



## UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

### División Académica de Ciencias Económico Administrativas



Docente: Dra. Minerva Camacho Javier

Asignatura: Investigación de Mercados

Quinto semestre – Grupo LLM Ciclo: 02-2025

Equipo 1

Percepción de Santo Pikete y preferencias de los consumidores

Actividad: Guía v1 y validación

Integrantes:

Farid Emmanuel Alvarez Ruiz

Danna Patricia Brito Hernández

Gabriel de Jesús Camacho Carballo

Karyme Guadalupe Campos Suárez

## **Validación de la guía de entrevista en investigación de mercados**

### **1) Revisión y observaciones**

El equipo 6 analizó la prueba piloto y externaron las siguientes observaciones

- Agregar la carta de consentimiento al comienzo de la encuesta
- Especificar la dirección del restaurante
- Dividir por objetivos las preguntas
- Detallar las instrucciones
- Agregar una opción de “Días especiales” (Pregunta 9)
- Modificar la pregunta para poder escoger más de una opción (Pregunta 11)

### **Ajustes finales**

2) Posteriormente realizamos el análisis de las observaciones realizadas y realizamos las modificaciones al instrumento que consideramos mas aptas

- Se agregó la carta de consentimiento
- Se proporcionó la dirección del restaurante
- Se organizaron las preguntas de acuerdo al objetivo que correspondían
- Se especificaron las instrucciones
- Modificamos las preguntas 9 y 11 según las observaciones

### **Aplicación del instrumento**

3) Finalmente se aplicó el instrumento a 35 personas de diferentes zonas que resultó en la obtención de los resultados necesarios para proseguir con la investigación.

### **Validación del contenido**

4) Para concluir la elaboración del instrumento de investigación que se aplicó para el restaurante “Santo Pikete” se realizó una evaluación del contenido del mismo. Esto consistió en revisar las preguntas formuladas y confirmar que estuviesen alineadas con un objetivo y categorías de análisis establecidas en este estudio como lo fueron los datos sociodemográficos, la percepción de la marca, los hábitos de consumo y las motivaciones de los clientes.

La validación permitió confirmar que:

- Las preguntas fueron redactadas de forma comprensible y concisa para el objetivo al que van dirigidas
- Cada bloque contó con las preguntas necesarias y el instrumento no fuera en exceso largo y tedioso
- Se recolectó la información necesaria para realizar el análisis pertinente y en base a eso generar conclusiones e ideas para apoyar al restaurante en sus objetivos y necesidades identificadas.

Objetivos de investigación	Preguntas que responden al objetivo
1) Recolectar datos sociodemográficos acerca de los clientes para generar una idea del público meta de la empresa	Edad Ocupación Dirección
2) Identificar que percepción tienen los clientes de la empresa en base a su imagen	¿Conoces Santo Pikete? ¿Con qué relacionas el nombre Santo Pikete? ¿Consideras que Santo Pikete es una buena opción para desayunar?
3) Conocer los hábitos de consumo de los clientes encuestados	¿Sueles desayunar fuera de casa? ¿En qué horario sueles desayunar o consumir café fuera de casa? ¿Con qué frecuencia visitas restaurantes o cafeterías por la mañana?
4) Reconocer posibles motivaciones que incentiven a los clientes	¿Cuál es el rango de precio que estás dispuesto a pagar por un desayuno? ¿Qué te motivaría para elegir Santo Pikete como una opción para desayunar?