

ANÁLISIS DE LAS PREFERENCIAS, PERCEPCIONES Y SATISFACCIÓN DE LOS ASISTENTES A LA FERIA DEL CHOCOLATE 2023 EN LA CIUDAD DE SUCRE**ANALYSIS OF THEN PREFERENCES, PERCEPTIONS AND SATISFACTION OF THOSE WHO ATTENDED THE 2023 CHOCOLATE FAIR IN SUCRE**

Karen Celeste Gutiérrez Coronado
 gutierrez.karenceleste@usfx.bo

Ingeniería Comercial

Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca

Sucre, Chuquisaca, Bolivia.

RECIBIDO: mayo 20, 2023

ACEPTADO: junio 16, 2023

RESUMEN

En las últimas décadas, la industria del chocolate ha experimentado un crecimiento notable, convirtiéndose en uno de los productos más populares y apreciados por los consumidores a nivel mundial. El chocolate no solo se distingue por su exquisito sabor, sino también por su valor cultural e histórico. En este contexto, las ferias enfocadas en la exhibición de chocolates han convertido en eventos destacados que reúnen a aficionados de este dulce producto en un entorno festivo y atractivo.

En el presente estudio, se realizó el análisis de las preferencias, percepciones y satisfacción de los asistentes a la Feria del Chocolate 2023 en la ciudad de Sucre. Esta feria, reconocida por su relevancia a nivel regional y nacional, se destaca como un espacio de encuentro para productores chocolateros, emprendedores y entusiastas del chocolate, donde se exhibe una amplia gama de productos, se ofrecen degustaciones y se organizan actividades relacionadas con la cultura y la historia del chocolate.

El objetivo principal de esta investigación es comprender las preferencias y percepciones de los asistentes, así como evaluar su nivel de satisfacción respecto a los diferentes aspectos relacionados con el evento. En este estudio se utilizó el enfoque cuantitativo para su elaboración, empleando un tipo de investigación descriptivo, y además se recurrió al método bibliográfico y estadístico. El muestreo empleado fue probabilístico, utilizando la técnica de muestreo aleatorio simple.

El análisis de las preferencias se enfocó en identificar los tipos de chocolate más demandados, las marcas más reconocidas y otros aspectos relevantes relacionados con la elección y compra de chocolate en la feria. Por otro lado, las percepciones se analizaron tomando en cuenta las características de los productos exhibidos, la presentación de los stands y la variedad de opciones. Finalmente, la satisfacción de los asistentes fue evaluada en función al cumplimiento de expectativas y la intención de recomendar el evento a otros posibles visitantes.

Tras llevar a cabo la investigación, se pudo constatar la clara preferencia de los asistentes por el chocolate, resaltando especialmente la calidad de las marcas locales y la satisfacción general con la feria del chocolate de Sucre. Por último, los resultados de esta investigación proporcionan una base para futuros estudios que contribuirán al desarrollo y promoción de la industria del chocolate, consolidando a Sucre como un destino destacado para los amantes del chocolate.

Palabras clave: Preferencias, Percepciones, Satisfacción, Feria del Chocolate.

ABSTRACT

In the last decades, the chocolate industry has experienced remarkable growth, becoming one of the most popular and appreciated products among consumers worldwide. Chocolate is not only distinguished by its exquisite flavor but also by its cultural and historical value. In this context, fairs focused on the exhibition of chocolates have become prominent events that bring together enthusiasts of this sweet product in a festive and attractive environment.

In this study, the analysis of preferences, perceptions, and satisfaction of attendees at the 2023 Chocolate fair in the city of Sucre was carried out. This fair, recognized for its regional and national relevance, stands out as a meeting space for chocolate producers, entrepreneurs, and chocolate enthusiasts, where a wide range of products are exhibited, tastings are offered, and activities related to the culture and history of chocolate are organized.

The main objective of this research is to understand the preferences and perceptions of attendees, as well as to evaluate their level of satisfaction regarding different aspects related to the event. This study used a quantitative approach for its development, employing a descriptive research design, and also relied on bibliographic and statistical methods. The sampling employed was probabilistic, using a simple random sampling technique.

The analysis of preferences focused on identifying the most demanded types of chocolate, the most recognized brands, and other relevant aspects related to the choice and purchase of chocolate at the fair. On the other hand, perceptions were analyzed taking into account the characteristics of the exhibited products, the presentation of the stands, and the variety of options. Finally, the satisfaction of the attendees was evaluated based on the fulfillment of expectations and the intention to recommend the event to other potential visitors.

After conducting the research, it was found that attendees clearly prefer chocolate, especially highlighting the quality of local brands and overall satisfaction with the chocolate fair in Sucre. Lastly, the results of this research will provide a solid foundation for future studies and contribute to the development and promotion of the chocolate industry, consolidating Sucre as a prominent destination for chocolate lovers.

Keywords: Preferences, Perceptions, Satisfaction, Chocolate Fair.

INTRODUCCIÓN

La industria del chocolate ha experimentado un notable crecimiento en las últimas décadas, convirtiéndose en uno de los productos más consumidos y apreciados a nivel mundial. El chocolate no solo es reconocido por su exquisito sabor, sino también por el valor cultural e histórico que representa. (EMR, 2023)

En respuesta a esta creciente demanda, han surgido las ferias del chocolate como eventos destacados que reúnen a productores, emprendedores y entusiastas del chocolate en un entorno atractivo y festivo. (Forbes, 2022) La feria del chocolate en la ciudad de Sucre, reconocida en la región, se ha convertido en un punto de encuentro importante para los apasionados del chocolate, además de funcionar como una plataforma para promover la cultura y la industria chocolatera local. Tras una interrupción de 3 años debido a la pandemia, los organizadores buscan brindar una experiencia inolvidable y satisfactoria a todos sus visitantes. (Correo del Sur, 2023)

Según Kotler y Keller (2016):

“El comportamiento del consumidor es influenciado por una combinación de factores internos y externos, como las necesidades, la personalidad, las actitudes, la cultura y el entorno social”

La comprensión de las preferencias de los consumidores y sus percepciones sobre los productos de chocolate presentes en la feria es fundamental para el desarrollo y la promoción de la industria chocolatera. Además, evaluar el nivel de satisfacción de los asistentes permitirá identificar áreas de mejora y brindar recomendaciones para futuras ediciones de la feria del chocolate de Sucre.

En este contexto, se llevó a cabo la presente investigación con el objetivo de explorar las preferencias, percepciones y satisfacción de los asistentes a la feria del chocolate 2023 en Sucre. Los resultados de esta investigación proporcionarán información valiosa para la industria chocolatera, tanto para los fabricantes de chocolates como los expositores y organizadores de la feria, permitiéndoles

comprender mejor a su público objetivo y adaptar sus estrategias de marketing y productos en consecuencia.

METODOLOGÍA

La metodología empleada en este trabajo de investigación se basó en un enfoque cuantitativo y en un tipo de investigación descriptivo. Se utilizó el método bibliográfico, el cual permitió realizar una revisión de documentación e información existente relacionada con el tema de estudio. (Sampieri, 2014)

Además, se aplicó el método estadístico para recopilar y procesar los datos recolectados durante el estudio. Esto permitió obtener resultados cuantitativos precisos y realizar análisis estadísticos para identificar las preferencias, percepciones y satisfacción de los asistentes a la feria del chocolate de Sucre.

El instrumento para llevar a cabo la investigación fue la aplicación de una encuesta en línea que constó de 10 preguntas de selección múltiple, que permitió alcanzar de manera eficiente y conveniente una muestra representativa de visitantes de la feria.

Para llevar a cabo esta investigación, se utilizó el método de muestreo aleatorio simple, empleando la encuesta a una muestra representativa de 550 personas que visitaron la feria. El tamaño de la muestra se determinó teniendo en cuenta la población total de asistentes y considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error aceptable. Cada asistente tenía la misma probabilidad de ser seleccionado, lo que garantizó la imparcialidad en la elección de los participantes.

Las preguntas de la encuesta fueron diseñadas cuidadosamente para abordar aspectos clave, como las preferencias de sabor, las marcas más reconocidas y la percepción de calidad de los productos de chocolate, entre otros. También se incluyeron preguntas demográficas básicas para obtener información sobre la diversidad de los participantes. Una vez recopilados los datos, se realizó un análisis estadístico y se generaron gráficos para visualizar los resultados de manera clara y comprensible.

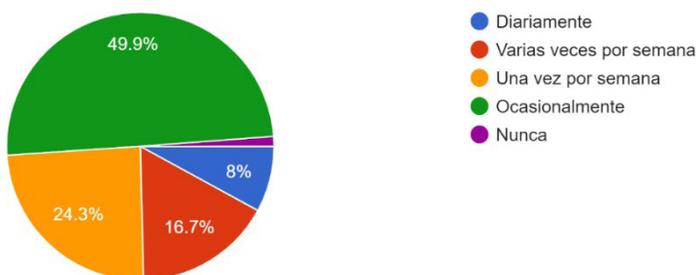
RESULTADOS

A continuación, se presentan los hallazgos más relevantes basados en el análisis de los datos recopilados a través de las encuestas aplicadas a los visitantes de la feria del chocolate. Respecto a las variables sociodemográficas, los resultados revelan una interesante distribución en cuanto a la edad, con una destacada presencia de jóvenes adultos en el evento, seguido de otros grupos de edad. El 52% de los encuestados pertenecen al grupo de edad de 18 a 25 años, el 27% de los encuestados se encuentra en el rango de edad de 26 a 39 años, lo que sugiere que este grupo también es representativo en la asistencia a la feria. En tanto un 17% de los encuestados pertenece al grupo de edad de 40 a 59 años, y finalmente, un 4% de los encuestados reporta tener más de 60 años, lo que refleja una presencia menor pero aún relevante de adultos mayores en el evento.

Además, se observa una equilibrada representación de hombres y mujeres. Según los resultados, el 55% de los encuestados son mujeres, mientras que el 45% son hombres. Esto refleja que tanto hombres como mujeres muestran interés en la feria del chocolate, lo que demuestra su atractivo para ambos géneros.

Análisis de las preferencias de los asistentes a la feria del chocolate

Gráfico 1: Frecuencia consumo de Chocolate (%)



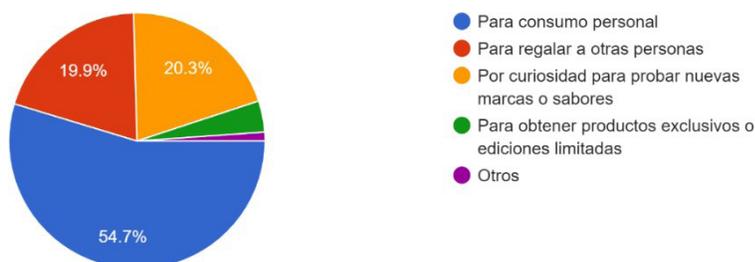
Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas, 2023

Analizar la frecuencia de consumo de chocolate en esta investigación es importante para comprender los hábitos y preferencias de los asistentes. Esto permite comprender si el consumo de chocolate es ocasional, regular o frecuente para los participantes, lo que

puede tener implicaciones en la oferta y variedad de productos en la feria. Los resultados revelan que un 49% de los asistentes lo consume ocasionalmente, mientras que un significativo 24% lo incorpora en su dieta semanalmente. Además, un 17% menciona consumirlo varias veces a la semana, indicando una mayor frecuencia de consumo.

Estos hallazgos destacan la diversidad en los hábitos de consumo de chocolate y subrayan su presencia tanto como un consumo ocasional como un pequeño gusto frecuente en su día a día.

Gráfico 2: Motivación de Compra (%)

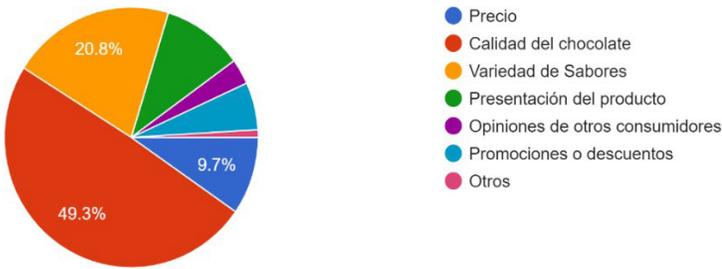


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas, 2023

El principal motivo de compra de chocolates en la feria, según el 54% de los encuestados, es el consumo personal. El 20% muestra curiosidad por probar nuevas marcas o sabores, buscando explorar y descubrir opciones diferentes, mientras que un 19% menciona que compra chocolates para regalar, reconociendo que son un obsequio apreciado y agradable de compartir.

Un pequeño porcentaje, alrededor del 4%, busca productos exclusivos o ediciones limitadas, valorando la exclusividad. Estas razones reflejan la diversidad de motivaciones de los consumidores al comprar chocolates en la feria.

Gráfico 3: Factores que influyen en la compra de chocolates (%)

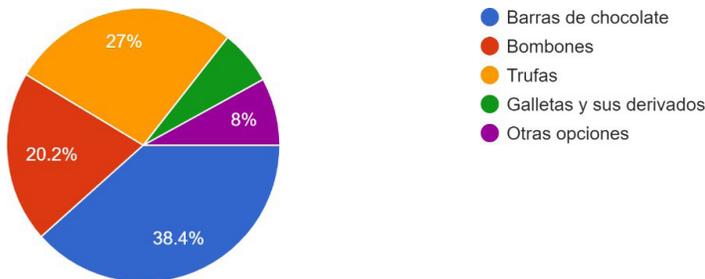


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas, 2023

Según los resultados obtenidos, la calidad del chocolate es el factor primordial para el 49% de los encuestados al momento de realizar su compra. Por otro lado, un 21 % de los encuestados considera la variedad de sabores como un aspecto relevante al elegir qué chocolates comprar en la feria. Esto indica que una parte significativa de los participantes valora la diversidad y la posibilidad de disfrutar de diferentes sabores y combinaciones en los productos de chocolate disponibles.

La presentación del producto es un aspecto importante para el 10 % de los encuestados, mientras que para el 9 % el precio es un aspecto importante al tomar su decisión de compra. Esto sugiere que un porcentaje relativamente bajo de los participantes prioriza la relación costo-beneficio al seleccionar los chocolates en la feria.

Gráfico 4: Presentación de Chocolates (%)

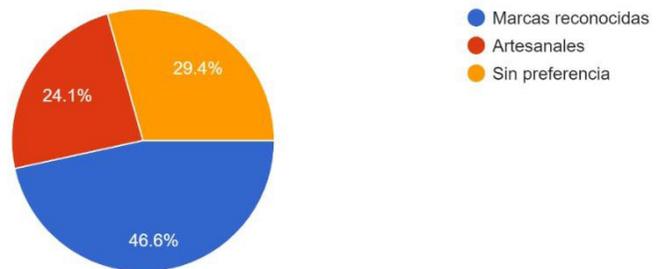


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas, 2023

Según los resultados, se observa una variedad de preferencias en cuanto a las presentaciones de chocolate. Un 38 % de los encuestados encuentra más atractivas las barras de chocolate, lo que indica una preferencia por su practicidad y versatilidad. Por otro lado, un 27% elige las trufas como su presentación preferida, destacando la suavidad y textura especial de estas delicias. Además, un 20% muestra preferencia por los bombones, disfrutando de las pequeñas porciones de chocolate rellenas de sabores diversos, mientras que el 8% menciona otras opciones de presentación que se ajustan a sus gustos o preferencias.

Estos resultados demuestran la diversidad de preferencias de los consumidores en cuanto a las presentaciones de chocolate, lo que refuerza la importancia de ofrecer una variedad de opciones para satisfacer sus necesidades y preferencias individuales.

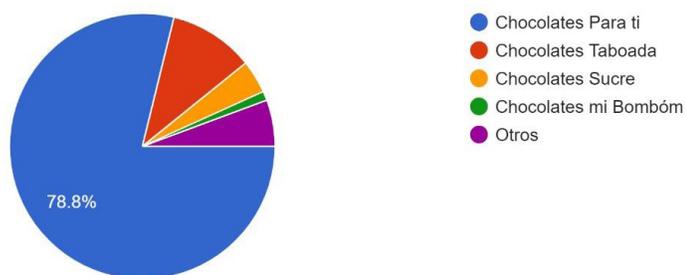
Gráfico 5: Preferencia de Marca (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas, 2023

En cuanto a la preferencia de marcas, el 47 % de los encuestados manifestó una preferencia por las marcas reconocidas, posiblemente debido a su reputación, calidad y reconocimiento en el mercado. Por otro lado, el 24 % de los encuestados indicó una preferencia por productos de chocolate elaborados de manera artesanal. No obstante, el 29 % de los encuestados mencionó no tener una preferencia clara entre marcas reconocidas y artesanales, se muestran abiertos a disfrutar de ambas opciones, sin tener una inclinación definida hacia ninguna de ellas.

Gráfico 6: Marcas Favoritas (%)

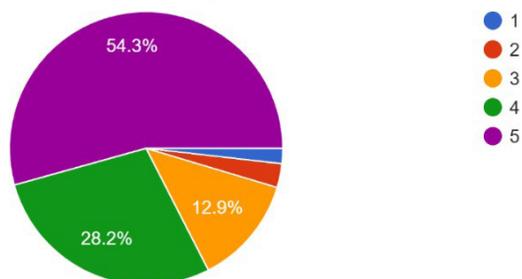


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas, 2023

El análisis de las preferencias de marca revela que la marca de chocolates más preferida por los encuestados es “Chocolates Para ti”, con un 79%. Esta clara preferencia destaca su popularidad y reconocimiento. Por otro lado, el 10 % de los encuestados eligió “Chocolates Taboada” como su marca favorita, y un 4% eligió a “Chocolates Sucre”. En tanto el 6% restante de los encuestados mencionó otras marcas como sus favoritas, lo que indica una diversidad de preferencias y la existencia de opciones adicionales valoradas por los participantes, aunque en menor proporción.

Análisis de la percepción de los asistentes a la feria del chocolate

Gráfico 7: Importancia de la presentación visual de los productos (%)

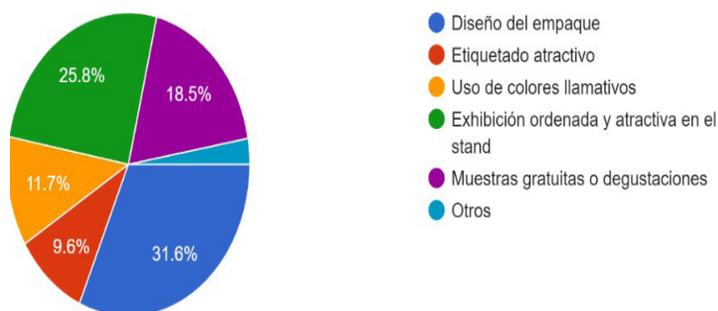


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas, 2023

La percepción de los consumidores respecto a la presentación visual de los productos de chocolate en la feria refleja que un 54% considera que la presentación visual es “muy importante”, reconociendo que una apariencia atractiva y llamativa puede despertar un mayor interés y deseo de adquirir los productos de

chocolate. Además, el 28% de los encuestados la considera “importante”, el 13% asigna una importancia promedio, el 3% la considera de importancia moderada, y solo el 2% la percibe como “poco importante”. Estos resultados refuerzan la idea de que la percepción visual desempeña un papel significativo en la elección y la atracción hacia los productos de chocolate en la feria.

Gráfico 8: Elementos de la presentación visual de los productos que influyen en la decisión de compra (%)



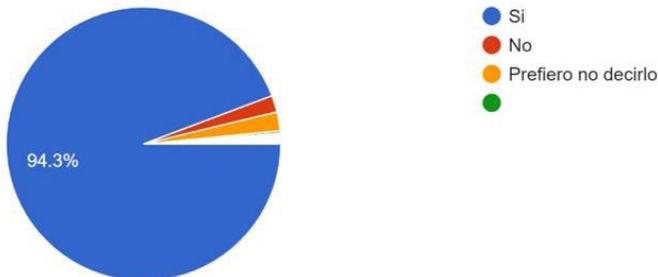
Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas, 2023

La importancia de la presentación visual en la decisión de compra de los productos de chocolate se destaca en los resultados. El 32% de los encuestados considera que el diseño del empaque es un elemento clave, mientras que el 26% destaca la exhibición ordenada y atractiva de los productos en el stand.

Además, se evidenció que las muestras gratuitas o degustaciones influyen en la decisión de compra para el 19% de los encuestados, quienes valoran la oportunidad de probar los productos de chocolate antes de realizar una compra. Asimismo, el uso de colores llamativos y un etiquetado atractivo son elementos influyentes en la decisión de compra para el 12% y el 10% de los encuestados, respectivamente. Estos resultados resaltan la importancia de la presentación visual en la influencia de las decisiones de compra de los consumidores.

Análisis de la satisfacción de los asistentes a la feria del chocolate

Gráfico 9: Recomendación (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas, 2023

Los resultados respecto a la asistencia y recomendación de la feria son importantes para medir la satisfacción de los asistentes. El hecho de que el 94% de los encuestados afirme que recomendaría visitar la feria a otras personas es un indicador claro de que la mayoría de los participantes están satisfechos con su experiencia en la feria del chocolate. Esta alta tasa de recomendación refleja que los asistentes consideran que la feria es un evento que vale la pena compartir y disfrutar con otras personas.

Sin embargo, es importante prestar atención a los comentarios negativos, representados por el 3% de los encuestados que indican que no recomendarían visitar la feria a otras personas. Estas respuestas pueden brindar información valiosa sobre áreas de mejora y oportunidades de crecimiento para futuras ediciones de la feria.

De acuerdo con los resultados respecto a la asistencia a la feria del chocolate, el 58% de los encuestados indicó que sí había asistido previamente. Esto indica que más de la mitad de los participantes tienen experiencia previa en el evento, evidenciando un alto nivel de fidelidad y satisfacción, que los motivan a volver cada año.

DISCUSIONES

Según Schiffman, es importante conocer el comportamiento del consumidor debido a su capacidad para proporcionar información valiosa sobre las necesidades, deseos y preferencias de los consumidores. Esto permite a las empresas diseñar estrategias de marketing efectivas y anticiparse a las demandas cambiantes del mercado. (Schiffman, 2010)

Los resultados presentados revelan importantes hallazgos en relación a la percepción de los consumidores en la feria del chocolate. En cuanto a la presentación visual de los productos, se destaca que más del 50% de los encuestados considera que es un elemento muy importante en su decisión de compra.

Esto resalta la importancia de crear una presentación atractiva y llamativa para captar la atención de los consumidores y aumentar su interés por los productos exhibidos en la feria. Además, el orden en el stand también fue mencionada por una cuarta parte de los encuestados como un factor influyente en su decisión de compra.

En cuanto a las preferencias de los consumidores, se observa una clara inclinación hacia las barras de chocolate, ya que el 38 % de los encuestados las encuentra más atractivas. Esta preferencia puede deberse a la practicidad y versatilidad de las barras, que permiten consumirlas de manera individual o compartirlas fácilmente. Sin embargo, las trufas y los bombones también tienen un buen nivel de preferencia, con el 27% y el 20% de los encuestados eligiéndolos como su presentación de chocolate favorita, respectivamente. Estos resultados destacan la importancia de ofrecer una variedad de opciones de presentación de chocolate para satisfacer las preferencias de los consumidores y brindarles una experiencia gratificante en la feria.

En cuanto a la satisfacción de los participantes, los resultados muestran que la gran mayoría de los encuestados, un 94%, recomendaría visitar la feria del chocolate a otras personas. Esto refleja un alto

nivel de satisfacción entre los participantes y respalda la percepción positiva del evento. Sin embargo, se identificaron áreas de mejora, como la ampliación del espacio del evento y una mayor difusión, mencionadas por algunos encuestados.

Estos hallazgos proporcionan información relevante sobre la percepción, preferencias y satisfacción de los consumidores en la Feria del Chocolate que puede ser utilizada para mejorar la experiencia de los asistentes y garantizar que el evento cumpla con sus expectativas. Al comprender las preferencias de los consumidores y su nivel de satisfacción, los organizadores de la feria pueden realizar ajustes y mejoras en áreas clave del evento.

CONCLUSIONES

La feria del chocolate en la ciudad de Sucre ha demostrado ser un evento destacado que atrae a un público diverso, especialmente a los amantes del chocolate. Los participantes de la encuesta, han brindado información valiosa sobre sus preferencias y comportamientos de consumo en este evento.

Los aspectos más importantes considerados por los consumidores al elegir qué chocolates comprar son la calidad del chocolate y la variedad de sabores, seguidos del precio y la presentación del producto. Estos insights son valiosos para los expositores y organizadores de la feria, ya que les permitirán comprender las preferencias de los consumidores y adaptarse a su oferta en consecuencia.

En tanto, respecto a las preferencias de los asistentes, los elementos de presentación visual que más influyen en la decisión de compra de los encuestados son el diseño del empaque, el etiquetado atractivo, el uso de colores llamativos y una exhibición ordenada y atractiva en el stand. Estos resultados demuestran que la presentación visual de los productos en la feria es considerada relevante por la mayoría de los participantes. Aunque hay una variedad de opiniones, la mayoría asigna una importancia considerable a la apariencia visual de los productos.

En cuanto a la preferencia de marcas los resultados de la

investigación revelan que hay una preferencia diversa entre las marcas reconocidas y las marcas artesanales, esto representa una oportunidad para ampliar la oferta de marcas y satisfacer las preferencias de los asistentes a la feria.

Finalmente, los resultados revelan una notable tasa de recomendación del 94% hacia la feria, lo que refleja un alto nivel de satisfacción entre los participantes. Esta información es sumamente valiosa para los organizadores del evento, ya que respalda la percepción positiva del mismo y resalta su potencial para atraer a un público más amplio en futuras ediciones. Sin embargo, es importante tener en cuenta las recomendaciones planteadas por los encuestados, como la necesidad de ampliar el espacio del evento y mejorar su difusión. Estas sugerencias pueden ser tomadas en consideración para mejorar aún más la experiencia de los asistentes y garantizar el crecimiento continuo de la feria del chocolate en Sucre.

Además, los resultados obtenidos pueden servir como punto de partida para futuras investigaciones, contribuyendo así al desarrollo y promoción de la industria chocolatera.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Correo del Sur. (30 de Enero de 2023). *Correo del Sur.com*. Obtenido de Correo del Sur.com: https://correodelsur.com/local/20230130_el-festival-del-chocolate-vuelve-y-sera-en-mayo.html
- EMR. (2023). *Informes de expertos*. Obtenido de <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-cacao-y-chocolate>
- Forbes. (26 de diciembre de 2022). *forbeslatinoamerica*. Obtenido de forbes latinoamerica: <https://forbescentroamerica.com/2022/12/26/cacao-en-latinoamerica-apostando-por-el-comercio-justo>
- Keller, K. y. (2016). *Dirección de Marketing*.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Schiffman. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Mexico: Pearson Educación.