



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

División Académica de Ciencias Económico Administrativas

Docente: Dra. Minerva Camacho Javier

Asignatura: Investigación de Mercados

Quito semestre – Grupo LLM

Ciclo: 02-2025

Preferencias y percepción de consumo en Jappi Pleis

Actividad: Guía v1 y validación

Integrantes:

León Hernández Karen Julissa

Merito Olán Anghelo Asunción

Mosqueda Romero Saylet del Alba

Pérez Montejo Christian Antonio

19 de septiembre del 2025

Restaurante Jappi Pleis – City Center Villahermosa

Caso: Preferencias y percepción de consumo en Jappi Pleis

Objetivo de esta encuesta es fortalecer el posicionamiento de Jappi Pleis en el segmento de clientes de 25 a 40 años, incrementando su preferencia de consumo frente a la competencia dentro de Plaza City Center.

Apertura y rapport

- Presentación del entrevistador y explicación breve del objetivo: El objetivo de esta encuesta es conocer hábitos, motivaciones y percepciones de clientes de 25 a 40 años para fortalecer el posicionamiento de Jappi Pleis.
- Garantizar confidencialidad y solicitar consentimiento.

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**.

Bloque 1 - Datos sociodemográficos

- **Edad.** (Permite confirmar que el participante pertenece al segmento objetivo.)
- **Ocupación.** (Brinda información sobre estilo de vida, horarios y poder adquisitivo.)
- **Estado civil.** (Esto ayuda a entender si visitan restaurantes solos, en pareja o con familia.)
- **Ingresos aproximados.** (Esto es útil para analizar capacidad de gasto y frecuencia de consumo.)
- **Lugar de residencia.** (Permite evaluar alcance y posibles estrategias de marketing local.)

Bloque 2 – Posicionamiento (3 preguntas)

1. ¿Con qué elemento asocia más rápidamente a Jappi Pleis? (*puede marcar más de una opción*)

(El color y el tamaño de las letras del nombre del restaurante, 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 de 5 puntos)

(Muy difícil, Algo difícil, Ni difícil ni fácil, Algo fácil, Muy fácil).

5. ¿Cree que la ubicación del restaurante influye en su decisión de visitarlo? (Escala Likert de 4 puntos)

(No, influye nada, No, influye demasiado, Si, en cierta medida, Si mucho).

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).

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 el del mayor al menor, siendo el número 1 el factor principal y siendo el número 5 el 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).

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, Otro).

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, 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, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo).

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

Cierre

¡Gracias por tu tiempo!

En Jappi Pleis valoramos mucho tu opinión. Tus respuestas nos ayudan a mejorar para seguir ofreciéndote momentos deliciosos y experiencias que te hagan sonreír.

Validación de la guía de entrevista en investigación de mercados

a) Revisión de expertos

Observaciones

- Falta el documento (carta de consentimiento informado).
- Recortar el objetivo.
- Agregar instrucciones.
- Corregir algunos datos sociodemográficos.
- Agregar instrucción por cada pregunta.
- Incluir una pregunta, en el bloque de segmentación.
- Diseñar de forma correcta las escalas Likert.
- Quitar la opción (otro) e incluir más opciones.

b) Prueba piloto

El equipo 3 nos dio las observaciones

- En el apartado del acta de consentimiento, se debe quitar la opción (no acepto).
- Los rangos de salarios no son los más adecuados, tomando en cuenta la ocupación.
- El apartado de cliente o no clientes eliminarlo del Forms.

c) Ajustes finales

- 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.

d) Validación de contenido

Para asegurar la calidad del instrumento de investigación, se realizó una validación de contenido. Este proceso consistió en revisar que cada pregunta de la encuesta estuviera directamente alineada con los objetivos específicos del estudio y con las categorías de análisis establecidas (posicionamiento, localización, preferencia, publicidad y promoción, competencia).

La validación permitió verificar que:

- Las preguntas fueran claras, pertinentes y comprensibles para el segmento de 25 a 40 años.
- Cada bloque de preguntas midiera de forma adecuada la dimensión correspondiente (ejemplo: preguntas 4 a 6 evaluaron localización; preguntas 7 a 9, preferencias de consumo).

De esta manera, se garantizó que el cuestionario recogiera información útil y relevante para responder a la pregunta central de investigación y generar conclusiones prácticas para el fortalecimiento del posicionamiento de Jappi Pleis.

Tema: Preferencias y percepción de consumo en Jappi Pleis

Objetivos de investigación	Preguntas que responden al objetivo
1. Analizar la percepción que tienen los clientes de Jappi Pleis frente a sus competidores directos dentro de Plaza City Center.	1. ¿Con qué elemento asocia más rápidamente a Jappi Pleis? 2. ¿Cómo describiría Jappi Pleis en pocas palabras? 3. ¿Qué atributos o valores cree que caracterizan al restaurante?
2. Evaluar cómo la ubicación de Jappi Pleis dentro de Plaza City Center influye en la visibilidad del restaurante y en la decisión de compra de los clientes.	4. ¿Le resulta fácil encontrar Jappi Pleis dentro de la plaza? 5. ¿Cree que la ubicación del restaurante influye en su decisión de visitarlo? 6. ¿Qué cambios o mejoras en la ubicación o señalización le harían más fácil visitar Jappi Pleis?
3. Verificar los factores que influyen en la preferencia de consumo del segmento de 25 a 40 años hacia Jappi Pleis, identificando sus gustos, valores y necesidades.	7. Cuando eliges un restaurante en City Center, ¿qué valoras más en la experiencia? 8. ¿Qué tipo de alimentos o bebidas prefieres al momento de comer fuera? 9. ¿Si tuvieras que ordenar comida para llevar o pedir a domicilio, qué factores le harían preferir Jappi Pleis sobre otras opciones?
4. Medir el nivel de exposición y reconocimiento actual de Jappi Pleis a través de medios tradicionales y digitales.	10. ¿Por qué medio conoció Jappi Pleis por primera vez? 11. ¿Qué tipo de publicidad le genera mayor confianza al momento de elegir un restaurante? 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?
5. Examinar las fortalezas y debilidades de los restaurantes competidores en City Center.	13. ¿Qué restaurantes considera más atractivos dentro de Plaza City Center para su grupo de edad y por qué? 14. ¿Cree que Jappi Pleis ofrece algo distinto respecto a esos competidores? 15. Si tuviera que recomendar un restaurante de la plaza a sus amigos o familiares, ¿elegiría Jappi Pleis?

Referencias

- Admin. (2025, abril 8). *Estrategia de posicionamiento competitivo - SRN*. Altair | Soluciones Reales. <https://soluciones-reales.es/estrategia-de-posicionamiento-competitivo/>
- WSImetrix. (2024, mayo 17). *Finalmente entiendo lo qué significa ‘estrategia’ de marketing*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/finalmente-entiendo-lo-qu%C3%A9-significa-estrategia-de-marketing-hqsee/>
- Rubik Deep Thinking. (s. f.). *Glosario: Términos estudios de mercado*. <https://www.rubikdeepthinking.com/glosario-terminos-estudios-mercado/#:~:text=La%20Competencia%20se%20refiere%20a%20las%20empresas,atenci%C3%B3n%20y%20preferencia%20de%20los%20mismos%20clientes>
- MSMK University. (2024, septiembre 11). *¿Qué es el alcance?* MSMK University. <https://msmk.university/que-es-el-alcance/>
- SurveyMonkey. (s. f.). *Escala Likert: qué es, ejemplos y cómo usarla*. SurveyMonkey. <https://es.surveymonkey.com/mp/likert-scale/>