

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EXPANSIÓN DE UN SERVICIO DE ENTREGA A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

PROBLEMA

Para ingresar al mercado guayaquileño con una propuesta de entrega a domicilio de bebidas alcohólicas es necesario entender cuáles son las motivaciones de compra y aquello que le genera más valor al consumidor dentro de la oferta ya existente, así como también aquello que le falta a la oferta actual que se transforma en una oportunidad.

OBJETIVO GENERAL

Evaluar la percepción del consumidor guayaquileño sobre la propuesta de valor del servicio de entrega a domicilio “Party Now” para la identificación de las oportunidades del servicio en el contexto de opciones de servicio de entrega a domicilio de snacks y bebidas para reuniones.



PROPUESTA

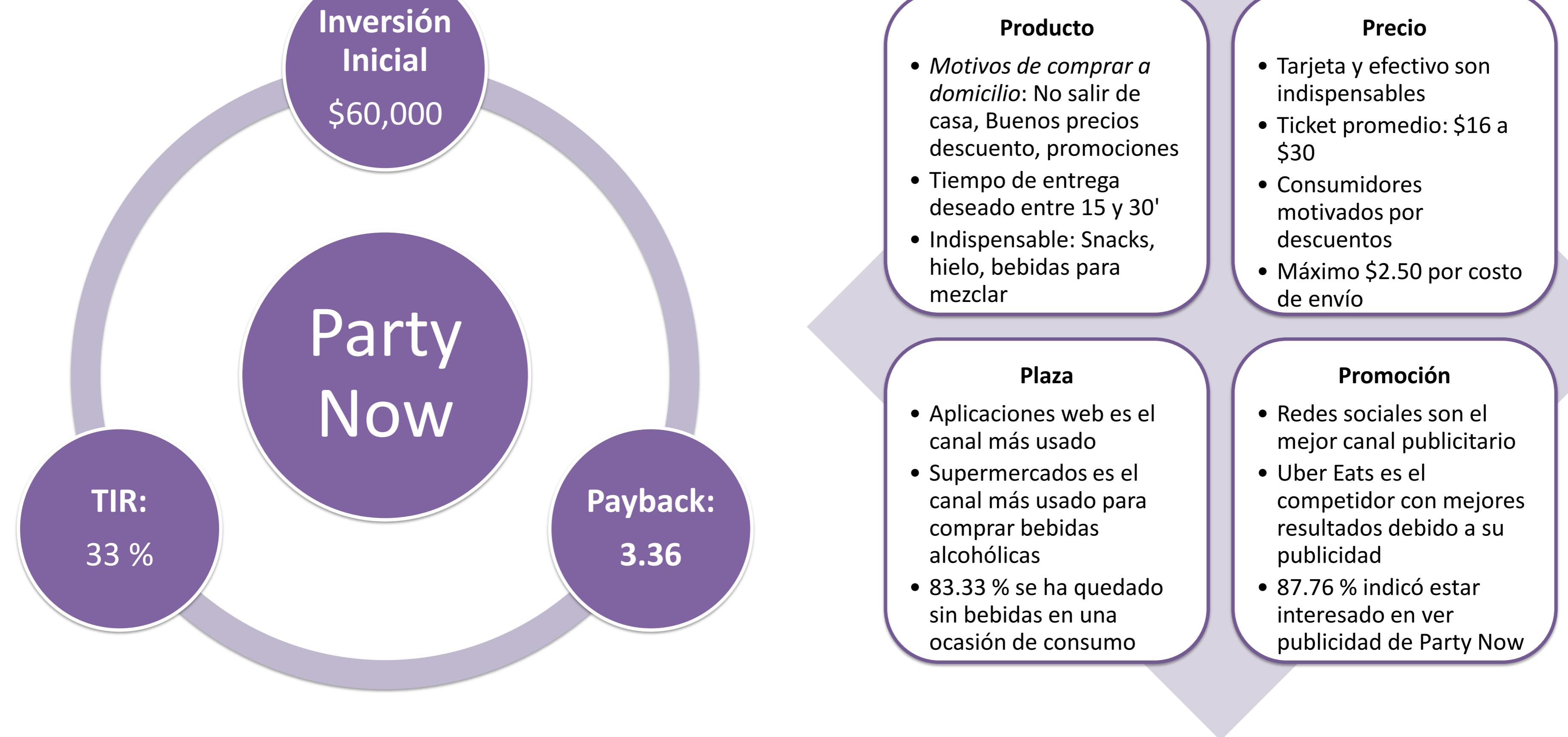
Se realizó una investigación de mercados exploratoria, a través de entrevistas a profundidad; y concluyente, descriptiva, transversal simple mediante encuestas en línea. Dirigida al público objetivo de “Party Now”: personas mayores a 18 años, que gusten de consumir bebidas alcohólicas y realicen o hayan realizado compras a domicilio.

Se evaluó la percepción del consumidor con respecto a las 4 P's del marketing: Precio, Producto, Plaza y Promoción. Así como también, los hábitos de consumo para poder identificar las oportunidades de “Party Now” en Guayaquil que servirán a la gerencia para el posterior desarrollo de estrategias de mercadeo.

También se analiza la rentabilidad del proyecto para los próximos 5 años en base a una demanda estimada relacionada a la aceptación de la propuesta de valor percibida en las encuestas.



RESULTADOS



CONCLUSIONES

- Para ingresar a Guayaquil, es mandatorio que Party Now inicie con el desarrollo de una aplicación móvil en la cual los usuarios puedan realizar sus pedidos.
- Dado que el método de pago depende de factores como: ocasión de consumo, monto y factores demográficos; se debe permitir a los usuarios realizar pagos tanto en efectivo como con tarjeta.
- Ajustar los horarios de atención de acuerdo a las horas con mayor demanda del mercado
- Se debe hacer una buena prospección de aliados tenderos que oferten un portafolio amplio de bebidas alcohólicas, y también de bienes complementarios como : snacks, hielo, bebidas para mezclar.
- Analizar las estrategias publicitarias de los líderes en la P de Promoción y comprender qué es lo que las vuelve tan exitosas.
- El análisis financiero ha demostrado que el proyecto es rentable