

UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS

UAPA



ESCUELA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN MERCADEO – MENCIÓN GERENCIA DE MERCADEO

**“ESTUDIO DE MERCADO PARA CONOCER LAS OPINIONES DE LOS
CONSUMIDORES SOBRE LOS DISTINTOS SERVICIOS DEL FOOD PARK
BOCALOMITO EN SAN FRANCISCO DE MACORIS NOVIEMBRE 2020
ABRIL 2021”**

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO COMO
REQUISITO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE MAGÍSTER EN
GERENCIA DE MERCADO**

POR:

ANGEL PICHARDO 2019-06293

**ASESOR
ALEJANDRO NÚÑEZ**

**Santiago de los Caballeros
República Dominicana
Abril 2021**

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Agradecimientos	I
Dedicatoria	IV
Resumen	V
Summary	VI
Introducción.....	10
CAPÍTULO I.....	12
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1.1 Planteamiento del Problema	13
1.2 Formulación del problema	14
1.3 Objetivo general.....	14
1.4 Objetivos específicos	14
1.5 Justificación	15
1.6 Descripción del Contexto.....	16
1.7 Delimitación.....	18
1.8 Limitaciones.....	18
1.9 Cuadro de operacionalización de variables.....	19
CAPÍTULO II.....	21
MARCO TEÓRICO	21
2.1 Antecedente de la Investigación	22
2.3 Bases Teóricas que sustentan la investigación.....	25
2.3.1 Teorías sobre las Preferencias del Consumidor.....	25
2.3.2 Teoría Económica de la Elección del Consumidor.....	25
3.1 Marco Histórico de los Food Park y Food Truck.....	26
3.1.2 Marco Histórico de la comida rápida en República Dominicana.....	28
3.2 Factibilidad del estudio de mercado	30
3.3 Segmento del Mercado	30
3.5 Nivel de aceptación	31
3.6 Característica de la demanda.....	32
3.7 Niveles de precios.....	32
3.8 Estrategias de Precios de Penetración.....	33
3.9 Estrategias de Precios de Prestigio.	33
4.0 Estrategias de Precios Orientadas a la Competencia.	34
4.1 Medios de comunicación.....	34
4.2 Aceptación.....	36
4.3 Concepto de estrategia	36
4.4 Estrategias enfocadas en consumo.....	37
4.5 Estrategias de Asociados	37
4.6 Comportamiento del consumidor	37
4.7 Proceso de decisión del consumidor	38
CAPÍTULO III	39
MARCO METODOLÓGICO	39
5.1 Enfoque, Diseño y tipo de investigación	40
5.2 Enfoque	40
5.3 El diseño de investigación.....	40
5.4 Tipos de investigación	40
5.5 Técnicas e instrumentos	41

5.6 Población y muestra.....	42
5.7 Validez y Confiabilidad	44
5.8 Procedimiento para la recolección de datos.....	44
5.9 Procedimiento para el análisis de los datos.....	44
CAPÍTULO IV	46
PRESENTACIÓN, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	46
6.1 Presentación e Interpretación de los Resultados	47
CONCLUSIONES	67
RECOMENDACIONES	70
Bibliografía.....	72
ANEXOS Y APÉNDICES	74
20. Por favor indiquenos cual medio de comunicación tradicional usted ve o escucha con frecuencia.....	77

Resumen

Este proyecto se enfocó en el Food Park Bocalomito, el cual requería de manera sistemática un estudio de mercado para conocer las opiniones de los consumidores sobre los distintos servicios y poder ser rentable en el tiempo, además de conocer a sus potenciales clientes, tener una noción del comportamiento del mercado y una idea de su competencia.

Bocalomito es una empresa dedicada al alquiler de espacios para establecimientos de comida y amplio lugar de esparcimiento familiar generando experiencias positivas a sus clientes.

Como idea inicial comenzó a trabajar la propuesta como un asadero de carnes, posteriormente fueron incluyendo nuevos elementos y variedades de comida lo que provocó que la concepción inicial pudiese ser transformada en un food park.

De este modo en el 2020 las ideas fueron concebidas y construido el food park más grande de la provincia Duarte

El plan contó con diferentes fases, después de haber seleccionado el diseño de la investigación, y calculado la muestra se procedió a definir el tipo de elemento a encuestar, seguidas del lugar donde serían abordados, el método utilizado fue la recolección de datos por medio de cuestionarios. la misma se realizó de forma digital por la plataforma de google.

Concluida la recolección de los datos se procedió con la agrupación de estos, tabulación, y graficado posteriormente interpretar los datos obtenidos.

Los hallazgos de esta investigación arrojaron información importante para este modelo de negocio como, el servicio, precio y ubicación, además de especificar la aceptación de del consumidor en la provincia Duarte.

CONCLUSIONES

El estilo de vida a lo largo de los años ha modificado el comportamiento de las personas e ingresan nuevos modelos de negocios que tienden a cubrir necesidades en el mercado actual.

Basado en esto se realizó El estudio de mercado para conocer las opiniones de los consumidores de los distintos servicios del Food Park Bocalomito en la Provincia Duarte, San Francisco de Macorís noviembre 2020 abril 2021. Se procedió a analizar los datos y de esa forma se obtuvieron las siguientes conclusiones.

En este sentido Bocalomito Food Park tiene la aceptación del público de San Francisco de Macorís por consiguiente se les da respuesta a los siguientes objetivos de la investigación.

Objetivo específico número 1: Determinar el nivel de aceptación que tendría un nuevo Food Park en San Francisco de Macorís.

Los hallazgos encontrados en la investigación indican que Bocalomito Food park tiene un 79% de aceptación, respondiendo de esta forma los encuestados. De igual manera indican que han visitado o visitaría un food park en esa provincia.

Objetivo específico número 2: Evaluar la característica de la demanda de un nuevo Food Park en San Francisco de Macorís

Sobre las características de la demanda de un nuevo Food Park en San Francisco de Macorís El 54% de los encuestados considera como primera opción un ingerir alimentos en estos modelos de negocio o food park, lo que refleja la gran demanda para este negocio.

Objetivo específico número 3: Definir la característica de la oferta que debería tener en un nuevo Food Park en San Francisco de Macorís.

El 32% de los encuestados considera como más atractivo descuentos para celebrar cumpleaños, un 31% opina que prefiere ofertas en bebidas un 16% prefiere cupones para

compras un 12% prefiere descuentos y un 9% prefiere descuentos para grupos grandes. Lo que indica que el consumidor opta por recibir en fechas de cumpleaños descuentos para tales fines.

Objetivo específico número 4: Identificar los niveles de precios que los clientes potenciales estarían dispuesto a pagar en un nuevo Food Park en San Francisco de Macorís.

Sobre los niveles de precios que los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar en el Food Park Bocalomito en San Francisco de Macorís.

El 77% de los encuestados considera que de 100 a 200 pesos es un precio razonable para pagar evidenciando que los precios bajo sería un factor importante para el proyecto. El 34% de los encuestados considera que los food park no venden más caro que los restaurantes habituales,

Objetivo específico número 5: Escoger los medios de comunicación más eficientes para promocionar el nuevo Food Park.

Sobre los medios de comunicación más eficientes para promocionar el nuevo Food Park. El 79% de los encuestados indicó que utiliza redes sociales El 32% de los encuestados utiliza instagram como su red social el 26% utiliza tiktok el 22% utiliza Facebook el 13% utiliza snapchat y un 8% dijo que utiliza twitter. El 39% de los encuestados utiliza la televisión como medio de comunicación tradicional el 33% utiliza la radio el 25% utiliza el periódico y un 3% dijo que otros.

Sobre los medios y redes Boca Lomito Food Park tiene gran potencial en la red social Instagram para promocionar su empresa de igual modo los encuestados indicaron que como medio tradicional la televisión impactaría de forma positivo en su promoción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Milagros Galbiatti . (2018). *Investigación Revolución industrial*. Mexico: Farmonal.

Laura Sáez Carbajal. (2019). *Fast food. El Lado Oscuro De La Comida Rápida*. España: Galicia.

Eric Schlosser . (2016). *Fast Food*. Estados Unidos: Star.

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. (2015). *Estudio de factibilidad para la propuesta gastronómica de un food truck en las instalaciones de la spoch*. Riobamba: tesis.

Jean Marchant Pastén.. (2019). *Estudio de factibilidad para la propuesta gastronómica de un food truck en las instalaciones de la spoch*. Chile: Universidad Técnica Federico Santa María sede viña del mar - José miguel carrera: n-a.).

julia Melissa López, Melisa José Marte. (2018). *Análisis comparativo de emprendurismo entre un food truck y un restaurante local, Santo Domingo*. República Dominicana: UNAPEC.

Analytica. (26 de noviembre de 2019). *Analytica*. Obtenido de <https://www.analytica.com.do/>: <https://bit.ly/39sBYIQ>

Aythami Pérez. (2016). *Historia de los primeros Food Truc*. Estados Unidos: Fat An Fit. Cabellus Escasus . (2016). Los Food Trucks ruedan en Santo Domingo. República Dominicana: Fat An Fit.

J Carlos Esteves. (2016). *Fogón, Cultura y Pasión*. República Dominicana: dominicana SRL.

Hostelería New. (2016). *La cocina dominicana: origen y evolución., de hostelería y cocina*. República Dominicana: dominicana SRL.

Pellerano & Herrera. (2016). *Operaciones de Franquicias en la República Dominicana*. República Dominicana: Sabrina.

Kavaratzis . (2016). *Marketing Vs Branding* . Estados Unidos: Markeplay.

Miguel Ángel Ferrer. (2020). *Oferta y Demanda*. Ecuador: Researc.

Gregory Mankiw . (2020). *Principios de Economía*. Nueva Jersey, Estados Unidos: Reis.

Lamb, Hair y McDaniel . (2015). *Estrategia de precios*. exas-Arlington: Lamb.

Stanton, Etzel y Walker. (2015). *Precio Inicial, Fundamentos de Marketing*. México: : McGraw-Hill Interamericana.

Kerin, Berkowitz, Hartley y Rudelius. (2018). *Marketing*. Estados Unidos de América: Bensalem, PA.

Agueda Esteban Talaya. (2017). *Fundamento del Marketing*. España: Universidad Complutense de Madrid.

Rosario Piero. (2020). *Medios*. España: Economipedia.

David Thomas. (2021). *Publicidad para emprendedores*. España: Cyberclick,.

Philip kotler . (2021). *El marketing 5.0* . Estados Unidos: John Wiley & Sons P&T.

Abraham Maslow. (2019). *Resúmenes de sus teorías*. Estados Unidos: Madison.

Laura Fischer y Jorge Espejo. (2018). "*Mercadotecnia*",. Chile: zurb zurb.

Leon g. Schiffman . (2018). *Comportamiento del consumidor*. Nueva York: Patek.

INSTRUCCIONES PARA LA CONSULTA DEL TEXTO COMPLETO:

Para consultar el texto completo de esta tesis debe dirigirse a la Sala Digital del Departamento de Biblioteca de la Universidad Abierta para Adultos, UAPA.

Dirección

Biblioteca de la Sede – Santiago

Av. Hispanoamericana #100, Thomén, Santiago, República Dominicana

809-724-0266, ext. 276; biblioteca@uapa.edu.do

Biblioteca del Recinto Santo Domingo Oriental

Calle 5-W Esq. 2W, Urbanización Lucerna, Santo Domingo Este, República Dominicana. Tel.: 809-483-0100, ext. 245. biblioteca@uapa.edu.do

Biblioteca del Recinto Cibao Oriental, Nagua

Calle 1ra, Urb Alfonso Alonso, Nagua, República Dominicana.

809-584-7021, ext. 230. biblioteca@uapa.edu.do