



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO.

“Estudio en la duda, acción en la fe”

**División académica de ciencias
económico-administrativas (DACEA).**

Docente: Dra. Minerva Camacho Javier

Asignatura: Proyecto de investigación de mercados.

Licenciatura: Mercadotecnia.

Integrantes:

Daniel Antonio Rodríguez Caporali

Erika Citlaly Pérez Hernández

Karla Jaylet Sánchez Silván

Sergio Castillo Méndez

Contenido

Introducción	4
Capítulo 1. Información general de la empresa.....	5
1.1 Antecedentes de la empresa.....	5
1.2 Filosofía: misión, visión, objetivos y valores.	5
1.3 Mecánica de ventas	6
1.4 Análisis y evaluación de la competencia	8
1.5 Mercado meta	9
Capítulo 2. Características del producto o servicio	10
2.1 Nombre y descripción de categorías de los productos.	10
2.2 Etiquetas, logotipo y slogan.....	13
2.3 Precio al público por categoría	13
2.4 Puntos de venta	14
Capítulo 3. Análisis FODA	14
Capítulo 4. Análisis de campo de fuerza de Kurt Levine	15
Capítulo 5. Planteamiento del problema	16
5.1 Problema.....	16
5.2 Justificación	17
5.3 Objetivo	17
Capítulo 6. Metodología de investigación.....	18
Tipo de investigación.	18
Fuentes de información.....	18
Diseño.....	18
Determinación del marco muestral y tamaño de la muestra	18
Capítulo 7. Instrumento de evaluación.....	19

7.1 Matriz de operatividad de las variables	19
7.2 Encuesta Bon Appetit.....	24
Capítulo 8. Análisis e interpretación de Resultados	27
Capítulo 9 – Conclusión y propuestas de solución del problema.	41
Referencias bibliográficas.....	43
Anexos	44
Anexo A: Carta de presentación.....	44
Anexo B: Acta de consentimiento informado	45
Anexo C: Redes sociales de Bon Appetit	46
Anexo D: Fotos de evidencia de realización de la actividad	47
.....	47
Lista de cotejo	48

Introducción

Bon Appetit es una microempresa tabasqueña dedicada a la elaboración y venta de postres, pasteles y servicio de banquetes, diseñada para satisfacer los antojos de los amantes de la repostería. Fundada por la chef Edith Mauricio, Bon Appetit se ha posicionado como una opción preferida en el mercado local, ofreciendo productos de alta calidad que combinan sabores tradicionales y modernas técnicas de pastelería.

La empresa se distingue por su enfoque en la personalización, permitiendo a los clientes elegir entre una amplia variedad de sabores, diseños y presentaciones. Esta capacidad de adaptación a los gustos y preferencias de los consumidores ha sido clave para generar una base de clientes leales y recurrentes. Además, Bon Appetit se esfuerza por mantener costos operativos bajos, lo que le permite ofrecer productos accesibles sin comprometer la calidad.

En un entorno donde la demanda de entregas a domicilio ha aumentado, Bon Appetit se ha adaptado a las nuevas tendencias del mercado, implementando servicios de entrega eficientes y utilizando plataformas digitales para mejorar su visibilidad. Sin embargo, la empresa también enfrenta desafíos, como la necesidad de aumentar su presencia en línea y superar limitaciones geográficas para alcanzar un público más amplio.

Capítulo 1. Información general de la empresa

1.1 Antecedentes de la empresa

Bon Appetit es un negocio que se dedica a la producción y comercialización de postres y servicios de banquetes, brindando productos de buena calidad y priorizando su servicio al cliente. Este negocio comenzó en el año 2014 gracias a la iniciativa de la chef Edith Mauricio, que con la aspiración de iniciar su propio emprendimiento después de haber trabajado en importantes cadenas hoteleras, decidió incursionar en la industria de alimentos, lo que la orilló a crear *Bon Appetit*.

Inició con la venta de pasteles y cupcakes, con el tiempo empezó a ser reconocida y recomendada con un amplio público, especialmente en su comunidad, lo que la impulsó a mudar su negocio a Pomoca, Nacajuca, lo que le permitió crecer aún más.

Ya para el año 2016, Mauricio decidió inscribirse a diferentes cursos y diplomados que le permitieran desarrollar mayor conocimiento en el área de alimentos y de esta manera poder diversificar su negocio y entender aún más sobre los servicios que podría brindar, por esta razón, fue hasta el año 2019 que decidió implementar el servicio de banquetes en *Bon Appetit*.

Actualmente, *Bon Appetit* continúa en una fase de crecimiento, enfocada en fortalecer su posicionamiento y diversificar constantemente su oferta. Gracias a su enfoque en la calidad e innovación, la marca ha logrado aumentar su reconocimiento a nivel estatal, lo que le ha permitido participar en entrevistas y aparecer en programas de televisión locales en Tabasco, consolidando su presencia en el mercado y alcanzando nuevas audiencias.

1.2 Filosofía: misión, visión, objetivos y valores.

Bon Appetit no contempla una planeación y organización clara de su filosofía como los son la misión, visión y valores; sin embargo, contemplan un objetivo claro que es:

Lograr posicionarse como líder en la producción y comercialización de postres y servicios de banquetes, ofreciendo productos de buena calidad y buen servicio al cliente.

Como objetivos específicos contempla lo siguiente:

- Aumentar la visibilidad de Bon Appetit en el mercado local y regional.
- Introducir nuevos productos y servicios que respondan a las tendencias del mercado y a las necesidades de los clientes.
- Consolidar su reputación como una opción confiable y de alta calidad en la industria de la repostería y servicios de banquetes.

1.3 Mecánica de ventas

La repostería Bon Appetit actualmente realiza una estructura de ventas directa, lo que significa que establece un contacto pleno con sus clientes sin contar con intermediarios. Esta interacción ayuda a la chef Edith interactuar personalmente con los clientes para tomar pedidos y atender sus necesidades de manera cercana y personalizada. Las ventas se realizan tanto de manera presencial como en línea, utilizando medios de comunicación como llamadas telefónicas, WhatsApp y Facebook.

Los *métodos de pago* implementados en el negocio son principalmente: Efectivo y transferencias, esto dependerá plenamente de la elección del cliente.

El **proceso de entrega** se lleva a cabo de la siguiente manera

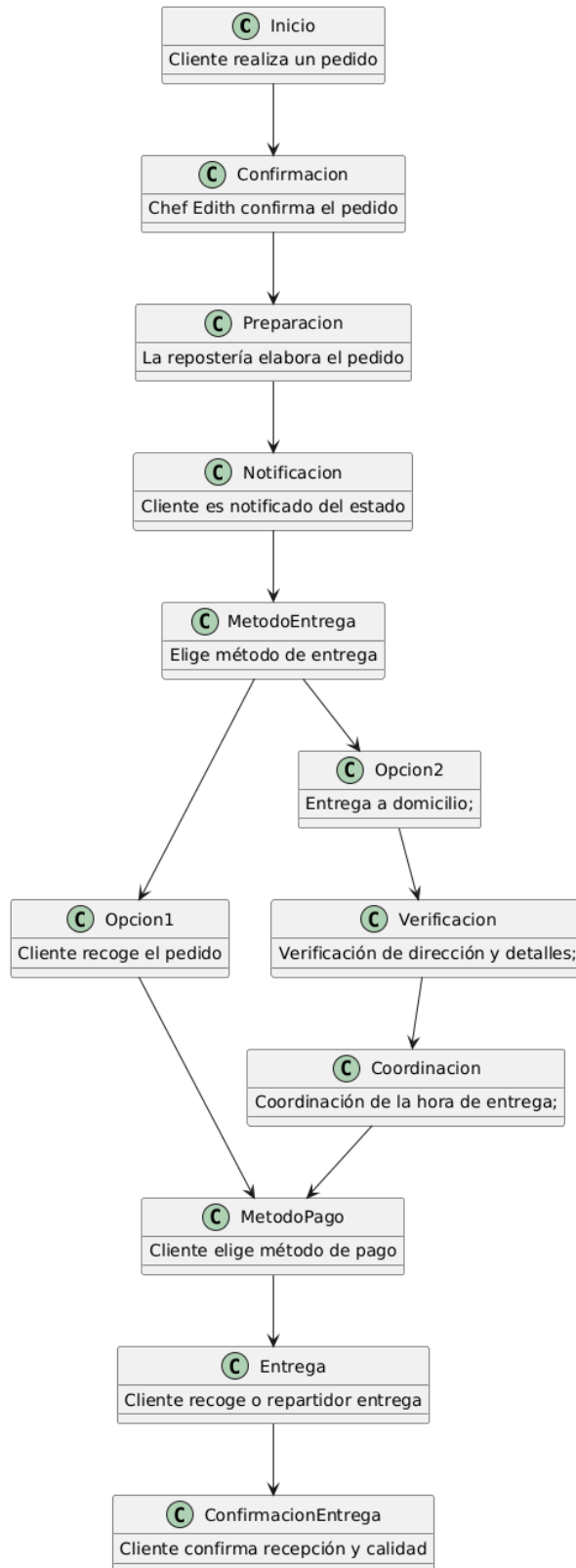


Ilustración 1 - Flujograma de elaboración de pedidos

1.4 Análisis y evaluación de la competencia

De acuerdo a las observaciones y la información proporcionada por la chef Edith, la repostería, al ser un sector muy demandado, este cuenta con una amplia competencia; algunos que pudimos identificar son los siguientes, se consideran las cadenas grandes como lo son los supermercado y las pastelerías ubicadas en Pomoca:



<i>Empresa</i>	<i>Logotipo</i>	<i>Productos</i>	<i>Calidad</i>	<i>Tiempo en el mercado</i>	<i>Medios de comunicación</i>
<i>Cadenas de supermercados</i>	Walmart Costco Sam's Club Chedraui	Productos de despensa. Repostería y panadería	Buena calidad y rápida entrega	Mas de 10 años	Facebook, Youtube, Instagram.
<i>Pasteleria Pomoca</i>		Pasteles, roscas de cupcakes, pastelería personalizada.	Buena calidad	8 años	Facebook
<i>Nora's Bakery</i>		Pasteles, cupcakes, galletas, roles de canela, pasteles personalizados.	Excelente, con precios elevados.	11 años	Instagram, Facebook, Whatsapp
<i>Marcela Sugar Rush</i>	No tiene	Pasteles, material de repostería, cupcakes, venta por rebanadas.	Buena calidad, precios económicos.	5 años	Facebook y Whatsapp.

Tabla 1 - Tabla de competencia directa de Bon Appetit

En la tabla presentada, se observa que los competidores directos tienen una gran variedad de productos, sin embargo, algunas características como lo son la calidad y sus precios.

1.5 Mercado meta

Bon Appetit es una repostería que va especialmente dirigido a personas que disfrutan de un buen pastel que contenga creatividad y diseños innovadores, como a su vez un servicio cálido y que pueda ofrecer productos de ultimo momento. Esta repostería ofrece no solamente venta de pasteles, sino también, la venta de panes de temporada, clásicos o gourmet y para grandes eventos ofrece servicios de banquete; esto permitiendo tener un amplio núcleo de clientes meta.

Esta repostería, como se mencionó con anterioridad, va dirigida para quienes buscan una solución de emergencia, pues cuentan con servicio rápido que permite cumplir una orden para el día siguiente, característica que no todas las reposterías pueden lograr. En su mayoría va dirigido a todo tipo de público, especialmente a hombres, mujeres y jóvenes adultos.

Segmentación



Tabla 2 - Segmentacion de Bon Appetit

Geográfica	Demográfica	Socioeconómica	Estilo de vida y preferencias	Comportamiento de compra
-País: México -Región: Suereste, -Municipio: Centro y Nacajuca -Densidad: Urbana -Clima: Cálido húmedo	-Edad: Mayor de 18 años. -Género: Femenino y masculino. -Tamaño de familia: de 3 a 5 miembros. -Nacionalidad: Mexicana	- Ingresos: Ingresos de sueldo a partir de los \$5000 pesos mexicanos mensuales. -Ocupación: Estudiantes, amas de casa, trabajadores. -Educación: Primaria,	- Gustos por celebrar eventos especial con el acompañamiento de algo dulce. -Delicados con los detalles y diseño. -Personas que buscan un pastel de entrega rápida y buena calidad.	-Clientes frecuentes. -Personas que fueron recomendadas por clientes de la marca. -Personas interesadas en probar en nuevos negocios.

		educación media y superior.		
--	--	-----------------------------	--	--

Capítulo 2. Características del producto o servicio

2.1 Nombre y descripción de categorías de los productos.

<i>Producto</i>	<i>Descripción</i>	<i>Fotografía</i>
Repostería artesanal	<p>Pasteles, tartas, cupcakes, galletas, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los productos se elaboran con métodos tradicionales y técnicas manuales especializadas • Los ingredientes son frescos y de alta calidad. • El proceso de elaboración es detallado y meticuloso. 	
Catering para eventos	<p>Diseño de menús, preparación y servicio de alimentos en bodas, cumpleaños, aniversarios, reuniones corporativas, etc. Consiste en la preparación, presentación y servicio de alimentos y bebidas, este servicio busca brindar una experiencia culinaria excepcional y satisfacer</p>	

***Mesa de dulces
y barras de
postres para
eventos***

las necesidades específicas de los clientes durante el evento.

Las mesas y barras de postres están cuidadosamente decoradas y presentadas para complementar la temática o estilo de evento. Pueden incluir una amplia gama de opciones como: pasteles, tartas, cupckes, galletas, frutas frescas y complementos como snacks.



***Servicio de
buffet y finger
food para
recepciones***

Son opciones populares para recepciones y eventos donde se busca ofrecer una variedad de alimentos de forma individual y flexible. Estos servicios permiten a los invitados socializar, moverse libremente y disfrutar de una amplia selección de platos sin necesidad de sentarse en una mesa formalmente.



Buffet: Es una estación donde los alimentos se presentan en mesas o en barras y los invitados se sirven a sí mismos. Se ofrecen diferentes opciones de entrada, platos principales, guarniciones, ensaladas, postres, bebidas. Los invitados se presentan en bandejas, estaciones o puestos y los invitados pueden tomar y

**Pasteles
personalizados
y decoraciones
temáticas a
pedido**

disfrutar lo que gusten mientras socializan.

Finger food: Se ofrecen platos pequeños y fáciles de comer sin necesidad de cubiertos. Los alimentos se presentan en bandejas, estaciones o puestos, y los invitados tomarlos y disfrutar mientras socializan.

Los pasteles personalizados y decoraciones temáticas están realizados de acuerdo con el gusto de los clientes, cada detalle es tomado en cuenta, los colores, el tamaño, los rellenos, las figuras ya sean comestibles o impresas, de igual manera se personalizan los cake toppers a gusto del cliente.

Box lunch

Es un producto practico y conveniente para disfrutar una comida completa, consiste en un contenedor o caja que incluye una variedad de alimentos para el consumo individual, es portátil y siempre lista para comer.



Tabla 3 - Tabla de productos de Bon Appetit

2.2 Etiquetas, logotipo y slogan



Ilustración 2 - Logo Bon Appetit

Este es el logotipo que actualmente utiliza Bon Appetit el diseño presenta el nombre con una tipografía elegante tipo cursiva de color morado y con una corona estilizada con cucharas y cubiertos lo que quiere simbolizar la realeza en la cocina y el servicio de alta calidad, debajo de este se describe banquetes y repostería creativa y también se enlista los servicios ofrecidos, los colores que predominan a este es color morado y rosa los cuales le dan un aire femenino y con elegancia lo que lo hace ideal.

2.3 Precio al público por categoría

Bon Appetit no tiene precios establecidos ya que este se adapta a el cliente y sus productos son personalizados y esto hace que el precio de cada uno de sus productos y servicios que este ofrece al público varia por cada uno de ellos y el como quieran su producto u o servicio.

Pasteles	\$500-\$1500
Banquetes	Por Persona \$150-\$500
Repostería	\$50-\$100

Tabla 4 - Tabla de precios aproximados de Bon Appetit

2.4 Puntos de venta



Ilustración 3 - Dirección geográfica de Bon Appetit

Fraccionamiento las Flores, Pomoca Nacajuca

Actualmente Bon Appetit no cuenta con un local físico y lo que maneja es entrega a domicilio ya que igual la gran mayoría de sus clientes así lo prefieren e igual pasan a buscar su producto al domicilio establecido.

Capítulo 3. Análisis FODA

Análisis FODA de Bon Appetit

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none">1. Empeño en la calidad y sabor2. Cuenta con servicios adicionales3. Cuidado de la higiene4. Servicio personalizado5. Cartera de clientes leales6. Variedad de productos y servicios7. Servicio a domicilio8. Preparación y experiencia en el arte de la repostería9. Buena reputación10. Cuenta con herramientas suficientes para poder elaborar sus diversos productos	<ol style="list-style-type: none">1. Tendencias hacia lo saludable.2. Alianzas estratégicas3. Uso de medios masivos4. Desarrollo de nuevos productos5. Nuevos servicios6. Participación en eventos comunitarios7. implementación de programas de fidelización y referencias.

Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de identidad visual 2. Dependencia de la mano de obra 3. Espacio limitado 4. Incumplimiento de obligaciones fiscales 5. Redes sociales con bajo contenido 6. Estrategias de Marketing deficientes 7. Planeación a largo plazo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inflación 2. Cambio en los hábitos de consumo 3. Competidores locales y cadena de pastelerías más grandes. 4. Regulaciones sanitarias y de seguridad alimentaria 5. Altas temperaturas de la entidad 6. Cortes de energía eléctricas intermitentes 7. Dependencia de los productos de temporada

Tabla 5 - FODA de Bon Appetit

Capítulo 4. Análisis de campo de fuerza de Kurt Levine

El Análisis del Campo de Fuerzas consiste en una representación visual del pro y los contra de una situación para poder analizarlos y compararlos. Existen dos fuerzas. Las Fuerzas Aceleradoras, llamadas también Dinamizadoras o Impulsoras, las cuales facilitan el cambio (Driving Forces) y las Fuerzas Frenadoras o Restrictivas, las cuales evitan que el cambio ocurra (Restraining Forces). Pueden ser internas o externas. (Verzini & Verzini, 2020).

En el análisis del campo de fuerzas aplicado a Bon Appetit, identificamos las fuerzas que están facilitando o impidiendo el crecimiento de la microempresa. La situación actual de Bon Appetit se caracteriza por **operaciones limitadas**, mientras que la situación deseada es alcanzar un **crecimiento** significativo.

Situación Actual: Operaciones Limitadas

Bon Appetit está operando con limitaciones en términos de infraestructura, visibilidad y alcance geográfico. Actualmente, atiende a un mercado restringido, lo que limita su capacidad de crecer de manera acelerada.

Situación Deseada: Crecimiento

El objetivo es que Bon Appetit crezca, aumentando sus ventas, ampliando su base de clientes y expandiendo su presencia digital y geográfica.

El **Análisis del Campo de Fuerzas** de Bon Appetit revela que, si bien existen fuerzas impulsoras clave que favorecen el crecimiento, la empresa necesita superar las barreras relacionadas con su presencia digital y expansión geográfica para alcanzar su objetivo de crecimiento sostenido. Para avanzar hacia la situación deseada, será crucial potenciar las fuerzas impulsoras como la personalización de productos y la entrega a domicilio, mientras se abordan las limitaciones que frenan su visibilidad y capacidad operativa.

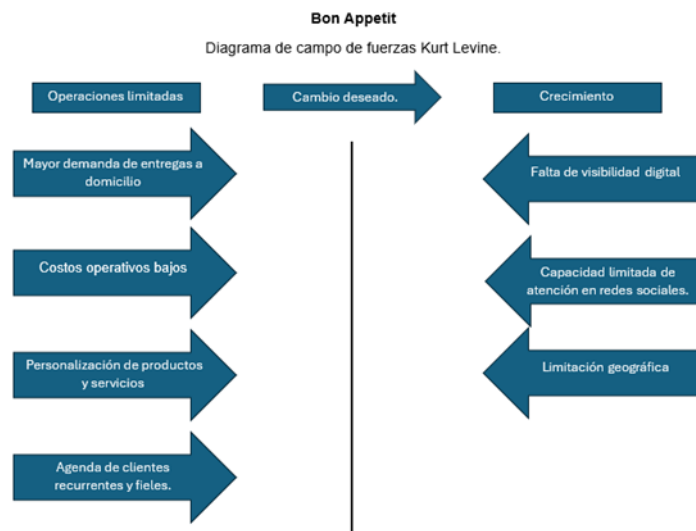


Ilustración 4 - Campo de fuerza de Kurt de Bon Appetit

Capítulo 5. Planteamiento del problema

5.1 Problema

Algo particular de Bon Appetit es su falta de visibilidad y presencia en los diferentes medios de comunicación como las redes sociales, así como la ausencia de un local físico, lo que en conjunto limita el crecimiento de su cartera de clientes.

Basado en lo anterior se define como la principal problemática de Bon Appetit a la falta de una estrategia efectiva de marketing digital que permita el incremento de la cartera de clientes y con ello la expansión de un local físico, resultando en un crecimiento lento y limitado.

5.2 Justificación

Tomar acción en la mejora de la visibilidad y presencia de Bon Appetit en redes sociales es un punto clave para su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

Dado que hoy en día la mayoría de los consumidores utilizan las redes sociales para descubrir nuevos productos y servicios (lo que conlleva al incremento del mercado competitivo) la falta de una estrategia digital bien definida y estructurada pone en desventaja a Bon Appetit frente al resto. Además, tomando en cuenta que Bon Appetit ofrece sus servicios desde casa la única manera de darse a conocer y atraer a más clientes es a través de una presencia sólida en redes. Una vez resuelta la problemática el negocio podría ampliar su alcance geográfico, su cartera de clientes, sus ventas y a su vez mejorar su reputación en el mercado.

5.3 Objetivo

General

Identificar las áreas de mejora de Bon Appetit desde la comprensión del punto de venta, precio, producto y promoción.

Específico

- Comprender la situación actual de Bon Appetit.
- Identificar áreas de mejora partiendo desde la problemática identificada.
- Lograr proporcionar sugerencias que ayuden a la repostería Bon Appeti a tener una mayor presencia en el mercado y a aumentar su cartera de clientes.

Capítulo 6. Metodología de investigación

Tipo de investigación.

Para llevar a cabo la presente investigación sobre la microempresa Bon Appetit, dedicada a la venta de postres, pasteles y banquetes, se optó por un enfoque mixto. Este tipo de investigación combina tanto datos cualitativos como cuantitativos, con el fin de obtener una visión más sólida del objeto de estudio.

Fuentes de información

Las principales fuentes de información utilizadas en esta investigación fueron:

- **Entrevista cualitativa:** Se realizó una entrevista semiestructurada a la empresaria y chef Edith Mauricio con el objetivo de comprender su percepción sobre las dinámicas internas, los productos más vendidos y las oportunidades de mejora.
- **Cuestionario cuantitativo:** Se diseñó una encuesta dirigida a los clientes de Bon Appetit para recoger información sobre sus preferencias, niveles de satisfacción y frecuencia de compra. El cuestionario incluyó preguntas cerradas, con opciones de respuesta predefinidas, que facilitaron el análisis de los resultados.

Diseño

El diseño de la investigación utilizado para este estudio sobre la microempresa Bon Appetit es **no experimental** y **transversal**. Esto significa que no se hicieron cambios ni se manipularon los elementos que se estaban estudiando, sino que se observó la realidad. Además, el estudio se realizó en un momento específico, recolectando la información durante un período determinado, considerando los aspectos de punto de venta, promoción, precio y producto.

Determinación del marco muestral y tamaño de la muestra

El marco muestral fue constituido por los clientes actuales de Bon Appetit y potenciales de la empresa. Para la encuesta cuantitativa, se seleccionó una muestra de 102 participantes, garantizando una representatividad adecuada de la base de clientes de la microempresa. Los participantes fueron seleccionados aleatoriamente entre los clientes que visitaron Bon Appetit durante un período de dos semanas, con

una determinación geográfica de las localidades de Centro, Gaviotas, Pagues Llergo, Valle del Jaguar y Pomoca.

Capítulo 7. Instrumento de evaluación

7.1 Matriz de operatividad de las variables

variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Método e instrumento	Ítems
Punto de venta (Cuantitativo y cualitativo)	Plaza (o Punto de venta) incluye las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta (Kotler, Phillips y Gary Armstrong, 2008)	Es el grado en el que el consumidor logra obtener el producto que se pone a su disposición.	Entorno interno y externo	Entorno externo: Competencia, espacio, facilidad de acceso.	-Observaciones. -Cuestionario.	¿Cómo calificaría el espacio físico, la facilidad de acceso y la competitividad de Bon Appetit en comparación con otros negocios similares? <ul style="list-style-type: none"> ➤ Muy bueno ➤ Bueno ➤ Normal ➤ Malo ➤ Muy malo
			Frecuencia de cliente	Frecuencia de cliente: Tasa de repetición de compra, visitas promedio por cliente, tiempo promedio entre visitas.	-Entrevista. -Cuestionario.	¿Con qué frecuencia visitan su negocio y cuánto tiempo suele pasar entre visitas? ¿En una semana/mes qué producto es el que más se vende? ¿Tiene una idea de cuantas personas compran en una semana?
			Percepción de clientes sobre locales físicos	Percepción de clientes sobre locales físico: Opiniones y valoraciones en línea, tasa de	-Cuestionario	Cliente ¿Qué tan frecuente mente acude a Bon appetite para adquirir sus productos?

				satisfacción del cliente, interacción en redes sociales		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Una vez por semana ➤ Varias veces al mes ➤ Una vez al mes ➤ Varias veces al año ➤ Cerca de una vez al año <p>¿Usted considera que tanto la venta de producto de repostería en tienda física y servicio a domicilio son buenas opciones?</p> <p><i>Escala de importancia</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Muy importante ➤ Importante ➤ Moderadamente importante ➤ De poca importancia ➤ Sin importante <p>¿Qué tan importante es para usted que Bon Appetit cuente con una tienda física?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Muy importante ➤ Importante
--	--	--	--	---	--	---

						<ul style="list-style-type: none"> ➤ Moderadamente importante ➤ De poca importancia ➤ Sin importancia <p>¿Qué tan satisfecho/a está con la experiencia de compra en Bon Appetit, considerando que no contamos con un local físico?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Muy satisfecho ➤ Satisfecho ➤ Indiferente ➤ Poco satisfecho ➤ Nada satisfecho <p>¿En qué otros lugares has adquirido productos de repostería?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pastelerías locales ➤ En línea con reposteros ➤ Grandes cadenas (costco, soriana, Chedraui, sams, etc.) ➤ El globo ➤ La casita azul
--	--	--	--	--	--	---

						<p>¿De qué forma prefiere usted adquirir los productos de Bon Appetit?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tarjeta de crédito /débito ➤ Pago en efectivo ➤ Transferencia ➤ PayPal
Producto	Producto se refiere a la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta. (Kotler, Phillips y Gary Armstrong, 2008)	Es el grado que define el bien o servicio que la empresa ofrece al público.	<p>Calidad</p> <p>Variedad</p>	<p>Calidad: Importancia de la calidad del producto final, así como de cada uno de sus componentes.</p> <p>Variedad: Variedad del producto ofrecido al público, incluyendo presentaciones, sabores y tamaños.</p>	<p>-Cuestionarios</p> <p>-Inv. Documental</p> <p>-Encuestas de opinión.</p>	<p>¿Qué es lo que usted piensa sobre la calidad de un producto?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Que el producto tenga buen sabor ➤ Buena presentación ➤ De fácil adquisición ➤ Facilidad y rapidez de la entrega ➤ Buen servicio. <p>¿Usted en qué productos suele estar más interesado/a en comprar de Bon Appetit?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pasteles ➤ Servicio de banquetes ➤ Panadería (Hojaldras,

						<p>cubiletes, panes de temporada, etc.)</p> <p>¿Qué tan buena considera la calidad de los productos de Bon Appetit?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Muy bueno ➤ Bueno ➤ Regular ➤ Malo ➤ Muy malo <p>¿Qué tan satisfecho/a está con la variedad de productos y servicios ofrecidos por Bon Appetit??</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Totalmente satisfecho ➤ <u>Muy satisfecho</u> ➤ Indiferente ➤ Poco satisfecho ➤ Nada satisfecho <p>¿Qué tan importante es para usted la capacidad de personalización que tienen los productos y servicios de Bon Appetit?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Muy importante ➤ Importante
			Personalización	<p>Personalización: Capacidad de personalización del producto de acuerdo con las preferencias del cliente.</p>		

			Tiempo de entrega	Entrega: Tiempo de entrega estimado del producto, incluyendo puntualidad y plaza.		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Moderadamente importante ➤ De poca importancia ➤ Sin importancia <p>¿Cuál de los siguientes aspectos mencionados considera que debe poseer Bon Appetit?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Calidad ➤ Personalización ➤ Sabor ➤ Creatividad ➤ Precio ➤ Tiempo de entrega ➤ Fácil adquisición ➤ Promociones ➤ Opciones de compra ➤ Opciones de pago
Precio	Precio es la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener el producto. (Kotler, Philips y Gary Armstrong, 2008)	Es el grado que define el monto que un cliente debe pagar para adquirir el producto.	Precio base	Precio base: opinión del cliente ante el precio base del producto.	-Cuestionarios -Inv. Documental -Encuestas de opinión.	<p>¿Qué tal te parece el precio del producto?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Muy elevando ➤ Me parece un precio justo


			Precio final	Precio final: Opinión del cliente sobre el monto agregado al precio base que da como resultado el precio final.		<p>¿Está dispuesto/a pagar por servicios adicionales?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Si ➤ no
			Relación calidad-precio	Relación calidad-precio: Importancia de la calidad que el producto ofrece conforme al precio desde el punto de vista del cliente.		<p>¿Considera que es justo el precio/calidad de los productos y servicios de Bon Appetit? (Repostería)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Si ➤ Más o menos ➤ No <p>¿Considera que el precio de los productos y servicios que ofrece Bon Appetit son acorde a la calidad de los mismos?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Si ➤ No ➤ Tal vez
Promoción	Promoción se refiere a las actividades que comunican los méritos del producto y persuaden a los	Es el grado de actividades que comunican los méritos del	Publicidad	Publicidad: Creatividad para compartir mensajes sobre el producto.	-Cuestionarios -Inv. Documental	<p>¿Qué canal de comunicación prefieres para enterarte de las promociones de Bon Appetit?</p>

	clientes meta a comprarlo. (Kotler, Philips y Gary Armstrong, 2008)	producto y persuaden a los clientes meta a comprarlos.	Medios Comunicación	Medios de comunicación: Medios de comunicación ya sean tradicionales o digitales para dar o conocer el negocio.	-Encuestas de opinión.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Facebook ➤ Whatsapp ➤ Instagram ➤ Folletos ➤ Correo electrónico <p>¿En qué canal de comunicación sueles enterarte de las promociones de Bon Appetit?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Facebook ➤ Whatsapp empresarial ➤ Instagram ➤ Folletos ➤ Por recomendaciones de amigos, familiares. <p>¿Qué tipo de promociones te gustaría que hubiera?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Descuentos por temporada ➤ Paquetes de diversos productos. ➤ Precio preferencial por lealtad
			Promociones	Promoción: Estrategias de promoción que influyen en la compra.		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ofertas por compras múltiples.

Tabla 6 - Matriz de Operatividad de la Investigación

7.2 Encuesta Bon Appetit

A continuación, se muestra las capturas de la estructura visual del cuestionario realizado en la plataforma de Google Forms.



Encuesta "Bon Appetit"

Banquetes y repostería creativa
[Facebook](#)

karlajaylet.sanchez@gmail.com [Cambiar cuenta](#)

No compartido

Estimado cliente:

La presente encuesta forma parte de una investigación realizada por **Bon Appetit**, con el objetivo de recopilar información valiosa sobre las preferencias y hábitos de consumo de nuestros clientes. A través de sus respuestas, podremos conocer mejor sus expectativas y mejorar nuestros productos y servicios para ofrecerles una experiencia excepcional.

Agradecemos de antemano su participación, ya que sus opiniones son fundamentales para que Bon Appetit continúe innovando y buscando liderazgo en calidad y satisfacción en repostería y banquetes.

Atentamente: Equipo de investigación.

Instrucciones:

El tiempo de duración será de aproximadamente 15 minutos.

Tiene cinco bloques que están estructurados de la siguiente manera: **datos generales**, **producto**, **precio**, **promoción** y **plaza**. Cada pregunta deberá contestarse con la casilla que corresponda a tu respuesta.

Términos y condiciones

A continuación te presentamos los términos y condiciones de participación en este estudio. Lee cuidadosamente para continuar con el cuestionario.

Link:

[Términos y condiciones](#)

¿Acepta los términos y condiciones mostrada en el link?

☐ Si

☐ No

[Siguiendo](#)

[Borrar formulario](#)

Sección I: Datos generales

Género *

☐ Femenino

☐ Masculino

☐ Prefiero no decirlo

Edad *

☐ 20 a 30 años

☐ 31 a 40 años

☐ 41 a 50 años

☐ Más de 50 años

Ocupación *

☐ Estudiante

☐ Trabajador/a

☐ Ama de casa

☐ Otros: _____

Ingreso mensual promedio (pesos mexicanos) *

☐ \$5,000 a \$10,000

☐ \$10,000 a \$15,000

☐ Más de \$15,000

Lugar de residencia *

Ejemplo:
Col. Atasta

Tu respuesta _____

Sección II: Producto

¿Usted en qué productos suele estar más interesado/a en comprar de Bon Appetit? *

- ☐ Pasteles
- ☐ Servicio de banquetes
- ☐ Panadería (Hojaldras, cubiletes, rosca de reyes, etc)

¿Qué es lo que usted considera como calidad en un producto? *

- ☐ Que el producto tenga buen sabor.
- ☐ Buena presentación.
- ☐ De fácil adquisición.
- ☐ Facilidad y rapidez de entrega.
- ☐ Buen servicio.

¿Qué tan buena considera la calidad del los productos de Bon Appetit? *

- ☐ Muy bueno
- ☐ Bueno
- ☐ Regular
- ☐ Malo
- ☐ Muy malo

¿Qué tan satisfecho/a está con la variedad de productos y servicios ofrecidos por Bon Appetit? *

- ☐ Totalmente satisfecho.
- ☐ Muy satisfecho
- ☐ Indiferente
- ☐ Poco satisfecho
- ☐ Nada satisfecho

¿Qué tan importante es para usted la capacidad de personalización que tienen los productos y servicios de Bon Appetit? (Tamaños, sabores, cantidades, etc) *

- ☐ Muy importante
- ☐ Importante
- ☐ Moderadamente importante
- ☐ De poca importancia
- ☐ Sin importancia

! Esta pregunta es obligatoria.

¿Cuál de los siguientes aspectos mencionados considera que debe mejorar Bon Appetit? *

- ☐ Calidad
- ☐ Personalización
- ☐ Sabor
- ☐ Creatividad
- ☐ Precio
- ☐ Tiempo de entrega
- ☐ Fácil adquisición
- ☐ Promociones
- ☐ Mayor opciones de compra
- ☐ Opciones de pago.

! Esta pregunta es obligatoria.

Sección III: Precio

¿Qué tal le parece los precios de los productos de Bon Appetit? *

- ☐ Muy elevado
- ☐ Me parece un precio justo
- ☐ Muy económico

¿Está dispuesto/a pagar por servicios adicionales? *

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ Tal vez

¿Considera que es justo el precio-calidad de los producto y servicios de Bon Appetit? *

- ☐ Si
- ☐ Más o menos
- ☐ No

Atrás

Siguiente

Borrar formulario

Sección IV: Punto de venta

¿Qué tan frecuentemente acude a Bon Appetit para adquirir sus productos? *

☐

Una vez por semana

☐

Varias veces al mes

☐

Una vez al mes

☒

Varias veces al año

☐

Cerca de una vez al año

¿Qué tan importante es para usted que Bon Appetit cuente con una tienda física? *

☐

Muy importante

☐

Importante

☐

Moderadamente importante

☐

De poca importancia

☐

Sin importancia

¿Qué tan satisfecho/a está con la experiencia de compra en Bon Appetit, considerando que no contamos con un local físico? *

☐

Muy satisfecho

☐

Satisfecho

☐

Indiferente

☐

Poco satisfecho

☐

Nada satisfecho

¿En qué otros lugares has adquirido productos de repostería? *

☐

Pastelerías locales

☐

En línea con reposteros

☐

Grandes cadenas (Costco, Soriana, Chedraui, etc)

☐

El Globo

☐

La Casita Azul

¿Qué forma de pago prefiere al adquirir los productos de Bon Appetit? *

☐

Tarjeta de crédito/débito

☐

Pago en efectivo

☐

Transferencia

☐

Paypal

Sección V: Promoción

¿Qué canal de comunicación prefieres para enterarte de las promociones de Bon Appetit? *

☐

Facebook

☐

WhatsApp

☐

Instagram

☐

Folleto

☐

Correo Electrónico

¿En qué canal de comunicación sueles enterarte de las promociones de Bon Appetit? *

☐

Facebook

☐

WhatsApp Empresarial

☐

Instagram

☐

Folleto

☐

Por recomendaciones de amigos, familiares, etc.

¿Qué tipo de promociones te gustaría que hubiera en Bon Appetit? *

☐

Descuentos por temporada

☐

Paquetes de diversos productos

☐

Precio preferencial por lealtad

☐

Oferas por compras múltiples.

¿Estás de acuerdo en que las respuestas proporcionadas son veraces y reflejan fielmente tus pensamientos y opiniones sobre el Bon Appetit? *

☐

Si

Agradecemos tu participación en esta encuesta.

Atrás

Enviar

Borrar formulario

Ilustración 5 - Captura de cuestionario de la plataforma de Forms

Capítulo 8. Análisis e interpretación de Resultados

A continuación, se muestran los resultados que se obtuvieron durante la aplicación de la encuesta aplicada a clientes de Bon Appetit. Las gráficas fueron proporcionadas desde la plataforma Google Forms y la interpretación con el que concluimos.

Sección I: Datos generales

Género

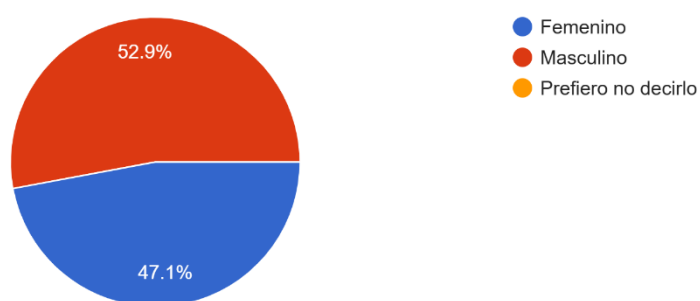


Ilustración 6 - Gráfica de género

Edad

Edad
102 respuestas

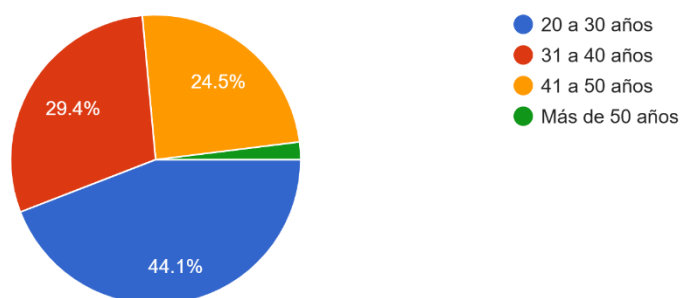


Ilustración 7 - Gráfica de resultado de edad

Ocupación

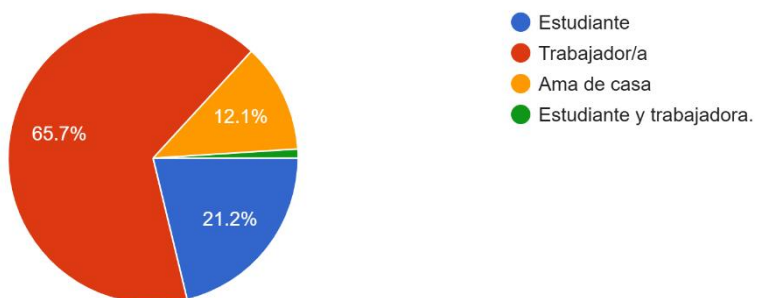


Ilustración 8 - Gráfica de ocupación

Ingreso mensual promedio (pesos mexicanos)

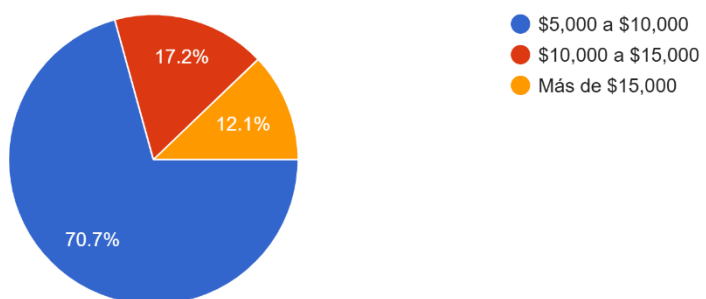


Ilustración 9 - Gráfica de ingreso mensual

Lugar de residencia

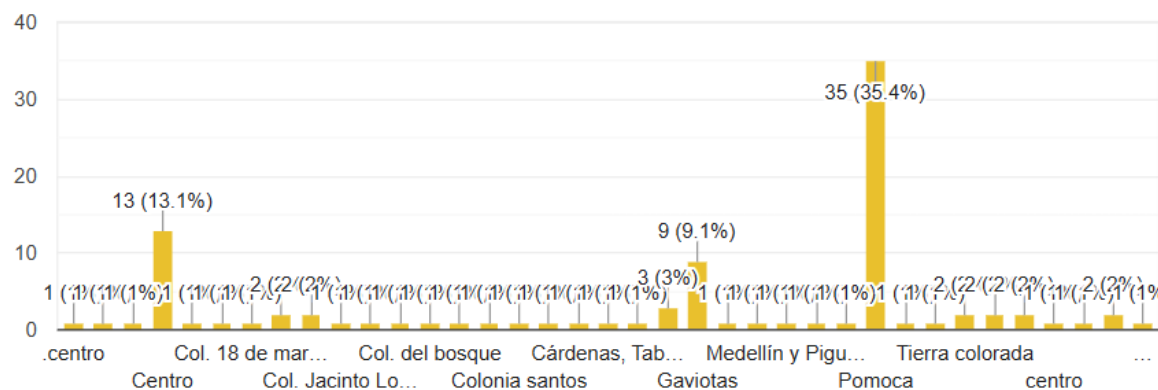


Ilustración 10 - Gráfica de resultados de lugar de residencia

Resultados de sección I

Se observa que, de las 102 personas encuestadas, el 52.9% corresponde al género masculino, mientras 47.1% del género femenino. Con relación a la edad, se observa que en la mayoría de los encuestados rondan entre los 20 a 50 años de edad, siendo su principal ocupación el de trabajador representando el 75.7%, el ingreso mensual promedio arroja que el 70.7% es entre \$5,000 a \$10,000, lo que quiere decir que se encuentra en el nivel socioeconómico de C y C+. Estos clientes suelen pertenecer en las comunidades de Centro, Pomoca y Gaviotas.

Sección II: Producto

Productos con más interés en comprar en Bon Appetit

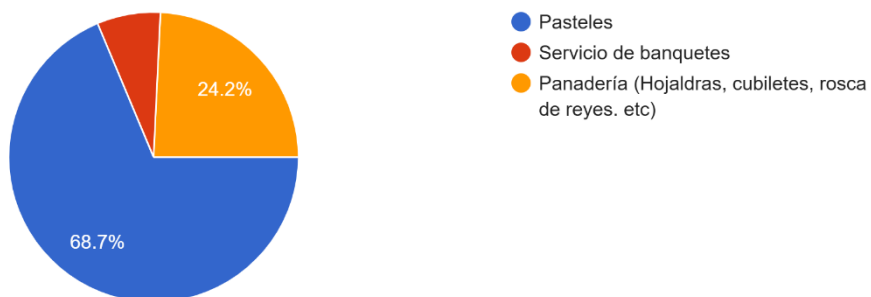


Ilustración 11 - Gráfica de interés de compra

Características que los clientes consideran de calidad

¿Qué es lo que usted considera como calidad en un producto?

102 respuestas

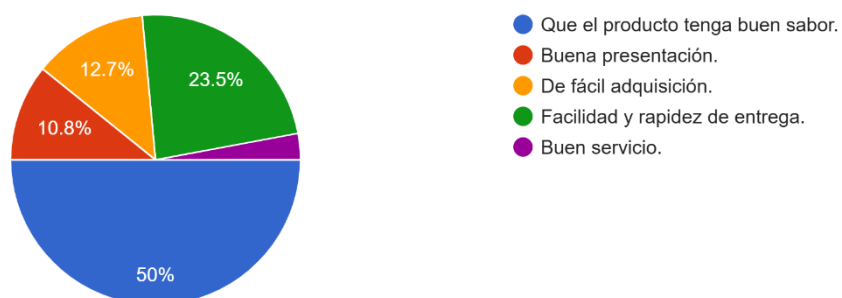
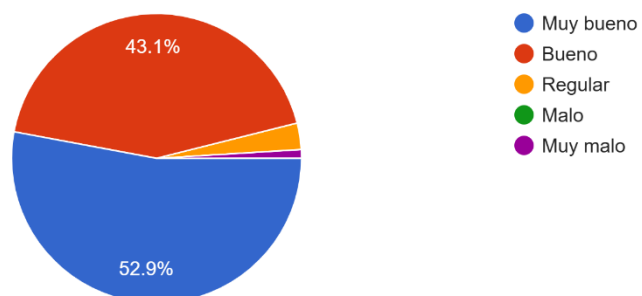


Ilustración 12 - Gráfica de calidad de producto

Percepción de calidad de los productos de Bon Appetit

¿Qué tan buena considera la calidad de los productos de Bon Appetit?

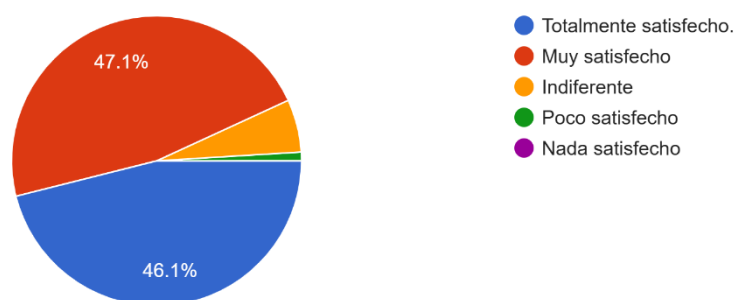
102 respuestas



Satisfacción de los clientes con la variedad de los productos y servicios que ofrece Bon Appetit.

¿Qué tan satisfecho/a está con la variedad de productos y servicios ofrecidos por Bon Appetit?

102 respuestas



Importancia de la capacidad de la personalización en Bon Appetit

¿Qué tan importante es para usted la capacidad de personalización que tienen los productos y servicios de Bon Appetit? (Tamaños, sabores, cantidades, etc)

102 respuestas

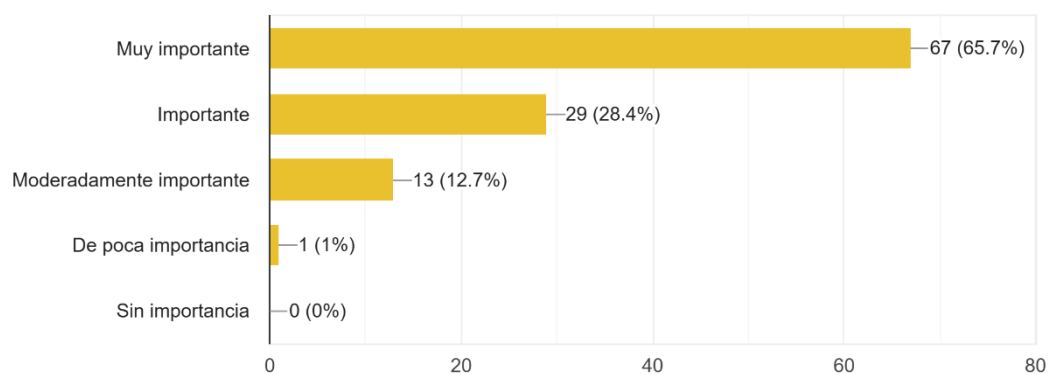


Ilustración 13 - Gráfica de importancia de personalización

Aspectos para fortalecer en Bon Appetit

¿Cuál de los siguientes aspectos mencionados considera que debe mejorar Bon Appetit?

102 respuestas

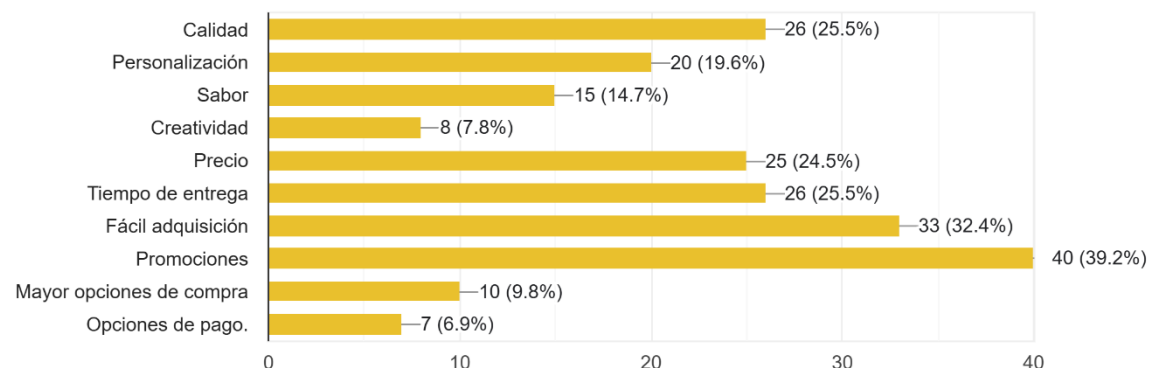


Ilustración 14 - Gráfica de aspectos para fortalecer

Resultados de sección II

Los productos en los que más se interesa en comprar nuestros clientes son los pasteles con él 68.7%. El 50% de nuestros clientes considera de calidad que nuestro producto tenga buen sabor, el 52.9% de los encuestados dice que la calidad de Bon appetit es muy bueno, 46.1% de los clientes están totalmente satisfechos con la gran variedad de productos de Bon Apettit, la mayoría de clientes con él 65.7% considera de gran importancia la personalización de Bon Apettit, la mayoría de clientes con él %39.2 dice que Bon Appetit debe de mejorar sus promociones.

Sección III: Precio

¿Qué tal le parece los precios de los productos de Bon Appetit?

102 respuestas

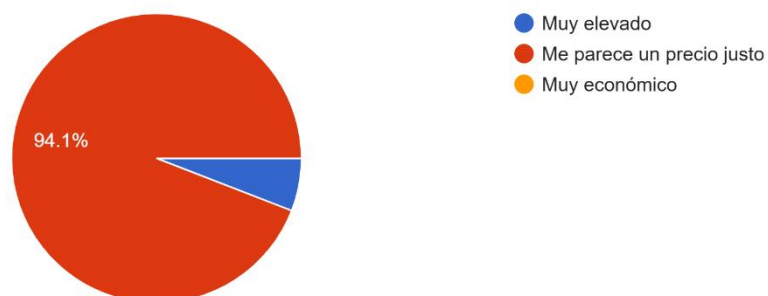


Ilustración 15 - Gráfica de percepción de precios de Bon Appetit

Disposición de pagar por servicios adicionales

¿Está dispuesto/a pagar por servicios adicionales?

102 respuestas

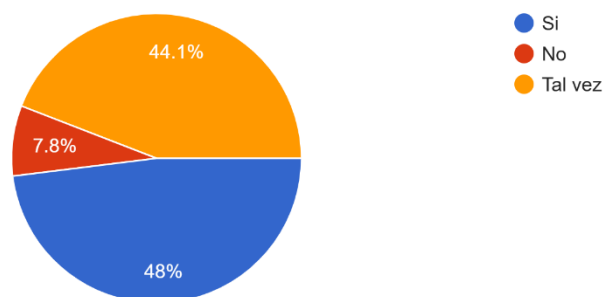


Ilustración 16 - Gráfica de disposición en pagar servicios adicionales

Percepción de los clientes entre precio-calidad en los productos de Bon Appetit

¿Considera que es justo el precio-calidad de los producto y servicios de Bon Appetit?

102 respuestas

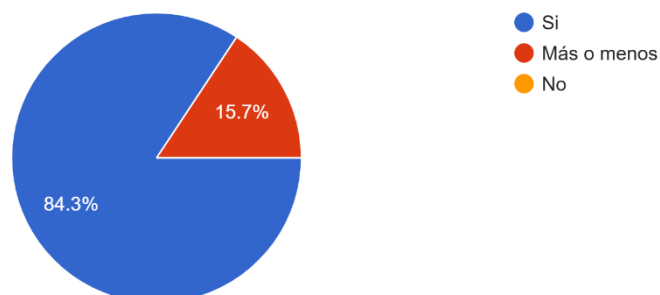


Ilustración 17 - Gráfica de precio-calidad

Resultados de sección III

Percepción de los precios de Bon Appetit, según la encuesta arroja que la mayoría de los encuestados encuentra que los precios ofrecidos por Bon Appetit parece un precio justo con un 94.1%, también están de acuerdo en pagar servicios adicionales con un porcentaje total de 48% que respondieron si, consideran que si es un precio justo relación con la calidad-precio de los productos de Bon Appetit con un 84.3% de respuestas “si”.

Sección IV: Punto de venta

Frecuencia de clientes en Bon Appetit.

¿Qué tan frecuentemente acude a Bon Appetit para adquirir sus productos?

102 respuestas

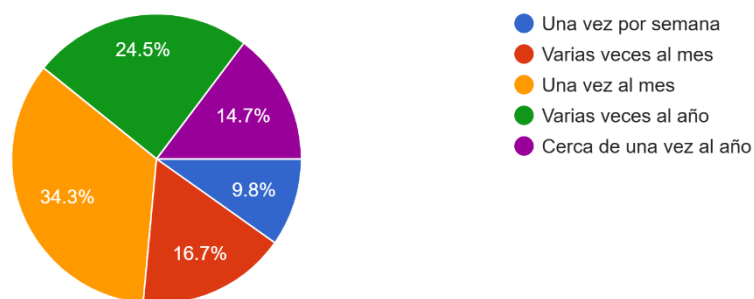


Ilustración 18 - Gráfica de frecuencia de cliente

Importancia de clientes que Bon Appetit cuente con una tienda

¿Qué tan importante es para usted que Bon Appetit cuente con una tienda física?

102 respuestas

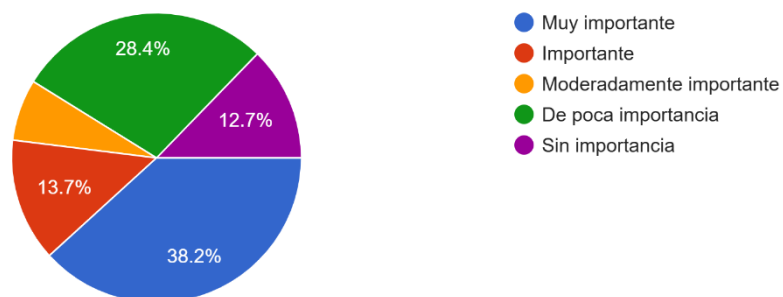


Ilustración 19 - Gráfica de importancia de clientes sobre tienda física

Satisfacción de compra de clientes sin que Bon Appetit cuente con local físico

¿Qué tan satisfecho/a está con la experiencia de compra en Bon Appetit, considerando que no contamos con un local físico?

102 respuestas

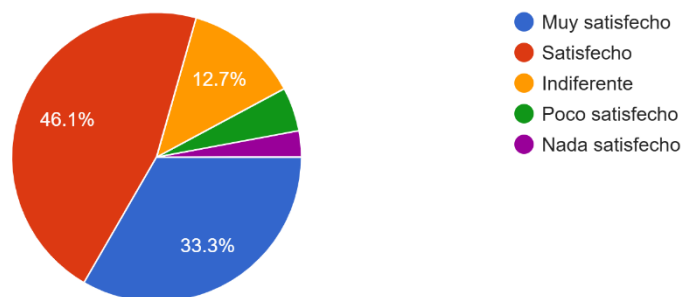


Ilustración 20 - Gráfica de satisfacción de clientes sobre tienda física

Opciones de clientes en adquirir productos similares de Bon Appetit

¿En qué otros lugares has adquirido productos de repostería?

102 respuestas

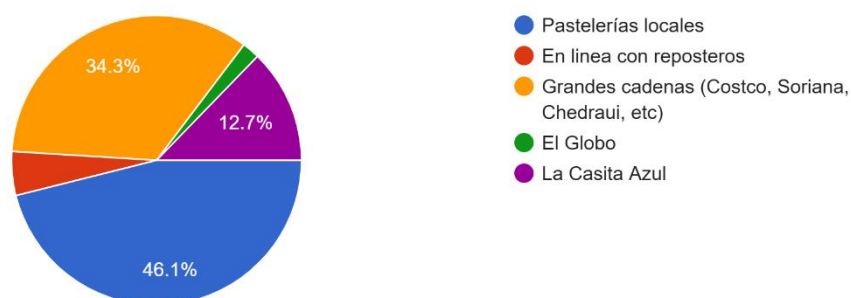


Ilustración 21 - Gráfica de lugares que los clientes adquieren productos similares

Formas de pago de preferencia

¿Qué forma de pago prefiere al adquirir los productos de Bon Appetit?

102 respuestas

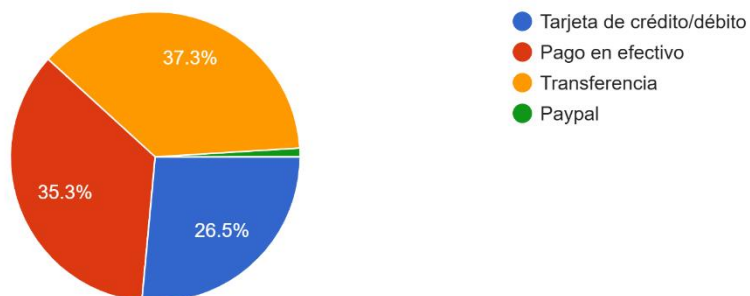


Ilustración 22 - Gráfica de resultado de preferencia de pago

Resultados de sección IV

La frecuencia que los clientes acuden a Bon Appetit es una vez al mes con él 34.3%, para él 38.2% de los clientes es muy importante que Bon Appetit cuente con una tienda física, %46.1 de nuestros clientes están satisfechos con la experiencia de compra considerando qué no se cuenta con un local, 46.1% de los encuestados han comprado Repostería en Pastelerías locales, la mayoría de los encuestados con él 37.3% quiere adquirir sus productos por medio de transferencia.

Sección V: Promoción

Canal de comunicación de preferencia de los clientes

¿Qué canal de comunicación prefieres para enterarte de las promociones de Bon Appetit?

102 respuestas

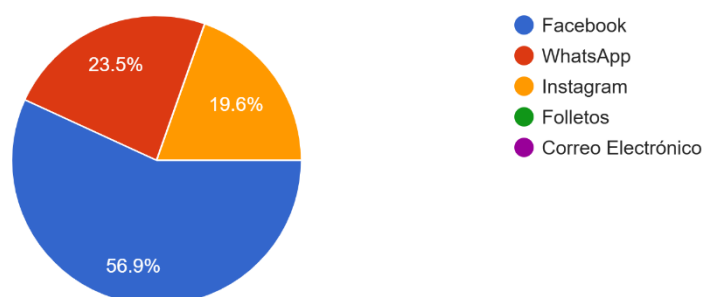


Ilustración 23 - Gráfica de red de comunicación de preferencia de los clientes

Medio de comunicación en el que suelen enterarse de las promociones de Bon Appetit

¿En qué canal de comunicación sueles enterarte de las promociones de Bon Appetit?

102 respuestas

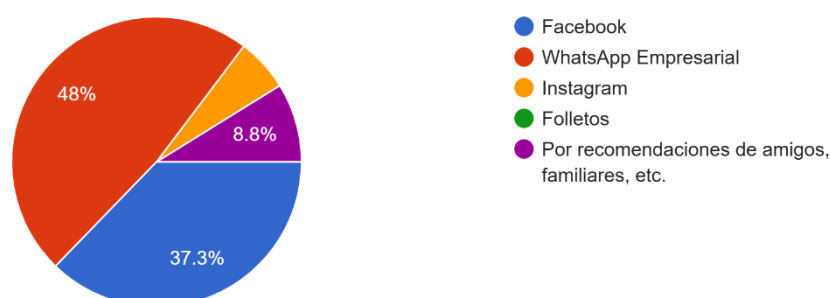


Ilustración 24 - Gráfica de medio de comunicación de enterarse de las promociones de Bon Appetit

Tipo de promociones que le llaman la atención a los clientes

¿Qué tipo de promociones te gustaría que hubiera en Bon Appetit?

102 respuestas

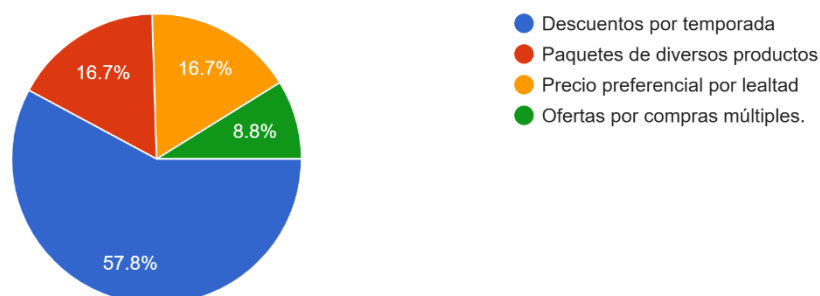


Ilustración 25 - Gráfica de promociones de preferencia de los clientes

Resultados de sección V

La mayoría de los encuestados dice que prefiere enterarse de las promociones de Bon Appetit a través de la plataforma de Facebook con un porcentaje de 56.9%, la manera en la que suelen enterarse de las promociones de Bon Appetit es a través de WhatsApp Empresarial con un resultado del 48%, las promociones que los encuestados les gustaria que hubiera por parte de Bon Appetit es de “Descuentos por temporada” con un porcentaje del 57%.

Capítulo 9 – Conclusión y propuestas de solución del problema.

Cumpliendo con el objetivo de esta investigación se identificaron puntos de mejora para el negocio Bon Appetit de los cuales se sugiere lo siguiente:

Filosofía de la empresa;

Para que Bon Appetit centre un propósito y compromiso en su negocio es indispensable contar con una misión y visión que la oriente a alcanzar las metas propuestas en un futuro; de igual forma incorporar valores que los representen e identifiquen.

Identidad de marca;

Se recomienda fortalecer la identidad de la marca desde la asignación de un solo logotipo para las plataformas digitales en las que Bon Appetit tiene presencia ya que actualmente estas no coinciden. Esto aportara un mejor reconocimiento de la marca; También se hace la sugerencia de contar con un eslogan creativo pues ayudara a captar mejor la atención del cliente.

De acuerdo a la investigación realizada.

- En base a la encuesta el medio de comunicación preferido por los clientes para conocer las promociones de Bon Appetit es Facebook, por lo que se recomienda el mejoramiento y la actualización de la página de Bon Appetit en la plataforma y a su vez el aprovechamiento de las diversas opciones con las que cuenta Whatsapp Business.
- De acuerdo con la información recaudada en base a la entrevista realizada a la dueña de Bon Appetit se identificó que se aplican promociones por temporadas sobre los productos, así como también se ofrecen paquetes con productos variados, sin embargo, se sugiere seguir reforzando el uso de este tipo de promociones para mantener la preferencia del cliente.

- Según los resultados de la encuesta realizada la implementación de un punto de venta físico parece ser un problema emergente al momento de la presentación de los resultados, pues si bien una gran cantidad de clientes lo considera innecesario un 10% más lo considera de vital importancia por lo que se sugiere que Bon Appetit considere la apertura de un local físico en un futuro cercano.
- En vista de los resultados obtenidos por medio de la encuesta realizada se identificó que un gran número de clientes prefieren adquirir sus productos en pastelerías locales por lo que se sugiere que Bon Appetit al no contar con un local físico preste especial atención en reforzar su visibilidad y presencia en redes sociales para diferenciarse de la competencia y a la vez aumentar su cartera de clientes.

Referencias bibliográficas

Bon appetit / Facebook. (n.d.).

https://www.facebook.com/profile.php?id=100063849043523&sk=photos_by&locale=es_LA

Bon Appetit (@bona_ppetit83) • Fotos y vídeos de Instagram. (n.d.).

https://www.instagram.com/bona_ppetit83/

De Estadística y Geografía Inegi, I. N. (s. f.). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)*. <https://www.inegi.org.mx/default.html>

Productos de Panadería, Pastelería o Galletería: Intercambio comercial, compras y ventas internacionales, mercado y especialización / Data México. (s. f.). Data México. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/product/baked-goods-ware-not-containing-cocoa>

López, M. (2024, 12 marzo). *Sector repostero y panadero, oportunidad de negocio para empresarios*. Tecnoempresa. <https://tecnoempresa.mx/empresarios-buscan-oportunidades-de-negocios-en-sector-repostero-y-panadero/>

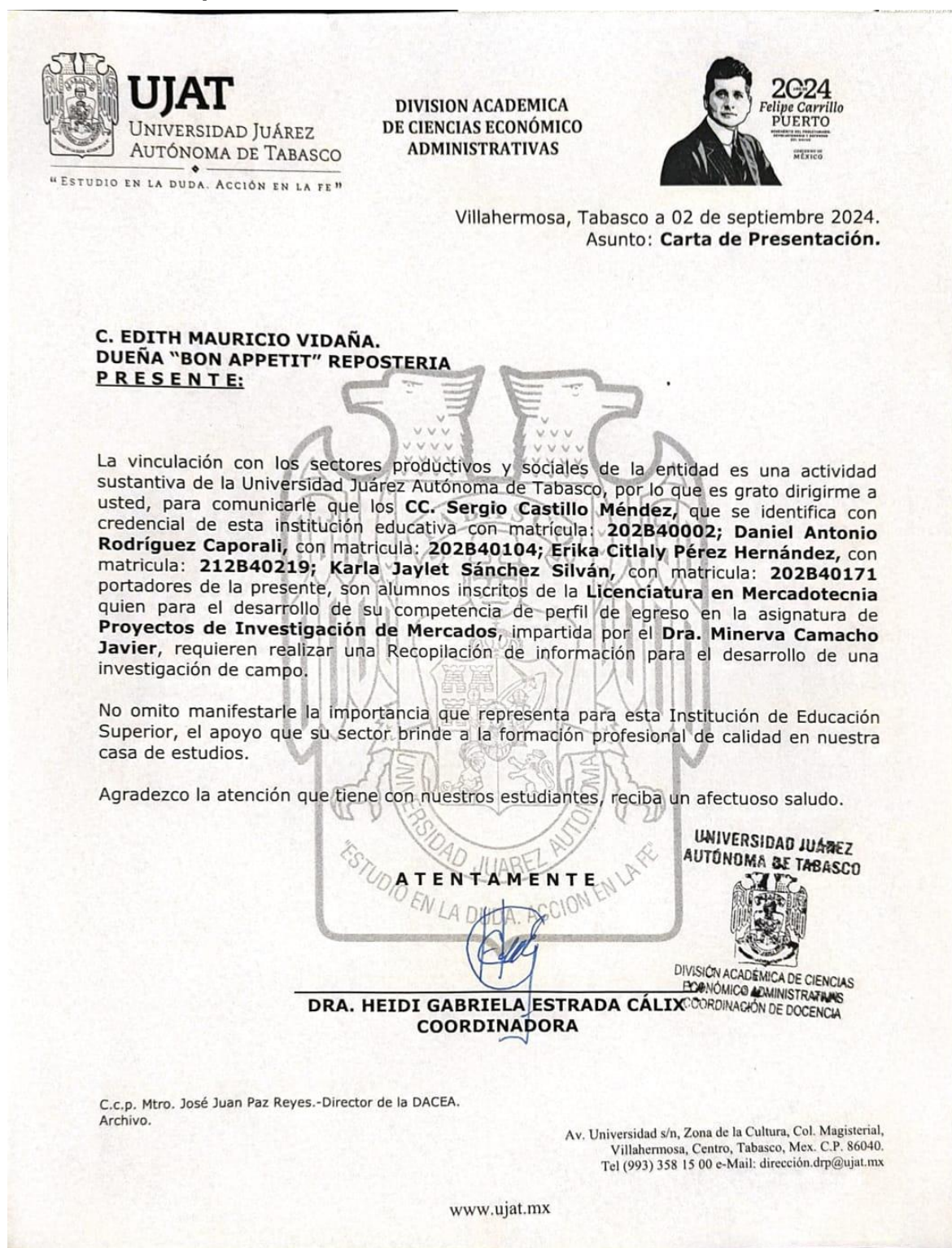
Mercado de Pasteles en México, Informe, Cuota 2024-2032. (s. f.). Expert Market Research. <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-pasteles-en-mexico>

De Redacción, E. E. (2024, 30 mayo). *Guía de la investigación cualitativa frente a la cuantitativa* / Delighted. Delighted. <https://delighted.com/es/blog/qualitative-vs-quantitative-research>


El modelo de campo de fuerza de Kurt Lewin. (2024, 22 julio). <https://www.visionhumana.mx/el-modelo-de-campo-de-fuerza-de-kurt-lewin>

Anexos


Anexo A: Carta de presentación



The document is a formal letter on the letterhead of the Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT). The header includes the university's logo, name, motto "ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE", and the division "DIVISION ACADEMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS". A portrait of Felipe Carrillo Puerto is also present. The date is Villahermosa, Tabasco, 02 de septiembre 2024, and the subject is "Carta de Presentación". The letter is addressed to C. EDITH MAURICIO VIDAÑA, owner of "BON APPETIT" REPOSTERIA. The body of the letter explains the university's commitment to productive and social sectors and mentions several students (Sergio Castillo Méndez, Daniel Antonio Rodríguez Caporali, Erika Citlaly Pérez Hernández, Karla Jaylet Sánchez Silván) who are enrolled in the Licenciatura en Mercadotecnia. It states that they need a field research report for a course taught by Dra. Minerva Camacho Javier. The letter expresses appreciation for the university's support and concludes with a respectful closing. The signature block identifies Dra. Heidi Gabriela Estrada Cáliz as the Coordinator. Contact information for the DACEA and the university's address in Villahermosa are provided at the bottom.

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

**DIVISION ACADEMICA
DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS**

 **2024**
Felipe Carrillo
PUERTO
ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN
ECONOMÍA Y POLÍTICA
DEL 2014

Villahermosa, Tabasco a 02 de septiembre 2024.
Asunto: **Carta de Presentación.**


C. EDITH MAURICIO VIDAÑA.
DUEÑA "BON APPETIT" REPOSTERIA
PRESENTE:

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. Sergio Castillo Méndez**, que se identifica con credencial de esta institución educativa con matrícula: **202B40002**; **Daniel Antonio Rodríguez Caporali**, con matrícula: **202B40104**; **Erika Citlaly Pérez Hernández**, con matrícula: **212B40219**; **Karla Jaylet Sánchez Silván**, con matrícula: **202B40171** portadores de la presente, son alumnos inscritos de la **Licenciatura en Mercadotecnia** quien para el desarrollo de su competencia de perfil de egreso en la asignatura de **Proyectos de Investigación de Mercados**, impartida por el **Dra. Minerva Camacho Javier**, requieren realizar una Recopilación de información para el desarrollo de una investigación de campo.


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.

Agradezco la atención que tiene con nuestros estudiantes, reciba un afectuoso saludo.

ATENTAMENTE


DRA. HEIDI GABRIELA ESTRADA CÁLIX
COORDINADORA

**UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO**

 **DIVISION ACADEMICA DE CIENCIAS
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
COORDINACIÓN DE DOCENCIA**

C.c.p. Mtro. José Juan Paz Reyes.-Director de la DACEA.
Archivo.

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

www.ujat.mx

Ilustración 26 - Carta de presentanción de parte de la universidad

Anexo B: Acta de consentimiento informado

Villahermosa, tabasco a 05 de septiembre de 2024.

ACTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Al firmar este documento, confirmo que he sido informado(a) sobre los objetivos y procedimientos del estudio titulado "Investigación de Mercado para el Posicionamiento de la Marca 'Bon Appetit' en el Sector Tabasqueño", dirigido por Erika Citlaly Pérez Hernández, Daniel Antonio Rodríguez Caporali, Karla Jaylet Sánchez Silván y Sergio Castillo Mendez estudiantes investigadores de la Licenciatura en Mercadotecnia impartida en la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, bajo la dirección de la Dr. Minerva Camacho Javier.

Declaro haber leído a detalle cada uno de los puntos anteriormente anexados, entiendo que mi participación es voluntaria y que puedo retirarme en cualquier momento sin sufrir ningún tipo de consecuencias.

Acepto participar en este proyecto y proporcionar la información solicitada, sabiendo que será tratada de manera confidencial y anónima, y que será utilizada exclusivamente para fines investigativos.



**Firma de conformidad
del sujeto de estudio**



**Firma de representante de quipo
Daniel Rodríguez Caporali**

Ilustración 27 - Acta de consentimiento

Anexo C: Redes sociales de Bon Appetit

Facebook

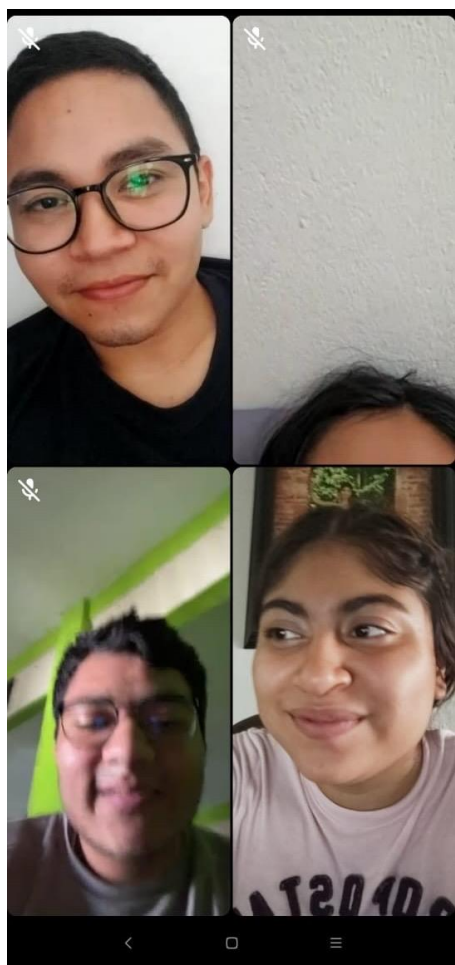


Ilustración 28 - Captura de pantalla de Facebook de Bon Appetit



Ilustración 29 - Captura de pantalla de Instagram de Bon Appetit

Anexo D: Fotos de evidencia de realización de la actividad



Lista de cotejo

'Lista de cotejo Informe de IM en PP (1.5 Puntos)

Nombre de los integrantes:	Erika Pérez Hernández Sergio Castillo Méndez Karla Sánchez Silván Daniel Antonio Rodríguez Caporali				
Núm. de equipo:	1				
Criterios	4 (0.19)	3 (0.10)	2 (0.05)	1 (0.00)	Subtotal
Presentación. Se entrega el informe de la investigación en el formato solicitado, de forma ordenada y limpia.	4				0.19
Entrega puntual, en la hora y fecha acordada.	4				0.19
La introducción comprende el objetivo o propósito de la investigación y sintetiza las ideas completas y claras del tema tratado en el desarrollo.		3			0.10
Contenido. Contiene los elementos estructurados con títulos y subtítulos en orden secuencial lógico que permite comprender el desarrollo de la investigación.	4				0.19
En el desarrollo se indica y hace evidente la realización de todas las actividades encomendadas.	4				0.19
En resultados se observa el análisis de los datos con tablas, gráficas o fotos relacionados.	4				0.19
En la conclusión se deduce el comportamiento de las variables estudiadas a partir del problema planteado. Muestra un apartado de sugerencias como posibles alternativas de solución que, posteriormente, se puede desarrollar como un proyecto o propuesta.		3			0.10
Fuentes de información. Cita textos y/o páginas de internet pertinentes, de calidad, contenido y actualidad de acuerdo con el tema.	4				0.19
Total					1.34