



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

Preferencias y percepción de consumo en Jappi Pleis

Actividad: Cuestionario Final y Reporte de Prueba Piloto

Integrantes:

León Hernández Karen Julissa

Mosqueda Romero Saylet del Alba

Pérez Montejo Christian Antonio

02 de octubre del 2025

Cuestionario Final

Preferencias y percepción de consumo en Jappi Pleis

Apertura y rapport

- Buenos días/tardes. Estamos realizando una encuesta con el fin de conocer las preferencias y percepción del consumo en Jappi Pleis. Sus respuestas son anónimas, confidenciales y de uso académico, responda con sinceridad; en esta encuesta no hay respuestas incorrectas o correctas, lo que nos interesa es tu opinión. La encuesta dura aproximadamente de 8 a 10 minutos.
- El objetivo principal es conocer los hábitos, motivaciones y percepciones de clientes de 25 a 40 años para fortalecer el posicionamiento de Jappi Pleis.

Acta de consentimiento informado.

- Acepto

Instrucciones.

Esta encuesta está dirigida a personas de **25 a 40 años**, clientes y no clientes de Jappi Pleis.

- Si no está en ese rango de edad, le pedimos no continuar.
- Cuando se indique “**puede marcar más de una opción**”, seleccione todas las que considere.
- Sus respuestas son **anónimas, confidenciales y de uso académico**.
- Responda con sinceridad; **no hay respuestas correctas o incorrectas**.

Bloques temáticos y preguntas

Bloque 1 - Datos sociodemográficos

- **Edad.**
 - 25 – 30
 - 31 – 35
 - 36 – 40
 - **Ocupación.**
 - Estudiante
 - Empleado/a
 - Prof. Independiente/freelancer
 - Ama de casa
 - Empresario/a
 - **Estado civil.**
 - Soltero/a
 - Casado/a
 - Unión libre
 - **Ingresos aproximados.**
 - \$5, 000 - \$10,000
 - \$10,000 - \$15,000
 - \$15,000 - \$20,000
 - Más de \$20,000
 - **Lugar de residencia.**
 - Villahermosa (zona centro)
 - Villahermosa (zona periférica)
 - Otro municipio de Tabasco
 - Otro estado
-

Bloque 2 – Posicionamiento (3 preguntas)

1. ¿Con qué elemento asocia más rápidamente a Jappi Pleis? *(puede marcar más de una opción)*
 - El tipo de mobiliario y la forma en que está acomodado.
 - El diseño y estilo del logo.

- El tipo de platillos y bebidas que ofrece (comida saludable, natural, casera).
 - La atención del personal y el servicio recibido.
 - La ubicación específica dentro de Plaza City Center.
2. **¿Cómo describiría Jappi Pleis en pocas palabras?** *(puede marcar más de una opción)*
- Innovador.
 - Saludable.
 - Natural.
 - Accesible.
 - Familiar.
 - Tranquilo.
3. **¿Qué atributos o valores cree que caracterizan al restaurante?** *(puede marcar más de una opción)*
- Precio accesible.
 - Buen sabor.
 - Ambiente agradable.
 - Alta calidad.
 - Innovación en el menú.
 - Servicio rápido.
-

Bloque 3 - Localización (3 preguntas)

4. **¿Le resulta fácil encontrar Jappi Pleis dentro de la plaza?** *(Escala Likert del 1 al 5)*
- Muy difícil = 1.
 - Algo difícil = 2.
 - Ni difícil ni fácil = 3.
 - Algo fácil = 4.
 - Muy fácil = 5.
5. **¿Cree que la ubicación del restaurante influye en su decisión de visitarlo?** *(Escala Likert del 1 al 4)*

- No influye en absoluto = 1
- Influye poco = 2
- Influye de manera moderada = 3
- Influye bastante = 4
- Influye totalmente = 5

6. ¿Qué cambios o mejoras en la ubicación o señalización le harían más fácil visitar Jappi Pleis? *(puede marcar más de una opción)*

- Señalización dentro de la plaza.
 - Carteles visibles en pasillos.
 - Mapas digitales o directorios.
 - Publicidad en puntos estratégicos.
 - Ninguno, ya lo encuentro fácilmente.
 - Nunca lo he buscado.
-

Bloque 4 - Preferencia (3 preguntas)

7. Cuando eliges un restaurante en City Center, ¿qué valoras más en la experiencia? *(puede marcar más de una opción)*

- Comodidad.
- Rapidez.
- Ambiente acogedor.
- Innovación en el menú.
- Precio.

8. ¿Qué tipo de alimentos o bebidas prefieres al momento de comer fuera? *(puede marcar más de una opción)*

- Comida saludable.
- Comida rápida.
- Platillos tradicionales.
- Bebidas naturales.
- Postres.

9. ¿Si tuvieras que ordenar comida para llevar o pedir a domicilio, qué factores le harían preferir Jappi Pleis sobre otras opciones? *(ordene del mayor al menor, siendo el número 1 = factor principal y 5 = factor menos importante).*

- Precio accesible.
 - Buen tiempo de entrega.
 - Calidad de los alimentos.
 - Variedad del menú.
 - Promociones y descuentos.
-

Bloque 5 - Publicidad y promoción (3 preguntas)

10. ¿Por qué medio conoció Jappi Pleis por primera vez? *(puede marcar más de una opción)*

- Redes sociales.
- Amigos o familiares.
- Publicidad dentro de la plaza.
- Recomendaciones en línea.
- Nunca lo había escuchado.

11. ¿Qué tipo de publicidad le genera mayor confianza al momento de elegir un restaurante? *(puede marcar más de una opción)*

- Reseñas en línea.
- Anuncios en redes sociales.
- Recomendaciones personales.
- Promociones visibles en plaza.

12. ¿Qué acciones o estrategias de publicidad y promoción considera que ayudarían a que Jappi Pleis aumente su visibilidad y preferencia frente a otros restaurantes? *(puede marcar más de una opción)*

- Más presencia en redes sociales.
 - Promociones exclusivas para adultos (25–40 años).
 - Publicidad en City Center (pantallas, carteles).
 - Colaboraciones con influencers locales.
-

Bloque 6 - Competencia (3 preguntas)

13. ¿Qué restaurantes considera más atractivos dentro de Plaza City Center para su grupo de edad y por qué?

- Querrevé.
- KinTai.
- Jappi Pleis,
- Simplementedeli.
- Madalena.
- Paris 18.
- Go Restaurantes.

De acuerdo con la selección de restaurantes mencionados anteriormente, explique con brevedad por qué el restaurante que eligió se diferencia de los demás.

14. ¿Cree que Jappi Pleis ofrece algo distinto respecto a esos competidores? *(puede marcar más de una opción)*

- Sí, en su propuesta saludable.
- Sí, en sus precios.
- Sí, en la variedad del menú.
- Sí, en sus precios y la variedad del menú.
- Sí, en su servicio y sus precios.
- Todas las anteriores.
- No, ofrece lo mismo que otros.
- No estoy seguro.

15. Si tuviera que recomendar un restaurante de la plaza a sus amigos o familiares, ¿elegiría Jappi Pleis? *(escala Likert de 5 puntos)*

- Totalmente en desacuerdo =1.
- En desacuerdo = 2.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3.
- De acuerdo = 4.
- Totalmente de acuerdo = 5.

De la pregunta anterior, ¿Por qué sí lo recomendaría o por qué no?

Reporte de Prueba Piloto

Objetivo de la prueba piloto

El objetivo de la prueba piloto fue evaluar la claridad y comprensión de las preguntas del cuestionario, medir el tiempo promedio de aplicación y detectar posibles problemas de redacción, orden o flujo, con el fin de garantizar la validez y pertinencia del instrumento antes de su aplicación definitiva.

Procedimiento

- **Fecha de aplicación:** 11 de septiembre de 2025
- **Lugar:** Plaza City Center, Andador Bogota local H-13, Los Rios, 86035 Villahermosa, Tab.
- **Muestra piloto:** 5 participantes (34 clientes de Jappi Pleis y 16 no clientes dentro del segmento de 25 a 40 años).
- **Método:** Encuesta presencial y en línea mediante el uso de código QR, aplicada principalmente alrededor del restaurante y dentro del restaurante. Con el fin de no incomodar a los clientes.

Resultados de la prueba piloto

Pregunta	Observación detectada	Ajuste Propuesto
Bloque 2. Posicionamiento P1 – “¿Con qué elemento asocia más rápidamente a Jappi Pleis?”	Algunos encuestados señalaron que había una opción repetida.	Se dejaron 5 opciones y la repetida se eliminó.
P2 – “¿Cómo describiría Jappi Pleis en pocas palabras?”	Palabras clave bien pensadas (saludable, familiar, accesible).	Puede sentirse similar a P3 (atributos/valores). Riesgo de respuestas duplicadas.
P3 – “¿Qué atributos o valores cree que caracterizan al restaurante?”	Permite evaluar percepción de calidad, sabor y servicio.	Repetitiva con P2. Posible fusión de ambas para simplificar.
Bloque 3. Localización P4 – “¿Le resulta fácil encontrar Jappi Pleis dentro de la plaza?”	Escala Likert clara y sencilla. (Likert del 1 al 5)	No se modificó nada, esta ordenado horizontalmente y con los números se explican las opciones. Ejemplo = (1) = Muy fácil. (5) = Muy difícil.
P5 – “¿Cree que la ubicación del restaurante influye en su decisión de visitarlo?”	Los encuestados consideraron que la escala Likert es algo confusa en las primeras dos opciones. (Likert del 1 al 4)	Se consideró modificar la escala a una más definida. (Likert del 1 al 5) Ejemplo = (1) = No influye en absoluto. (5) = Influye totalmente

P6 – “¿Qué cambios o mejoras en la ubicación o señalización le harían más fácil visitar Jappi Pleis?”	Buenas opciones de respuesta (mapas, señalización, carteles).	Faltó incluir “Nunca lo he buscado”.
Bloque 4. Preferencia		
P7 – “Cuando eliges un restaurante en City Center, ¿qué valoras más en la experiencia?”	Los encuestados se sentían libres de poder seleccionar varias opciones, por lo que, fue útil para conocer prioridades del segmento elegido (comodidad, rapidez, precio).	Se dejaron esas opciones y la instrucción <i>(puede marcar más de una opción)</i> fue clara.
P8 – “¿Qué tipo de alimentos o bebidas prefieres al momento de comer fuera?”	Las opciones están alineadas con tendencias de consumo actual (saludable, rápidas, bebidas).	No se modificó, ya que la mayoría de las opciones están ligadas al menú de Jappi Pleis.
P9 – “¿Si tuvieras que ordenar comida para llevar o pedir a domicilio, qué factores le harían preferir Jappi Pleis sobre otras opciones?”	Solo 3 participantes no comprendieron la instrucción de la pregunta. Como la mayoría sí, solo se modificará.	Solo se reconstruyó la instrucción. <i>(ordene del del mayor al menor, siendo el número 1 = factor principal y 5 = factor menos importante).</i>
Bloque 5. Publicidad y Promoción		
P10 – “¿Por qué medio conoció Jappi Pleis por primera vez?”	Se consideraron buenas opciones de respuesta, refleja realidad (redes, plaza, amigos).	Únicamente faltó incluir “Nunca lo había escuchado” para los que no son clientes.
P11 – “¿Qué tipo de publicidad le genera mayor confianza al momento de elegir un restaurante?”	Las respuestas se diferencian entre redes, reseñas, plaza y recomendaciones.	No se modificaron las opciones.
P12 – “¿Qué acciones o estrategias de publicidad y promoción considera que ayudarían a que Jappi Pleis aumente su visibilidad y preferencia frente a otros restaurantes?”	Los encuestados consideraron que las opciones son estratégicas y útiles (influencers, promociones, carteles).	Se dejó del mismo modo, ya que debajo de la pregunta incluimos (Si su respuesta fue otro, especifique) lo cual, eso ayuda a tener más variad de opiniones o perspectivas.
Bloque 6. Competencia		
P13 – “¿Qué restaurantes considera más atractivos dentro de Plaza City Center para su grupo de edad y por qué?”	Al tener una lista larga de opciones; ayuda a recolectar percepciones comparativas, es decir, qué atributos valoran más los clientes en otros restaurantes.	Se dejó tal cual, porque permite conocer competencia directa y comparativa. Y eso ayudará al saber en qué puntos debe mejorar frente a sus competidores.
P14 – “¿Cree que Jappi Pleis ofrece algo distinto respecto a esos competidores?”	Algunos participantes comentaban que tener opciones combinadas era una excelente idea. Sin embargo, para otros las opciones de respuesta son extensas y algunas se repiten.	No se modificó, ya que consideramos que permite diferenciar ventajas de Jappi Pleis.
P15 – “Si tuviera que recomendar un restaurante de la plaza a sus amigos o familiares, ¿elegiría Jappi Pleis?”	Escala Likert (1 al 5) clara, seguida de justificación abierta. Solo 4 personas no contestaron.	La justificación abierta puede alargar demasiado la encuesta; algunos no contestan completo.

Tiempo promedio de aplicación

- Promedio: 8 minutos 30 segundos
- Dentro del rango esperado (≤ 10 minutos).

Ajustes realizados al cuestionario final

- En la P1 se dejaron 5 opciones y la repetida se eliminó.
- Agregamos el acta de consentimiento informado.
- Diseñamos correctamente el objetivo.
- Se quitó el apartado de cliente o no cliente en el Forms.
- Se eliminó la opción “No acepto” en el acta de consentimiento informado.
- Agregamos más instrucciones de acuerdo con la encuesta.
- Modificamos las opciones en el bloque 1 (datos sociodemográficos) de forma correcta.
- En cada pregunta se muestran indicaciones más específicas, además de las ya mencionadas en el apartado de instrucciones.
- Diseñamos en varias preguntas las escalas Likert de forma horizontal.
- Eliminamos en varias preguntas la opción “Otro” y se agregó otra alternativa o se dejó un apartado para que los clientes especifiquen su respuesta, en caso de ser necesario.

Conclusiones del piloto

- El cuestionario es claro y comprensible.
- Los ajustes menores mejoraron la calidad de las respuestas.
- El tiempo promedio (8:30 min) fue adecuado.
- Las escalas e instrucciones quedaron más precisas.
- Se evitó la repetición de preguntas y opciones confusas.

Referencias

Stewart, L. (s. f.). Cómo realizar pruebas piloto eficaces: Consejos y trucos.

ATLAS.ti Research Hub. <https://atlasti.com/es/research-hub/prueba-piloto>

Dovetail. (s. f.). Pilot testing: How to test research before full launch.

<https://dovetail.com/research/pilot-testing/>

Educa Tips Canal. (10 de octubre de 2024). *¿Qué es una prueba piloto en investigación y cómo se hace 2025? [Video]*. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=mI82KoTVBaQ>