

Grupo

ZONA

BUSINESS GROUP

Querétaro: Tel: 01(442) 2341275 Móvil: (442) 3450340

info@grupozona.com.mx

ffigueroa@grupozona.com.mx

www.grupozona.com.mx



ÍNDICE

<i>Nuestra Empresa</i>	3
<i>Nuestros Servicios</i>	4
<i>Investigación de Mercados</i>	5
<i>Consultoría</i>	7
<i>Gerenciamiento de proyectos</i>	10
<i>Servicios de consultoría en línea</i>	11
<i>Cursos en línea</i>	13
<i>La Compra Inteligente</i>	14
<i>Más de 20 años de experiencia</i>	17
<i>Algunos de nuestros clientes</i>	21



NUESTRA EMPRESA

Somos un grupo de empresas de Consultoría de Marketing, Investigación de Mercados y Capacitación en línea con más de 20 años de experiencia en el mercado. Contamos con consultores con una amplia visión empresarial y experiencia en la realización de negocios.

Nuestra estructura organizacional nos permite ofrecerle mejores precios que las grandes empresas en este mercado. Con Grupo Zona, usted no tendrá que pagar en sus estudios y estrategias el sobreprecio de una infraestructura inflada.



MISIÓN

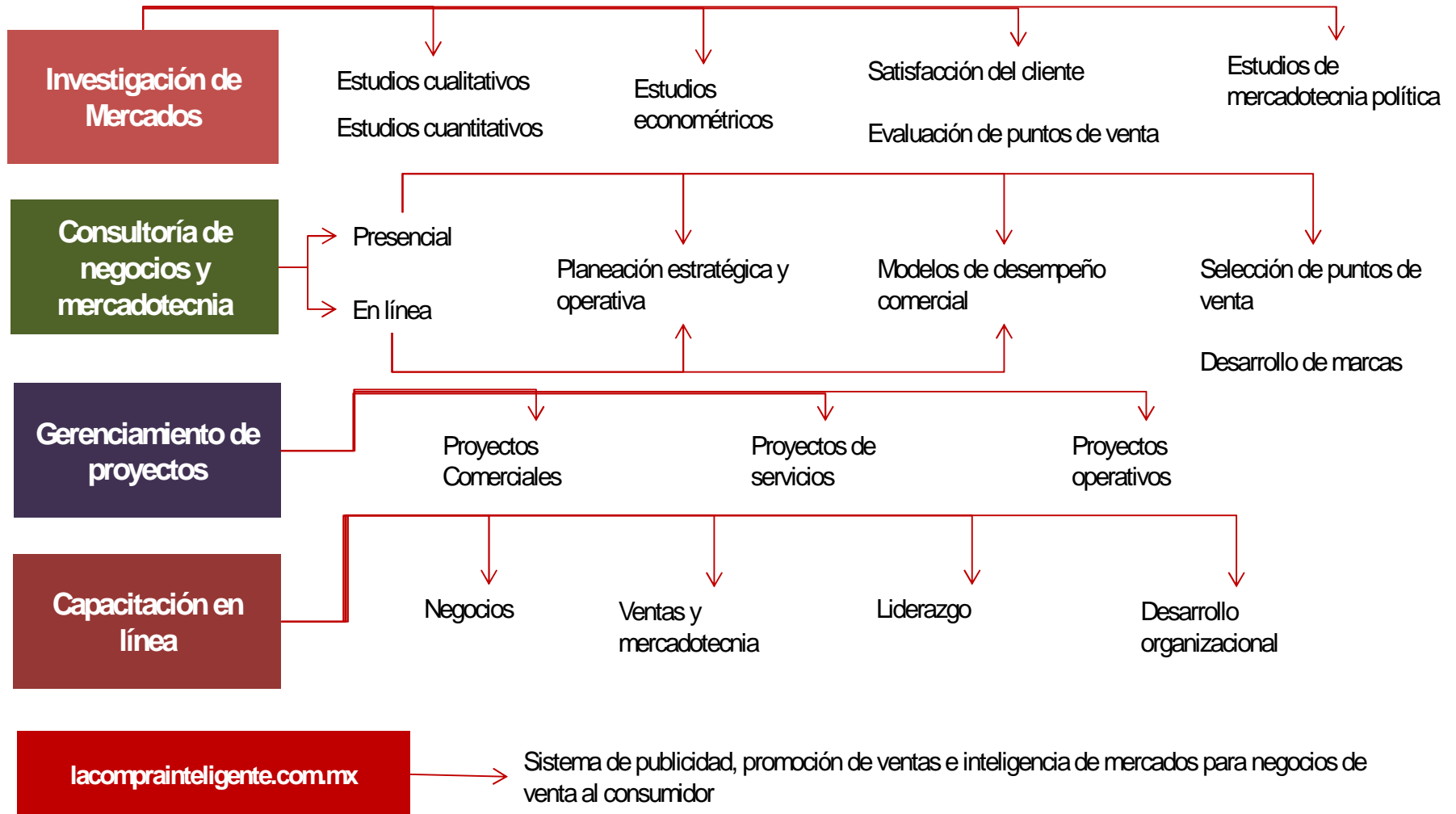
“Promover, facilitar y propiciar el desarrollo de la productividad y la competitividad, vinculando a las empresas con su entorno a través de información precisa, confiable y fácil de accionar, orientando su estructura organizacional y eficiencia operativa en función de los requerimientos del mercado en el que se desenvuelven”

VISIÓN

“Integramos como actores determinantes en la rentabilidad de los negocios de nuestros clientes, así como, en la satisfacción y estilo de vida de nuestros accionistas, colaboradores y asociados”



NUESTROS SERVICIOS





INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La investigación de mercados es la función de enlace entre la empresa y su entorno, es la clave para entender a los clientes, consumidores y público. Se utiliza para identificar y definir oportunidades, problemas de mercadotecnia, para vigilar el comportamiento del mercado y para mejorar la comprensión de la mercadotecnia como proceso.

De una forma muy general, las fuentes de información con que puede contar el investigador de marketing pueden clasificarse en:

A) INFORMACIÓN PRIMARIA.- Información de primera mano, aquella que se obtiene directamente del sujeto o fenómeno a investigar, consumidor, comprador, distribuidor, proceso, etc. La información primaria se puede obtener por medio de:

1.- **Técnicas cualitativas**, como la observación directa, entrevistas de profundidad, grupos de enfoque (grupos de estudio). Las técnicas cualitativas pueden presentar algunas de las siguientes características: Pequeño número de encuestados, formato no estructurado, valoración indirecta de los sentimientos e ideas de los entrevistados, observación directa. Estas técnicas carecen de valor estadístico.

2.- **Técnicas cuantitativas**, por lo regular se aplican las metodologías de entrevistas por encuestas o registro del fenómeno. Estas técnicas suponen realizar valoraciones empleando papel y lápiz, incluyen a un mayor número de entrevistados, por lo que, tienen valor estadístico y pueden aplicarse por medio de proyecciones a una población mayor.

B) LA INFORMACIÓN SECUNDARIA.- Supone la búsqueda de datos publicados, obtenida por razones distintas a la satisfacción de las necesidades en cuestión.



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Desarrollamos dentro del marco de la investigación comercial técnicas cualitativas y cuantitativas modernas, análisis estadísticos y econométricos avanzados (análisis multivariantes), pudiendo ofrecer con la calidad que esperan nuestros clientes los siguientes tipos de estudios:

ESTUDIOS AD-HOC

- Satisfacción
- Usos y actitudes
- Pruebas de producto y concepto
- Dinámicas de Mercado
- Desplazamiento y Distribución
- Potencialización de Mercados
- Publicitarios
- Segmentación
- Tamaños de Mercado
- Selección de puntos de venta

PUBLICIDAD

- Eficiencia publicitaria
- Influencia publicitaria

CONSUMIDOR

- Segmentación y Tipología de consumidores
- Motivación y hábitos de compra
- Estilos de vida
- Proceso de toma de decisión de compra

PRODUCTOS Y MARCAS

- Análisis de imagen y posicionamiento
- Test de concepto
- Test de producto
- Test de marca

ESTUDIOS DE MERCADOTECNIA POLÍTICA

DISTRIBUCIÓN

- Participación de la distribución.
- Influencia de los intermediarios en la elección de marca
- Actitud y motivación de los intermediarios

EVALUACIÓN

- Mystery Shoppers
- Satisfacción del cliente
- Evaluación de puntos de venta
- Evaluación de procesos

DEMANDAS Y VENTAS

- Participación de mercados
- Demanda para zonas geográficas y tipos de consumidores



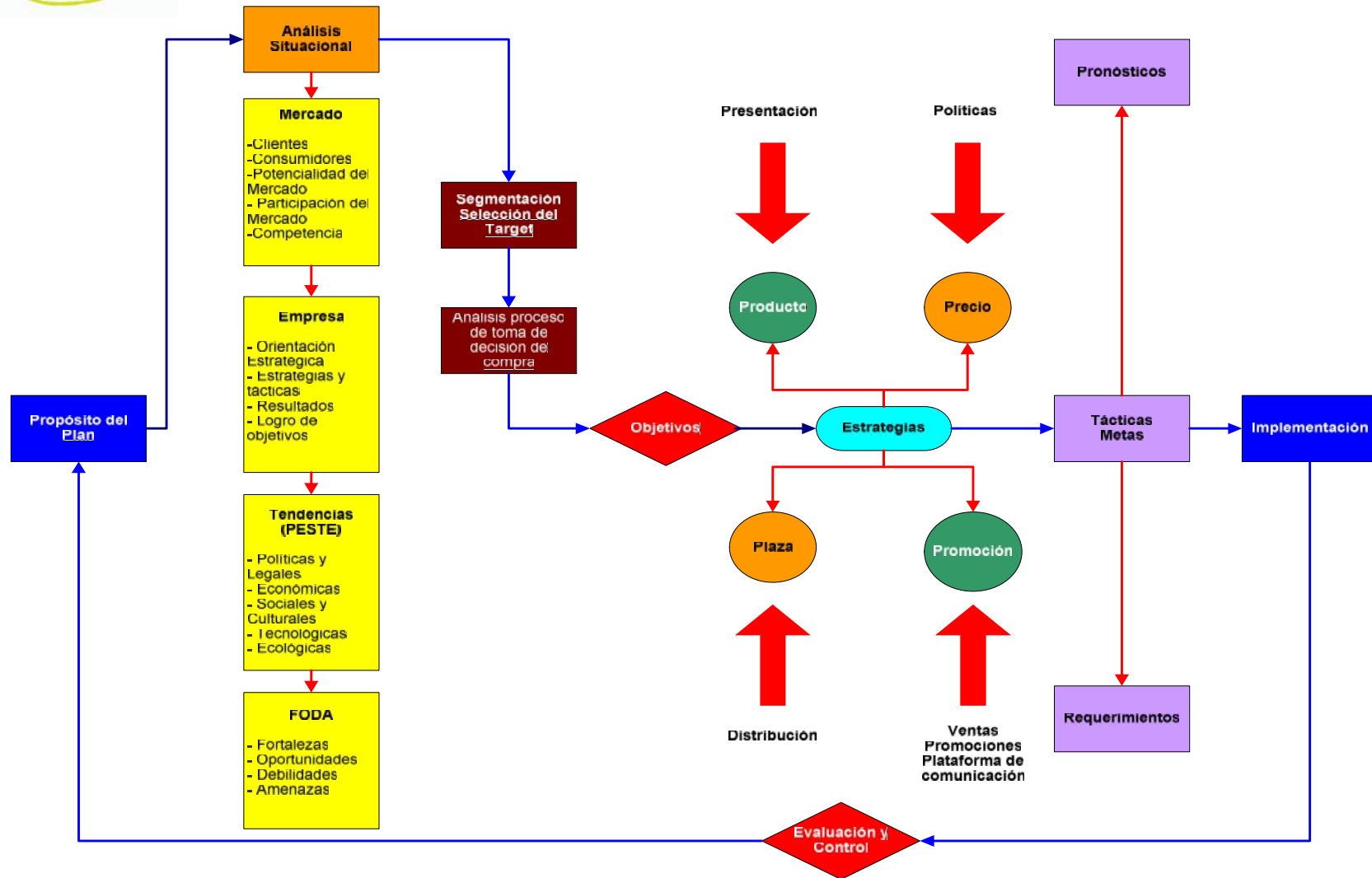
CONSULTORÍA DE MARKETING

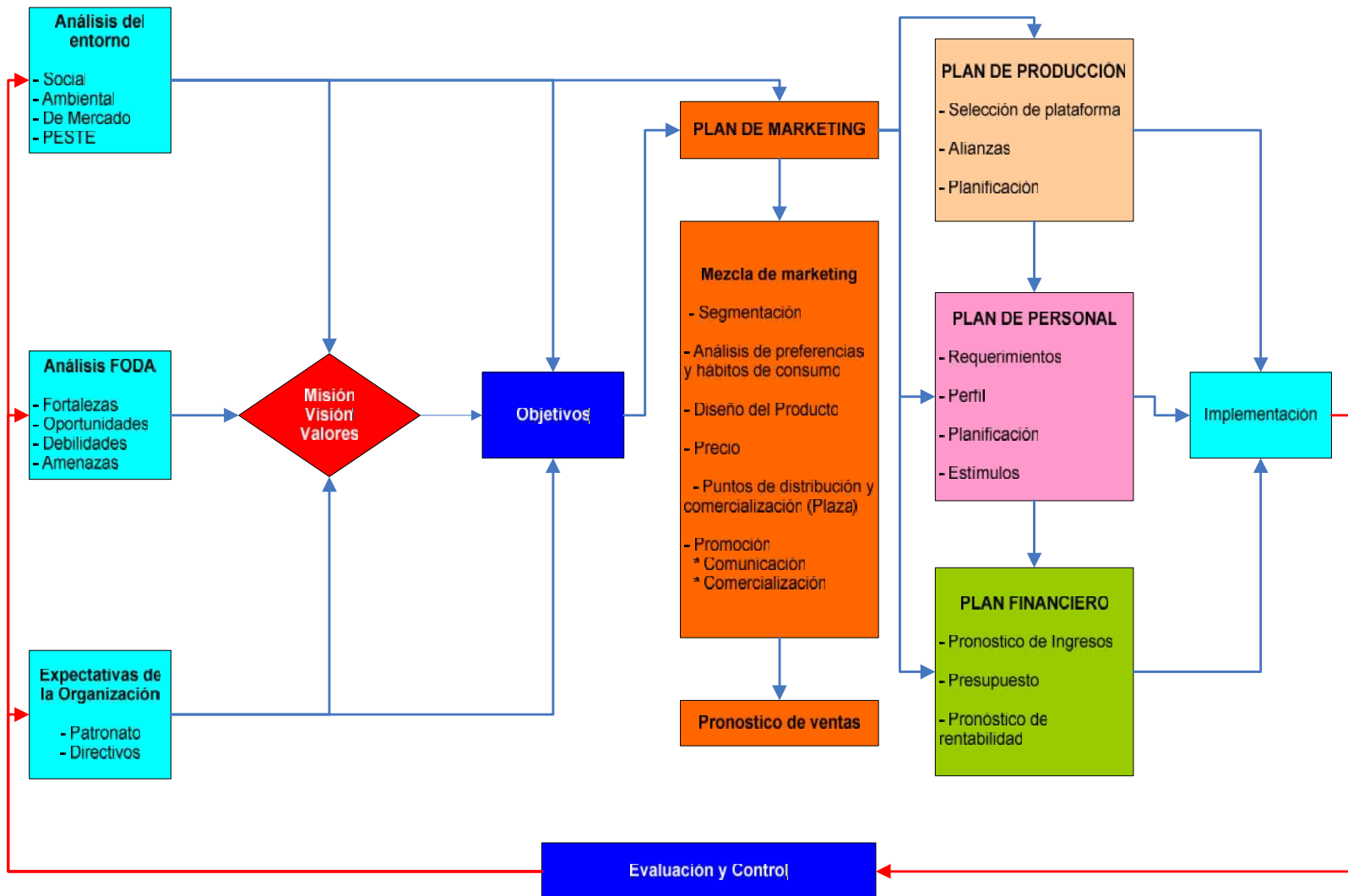
Los modelos de consultoría desarrollados se basan en el concepto de mejora temprana, es decir, plantean en su concepción el logro de avances en el desarrollo funcional de las diferentes unidades de negocio de la compañía a corto plazo, esto es, el desarrollo del proceso requiere de la implementación de soluciones de manera paralela.

- ✓ **PLANES ESTRATÉGICOS Y DE MERCADO**
- ✓ **MEZCLA DE MARKETING**
- ✓ **ADMINISTRACIÓN DE MARKETING**
- ✓ **BENCHMARKETING**
- ✓ **AUDITORIA DE MARKETING**
- ✓ **PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN**
- ✓ **PROGRAMAS DE LEALTAD**
- ✓ **ACTIVIDADES PROMOCIONALES**
- ✓ **NETWORK MARKETING** (Redes de Mercadeo)
- ✓ **ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE MERCADO**
- ✓ **SISTEMAS DE ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**
- ✓ **INTELIGENCIA DE MERCADO**
- ✓ **MERCADOTECNIA EN LÍNEA**
- ✓ **COORDINACIÓN DE MERCADOS**
- ✓ **MODELOS DE DESEMPEÑO**
- ✓ **PLAN DE NEGOCIOS**



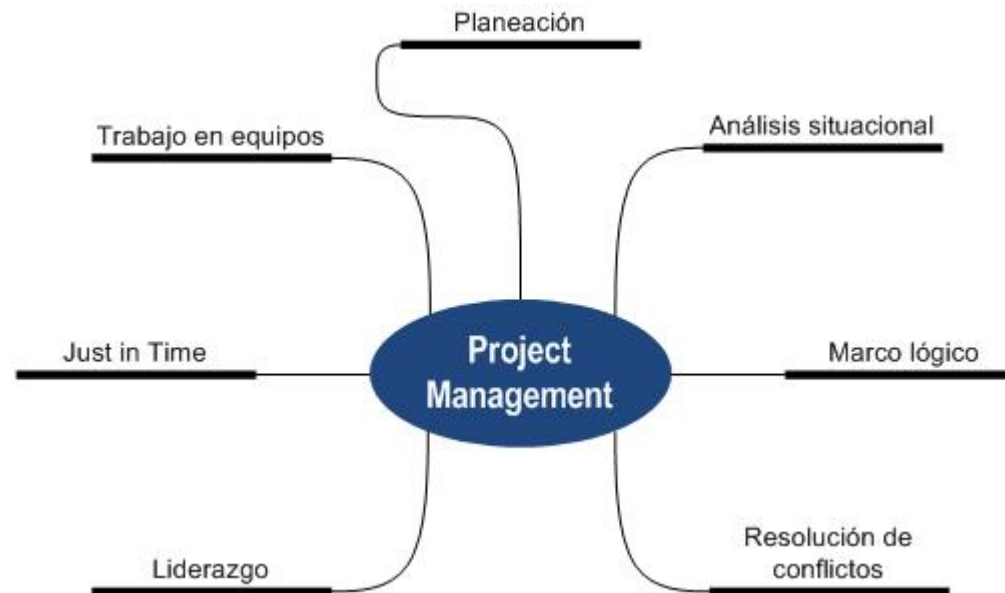
PLANEACIÓN DE MARKETING





Project Management o gerenciamiento de proyectos es una metodología que consiste en la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de proyectos de tal manera que se cumplan o excedan las expectativas del cliente del proyecto (ya sea externo o interno).

El principal objetivo el Project Management es llevar a cabo un proyecto, que el trabajo sea hecho a tiempo, dentro del presupuesto asignado y de acuerdo con las especificaciones acordadas. Todo esto aplicando habilidades, técnicas y herramientas en las diferentes áreas del conocimiento.





SERVICIOS EN LÍNEA CONSULTORÍA DE NEGOCIOS

Durante mucho tiempo en nuestro país, las empresas se habían desarrollado en un entorno de estabilidad y de competencia moderada. Las condiciones de estabilidad y los altos costos de los servicios especializados de marketing provocaron que muchas empresas se mantuvieran al margen de las técnicas y estrategias de mercado más avanzadas, sin embargo, en la actualidad la estabilidad de los mercados ha pasado a la historia, vivimos tiempos de constantes cambios que están dando origen a nuevas áreas de oportunidad así como a una competencia más estrecha por los mercados obligando a las empresas a sortear el cambio y responder a las exigencias del futuro.

GRUPO ZONA, PONEN A SU DISPOSICIÓN UN MODELO DE CONSULTORÍA INTERACTIVO PARA MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS.

Una herramienta de negocios que le permitirá contar con las estrategias de mercado, promocionales y publicitarias más avanzadas a bajo costo y con altos niveles de eficiencia.

Al afiliarse al Sistema de Consultoría de Negocios en línea, usted gozará de los siguientes beneficios:

A) SERVICIOS DE UN CONSULTOR PERSONAL POR MEDIOS ELECTRÓNICOS.

Usted contará con un consultor personal quien lo guiará en el desarrollo e implementación de los diferentes procesos de su negocio, así como, en su evaluación y seguimiento





SERVICIOS EN LÍNEA CONSULTORÍA DE NEGOCIOS

El Sistema de Consultoría en Línea, al ser un modelo de consultoría remota se basa en el trabajo conjunto de usted, su equipo de trabajo y su consultor. Su consultor genera los instrumentos de diagnóstico; usted y su equipo de trabajo recopilan la información; su consultor realiza el análisis y propone la solución; usted la autoriza y en coordinación con su equipo la implementa.

B) ACCESO A INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

Contar con información estadística confiable es fundamental para la adecuada planeación de las actividades comerciales, incluso para tomar decisiones relacionadas con la incursión en algún determinado negocio o mercado, así como, para valorar la potencialidad de su mercado.

Su consultor personal realizará la búsqueda de la información que usted requiere. Contamos con una gran cantidad de estudios sindicados (realizados y patrocinados por nuestra firma), a los cuales usted podrá tener acceso en el momento que lo requiera.

C) INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Su consultor personal lo ayudara en los proyectos de investigación de mercado de su negocio; diseño de instrumentos de investigación y análisis de la información; evaluación de la satisfacción del cliente, evaluación de puntos de venta, hábitos de compra, hábitos de consumo, pruebas de concepto, estudios ad hoc.



CURSOS EN LÍNEA

Ofrecemos una gran variedad de cursos en línea. Cada uno está integrado por diferentes módulos y lecciones, conferencias electrónicas y estudios de caso. En cada curso se estudia un tema central. Durante el desarrollo del curso el alumno contará con un tutor personal especializado que le ayudará en el estudio del tema y resolverá sus dudas.

El alumno podrá estudiar los contenidos de cada lección en el horario que lo desee (contenidos en diferentes formatos incluido audio y video), y formará parte de un grupo de estudio no mayor a 10 personas con quienes podrá interactuar por medio de las diversas herramientas del portal (foros, chats y wikis) para realizar tareas, estudios de caso y ejercicios.

Una vez a la semana el alumno tendrá una cita en línea con su tutor por medio de chat, en esta reunión podrá resolver sus dudas y recibir ayuda, nuestro horario de atención es de lunes a sábado de 8:00 AM a 11:00 PM

Al término del curso el tutor le proporcionará al alumno un instrumento de evaluación que constituye un caso real, el cuál, deberá de resolver con base en los conocimientos aprendidos, una vez resuelto su tutor lo retroalimentará.

Cursos con los que se cuenta:

- ✓ Inicia un negocio exitoso
- ✓ El Vendedor profesional
- ✓ Promoción de ventas
- ✓ Administración de ventas
- ✓ Desarrolla tus habilidades de liderazgo
- ✓ Reto al Cambio
- ✓ Mercadotecnia para pequeños y medianos negocios
- ✓ Marketing efectivo
- ✓ Plan de marketing
- ✓ Planeación estratégica
- ✓ Mercadotecnia política

Y muchos más...



la compra inteligente



la compra inteligente es un sistema de publicidad promoción de ventas e inteligencia de mercado integrado por un portal en Internet y una aplicación para teléfonos celulares y tabletas (App), a través de las cuales el consumidor (comprador, su cliente potencial) podrá:

- ◆ Encontrar las mejores opciones de productos y servicios en su ciudad
- ◆ Obtener cupones de descuento o de promoción especial
- ◆ Encontrar promociones especiales
- ◆ Recibir las ofertas de la semana en su correo electrónico
- ◆ Recibir regalos por las compras que realice en los negocios afiliados
- ◆ Descargar los cupones de descuento en su teléfono celular o tableta por medio de nuestra App

Por medio de una afiliación anual en **la compra inteligente**, su negocio mantendrá contacto directo con más de 300,000 clientes potenciales de su ciudad; personas entre 20 y 50 años de edad de familias de nivel socioeconómico C, C+ y B (Clase media, media alta y alta), usuarios de Internet , teléfonos celulares y tabletas con Wifi y/o planes de Internet.





la compra inteligente



la compra inteligente es un sistema diseñado para generar los diversos beneficios que otorga la mercadotecnia, por un lado, alienta a sus clientes potenciales a que visiten su negocio por medio de información en el directorio de afiliados, por las propuestas que realice en su micro sitio y por los cupones de descuento o de promoción especial que diseñe. Esto se conoce como mercadotecnia de entrada.

Por otro lado invita a su cliente a regresar a su negocio por medio de nuestro programa de lealtad, ya que su cliente podrá obtener regalos por las compras que realicen en su negocio. Mercadotecnia de salida.

Por medio de **la compra inteligente**, dependiendo del plan de afiliación anual que contrate, tendrá acceso a múltiples impactos por correo electrónico a una base de datos de 300,000 clientes potenciales de su ciudad, orientados a generar reconocimiento de marca, así como, por mensajes a teléfonos celulares y tabletas que reciben los consumidores que han descargado el App de **la compra inteligente**

Al tiempo que logra el reconocimiento de su marca, podrá motivar al consumidor a desplazarse a su negocio. Dependiendo de la oferta que realice, las personas estarán dispuestas a desplazarse, el esfuerzo de desplazamiento que esta dispuesto a realizar el consumidor esta en función de la oferta, a mejor oferta, mayor esfuerzo de desplazamiento.

la compra inteligente, es un sistema exclusivo ya que promueve los mejores productos y servicios por ciudad, de tal manera que, solo contaremos con 10 afiliados por categoría ó subcategoría, por ejemplo no habrá más de 10 colegios de nivel primaria, 10 cafeterías, 10 empresas que vendan vehículos nuevos y usados, etc.



la compra inteligente



la compra inteligente, es también un sistema de inteligencia de marketing ya que por medio del registro de las compras que realizan los usuarios en el portal podemos identificar sus hábitos y costumbre de compra, lo cual, nos permite generar una influencia de compra a favor de los negocios afiliados, por ejemplo: hoy sabemos que el 32% de las usuarios que registran una compra de muebles 30 días después registran compras de cortinas, persianas o pintura para muros, de tal manera que, hemos programado el sistema para que 4 días después de que el usuario registra una compra de muebles reciba un correo electrónico y notificaciones a sus móvil con las promociones y negocios afiliados en las categorías de cortinas, persianas y pinturas para muros.

Nuestro sistema está diseñado para que una vez que el usuario registra una compra, días después reciba notificaciones a su móvil y por medio de correo electrónico de ofertas y negocios relacionados o complementarios, por ejemplo, si registra una compra de artículos de bebé, el usuario recibirá notificaciones de negocios que venden productos de bebé complementarios a la compra que realizó.



Alianzas y Convenios:

Se cuentan con alianzas de descuentos especiales y temporales para los empleados de empresas grandes (no acumulables con otras promociones), las empresas afiliadas que deseen pueden participar de estas alianzas ofreciendo los descuentos pactados en el convenio. Los descuentos pueden ser de producto específico. Los negocios afiliados participantes en alianzas o convenios tendrán presencia en la sección del portal dedicada a dicha alianza o convenio (logotipo , descripción del negocio y oferta o promoción que ofrece).



MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA

Nombre de la empresa Grupo Zona de Querétaro SA de CV

Directo General: Fernando Figueroa Erbes. Maestro en Mercadotecnia y Negocios egresado de la Universidad Complutense de Madrid en el año de 1989.

Representante Legal: C.P. Hugo Herrera Vázquez, egresado de la Universidad Autónoma de Querétaro

Dirección: Fray Antonio de Monrroy e Hjar #79 interior 2-47 Juriquilla, Querétaro.

Año	Cliente	Desarrollo
1997-2004	Liverpool	<ol style="list-style-type: none">1.- Mystery Shoper del programa cliente CONSENTIDO en todas las tiendas del país2.- Desarrollo de grupos focales para evaluar las áreas de oportunidad del programa cliente CONSENTIDO (60 grupos) y rediseñar las estrategias del programa.3.- Evaluación de la promoción 3 días muebles4.- Evaluación de la promoción “Déjate consentir por un jaguar”5.- Estudio de mercado Cuantitativo y Cualitativo para el departamento de maletas6.- Estudio de mercado cualitativo (grupos de enfoque) para el departamento de crédito. Modificación al formato del estado de cuenta.7.- Estudio de mercado cualitativo y cuantitativo (grupos focales, entrevistas a profundidad y entrevistas por encuestas) para la tienda en línea (liverpool.com)8.- Evaluación de Display de Navidad y la Gran Barata8.- Evaluación de diversas promociones (monedero electrónico, compra con compra, regalo con compra, etc.)



MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA

Año	Cliente	Desarrollo
1996-2008	Federación Nacional de Educación Sexual y Sexología	Diseño y desarrollo del evento Expo sexualidad Estudio cuantitativo y cualitativo sobre tendencias y preferencias sexuales de los jóvenes de entre 12 y 20 años en la ciudad de México.
1999-2003	Mattel de México	Evaluación de las promociones “Carro sobre Ruedas”, “La Barbie del Mes” , “El Campamento de Max STEEL”
2000-2002	METROCORREY (Metro de Monterrey)	Estudio de satisfacción del usuario y detección de áreas de oportunidad
1999-2008	Focus Investigación de Mercados	Aplicación de encuestas de satisfacción para Farmacias del Ahorro
2000-2002	Kurt Salmon (Barcelona España)	Estudio cualitativo para evaluar el mercado textil mexicano en la especialidad de Ropa de Cama
2001-2005	USA Wireless (Texas, USA)	1.- Diseño organizacional y de la plataforma de comunicación para la venta de teléfonos celulares al mercado latino. 2.- Selección de puntos de venta en Laredo
2002-2003	Trandware (USA)	Evaluación de la satisfacción de los clientes del mercado mexicano y desarrollo del plan de marketing para el mayorista en México.
2002-2007	SEARS	1.- Desarrollo del modelo de desempeño de la Mesa de Regalos 2.- Evaluación de la satisfacción del cliente y detección de áreas de oportunidad para el área de Moda Hogar. 3.- Estudio de viabilidad para la introducción de la marca “Nautica”



MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA

Año	Ciente	Desarrollo
2003	Orión Prevención Integral (Prevención de adicciones)	Desarrollo del concepto y modelo de negocio, plan estratégico y plan de mercado
2003	Ómnibus de México	Estudio cuantitativo para determinar la compra de unidades de tres ejes.
2004-2008	Agustinos Recoletos (Orden Religiosa)	1.- Estudio cuantitativo para evaluar la viabilidad y la integración de los servicios de el CARDI (Centro de Acompañamiento y Desarrollo Integral A.C.) 2.- Plan estratégico y Desarrollo Organizacional del CARDI 3.- Evaluación del desempeño "Vicaría México Costa Rica" 4.- Desarrollo Organizacional Vicaría México Costa Rica"
2007-2008	Teotl (Despacho de Arquitectura)	Concepto y Modelo de negocios "Arquitectura Interior", Plan de marketing
2007-2008	Be-tech (Espacios Inteligentes)	Concepto y Modelo de negocios "Espacios Inteligentes & Uso eficiente de la energía", Plan de marketing
2007-2008	Assanti (Mueblerías)	1.- Selección de puntos de venta 2.- Plan de Marketing 3.-Concepto de negocios "URIZ Diseño & Decoración"
2008	Makeida (Muebles de Piel)	Plan de Marketing
2008	Ciudad de lo Niños (Costa Rica)	Plan de Marketing



MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA

Año	Ciente	Desarrollo
2009-2010	INFOTEC	Evaluación de la satisfacción del cliente
2009	Instituto Nacional de Salud Pública	Estudio cualitativo Tabaquismo (Grupos de enfoque)
2009-2010	Grupo Polak	1.- Evaluación de la satisfacción del cliente 2.- Modelo de desempeño para la Div. Industrial 3.- Modelo de desempeño Div. Agrícola
2010 - 2011	Sitwell de México	1.- Plan de Mercado para la marca Nasström 2011-2012 2.- Diseño del Concepto de marca 2011
2010	VASA de CV	Asesoría de marketing
2008-2010	Ediciones BOB	Plan de mercado – Evaluación de la Satisfacción del cliente



NUESTROS CLIENTES

- Liverpool y Fabricas de Francia
- Farmacias del Ahorro
- Sitwell de México - Nasström
- Mattel de México
- Centros Comerciales (Peri Sur, Santa Fe, etc.)
- Schering Mexicana
- Omnibus de México
- Integradora de Servicios Gama
- Sears
- METRORREY
- Focus Investigación de Mercados
- Assanti
- Expo México
- Kurt Salmon (España)
- Agustinos Recoletos
- Asociación Mexicana de Educación Sexual
- USA Wireless (USA)
- CARDI
- CANACINTRA
- Orión Prevención Integral
- Be Tech
- Around The World
- Trendware (USA)
- Makeida
- Ricardo "FINITO" López
- Fundación para la Promoción del Altruismo
- Teotl
- Metalúrgica de San Marcos (Argentina)
- Fundación Jesús García Figueroa
- Ciudad de los Niños (Costa Rica)
- Samsonite
- Grupo Xtra Textil
- INFOTEC
- Check-Up Empresarial
- Bexkuni y Mexotic
- Instituto Nacional de Salud Pública
- Ediciones BOB
- Grupo Polak (Polaquimia)