



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
División Académica de Ciencias Económico-Administrativas



Licenciatura en Mercadotecnia

Integrantes del equipo:

Hernandez Vazquez Deysi Anet

Jimenez Hernandez Roxana

Perez Beuló Karla

Alexis Sebastián Pérez Castro

Asignatura: Proyectos de Investigación de Mercados

Microempresa: Tacos de guisado Doña Lili

Profesora: Minerva Camacho Javier

Grupo: 6 OLM

Ciclo: 2025-01

Villahermosa, Tabasco.

12 de abril de 2025.

Índice

Introducción.....	4
Análisis situacional.....	5
Nombre y/o razón social	5
Antecedentes.....	5
Logo y slogan.....	6
Filosofía organizacional (Misión, visión, valores).....	6
Estructura organizacional	6
Punto de venta.....	7
Características del producto/servicio	7
Descripción de los productos.....	7
Dinámica de venta.....	9
Mercado	9
Mercado Meta.....	9
Canales de comercialización.....	9
Estrategias mercadológicas implementadas.....	9
Competencia	10
Análisis FODA.....	11
Operacionalización de variables	13
Planteamiento	19
Justificación	20
Objetivo.....	20
Metodología.....	20
Población y Muestra.....	21
Población.....	21
Muestra.....	22
Sujetos.....	22
Procedimiento.....	22
Tabulación de los datos	23
Análisis.....	42
Análisis de los resultados de la variable Calidad del servicio	42
Análisis de los resultados de la variable de Satisfacción del Cliente	44
Análisis de los resultados de la variable Imagen corporativa.....	45
Conclusiones y hallazgos.....	47

Recomendaciones	47
Referencias	49
Anexos	50

Introducción

Tacos de Guisado Doña Lili es una pequeña empresa dedicada a la venta de alimentos y bebidas, especializada en tacos de guisados. Sus tacos son ampliamente reconocidos en su comunidad y alrededores gracias a su sabor casero y excelente calidad.

Con más de 10 años de experiencia, el negocio ofrece una gran variedad de guisados y ha logrado construir una sólida base de clientes fieles. La combinación de buen servicio, atención amable y compromiso con la calidad ha posicionado a Doña Lili como una de las mejores opciones de comida en la zona. El negocio ha evolucionado con el tiempo, comenzó como un puesto ambulante frente al aeropuerto y hoy cuenta con un local físico en su comunidad. Es un negocio muy comprometido con sus clientes pues se esmeran para comenzar el día a día con sus actividades y entregar los pedidos de sus clientes de manera rápida y eficiente.

En este proyecto realizamos una investigación de mercados con el objetivo de mejorar la calidad del servicio y fortalecer al negocio. Para ello, analizamos a profundidad su operación y entorno. Contamos con la colaboración de la dueña, quien participó en una entrevista a profundidad para identificar problemas. También llevamos a cabo un análisis FODA y una matriz de operacionalización de variables.

A partir de esta investigación, identificamos el principal problema que enfrenta el negocio y con base en ello, diseñamos un instrumento para recopilar información clara y precisa por parte de los clientes. Este proceso nos permitió detectar las áreas de mejora y establecer acciones concretas para elevar la calidad del servicio, impulsar el crecimiento del negocio y consolidarlo como una empresa más sólida y competitiva.

Análisis situacional

Nombre y/o razón social

“Tacos de guisado Doña Lili”

Antecedentes

Tacos de Guisado Doña Lili es una microempresa que, de lunes a sábado, de 08:00 a 13:00 horas, ofrece al público una variedad de tacos de guisado, así como refrescos y aguas frescas.

La microempresa nació en junio de 2014, fundada por la señora Lileana Beuló, quien, impulsada por su pasión por la cocina y la necesidad de generar ingresos para su hogar, identificó una oportunidad de negocio gracias a su hermano. Él notó la demanda de desayunos caseros entre sus compañeros de trabajo en el aeropuerto de la ciudad de Villahermosa, lo que motivó a la señora Lileana a ofrecerles comida casera. En sus inicios, operaba desde un pequeño puesto móvil que trasladaba diariamente a las orillas de la carretera del aeropuerto. Posteriormente, gracias al Programa Nacional de Escuelas de Tiempo Completo, logró expandirse como proveedora de alimentos en escuelas, lo que impulsó significativamente su crecimiento.

Sin embargo, debido a la pandemia de 2020, la microempresa tuvo que suspender sus actividades. Finalmente, en julio del año 2023, reabrió sus puertas en una nueva ubicación.

Tacos de guisado doña Lili ha logrado posicionarse a lo largo de los años gracias su excelente producto y su excelente servicio a clientes, pues su propietaria considera que esos son los factores primordiales que le han permitido mantener su amplia cartera de clientes. A su vez, una de sus más significativas ventajas competitivas es que cuenta con un repartidor exclusivo, lo que le permite que su producto llegue a diferentes zonas en donde los clientes se encuentren y agilizar sus envíos. Aunque como ya se mencionó, hubo un cambio de ubicación, el contar

con un repartidor le ha permitido mantener la gran mayoría de sus clientes y adquirir nuevos a lo largo de los años.

Actualmente, Tacos de guisado doña Lili se encuentra registrada ante el SAT, bajo el nombre de "Tacos de guisado doña Lili", por otro lado, cuenta con el certificado otorgado por la COFEPRIS, el cual se encuentra vigente y brinda la seguridad a sus clientes de una correcta preparación de sus alimentos.

Logo y slogan

Actualmente la microempresa no cuenta con un logo que identifique su marca.

Filosofía organizacional (Misión, visión, valores)

Tacos de guisado Doña Lili no ha establecido su misión y visión, de la misma forma no tiene clarificados sus valores.

Estructura organizacional

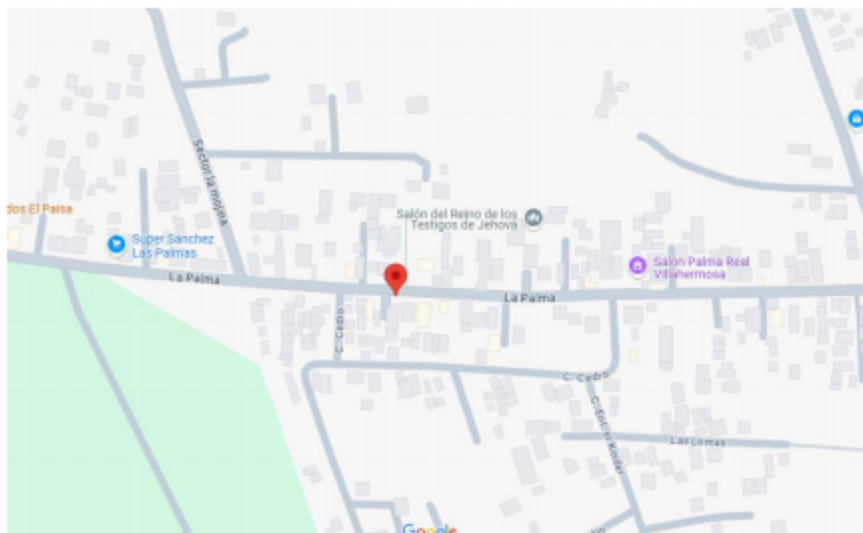
Tacos de guisado doña Lili se encuentra conformada por tres empleados y la propietaria, siendo los roles de cada uno lo siguientes:

- **Propietaria:** Se encarga de realizar diariamente las compras e insumos para la preparación de los diferentes guisos. A su vez, la señora Lileana es quien se encarga de preparar los guisos.
- **Ayudante:** Es responsable de ayudar en la preparación de los pedidos que se van a enviar y los pedidos que surgen en el punto de venta físico.
- **Encargada de limpieza:** Es quien se encarga diariamente de lavar los trastes que se ocupan durante el día, tanto para la preparación de los guisos, como los que se ocupan para servir los tacos a los clientes.
- **Repartidor:** Es el responsable de llevar los diferentes pedidos a los clientes que así lo soliciten.

Por lo antes explicado, se puede afirmar que Tacos de guisado doña Lili cuenta con una estructura **funcional simple** puesto que se caracteriza

Punto de venta

Figura 1. Mapa vía satélite de Tacos de guisado “Doña Lili”



Los productos que vende la taqueria “tacos de guisados doña lili” son, tacos de guisados, aguas y refrescos embotellados:

PRODUCTOS	PRECIO
TACOS	
Tacos de rajas	\$17

Tacos de costilla de cerdo	\$17
Tacos de milanesa empanizada de pollo	\$17
Tacos de carne deshebrada con huevo	\$17
Tacos de chicharrón en salsa roja	\$17
Tacos de huevo duro	\$17
Tacos de despeinada	\$17
Tacos de chuleta ahumada entomatada	\$17
Tacos de bistec con papas	\$17
Tacos de bistec enchipotlado	\$17
Tacos de salpicón	\$17
Tacos de cochinita pibil	\$17
Tacos de camarón empanizado (solo sábados)	\$22
Tacos de camarón con papa y zanahoria (solo sábados)	\$22
AGUAS EMBOTELLADAS	
Agua de Jamaica 700 Mililitros	\$20
Agua de horchata 700 Mililitros	\$20
REFRESCOS	
Coca-Cola	\$25
Coca-Cola 3 litros	\$55
Coca-Cola 2.5	\$45

Fuente: Elaboración propia (2025).

Dinámica de venta

Actualmente Tacos de Guisado Doña Lili atiende a los clientes de dos formas:

- **En el punto de venta presencial:** Los clientes llegan y realizan su pedido en el local, sus alimentos y bebidas pueden ser consumidos ahí o se les puede dar para llevar.
- **Pedido por medio de WhatsApp:** Los clientes pueden mandar un mensaje al número de la señora Lili, indicar su orden y el lugar a donde será mandado el pedido o la hora y persona que lo recibirá en el punto de venta.

Mercado

Mercado Meta

Tacos de Guisado Doña Lili se dirige a un público de un rango de edad variado, que va desde 18 años aproximadamente hasta adultos mayores de aproximadamente 65 años, que radican en la ranchería La Palma y comunidades vecinas, personas que trabajan en el aeropuerto de Villahermosa, Guardia Nacional y en la clínica Santa Fe en el Poblado Dos Montes. Son personas que buscan desayunos caseros, rápidos y a precios accesibles, a su vez valoran el servicio a domicilio.

Canales de comercialización

Tacos de guisado Doña Lili cuenta con un canal de comercialización directo puesto que cuentan con un punto de venta físico en el que los clientes pueden consumir sus alimentos, a su vez, la empresa cuenta con un repartidor exclusivo, lo cual también sugiere un canal directo, puesto que se mantiene el control sobre la entrega de los productos a los clientes sin depender de intermediarios externos.

Estrategias mercadológicas implementadas

- Inicialmente usó tarjetas de presentación para darse a conocer principalmente entre las personas que radicaban en el aeropuerto de la ciudad de Villahermosa.

- Ha aprovechado la tecnología para promocionar su negocio a través de dos plataformas: WhatsApp y Facebook.
- Su principal forma de promocionarse es el boca a boca, pues la recomendación de clientes ha sido clave para su crecimiento.

Competencia

Tabla 2. Comparación de la competencia.

Nombre	Descripción
Empanadas Doña Mari	Empanadas Doña Mari es un negocio que se especializa en ofrecer empanadas con una variedad de guisos, entre sus opciones se encuentran: <ul style="list-style-type: none"> • Empanadas de carne • Empanadas de pollo • Empanadas de queso • Empanadas de frijol
Empanadas y pozoleria Manuel	Empanadas y pozoleria Manuel ofrece dos productos distintos, empanadas de variedad de guisos y pozol. Empanadas: <ul style="list-style-type: none"> • Empanadas de carne • Empanadas de pollo • Empanadas de queso • Empanadas de frijol Pozol: <ul style="list-style-type: none"> • Blanco • Cacao • Vasos de pozol de 500ml • Vasos de pozol de 1L
Birriería Silvan	Birriería Silvan es un establecimiento que se especializa en vender birria, un platillo tradicional mexicano, suele prepararse con

	<p>carne de res, borrego o chivo, cocida lentamente en un adobo de chiles, especias y hierbas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Birria en consomé • Tacos de birria • Quesabirrias • Birria por kilo o porción
--	--

Fuente: Elaboración propia (2025).

Análisis FODA

Tabla 3. Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Buena reputación y lealtad de clientes. • Servicio a domicilio. • Variedad de guisos. • Precios accesibles. • Buen servicio al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de las tecnologías para las cuestiones administrativas. • Expansión del negocio. • Incrementar el volumen de producción. • Ampliar sus horarios, para satisfacer nuevas necesidades. • Crear paquetes para sus productos. • Implementar nuevos medios de pago. • Oportunidad de crear un servicio para eventos.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Horarios • Falta de personal • Espacio insuficiente • Débil estructura administrativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia directa e indirecta • Aparición de nuevos competidores • Cambios en los precios de los

<ul style="list-style-type: none"> • Falta de promociones • Tiempos de espera • Poca visibilidad de los productos • Métodos de pago • Uso limitado de herramientas para publicidad. 	<p>insumos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inseguridad • Cambios en regulaciones sanitarias • Crisis sanitarias (pandemia) • cuestiones climatológicas (Puede afectar en el abastecimiento de los insumos, entregas).
--	--

Fuente: Elaboración propia (2025).

Operacionalización de variables

Tabla 4. Operacionalización de variables.

Variable	Definición	Definición Operativa	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Tipo de medida
Calidad del servicio	"La calidad del servicio es un sistema altamente empleado por todas las organizaciones, las cuales, según Durán et al., (2017), buscan posicionamiento, liderazgo, pero además principalmente la satisfacción de sus consumidores. La calidad de servicio en las organizaciones radica en orientar a los clientes en lograr cumplir con una necesidad, y además	Grado en que una organización cumple las necesidades y/o supera las expectativas de un cliente, evaluando aspectos como la confiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad, la empatía y los aspectos tangibles.	Confiabilidad	<p>Cumplimiento de promesas y tiempos de entrega.</p> <p>Precisión en pedidos o servicios prestados.</p> <p>Ausencia de errores en el servicio.</p> <p>Consistencia en la calidad del servicio.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Tacos de Guisado Doña Lili" cumple con los horarios establecidos 2. La taquería siempre cumple con el tiempo de espera prometido para entregar el pedido. 3. Frente a alguna queja y/o problema, el personal ofreció solucionarlo y estuvo dispuesto ayudar. 4. En esta taquería el cliente recibe la misma calidad del servicio bajo cualquier tipo de circunstancia. 	<p>Todas las dimensiones de la variable calidad de servicio son medidas a través de:</p> <p>Escala Likert a 5 niveles.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo.</p> <p>2 = En desacuerdo.</p> <p>3 = Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.</p> <p>4 = De acuerdo.</p> <p>5 = Totalmente de acuerdo.</p>

	facilitarle el cumplimiento de sus expectativas individuales". (López et al., 2020, p. 222).		Capacidad de respuesta	<p>Disposición en la resolución de problemas.</p> <p>Disponibilidad del personal para atender dudas o solicitudes.</p> <p>Facilidad para realizar quejas o reclamaciones.</p> <p>Tiempo de espera.</p>	<p>5. En esta taquería siempre recibo un servicio rápido.</p> <p>6. El personal está dispuesto a ayudar de inmediato cuando se le solicita algo.</p> <p>7. Si hay un error con el pedido, el personal resuelve la situación rápidamente</p> <p>8. En esta taquería el tiempo de espera para ser atendido o recibir un pedido es razonable.</p>	
			Seguridad/competencia	<p>Amabilidad y trato del personal hacia el cliente.</p> <p>Capacidad para transmitir seguridad y confianza.</p> <p>Calidad de los ingredientes.</p> <p>Conocimiento del personal sobre el producto.</p>	<p>9. El ambiente de este lugar me hace sentir seguro al comer aquí (higiene, calidad de los ingredientes, etc.).</p> <p>10. En esta taquería los ingredientes se sienten frescos y de calidad.</p> <p>11. El comportamiento del personal inspira confianza en la entrega del servicio.</p>	

			Servicio	<p>Comprensión de las necesidades del cliente.</p> <p>Flexibilidad en el servicio según el cliente.</p> <p>Facilidad de comunicación con el cliente.</p>	<p>12. "Tacos de Guisado Doña Lili" ofrece el servicio en horarios convenientes a las necesidades del cliente.</p> <p>13. El personal de es amable y me hace sentir bienvenido cada vez que vengo.</p> <p>14. La taquería ofrece opciones personalizadas para adaptar los pedidos (como elegir salsas, combinar ingredientes, etc.)</p> <p>15. El personal es capaz de dar recomendaciones sobre los mejores tacos o combinaciones.</p>	
--	--	--	----------	--	---	--

			Entorno físico	<p>Limpieza y presentación del establecimiento.</p> <p>Apariencia del personal.</p> <p>Apariencia del establecimiento</p> <p>Calidad del material utilizado en el servicio.</p>	<p>16. Existe comodidad en el mobiliario y los espacios de "Tacos de Guisado Doña Lili".</p> <p>17. En este establecimiento se cuida de la higiene, limpieza de las instalaciones, vajilla y utensilios.</p> <p>18. En este establecimiento se cuida de la higiene, limpieza de las</p> <p>19. El personal tiene apariencia adecuada y presentable.</p> <p>20. El menú es claro, fácil de leer y está bien organizado.</p>	
Satisfacción del cliente	La satisfacción del cliente es una métrica que indica qué tan felices están los consumidores con los productos y los servicios que brinda una empresa. Incluye factores como agilidad, precisión,	Grado en el que una organización cumple con las expectativas de los clientes respecto a su servicio y/o producto.	Conformidad	<p>Lealtad</p> <p>Expectativas superadas</p>	<p>21. Después de su visita, ¿Consumiría otra vez en este establecimiento?</p> <p>22. ¿Recomendaría "Tacos de guisado Doña Lili" con amigos y familiares?</p>	<p>Escala nominal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sí • No

	amabilidad, entre otros. (Zendesk, 2025)				23. ¿Considera usted que el servicio que se le proporcionó superó sus expectativas?	
Imagen corporativa	"La imagen corporativa es la percepción que el público tiene de una empresa o marca. Incluye elementos como el logotipo, los colores, la tipografía y el tono de comunicación. Juntos transmiten los valores y la personalidad de la empresa." (Workana, 2025).	Grado en que los clientes perciben los elementos de la imagen corporativa, como el reconocimiento, la claridad de la información diseño y visibilidad del negocio.	Identidad corporativa	Percepción de diferenciación	24. Considero que el negocio se diferencia significativamente de otros negocios similares de la zona. 25. En "Tacos de Guisado Doña Lili" es fácil entender que se vende y cuánto cuesta. 26. ¿Por qué decide comprar en este establecimiento y no en otro lugar?	<p>Escala Likert a 5 niveles.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo.</p> <p>2 = En desacuerdo.</p> <p>3 = Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.</p> <p>4 = De acuerdo.</p> <p>5 = Totalmente de acuerdo.</p> <p>Escala nominal</p>
			Identidad visual	Identidad visual en el punto de venta	27. ¿Cómo calificarías el diseño del menú y carteles de esta taquería? 28. Puedo identificar fácilmente el negocio cuando paso por la zona. 29. Si esta taquería tuviera un logo, colores y una imagen bien	<p>Escala Likert a 5 niveles.</p> <p>Nominal</p> <p>Escala cualitativa</p>

					<div>definida, me daría más confianza y llamaría más mi atención.</div> <div>30. Un logo y colores llamativos me ayudarían a recordar esta taquería más fácilmente.</div> <div>31. ¿Si el negocio tuviera una mejor imagen visual vendría más seguido?</div> <div>32. ¿Qué recomendaciones le daría usted al negocio?</div>	
--	--	--	--	--	---	--

Fuente: Elaboración propia (2025).

Planteamiento

El caso de la taquería “Tacos de Guisado Doña Lili” representa un ejemplo de emprendimiento tradicional con reconocimiento dentro de su comunidad. Sin embargo, a pesar de su trayectoria de más 10 años, no cuenta con un diagnóstico claro sobre cómo los clientes perciben el servicio ofrecido, qué tan satisfechos están después de su consumo, ni cómo valoran la imagen visual y corporativa del negocio. A través de una entrevista a profundidad realizada a la propietaria del negocio, se identificó que las dificultades que enfrenta son pertenecientes al Marketing Mix; las principales dificultades identificadas son calidad del servicio, satisfacción al cliente e imagen corporativa, en los que calidad del servicio y satisfacción al cliente pertenecen a la variable de Producto, e imagen corporativa a Promoción.

En primer lugar, la calidad del servicio juega un papel fundamental en la experiencia del consumidor, un servicio lento, desorganizado o poco atento puede generar frustración y afectar negativamente la percepción del negocio.

Por otro lado, la satisfacción del cliente en el caso de los tacos de guisado, aspectos como el sabor, la frescura de los ingredientes y la presentación influyen directamente en la evaluación del cliente; también influyen factores como la limpieza del local, la rapidez del servicio y la facilidad para hacer pedidos.

Finalmente, la imagen corporativa del negocio no ha sido trabajada de manera estratégica. Aunque el nombre “Tacos de guisado Doña Lili” tiene cierto reconocimiento, no existe una identidad visual coherente ni una presencia sólida en redes sociales o medios digitales.

En este contexto, es fundamental realizar un diagnóstico que permita entender cómo se perciben estos tres elementos clave. Esta información será esencial para implementar mejoras que fortalezcan la experiencia del cliente, aumenten la fidelización y contribuyan al crecimiento sostenido del negocio.

Justificación

La investigación de mercados en Tacos de Guisado Doña Lili se realizó con el objetivo de identificar áreas de mejora en la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y la imagen corporativa. A pesar de contar con más de 10 años de experiencia y reconocimiento en su comunidad, el negocio no había evaluado formalmente cómo los clientes perciben estos aspectos clave.

Se detectaron debilidades relacionadas con el Marketing Mix, especialmente en la atención al cliente y la falta de identidad visual y presencia digital. Esto limita su crecimiento y competitividad en un mercado donde la experiencia del cliente y la imagen de marca son cada vez más importantes.

Con esta investigación se busca proporcionar información clara y útil para implementar mejoras que fortalezcan la relación con los clientes, profesionalicen el negocio y promuevan su crecimiento sostenible.

Objetivo

Analizar como perciben los clientes la calidad del servicio, la satisfacción de los consumidores y la imagen de Tacos de Guisado Doña Lili, con el fin de identificar áreas de mejora y proponer recomendaciones que contribuyan a su desarrollo.

Metodología

En esta investigación se utilizó un enfoque mixto, ya que se combinó métodos cualitativos y cuantitativos para tener una visión más amplia del contexto de la microempresa, se inició con una entrevista a profundidad realizada a la dueña del negocio, para identificar el entorno y llevar a cabo el análisis situacional.

El propósito de la investigación fue descriptivo, ya que se enfocó en observar y analizar la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio, su nivel de satisfacción y la imagen del negocio.

El diseño de esta investigación fue no experimental, porque no se hicieron cambios ni pruebas, solo se observó lo que ya estaba ocurriendo en el negocio.

También fue transversal simple, ya que se recogió la información en un solo momento.

Instrumento de recolección de datos:

Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario semiestructurado, diseñado específicamente para conocer la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio, la satisfacción y la imagen del negocio Tacos de Guisado Doña Lili. Este instrumento incluyó diferentes tipos de preguntas: algunas con escala de Likert de 5 puntos, que permitieron medir qué tanto estaban de acuerdo o en desacuerdo los clientes con afirmaciones relacionadas al trato, la limpieza, la rapidez y la presentación, entre otros aspectos del servicio; preguntas cerradas de escala nominal sí/no, que ayudaron a conocer si los clientes volverían a comprar o recomendarían el negocio; y una pregunta abierta, donde las personas pudieron dejar sugerencias o comentarios para mejorar. El cuestionario fue aplicado de forma presencial y también a través de WhatsApp, lo cual permitió facilitar su distribución y obtener una mayor participación. A cada participante se le explicó el objetivo de la investigación, y se solicitó su consentimiento voluntario para responder el cuestionario.

Población y Muestra

Población

La población de estudio está conformada por hombres y mujeres que residen en las localidades dentro del área de influencia de Tacos de Guisado Doña Lili, específicamente: Ranchería La Palma, Dos Montes y La Cruz.

Este grupo fue delimitado con base en su proximidad geográfica al negocio y en su actual condición de consumidores del servicio que ofrece. Se considera que estas personas representan el segmento de mercado que se desea analizar, ya que forman parte del entorno habitual de operación del establecimiento.

Muestra

Se consideró una muestra de 100 sujetos; dicha cantidad fue determinada a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia. Esta elección se debió a la facilidad de acceso a los participantes, ya que además de aplicar el instrumento a los consumidores en punto de venta, se tuvo acceso a una base de datos la cual fue los contactos que realizan pedidos a través de WhatsApp.

Sujetos

Los individuos seleccionados para participar en la investigación se seleccionaron en base a los siguientes criterios:

- Aceptar participar voluntariamente en el estudio.
- Estar dispuesto a responder el instrumento realizado para recolectar los datos.
- Encontrarse dentro de un rango de edad de entre 18-65 años.
- Ser habitante de cualquiera de las localidades antes mencionadas (Ranchería La Palma, Dos Montes y La Cruz).
- Haber realizado al menos un pedido a través de WhatsApp.
- Haber consumido en Tacos de guisado Doña Lili ya sea en el punto de venta o a través de entrega a domicilio.

Procedimiento

Permisos: Se redactó una carta de consentimiento informado en donde se explicó a detalle a la dueña de Tacos de Guisado Doña Lili en qué consiste la investigación, los riesgos y beneficios de su participación y el Código Institucional de la Ética para la investigación.

Análisis Preliminar: Se realizó una entrevista a profundidad a la dueña del negocio para la realización del análisis preliminar, la cual fue grabada en audio para su posterior transcripción y análisis, se identificaron deficiencias en el negocio el cual se definió con ayuda de la docente.

Diseño del instrumento: Se elaboró la operacionalización de variables del instrumento que fue un cuestionario estructurado con escalas Likert de 5 niveles

para medir la percepción de los clientes sobre distintas dimensiones del servicio. También se incluyeron preguntas de tipo nominal y abiertas para obtener información cualitativa complementaria, como las sugerencias de los clientes. Al momento de armar el cuestionario en Google forms se agregó el apartado de consentimiento en donde se le hizo modificaciones a la carta de consentimiento informado para presentársela a los clientes con la finalidad de que tuvieran conocimiento de lo que implicaba responder el cuestionario.

Validación del instrumento: Para la validación del instrumento se aplicó una prueba piloto de 30 personas de manera presencial en el punto de venta, posteriormente se pasaron los resultados a Excel y se cargó la información al software spss para el Alpha de Cronbach que dio como resultado 0.90.

Aplicación del Instrumento: El instrumento fue aplicado de forma presencial y digital, utilizando WhatsApp y visitas directas al punto de venta. La aplicación se realizó durante dos semanas del 17 de marzo hasta el 28 de marzo del 2025.

Recolección y organización de datos: Las respuestas fueron recopiladas y se sistematizaron en la base de datos de Google forms.

Análisis de resultados: Se utilizó estadística descriptiva para interpretar los datos, identificando tendencias, áreas críticas y oportunidades de mejora para el negocio.

Tabulación de los datos

¿Da usted su consentimiento para responder este cuestionario de manera voluntaria?

Figura 2. Resultados del consentimiento.



El 100% de los participantes aceptó los términos de la carta consentimiento y aceptó contribuir a este estudio con sus respuestas.

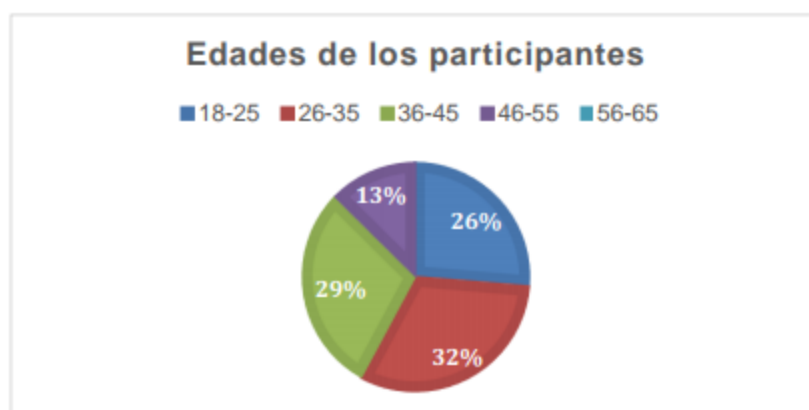
Pregunta 2: ¿Qué edad tiene?

Tabla 5. Resultados de las edades.

Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje
18-25	25	25%
26-35	30	30%
36-45	28	28%
46-55	12	12%
56-65	5	5%

Fuente: Elaboración propia (2025).

Figura 3: Gráfica de los resultados de edades.

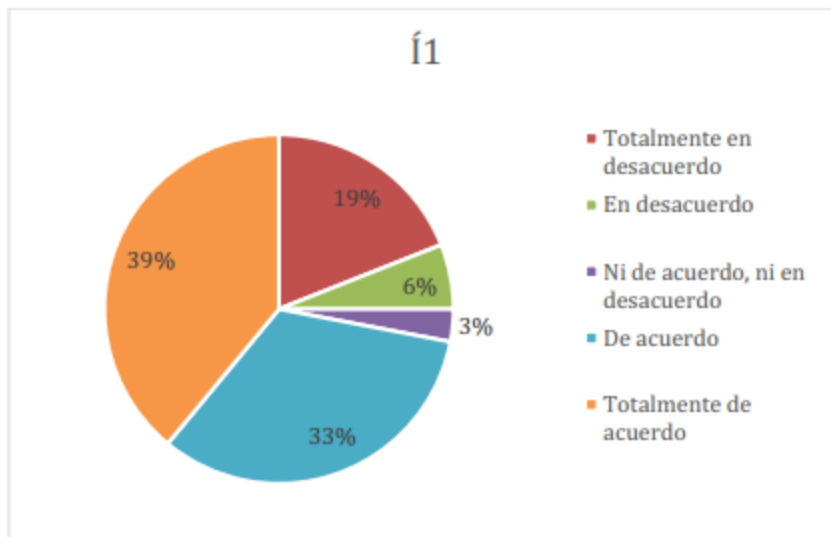


Variable: Calidad del servicio

Dimensión: Confiabilidad

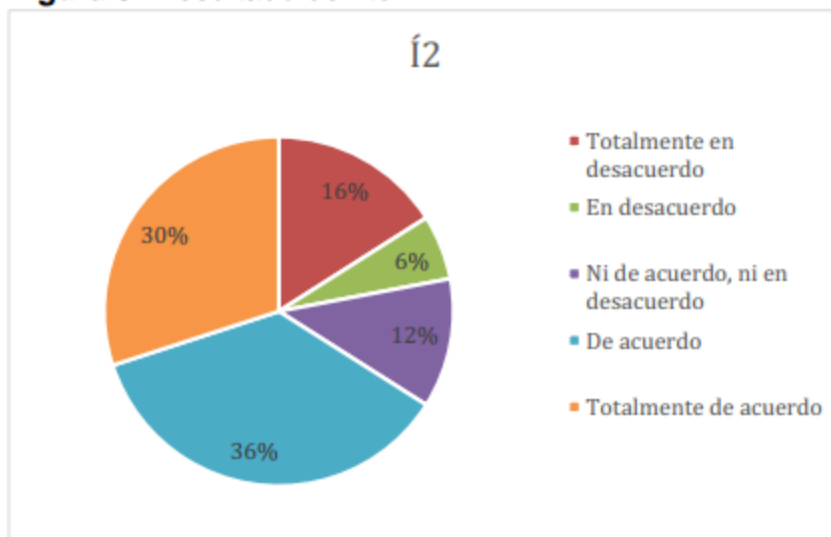
Ítem 1: "Tacos de Guisado Doña Lili" cumple con los horarios establecidos.

Figura 4: Resultado del ítem 1.



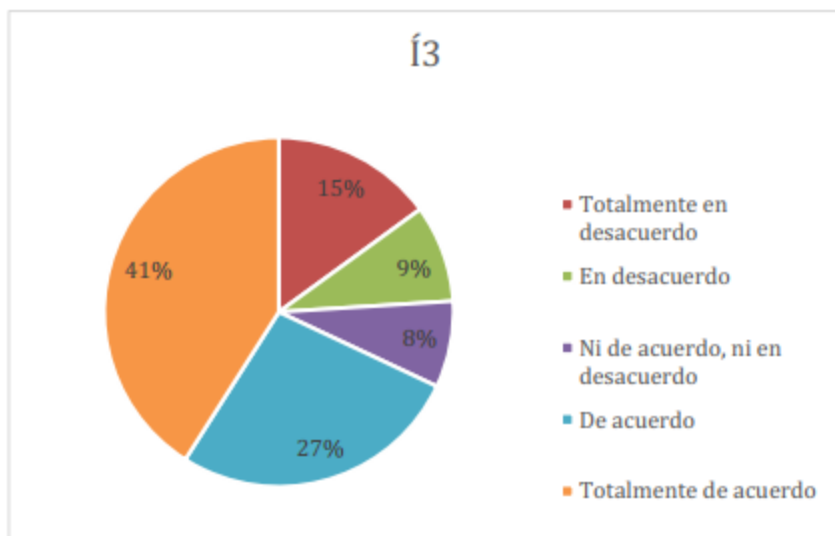
Ítem 2: La taquería siempre cumple con el tiempo de espera prometido para entregar el pedido.

Figura 5: Resultado del ítem 2.



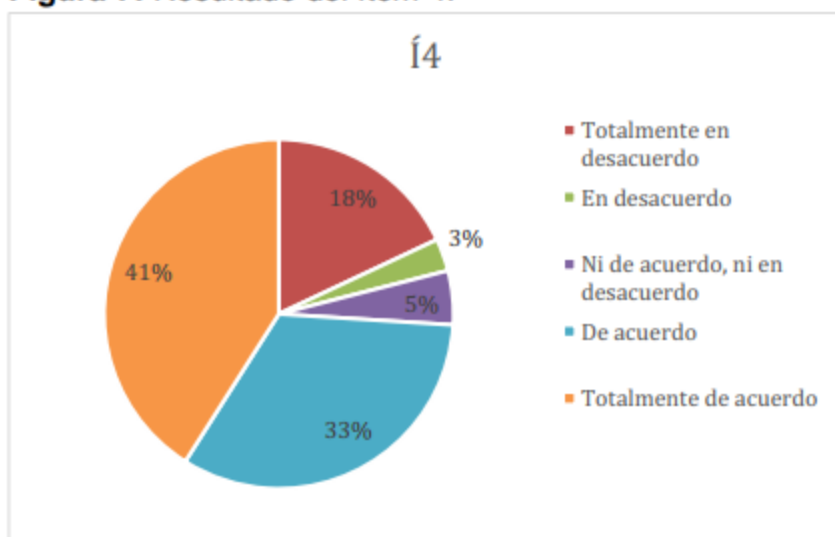
Ítem 3: Frente a alguna queja y/o problema, el personal ofreció solucionarlo y estuvo dispuesto ayudar.

Figura 6: Resultado del ítem 3.



Ítem 4: En esta taquería el cliente recibe la misma calidad del servicio bajo cualquier tipo de circunstancia.

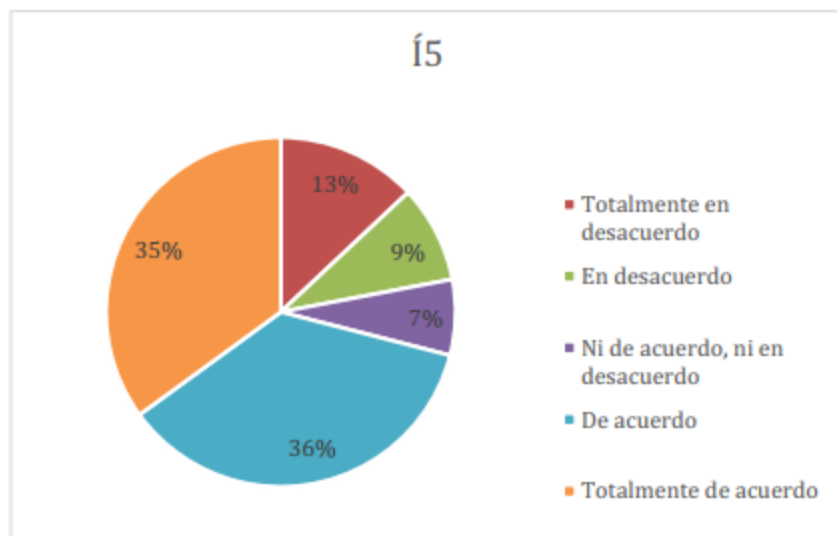
Figura 7: Resultado del ítem 4.



Dimensión: Capacidad de respuesta

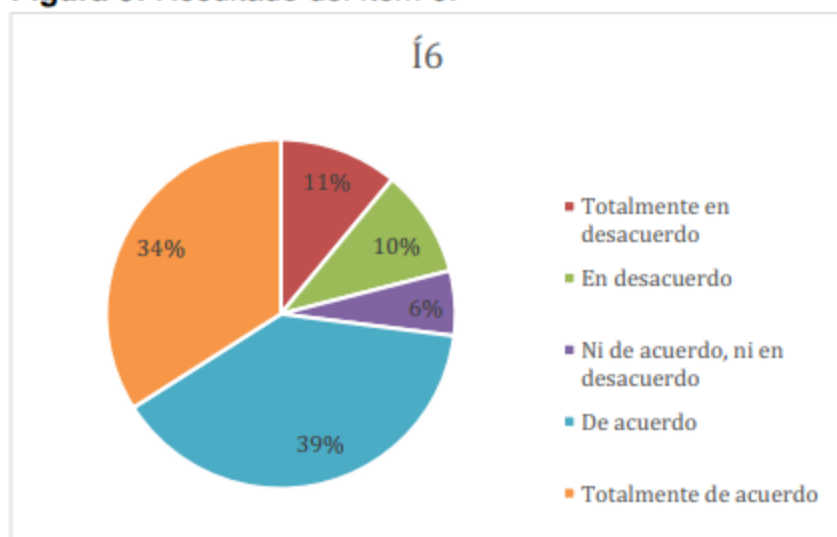
Ítem 5: En esta taquería siempre recibo un servicio rápido

Figura 8: Resultado del ítem 5.



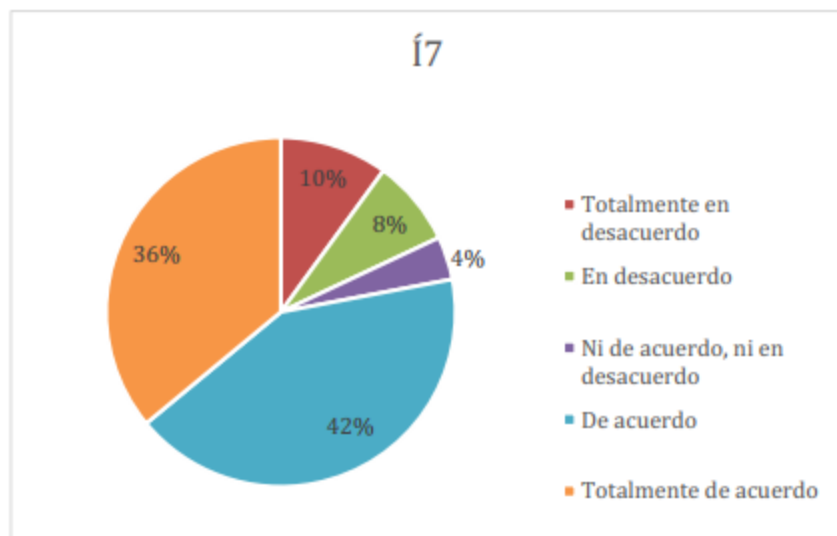
Ítem 6: El personal está dispuesto a ayudar de inmediato cuando se le solicita algo.

Figura 9: Resultado del ítem 6.



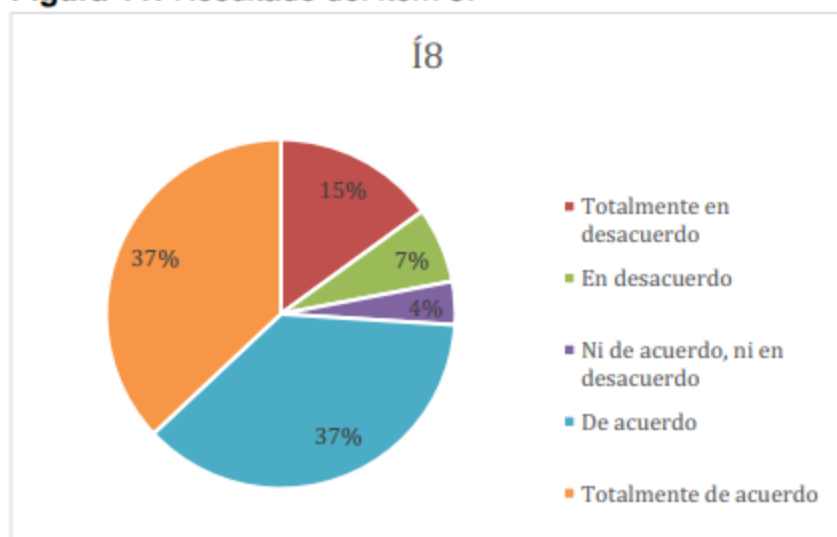
Ítem 7: Si hay un error con el pedido, el personal resuelve la situación rápidamente.

Figura 10: Resultado del ítem 7



Ítem 8: En esta taquería el tiempo de espera para ser atendido o recibir un pedido es razonable.

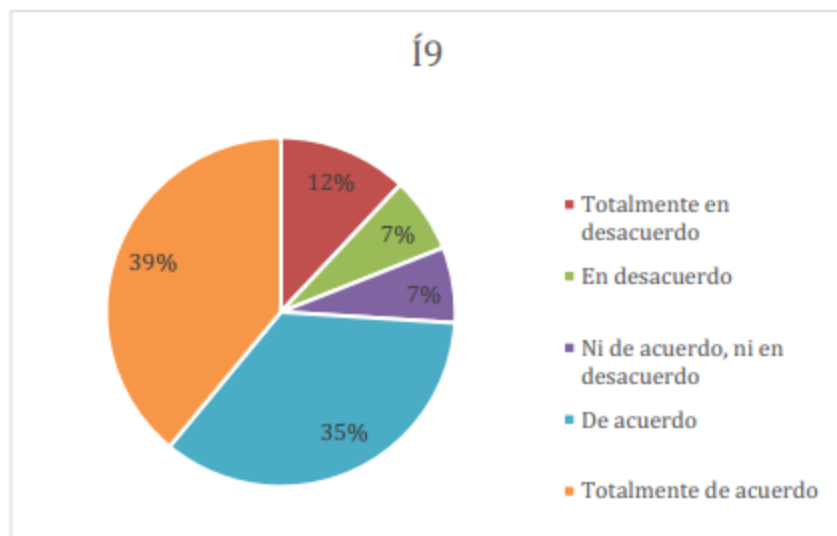
Figura 11: Resultado del ítem 8.



Dimensión: Seguridad

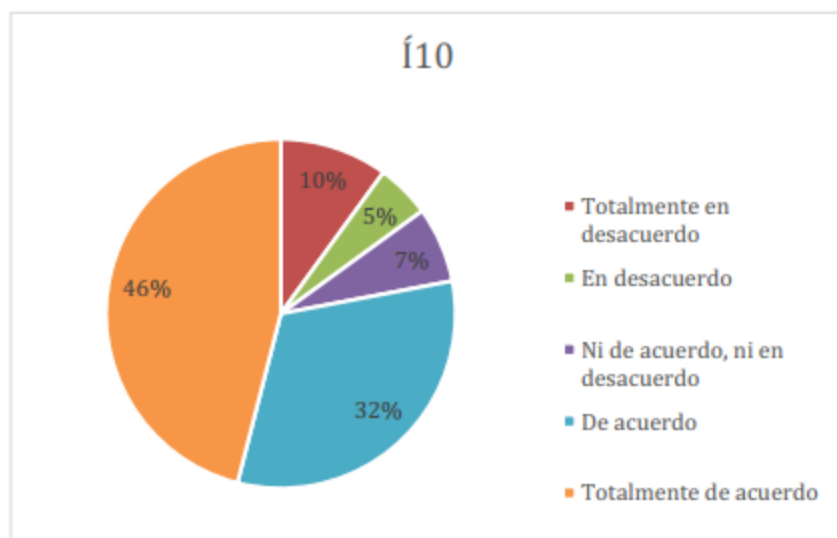
Ítem 9: El ambiente de este lugar me hace sentir seguro al comer aquí (higiene, calidad de los ingredientes, etc.).

Figura 12: Resultado del ítem 9.



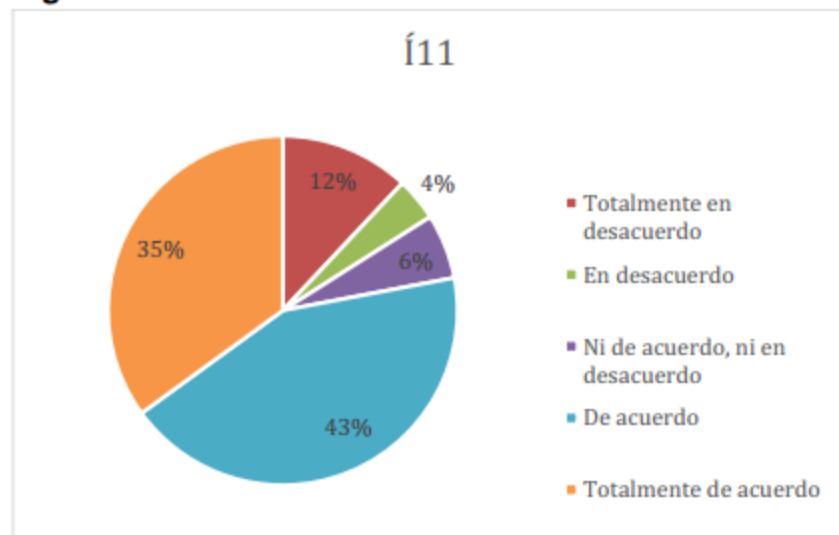
Ítem 10: En esta taquería los ingredientes se sienten frescos y de calidad.

Figura 13: Resultado del ítem 10.



Ítem 11: El comportamiento del personal inspira confianza en la entrega del servicio.

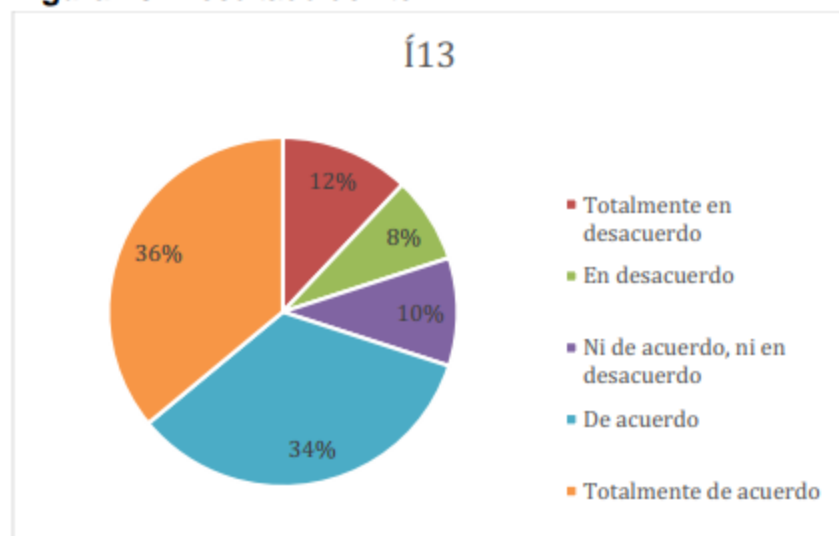
Figura 14: Resultado del ítem 11.



Dimensión: Servicio

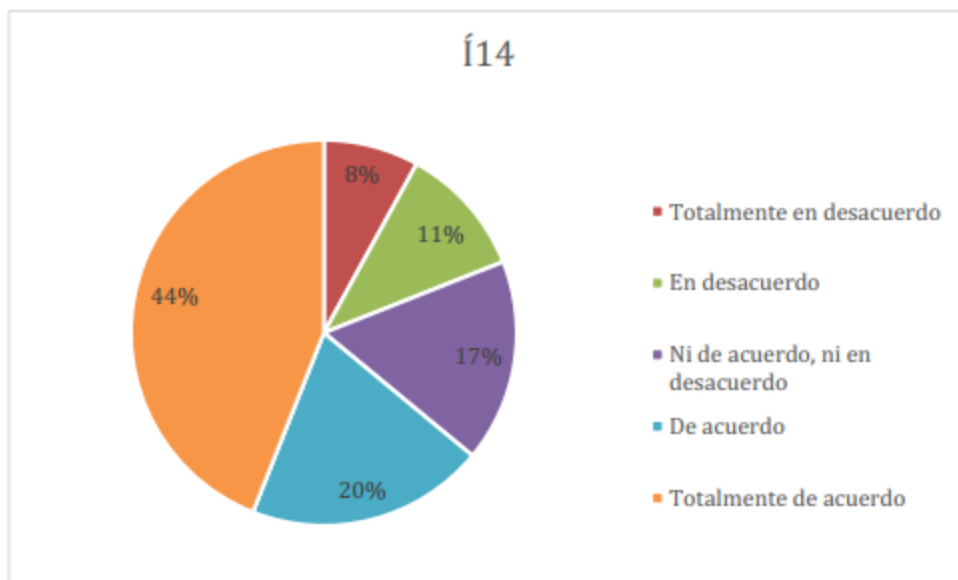
Ítem 12: “Tacos de Guisado Doña Lili” ofrece el servicio en horarios convenientes a las necesidades del cliente.

Figura 15: Resultado del ítem 12.



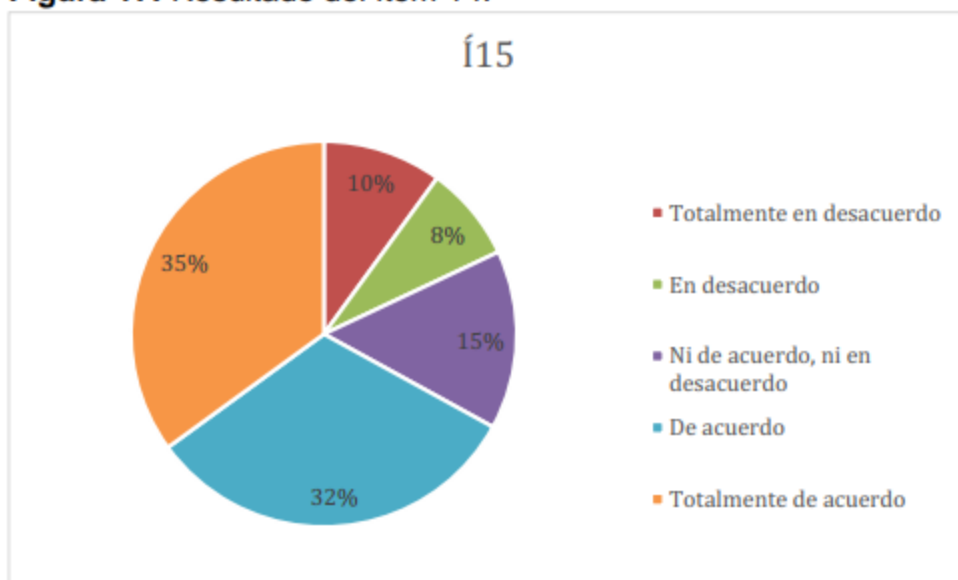
Ítem 13: El personal de es amable y me hace sentir bienvenido cada vez que vengo.

Figura 16: Resultado del ítem 13.



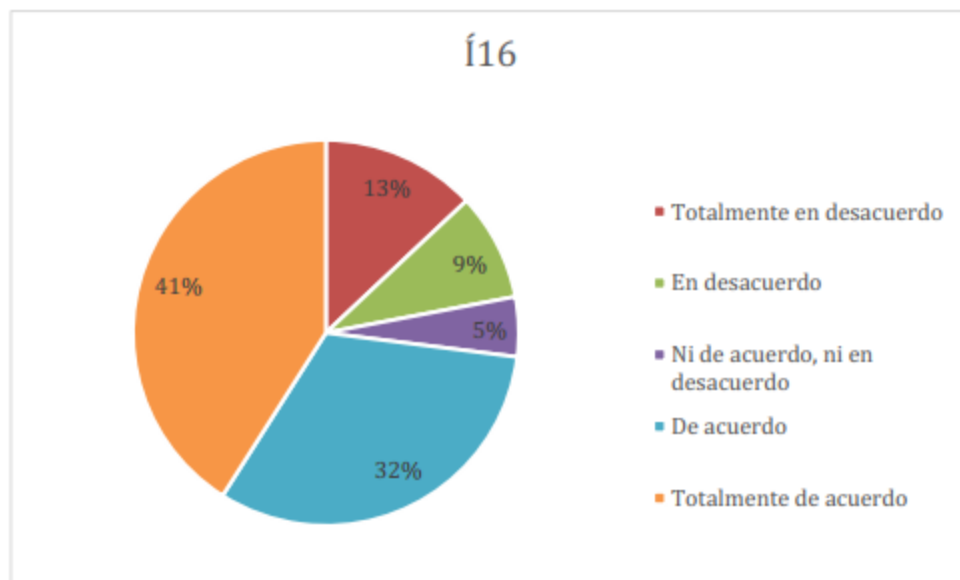
Ítem 14: La taquería ofrece opciones personalizadas para adaptar los pedidos (como elegir salsas, combinar ingredientes, etc).

Figura 17: Resultado del ítem 14.



Ítem 15: El personal es capaz de dar recomendaciones sobre los mejores tacos o combinaciones.

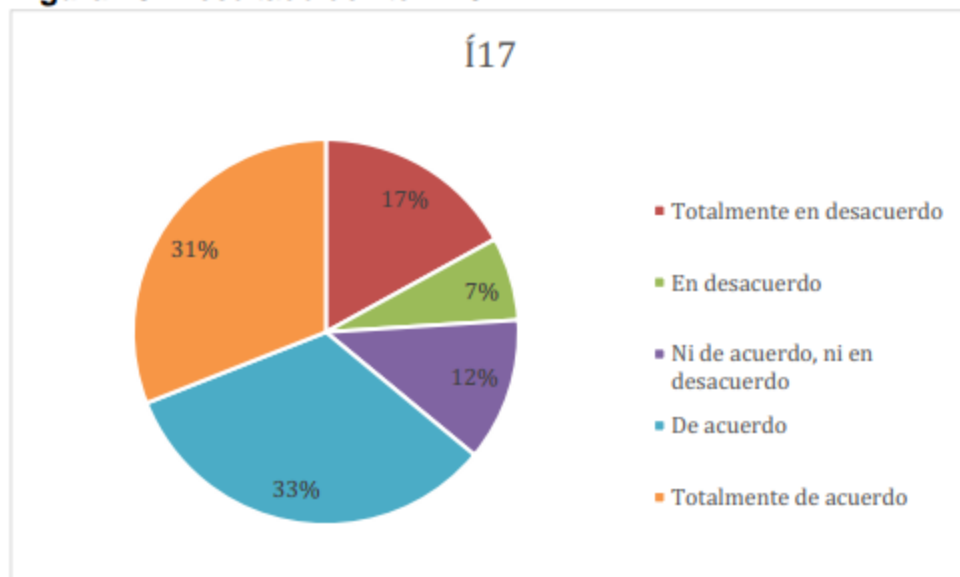
Figura 18: Resultado del ítem 15.



Dimensión: entorno físico

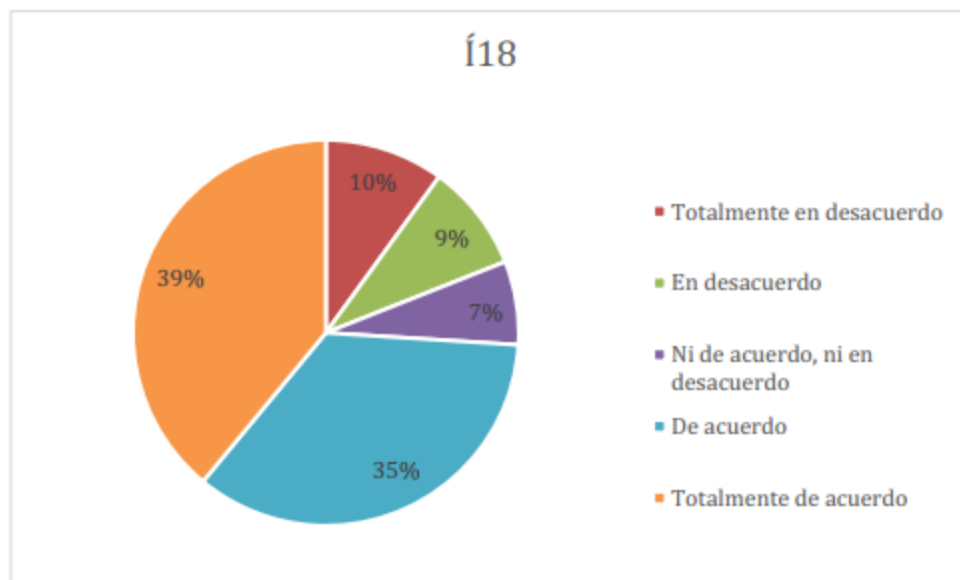
Ítem 16: Existe comodidad en el mobiliario y los espacios de “Tacos de Guisado Doña Lili”.

Figura 19: Resultado del ítem 16.



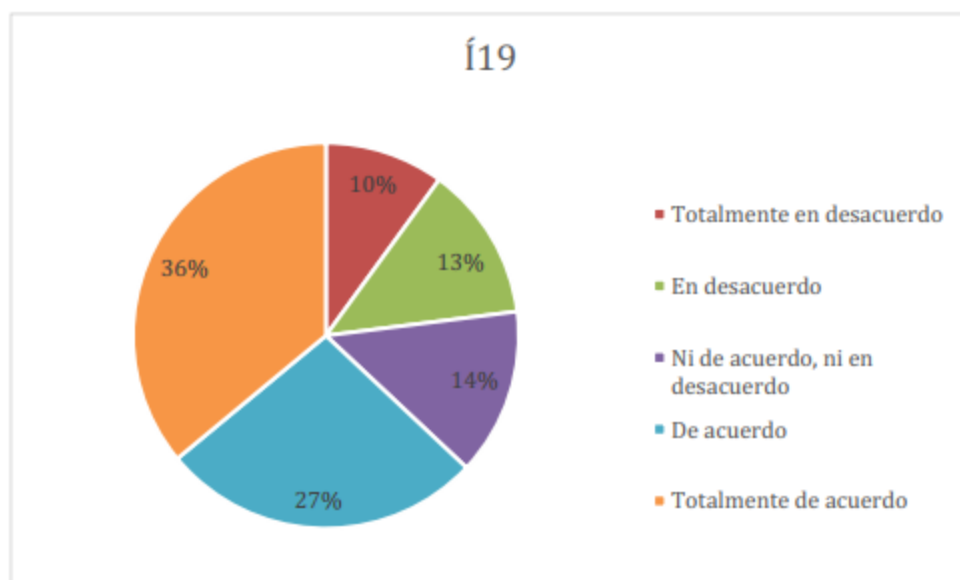
Ítem 17: En este establecimiento se cuida de la higiene, limpieza de las instalaciones, vajilla y utensilios.

Figura 20: Resultado del ítem 17.



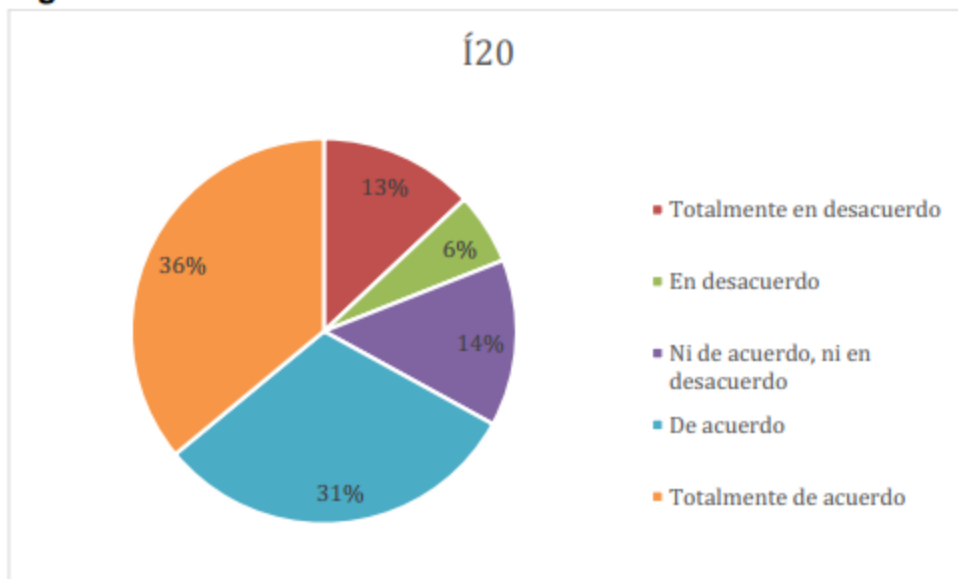
Ítem 18: En este establecimiento se cuida de la higiene, limpieza de las instalaciones, vajilla y utensilios.

Figura 21: Resultado del ítem 18.



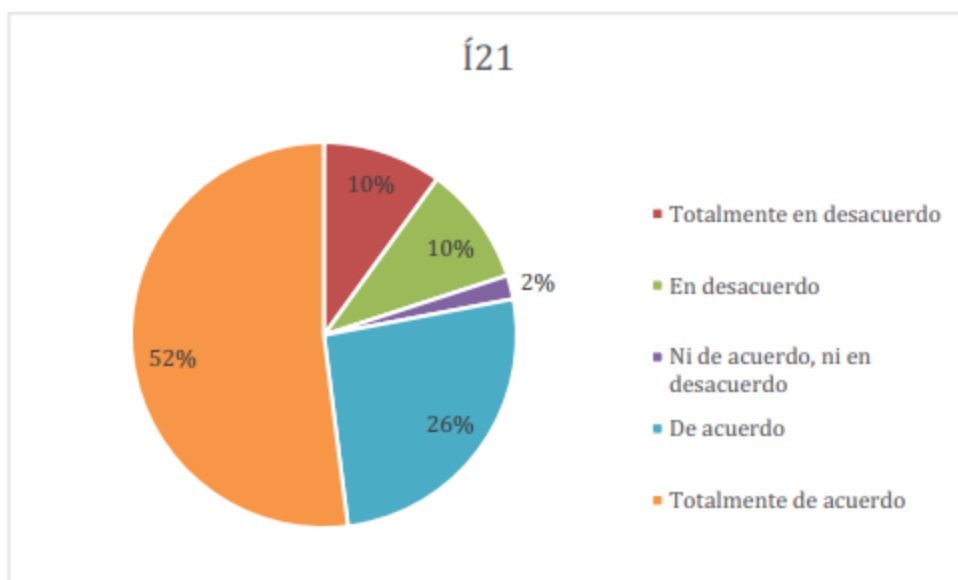
Ítem 19: El personal tiene apariencia adecuada y presentable.

Figura 22: Resultado del ítem 19.



Ítem 20: El menú es claro, fácil de leer y está bien organizado.

Figura 23: Resultado del ítem 20.

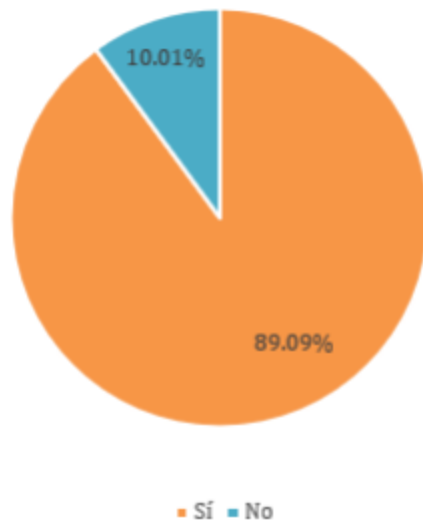


Variable: Satisfacción del cliente

Dimensión: Conformidad del servicio

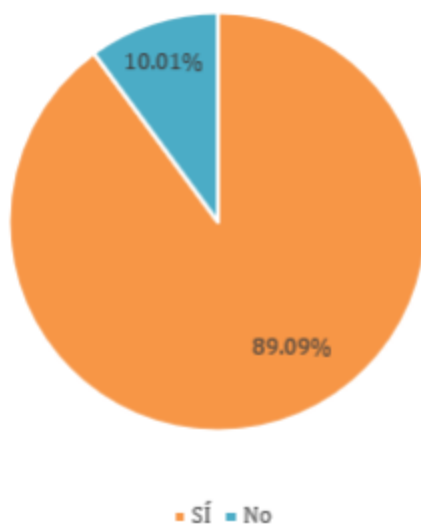
Ítem 21: Después de su visita, ¿Consumiría otra vez en este establecimiento?

Figura 24: Resultado del ítem 21.



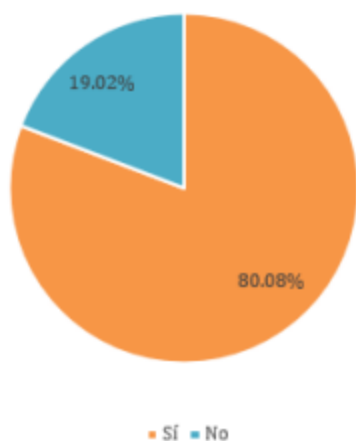
Ítem 22: ¿Recomendaría "Tacos de guisado Doña Lili" con amigos y familiares?

Figura 25: Resultado del ítem 22.



Ítem 23: ¿Considera usted que el servicio que se le proporcionó superó sus expectativas?

Figura 26: Resultado del ítem 23.



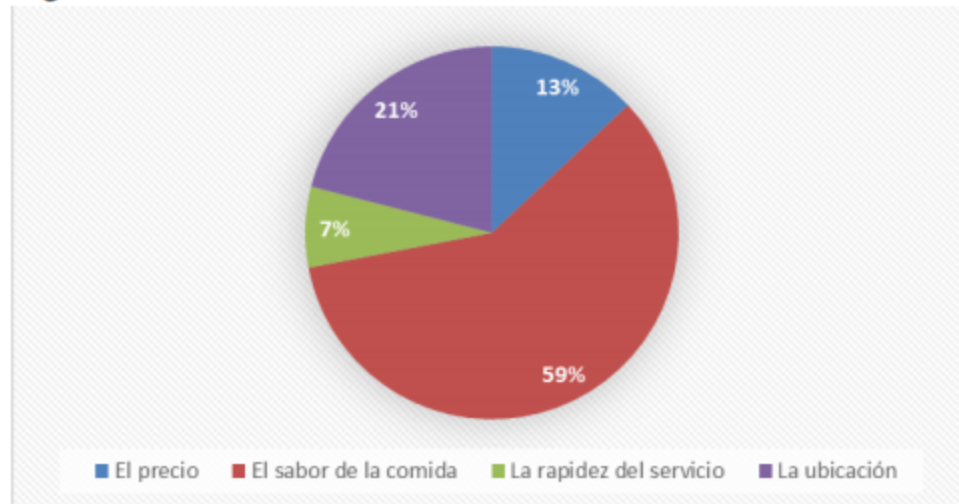
Ítem 24: Considero que el negocio se diferencia significativamente de otros negocios similares de la zona.

Figura 27: Resultado del ítem 24.



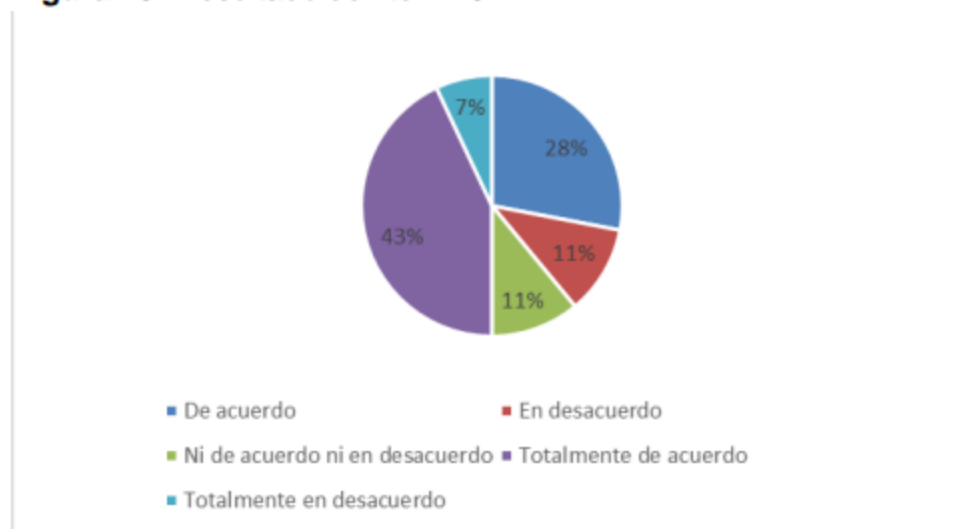
Ítem 25: En "Tacos de Guisado Doña Lili" es fácil entender que se vende y cuánto cuesta.

Figura 28: Resultado del ítem 25.



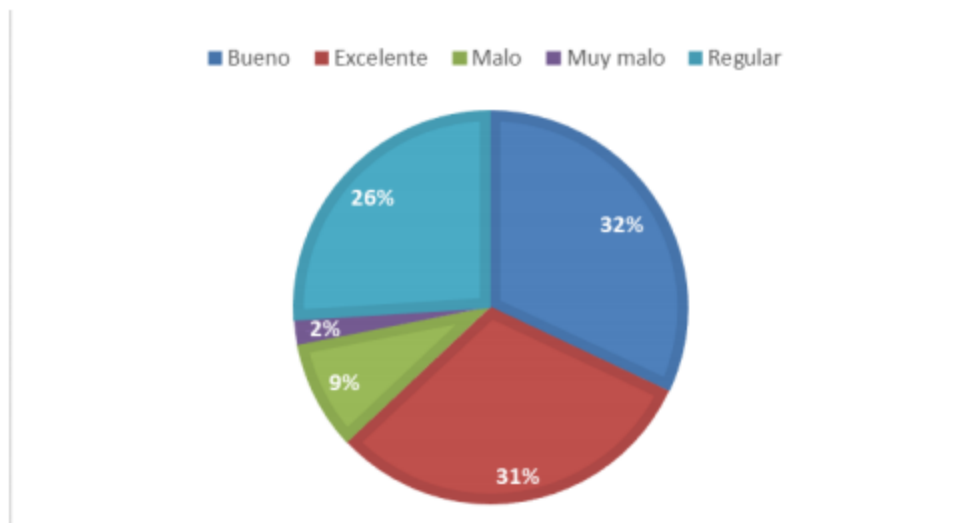
Ítem 26: ¿Por qué decide comprar en este establecimiento y no en otro lugar?

Figura 29: Resultado del ítem 26.



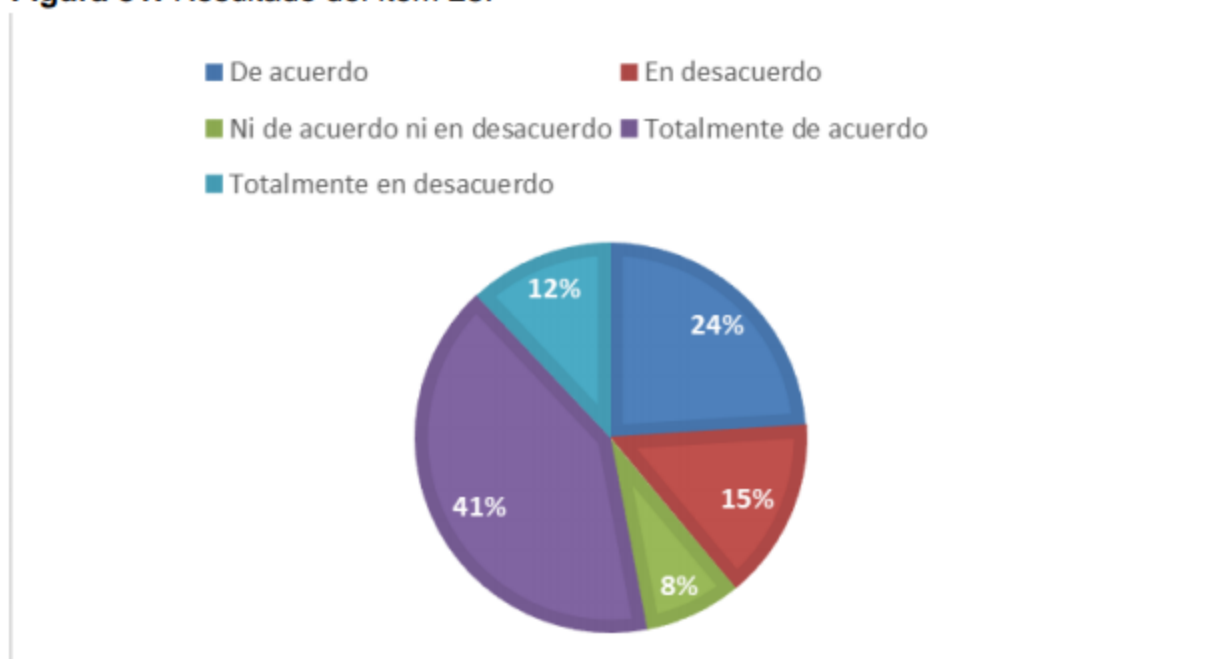
Ítem 27: ¿Cómo calificarías el diseño del menú y carteles de esta taquería?

Figura 30: Resultado del ítem 27.



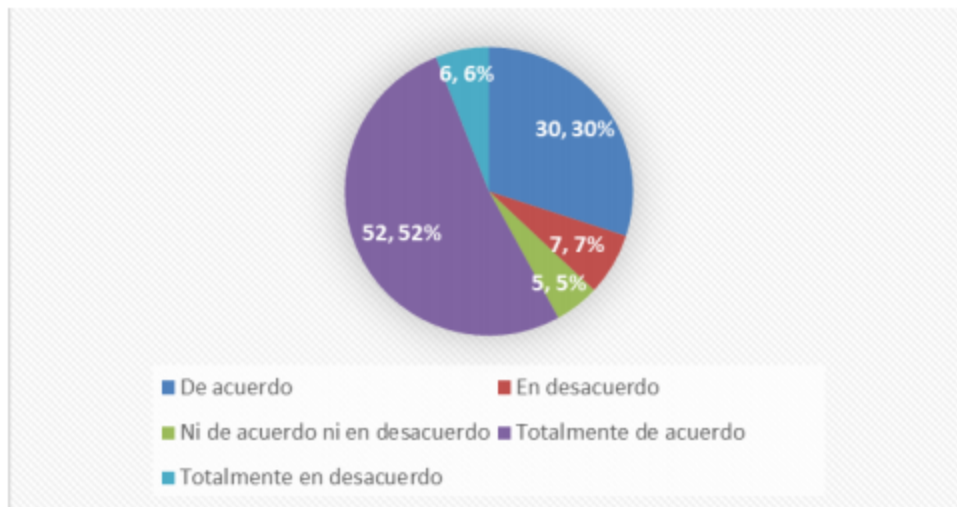
Ítem 28: Puedo identificar fácilmente el negocio cuando paso por la zona.

Figura 31: Resultado del ítem 28.



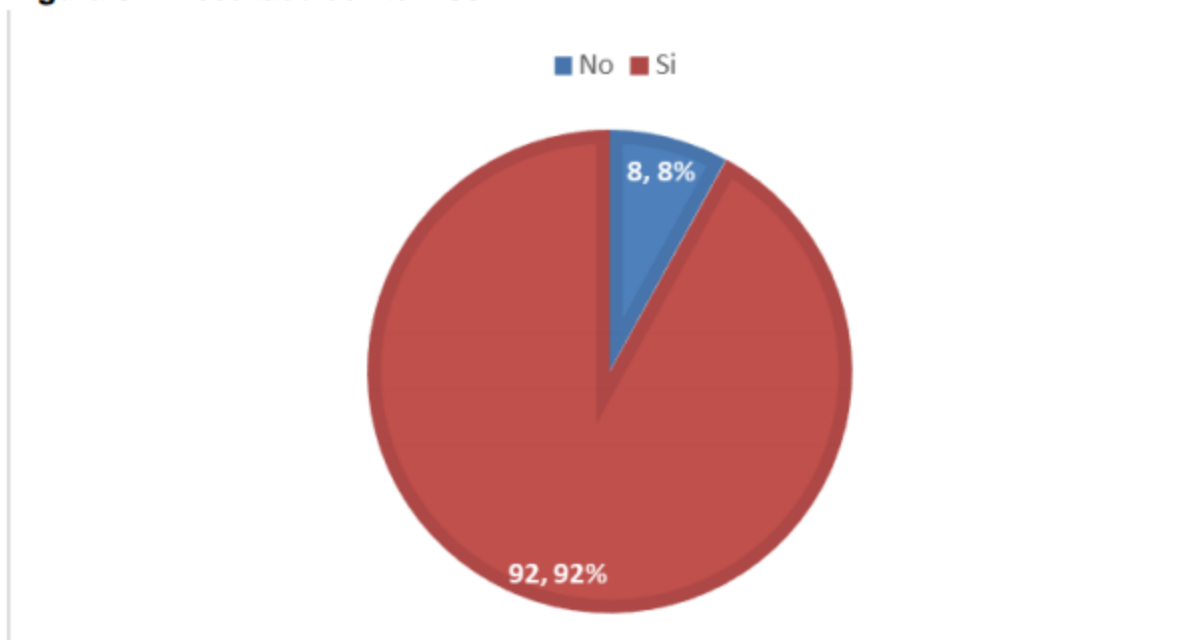
Ítem 29: Si esta taquería tuviera un logo, colores y una imagen bien definida, me daría más confianza y llamaría más mi atención.

Figura 31: Resultado del ítem 29.



Ítem 30: Un logo y colores llamativos me ayudarían a recordar esta taquería más fácilmente.

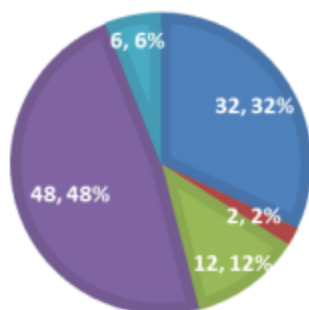
Figura 32: Resultado del ítem 30.



Ítem 31: ¿Si el negocio tuviera una mejor imagen visual vendría más seguido?

Figura 33: Resultado del ítem 31.

■ De acuerdo ■ En desacuerdo
■ Ni en acuerdo ni en desacuerdo ■ Totalmente de acuerdo
■ Totalmente en desacuerdo



Análisis

Los resultados anteriores permitieron determinar que en su mayoría los participantes se encuentran entre un rango de edad de entre 26 y 45 años (61% en conjunto), lo que indica que el negocio "Tacos de guisado Doña Lili" tiene un mayor alcance entre adultos jóvenes y personas en edad laboral activa, lo que permite confirmar la información que la propietaria nos proporcionó en el contacto inicial.

Análisis de los resultados de la variable Calidad del servicio

Análisis de los resultados de la dimensión Confiabilidad

Al analizar los resultados de los ítems que integran la dimensión de confiabilidad, se identifican aspectos clave que afectan la percepción del servicio, particularmente en relación con la puntualidad y la consistencia del servicio ofrecido.

En el ítem 1, sobre el cumplimiento de los horarios establecidos, un 25% de los encuestados expresó desacuerdo con la afirmación. Aunque el 72% percibe que sí se cumplen los horarios, el hecho de que una cuarta parte piense lo contrario señala una debilidad importante, ya que la puntualidad es un factor esencial para construir y mantener la confianza del cliente.

El ítem 2, que evalúa si la taquería cumple con el tiempo de espera prometido para la entrega del pedido, mostró una de las percepciones más divididas. Aunque el 66% de los participantes emitió respuestas positivas, el 22% manifestó una percepción negativa, lo cual indica que una parte considerable de los clientes piensa que no se respeta el tiempo de entrega acordado. Esta situación puede impactar negativamente la confianza del cliente, ya que los retrasos generan insatisfacción.

En contraste, el ítem 3, relacionado con la atención ante quejas o problemas, obtuvo un porcentaje más favorable, con un 68% de respuestas positivas y un nivel de negatividad más bajo. Sin embargo, incluso en este caso, la atención debe mantenerse constante para evitar que situaciones mal gestionadas afecten la imagen del establecimiento.

El ítem 4, que cuestiona si el cliente recibe la misma calidad de servicio bajo cualquier circunstancia, también requiere atención. Si bien un 74% respondió positivamente, el 21% expresó una percepción negativa, sugiriendo que existe cierta inconsistencia en la calidad del servicio ofrecido. Esta variabilidad puede deteriorar la experiencia del cliente y crear dudas sobre la confiabilidad del negocio.

En conjunto, los resultados reflejan que, si bien existe una tendencia general positiva, los ítems 1, 2 y 4 presentan porcentajes significativos de respuestas negativas. Esto sugiere que la puntualidad en la entrega de pedidos y la consistencia en la calidad del servicio son las principales áreas de oportunidad dentro de esta dimensión, y deben ser abordadas para fortalecer la confianza del cliente y mejorar su experiencia.

Análisis de los resultados de la dimensión Capacidad de respuesta

Los resultados muestran que los clientes perciben positivamente la actitud del personal. El ítem 6 destaca con un 73% de respuestas positivas, indicando una alta disposición inmediata para ayudar, lo que fortalece la confianza en el servicio.

Asimismo, el ítem 7 refleja que la mayoría considera que los errores se resuelven con rapidez (78%), aunque un 18% no comparte esta percepción, lo cual señala una oportunidad de mejora en la atención ante fallos.

En cuanto a la agilidad del servicio (ítem 5) y el tiempo de espera (ítem 8), ambos presentan un 22% de respuestas negativas. Esto sugiere que, aunque la percepción general es favorable, existe una parte importante de los clientes que no considera óptimos estos aspectos, especialmente en momentos de alta demanda.

Lo anterior quiere decir que hay oportunidad de mejora en la eficiencia del servicio y la rapidez en la atención.

Análisis de los resultados de la dimensión Seguridad

Los resultados reflejan una percepción mayormente positiva en todos los ítems de esta dimensión. Los clientes se sienten seguros al consumir en el establecimiento, destacando la higiene y la calidad de los ingredientes (ítems 9 y 10), con un 74% y 78% de respuestas positivas respectivamente. Además, el

personal genera confianza tanto en su trato como en el servicio (ítem 11) y demuestra conocimiento del producto al ofrecer recomendaciones (ítem 12), ambos con altos niveles de aprobación. Aunque los porcentajes negativos no son alarmantes (entre 15% y 19%), sí representan áreas de mejora para reforzar aún más la percepción de seguridad y confianza en el servicio.

Análisis de los resultados de la dimensión Servicio

Los resultados muestran una percepción mayormente positiva en torno al servicio ofrecido por "Tacos de Guisado Doña Lili". Los clientes expresaron que consideran que el horario es conveniente (70%) y valoran la posibilidad de personalizar sus pedidos (67%). La amabilidad del personal también es reconocida (64%), aunque es importante mencionar que este ítem presenta el mayor porcentaje de respuestas neutras (17%), lo cual puede indicar experiencias variables. El ítem mejor evaluado fue la capacidad del personal para hacer recomendaciones (73%). Si bien las respuestas negativas no superan el 22% en ningún ítem, representan áreas de oportunidad para reforzar la experiencia de los clientes.

Análisis de los resultados de la dimensión Entorno físico

Los resultados indican una percepción positiva del entorno físico de la taquería. La claridad y organización del menú fue uno de los aspectos que mejor son valorados (78%), así como la higiene en las instalaciones (74%), ambos considerados puntos fuertes. Sin embargo, la comodidad del mobiliario (64%) y la apariencia del personal (67%) recibieron porcentajes más bajos, acompañados de niveles relativamente altos de respuestas negativas (24% y 23%, respectivamente), lo anterior indica que son aspectos a mejorar en la experiencia física del cliente.

Análisis de los resultados de la variable de Satisfacción del Cliente

El primer ítem de esta variable pregunta que, si después de su visita consumiría otra vez en este establecimiento, el 89.9% de los encuestados dio respuestas positivas, mientras que el 10.1% dio respuestas negativas. Este resultado refleja un alto nivel de satisfacción del cliente, ya que casi 9 de cada 10 personas estarían dispuestas a repetir su experiencia. Esto puede interpretarse como un indicador positivo de la calidad del servicio, aunque también señala que

hay un pequeño grupo de clientes que no quedaron completamente satisfechos, lo cual puede representar una oportunidad de mejora.

El segundo ítem pregunta si recomendaría “Tacos de guisado Doña Lili” con amigos y familiares, el 89.9% de los encuestados dio respuestas positivas, el 10.1% dio respuestas negativas, esto significa que la gran mayoría de los clientes no solo quedaron satisfechos con su experiencia, sino que además estarían dispuestos a compartir y promover el establecimiento entre sus conocidos, lo cual es un fuerte indicador de confianza y lealtad hacia el negocio. Esta disposición a recomendar también puede considerarse un reflejo de una experiencia percibida como positiva, tanto en calidad del producto como en servicio recibido.

El tercer y último ítem pregunta si considera que el servicio que se le proporcionó superó expectativas, el 80.08% dio respuestas positivas, mientras que el 19.02% dio respuestas negativas esto significa que una mayoría significativa de los clientes percibió un servicio que no solo cumplió, sino que superó lo esperado, lo cual refleja un alto nivel de calidad en la atención brindada. No obstante, casi una quinta parte de los encuestados no sintió que sus expectativas fueran superadas, lo que representa una oportunidad de mejora para perfeccionar la experiencia del cliente y lograr una mayor satisfacción general.

Análisis de los resultados de la variable Imagen corporativa

Análisis de los resultados del indicador Percepción de diferenciación

Al revisar los resultados de las tres preguntas que forman parte de este indicador, se identifican aspectos importantes sobre cómo los clientes ven a “Tacos de Guisado Doña Lili” frente a otros negocios similares.

En el ítem 25, que pregunta si el negocio se diferencia de otros en la zona, un 28% de las personas no estuvo de acuerdo. Aunque el 63% sí cree que el negocio se distingue, casi una tercera parte no lo ve así. Esto muestra que todavía hay personas que no encuentran algo especial que lo haga resaltar, lo cual puede afectar su decisión de volver.

El ítem 26, sobre si es fácil entender qué se vende y cuánto cuesta, tuvo un resultado más positivo. El 71% de los encuestados dijo que sí lo entiende bien, pero un 29% piensa lo contrario o no está seguro. Esto indica que hay clientes que pueden confundirse con el menú o los precios, lo cual puede afectar su experiencia.

En el ítem 27, se preguntó por qué las personas eligen este lugar y no otro. Las respuestas más comunes fueron: el sabor, la cercanía y el precio. Aunque estos son puntos fuertes, no se mencionaron muchos aspectos visuales como el logo o el diseño del local, lo que muestra que la identidad visual del negocio no es todavía un factor clave en su elección.

En general, los resultados muestran que la mayoría de los clientes tiene una buena percepción del negocio, pero también que hay oportunidades para mejorar.

Análisis de los resultados del indicador Identidad visual en el punto de venta
Este indicador permite conocer qué tan clara, atractiva y recordable es la imagen visual del negocio para los clientes, y si esto influye en su confianza y decisión de volver a comprar.

En el ítem 28, que pregunta cómo califican el diseño del menú y carteles, el 64% de los encuestados respondió de forma positiva, mientras que un 26% dio respuestas negativas. Esto indica que, aunque una mayoría está satisfecha, uno de cada cuatro clientes no está conforme con el diseño, lo cual señala una oportunidad de mejora en la presentación visual del negocio.

El ítem 29, sobre si es fácil identificar el negocio al pasar por la zona, tuvo 48% de respuestas positivas y 36% negativas. Esto refleja que la imagen exterior no es clara para muchas personas, lo que puede dificultar que nuevos clientes lo reconozcan fácilmente desde la calle.

En el ítem 30, que pregunta si un logo, colores e imagen definida darían más confianza, el resultado fue muy positivo: 72% de los clientes estuvo de acuerdo. Esto demuestra que la mayoría ve la identidad visual como una herramienta importante para transmitir confianza y llamar la atención.

En el ítem 31, se preguntó si un logo y colores llamativos ayudarían a recordar la taquería. El 70% respondió que sí, mientras que solo un 12% estuvo en desacuerdo. Este dato confirma que una imagen visual bien diseñada puede hacer que el negocio sea más fácil de recordar y recomendar.

En el ítem 32, sobre si una mejor imagen visual haría que los clientes vinieran más seguido, el 52% respondió afirmativamente y un 34% se mantuvo neutral. Aunque más de la mitad está de acuerdo, el alto porcentaje de respuestas neutrales sugiere que la mejora visual debe complementarse con otros aspectos del servicio para influir más en la decisión de volver.

Finalmente, en el ítem 33, los clientes dieron sugerencias sobre cómo mejorar el negocio. Muchos comentarios apuntaron a mejorar el aspecto general del local como que haya más lugares para sentarse, un lugar para lavarse las manos, y muchos clientes estuvieron de acuerdo en que les gustaría que el local tuviera otra estructura en donde pudieran ver los guisos.

En resumen, los resultados muestran que la identidad visual actual tiene un impacto, pero puede fortalecerse mucho más.

Conclusiones y hallazgos

De acuerdo al análisis previamente hecho de cada una de las variables se detectó que "Tacos de Guisado Doña Lili" cuenta con una clientela mayormente adulta joven en edad laboral, lo que confirma el perfil identificado inicialmente. Si bien la percepción general del servicio es positiva, se identifican áreas clave de mejora principalmente en aspectos claves como puntualidad, consistencia y rapidez, especialmente en momentos de alta demanda. La atención del personal y la higiene son valoradas favorablemente. Uno de los aspectos más significativos a mejorar es la identidad visual del negocio, ya que no está suficientemente consolidada, lo que limita su diferenciación y recordación. Los clientes valoran significativamente la calidad de los alimentos que provee el negocio, sin embargo, aspectos como los antes mencionados puede afectar la experiencia de los clientes y, por ende, su satisfacción.

Recomendaciones

Tomando como base el análisis de cada variable, se sugieren las siguientes recomendaciones:

- Creación de una filosofía empresarial: Se recomienda que "Tacos de Guisado Doña Lili" desarrolle una filosofía empresarial clara que incluya misión, visión y valores, ya que esta servirá como base para todas las decisiones del negocio y permitirá proyectar una imagen más profesional y coherente.
- Creación de un logo: Se recomienda la creación de un logo representativo para "Tacos de Guisado Doña Lili", ya que una identidad visual

definida contribuye significativamente al reconocimiento y recordación del negocio. Un logo atractivo y coherente con el estilo del establecimiento puede captar la atención de nuevos clientes, generar mayor confianza y reforzar la imagen del negocio.

- **Mejorar la apariencia del personal:** Para mejorar la experiencia física del cliente y reforzar la percepción de higiene y profesionalismo, se recomienda proporcionar al personal un uniforme contribuirá a una imagen más ordenada y confiable.

- **Mejorar el entorno físico sin grandes inversiones:** Se recomienda instalar un pequeño lavamanos o un dispensador de gel antibacterial en una zona visible, para reforzar la percepción de limpieza, y si las condiciones lo permiten, se sugiere mostrar los guisos de forma visible al cliente, ya que varios encuestados indicaron que esto mejoraría su experiencia, al permitirles elegir con mayor seguridad y confianza lo que desean consumir.



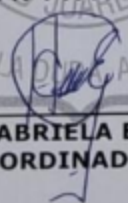

- **Establecer estándares de servicio claros:** Es importante capacitar al personal para mantener siempre la misma calidad del producto y actuar con rapidez ante quejas. Además, se sugiere implementar una forma sencilla y ordenada de tomar pedidos, como usar una libreta con numeración visible, para evitar confusiones y agilizar el servicio.

Referencias

- Albarracín, M. A., Manosalvas, J. L., Lapo, J. A., & Bonifaz, C. R. (2019). *La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente*. *Ciencia Digital*, 3(2), 193–207.
<https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/263/567>
- Instituto Municipal de Planeación de Centro. (2022). *Población de la Palma*.
https://transparencia.villahermosa.gob.mx/doctos/files/2022/implan/CATALOGO_LOCALIDADES_CENTRO.pdf
- López, G. A., Alarcón, P., Rojas, C., & Salazar, C. (2020). *Calidad en los servicios y satisfacción de los clientes: Una revisión conceptual*. *Información Tecnológica*, 31(4), 221–230. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Workana. (2025, febrero 4). *¿Qué es la imagen corporativa? 10 ejemplos inspiradores*. Workana Blog.
<https://blog.workana.com/emprendimiento/imagen-corporativa-10-mejores-ejemplos-de-empresas-para-construir-tu-propia-identidad-de-marca-3/>
- Zendesk. (2023, junio 12). *¿Qué es la satisfacción del cliente? Definición + importancia*. <https://www.zendesk.es/blog/3-steps-achieving-customer-satisfaction-loyalty/>
- Recraft. (s.f.). *Recraft: AI design tool*. <https://www.recraft.ai/>

Anexos

Anexo 1. Carta presentación

 <div style="text-align: center;">UJAT UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO <small>"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"</small></div>	DIVISION ACADEMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS	 <div style="text-align: center;">2025 AÑO DE LA Mujer Indígena</div>
<p>Villahermosa, Tabasco a 26 de febrero 2025. Asunto: Carta de Presentación.</p>		
<p>C. LILEANA BEULÓ RAMÓN. PROPIETARIA DE LA EMPRESA "TACOS DE GUISADO DOÑA LILI" <u>P R E S E N T E</u></p>		
<p>La vinculación con los sectores productivos y sociales de la entidad es una actividad sustantiva de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, por lo que es grato dirigirme a usted, para comunicarle que los CC. Deysi Anet Hernández Vázquez, que se identifica con credencial de esta institución educativa con matrícula: 222B40031; Roxana Jiménez Hernández, con matrícula: 222B40034; Karla Pérez Beuló, con matrícula: 222B40234; Alexis Sebastián Pérez Castro, con matrícula: 191B40014; portadores de la presente, son alumnos inscritos de la Licenciatura en Mercadotecnia quienes, para el desarrollo de su competencia de perfil de egreso en la asignatura de Proyectos de Investigación de Mercados, impartida por la Prof. Minerva Camacho Javier, requieren realizar una investigación de mercados, con el objetivo de comprender mejor las dinámicas del mercado e identificar áreas de mejora dentro de la microempresa.</p> <p>No omito manifestarle la importancia que representa para esta Institución de Educación Superior, el apoyo que su sector brinde a la formación profesional de calidad en nuestra casa de estudios.</p> <p>Agradezco la atención que tiene con nuestros estudiantes, reciba un afectuoso saludo.</p>		
<p>ATENTAMENTE</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"><div style="text-align: center;"> DRA. HEIDI GABRIELA ESTRADA CÁLIZ COORDINADORA</div><div style="text-align: right;"><div style="text-align: center;">UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO <small>DIVISION ACADEMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVAS COORDINACIÓN DE DOCENCIA</small></div></div></div>		
<p><small>C.c.p. Mtro. José Juan Paz Reyes.-Director de la DACEA. Archivo.</small></p>		
<p><small>Av. Universidad s/n, Zona de la Cultura, Col. Magisterial, Villahermosa, Centro, Tabasco, Mex. C.P. 86040. Tel (993) 358 15 00 e-Mail: dirección.drp@ujat.mx</small></p>		
<p>www.ujat.mx</p>		

Anexo 2. Carta de consentimiento informado firmado por la dueña.



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA
División Académica de Ciencias Económico Administrativas

Villahermosa, Tabasco a 26 de Febrero de 2025

Carta de Consentimiento Informado para participar en el proyecto de investigación de mercados orientado a una microempresa

Somos Deysi Anet Hernández Vázquez, Roxana Jiménez Hernández, Karla Pérez Beuló y Alexis Sebastián Pérez Castro, estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia, pertenecientes a la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Actualmente, como parte de la asignatura "Proyectos de investigación de mercados" que es dirigida por la profesora Minerva Camacho Javier, estamos desarrollando una investigación de mercados para una microempresa, que tiene como objetivo comprender mejor las dinámicas del mercado e identificar áreas de mejora dentro de la microempresa.

Mediante el presente documento se le hace una invitación para que con su microempresa "Tacos de guisado doña Lili" forme parte de nuestro estudio que tendrá una duración aproximada de tres meses (19 de febrero al 15 de mayo).

De acuerdo con el Código de Ética para la Investigación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (sección 4.4), se hace de su conocimiento que participar en esta investigación implica lo siguiente:

- **Entrevistas:** Se llevará a cabo una entrevista con el propietario y los colaboradores internos (de ser necesario) para su análisis por el equipo de investigación.
- **Encuestas a clientes:** Usted autoriza la aplicación de encuestas a clientes a través de Google Forms, accesibles mediante un código QR o un enlace digital.
- **Uso de identidad visual:** Usted aprueba el uso del logotipo, nombre, elementos gráficos e imágenes para su incorporación en la documentación y en la presentación final de los resultados.
- **Provisión de información relevante:** Acepta proporcionar información necesaria para la investigación.
- **Registro audiovisual:** Autoriza la grabación de audio y video, así como la toma de fotografías durante la realización de la investigación.

Se le hace saber que participar en esta investigación implica los siguientes riesgos:

Villahermosa, Tabasco a 20 de Febrero de 2025

- Requerir tiempo adicional de su parte, ya que puede haber entrevistas, encuestas o reuniones para obtener información.
- La información recabada puede generar inquietudes sobre la privacidad de su negocio.
- La aplicación de entrevistas y/o encuestas pueda generar sentimientos de incomodidad o vulnerabilidad en su persona.
- Filtración de la información recabada para uso externo a esta investigación.

Si durante el proceso usted percibe un sentimiento negativo, tiene la libertad de revisar el material en cualquier momento y omitir dar respuesta a preguntas si así lo desea.

Su participación en este estudio representa los siguientes **beneficios**:

- Recibir los resultados finales de la investigación.
- Tener acceso a información relevante acerca del entorno comercial de su microempresa.
- Obtener datos que sirvan de apoyo para la toma de decisiones informadas en pro de su negocio.

Según el código de Ética de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, sección 4.3 nadie será sometido a investigación sin su voluntad, puede desistir en cualquier momento a continuar con el proceso de la investigación, ya sea por causas ajenas a la investigación o personales, al igual que no está obligado a proporcionar datos o llevar a cabo la aplicación de los resultados obtenidos al final de la investigación.

En base al fundamento anterior, nos comprometemos a:

- Durante el trabajo de investigación hasta finalizar; sus datos serán resguardados, el uso de ellos será única y exclusivamente para fines académicos.
- Exponerle y entregarle los resultados obtenidos al final de la investigación.
- Solicitar su autorización si el producto final de este trabajo se requiere mostrar al público externo (publicaciones, congresos y otras presentaciones).

Villahermosa, Tabasco a 20 de Febrero de 2025

Acta de consentimiento informado

Al firmar este documento, acepto participar voluntariamente en el proyecto "Investigación de Mercados para microempresas" el cual es desarrollado por los estudiantes Deysi Anet Hernández Vázquez, Roxana Jiménez Hernández, Karla Pérez Beuló y Alexis Sebastián Pérez Castro, quienes son estudiantes de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Declaro que:

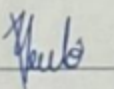
- He sido informado del procedimiento que se realizará, por lo que aceptó dar respuesta a las entrevistas y/o cuestionarios que sean necesarios para el desarrollo de la investigación.
- Declaro que se me explicaron los posibles riesgos que se pueden presentar durante el procedimiento.
- Declaro haber sido informado que mi participación en este estudio no implica ningún daño de ningún tipo hacia mi persona y/o hacia mi microempresa.
- Declaro que se me hizo saber que la información que proporcione será tratada con estricta confidencialidad y será utilizada exclusivamente para fines académicos.

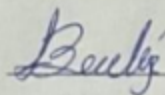
Cualquier duda que desee consultar durante el proceso de la investigación puede contactarse con la responsable de la investigación:

Karla Pérez Beuló
Celular: 9932387057
Correo: beulo.1315@gmail.com


Nombre y firma de los investigadores

Lileana Beuló Ramón

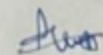
Karla Pérez Beuló 



Propietaria de "Tacos de
guisado doña Lili"

Deysi Anet Hernández Vázquez 

Roxana Jiménez Hernández Roxan

Alexis Sebastián Pérez Castro 

Anexo 3. Estructura de la entrevista a profundidad realizada a la propietaria.

Categoría	Preguntas
Antecedentes	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Podría usted contarnos cómo surge su idea de negocio? 2. ¿En qué año fundó su negocio? 3. ¿Qué cambios significativos ha tenido su microempresa a través de los años? 4. ¿Cuáles han sido los principales retos a los que se ha enfrentado? 5. ¿Qué lo hizo continuar?
Filosofía empresarial	<ol style="list-style-type: none"> 6. ¿Está registrada su microempresa ante hacienda? 7. ¿Cuenta con algún tipo de permiso para operar? (Si la respuesta es positiva, ¿cuáles?) 8. ¿Cuenta usted con una filosofía organizacional (misión, visión)? 9. ¿Cuáles son sus objetivos a largo plazo? 10. ¿Ha tomado en cuenta abrir otra sucursal?
Productos y precios	<ol style="list-style-type: none"> 11. ¿Qué productos se manejan en su microempresa? 12. En sus inicios, ¿en qué se basó para seleccionar los guisos del menú? ¿Ha evolucionado el menú? 13. ¿Cuáles son los guisos que maneja actualmente? 14. ¿Qué bebidas ofrece? 15. ¿Cuáles son los precios que maneja en sus productos?
Recursos humanos	<ol style="list-style-type: none"> 16. Actualmente, ¿con cuántos empleados cuenta? 17. ¿Cuál es el rol de cada quien? 18. ¿Capacita usted a sus empleados? 19. ¿Quién se encarga de las compras?
Datos sociodemográficos	<ol style="list-style-type: none"> 20. ¿Tiene usted definido quiénes son sus clientes? (zona geográfica a la que se dirige, rango de edad de sus consumidores ideales, ocupación, nivel de estudios) 21. ¿Cuáles son las características principales de las personas que adquieren los productos de su microempresa? 22. Cuando usted hizo el cambio de ubicación, ¿pudo notar si las características de su tipo de clientes cambió? 23. ¿Siente que eso influyó de alguna forma en el volumen de ventas, ajuste de precio en algún otro aspecto?
Plaza y distribución	<ol style="list-style-type: none"> 24. ¿Por qué decide usted abrir su microempresa en esta ubicación? 25. ¿Considera que tiene desventajas que su negocio se localice en esta zona? ¿Cuáles? 26. ¿Cuáles considera que son las ventajas de que su negocio se localice aquí? 27. ¿Ha identificado cuáles son sus temporadas bajas y

	<p>altas? ¿Qué días vende más?</p> <p>28. ¿Ha considerado cambiar de ubicación o expandirse a otro lugar?</p> <p>29. ¿Cómo se asegura de que sus productos lleguen de manera eficiente a sus clientes?</p>
Mkt y promoción	<p>30. Actualmente, ¿de qué manera promociona su microempresa?</p> <p>31. ¿Cómo ha sido la evolución de la publicidad de su negocio a través de los años?</p> <p>32. ¿Hace uso de plataformas y/o herramientas digitales para darse a conocer? (Mencione las herramientas de las que hace uso). Si la respuesta es negativa, ¿por qué no hace uso de ellas?</p> <p>33. ¿Cómo hace uso de estas plataformas?</p> <p>34. ¿Considera que el uso de esta plataforma le ha dado resultados?</p> <p>35. ¿De qué manera atrae usted nuevos clientes?</p> <p>36. ¿Ha implementado promociones o descuentos para atraer clientes? ¿Cuáles han funcionado mejor?</p>
Atención al cliente y fidelización	<p>37. ¿Ha experimentado alguna dificultad al atraer nuevos clientes o retener los existentes?</p> <p>38. ¿Ha recibido quejas de los clientes? Normalmente, ¿cuáles son las razones de estas quejas?</p> <p>39. ¿De qué manera retiene usted a sus clientes?</p> <p>40. ¿El nivel de retención de clientes es bajo o hay alta rotación de clientes?</p>
Competencia	<p>41. ¿Hay competencia directa a sus alrededores?</p> <p>42. ¿Cuáles considera que son sus ventajas y desventajas frente a ellos?</p> <p>43. ¿Cuántos puestos de comida se encuentran en sus alrededores?</p> <p>44. ¿Qué hace diferente sus tacos a la competencia?</p> <p>45. ¿usted qué hace para mantener su ventaja competitiva cuando un competidor baja sus precios o mejora su servicio?</p>
Identidad visual	<p>46. ¿Cuentan con un logo y/o eslogan? Si la respuesta es negativa, ¿por qué no?</p> <p>47. ¿En algún momento ha cambiado de logo y/o lona? ¿Por qué? (opcional)</p> <p>48. ¿Qué colores identifican su negocio?</p> <p>49. ¿En qué se basó para la elección del diseño del logo, los colores?</p>
Final	<p>50. ¿Qué problemas identifica en su negocio actualmente?</p>

Anexo 4. Instalaciones de “Tacos de Guisado Doña Lili”



Anexo 5. Realización de la entrevista a profundidad a la propietaria.



Anexo 6. Visita del equipo de investigación a las instalaciones.



Anexo 7. Clientes contestando la encuesta vía Forms.



Anexo 8. Encuesta realizada en Google Forms.

Tacos de Guisado Doña Lili

Estimado usuario:

Estamos realizando una investigación de mercados con el propósito de identificar áreas de mejora de "Tacos de guisado Doña Lili". Su participación es fundamental para comprender mejor su opinión, sus preferencias y necesidades. La información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos y de análisis y se mantendrá **confidencial**.

Para responder el cuestionario, siga las siguientes instrucciones:

1. Lea cada pregunta con atención.
2. Seleccione la opción con la que más se identifique.
3. Responda con sinceridad; no hay respuestas correctas o incorrectas.

Antes de comenzar, le invitamos a leer nuestra **Carta de Consentimiento Informado**, donde encontrará más detalles sobre el uso de sus respuestas. Para acceder, haga clic en el siguiente enlace resaltado en azul. Luego, aparecerá un recuadro en su pantalla; en la parte inferior, deberá hacer clic en el botón "Continuar" para visualizar el documento. [CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO](#)

Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

¿Da usted su consentimiento para responder este cuestionario de manera voluntaria? *

☐ Si

☐ No

¿Qué edad tiene? *

Tu respuesta

Siguiente

Borrar formulario

Calidad del Servicio

Confiablez

1. "Tacos de Guisado Doña Lili" cumple con los horarios establecidos. *




☐ Totalmente en desacuerdo

☐ En desacuerdo

☐ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

☐ De acuerdo

☐ Totalmente de acuerdo

	<p>La taquería siempre cumple con el tiempo de espera prometido para entregar el pedido. *</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> En desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> De acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p>	
	<p>Frente a alguna queja y/o problema, el personal ofreció solucionarlo y estuvo dispuesto a ayudar. *</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> En desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> De acuerdo</p>	
	<p>En esta taquería el cliente recibe la misma calidad del servicio bajo cualquier tipo de circunstancia. *</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> En desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> De acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p>	
	<p>Si hay un error con el pedido, el personal resuelve la situación rápidamente. *</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> En desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> De acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p>	

[Atrás](#)
[Siguiente](#)
[Borrar formulario](#)

Capacidad de respuesta

| | En esta taquería siempre recibo un servicio rápido. * ☐ Totalmente en desacuerdo ☐ En desacuerdo ☐ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ☐ De acuerdo ☐ Totalmente de acuerdo | |
| | En esta taquería el tiempo de espera para ser atendido o recibir un pedido es razonable. * ☐ Totalmente en desacuerdo ☐ En desacuerdo ☐ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ☐ De acuerdo ☐ Totalmente de acuerdo | |

<p>?</p>	<p>Seguridad</p> <p>El ambiente de este lugar me hace sentir seguro al comer aquí (higiene, calidad de los ingredientes, etc.). *</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> En desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> De acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p>	<p></p>
<p>?</p>	<p>En esta taquería los ingredientes se sienten frescos y de calidad. *</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> En desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> De acuerdo</p>	<p></p>
<p>?</p>	<p>Servicio</p> <p>El personal es capaz de dar recomendaciones sobre los mejores tacos o combinaciones. *</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> En desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> De acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p>	<p></p>
<p>?</p>	<p>"Tacos de Guisado Doña Lili" ofrece el servicio en horarios convenientes a las necesidades del cliente. *</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> En desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> De acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p>	<p></p>
<p>?</p>	<p>El personal de es amable y me hace sentir bienvenido cada vez que vengo. *</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> En desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> De acuerdo</p>	<p></p>
<p>?</p>	<p>La taquería ofrece opciones personalizadas para adaptar los pedidos (como elegir salsas, combinar ingredientes, etc). *</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> En desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> De acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p>	<p></p>
<p>?</p>	<p>El ambiente de este lugar es acogedor y me hace sentir cómodo mientras disfruto mi comida. *</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> En desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> De acuerdo</p>	<p></p>

Entorno físico

Existe comodidad en el mobiliario y los espacios de "Tacos de Guisado Doña Lili". *

☐ Totalmente en desacuerdo
☐ En desacuerdo
☐ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
☐ De acuerdo
☐ Totalmente de acuerdo

En este establecimiento se cuida de la higiene, limpieza de las instalaciones, vajilla y utensilios. *

☐ Totalmente en desacuerdo
☐ En desacuerdo
☐ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

Cuida del aspecto interno y externo del establecimiento (color, decoración, diseño). *

☐ Totalmente en desacuerdo
☐ En desacuerdo
☐ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
☒ De acuerdo
☐ Totalmente de acuerdo

El personal tiene apariencia adecuada y presentable. *

☐ Totalmente en desacuerdo
☐ En desacuerdo
☐ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
☐ De acuerdo

El menú es claro, fácil de leer y está bien organizado. *

☐ Totalmente en desacuerdo
☐ En desacuerdo
☐ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
☐ De acuerdo
☐ Totalmente de acuerdo

Atrás
Siguiete
Borrar formulario

Satisfacción del Cliente

Conformidad con el servicio

Después de su visita, ¿Consumiría otra vez en este establecimiento? *

☐ Si
☐ No

¿Recomendaría "Tacos de guisado Doña Lili" con amigos y familiares? *

☐ Si
☐ No

¿Considera usted que el servicio que se le proporcionó superó sus expectativas? *

- ☐ Si
☐ No

¿Considera usted que los alimentos superaron sus expectativas? *

- ☐ Si
☐ No

Atrás

Siguiente

Borrar formulario

Imagen corporativa

Identidad corporativa

Considero que el negocio se diferencia significativamente de otros negocios similares de la zona. *

- ☐ Totalmente en desacuerdo
☐ En desacuerdo
☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
☐ De acuerdo
☐ Totalmente de acuerdo

¿Por qué decide comprar en este establecimiento y no en otro lugar? *

- ☐ El sabor de la comida
☐ El precio
☐ La ubicación
☐ La rapidez del servicio

En "Tacos de Guisado Doña Lili" es fácil entender qué se vende y cuánto cuesta. *

- ☐ Totalmente en desacuerdo
☐ En desacuerdo
☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
☐ De acuerdo
☐ Totalmente de acuerdo

Identidad visual en el punto de venta

¿Cómo calificarías el diseño del menú y carteles de esta taquería? *

- ☐ Muy malo
☐ Malo
☐ Regular
☐ Bueno
☐ Excelente

Puedo identificar fácilmente el negocio cuando paso por la zona. *

- ☐ Totalmente en desacuerdo
☐ En desacuerdo
☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
☐ De acuerdo

Si esta taquería tuviera un logo, colores y una imagen bien definida me daría más confianza y llamaría más mi atención. *

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

¿Si el negocio tuviera una mejor imagen visual vendrías más seguido? *

- ☐ Si
- ☐ No

Un logo y colores llamativos me ayudarían a recordar esta taquería más fácilmente. *

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni en acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

¿Qué recomendaciones le daría usted al negocio? *

Tu respuesta

[Atrás](#)

[Enviar](#)

[Borrar formulario](#)