

**República Dominicana
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA - UNIBE**



**Facultad de Negocios
Escuela de Mercadeo**

Proyecto Final de Grado para optar por el título de Licenciado en Mercadeo

**Plan de Mercadeo 2021 para el lanzamiento de producto” MofonBox Mocano en casa”.
Producto a ser lanzado por Mofongo El Mocano by Taveras, restaurante dedicado a la
elaboración de platos taínos, africanos y españoles para consumo dominicano en Distrito
Nacional y Santo Domingo Este (San Isidro), República Dominicana.**

Sustentado por:

María Mercedes Tejeda Taveras 18-0568

María Fernanda Guerra Gómez 18-0665

**Asesor:
Claudia Móntas**

**Miercoles 9 de Diciembre 2020
Santo Domingo, DN**

Los conceptos expuestos en el presente trabajo son de la exclusiva responsabilidad de los sustentantes de la misma.

Agradecimientos

Gracias a Dios por permitirme llegar hasta aquí y siempre estar ahí cuando más lo necesito, por permitirme aprender de mis errores. Ha sido una bendición poder completar esta etapa en mi vida, gracias en todo momento.

A mis padres, Huáscar Raymundo Tejeda y Mercedes Antonia Taveras, gracias a ustedes son quien soy hoy en día, gracias por guiarme siempre en el camino correcto, apoyarme en todo como joven con un futuro por delante, enseñarme que todo lo que te propones, se logra y a siempre terminar lo que empezamos, nunca olvidarnos de cuál fue el motivo por el que empezamos. Mis hermanas, Jovanna Isabel y Liza María por siempre estar ahí cuando más las necesito, confiar en mí.

Mis primas, Camilla Tejeda, Nicole Tejeda, Carla Chevalier y Mariel Arbaje, por ser esas hermanas de otra madre y que sacaron tiempo que se que no tenían para ayudarme a lo largo de este gran viaje que finalizó, las amo.

Mi amiga y compañera de tesis, María Guerra, gracias por confiar en mí y ser mi amiga desde el primer día en la universidad, es un logro poder compartir esto y llegar juntas hasta aquí.

Martín Collado, gracias por acompañarme a mi hermana Liza y a mí desde el inicio hasta el final de nuestras carreras después de cada salida de clases, sin importar día ni hora de regreso a casa, gracias de corazón.

Maria Mercedes Tejeda Taveras

Resumen Ejecutivo

En el último año la vida del consumidor ha sido cambiada, con esta su comportamiento y hábitos de consumo. El consumidor ha visto la necesidad de encontrar la comodidad en su hogar y se ha visto forzado a pasar más tiempo en este, con esto han surgido diferentes necesidades, como las de simplificar su vida en el lugar donde pasan la mayoría del tiempo, que es su casa.

Entre los sectores que se han visto más afectados por este están el hotelero y restaurantero , ya que el cliente se vio y se ha visto forzado a disminuir su recurrencia a estas instalaciones. Es por esto que el restaurante Mofongo El Mocano ubicado en ambas sucursales en la República Dominicana, una en la Gustavo Mejia Ricart , en la zona oriental y en la Autopista Duarte KM 10 1/2 Plaza Duarte . La otra en el exterior del país, situada en 985 Morris Ave, The Bronx, NY.

Tomando en cuenta esto y siendo un restaurante con trayectoria en el país, el restaurante se fijó el propósito de asistir en estas necesidades y ha tomado la decisión de lanzar al mercado el producto MofonBox Mocano en casa, este nace de la necesidad del consumidor de poder preparar sus comidas en casa, pero no solo esto, sino también de buscar la manera de realizar actividades en familia y qué mejor manera que la cocina. La empresa Mofongo El Mocano pretende implementar estrategias del Marketing Mix en el mercado nacional de la República Dominicana para dicho producto, con el fin de crearlo financieramente sostenible ante la crisis del COVID 19.

En el siguiente proyecto se mostrará un análisis externo e interno de la empresa así también como el perfil de sus clientes, los objetivos y plan de marketing basados en la investigación de mercado realizada en un segmento objetivo de un rango de edad entre 18-64 años, que residen en Santo Domingo Este y Distrito Nacional (Santo Domingo De Guzmán).

Índice

I. Análisis de Situación 1	7
Análisis de la situación interna	7
Análisis de la situación externa	15
Análisis PESTEL	17
Análisis y diagnóstico del cliente	19
II. Análisis de Situación 2	22
Análisis FODA	22
Matriz Ciclo de Vida de la Empresa	24
Matriz Telaraña	26
Matriz Ciclo de Vida de los Productos	28
Matriz de Posicionamiento de Productos	29
Matriz del Crecimiento del Mercado	30
III. Desarrollo Plan de Mercadeo Digital	32
Análisis Digital Interno	32
Análisis FODA Digital	32
Presencia en el mundo online	33
Análisis de las redes	34
Análisis Digital Externo	37
Diagnóstico Situacional	49
POEM	50
IV. Diseño Investigación de Mercado	51
Objetivos de la investigación	51
Justificación de la investigación	52
Métodos e instrumentos de recolección de datos	53
Selección de Población y Muestra	54
V. Diseño de Cuestionario	58

VI. Final Investigación de Mercado	67
Recomendaciones por objetivos de investigación	88
VII. Estrategias de Producto, Precio, Comunicación y Distribución....	90
Objetivos General	90
Objetivos	90
Estrategias de Productos.....	91
Estrategias de Precios.....	93
Estrategias de Comunicación	94
Estrategias de Distribución	97
VIII. Desarrollo Estratégico Final Digital	98
Estrategias y tácticas	99
POEM	101
IX. Evaluación y Control.....	103
X. Presupuesto	105
Análisis de presupuesto segmentado	106
Proyección de ventas	106
Estado de Resultado	107
Análisis de retorno	108
Cronograma	109
Anexos.....	110
Referencias.....	116
Referencias.....	117
Referencias.....	118

I. Análisis de Situación

Análisis y diagnóstico de la situación interna

- Industria de restaurantes en República Dominicana

El sector restauranero en la República Dominicana es de los más importantes y con un gran papel en el crecimiento de la economía.

El gobernador del Banco Central de la República Dominicana BCRD, licenciado Héctor Valdez Albizu, informó que, según datos preliminares, la economía dominicana registró una expansión interanual de 7.4% en el mes de diciembre, luego de un crecimiento de 6.9% en noviembre y 5.0% en octubre, lo que arroja un crecimiento de 6.5% en el último trimestre del año para una expansión acumulada del Producto Interno Bruto (PIB) real de 4.6 %.

Sobre el comportamiento del sector de los hoteles, bares y restaurantes, que en términos de valor agregado real arroja un crecimiento acumulado de 6.8% .

La actividad Hoteles, Bares y Restaurantes exhibe un incremento de 5.2% en términos de valor agregado real en el periodo Enero-Junio , impulsado básicamente por la llegada de visitantes no residentes al país, la cual experimentó una variación interanual de 7.5% durante el mes de junio, acumulando un crecimiento de 6.1% en el primer semestre. Este comportamiento es equivalente a una llegada de 199,134 turistas adicionales respecto a enero-junio para un total de 3,440,805 visitantes en el primer semestre.

Solo en Santo Domingo hay cerca de 50 restaurantes de lujo entre los que destacan:

- La briciola
- Pat'e palo
- El Conuco
- Adrian Tropical
- Típico Bonao
- SBG (Sophia Bar & Girl) entre otros.

Con un total de 167 restaurantes medianos y grandes en la Zona Sur de Santo Domingo.

- Origen del Mofongo

El Mofongo evolucionó del fufú, que es un plato de origen Africano, más los de ingredientes españoles y taínos.

El plátano es el ingrediente que se utilizan más a menudo, pero también pueden emplearse otras raíces con almidón, tal como la yuca que es nativa de la isla y usada por los Taínos. El método de freír viene del lado africano y hoy en día continúa utilizándose mucho más en las cocinas del Caribe. El caldo de pollo y sofrito nace de las raíces españolas y Taínas, así como el utilizar la mezcla de frutas, verduras y hierbas para cocinar. El uso de ingredientes como carne de cerdo, ajo, caldo y aceite de oliva es muy utilizado en la cocina Dominicana de hoy.

- Historia de la empresa

De acuerdo a las raíces de influencias tainas, africanas y españolas, mezcla de historia y cultura que nos identifica en sus platos.

Mofongo el Mocano nace el 31 de Julio de 2015, en el local de la Av. Gustavo Mejia Ricart, siendo testigo de las tradiciones autóctonas, asidas a los orígenes y la riqueza cultural del municipio Moca, la firmeza de las acciones de sus mejores hombres y mujeres que no subyacen con la modernidad, por eso el establecimiento es embajador de la frase que identifica a los Mocanos “Seco, Sacudió y medio por buen cajón”, que hace referencia a hombres serios, honestos y responsables presentes en este sitio encantador.

Su principal objetivo en el 2015 fue:

- Traer a la provincia de Santo Domingo, las tradiciones autóctonas.
- Transmitir la firmeza de las acciones de sus mejores hombres y mujeres que subyacen con la modernidad.

Cultura Organizacional

Misión:

Ofrecer al público consumidor un ambiente agradable y servicio en excelencia, conservando las tradiciones que representan nuestro nombre y nuestros platos.

Visión:

Liderar nuestro segmento conservando los pilares: Nuestra cultura y el uso eficiente de nuestros recursos.

Valores:

- Responsabilidad
- Calidad
- Buen servicio
- Respeto
- Excelencia
- Dedicación y esfuerzo

Propietaria: Kristy Taveras Cuevas



Sucursales

Mofongo el Mocano cuenta con cuatro (4) sucursales, tres (3) en Santo Domingo, y una (1) en Estados Unidos, localizadas:

- Gustavo Mejia Ricart (Santo Domingo, Distrito Nacional)
- Plaza Duarte (Autopista Duarte, Santo Domingo, Distrito Nacional)
- Plaza City Center (San Isidro, Santo Domingo Este)
- 985 Morris Ave. Bronx, New York (Estados Unidos, USA)

HORARIOS

Con los mismos horarios de servicio en todas las sucursales de Santo Domingo. de **Lunes a Viernes (11- 5:30 PM)**, y **Sábados & Domingos (11-3:30PM)** . En Estados Unidos de **Lunes a Jueves (7AM- 11PM)** y de **Viernes a Domingo (7 AM- 12:00 AM)**.

También ofrecen Karaoke en vivo los Viernes y Sábados, con un Happy Hour los cuales brindan ofertas en bebidas (Cervezas/ cubos de cervezas, Vino y Sangría), antes lo hacían en todas las sucursales, pero actualmente debido al Covid-19, solo lo realizan en la sucursal de New York.



Plataformas digitales:

Cuentan con 94.2k seguidores en Instagram (@Mofongoelmocano) . Con 5,816 seguidores en su segunda cuenta en Instagram (@Mofongoelmocanonym). En Facebook con 7,603 seguidores. Correo electrónico: mofongoelmocano@gmail.com. No tienen página web, ni Twitter.

Comunicación:

Se mantienen siempre al tanto con sus consumidores vía Redes Sociales , responden cualquier inquietud o duda que tengan, hacen énfasis en sus medios de comunicación digital de cumplir con todas las normas de seguridad e higiene para evitar el contagio a la hora de los clientes visitar. Actualmente, a pesar de que hay un toque de queda debido a la pandemia que se está viviendo, realizan:

- Servicios a domicilio (Delivery) (Pedidos Ya, UberEats y otras plataformas)
- Protocolos de higienización, distanciamiento de las mesas por cliente al visitar.
- Ofrecen el menú virtual, en modo Escáner de QR y con la cámara del teléfono móvil, para todo tipo de celulares digitales.



Menú

En el menú muestran a los consumidores la lista de las opciones de comida disponible que ofrecen en el restaurante, Mofongo el Mocano brinda distintos tipos de comida exquisitas, desde Mofongo, Carnes, Yucas fritas, Sancocho, Pechugas entre otros platos.

PARA COMPARTIR TO SHARE

Mofongo (3 unidades) \$15.00

BINCINETO

Tostones refritos \$15.00 Frijol de tipo blanco \$15.00
 Guineo \$12.00
 Pasaño y queso \$15.00 Frijol de tipo verde \$15.00

Carrito salado \$12.00

Platillo / Platter
 Pato con salsa adobo, langosta, tortitas y papas \$18.00
 Pato, Chichén, zanahoria, langosta, tortitas y papas \$18.00

A la plancha / Grill Langosta, Churrasco, pechuga a la parrilla, cebolla parmesano, vegetales grill + guarnición \$20.00

Asa de yuca / Breaded yuca \$12.00

Langosta \$12.00

Salmon Grill (1 unidades) \$12.00

Carne Bistec \$12 Chichén y queso \$15.00

Sancocho \$15.00

Pechugas / Chicken Breast \$12.00
 Muzzarella recién \$12.00
 Salmón papas \$12.00
 Churrasco (steak) (1 unidades) \$15.00

Ingredientes no se incluyen

CARNES Y ALGO MÁS MEATS AND MORE

Pechugas / Chicken Breast \$12.00
 Churrasco importante / Beef steak \$12.00

MENÚ PARA NIÑOS KID'S MENU

Mozzarella y queso \$12.00
 Carne de res \$12.00
 Pasaño \$12.00

Todos servidos con papa frita, si no está en el plato se le agregará aparte.

POSTRES

Pan de yuca con queso y salsa de chocolate \$12.00
 Churrasco a la parrilla / Beef, langosta, queso, papas \$12.00
 Carne de res / Beef steak \$12.00
 Mofongo \$12.00

Helado de vainilla \$12.00
 Helado de chocolate con fresas, limón y queso \$12.00
 Helado de vainilla \$12.00
 Helado de chocolate \$12.00
 Helado de vainilla \$12.00

Servido con tortitas, papa, papa, arrozado verde o vegetales a grill. Servido with french fries, yuca frita, tortitas, papas, vegetales a grill / vegetables.

Ingredientes no se incluyen

VAMO' A LO QUE VINIMO'
WHAT WE REALLY CAME FOR



El Mocano
 Plátano y/o yuca, chicharrón de cerdo, queso.
 Plantain and/or yuca, fried pork & cheese.

Personal: \$05320
 Grande: \$05385

Camareroño a la crema o al ajillo
 Plátano, camarones al ajillo, chicharrón y queso.
 Plantain, garlic, fried pork and cheese.

Personal: \$05445
 Grande: \$05730



Molufongo
 Plátano maduro, chicharrón de cerdo, queso.
 Sweet plantain, fried pork & cheese.

Personal: \$05320
 Grande: \$05385

Tradicional
 Plátano y/o yuca, chicharrón de cerdo.
 Plantain and/or yuca, fried pork.

Personal: \$05295
 Grande: \$05325

Bufoño
 Plátano, chicharrón de cerdo, queso mozzarella,
 queso tipo queso y tocineta.
 Plantain, fried pork & mozzarella cheese, tipo queso
 cheese and bacon.

Personal: \$05395
 Grande: \$05850



Molongo Frijol
 Batata asada, Chicharrón de cerdo, queso.
 Nalundis y queso tipo queso (opcional).
 Baked sweet potatoes, fried pork, holland cheese
 and tipo queso cheese (optional).

Personal: \$05385
 Grande: \$05650

Molongo a la crema
 Plátano, chicharrón de cerdo, queso alfredo.
 Plantain, fried pork & alfredo cream.

Personal: \$05395
 Grande: \$05650

Quipufongo
 Plátano, chicharrón de cerdo, queso, queso
 holandés y queso tipo queso.
 Plantain, fried pork, queso, holland cheese and
 tipo queso cheese.

Personal: \$05385
 Grande: \$05650

Pizzafongo
 Plátano y/o yuca, chicharrón, queso mozzarella,
 salsa manzana y pepperoni.
 Plantain, pork, mozzarella cheese, manzana
 sauce and pepperoni.

Personal: \$05385
 Grande: \$05650

Burguerfongo
 Molongo "aplomado", carne de hamburguesa,
 lechuga y tomate.

\$05395



Los adicionales tienen un costo de \$0525.
 Impuestos no incluidos.

Análisis y diagnóstico de la situación externa

No es un secreto que el sector restaurantero en el planeta será uno de los sectores más afectados por el coronavirus y de los que tomará el mayor tiempo en recuperarse. Para la República Dominicana el impacto podría ser más alto por varios factores que, junto con la pandemia, podrían empeorar la problemática con la que se debemos lidiar como ...

El lado positivo es la gran capacidad que tiene el dominicano de recuperación. Ya que somos seres creativos, dicho en buen dominicano, “no nos dejamos morir” es por ello que desde ya muchos de los restaurantes están evaluando cuáles opciones tienen y cuál es la mejor manera de salir adelante tomando en cuenta la nueva situación. Evaluar qué ofrecen y cómo, evaluando necesidades del momento para poder explotarlas y suplirlas de una manera atractiva a sus clientes.

Competencia de marca:

Adrian Tropical: Restaurante Dominicano desde 1997, brinda en su menú opciones de comida dominicana como sancocho, carnes, arroces y postres, siempre promoviendo los sabores criollos que los distinguen. Este restaurante cuenta con varias sucursales en el país, en la Av. Abraham Lincoln, Malecón, Av. 27 de febrero y en la Av. Independencia. Tienen varios medios de comunicación digital los cuales siempre están en contacto/activos con sus clientes, en su cuenta de Instagram tienen 114k seguidores, en Twitter 1,269 seguidores y en Facebook 36,731 seguidores.

El Conuco: Restaurante Dominicano caracterizado por su decoración alegórica a la cultura dominicana, el restaurante se diferencia por su Show Típico en el que se presentan bailes folklóricos, lo que atrae a muchos turistas al lugar. Se encuentra localizado en la Calle Casimiro de Moya #152. Cuentan con 10.1k seguidores en Instagram y en Facebook con 35,169 seguidores.

Mesón de Bari: Localizado en la Calle Hostos, Zona Colonial y en Naco. Es un restaurante muy conocido por la comida/gastronomía dominicana que ofrecen desde 1979, con una decoración, ambientación elegante, así mismo para pasar tiempo en familia y seres queridos. Tienen 2,164 seguidores en Facebook y en Instagram 11.8k seguidores.

El Higuero: Es un restaurante con una selección de platos de la cocina típica/criolla como Sancocho de habichuelas, canoitas de chicharrón, chips de yuca entre otros. Con un maravilloso entorno del lago, un delicado e innovador diseño interior y un servicio altamente calificado. Cuentan con 29.5k seguidores en Instagram y con 14,026 seguidores en Facebook.

Restaurante Viralata: Se encuentra ubicado en Av. Sarasota, Bella Vista, Santo Domingo, conocido por su gastronomía/ sabores de la cocina urbana Dominicana, con un ambiente elegante y acogedor. Con ingredientes de alta calidad incorporados en sus platos, son del mismo grupo del restaurante El Conuco. Cuentan en Instagram con 21k seguidores y en Facebook con 285 seguidores.

Jalao: Se encuentra localizado en la Calle el Conde, Ciudad Colonial. Es un restaurante de comida típica único en su clase, con una decoración y ambientación en la que se procura exaltar la dominicanidad, merced a un diseño basado en elementos típicos, que evocan lo rural y el efluvio de nuestros campos, pero sin dejar de lado la modernidad de los tiempos actuales. Cuentan con varios salones ya sea para eventos o reuniones, para reservas. También tienen su propia página web y de Instagram que tienen 70.9k seguidores, por último en Facebook con 8,648 seguidores.

Analisis PESTEL

Factores Políticos: En el ámbito político, el restaurante El Mocano se encuentra frente a un cambio de gobierno en el país el cual podría traer nuevas regulaciones y medidas para negocios de este tipo en lo cual debe permanecer atento. El gobierno se encuentra dando el apoyo a la ciudadanía en el programa FASE que permite recibir/ayudar en parte del sueldo del empleado.

Factores económicos: El restaurante El Mocano se encuentra frente a una situación económica sumamente irregular, frente a un panorama de altas tasas de desempleo y una recesión económica que no se había visto en décadas lo que ha afectado en parte sus ventas. Entre los factores económicos también se encuentra la propuesta del director del banco agrícola para que los productores tengan acceso a los RD\$5,000 millones que fueron dispuestos para prestarlos a los productores agropecuarios a una tasa cero, con el objetivo de incentivar la producción de alimentos a gran escala.

Según la página web del periodico Listín Diario, la propina legal que se paga cuando consumimos alimentos y bebidas en restaurantes y bares no es un impuesto, aunque así lo parezca, sino que se trata del pago por un servicio que es prestado por los empleados de esos centros. (Listín Diario, 2020)

En efecto, mientras los impuestos son pagados para satisfacer las necesidades públicas y hacer inversiones de interés general, ingresando al Gobierno o sus instituciones, la propina obligatoria es regulada por el Código de Trabajo, ingresando a los bolsillos de los empleados del sector gastronómico y es utilizada y gastada por sus perceptores para usos particulares, en la forma que ellos consideren. (Listin Diario, 2020)

Al consumir en un restaurante los clientes deben pagar 10% por concepto de servicio y 16% de Itbis. El ITBIS (*Impuesto sobre Transferencia de Bienes Industrializados y Servicios*) . En restaurantes, bares y hoteles, se añade automáticamente un 10% adicional como cargo por servicio. (Listin Diario, 2020)

Factores sociales: La sociedad se encuentra muy atenta a las redes sociales y medios, ya sea por la cantidad de tiempo disponible o por la necesidad de información al momento lo que puede explotar el Restaurante El Mocano para llegar a mayor cantidad de usuarios. La sociedad se encuentra realizando gran cantidad de compras online ya que no desea estar acudiendo físicamente a las tiendas.

Factores tecnológicos: Entre los factores tecnológicos se encuentra el auge de las aplicaciones para realizar deliverys y envíos, los cuales el Restaurante El Mocano podría nutrirse de estas para llegar a un grupo más amplio de público. Por igual el auge freidora de aire de cocina como las “Airfryer”, el Restaurante El Mocano podría crear platillos en donde utilice esta para dar una opción más saludable en la cocción de sus platos a los clientes aparte del tradicional frito. La utilización de motocicletas eléctricas, estas podrían ser utilizadas para realizar las entregas a domicilio del restaurante en lugar de las tradicionales con combustible fosis.

Factores ambientales: Gracias a la temporada ciclónica muchos cultivos se han visto afectados y reducen la producción del plátano verde que es materia prima del restaurante.

Analisis y diagnostico del cliente

Segmentos

Jóvenes: Desde 13 a 27 años de edad

Adultos: Desde 30 a 50 años de edad

Envejecientes: Desde 60 a 90 años de edad

Familias

Buyer Personas

Jóvenes

Roberto Mota

Hombre, Tiene 19 años de edad

Nivel socioeconómico: AB

Estudiante de Ingeniería en Sistemas

Vive en Estados Unidos, USA, Americano de padres Dominicanos

- Vive en un apartamento compartido juntos con tres amigos. No tiene vehículo propio
- Estado Civil: Soltero
- Personalidad: Amigable, inteligente , responsable y organizado.
- Tiene de costumbre salir dos veces a la semana a comer con sus amigos. Amante al Sancocho, los animales y la fotografía.
- Siempre le toma fotos a las comidas en los restaurantes y las sube a Instagram.
- Si un restaurante no tiene WiFi, no vuelve.



Adultos/as

Rosa Martínez

Mujer, Tiene 33 años de edad
Nivel socioeconómico: AB

Trabaja en una Agencia Publicitaria como diseñadora
Nacionalidad: Vive en Santo Domingo, República Dominicana

- Le encanta la comida típica Dominicana, en su tiempo libre le gusta cocinar, viajar, usar Instagram, pasar tiempo en familia y con amigos, al igual que ver Netflix.
- Estado Civil: Casada
- Personalidad: Simpática, extrovertida, organizada y responsable.
- A la hora de elegir un lugar para comer, siempre investiga opiniones de otros usuarios en internet.



Alba Elmudesi

Mujer, tiene 68 años de edad

Nivel socioeconómico: A

Es propietaria de un preescolar por más de 20 años.

Vive en el sector de Gazcue, Sto.Dgo

- Le gusta elaborar comida en casa y cocinar recetas para sus hijos y nietos.
- Cuando no tiene ganas de cocinar le gusta ir a restaurantes y como es fanática de la comida criolla le gusta ir a restaurantes con platos Dominicanos.
- Estado civil: Viuda
- Personalidad: Es alegre, amorosa, organizada, preocupada por su entorno
- A la hora de elegir restaurantes siempre sigue recomendaciones de familiares o amistades.



Los consumidores actuales y potenciales son los que visitan el restaurante constantemente, y los que siempre están al tanto de todas las publicaciones, ofertas que brindan. El cliente disfruta del producto cuando quiere comer de una deliciosa comida dominicana en un buen ambiente. Los compran cuando visitan alguna sucursal, para consumir los distintos platos y servicios que ofrece Mofongo el Mocano, o cuando piden por servicio a domicilio (Delivery) ya sea por llamada, correo electrónico o recogerlos personalmente, en los horarios de **11- 5:30 PM** y **11- 3:30PM**.

Los clientes adquieren los productos cuando sienten la necesidad, deseo o antojo de consumirlos, o para pasar un buen momento con sus familiares, amigos, seres queridos, también cuando se sienten atraídos al ver ofertas, publicidad, promociones en las redes sociales, recomendaciones de sus parientes entre otros. Por otro lado, los clientes potenciales no consumen los productos en caso de que prefieran optar por la competencia porque le resulta más conveniente ya sea por cercanía, precio o comodidad. O quizás por que hayan tenido una mala experiencia de servicio.

II. Análisis Situación 2

Análisis FODA

Análisis de Fortalezas

- Diversidad de platos y comidas tradicionales Dominicanas.
- Cuentan con diversas áreas en sus restaurantes, ya sea terraza o interior, todo depende de la preferencia del cliente.
- Tienen buen manejo en sus Redes Sociales (Instagram y Facebook), siempre se mantienen en contacto con los consumidores.
- Mantienen un ambiente fresco, relajado y limpio.
- Poseen distintas sucursales, ubicadas en buenas zonas.
- Buen servicio de comidas y bebidas recomendadas por los clientes.
- Empleados atentos/serviciales, respetuosos y proactivos.

- Precios asequibles.
- Cuentan con chefs y un equipo especializado.
- Constan con los servicios Pick Out y Delivery (Servicio a Domicilio).
- Platos bien presentados.
- Ofrecen WiFi gratis en sus instalaciones.

Análisis de Oportunidades

- Necesidad de los consumidores por productos pre empacados listos para llevar.
- Deseo de los consumidores de productos congelados que estos puedan preparar en casa.
- Llegada de turistas al País en busca de restaurantes criollos.
- Aumento de la demanda en nuevos platos bajos en grasas y más saludables.
- Necesidad del cliente por ofertas y promociones de ventas llamativas.
- Necesidad del cliente por salones de eventos privados para sus actividades.

Análisis de Debilidades

- No tienen página web.
- Poca publicidad y promoción en los medios tradicionales.
- No dispone de área infantil en sus instalaciones.
- No cuentan con servicio de Valet Parking.
- Tienen corto tiempo en el sector restaurantero en República Dominicana (2015).
- Restaurante con poca capacidad/espacio para introducir más mesas y sillas.
- Variación de los precios en la materia prima.
- Utilidad limitada en otros medios de comunicación digital como Twitter y Youtube.

Análisis Amenazas

- Crecimiento de la competencia.
- Recesión económica a causa del virus COVID 19.
- Cambios en las preferencias de los consumidores.
- Incremento de los impuestos.
- Disminución en las visitas de los clientes para el consumo en las sucursales.
- Miedo de la población a consumir productos del restaurante por riesgo de infección al COVID 19.

Matrices

- **Matriz de BCG o Ciclo de Vida de la Empresa (Incógnita/Introducción, Estrella/Crecimiento, Vaca/Madurez y Declive/ Perro)**



Aquí se puede observar el Ciclo de Vida de cada una de las empresas de competencia por marca incluyendo a Mofongo el Mocano, en la primera etapa de introducción se encuentra el Restaurante Viralata ya que es el más reciente en el Sector Restaurantero de la gastronomía Dominicana y pues apenas se está dando a conocer, están comenzando entrar clientes y empezando a posicionarse en la mente de los consumidores, deben de expandirlo en el mercado a través de estrategias publicitarias, promociones, para darse a conocer más.

En la segunda etapa de crecimiento se encuentra, El Higuero, Adrian Tropical, Mofongo el Mocano y Jalao, ya que estos restaurantes están bien posicionados, tienen una estabilidad, conservan la calidad y el precio en sus productos para así poder tener un buen crecimiento de ventas a pesar de los años y seguir entrando nuevas competencias, se enfocan siempre en mantener al tanto a sus consumidores de sus nuevos productos o métodos que implementan a través de promociones, campañas, publicidad al igual que se dirigen a un público más amplio y de esa misma manera su cuota de mercado crece. Al igual que siempre están activos en sus redes sociales y siempre se mantienen en contacto y le dan buen seguimiento a sus clientes.

En tercera etapa Madurez, se encuentran los Restaurantes: El Conuco y Mesón de Bari, ya que son restaurantes que consideramos que siguen creciendo pero no a un ritmo tan elevado como lo hacían antes, no tienen la misma atracción y pues algunos clientes empiezan optar por la competencia. Para terminar, en la última y cuarta etapa de decadencia o declive no se puso ninguna empresa, ya que ninguna de las empresas que están pertenecen en esta etapa.

- **Matriz de Telaraña**

En esta matriz se pudo determinar todas las competencias, se dividió por distintas categorías: precio, variedad de productos, comodidad, exclusividad, experiencia, promociones y ubicación. De esa manera evaluando del (1) al (5), siendo (1) **Malo**, (2) **Regular**, (3) **Bueno**, (4) **Muy bueno** y (5) **Excelente**, entre los servicios de cada restaurante, con la posición de los números relacionadas a las experiencias de conocidos.

	JALAO	HIGÜERO	MESÓN BARI	ADR. TROPICAL	REST. VIRALTA	CONUCO
Variedad	4	3	4	4	4	3
Promociones	3	3	2	3	3	2
Ubicación	5	3	5	5	3	3
Comodidad	5	4	4	5	4	3
Experiencias	5	5	3	4	5	5
Exclusividad	4	5	3	3	3	4
Precios	5	4	4	5	3	4

Aquí se puede observar que los restaurantes como Jalao, Mesón de Bari, Adrian Tropical Viralata se enfocan más en tener una variedad de productos, al igual que comodidad. Mientras que el Restaurante Higuëro y El Conuco se enfocan en brindar más experiencias y buenos precios, en Ubicación todas se encuentran en buena zona y por último en promociones no se enfocan tanto en los medios tradicionales, más bien en los digitales.



MOFONGO EL MOCANO	
Variedad	2
Promociones	4
Ubicación	3
Comodidad	3
Experiencias	5
Exclusividad	2
Precios	5

Aquí se puede analizar que la variedad en el restaurante Mofongo el Mocano es regular, las promociones son muy efectivas tanto en los medios digitales como en los tradicionales, la ubicación y comodidad son agradables, por último las experiencias y precios excelentes, pues son asequibles para un público con un nivel económico adecuados.

- Matriz de Ciclo de Vida de los Productos



Entre los productos de introducción se encuentra el burgerfongo, corn dogs y canoas rellenas, estos platos del menú son de poco conocimiento de los clientes y no tienen gran flujo de ventas.

Crecimiento: Aquí se puede observar los diferentes productos que se encuentran: Los cuales son el Mofongo Tradicional, el Sancocho, Chimichurri Sliders, Camarones a la crema/ajillo y el Mofongo a la crema, se colocó estos ya que estos productos son los que las personas más consumen a la hora de ir al restaurante, mantienen su calidad

Madurez: En los productos que se encuentran en etapa de madurez fueron señalados los productos que están teniendo un crecimiento casi nulo y ventas estables pero no buenas ventas como los productos en crecimiento.

En la siguiente y última etapa decadencia o declive pusimos Pizzafongo, churrasco y mozzarella sticks ya que consideramos que estos productos tienen ventas bajas y son las que menos consumen los clientes a la hora de adquirir un producto en el Restaurante Mofongo el Mocano, de la misma manera llaman poca la atención.

- **Matriz de Posicionamiento de Productos**



Entre los productos identificados para la matriz de crecimiento de productos fueron ubicados en popularidad alta precio alto productos como el mofongo a la crema y la parrillada entre otros, ya que son de los más aclamados de los clientes.

En el siguiente cuadrante de popularidad alta precio bajo se encuentran los productos más solicitados como entradas ya que tienen precios más bajos pero alta demanda por nuestros clientes.

En el cuadrante de popularidad baja y precio alto están los productos que no son tan demandados por los clientes pero que cuentan con precios altos en el menú lo que también puede influir en que estos no los elijan.

En el cuadrante de popularidad baja y bajo costo están otros artículos del menú con precios bajos ya que tienen porciones pequeñas y sirven de entradas pero estos no son tan solicitados por los clientes.

- **Matriz del Crecimiento del Mercado**



Mercado actual, producto actual:

En la categoría se identificaron los productos que están en etapa de madurez en el mercado ya que tienen un público actual y tiempo consumiendo el mismo.

Mercado actual, productos nuevos:

Estos productos se ubican en este cuadrante ya que los mismos ofrecen diversidad a los consumidores actuales pero siguen siendo productos de novedad.

Producto actual, mercado nuevo:

Entre los productos que ofrece actualmente el Mofongo Mocano que están dirigidos y desean alcanzar a mercados nuevos se encuentra el Madungo ya que trae una nueva variación al tradicional mofongo, los sliders de chimichurri ya que traen una manera actual de como comer el tradicional chimi y por último las canoas rellenas.

Productos nuevos, mercados nuevos:

Entre estos se encuentra el modo como fit ya que fue incluido en el menú recientemente y se dirige a un público también nuevo. El pizza Fongo y Burguerfongo también se encuentran en este cuadrante porque son productos nuevos para un mercado que deseas encontrar y probar nuevas cosas.

III. Desarrollo Plan de Mercadeo Digital

Análisis de la situación interna

Analisis FODA Digital

Fortalezas:

- Página de Instagram con 110K seguidores.
- Buena interacción con los usuarios de instagram.
- Imágenes y videos de gran calidad en sus redes sociales.
- Primera posición al momento de buscar tiendas de Mofongo dominicano en buscadores.
- Muestran su buen feedback en su perfil de instagram.
- Opción de escanear el menú desde su página de instagram.

Oportunidades:

- Interés del consumidor por páginas y redes sociales entusiastas de la comida criolla.
- Nuevas aplicaciones con tema principal en la comida.

Debilidades:

- Imposibilidad de añadir enlaces en las publicaciones de Instagram.
- Poca innovación y creatividad en artes de imágenes en las publicaciones.

Amenazas:

- Creación de nuevos perfiles de redes sociales similares que puedan ser competencia.
- Decaída en el uso de la red de Instagram por parte de los usuarios.

Presencia en el mundo online

Mofongo El Mocano cuenta con una fuerte presencia en Facebook e Instagram, son las únicas redes sociales que tienen en el mundo online, se enfocan en crear contenidos de sus platos criollos y bebidas para así mantener interacción y deseo al público de ir a consumirlos, en la cual se puede encontrar todo tipo de información necesaria para visitar el restaurante, precios de los diferentes platos y bebidas que ofrecen, las órdenes se pueden pedir por Pedidos Ya, tienen una alianza con dicha empresa. Aunque todavía no tienen página web, cuando se busca Mofongo El Mocano en Google es de los primeros en los resultados que sale, se encuentra bien posicionada en cuanto al SEO, al igual que con buenas recomendaciones y comentarios de los consumidores.

The image shows a Google search interface with the query "mofongo el mocano". The search results on the left include links to "bocas.com.do", "www.tripadvisor.com", "restaurant.com.do", and "www.facebook.com". The business profile card on the right for "Mofongo El Mocano" displays a 4.3 star rating from 1,662 Google reviews, a location map, and contact information including the address "Av. Gustavo Mejía Rocca #7, Santo Domingo", phone number "(809) 563-8081", and the website "pedidosya.com.do".

Análisis de las redes

Instagram: Actualmente Mofongo El Mocano tiene dos Instagram: El primero que es @mofongoelmocano , para los clientes de República Dominicana, que tienen un total de post de 3,851, 110k seguidores y @mofongoelmocanonyc que es para los clientes de Estados Unidos, tienen un total de post de 707, 5,954 seguidores.

Los tipos de publicaciones que comparten en ambas cuentas, son videos, fotos, stories, IGTV (Instagram TV), tienen un promedio de 8 a 9 post mensuales. El Instagram de Mofongo El Mocano tiene un contenido propio, único, ilustrativo y confidencial, en la cual se puede encontrar de todo un poco, tanto el menú, como las diferentes actividades que tienen dentro del restaurante como #HappyHour, #LiveMusic, #Karaoke, por ahora están inactivos con estas actividades por la pandemia, también se puede encontrar la ubicación de las diferentes sucursales que tienen en Santo Domingo, al igual que siempre se mantienen interactuando con los consumidores vía DM 's, comentarios respondiendo los FeedBacks, le contestan sobre cualquier inquietud que tengan y tratan de resolverlas. Usan promociones/publicidad pagadas en dicha red. Es la que más utilizan y la más activa.



mofongoelmocano

Message



3,851 posts 110k followers 3,125 following

Mofongo El Mocano By Taveras

• Gustavo M Ricart 8095638581

• Plaza Duarte 8097920276

• Plaza City Center (San Isidro) 8097354527

Followed by karagrell, Hombreguadalupe, katalinasara +11 more



Feedback



El Menu



Visitantes



Refrescante



San Isidro



El menu



Covid19

POSTS

IGTV

TRIGGS



mofongoelmocan NYC

Follow



707 posts 5,954 followers 336 following

El Mocano Restaurant & lounge

885 MORRIS AVE. BRONX NY 718-588-5103 Hours: Mon-Sun 10am-11pm FREE

Delivery Private events hall for rent@mofongoelmocan NYC

mofongoelmocano.com

Followed by estelapittana, kristytorres, mofongoelmocano +3 more



Karaoke



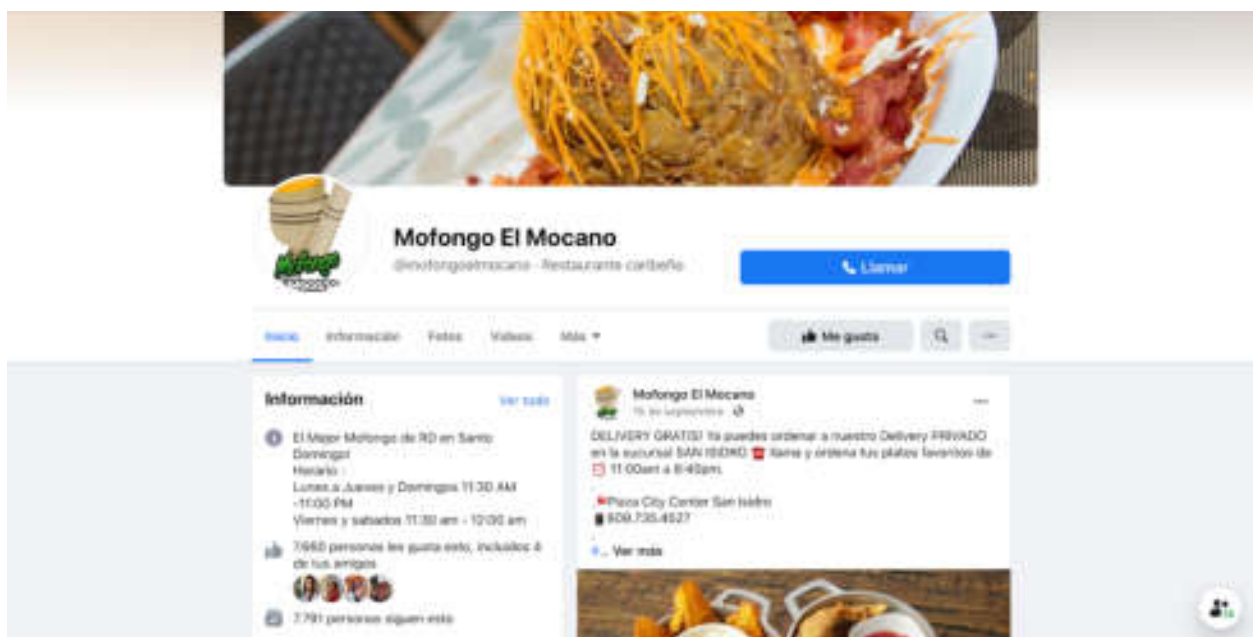
A la crema

POSTS

TRIGGS



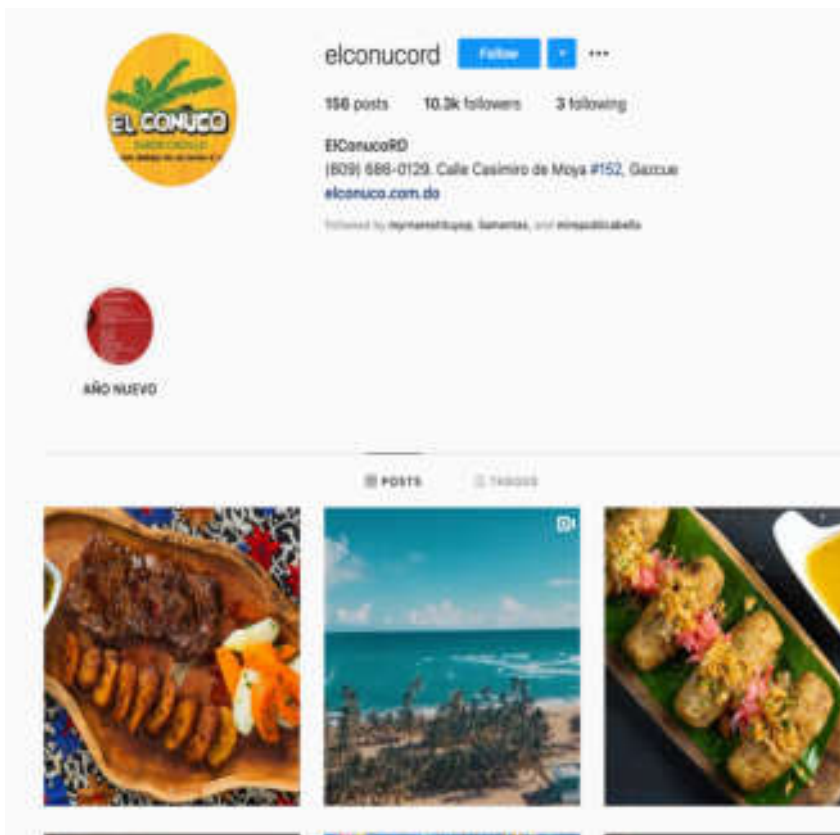
Facebook: Tienen un total de 7,791 seguidores básicamente tienen el mismo contenido que en Instagram, los tipos de post son fotos, con un contenido llamativo e informativo de los platos que ofrecen, al igual que interactúan con los clientes, con las informaciones necesarios para cualquier duda o pregunta, también pueden llamar directamente y pedir su orden desde Facebook sin tener que escribir el número. No tienen Twitter, ni página web.



Análisis situación externa

Análisis competitivo

- **El Conuco:** Es un restaurante que se encuentra muy activo en cuanto al mundo online, tienen en Instagram 156 post, 10.3k seguidores, en Facebook 35,119 seguidores, en ambas redes sociales tienen un contenido completo, activo y llamativo, en Twitter 283 tweets, 2,321 seguidores, la cual no se encuentran activos, su última publicación fue el 8 de marzo del 2016. Cuentan con una página web muy completa e ilustrativa con todo lo necesario para aquellos que desean saber cómo inició el restaurante, ahí mismo se pueden hacer las reservaciones entre otras.





RESTAURANTE EL CONUCO

Restaurante latinoamericano

Enviar mensaje

Inicio Opiniones Fotos Videos Más

Me gusta

Información

Ver todo



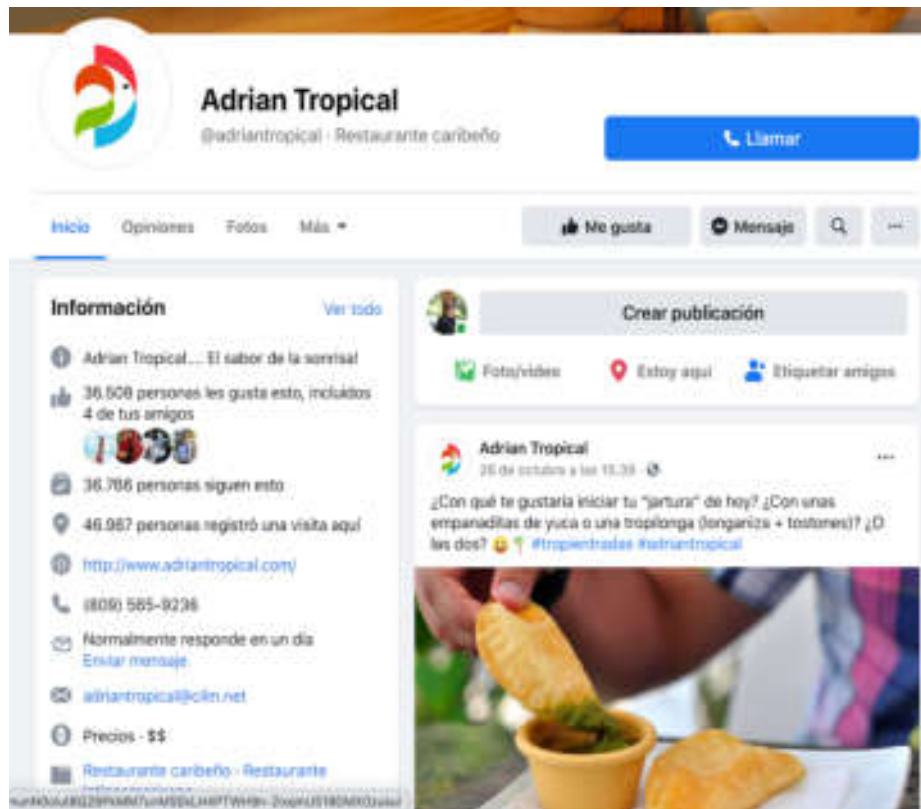
RESTAURANTE EL CONUCO

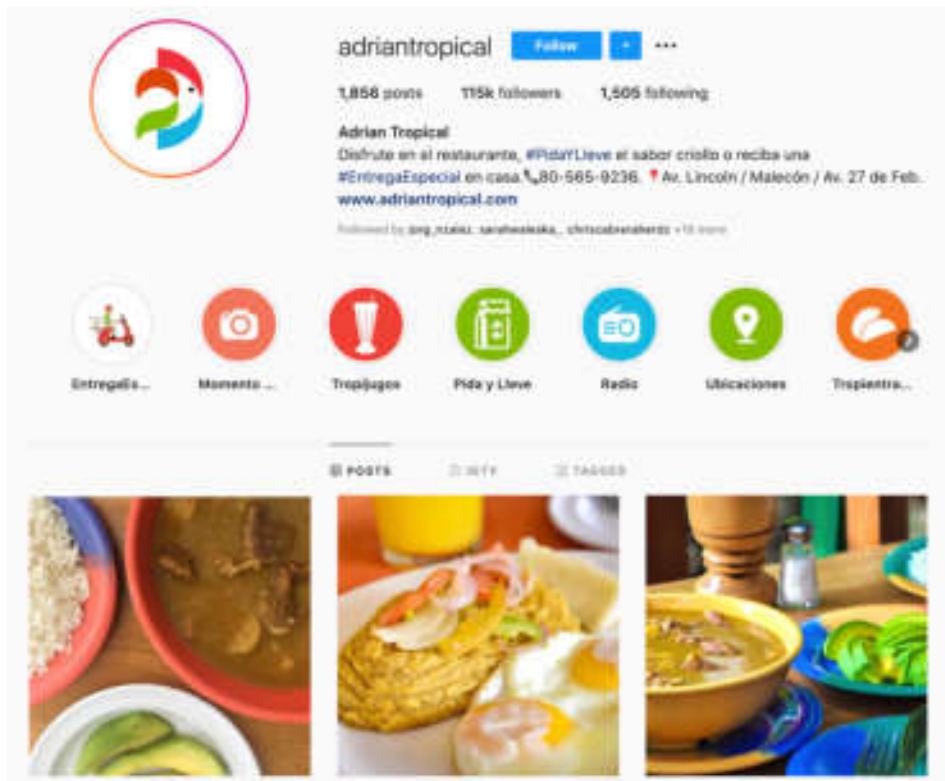
20 de octubre a las 08:38

Arró que café hay!... #ElConuco RD



- **Adrian Tropical:** En Instagram tienen 1,856 post, 115k seguidores, en Twitter 2,714 tweets, 1,277 seguidores, en Facebook 36,766 seguidores y en YouTube 307 suscriptores. Cuentan con unas redes sociales muy activas, en donde constantemente suben contenido relacionado a los distintos productos y servicios que ofrecen. Una página web muy completa con todas las informaciones necesarias y actualizadas.





adriantropical Follow


1,858 posts 115k followers 1,505 following

Adrian Tropical
 Disfruta en el restaurante, #PidaYLleve el sabor criollo o reciba una #EntregaEspecial en casa. 📞 80-565-9236. 📍 Av. Lincoln / Malecón / Av. 27 de Feb. www.adriantropical.com

Followed by gmg_xb6kz, sarahwalska, chrisobrenferro + 10 more

Entregas... Momento... Tropijagos Pida y Lleve Radio Ubicaciones Tropiente...

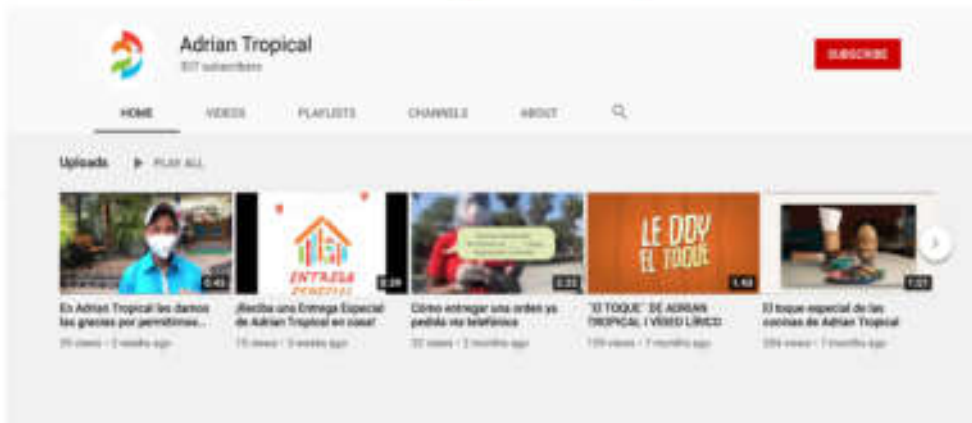
Posts Drafts Tags



adrian tropical




Adrian Tropical





Adrian Tropical 817 subscribers **SUBSCRIBE**


HOME VIDEOS PLAYLISTS CHANNELS ABOUT


Uploads **PLAY ALL**

- 

En Adrian Tropical los damos las gracias por permitirnos...
20 views • 2 weeks ago
- 

¡Recibe una Entrega Especial de Adrian Tropical en casa!
15 views • 2 weeks ago
- 

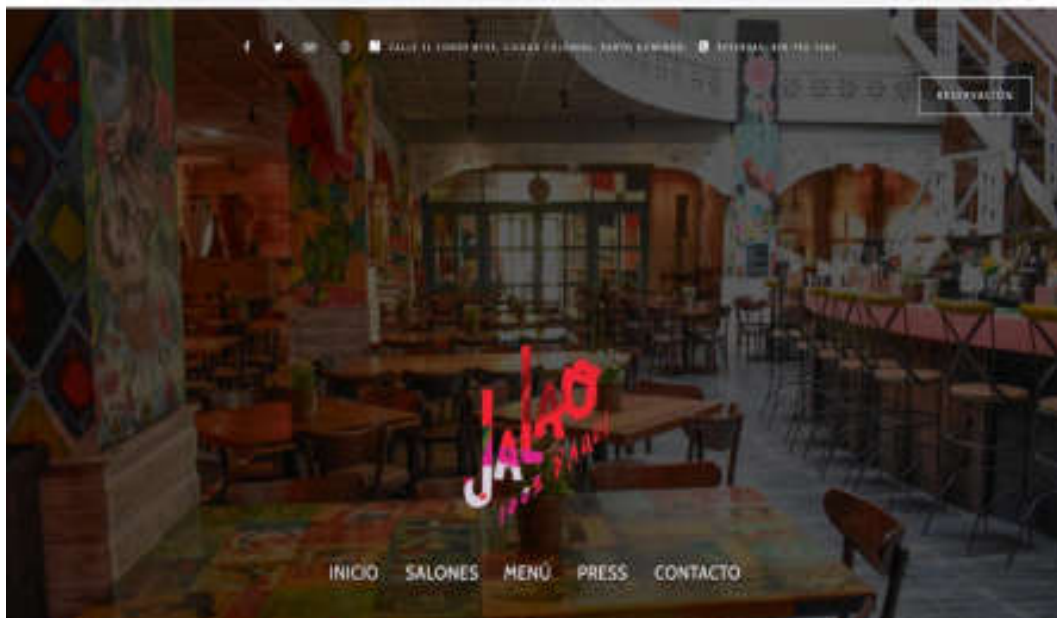
Cómo entregar una orden ya pedida vía telefónica
22 views • 2 months ago
- 

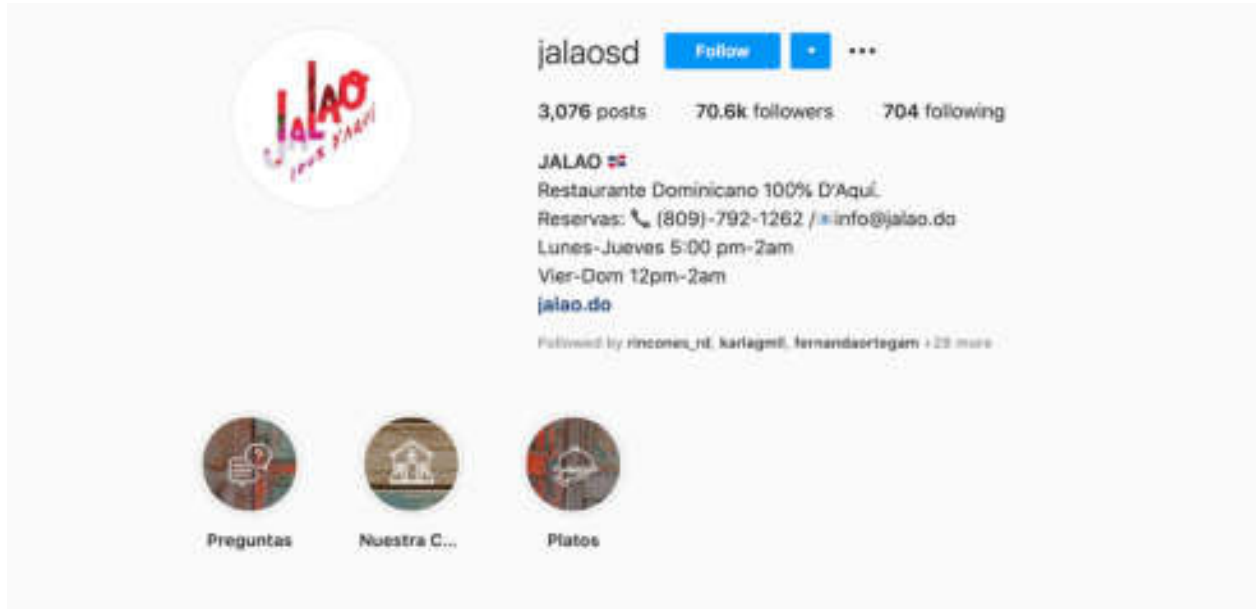
EL TOQUE DE ADRIAN TROPICAL (VIDEO LIRICO)
139 views • 7 months ago
- 

El toque especial de las cocinas de Adrian Tropical
204 views • 7 months ago



- **Jalao:** Las redes sociales del restaurante Jalao son muy activas, especialmente en Instagram que cuentan con 3,076 post, y una cantidad de 70,600 seguidores. En Facebook la página del restaurante tiene 8,680 seguidores, y de likes 8,457, mientras que el registro de las visitas en esta red social es de 12,973. Actualmente no tienen canal de Youtube ni cuenta de Twitter, lo cual sería muy necesario que la tuvieran, pero de todos modos le ayuda que si cuentan con una página web atractiva para la clientela y tiene todos los detalles necesarios del restaurante.





jalaosd [Follow](#) [...](#)

3,076 posts · 70.6k followers · 704 following

JALAO 🇩🇲
 Restaurante Dominicano 100% D'Aquí.
 Reservas: 📞 (809)-792-1262 / ✉ info@jalaosd.do
 Lunes-Jueves 5:00 pm-2am
 Vier-Dom 12pm-2am
jalaosd.do

Followed by rincones_rd, karlagm8, fernandortegam + 23 more

[Preguntas](#) [Nuestra C...](#) [Platos](#)

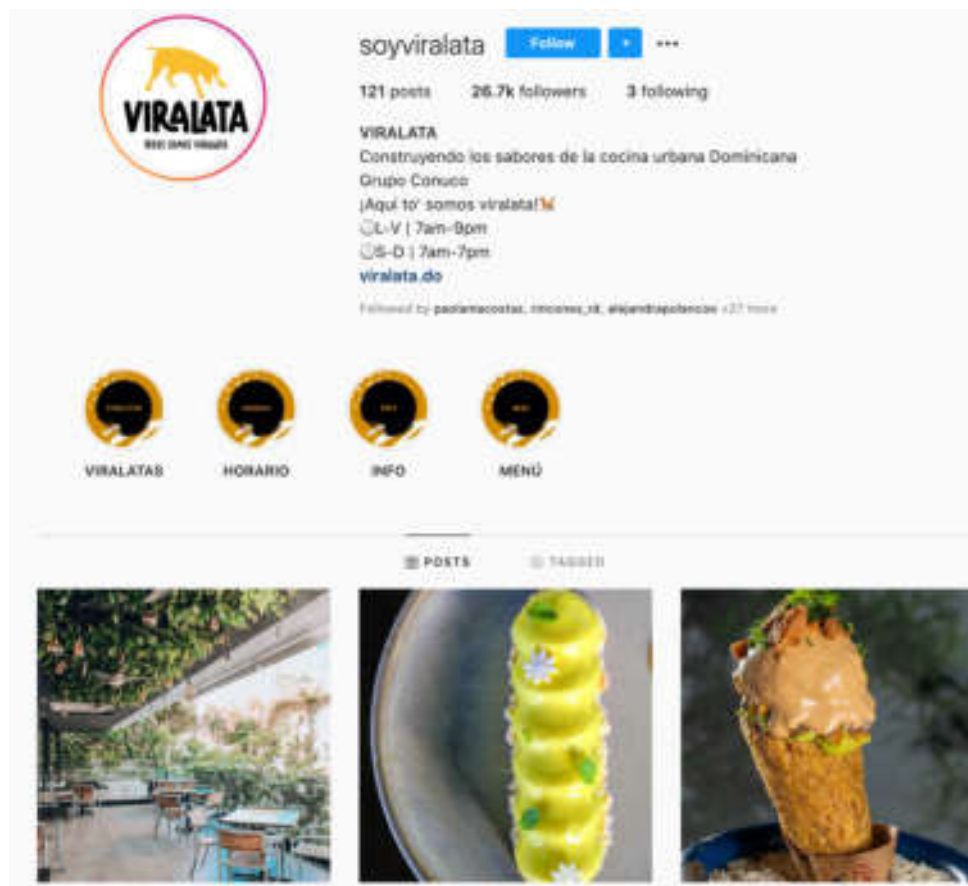



Jalaosd
 @jalaosd · Restaurante dominicano [Llamar](#)

[Inicio](#) [Información](#) [Menú](#) [Más](#)

[Me gusta](#) [Mensaje](#) [...](#)

- **Restaurante Viralata:** A pesar de que no cuentan con una página web en sí, ofrecen el menú en un dominio: <https://viralata.do/> y tienen un contenido actualizado y genera valor para el consumidor. En sus redes sociales, tienen en Instagram 26.7k seguidores y 121 post, en Facebook 303 seguidores. Actualmente Instagram es la red social que más utilizan, en Facebook tienen el mismo contenido y un chat para que el consumidor pregunte cualquier inquietud o duda que tenga. No tienen Twitter.



The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Viralata Restaurante'. At the top, there is a cover photo of the restaurant's exterior at night, with the name 'VIRALATA' illuminated in large letters. Below the cover photo is the profile picture, which is a circular logo featuring a yellow silhouette of a dog and the text 'VIRALATA' and 'WEE AND VEGAN'. The name 'Viralata' and the word 'Restaurante' are displayed next to the profile picture. A blue button labeled 'Enviar mensaje' is visible on the right side of the profile header.

Below the header, there are navigation tabs: 'Inicio', 'Opiniones', 'Fotos', 'Información', and 'Más'. A 'Me gusta' button is also present. The 'Información' tab is selected, showing the following details:

- Información [Ver todo](#)
- Todos somos viralata
- 298 personas les gusta esto
- 303 personas siguen esto

In the center of the page, there is a 'Crear publicación' button with a profile picture icon. Below it are options for 'Foto/video', 'Estoy aquí', and 'Etiquetar a amigos'. A notification at the bottom of this section reads 'Viralata actualizó su foto del perfil.'

Overlaid on the right side of the page is a chat window titled 'Viralata'. The chat content is as follows:

Normalmente responde en un día
Restaurante
Elige una opción o escribe un mensaje

Cuando respondes, Viralata verá tu información pública.

¿Qué tipo de comida sirven?

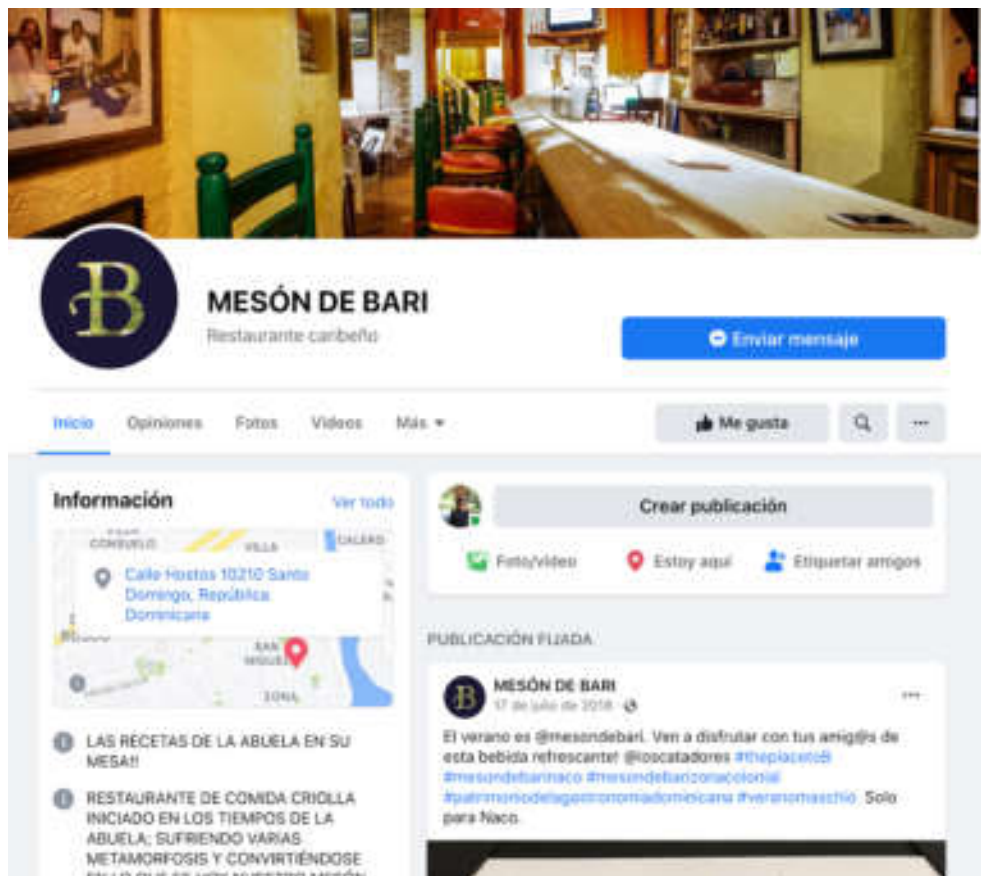
Quiero ver el menú.

¿Dónde están?

¿Realizan envíos a domicilio?

At the bottom of the chat window, there are icons for emojis, voice recording, video call, text input, and a thumbs-up icon.

- **Mesón de Bari:** No cuentan con página web, utilizan Instagram y Facebook, son las redes sociales más activas y las que utilizan, tienen Twitter pero no la utilizan, su última publicación fue el 6 de marzo del 2014. Tienen en Instagram 309 post, 12k seguidores, en Facebook 2,191 seguidores. Tienen un contenido informativo y llamativo, de 6 a 7 post mensuales.





mesondebari [Follow](#) [+](#) [...](#)

309 posts 12k followers 418 following

Meson De Bari

Gastronomía Dominicana 🇩🇪 Desde 1979. Zona Colonial y Naco, Hostos #302 Y C/ Rafael Augusto Sánchez, Plaza Lía. Abierto todos los días de 12-10:30pm.

Followed by barigenti, Antyptanico, Ismael and 41 more

POSTS

TAGS



hachskdnevd



MESÓN DE BARI

72 Tweets



[...](#) [Seguir](#)

MESÓN DE BARI

@MESONDEBARI

RESTAURANTE DE COMIDA CRIOLLA INICIADO EN LOS TIEMPOS DE LA ABUELA; SUFRIENDO VARIAS METAMORFOSIS Y CONVIRTIÉNDOSE EN LO QUE ES HOY NUESTRO MESÓN DE BARI Y EL D

📍 Calle Hostos 302 📅 Se unió en octubre de 2012

19 Siguiendo 196 Seguidores

Ninguna de las cuentas que sigues sigue a este usuario

[Tweets](#) [Tweets y respuestas](#) [Fotos y videos](#) [Me gusta](#)

MESÓN DE BARI retweets



Tesoros del País RD @tesorosdelpais · 6 mar. 2014

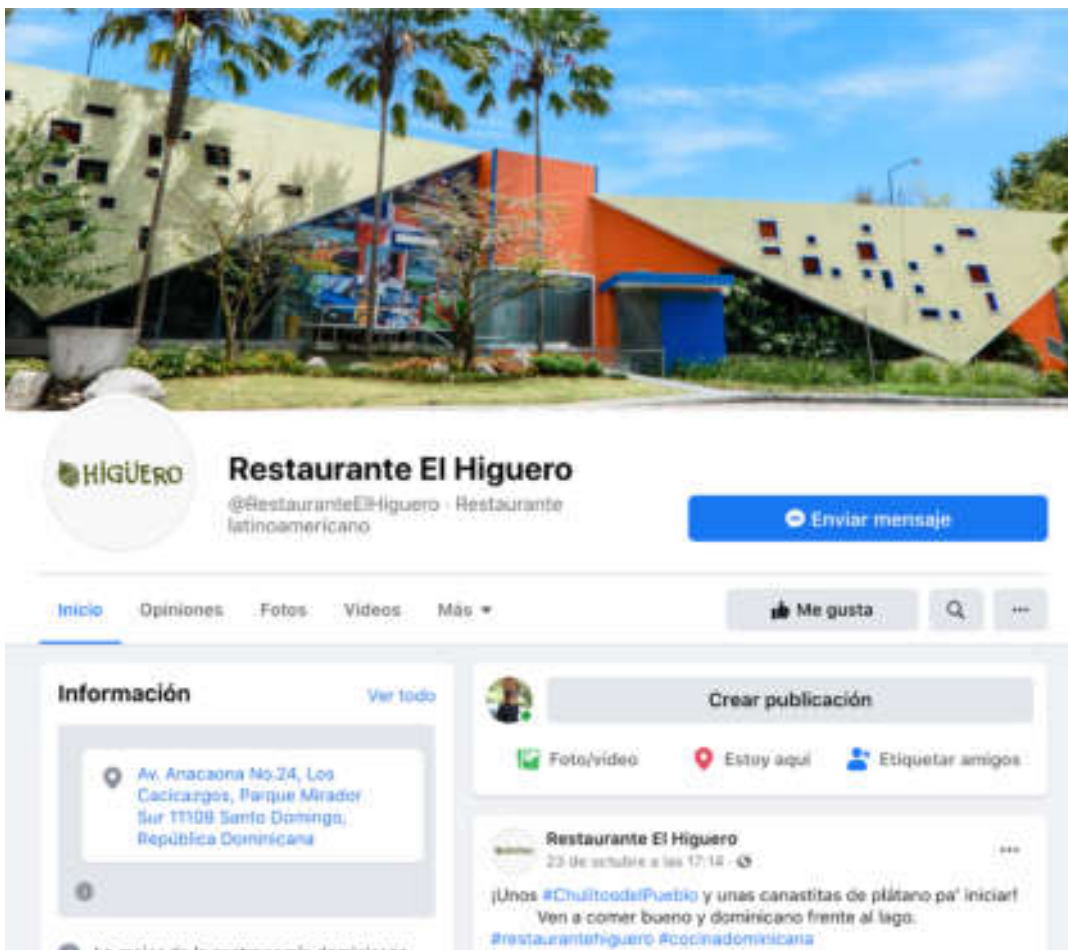
Ya viste nuestro programa especial al @MESONDEBARI? Aquí el link: [youtube.com/watch?v=vM6Zj5Z...](https://www.youtube.com/watch?v=vM6Zj5Z...) ¡Buen provecho!



Tesoros del País - Mesón de Bari

Programa estreno 2da. temporada.Dirección / Producción/ Talento: Mariela DuarteEdición y Post...

- **El Higuero:** Este restaurante cuenta con una página web donde ofrece todos sus servicios, además es de atracción para las personas. En Instagram tienen 31,700 seguidores y una cantidad de 5,558 posts, mientras que en Facebook a 13,921 personas les gusta la página, y 14,074 la siguen, con más de 5,006 que se registran para estar al tanto de este restaurante. Sin embargo, no cuentan con un canal de Youtube ni la red social de Twitter.





elhiguero Follow Back

2,558 posts 31.7k followers 6,605 following

Restaurante Higuero
 Disfruta frente al lago del sabor de la alta cocina dominicana. (Estamos abiertos desde las 8:00 am!)
www.restaurantehiguero.com

Followed by anafloretefigo, saramitas, anafloresamir and 11 others

El Lago Pida y Llave Música Cultura Café de la...

POSTS

Diagnóstico situacional

Luego de realizar el diagnóstico interno y externo procederemos a realizar el diagnóstico situacional, los dividiremos en dos secciones, los puntos fuertes que tiene actualmente la marca y los puntos más débiles que serán convertidos en oportunidades.

Los puntos fuertes:

- Opción del cliente poder comunicarse mediante whatsapp business
- Opción de poder acceder a la plataforma de "Pedidos Ya" y ordenar comida mediante su perfil de instagram.
- Buen posicionamiento en cuanto al SEO.
- Implementación de Instagram TV.
- Alianza con Pedidos Ya.
- Primera posición al momento de buscar tiendas de Mofongo Dominicano.

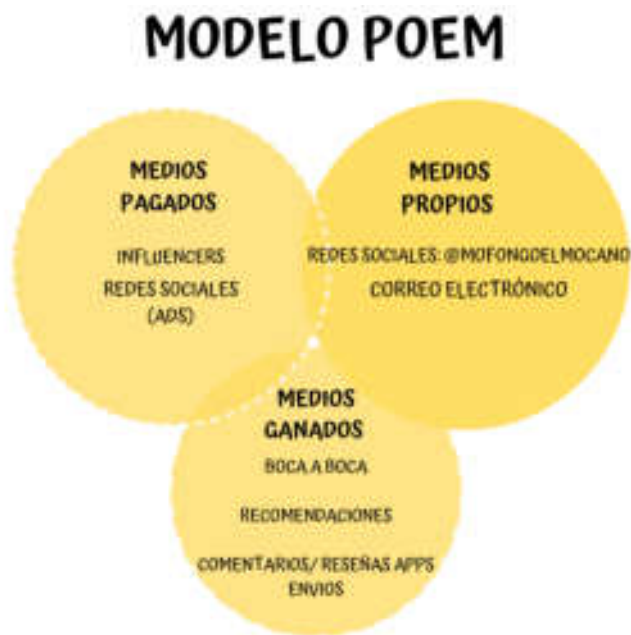
Los Puntos débiles

- Ausencia de página web.
- Ausencia en la Plataforma de LinkedIn.
- No tienen presencia en otras redes sociales donde pudiesen crear interacción como TikTok o Youtube.

Entre las oportunidades que se identifican están:

- Realizar un listado de palabras clave para un aún mejor posicionamiento en buscadores.
- Creación de más contenido en video en su página de instagram.
- Mayor conexión entre sí en las plataformas que utilizan.

Modelo POEM



Medios Pagados:

- Enviaremos las cajas del producto MofonBox a influencers , por igual con ayuda de estos se realizarán reels en Instagram con la preparación del producto.
- Publicidad en gran formato: la colocación de publicidad en gran formato con publicidad del producto y las ofertas del 15% con el código MOCANOENCASA.

Medios Propios:

- Empaque creativo con el logo del producto y del restaurante Mofongo El Mocano.
- Utilización de redes sociales como Facebook e Instagram.
- Correo electrónico.

Medios Ganados:

- Word of mouth: se incrementará el boca a boca a razón de las alianzas con influencers y del nuevo producto que será novedoso en el mercado.
- Comments : Debido al incremento de la publicidad y las diferentes tácticas a utilizar, se generaría mucho de qué hablar en las redes, tales como instagram, el cual generará más engagement hacia la marca.
- Reseñas en apps de envíos: en las apps donde venderemos MofonBox los usuarios podrán dejar su opinión en relación al restaurante.

IV. Diseño Investigación de Mercado

Objetivos de la investigación

Objetivo General:

- Determinar si existe una oportunidad de nicho de mercado para el producto MofonBox.

Objetivos Específicos:

- **Orientado al producto:**

- Identificar en qué medida los clientes están dispuestos a consumir el producto MofonBox (Mofongo congelado para preparar en casa).

- **Orientado a comunicación:**

- Establecer los medios de comunicación más utilizados por los actuales y potenciales clientes para la realización de estrategias digitales.

- **Orientado a distribución:**

- Determinar los canales de distribución que preferirían los clientes a la hora de adquirir los productos “MofonBox”.
- Delimitar la percepción de los clientes sobre la distribución del producto MofonBox en diversos canales.

- **Orientado a precio:**

- Establecer la sensibilidad al precio al adquirir el producto “MofonBox”.

- **Justificación de la investigación**

Se ha planteado la realización de este proyecto, para el lanzamiento del nuevo producto “MofonBox Mocano en casa” para que los clientes puedan consumir Mofongos congelados (precocinados) y poder prepararlo/ consumir en casa, o a donde sea que vayan, con solo colocarlo unos minutos en el horno o microondas, así disfrutarlos de una manera más rápida y cómoda, sin tener que salir de su hogar, pero al mismo tiempo con la misma calidad y exquisitez del producto. Ya que en ocasiones muchos clientes desean consumir los productos pero no les da tiempo de ir al restaurante y pasar un buen rato. De esta manera podrán comprarlo y llevarlos donde deseen con tan solo unos minutos estarán listos.

El propósito de esta investigación es determinar si existe un nicho de mercado para el producto MofonBox, y poder identificar en qué medida los clientes están dispuestos a consumir el producto, al igual que establecer los medios de comunicación y distribución que prefieren los clientes a la hora de adquirir este producto.

En esta investigación parte del análisis PESTEL y FODA, los cuales permiten observar los factores externos e internos que afectan y benefician a Mofongo El Mocano, asistiendo de las estrategias y tácticas ofreciendo a los clientes al consumir dicho producto.

- Métodos e instrumentos de recolección de datos

- Fuente primaria: Propietaria de la empresa Sr. Kristy Taveras Cuevas. Mediante entrevistas se recolectará información y datos de relevancia por parte de la propietaria de la empresa.
- Instagram @Mofongoelmocano
- Buscadores : Google y Google Trends

La investigación será no probabilística, con un enfoque de Investigación cualitativa , por bola de nieve, donde la metodología se apoya en la información obtenida para asegurar la validez de los resultados. Las encuestas se estarán realizando por Google Forms, y se enviarán a través de WhatsApp y Correo electrónico.

- **Selección de Población y Muestra**

Dentro de la selección y muestra se tomarán en cuenta los jóvenes, adultos y envejecientes entre 18-64 años de edad, que residan en Santo Domingo Este y Distrito Nacional (Santo Domingo De Guzmán), y que pertenezcan a una clase social media y alta con un poder adquisitivo suficiente. La República Dominicana cuenta con un total de una población de 9,445,281 millones de habitantes, 4,739,038 hombres y 4,706,243 mujeres.

En Santo Domingo de Guzmán (Distrito Nacional) se encuentra un total de 965,040 habitantes y en Santo Domingo Este un total de 891,952.

Fórmula:

$n = k^2 pq / e^2$

Formula.	Nomenclatura de la formula.
$n = k^2 pq / e^2$	n = Tamaño de la muestra.
K = 2	K = 95% de confianza, espectro de la población
p = 0.50	p = 50%, probabilidad de ocurrencia del evento.
q = 0.50	q = 50%, probabilidad de no ocurrencia del evento.
e = 0.07	e = 7%, margen de error.

Desarrollo de la formula.

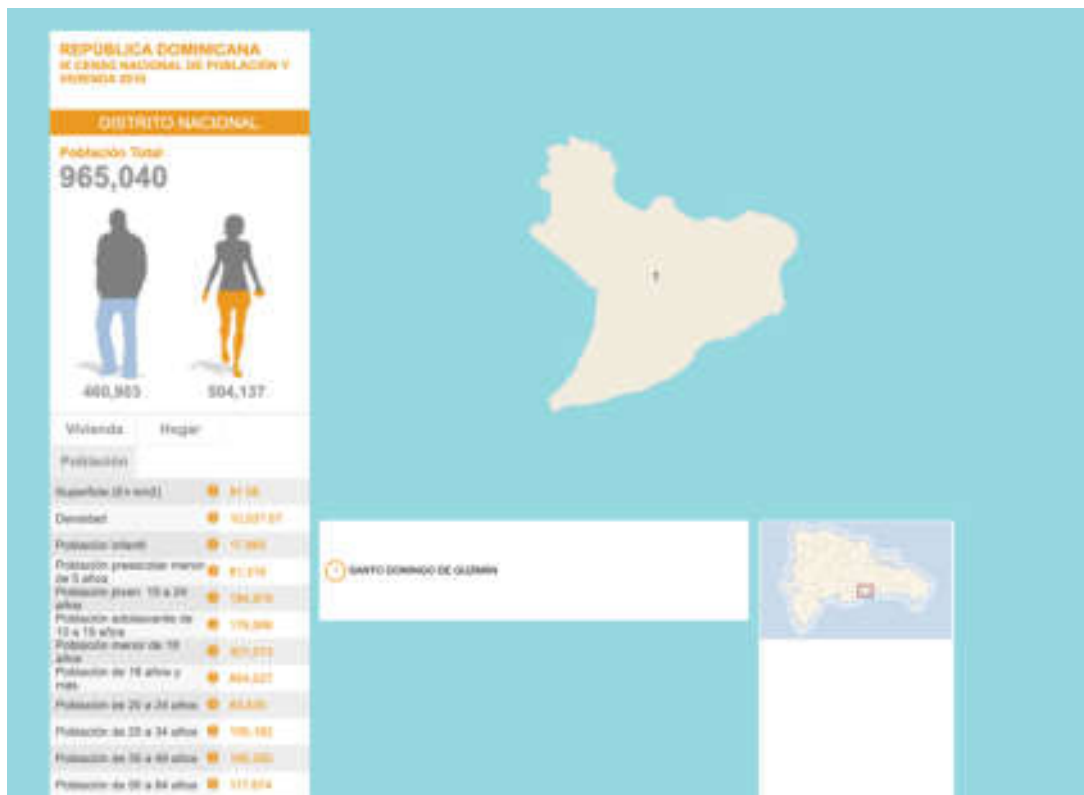
$$n = \frac{(2)^2 \times (0.5)(0.5)}{(0.07)^2}$$

$$n = 4 \times 0.25$$
$$0.0049$$

$$n = 0.1$$
$$0.0049$$

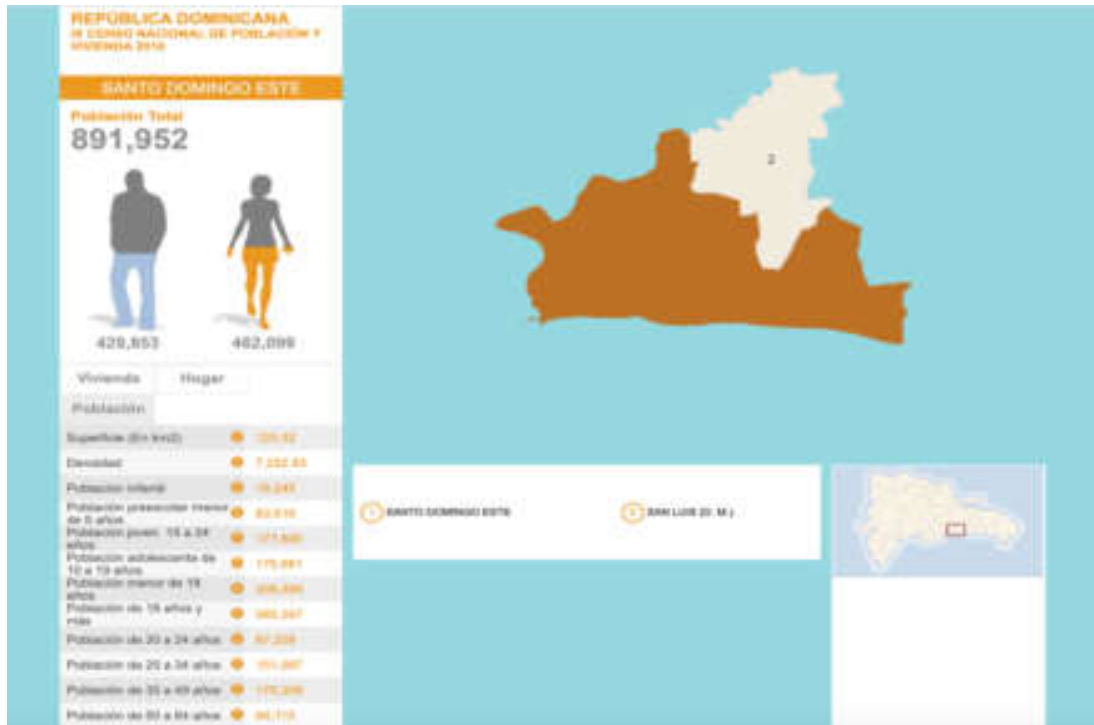
$$n = 20.4$$

Tamaño total de la muestra.	204
------------------------------------	------------



Fuente: <http://sicen.one.gob.do/>

En Distrito Nacional (Santo Domingo de Guzmán) se encuentra una población de habitantes de *18 años y más de 664,027, de 20 a 24 años 93,435, de 25 a 34 años 159,182, de 35 a 49 años 185,282* y por ultimo *de 50 a 64 años 117,674.*



Fuente:

<https://www.one.gob.do/>

En Santo Domingo Este se encuentra una población de habitantes de *18 años o más* **585,357**, *de 20 a 24 años* **87,259**, *de 25 a 34 años* **151,097**, *de 35 a 49 años* **170,209**, *de 50 a 64 años* **94,113**.

Fecha de investigación: Será del 5 de Octubre al 16 de Octubre del 2020.

V. Diseño De Cuestionario

La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado de ‘MofonBox Mocano en casa’.

<u>Objetivo</u>	<u>Preguntas</u>
Preguntas Psicográficas	1) Género <i>A. Femenino</i> <i>B. Masculino</i> <i>C. Prefiero no especificar</i> 2) Edad <i>A. 18-30 años</i> <i>B. 31-43 años</i> <i>C. 44-56 años</i> <i>D. 57-69 años</i> 3) Nacionalidad (pregunta abierta) 4) Ocupación <i>A. Empleado público</i> <i>B. Empleado privado</i> <i>C. Dueño de de negocio</i> <i>D. Comerciante</i> <i>E. Deportista</i>

F. *Profesional independiente*

G. *Estudiante universitario*

5) Nivel de ingreso

A. *Menos de RD\$30,000*

B. *RD\$31,000 a RD\$50,000 c.*

C. *RD\$51,000 a RD\$RD\$70,000*

D. *RD\$71,000 a RD90,000*

E. *Más de RD\$91,000*

6) Sector donde vive

(Pregunta abierta)

<p>Objetivo 1: Identificar en qué medida los clientes están dispuestos a consumir el producto MofonBox (Mofongo congelado para preparar en casa).</p>	<p>Preguntas</p>
	<p>7) ¿Consume usted en restaurantes de comida criolla regularmente?</p> <p>A) <i>Si</i> B) <i>No</i></p> <p>8) ¿Qué restaurantes de comida criolla reconoce?</p> <p>A) <i>El Conuco</i> B) <i>Adrian Tropical</i> C) <i>El Higuero</i> D) <i>Jalao</i> E) <i>Mofongo el Mocano</i> F) <i>Rest. Viralata</i> G) <i>Mesón de Bari</i></p> <p>9) ¿Conoce usted el restaurante Mofongo El Mocano?</p> <p>A) <i>Si</i> B) <i>No</i></p> <p>10) ¿Ha consumido en el restaurante Mofongo el Mocano ?</p>

- A) *Si*
- B) *No*

11) ¿Qué opina sobre la idea de poder preparar su propio Mofongo el mocano en casa?

- A. *Excelente*
- B. *Muy bueno*
- C. *Bueno*
- D. *No me agrada*

12) ¿Se sentiría usted a gusto comprando un producto preempacado congelado de Mofongo para preparar en casa?

- A. *Si, me gustaria*
- B. *No, prefiero adquirirlo ya cocinado.*

13) ¿Díganos cuál o cuáles son sus razones por las que no le atrae el producto?

- A. *No lo necesito*
- B. *No consumo/agradan*

	<p><i>los productos congelados</i></p> <p>C. <i>Es innecesario</i></p>
--	--

<p>Objetivo 2: Establecer los medios de comunicación más utilizados por los actuales y potenciales clientes para la realización de estrategias digitales.</p>	<p style="text-align: center;"><u>Preguntas</u></p>
	<p>14) ¿Cuáles plataformas digitales utiliza en mayor medida?</p> <p>A. <i>Instagram</i></p> <p>B. <i>Facebook</i></p> <p>C. <i>Twitter</i></p> <p>D. <i>YouTube</i></p> <p>E. <i>Zoom</i></p> <p>F. <i>Spotify</i></p> <p>15) De las siguientes aplicaciones ¿Cuáles ha descargado durante en los últimos meses?</p> <p>A. <i>Tiktok</i></p> <p>B. <i>Parchis Star</i></p> <p>C. <i>Monopoly</i></p> <p>D. <i>UNO</i></p> <p>E. <i>Hugo App</i></p> <p>F. <i>CoinMaster</i></p> <p>G. <i>Glovo</i></p> <p>H. <i>PedidosYa</i></p>

<p>Objetivo 3: Determinar los canales de distribución que preferirían los clientes a la hora de adquirir los productos ‘MofonBox’.</p>	<p style="text-align: center;"><u>Preguntas</u></p>
	<p>16) ¿Dónde le gustaría poder adquirir el producto “Mofonbox Mocano” para preparar en casa?</p> <p>A. <i>Restaurante</i> B. <i>Una pagina web</i> C. <i>Supermercados</i> D. <i>Otro (Especifique)</i></p> <p>17) ¿Le gustaría ordenar este producto mediante una aplicación de envíos? (EJ: Pedidosya, Huego App, UNO)</p> <p>A. <i>Por supuesto</i> B. <i>No, prefiero ir a comprarlo</i></p> <p>18) ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?</p>

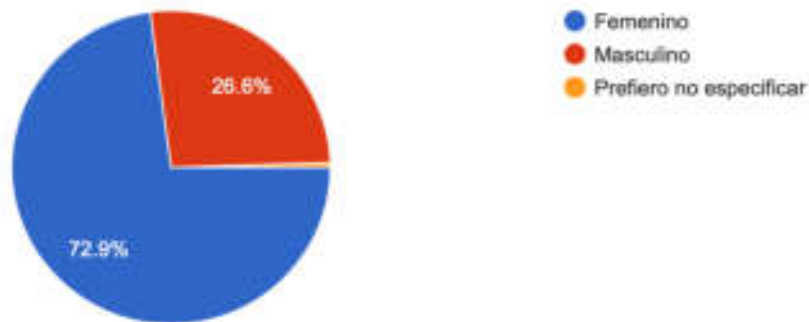
	<p>A. <i>Televisión</i></p> <p>B. <i>Redes Sociales</i></p> <p>C. <i>Correo electrónico</i></p> <p>D. <i>Anuncio en prensa o revista</i></p> <p><i>Otro (Especifique)</i></p>
--	---

<p>Objetivo 4: Establecer la sensibilidad al precio al adquirir el producto ‘MofonBox’.</p>	<p style="text-align: center;"><u>Preguntas</u></p>
	<p>19) Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga, ¿lo compraría?</p> <p><i>A. Si, desde que salga al mercado</i></p> <p><i>B. No, no lo compraría</i></p> <p><i>C. Podría considerarlo</i></p> <p>20) ¿ Cuánto sería el tope dispuesto a pagar por MofonBox?</p> <p><i>A. RD\$350</i></p> <p><i>B. RD \$450</i></p> <p><i>C. RD\$500 o más</i></p> <p>21) ¿Cuál es la probabilidad de comprar este producto a \$500 o más ?</p> <p><i>A. Muy probable</i></p> <p><i>B. Poco probable</i></p> <p><i>C. No lo compraría</i></p>

VI. Final Investigación de Mercado

1) Género

Pregunta 1		
	Recuento	Porcentaje
FEMENINO	148	72.9%
MASCULINO	54	26.6%
PREFIERO NO ESPECIFICAR	1	0.5%
	203	100.0%



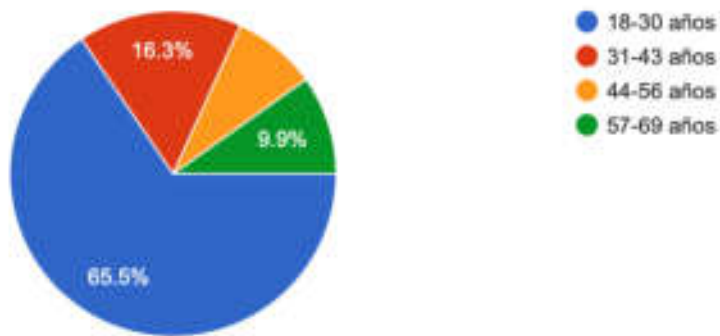
Gráfica #1

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

Con esta pregunta logramos identificar que el género predominante de los clientes en el restaurante Mofongo El Mocano, en este gráfico podemos observar que el género que predomina en el restaurante es femenino, siendo un 72.9% de los consumidores en este género, el resto de los clientes siendo del género masculino con 26.6%, por último el 0.5% prefirió no especificar.

2) Edad

Pregunta 2		
	Recuento	Porcentaje
18-30 años	133	65.5%
31-43 años	33	16.3%
57-69 años	20	9.9%
44-56 años	17	8.4%
	203	100.0%



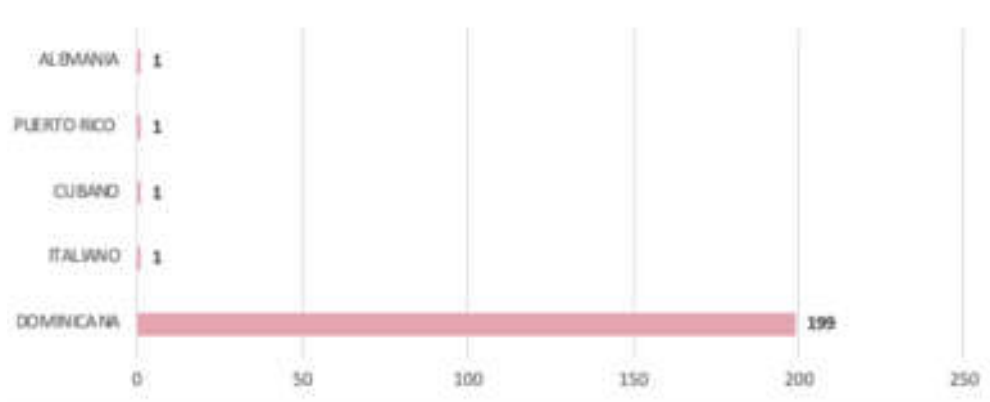
Gráfica #2

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

Con esta pregunta nos da la posibilidad de dividir la muestra por edades, dejándonos ver qué rango de edad predomina entre los consumidores de Mofongo El Mocano. Los datos nos muestran que existe una diversidad entre las edades que forman parte de esta familia, sin embargo, un 65.5% de los encuestados tienen una edad que está dentro de los 18 y 30 años, un 16.3% entre 31 y 43 años, un 9.9% entre 57- 69 años, y por último un 8.4% entre 44 y 56 años.

3) Nacionalidad

Pregunta 3		
	Recuento	Porcentaje
DOMINICANA	199	98.0%
ITALIANO	1	0.5%
CUBANO	1	0.5%
PUERTO RICO	1	0.5%
ALEMANIA	1	0.5%
	203	100.0%



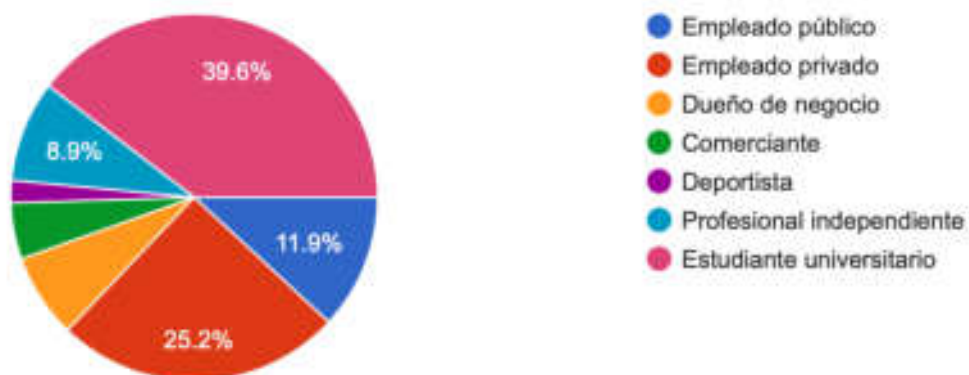
Gráfica #3

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

Mediante esta pregunta vemos que el 98% de los encuestados son de nacionalidad Dominicana, mientras que el 1% son de nacionalidad puertorriqueña, alemana, italiana y cubana.

4) Ocupación

Pregunta 4		
	Recuento	Porcentaje
Estudiante universitario	80	39.4%
Empleado privado	51	25.1%
Empleado público	24	11.8%
Profesional independiente	18	8.9%
Dueño de negocio	15	7.4%
Comerciante	10	4.9%
Deportista	4	2.0%
	202	99.5%



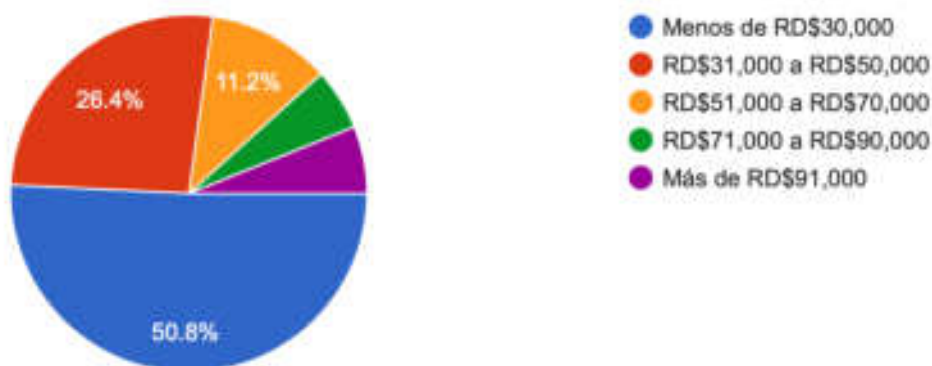
Gráfica #4

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

Aquí pudimos observar que el 39.6% de los encuestados son estudiantes universitarios, un 25.2% son empleados privados, un 11.9% son empleados públicos, un 8.9% son profesionales independientes, un 7.4% dueño de negocio, un 5% comerciantes y por último un 2% deportista.

5) Nivel de ingreso

Pregunta 5		
	Recuento	Porcentaje
Menos de RD\$30,000	100	49.3%
RD\$31,000 a RD\$50,000	52	25.6%
RD\$51,000 a RD\$70,000	22	10.8%
Más de RD\$91,000	12	5.9%
RD\$71,000 a RD\$90,000	11	5.4%
Perdidos	6	3%
	203	100%



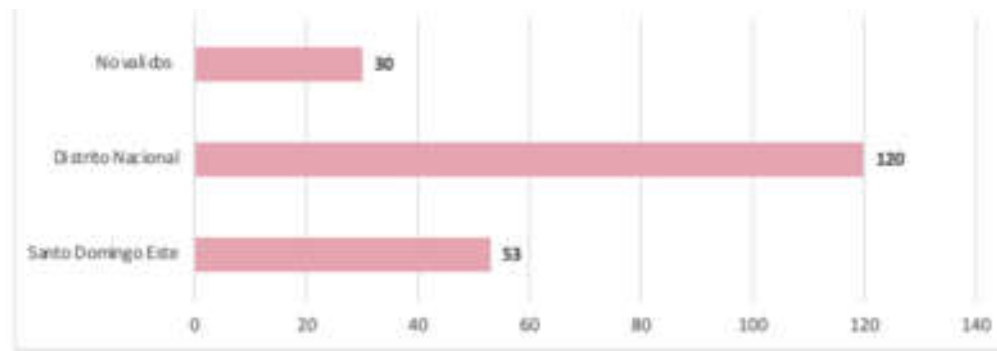
Gráfica #5

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

En esta gráfica podemos observar que el 50.8% de los encuestados tienen un ingreso mensual de menos de RD\$30,000 pesos dominicanos, un 26.4% de RD\$31,000 a RD\$50,000, un 11.2% de RD\$51,000 a RD\$70,000, un 6.1% con más de RD\$91,000 y por último un 5.6% de RD\$71,000 a RD\$ 90,000 mensual.

6) Sector donde vive

Pregunta 6		
	Recuento	Porcentaje
Santo Domingo Este	53	26.1%
Distrito Nacional	120	59.1%
No validos	30	14.8%
	203	100.0%



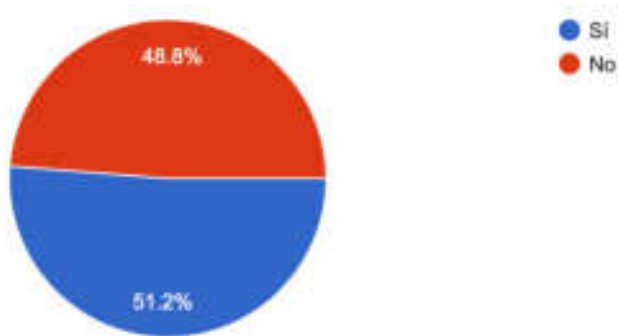
Gráfica #6

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

Aquí podemos observar que el 26.1% de los encuestados viven en Santo Domingo Oeste, mientras que el 59.1% vive en Distrito Nacional

7) ¿Consume usted en restaurantes de comida criolla regularmente?

Pregunta 7		
	Recuento	Porcentaje
Si	103	50.7%
No	98	48.3%
No Validos	2	1.0%
	203	100.0%



Gráfica #7

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

Aquí podemos analizar que el 51.2% contestó que Sí consume en restaurante de comida criolla regularmente, mientras que un 48.8% contestó que No.

8) ¿Qué restaurantes de comida criolla reconoce?

Pregunta 8		
	Recuento	Porcentaje
El conuco	98	48.3%
Adrian Tropical	174	85.7%
El Higuero	62	30.5%
Jalao	125	61.6%
Mofongo El Mocano	115	56.7%
Restaurante Viralata	28	13.8%
Meson De Bari	57	28.1%
No validos	5	2.5%
	664	327.1%



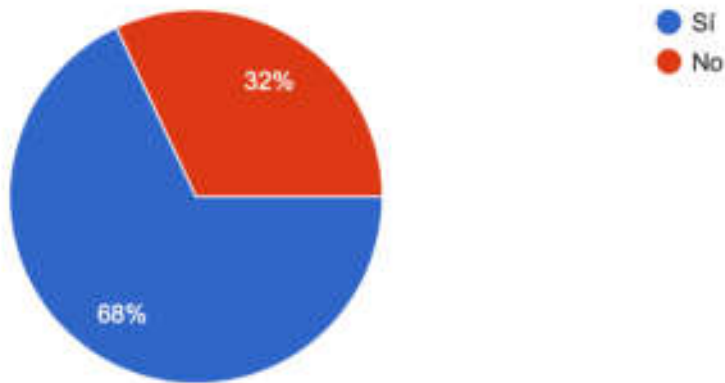
Gráfica #8

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

En esta gráfica se puede observar los restaurantes de comida criolla más reconocidos por los encuestados, un 85.7% mencionó el restaurante Adrian Tropical, un 61.6% Jalao, un 58.1% Mofongo el Mocano, un 56.7% El Conuco, un 48.3% El Higuero, un 30.5% Mesón de Bari, y por último con un 13.8 % Restaurante Viralata.

9) ¿Conoce usted el restaurante Mofongo El Mocano?

Pregunta 9		
	Recuento	Porcentaje
Si	138	68.0%
No	65	32.0%
	203	100.0%



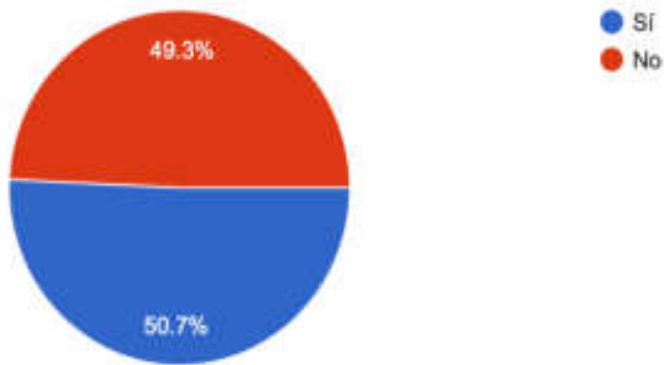
Gráfica #9

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

Aquí podemos observar que el 68% de los encuestados contestó que Sí conoce el Restaurante Mofongo El Mocano, mientras que un 32% contestó que No lo conoce.

10) ¿Ha consumido en el restaurante Mofongo el Mocano ?

Pregunta 10		
	Recuento	Porcentaje
Si	103	50.7%
No	100	49.3%
	47	23.2%



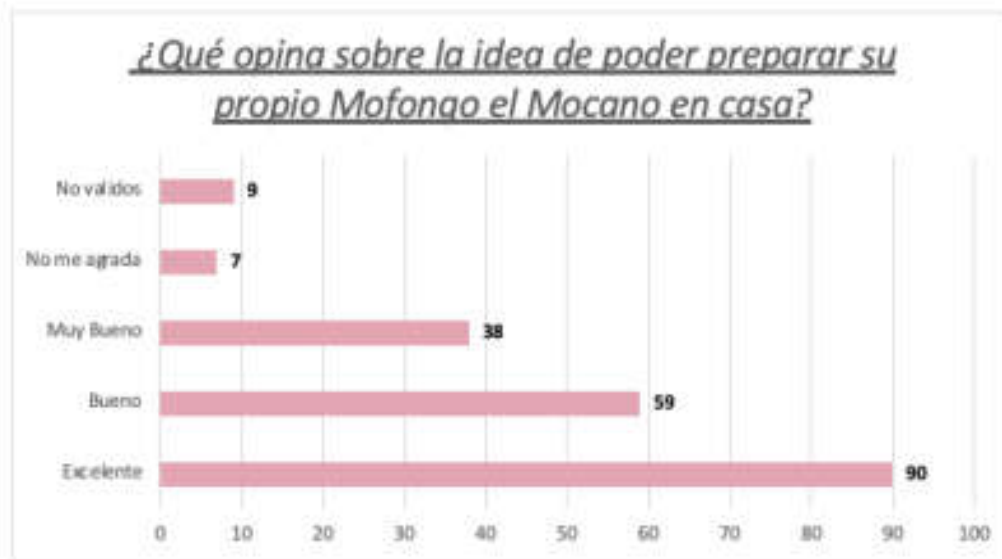
Gráfica #10

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

Aquí se puede analizar que el 50.7% de los encuestados contestó que Sí ha consumido en el restaurante Mofongo el Mocano, mientras que un 49.3% contestó que No.

11) ¿Qué opina sobre la idea de poder preparar su propio Mofongo el Mocano en casa?

Pregunta 11		
	Recuento	Porcentaje
Excelente	90	45.5%
Bueno	59	29.8%
Muy Bueno	38	19.2%
No me agrada	7	3.5%
No validos	9	4.5%
	203	102.5%



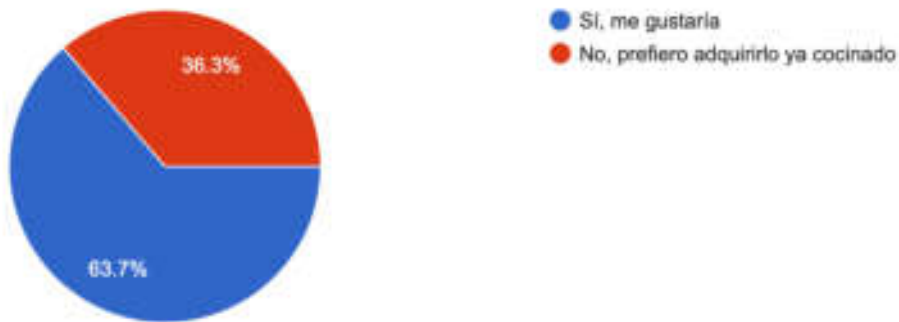
Gráfica #11

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

Mediante esta pregunta pudimos darnos cuenta sobre qué opinan los encuestados de poder preparar su propio Mofongo en casa, la cual el 45.5% contestó excelente, el 19.2% Muy bueno, el 29.8% bueno y el 4.5% no me agrada.

12) ¿Se sentiría usted a gusto comprando un producto preempacado congelado de Mofongo para preparar en casa?

Pregunta 12		
	Recuento	Porcentaje
Si, me gustaria	128	63.1%
No, prefiero adquirirlo ya cocinado	73	36.0%
No validos	2	1.0%
	203	100.0%



Gráfica #12

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

Esta pregunta demuestra que a un 63.7% Si les gustaría comprar un producto preempacado para preparar en casa, mientras que el 36.3% de los encuestados contestó que prefiere adquirirlo cocinado

13) ¿Díganos cuál o cuáles son sus razones por las que no le atrae el producto?

Pregunta 13		
	Recuento	Porcentaje
No consumo/agradan prod. congelado	55	27.1%
No lo necesito	38	18.7%
Es innecesario	36	17.7%
No validos	74	36.5%
	203	100.0%



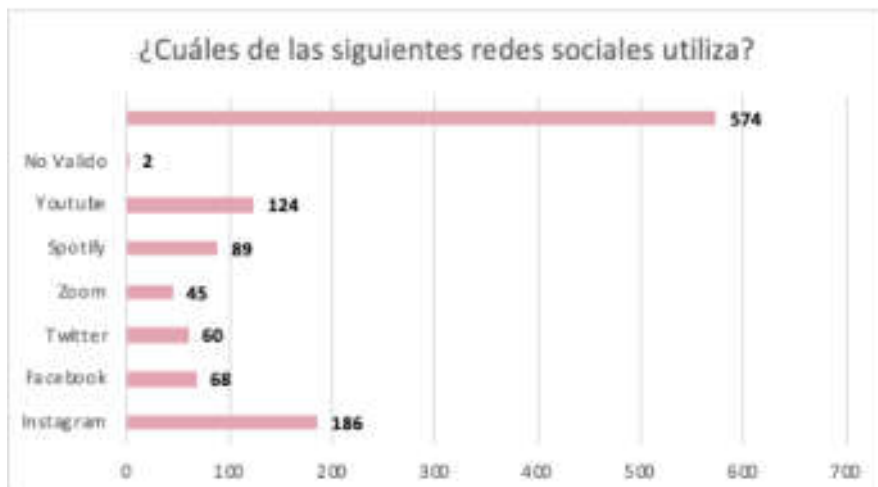
Gráfica #13

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

En esta pregunta se pudo dar cuenta cuales eran las razones de los clientes por la cual no le atrae el producto, un 27.1% contestó por que no le agradan los productos congelados, un 18.7% contestó que no lo necesita, mientras que un 17.7% consideró que es innecesario.

14) ¿Cuáles plataformas digitales utiliza en mayor medida?

Pregunta 14		
	Recuento	Porcentaje
Instagram	186	91.6%
Facebook	68	11.8%
Twitter	60	29.6%
Zoom	45	22.2%
Spotify	89	43.8%
Youtube	124	61.1%
No Valido	2	1.0%
	574	282.8%



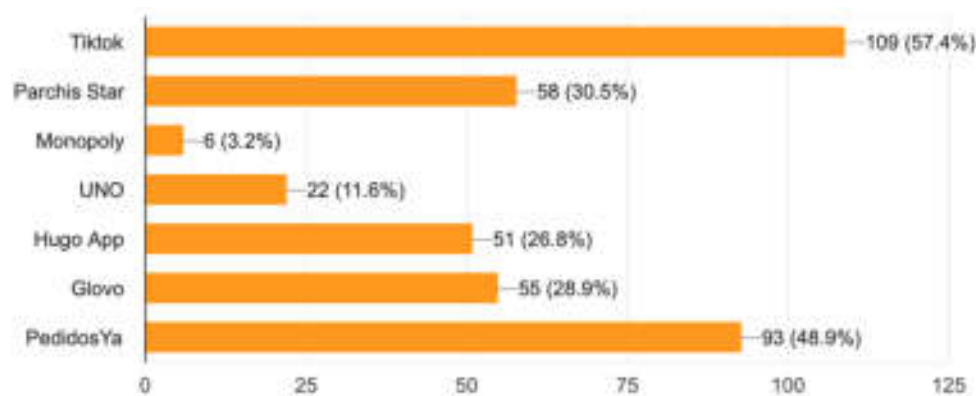
Gráfica #14

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

En esta gráfica se puede observar que un 91.6% de los encuestados contestó que Instagram es la plataforma digital que más utiliza, un 61.7% YouTube, un 43.8% Spotify, un 11.8% Facebook, un 29.6% Twitter y por ultimo y la menos utilizada es Zoom con un 22.2%.

15) De las siguientes aplicaciones ¿Cuáles ha descargado durante en los últimos meses?

Pregunta 15		
	Recuento	Porcentaje
TikTok	109	53.7%
Parchis Star	58	16.3%
Monopoly	6	3.0%
Uno	22	10.8%
Hugo App	51	25.1%
Glovo	55	27.1%
Pedidos Ya	93	45.8%
No validos	13	6.4%
	356	175.4%



Gráfica #15

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

Mediante esta pregunta se puede ver que el 57.4% de los encuestados respondió que TikTok ha sido la aplicación más descargada durante los últimos meses, un 48.9% contestó que ha sido PedidosYa, un 30.5% Parchis Star, un 28.9% Glovo, un 26.8% Hugo App, un 11.6% UNO y por último un 3.2% Monopoly.

16) ¿Dónde le gustaría poder adquirir el producto “Mofonbox Mocano” para preparar en casa?

Pregunta 16		
	Recuento	Porcentaje
SuperMercados	104	51.2%
Pagina Web	55	27.1%
Restaurante	32	15.8%
App Movil	5	2.5%
No valido	7	3.4%
	203	102.5%



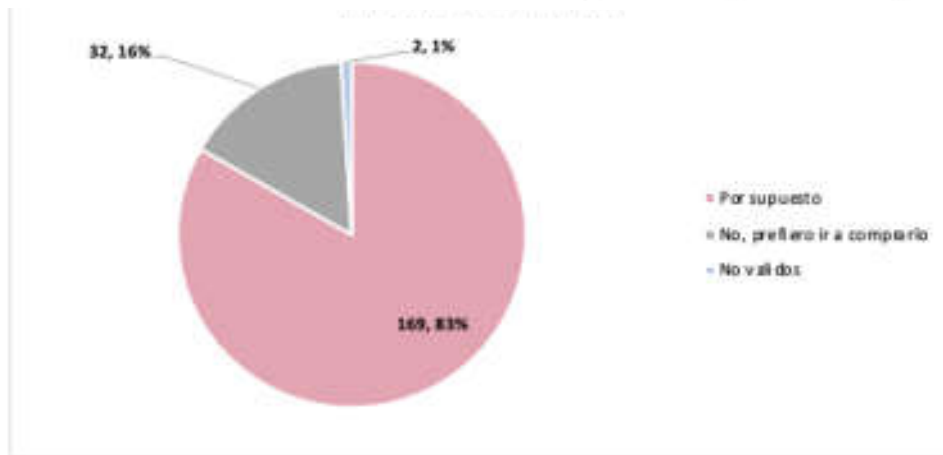
Gráfica #16

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

Mediante esta pregunta se puede observar que el 51.2% prefiere adquirir el producto MofonBox Mocano en supermercados, el 27.1% por una página web, el 15.8% por restaurante, y el 2.5% por una aplicación móvil.

17) ¿Le gustaría ordenar este producto mediante una aplicación de envíos? (EJ: PedidosYa, Hugo App, UNO)

Pregunta 17		
	Recuento	Porcentaje
Por supuesto	169	83.3%
No, prefiero ir a comprarlo	32	15.8%
No validos	2	1.0%
	203	100.0%



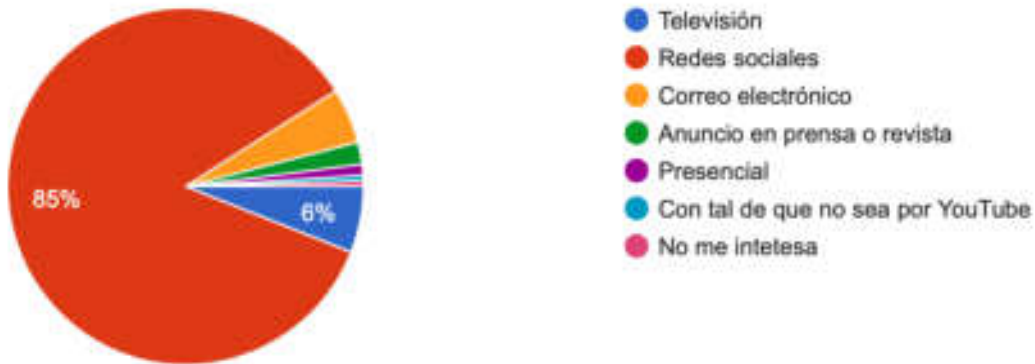
Gráfica #17

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

Aquí se puede observar que el 83% respondió que Sí le gustaría ordenar el producto a través de una aplicación a domicilio, mientras que el 16% contestó que prefiere ir a comprarlo.

18) ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

Pregunta 18		
	Recuento	Porcentaje
Television	12	5.9%
Redes Sociales	170	83.7%
Correo Electronico	10	4.9%
Anuncio en prensa o TV	4	2.0%
Presencial	2	1.0%
No validos	5	2.5%
	203	100.0%



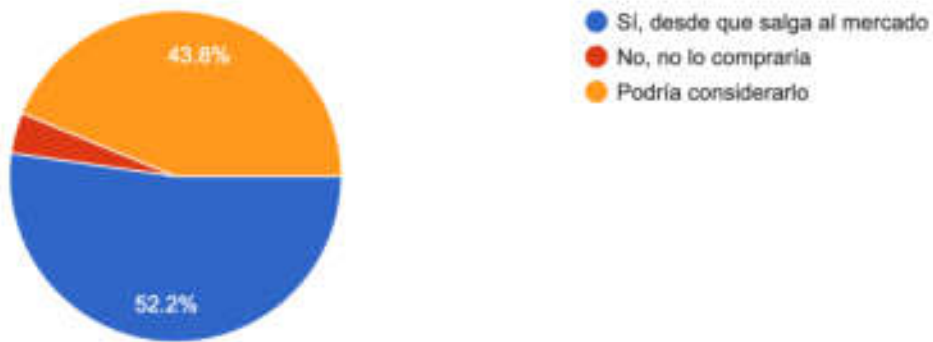
Gráfica #18

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

En esta gráfica se puede analizar que a un 85% de los encuestados les gustaría recibir información de MofonBox a través de Redes Sociales, un 6% por televisión, un 5% por correo electrónico, un 2% por anuncio en prensa o revista y por último un 0.5% presencial.

19) Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga, ¿lo compraría?

Pregunta 19		
	Recuento	Porcentaje
Si, desde que salga al mercado	105	51.7%
No, no lo compraría	8	3.9%
Podría considerarlo	88	43.3%
No validos	2	1.0%
	203	100.0%



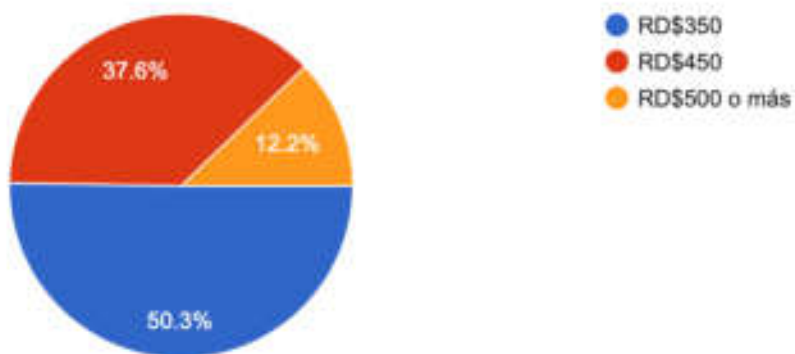
Gráfica #19

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

El 52.2% % de los encuestados contestó que compraría el producto desde que salga al mercado, el 43.8% dijo que podría considerarlo y por último el 4% respondió que no lo compraría.

20) ¿Cuánto sería el tope dispuesto a pagar por MofonBox?

Pregunta 20		
	Recuento	Porcentaje
RD\$350	99	48.8%
RD\$450	74	36.5%
RD\$500 o mas	24	11.8%
No validos	6	3.0%
	203	100.0%



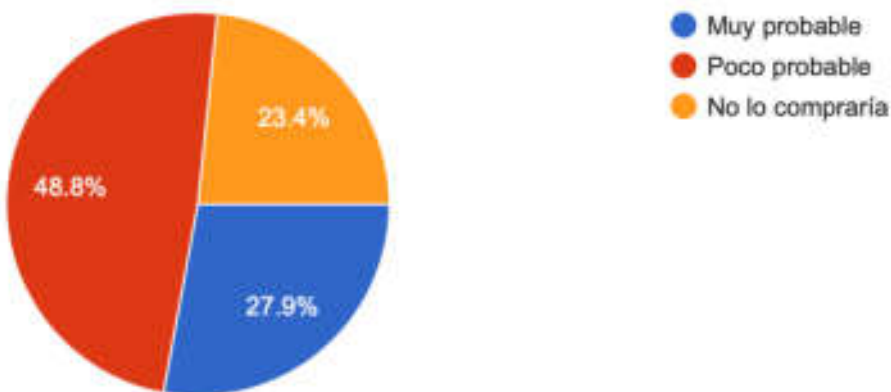
Gráfica #20

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

En esta gráfica podemos observar que el 50.3% estaría dispuesto a pagar RD\$350 pesos dominicanos por MofonBox, el 37.6% RD\$450 y por último el 12.2% RD\$500 o más.

21) ¿Cuál es la probabilidad de comprar este producto a RD\$500 o más ?

Pregunta 21		
	Recuento	Porcentaje
Poco Probable	98	48.3%
Muy probable	56	27.6%
No lo compraría	47	23.2%
No Valido	2	1.0%
	203	100.0%



Gráfica #21

Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".

Aquí se puede ver que el 48.% de los encuestados consideró poco probable comprar MofonBox por RD\$500 pesos o más, el 27.9% contestó que sería muy probable comprarlo por este precio, mientras que el 23.4% no lo compraría.

Recomendaciones por objetivos de investigación:

Luego de finalizar la investigación se realizará las recomendaciones por los objetivos planteados en el diseño de la investigación.

● Orientado al producto:

- Identificar en qué medida los clientes están dispuestos a consumir el producto MofonBox (Mofongo congelado para preparar en casa).
- ❖ Se recomienda a la empresa Mofongo El Mocano By Taveras lanzamiento de su producto MofonBox ya que cliente potencial existe y está dispuesto a adquirir este.
- ❖ Establecer la distribución de su producto en formato pre empacado y congelado como está estipulado, ya que el cliente está dispuesto a adquirirlo.
- ❖ Se recomienda a la empresa tener la opción del producto Mofonbox precocido ya que a algunos clientes potenciales no les agradan los productos congelados.

● Orientado a comunicación:

- Establecer los medios de comunicación más utilizados por los actuales y potenciales clientes para la realización de estrategias digitales.
- ❖ Se recomienda a la empresa Mofongo El Mocano la implementación de publicidad digital en mayor medida en la plataforma de Instagram ya que es la más utilizada por los clientes potenciales.
- ❖ Entre las aplicaciones que están teniendo mayor auge y el cliente potencial ha descargado últimamente se encuentra la aplicación de TikTok por lo que se recomienda a la empresa la implementación de publicidad digital en este medio por igual.

- **Orientado a distribución:**

- Determinar los canales de distribución que preferirían los clientes a la hora de adquirir los productos “MofonBox”.
- ❖ Se recomienda a la empresa enfocar su fuerza de distribución principalmente en los Supermercados ya que es donde al cliente le gustaría poder encontrar el producto MofonBox.
- ❖ Se recomienda a la empresa realizar asociaciones con aplicaciones de envíos utilizadas en el Distrito Nacional y Santo Domingo Este , ya que el cliente le gustaría adquirir el producto por esa vía.

- **Orientado a precio:**

- Establecer la sensibilidad al precio al adquirir el producto “MofonBox”.
- ❖ Se recomienda a la empresa colocar el precio del producto MofonBox en un valor inferior a los RD\$450 ya que en un costo superior el cliente no estaría lo suficientemente dispuesto a realizar la compra.

VII. Estrategias de Producto, Precio, Comunicación y Distribución

Objetivos General

- Establecer ventas en unidades físicas y otorgar nivel de notoriedad al producto MofonBox de la empresa Restaurante Mofongo El Mocano By Taveras.

Objetivos:

- Aumentar la interacción y visitas a la página de instagram en un 20% por medio de las alianzas con influencers y la elaboración de reels.
- Tener una distribución rápida y eficiente del producto MofonBox a los supermercados distribuidores para alcanzar la mayor participación en estos en el primer mes de puesta en marcha del producto.
- Realización de compras de 1,500 unidades del producto Mofonbox por medio de plataformas digitales como (Hugo App, Pedidos Ya y Glovo) en el primer mes de puesta en marcha del producto.
- Utilización de 500 cupones de descuento utilizando el código MOCANOENCASA en apps de envíos en el primer mes de puesta en marcha del producto.

- Estrategias de Productos

Estrategia 1: Creación de un nuevo concepto de consumo.

Táctica 1: Presentación del producto MofonBox

Descripción:

La integración del producto MofonBox a la carta de productos que ofrece el restaurante Mofongo El Mocano By Taveras, pudiendo encontrar este en diferentes puntos de ventas.

Reforzar la alianza corporativa con Glovo Y Pedidosya y creación de alianza con Hugo App, principales aplicaciones de envíos del país. Vía estas aplicaciones al cliente le será más fácil lograr adquirir el producto ya que a distancia de un click podrá ordenarlo y recibir su caja lista para preparar en la puerta de su casa.

Comercializar el producto MofonBox Mocano en alianza con las mencionadas aplicaciones para facilitar el fácil acceso y compra a este.





Táctica 2: Variedad de salsas para MofonBox

Descripción:

Integración de 2 tipos de salsa en la caja de Mofonbox , salsa “*El Mocano*” que es básicamente una salsa criolla con aceite,ajo,caldo de pollo y cilantro y la salsa “*En Casita*” que será un salsa exclusiva del MofonBox, compuesta por aceite,ajo,cebolla, ajíes y un toque de cilantro. La participación de 2 tipos de salsas en conjunto con el Mofongo precocido congelado para que el cliente pueda disfrutar cuando esté listo.

Se aprovechará las ya establecidas alianzas con Pedidos Ya y Glovo y se creará la alianza con Hugo App, esto con el objetivo de que se encuentre presente la empresa Mofongo El Mocano By Taveras en las principales aplicaciones de el país para de esta forma poder llegar a un rango de público elevado.



- **Estrategias de Precios**

Estrategia 1: Establecer una estructura de precio de penetración e incentivar las ventas del producto MofonBox.

Táctica 1: Promoción Mocano en Casa

Descripcion:

Se estara implementando una elaboración de una promoción de ventas en el que todos los martes El MofonBox Mocano tendrá un 15% de descuento en todas las aplicaciones móviles donde se encuentre afiliado como Pedidos ya, Glovo y Hugo App, utilizando el código MOCANOENCASA.



- **Estrategias de Comunicación**

Estrategia 1: Hacer campaña de lanzamiento de nuevo producto (MofonBox).

Táctica 1: Publicidad en grandes formatos de exterior

Descripción:

Colocaremos vallas y modelos publicitarios de gran formato en zonas aledañas a los restaurantes, esto con el objetivo de llamar la atención del cliente potencial y que este vea que estamos ubicados cerca del punto donde se encuentre y se anime a pasar a comprar el MofonBox.

Colocación vallas en los parques de los supermercados donde estaremos ubicados para incentivar y crear awareness sobre la existencia del producto MofonBox allá.



Táctica 2: Degustación MofonBox

Descripción:

Se realizarán degustaciones en las diferentes puntos de ventas de los supermercados elegidos, para así dar a conocer dicho producto.

Estrategia 2: Identidad propia del producto

Táctica 1: Packgaging personalizados

Descripción:

Creación de un packaging personalizados con tema de Mofongo El Mocano para el producto MofonBox Mocano.

Elaboración de empaque distintivo en caja de cartón para el producto Mofonbox, con elementos que representen la dominicanidad y el sabor de nuestra cultura, en este también estará representado el logo de la empresa Mofongo Mocano By Taveras.

Estrategia 3: Aumentar la visibilidad del Restaurante Mofongo El Mocano By Taveras en las Redes Sociales.

Táctica 1: Alianza con influencers

Descripción:

- Enviar a influencers el producto MofonBox para que estos realicen Stories y Reels de cómo se preparan y que los clientes potenciales reconozcan el producto.

Táctica 2: Elaboración de video para redes sociales

Descripción:

- Creación de reels en Instagram mostrando la elaboración del producto para nuestra página de Instagram con canciones del momento.



- **Estrategias de Distribución**

Estrategia 1: Informar al cliente nueva forma de consumir.

Táctica 1: Nuevos puntos de ventas para MofonBox

Descripción:

Se estará implementando nuevos puntos de ventas/ distribución del producto MofonBox Mocano, en los principales supermercados del Distrito Nacional y Santo Domingo Este, al igual que integrando publicidad de gran formato en zonas aledañas a los restaurantes ubicados en Gustavo M Ricart , Plaza City Center (San Isidro).

- Ubicar el producto en los principales supermercados del país como Bravo, La Sirena, Jumbo, Nacional.
- Realizar asociaciones comerciales con las principales Apps de envíos del país como Hugo App, Pedidos Ya, Glovo.

VIII. Desarrollo Estratégico Final

Objetivos del Plan de Marketing Digital

- Aumentar la interacción y visitas a nuestra página de instagram en un 20% por medio de las alianzas con influencers y la elaboración de reels.
- Utilización de 500 cupones de descuento utilizando el código MOCANOENCASA en apps de envíos en el primer mes de puesta en marcha del producto.
- Realización de compras de 1,500 unidades del producto Mofonbox por medio de plataformas digitales como (Hugo App, Pedidos Ya y Glovo) en el primer mes de puesta en marcha del producto.
- Aumentar seguidores en la red social de instagram en un 12%.

Desarrollo Táctico Digital (Estrategias y tácticas)

Estrategia 1: Ampliar nuevos propios de información

Táctica 1: Elaboración de página web para Mofongo El Mocano

Descripción:

Creación de página web donde los clientes podrán visualizar las sucursales, horarios, menú, fotos y demás informaciones de interés con relación al restaurante. Por igual estos tendrán la opción de ordenar por esta misma vía, bajo el dominio de MofongoElMocano.com.do

Se estará implementando SEO, SEM en la página web para mejorar el posicionamiento de la misma, una página web con un buen diseño, atractivo y fácil de usar para los usuarios. Al igual que será compatible con celulares, tablets, tanto Android como Apple.

Táctica 2 : Envío de newsletters semanales

Descripción:

Se le estará enviando por correo electrónico (newsletters) mensajes y comunicaciones semanales de los nuevos productos, servicios, últimas novedades y actualizaciones que tenga Mofongo El Mocano a los clientes que se suscriban a la página web cuando los mismos vayan a ordenar.

Estrategia 2: Aumentar la visibilidad del Restaurante Mofongo El Mocano By Taveras en las Redes Sociales.

Táctica 1: Afiliación con influencers

Descripción:

- Acuerdos con influencers para el producto MofonBox para que estos realicen Stories y Reels de cómo se preparan y que los clientes potenciales reconozcan el producto.
- Creación de reels en Instagram desde el perfil mostrando la elaboración del producto para la página de Instagram con canciones del momento.

Táctica 2: Creación de Jingle para producto MofonBox

Descripción:

Elaboración de Jingle para el MofonBox, este será utilizado en videos que van a ser publicados en instagram como música de fondo.

Táctica 3: Promoción de MofonBox en las redes sociales

Descripción:

Esfuerzo de colocación en los medios digitales, publicidad y promoción en las redes sociales como: Instagram y Facebook Ads.

Táctica 4: Challenge “Batelo con el Mocano”

Descripción:

Creación del challenge “Batelo con el Mocano” en el que los usuarios que esten interesados y sigan el instagram de @mofongoelmocano podrán crear Reels utilizando nuestro Jingle, este challenge tendrá duración de 2 semanas y al finalizar se deberá elegir los 5 reels más creativos que serán ganadores cada uno de una (1) caja de MofonBox.

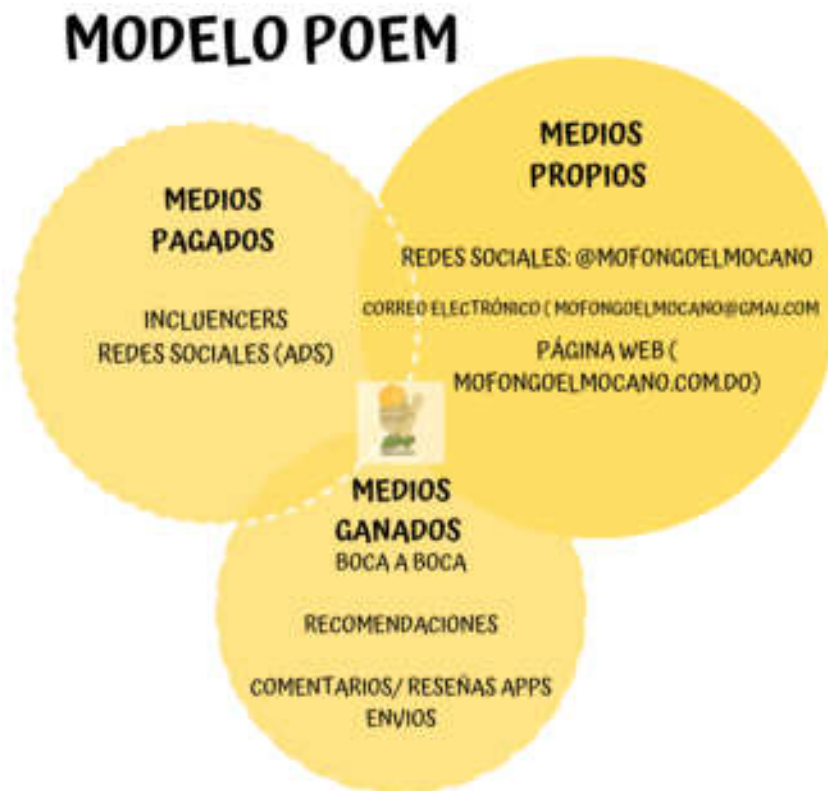
Estrategia 3: Creación de campaña publicitaria.

Tactica 1: Comercial expectativa de MofonBox

Descripción:

Creación de campaña de expectativa que se dividirá en dos partes en la primera se mostrará un pieza corta de video en donde se muestre la caja de MofonBox y unas manos que van agregando los diferentes componentes pero no se llega a observar en el video, en la segunda fase de la campaña se revelará lo que lleva dentro la caja y se procederá al lanzamiento del producto bajo el nombre MofonBox, mostrando la nueva forma de comer mofongo a tu manera desde casa.

Modelo POEM



Descripción del POEM

Medios Pagados:

- Enviaremos las cajas del producto MofonBox a influencers , por igual con ayuda de estos se realizarán reels en Instagram con la preparación del producto.
- Publicidad y promoción en las redes sociales (Ads) como en Facebook e Instagram.

Medios Propios:

- Creación de una página web propia del restaurante con el dominio:
MofongoElMocano.com.do
- Utilización de redes sociales como Facebook e Instagram **@mofongoelmocano**
- Correo electrónico - mofongoelmocano@gmail.com

Medios Ganados:

- Word of mouth: se incrementará el boca a boca a razón de las alianzas con influencers y del nuevo producto que será novedoso en el mercado.
- Comments : Debido al incremento de la publicidad y las diferentes tácticas a utilizar, se generaría mucho de qué hablar en las redes, tales como instagram, el cual generará más engagement hacia la marca.
- Reseñas en apps de envíos: en las apps donde venderemos MofonBox los usuarios podrán dejar su opinión en relación al restaurante y experiencia del servicio.

IX. Evaluación y Control

		Evaluación ONLINE		
Objetivo	Indicador	Insuficiente	Satisfactorio	Sobresatisfactorio
Aumentar la interacción y visitas a la página de Instagram en un 20% por medio de las alianzas con influencers y la elaboración de reels.	Tráfico y tasa de rebote.	<12%	18%	>22%
Utilización de 500 cupones de descuento utilizando el código MOCANOENCASA en apps de envíos en el primer mes de puesta en marcha del producto.	Cantidad de cupones canjeados.	<350	450	>575
Realización de compras de 1,500 unidades del producto MofonBox por medio de plataformas digitales como (Hugo App, Pedidos Ya y Glovo) en el primer mes de puesta en marcha del producto.	Compras de unidades realizadas en las plataformas.	<800	1,300	>1,700
Aumentar seguidores en la red social de Instagram en un 12%.	Seguidores ganados al momento de culminar el Plan de Marketing.	<8,400	13,920	>15,200

		Evaluación OFFLINE		
Objetivo	Indicador	Insuficiente	Satisfactorio	Sobresatisfactorio
Tener una distribución rápida y eficiente del producto MofonBox a los supermercados distribuidores para alcanzar la mayor participación en estos en el primer mes de puesta en marcha del producto.	Venta diaria de cajas de MofonBox en los supermercados distribuidores.	<5	6	>10
	Unidades de MofonBox ingresadas al inventario de los supermercados distribuidores quincenalmente.	<75	90	>150
Realización degustaciones en los diferentes puntos de ventas de los supermercados elegidos.	Degustaciones realizadas en un mes en los supermercados distribuidores.	<2	4	>8

X. Presupuesto y Cronograma

Productos	Cantidad	Precio Unitario	Total	Proveedor	Cotización	
PRESUPUESTO DE PROMOCION						
Creación de publicidad por la Salsa "En Casita"	1	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	Merenguito	Estimado	
Publicidad en Vallas	90	\$ 3,000.00	\$ 270,000.00	Anunciate RD	HOJA DE PRECIOS	
Presupuestos para Influencers	1	\$ 335,000.00	\$ 335,000.00			
	Rosmary Herrand	1	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00	Rosmary Herrand	HOJA DE PRECIOS
	Itelán Blandino	1	\$ 175,000.00	\$ 175,000.00	Itelán Blandino	HOJA DE PRECIOS
Gastos Creación de Pagina Web	1	\$ 13,020.00	\$ 13,020.00		HOJA DE PRECIOS	
	Pago del dominio	1	\$ 1,020.00	\$ 1,020.00		HOJA DE PRECIOS
	Diseño y actualizaciones	1	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	Merenguito	Estimado
PRESUPUESTO DE GASTOS INSTITUCIONALES						
Alianza Corporativa con Pedidos Ya	1	\$ 676,000.00	\$ 676,000.00			
		1	\$ 576,000.00	\$ 576,000.00		HOJA DE PRECIOS
<small>**Importe de la prestación de estos servicios de un monto de \$5,000,000, donde un 80% corresponden a Pedidos Ya. Así que representen un \$3,800,000 un 76% corresponden a Pedidos Ya, según \$576,000.</small>						
Presupuesto aprobado de gastos para el promocode MOCANOENCASA	1	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00		Estimado	
PRESUPUESTO PAGOS DE NOMINA, CAPITAL HUMANO Y CONTRATACIONES						
Publicación de lanzamiento por la Salsa "En Casita"	1	\$ 131,000.00	\$ 131,000.00			
	Publicación Listín Diario	1	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00	Listín Diario	Estimado
	Publicación Hoy	1	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00	Hoy	Estimado
	Publicación Diario Libre	1	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00	Diario Libre	Estimado
	Publicación Revista Mercado	1	\$ 41,000.00	\$ 41,000.00	Diario Libre	Estimado
Gasto de Servicio Publicista encargado de los NewLetters	3	\$ 20,000.00	\$ 60,000.00	Kaketa Studio	Estimado	
Gasto Servicio Community Manager de las redes	3	\$ 40,000.00	\$ 120,000.00	Kaketa Studio	Estimado	
ADS Redes Sociales, Facebook e Instagram	3	\$ 1,060.00	\$ 3,180.00	Facebook	HOJA DE PRECIOS	
Creación de Jingle	1	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00	M33	Estimado	
Creación Audio Visual de Lanzamiento MofonBox	1	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	Ling Film	2	
Publicidad de Audio Visual	1	\$ 364,000.00	\$ 364,000.00			
	Publicación de Video en Telemicro	1	\$ 91,000.00	\$ 91,000.00	Telemicro	Estimado
	Publicación de Video en Telesistema	1	\$ 91,000.00	\$ 91,000.00	Telesistema	Estimado
	Publicación de Video en Antena Latina	1	\$ 91,000.00	\$ 91,000.00	Antena Latina	Estimado
	Publicación de Video en TeleAntillas	1	\$ 91,000.00	\$ 91,000.00	TeleAntillas	Estimado
PRESUPUESTO DE INVERION EN EL PRODUCTO						
Gastos por Degustaciones del MofonBox	1	\$ 131,683.65	\$ 131,683.65	Jumbo	HOJA DE PRECIOS	
Diseño y Producción de caja MofonBox	1	\$ 191,750.00	\$ 191,750.00	Cestas de Ana Scheker	1	
			PRESUPUESTO DE GASTOS INSTITUCIONALES			
			\$ 676,000.00			
			PRESUPUESTO PAGOS DE NOMINA, CAPITAL HUMANO Y CONTRATACIONES			
			\$ 858,180.00			
			PRESUPUESTO DE PROMOCION			
			\$ 638,020.00			
			PRESUPUESTO DE INVERION EN EL PRODUCTO			
			\$ 323,433.65			
			GRAND TOTAL			
			\$ 2,495,633.65			

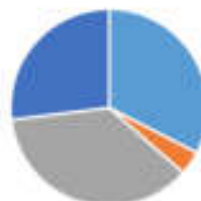
ESTRATEGIA	COSTO
Estrategias de Productos	
Estrategia 1, Tactica 1	\$ 676,000.00
Estrategia 1, Tactica 2	\$ 151,000.00
Estrategia de Precios	
Estrategia 1, Tactica 1	\$ 100,000.00
Estrategia de Comunicación	
Estrategia 1, Tactica 1	\$ 270,000.00
Estrategia 1, Tactica 2	\$ 131,683.65
Estrategia 2, Tactica 1	\$ 191,750.00
Estrategia 3, Tactica 1	\$ 335,000.00
Estrategia de Distribución	
Estrategia 1, Tactica 1	N/A
Estrategia de Marketing Digital	
Estrategia 1, Tactica 1	\$ 13,020.00
Estrategia 2, Tactica 1	\$ 60,000.00
Estrategia 3, Tactica 1	\$ 335,000.00
Estrategia 3, Tactica 2	\$ 120,000.00
Estrategia 3, Tactica 3	\$ 30,000.00
Estrategia 3, Tactica 4	\$ 3,180.00
Estrategia 3, Tactica 5	\$ 120,000.00
Estrategia 4, Tactica 1	\$ 3,180.00
Estrategias de Productos	\$ 827,000.00
Estrategia de Precios	\$ 100,000.00
Estrategia de Comunicación	\$ 928,433.65
Estrategia de Distribución	0
Estrategia de Marketing Digital	\$ 684,380.00

NOTAS

**EL ACTUAL ANALISIS DE PRESUPUESTO SEGMENTADO TIENE RECURSOS COMPARTIDOS POR LA NATURALEZA DE LAS TACTICAS Y LAS ESTRATEGIAS, PUESTO A QUE TIENEN CONTRATACIONES DONDE SE INCLUYEN MAS DE UNA TACTICA Y PRESENTAN UNA MISMA COTIZACION.

**EN PESOS DOMINICANOS

ANALISIS DE PRESUPUESTO



- Estrategias de Productos
- Estrategia de Precios
- Estrategia de Comunicación
- Estrategia de Distribución
- Estrategia de Marketing Digital

PROYECCION DE VENTAS OPTIMISTA										
Productos	PUNTO DE VENTA	Precio Unitario	MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
			Und	RD\$	UND	RD\$	UND	RD\$	UND	RD\$
MOFONBOX	JUMBO	495	720	\$ 356,400.00	840	\$ 415,800.00	960	\$ 475,200.00	1140	\$ 564,300.00
MOFONBOX	EL NACIONAL	495	600	\$ 297,000.00	540	\$ 267,300.00	1800	\$ 891,000.00	600	\$ 297,000.00
MOFONBOX	PEDIDOS YA	495	900	\$ 445,500.00	2160	\$ 1,068,200.00	2400	\$ 1,188,000.00	3000	\$ 1,485,000.00
			2220	\$ 1,098,900.00	3540	\$ 1,751,300.00	5160	\$ 2,554,200.00	4740	\$ 2,346,300.00
									GRAND TOTAL	\$ 7,751,700.00
PROYECCION DE VENTAS PROBABLES										
Productos	PUNTO DE VENTA	Precio Unitario	MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
			Und	RD\$	UND	RD\$	UND	RD\$	UND	RD\$
MOFONBOX	JUMBO	495	500	\$ 247,500.00	400	\$ 198,000.00	500	\$ 247,500.00	1140	\$ 564,300.00
MOFONBOX	EL NACIONAL	495	300	\$ 148,500.00	540	\$ 267,300.00	1200	\$ 594,000.00	200	\$ 99,000.00
MOFONBOX	PEDIDOS YA	495	900	\$ 445,500.00	2000	\$ 990,000.00	1000	\$ 495,000.00	3000	\$ 1,485,000.00
			1700	\$ 841,500.00	2940	\$ 1,455,300.00	2700	\$ 1,336,500.00	4340	\$ 2,148,300.00
									GRAND TOTAL	\$ 5,781,600.00
PROYECCION DE VENTAS PESIMISTA										
Productos	PUNTO DE VENTA	Precio Unitario	MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
			Und	RD\$	UND	RD\$	UND	RD\$	UND	RD\$
MOFONBOX	JUMBO	495	400	\$ 198,000.00	400	\$ 198,000.00	500	\$ 247,500.00	1000	\$ 495,000.00
MOFONBOX	EL NACIONAL	495	200	\$ 99,000.00	150	\$ 74,250.00	600	\$ 297,000.00	300	\$ 148,500.00
MOFONBOX	PEDIDOS YA	495	300	\$ 148,500.00	600	\$ 297,000.00	300	\$ 148,500.00	2000	\$ 990,000.00
			900	\$ 445,500.00	1150	\$ 569,250.00	1400	\$ 693,000.00	3300	\$ 1,633,500.00
									GRAND TOTAL	\$ 3,341,250.00

ESTADO DE RESULTADO OPTIMISTA		ESTADO DE RESULTADO PROBABLE		ESTADO DE RESULTADO PESIMISTA	
MOFONBOX		MOFONBOX		MOFONBOX	
MARZO-JULIO 2021		MARZO-JULIO 2021		MARZO-JULIO 2021	
VALORES EN RD\$		VALORES EN RD\$		VALORES EN RD\$	
INGRESOS		INGRESOS		INGRESOS	
Ventas Brutas	\$ 7,751,700.00	Ventas Brutas	\$ 5,781,600.00	Ventas Brutas	\$ 3,341,250.00
Menos: Devoluciones y Previsión	0	Menos: Devoluciones y Previsión	0	Menos: Devoluciones y Previsión	0
Ventas Netas	\$ 7,751,700.00	Ventas Netas	\$ 5,781,600.00	Ventas Netas	\$ 3,341,250.00
COSTOS DE LAS VENTAS		COSTOS DE LAS VENTAS		COSTOS DE LAS VENTAS	
30% de los ingresos	\$ 2,325,510.00	30% de los ingresos	\$ 1,734,480.00	30% de los ingresos	\$ 1,002,375.00
GASTOS		GASTOS		GASTOS	
PRESUPUESTO DE GASTOS INSTITUCIONALES	\$ 676,000.00	PRESUPUESTO DE GASTOS INSTITUCIONALES	\$ 676,000.00	PRESUPUESTO DE GASTOS INSTITUCIONALES	\$ 676,000.00
PRESUPUESTO PAGOS DE NOMINA, CAPITAL HUMANO Y	\$ 858,180.00	PRESUPUESTO PAGOS DE NOMINA, CAPITAL HUMANO Y	\$ 858,180.00	PRESUPUESTO PAGOS DE NOMINA, CAPITAL HUMANO Y	\$ 858,180.00
PRESUPUESTO DE PROMOCION	\$ 638,020.00	PRESUPUESTO DE PROMOCION	\$ 638,020.00	PRESUPUESTO DE PROMOCION	\$ 638,020.00
PRESUPUESTO DE INVERSION EN EL PRODUCTO	\$ 323,433.65	PRESUPUESTO DE INVERSION EN EL PRODUCTO	\$ 323,433.65	PRESUPUESTO DE INVERSION EN EL PRODUCTO	\$ 323,433.65
	\$ 2,495,633.65		\$ 2,495,633.65		\$ 2,495,633.65
GANANCIA (PERDIDA) NETA	\$ 2,930,556.35	GANANCIA (PERDIDA) NETA	\$ 1,551,486.35	GANANCIA (PERDIDA) NETA	\$ (156,758.65)

Análisis de Retorno Optimista	
Inversión	\$ 2,495,633.65
Excedente Presupuestario	\$ 7,751,700.00
Ganancias Netas	\$ 5,256,066.35
Porcentaje Inversión	311%
ROI	\$ 2,106.10
Análisis de Retorno Probable	
Inversión	\$ 2,495,633.65
Excedente Presupuestario	\$ 5,781,600.00
Ganancias Netas	\$ 3,285,966.35
Porcentaje Inversión	232%
ROI	\$ 1,316.69
Análisis de Retorno Pesimista	
Inversión	\$ 2,495,633.65
Excedente Presupuestario	\$ 3,341,250.00
Ganancias Netas	\$ 845,616.35
Porcentaje Inversión	134%
ROI	\$ 338.84

Indicadores Financieros			
Periodos	I0	\$ (2,495,633.65)	\$ (2,495,633.65)
	F1	\$ 841,500.00	-\$ 1,654,133.65
	F2	\$ 1,455,300.00	-\$ 198,833.65
	F3	\$ 1,336,500.00	\$ 1,137,666.35

Interés	10%
I0	\$ 2,495,633.65
VAN	\$432,932.59
TIR	20%
Flujo prom	\$ 1,211,100.00
Payback	2.06

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

PRODUCTO	MARZO - 2021	ABRIL -2021	MAYO -2021	JUNIO -2021
1- Creación de un nuevo concepto de consumo				
A) Presentación del producto MofonBox				
B) Variedad de salsas para MofonBox				
PRECIO				
1- Establecer una estructura de precio de penetración e incentivar las ventas del producto MofonBox.				
A) Promoción Mocano en Casa				
COMUNICACIÓN				
1- Hacer campaña de lanzamiento de nuevo producto (MofonBox).				
A) Publicidad en grandes formatos exterior				
B) Degustación MofonBox				
2- Identidad propia del producto				
A) Packaging personalizados				
3- Aumentar la visibilidad del restaurante Mofongo El Mocano en las redes sociales				
A) Alianza con influencers				
B) Elaboración de video para redes sociales				
DISTRIBUCIÓN				
1- Informar al cliente nueva forma de consumir				
A) Nuevos puntos de ventas para MofonBox				
ESTRATEGIAS PLAN DE MERCADEO DIGITAL				
1- Ampliar nuevos propios de información				
A) Elaboración de página web para Mofongo El Mocano				
B) Envío de newsletter semanales				
2- Aumentar la visibilidad del Restaurante Mofongo El Mocano By Taveras en las Redes Sociales				
A) Afiliación con influencers				
B) Creación de Jingle para producto MofonBox				
C) Promoción de MofonBox en las redes sociales				
D) Challenge "Batelo con el Mocano"				
3- Creación de campaña publicitaria (Video)				
A) Comercial expectativa de MofonBox				

Anexos



Franklin Villar R.
Cel: 809-431-0994, E-mail: Franklinv87@gmail.com
Ingri Álvarez S.
Cel: 809-619-0994, E-mail: ingrialvarezs@gmail.com

RNC: 22500283035

Cotización de servicios

24-11-2020

Compañía	Mofongo El Mocano
RNC de la Compañía	
Nombre de contacto	Maria Tejeda

Descripción	Precio	Cantidad	Precio Total
Realización de audio visual para lanzamiento de MofonBox (1) Edición de version redes sociales a la mayor calidad de duracion, incluir Jingle track musical Audio directo para testimonios			RD\$150,000

Precio Sub Total	RD\$150,000
ITBIS	RD\$27,000
Precio Total	RD\$177,000

Condiciones y formas de pago

- Completar el 50% antes del día del evento.
- El restante 50% contra entrega.
- Pago en efectivo (RD\$ o USD\$).
- Transferencia Bancaria: Banco Popular No. Cuenta: 771340437 a nombre de Franklin Villar. (Por favor enviar comprobante para hacer efectivo su pago)

Cotizado y enviado por: Ingri Álvarez S.
LING FILM



Cestas de Ana Scheker

C Alberto Larancuent #10 Naco, D.N
RNC 1-01-82435-2

COTIZACION

Date	Estimate #
27/11/2020	764

Name / Address
MOFONGO EL MOCANO

Project

Description	Cantidad	Precios	Total
Caja tipo sobre brandeada con un (1) logo	500	RD\$325.00	RD\$162,500.00
Impuestos Transferencia Bienes y Servicios Industrializados			18.00%
		Total	RD\$191,750.00



Evelyn Medina

to me



Hola Maria,
Gracias, recibido. Nos parece interesante, lo único que en 1 semana no vemos orgánico subir 4 posteos juntos, entiendo que se puede hacer en un mes todo el contenido, de manera que no se vea una publicidad pagada.
Te paso la propuesta:

Rosmery Herrand + Mofongo El Mocano (MofonBox)
4 posteos - algunos de estos puede ser video
2 stories
Duración: 1 mes (Mayo)
Monto: RD\$160,000.00 + itbis.

Cualquier otra cosa me reitero a la orden.
Saludos,

COTIZACIÓN



me

Buenas Tardes! Quisiera saber el precio/ cotización de Helen Blandino



Evelyn Medina

to me



Hola Maria,
Te paso la propuesta de Helen Blandino

Helen Blandino + Mofongo El Mocano (MofonBox)
4 posteos de fotos
2 stories
Duración: 1 mes (Abril)

Cualquier otra cosa me reitero a la orden.
Un abrazo,
Monto: RD\$175,000.00 + itbis

APLICACIÓN AL COMITÉ DE ÉTICA DE INVESTIGACIÓN APROBADO CEI2020-266



JotForm
Claudia Montas Nicasio

2:27 p. m.

Hola Claudia Montás,

Ha sido **Aprobada** la Aplicación al Comité de Ética de Investigación del proyecto *Plan de mercadeo para lanzamiento de producto "Mofonbox Mocano en casa"*. Producto a ser lanzado por Mofongo Mocano by Taveras, restaurante dedicado a la elaboración de platos tainos, africanos y españoles para consumo dominicano en Distrito Nacional y Santo Domingo Este (San Isidro), República Dominicana:

Autor/es:

Maria Mercedes Tejeda Taveras 180568

Maria Fernanda Guerra Gómez 180665

Pueden proceder a la recolección de datos.

Saludos,

Rosa Hilda Cueto



Propuesta Digital

Plataforma	Formatos	Inversión	Monto con descuento	Período	Observación
Banners estandars	300x250	88,000.00	86,000.00	30 días	800,000 CPM
Desktop	300x600				
Móvil	380x800				

No hace falta pagar por esta vía

Un placer servirles.

Oh!
MAGAZINE ■ ■ ■ ■ ■ CERO YÉ

Las grandes consumidoras de hoy leen Oh! Magazine!
Una revista pensada para una mujer con alto nivel: cultura, viajes, profesionalidad, actualidad musical, tecnológica, fitness. Quincenalmente en LUSA (Diario cobertura nacional)
Target: Mujeres y Hombres MJ, ABC, 20-35

TARIFA VIGENTE DESDE JULIO 2013

NACIONAL E INTERNACIONAL SOFT		RD\$
Una Página		\$ 91,300
Media Página		\$ 50,100
Un Cuarto de Página		\$ 27,600
LOCAL SOFT		RD\$
Una Página		\$ 75,100
Media Página		\$ 40,700
Un Cuarto de Página		\$ 20,900
SATINADA		RD\$
Una Página		\$ 108,400

Tarifa Escogida: Se adiciona un 20% sobre tarifa que aplique

SÍGUENOS EN:

@OHMAGAZINERD



Referencias

Virginia Dulce. (2017). Mofongo el Mocano. 2016, de Google Sitio web: https://www.google.com/search?q=mofongo+el+mocano&sxsrf=ALeKk02sIWJ7IC0INR8oJEoOeVbFM-O2Og:1600139474603&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwj2eWHmOrrAhWFVN8KHcOJCmsQ_AUoAXoECCAQA&biw=1440&bih=789#imgrc=UICxnIsPi6_gvM

Adrian Tropical. (2017). Adrian Tropical. 2016, de Adrian Tropical Sitio web: <https://www.adriantropical.com/nosotros>

Restaurante El Conuco. (2016). Restaurante El Conuco. 2015, de Restaurante El Conuco Sitio web: <https://www.facebook.com/pages/category/Latin-American-Restaurant/RESTAURANTE-EL-CONUCO-155011341792/>

Restaurante Jalao. (2018). Restaurante Jalao. 2017, de Jalao Sitio web: <http://jalao.do/>

Restaurante Jalao. (2018). Restaurante Jalao. 2018, de Facebook Jalao Sitio web: <https://www.facebook.com/jalaosd>

Mesón de Bari. (2019). Bocao- Mesón de Bari. 2018, de Bocao Sitio web: <https://bocao.com.do/articulos/2103/el-meson-de-bari-estrena-nueva-sucursal-en-naco>

Edgar Barnichta. (2012). La propina no es un impuesto, pero sí lo parece en la práctica. 2020, de Listin Diario Sitio web: <https://listindiario.com/economia/2012/04/19/229323/la-propina-no-es-un-impuesto-pero-si-lo-parece-en-la-practica#:~:text=Cargos.,servicio%20y%2016%25%20de%20Itbis>

Ministerio de Turismo. (2018). Hoteles, bares y restaurantes aportan 5.2% a la economía dominicana. 2020, de Ministerio de Turismo Sitio web: <http://mitur.gob.do/hoteles-bares-y-restaurantes-aportan-5-2-a-economia-dominicana/>

ASONAHORES. (2018). Hoteles, Bares y Restaurantes, principales contribuyentes al crecimiento de la economía del país, según BCRD. 2020, de ASONAHORES Sitio web: <https://www.asonahores.com/hoteles-bares-y-restaurantes-principales-contribuyentes-al-crecimiento-de-la-economia-del-pais-segun-bcrd/>

Leandro Diaz. (2020). La triple crisis de los restaurantes en RD. 2020, de Listin Diario Sitio web: <https://listindiario.com/la-vida/2020/05/05/616155/la-triple-tesis-de-los-restaurantes-en-rd>

Hosteleria News. (2015). La cocina dominicana: origen y evolución. 2020, de Hosteleria News Sitio web: <https://www.hostelerianews.com/la-cocina-dominicana-origen-y-evolucion/>

Ing. José Alfonzo Laínez. (2013). Estudio de mercado Rep. Dominicana canal foodservice e industrial. 2020, de PROESA Sitio web: https://www.slideshare.net/proesa_sv/estudio-de-mercado-rrdd-canal-foodservice-e-industrial <https://bohionews.com/valor-agregado-del-sector-hoteles-bares-y-restaurantes-en-republica-dominicana-registra-crecimiento-de-4-9/>

Roberto Espinosa. (2020). Matriz BCG. 2019, de Roberto Espinosa Sitio web: <https://robertoepinosa.es/2020/03/22/matriz-bcg>

Celeberrima. (2019). Relación entre el ciclo de vida del producto y matriz BCG. 2018, de Celeberrima Sitio web: <https://www.celeberrima.com/relacion-entre-el-ciclo-de-vida-del-producto-y-matriz-bcg/>

Equipo De Redacción. (2012). El mapa de posicionamiento o matriz de posicionamiento.. 2011, de Territorio Marketing Sitio web: <https://territoriomarketing.es/el-mapa-de-posicionamiento-o-matriz-de-posicionamiento/>

Maria Tejada y Maria F. Guerra. (2020). Fuente: Encuesta Plan de Mercadeo para Lanzamiento de producto: "MofonBox Mocano en Casa".. 2021, de Google Forms Sitio web: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSetl434d93_7yJUPg9KmKJJQ7-3xdWI7SnhYu4LVgiwaUQIWg/viewform

Agro Uba. (2019). Matriz de crecimiento producto- mercado. 2018, de Agro Uba Sitio web: https://www.agro.uba.ar/unpuente/img/actividades/matriz_crecimiento.pdf

Oficina Nacional de Estadística. (2020). ONE. 2019, de ONE (Oficina Nacional de Estadística) Sitio web: <https://www.one.gob.do/>