	Indiferente Indiferente	Indiferente Junio	Noviembre Marzo	Noviembre Navidad	Una vez al mes	Marzo Junio Noviembre Navidad Una vez al mes Indiferente	1 1 2 1 1 2	12,5 12,5 25,0 12,5 12,5 25,0	TOTAL VARIABLES PREGUNTA 5 8 100,0
6. Que sugerencias plantea para el comercio de la ciudad de Manizales.	"Los horarios en Manizales deben ser más extendidos" "Cuadrar el horario de los almacenes con el horario libre de las personas" "Los márgenes de utilidad no sean tan altos porque se incrementa mucho el costo del producto"	"Que genere una campaña de amor al comercio de Manizales" "impulsando mayor identidad a los ciudadanos, pero que de igual manera incentiven el comercio con grandes superficies como las nombradas anteriormente"	"Actitud de los empleados del almacén. Uno compara, si en Pereira por ejemplo no tienen el producto, le dicen a uno se lo consigo, mañana se lo envío y hasta lo llaman a uno acá y todo. Aquí no, les falta es como ofrecerle al cliente lo que quiere" "talá por lo general en todos los almacenes de cadena hay guardería, claro que aquí están los juegos del parque caldas, pero uno tiene que estar pendiente de ellos, en cambio uno allá los suelta y puede hacer sus compras tranquilo"	"Nuevos centros comerciales y más confianza con los clientes que al uno visitar un centro comercial, si no encuentra algo de su gusto, no se vea obligado a comprar por la presión de los vendedores o la falta de variedad de productos"	"Darle acceso a almacenes de grandes superficies como Carrefour y Makro por encima del Éxito"	Amplitud de horarios Precios competitivos	Campañas de impulso al comercio Apertura de espacios comerciales	Servicio al cliente Espacios entretenimiento infantil	Apertura espacios comerciales Servicio al cliente	Apertura espacios comerciales	Apertura espacios comerciales Amplitud de horarios Precios competitivos Campañas de impulso al comercio Servicio al cliente Espacios de entretenimiento infantil	3 1 1 1 2 1	33,3 11,1 11,1 11,1 22,2 11,1	TOTAL VARIABLES PREGUNTA 6 9 100,0