

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo Fin de Carrera Titulado:**

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LAS DISCOTECAS DE QUITO Y  
SUGERENCIAS DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LAS MISMAS

**Realizado por:**

LUIS IGNACIO LOPEZ ROBAYO

**Dirigido por:**

PHD. JORGE CRUZ

**Como requisito para la obtención del título de:**

INGENIERO COMERCIAL CON ESPECIALIZACIÓN EN MARKETING

**Quito, Marzo del 2009**

## **DECLARACION JURAMENTADA**

Yo, Luis Ignacio López Robayo, declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normatividad institucional vigente.

.....  
**Luis Ignacio López Robayo**

## **DECLARATORIA**

El presente trabajo de investigación de fin de carrera titulado:  
**COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LAS DISCOTECAS DE QUITO Y  
SUGERENCIAS DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LAS MISMAS**

Realizado por el alumno:

**LUIS IGNACIO LOPEZ ROBAYO**

Como requisito para la obtención del título de:

**INGENIERO COMERCIAL CON ESPECIALIZACION EN MARKETING**

Ha sido dirigido por el profesor:

**PHD. JORGE CRUZ**

Quien considera que constituye un trabajo original de su autor.

.....  
Jorge Cruz, Phd.

**DIRECTOR DE PROYECTO**

Los profesores informantes:

**Eco. BYRON LARA**

**Ing. DIEGO ARAQUE**

Después de revisar el trabajo escrito presentado, lo han calificado como apto para su  
defensa oral ante el tribunal examinador.

.....  
Eco. Byron Lara

.....  
Ing. Diego Araque

**Quito, Marzo 2009**

## AGRADECIMIENTOS

Primeramente un agradecimiento muy especial a mis padres, que gracias a ellos he llegado a culminar esta etapa tan importante de mi vida.

Un agradecimiento sobre todo a mi padre, que fue fuente de inspiración y un continuo motivador para seguir con mis estudios, y gracias a él he logrado cumplir muchas de mis metas y por eso le estaré eternamente agradecido, además que su apoyo a sido incondicional a lo largo de toda mi vida.

A toda mi familia que siempre me ha dado ánimos para continuar y culminar mis estudios, y por la cual he luchado para salir adelante y llegar a ser alguien indispensable dentro de la sociedad.

Un agradecimiento grande a mi profesor y director de tesis Dr. Jorge Cruz, ya que gracias a su gran cátedra y conocimiento de infinitas cosas, me ha llevado por el camino correcto y por él tengo la profesión que escogí.

Su gran inteligencia y personalidad ha sido fuente de inspiración, ya que todo lo que hago y aprendo es siempre para seguir sus pasos y tratar de parecerme a él, ya que considero que es un excelente ser humano, y más que un profesor lo considero como mi mentor y amigo de charlas.

Un último agradecimiento al profesor Marcelo Medrano, que me impartió clases de historia en el colegio, y gracias a su gran pasión por esta materia y amplio conocimiento en todas las áreas, me contagio para proseguir con esta hermosa ciencia, la cual he seguido afanosamente a lo largo de todos estos años, y la cual seguiré por el resto de mi vida. Gracias a el tengo la personalidad que tengo y el conocimiento que ahora poseo y estoy seguro que un profesor de tanta genialidad y carisma no volverá a pisar un aula de clase por un largo tiempo.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a todos esos grandes hombres que han existido a lo largo de toda la historia. A todos los filósofos que nos han abierto la mente para poder comprender mejor a la vida. A los grandes genios que han cambiado al mundo y los cuales han sido inspiración y ejemplo a seguir, y sobre todo que me enseñaron a no conformarme con lo que sé, y soy, de esta manera perseverar en los estudios, herramienta que no me dejará sucumbir ante el conformismo, la ignorancia y la mediocridad.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El tema que se desarrolla en esta tesis, no ha sido estudiado por mercadólogos en el Ecuador, por dicha razón y sin miedo a equivocarse, se diría que se está investigando algo totalmente nuevo y que no ha sido explorado científicamente, lo cual da a este estudio una alta importancia ya que se descubrirá el comportamiento de las personas en Quito y cuales son sus hábitos y costumbres al momento de ir a una discoteca o a un bar en la capital del Ecuador.

Por las razones antes mencionadas, se escogió este tema, para ser estudiado a profundidad, y de esta manera dar a conocer datos importantes sobre las discotecas de Quito y sus usuarios.

El objetivo de esta investigación es impulsar el desarrollo de la industria de la diversión nocturna para que brinde a sus usuarios una mejor atención y a su vez que el negocio sea más rentable.

La falta de estudios en esta área se debe a que varios expertos tienen un mal concepto de lo que es un bar o una discoteca, catalogándola como un simple lugar de reunión de ciertas personas de una zona geográfica determinada, lo cual es falso ya que detrás de todo este “simple” rito antropológico de reuniones para tener contacto humano se esconde toda una ciencia a la que podríamos llamar marketing.

El momento en que una persona escoge ir a un determinado lugar “discoteca” no lo hace al azar, detrás de toda esta decisión se esconden varios factores, los que obligaron o sugirieron a esta persona a tomar dicha decisión.

Esta investigación va a estar orientada al sector de las discotecas en la ciudad de Quito, se ha decidido hacer un análisis completo de este sector ya que es muy interesante saber como funciona la toma de decisiones para este “servicio” además que la industria de diversión nocturna mueve aproximadamente más de dos millones y medio de dólares anuales, lo cual significa un gran movimiento de la economía ya que se tratan de medianas empresas.

La finalidad de esta investigación va a ser de averiguar al consumidor en los lugares de diversión y como toma las decisiones de selección del lugar.

Se va a utilizar tres disciplinas de la ciencia que son la psicología, sociología y antropología, de esta manera hacer un análisis completo de toda esta investigación sobre toma de decisiones.

En lo que al estudio científico respecta, la investigación para este tema es bastante larga ya que para saber que motivó a la toma de decisiones del cliente hay que saber que pensó antes de ejercer dicha acción y aquí es donde la ciencia de la sociología, psicología y antropología entran en acción o lo que en marketing se llamaría “comportamiento del consumidor”.

Todas estas ramas de la ciencia son muy importantes en esta investigación ya que la toma de decisiones del que desde ahora lo llamaremos “consumidor” esta basado en las costumbres repetitivas de una determinada población de un país.

Al utilizar la palabra repetitivas se refiere a una costumbre que se lo lleva realizando por mucho tiempo y por un grupo específico de personas a las que se podría separar por edad, sexo, estrato social, y ubicación geográfica. Al saber que existe esta costumbre

repetitiva de cierta acción se podría entonces enfocar en el ¿POR QUÉ? estas personas acuden a un lugar determinado.

Hay que averiguar qué razones existieron para esto, por ejemplo en este estudio interesa saber por que una persona o grupo de personas van a una discoteca específica, puede que disfruten de ciertas cosas más que otras como es la música, variedad de licores, el ambiente de la discoteca, la decoración etc. Esta información es la más preciada por la propia discoteca y sus competidores, ya que al saber cuales son las preferencias de las personas mejorarían en donde tienen deficiencia para poder ganar la atención y la clientela de las demás discotecas.

Otra de las razones por la cual el autor se sintió atraído por esta investigación es el tiempo de reposición del capital invertido. Es uno de los pocos negocios que se puede recuperar la inversión inicial la cual no es baja, en menos de un año.

Va a ser una investigación completa para tratar de beneficiar al consumidor y al producto, y tratar de afirmar las teorías pero aplicadas al sector de diversión nocturna que se va a dar en esta tesis.

Este trabajo permitirá identificar los factores de influencia en el comportamiento del consumidor como resolución de problemas, para la satisfacción de necesidades. Proporcionará además, el conocimiento del proceso de resolución de problemas, las influencias que determinan dichos comportamientos y los niveles de respuestas existentes según el grado de participación en la compra.

También permitirá adquirir herramientas para la clasificación y medición de los distintos niveles de respuesta de consumo.

## **ABSTRACT**

The subject that is develop in this thesis, hasn't been studied by marketing man in Ecuador, and because of that, and with out any fear of mistaken, this investigation is a completely new thing and hasn't been explored scientifically, that's why this study is of a high importance, because it will explore the behavior of people in Quito, like for example their habits and customs when they go into a discotheque or a bar in the capital of Ecuador.

For the reasons before mentioned, this topic was selected, to be deeply studied, and by this way showing the important information about discotheque of Quito and their costumbers.

The purpose of doing this investigation is to impulse the development of the club industry, by doing this, people can offer a much better service to clients and at the same time, business will get more profits.

The lack of studies in this area is caused by "experts" and by their wrong concept of what a discotheque is, cataloging this places as a simple meeting place of certain people of a specific area, which is wrong because behind this "simple" anthropologic ceremony of meeting to have human contact, there is a science hiding behind all this, and is called Marketing.

When a person decides to go to a certain discotheque, he doesn't do it randomly, behind this decision, there are many factors that suggests this person to take that certain decision.

This investigation will be orientated to the discotheque area in the city of Quito. It was decided to make a complete analysis of this area, because is really interesting and important to know how people make decisions for this "service", besides the industry of the discotheques and bars together makes two and a half million dollars a year, which means a great movement in the local economy, although this are small businesses.

The purpose of this investigation will be to find out what the behavior of people is and how they make the decision to go to a certain place.

Three disciplines of the science will used here, and these are: psychology, sociology and anthropology, this way there will be a complete analysis of the investigation so we can find out how people take decisions.

In what scientific study Concerns, the investigation for this topic will be long because finding out the motive for a customer to make a certain decision, we need to find out what he was thinking before making that decision and here is where the psychology, sociology and anthropology comes in to play, and it will now be known in marketing as customer's behavior.

All the before mention science categories are really important to this investigation because the making of decisions of whom from now on will call "customer" is based on the repetitive customs of one certain population in a country.

When the word repetitive is used it refers to a custom that has been realized for a long time and by a specific group of people that can even be separated by age, sex, social status and geographic location. To know that this repetitive custom exists, we can focus on the ¿WHY? This people go to a certain place.

We need to find out what reasons existed for this, for example on this study is of interest to know why one person or groups of persons go to a certain discotheque, it might be because they enjoy some things more than others like music, variety of drinks, the atmosphere of the discotheque, decoration, etc. This information is of great value for the discotheque and their competitors, because if you know what the preferences of people are, they discotheques can give a better service and will improve where they have deficiencies so they can get more attention from customers of the discotheque.

There are other reasons why the author felt attracted for this investigation, and it's because of the reposition time of the investment. This is one of the few businesses in which people can get the money from the investment back in a period of less than one year.

This complete investigation will try to benefit both, the owner of the discotheque and the customer, and will try to affirm the theories but applied on the discotheques area.

This work will permit to identify the factors of influence in the consumer's behavior as the solution of the problem, to satisfy the needs.