



# **UNIVERSIDAD MODELO**

## **EXAMEN 2DO PARCIAL**

**Martínez Chao Axel, Sánchez Alfonso Monserrath, Almeida Pereira Dos Santos Rosas,**

**Córdova García Ronaldo, De la Cruz Villegas Victoria**

**Ingeniería Industrial Logística, Universidad Modelo**

**Investigación de Mercado**

**OGUM**

**Noviembre 07, 2025**

## Tabla de Contenido

<b>Tabla de Contenido .....</b>	<b>2</b>
<b>Capítulo I. Contextualización.....</b>	<b>4</b>
<b>Imagen 1 .....</b>	<b>4</b>
<b>Imagen 2 .....</b>	<b>5</b>
<b>Misión .....</b>	<b>5</b>
<b>Visión .....</b>	<b>5</b>
<b>Valores .....</b>	<b>6</b>
<b>Imagen 3 .....</b>	<b>7</b>
<b>Servicios principales.....</b>	<b>7</b>
<b>Giro empresarial.....</b>	<b>8</b>
<b>Capítulo II. Problema de investigación .....</b>	<b>9</b>
<b>Antecedentes de la investigación .....</b>	<b>9</b>
<b>Investigación previa .....</b>	<b>9</b>
<b>Oportunidades:.....</b>	<b>10</b>
<b>Justificación .....</b>	<b>10</b>
<b>Objetivo General .....</b>	<b>11</b>
<b>Objetivos específicos .....</b>	<b>11</b>
<b>Pregunta de Investigación .....</b>	<b>11</b>
<b>Capítulo III. Análisis de la competencia.....</b>	<b>12</b>
<b>Local .....</b>	<b>12</b>
<b>Nacional.....</b>	<b>13</b>
<b>Internacional.....</b>	<b>13</b>

<b>Capítulo IV. Metodología.....</b>	<b>15</b>
<b>Tipo de estudio.....</b>	<b>15</b>
<b>Diseño de la investigación .....</b>	<b>15</b>
<b>Población y muestra .....</b>	<b>16</b>
<b>Tipo de muestreo .....</b>	<b>17</b>
<b>Población objetivo .....</b>	<b>17</b>
<b>Estudio cuantitativo .....</b>	<b>18</b>
<b>Cap. V. Diseño del instrumento.....</b>	<b>19</b>
<b>Diseño del cuestionario .....</b>	<b>19</b>
<b>Imagen 4.....</b>	<b>19</b>
<b>Imagen 5.....</b>	<b>20</b>
<b>Imagen 6.....</b>	<b>22</b>
<b>Prueba de validez .....</b>	<b>23</b>
<b>Prueba piloto.....</b>	<b>25</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>26</b>
<b>Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>29</b>

## Capítulo I. Contextualización

OGUM es una empresa mexicana fundada en el año 2018 en la ciudad de Mérida, Yucatán. Desde sus inicios, se ha consolidado como una consultoría creativa y estratégica especializada en tecnologías de la información (TI) y recursos humanos (RRHH), con la misión de acompañar a las organizaciones en su transformación digital y en la gestión de talento (OGUM, 2025).

Imagen 1

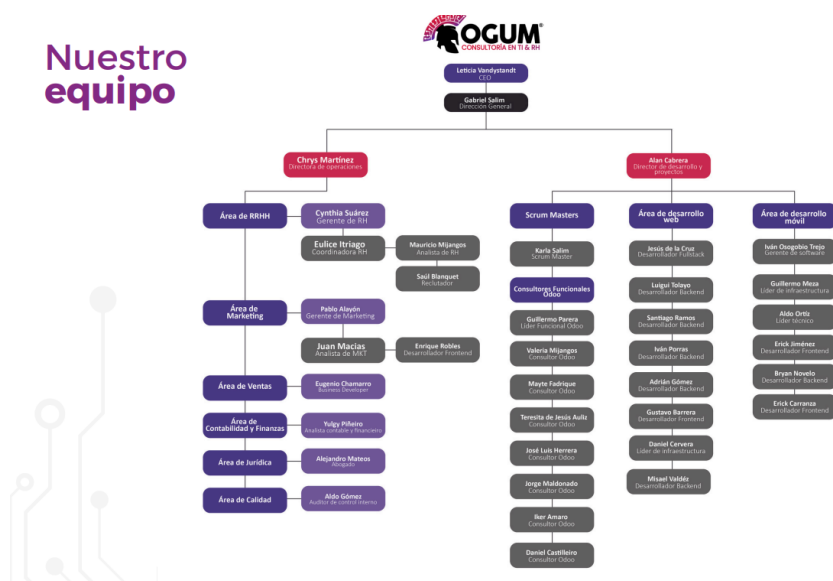


(Logotipo oficial de OGUM.)

*Nota.* Recuperado de OGUM (2025). *Presentación OGUM 2025* [PDF].

La empresa nació con la visión de unir conocimiento y experiencia para ofrecer resultados sobresalientes, siempre orientados a la eficiencia y a superar las expectativas de sus clientes. En poco tiempo, OGUM se posicionó como un aliado estratégico en México y el extranjero, gracias a su enfoque en la innovación, la calidad de servicio y el compromiso con el éxito de las marcas con las que trabaja (OGUM, 2025).

## Imagen 2



Equipo de OGUM (imagen corporativa publicada en la presentación).

*Nota.* Recuperado de OGUM (2025). *Presentación OGUM 2025* [PDF].

(Este es el organigrama general de la empresa ya que a pesar de que tienen presencia en distintos lugares, el único lugar donde poseen oficinas en la CDMX).

## Misión

La misión de OGUM es ofrecer soluciones personalizadas de vanguardia en consultoría de TI y RRHH para empresas de todos los tamaños y sectores. La empresa busca mejorar la eficiencia y productividad de los negocios de sus clientes a través de un equipo multidisciplinario altamente capacitado y comprometido (OGUM, 2025).

## Visión

La visión de OGUM es consolidarse como líder en consultoría y reclutamiento de personal en TI, reconocido por su excelencia en el servicio al cliente, la calidad de sus soluciones

tecnológicas y la efectividad en la colocación de personal especializado. Su meta es convertirse en un socio estratégico confiable y valioso para las organizaciones que buscan talento y soluciones digitales (OGUM, 2025).

### **Valores**

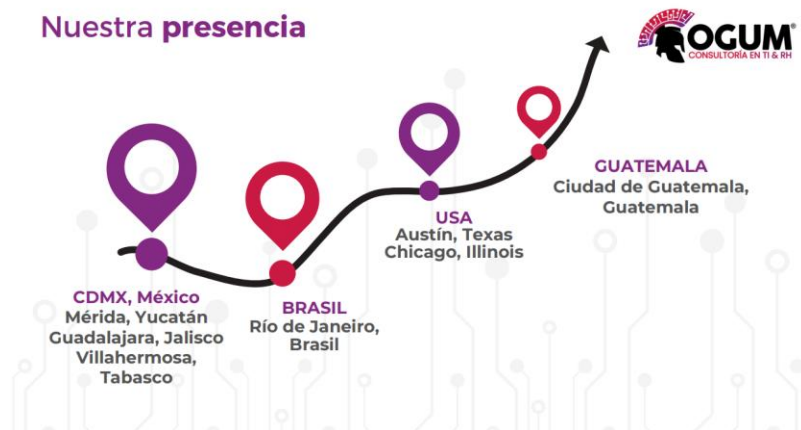
Si bien OGUM no presenta explícitamente un listado de valores corporativos en los documentos consultados, a partir de su misión y visión se identifican principios fundamentales que guían su actividad empresarial:

- **Innovación:** ofrecer soluciones creativas y de vanguardia.
- **Compromiso:** trabajar con disciplina y responsabilidad en cada proyecto.
- **Colaboración:** fomentar el trabajo en equipo y la sinergia con los clientes.
- **Calidad y excelencia:** asegurar que cada servicio supere las expectativas.
- **Confianza:** construir relaciones duraderas y estratégicas con cada cliente.

### **Presencia y estructura organizacional**

OGUM es una microempresa con aproximadamente 19 colaboradores (Empleados), lo que le permite mantener un alto grado de flexibilidad organizacional. A pesar de su tamaño, su alcance es amplio: cuenta con oficinas en Mérida, Yucatán; Ciudad de México; Guadalajara, Jalisco; Villahermosa, Tabasco; Austin y Chicago (Estados Unidos); Ciudad de Guatemala (Guatemala); y Río de Janeiro (Brasil). Este crecimiento refleja la capacidad de la empresa para competir en mercados internacionales y atender clientes de manera remota y presencial (OGUM, 2025).

Imagen 3



Mapa de presencia nacional e internacional de OGUM.

*Nota.* Recuperado de OGUM (2025). *Presentación OGUM 2025* [PDF].

Poseen presencia en México a través de las oficinas en CDMX y en línea. En Guatemala y Brasil poseen un representante quien busca posibles proyectos y los muestran al CEO, En E.U. está registrada en Austin.

### Servicios principales

El portafolio de OGUM abarca:

- **Headhunting TI.** Reclutamiento de talento especializado en tecnologías de la información.
- **Consultoría TI.** Desarrollo de software, ciberseguridad, gestión de proyectos y asesoría tecnológica.
- **Implementación de Odoo ERP.** Integración de módulos empresariales escalables y personalizables.

- Soluciones TI especializadas. Plataformas propias como *PrOgum*, *CDC Code*, *E-NOM Platform*, *OGUM Escuelas*, *Avi Management* y *Armónica Software*.

### **Alianzas estratégicas**

OGUM es Odoo Ready Partner y AWS Partner Service Delivery, lo que valida su capacidad en soluciones de gestión empresarial y servicios en la nube. Asimismo, colabora como Microsoft Partner, ofreciendo herramientas como Microsoft 365 y Power BI (OGUM, 2025).

### **Giro empresarial**

La empresa pertenece al sector de servicios profesionales, científicos y técnicos, con especialidad en consultoría tecnológica y recursos humanos. No cuenta con sucursales comerciales abiertas al público general, ya que su modelo de negocio se enfoca en la consultoría y prestación de servicios corporativos.



## **Capítulo II. Problema de investigación**

### **Antecedentes de la investigación**

OGUM, como microempresa especializada en consultoría de tecnologías de la información y recursos humanos, enfrenta el desafío de evaluar la satisfacción de sus clientes actuales. Hasta ahora, la organización ha crecido gracias a alianzas estratégicas y recomendaciones, pero carece de un estudio formal que permita conocer de manera sistemática la experiencia de quienes ya han utilizado sus servicios.

El desconocimiento sobre la percepción y satisfacción de los clientes representa una limitante para la mejora continua, ya que impide identificar con precisión los aspectos en los que OGUM destaca y aquellos que requieren fortalecerse, por ello, resulta necesario realizar una investigación enfocada en los clientes actuales de la empresa, a fin de analizar su nivel de satisfacción y obtener información útil para la toma de decisiones estratégicas (OGUM, 2025).

### **Investigación previa**

La literatura sobre consultoría empresarial señala que la satisfacción del cliente es un factor clave para la retención y recomendación de servicios profesionales, especialmente en mercados B2B (business to business), donde la relación de confianza es esencial (Deloitte, 2023; PwC, 2023). Estudios realizados en el sector tecnológico en México muestran que la fidelización de clientes depende de la percepción de valor, la calidad del servicio y la capacidad de adaptación del proveedor (IDC, 2024).

En el caso de OGUM, entrevistas iniciales con directivos destacan que la empresa no ha realizado encuestas formales a sus clientes actuales, lo que representa una oportunidad para estructurar un instrumento de medición y sistematizar esta información.

**Oportunidades:**

Al enfocarse en sus clientes actuales, OGUM puede:

- Conocer con mayor detalle la experiencia de quienes ya utilizan sus servicios.
- Detectar fortalezas que puedan convertirse en ventajas competitivas.
- Identificar áreas de mejora que incrementen la fidelización de los clientes.
- Generar evidencia que pueda ser usada como casos de éxito en estrategias comerciales.
- Aprovechar la retroalimentación como base para un mejor posicionamiento en el mercado.

**Justificación**

La investigación permitirá obtener información directa de los clientes actuales de OGUM, lo que brindará datos confiables sobre su nivel de satisfacción, percepción del servicio y disposición a recomendar a la empresa. Estos resultados son relevantes porque:

- Orientarán la toma de decisiones estratégicas para la mejora continua.
- Ayudarán a fortalecer las relaciones con clientes actuales y generar lealtad.
- Servirán como insumo para la proyección de OGUM en mercados más amplios.
- Darán una visión objetiva sobre si conviene seguir trabajando con OGUM y en qué condiciones.

De este modo, la investigación se convierte en una herramienta útil para OGUM y al mismo tiempo viable de realizar en el marco de este proyecto académico.

### **Objetivo General**

Evaluar la satisfacción de los clientes actuales de OGUM respecto a los servicios de consultoría de TI y RRHH que ofrece la empresa.

### **Objetivos específicos**

- Diseñar un cuestionario que permita medir la percepción de los clientes actuales de OGUM.
- Identificar el nivel de satisfacción de los clientes con los servicios recibidos.
- Analizar las fortalezas y áreas de oportunidad de OGUM desde la perspectiva de sus clientes.
- Determinar la disposición de los clientes actuales a seguir trabajando con OGUM o recomendar sus servicios.
- Proponer recomendaciones estratégicas basadas en los resultados del estudio.

### **Pregunta de Investigación**

¿Qué nivel de satisfacción tienen los clientes actuales de OGUM con los servicios de consultoría de TI y RRHH que han recibido, y en qué medida conviene seguir trabajando con la empresa?

### Capítulo III. Análisis de la competencia

#### Local

##### Competencia local

En el entorno local, OGUM compite principalmente con empresas de consultoría tecnológica y servicios de transformación digital ubicadas en Mérida, Yucatán. Estas compañías ofrecen servicios similares en tecnología, implementación de software, soporte técnico y consultoría empresarial.

Para el presente estudio se identificaron las siguientes empresas locales:

<b>Empresa</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Servicios principales</b>	<b>Características destacadas</b>	<b>Rango de precios (estimado)</b>
<b>TEC Consultores</b>	Calle 60 #365, Col. Centro, Mérida, Yucatán	Consultoría en TI, ciberseguridad, automatización de procesos, asesoría empresarial	Más de 15 años de experiencia, atienden empresas medianas y grandes	Servicios desde \$8,000 MXN mensuales
<b>TIC Consultores</b>	Mérida, Yucatán	Soporte técnico, desarrollo de software, implementación de redes	Empresa pequeña con atención personalizada	\$5,000 a \$10,000 MXN por proyecto
<b>CUBE Tecnología</b>	Calle 13 #140, Col. Montebello, Mérida, Yucatán	Soluciones integrales en TI, soporte remoto, desarrollo web, infraestructura	Experiencia regional, atención a negocios locales y PYMEs	\$6,000 a \$12,000 MXN por servicio
<b>OGUM</b>	Mérida, Yucatán (oficinas virtuales)	Consultoría TI y RRHH, implementación de ERP Odoo,	Empresa innovadora con enfoque estratégico y alianzas internacionales	Planes personalizados según cliente

<b>Empresa</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Servicios principales</b>	<b>Características destacadas</b>	<b>Rango de precios (estimado)</b>
		servicios en la nube y reclutamiento especializado		

### **Nacional**

A nivel nacional, OGUM enfrenta competencia de consultorías más grandes y con mayor escala que ofrecen servicios de TI, transformación digital, ERP, reclutamiento especializado y consultoría tecnológica. Algunos nombres destacados incluyen:

- **iCorp**, que aparece entre las mejores consultoras de TI en México.
- **Grupo Cynthus**, que ofrece auditoría TI, ciberseguridad, capacitación y soluciones tecnológicas integrales.
- Otras firmas reconocidas que figuran en rankings de consultoría TI (por ejemplo, en listados de “Las mejores consultoras en TI 2025”)

Estas compañías suelen contar con ventajas de escala, prestigio de marca, recursos humanos y redes nacionales que pueden rivalizar con OGUM si no logra un posicionamiento diferenciado.

### **Internacional**

En el caso de OGUM, la competencia internacional solo aplicaría si la empresa busca atender clientes fuera de México o competir en proyectos transfronterizos. Dado que OGUM ya tiene presencia internacional en oficinas en EE. UU. y otros países (según la información previa), podría enfrentarse a consultoras globales como Tata Consultancy Services (TCS), Ernst & Young

(EY) o proveedores globales de servicios de consultoría digital que aparecen en rankings de consultoría TI.

Estas empresas cuentan con recursos, certificaciones y experiencia internacional que representan competencia directa cuando OGUM aspire a proyectos de gran escala con fronteras geográficas.

**Listado de clientes actuales (proporcionado por OGUM):**

*Los clientes actuales de OGUM según el director general de la empresa, asciende a 40 clientes totales.*

## **Capítulo IV. Metodología**

En este capítulo se describen y justifican el tipo de estudio, diseño de la investigación, población y muestra, tipo de muestreo, y el enfoque cuantitativo que se empleará en la investigación de satisfacción de los clientes actuales de OGUM. Cada sección incluye citas textuales de autores para fundamentar la metodología.

### **Tipo de estudio**

Según Valle (2022), “el objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas”. De acuerdo con esta definición, la presente investigación es de tipo descriptivo, pues su principal propósito es caracterizar la satisfacción de los clientes actuales de OGUM tal como se manifiesta en la realidad, sin intervenir ni manipular las condiciones existentes, se busca describir cómo los clientes evalúan los servicios recibidos, cuáles son sus percepciones, en qué grado están satisfechos y en qué aspectos hay oportunidades de mejora, de esta manera, la investigación descriptiva permite diagnosticar la situación actual de la empresa respecto a la satisfacción del cliente.

### **Diseño de la investigación**

El diseño que se adopta es no experimental. Como lo indican Martins y Palella (2010), “el diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes, se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos”. En este estudio no se modificará ningún servicio, ni se impondrá un tratamiento distinto para

clientes, sino que se analizarán sus opiniones y nivel de satisfacción respecto a los servicios que ya han recibido de OGUM, por ello es adecuado un diseño no experimental, que permita recoger datos objetivos mediante encuestas y describir la situación sin necesidad de intervenir estructuralmente.

### **Población y muestra**

Según Fracica (1988, citado por Bernal, 2010), “La población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo”.” En este estudio, la población objetivo está conformada por los 40 clientes actuales de OGUM, entendida como aquellas organizaciones que han contratado alguno de los servicios de consultoría de TI o RRHH durante los últimos dos años.

En cuanto a la muestra, dado que no se usará muestreo probabilístico sino un muestreo no probabilístico de tipo censo o juicio, no se seleccionará aleatoriamente un subconjunto, sino que se invitará a participar a la mayor cantidad posible de los clientes actuales, siguiendo con la postura de los autores que señalan que cuando la población es pequeña y accesible, se puede trabajar con un muestreo censal o mediante criterio del investigador, ya que “en las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra” (Hernández Sampieri, Fernández & Baptista, 2014) Se considera entonces que la muestra será de hasta los 40 clientes, siempre y cuando respondan voluntariamente; si alguno no participa, se tomará en cuenta el criterio del investigador para determinar quiénes sí participan, asegurando representatividad en cuanto al tipo de cliente (empresa mediana/grande, sector, cercanía con OGUM).



### **Tipo de muestreo**

El tipo de muestreo será no probabilístico según Carl McDaniel Jr. y Roger Gates son un tipo en el que los elementos específicos de la población han sido seleccionados en forma no aleatoria y la “no aleatoriedad resulta cuando elementos de la población se seleccionan por conveniencia, porque llegar a ellos es fácil o poco costoso”.

Debido a que la población estudiada es menor a 200 personas, ya que la muestra está integrada por los clientes actuales de OGUM (40 en total) y se obtendrá una muestra mínima de 20 personas, se aplicará un muestreo por juicio o conveniencia que se describe por Osvaldo Hernández como "la muestra se elige de acuerdo con la conveniencia de investigador, le permite elegir de manera arbitraria cuántos participantes puede haber en el estudio.", lo que favorece un mejor análisis para el objetivo de este proyecto.

### **Población objetivo**

Clientes que han contratado al menos un servicio de OGUM (consultoría TI, reclutamiento, implementación de ERP o soluciones digitales), en los últimos 2 años.

### **Características sugeridas:**

De acuerdo con el INEGI (2024), en México existen más de 5.5 millones de unidades económicas, de las cuales solo el 1.1% son medianas y grandes empresas, que representan el segmento de clientes objetivo más frecuente para empresas de consultoría tecnológica como OGUM.

En el caso del estado de Yucatán, se registran aproximadamente 2,500 empresas medianas y grandes dentro de los sectores industrial, comercial y de servicios profesionales, lo cual

constituye el mercado potencial regional al que OGUM puede acceder mediante sus servicios especializados en TI y RRHH.

### **Cuantificación de población (estimada y con respaldo de fuentes):**

La población objetivo para esta investigación corresponde a los clientes actuales de OGUM, es decir, las empresas que ya han contratado alguno de sus servicios de consultoría en TI, recursos humanos o implementación de software ERP.

### **Características de la población objetivo:**

- Empresas medianas y grandes con operaciones en México.
- Han recibido servicios de OGUM en los últimos 2 años.
- Sectores: tecnología, comercio, servicios empresariales, manufactura y educación.
- Ubicación principal: Mérida, Yucatán (aunque algunas cuentan con presencia nacional).
- Contacto directo con personal de OGUM a través de proyectos o consultorías.

### **Estudio cuantitativo**

La investigación será de tipo cuantitativo. Según Hernández-Flórez y Klimenko (2025), “el enfoque cuantitativo define criterios y procedimientos sistemáticos a seguir en la actividad de estudiar fenómenos y generar conocimiento científico” y se caracteriza por utilizar métodos que recolectan datos numéricos para medir variables y analizarlas estadísticamente. En este estudio se recolectarán datos cuantitativos mediante encuestas con preguntas cerradas (escala de satisfacción, porcentajes, frecuencias etc.), los cuales permitirán cuantificar el nivel de satisfacción de los clientes de OGUM y comparar los resultados entre diferentes dimensiones del servicio.

## Cap. V. Diseño del instrumento

### Diseño del cuestionario

El cuestionario fue elaborado con el objetivo de evaluar el nivel de satisfacción de los clientes actuales de OGUM respecto a los servicios que ofrece en consultoría en Tecnologías de la Información (TI) y Recursos Humanos (RRHH).

### Imagen 4

The image shows a digital survey interface. At the top, a purple header bar indicates 'Sección 1 de 5'. Below this, a white box titled 'OGUM' contains the survey's purpose: to collect client feedback for academic and internal improvement, with a promise of confidentiality and anonymity. A navigation bar below the box shows 'Después de la sección 1' and a button to 'Ir a la siguiente sección'. The next section, 'Sección 2 de 5', is titled 'Datos Generales' and includes an optional description field. It contains two required questions, each with a red asterisk: 'Nombre del encuestado:' and '1. Nombre de la empresa:'. Both questions have a 'Texto de respuesta corta' (short text response) input field.

(Introducción del instrumento, acá se explican detalladamente los objetivos del cuestionario, y se comienza con datos generales)

El instrumento se aplica en formato digital mediante Google Forms, con el propósito de facilitar la recopilación de datos y garantizar la accesibilidad de los participantes. Se incluyeron preguntas cerradas y abiertas, utilizando principalmente escalas de tipo Likert y opciones de selección múltiple para permitir un análisis cuantitativo confiable y complementarlo con observaciones cualitativas.

**Imagen 5**

The image shows a screenshot of a Google Form titled "Evaluación del servicio". The form is divided into sections. The first section is titled "Sección 4 de 5". Below this, there is a header "Evaluación del servicio" and a sub-header "Descripción (opcional)". The main content area contains two questions:

5. ¿Cómo calificaría la calidad técnica del servicio proporcionado por OGUM? \*

- ☐ Muy baja
- ☐ Baja
- ☐ Regular
- ☐ Alta
- ☐ Muy alta

6. ¿Considera que el equipo de OGUM comprendió las necesidades específicas de su empresa? \*

- ☐ Sí
- ☐ Parcialmente
- ☐ No

(Sección número 5 del cuestionario, en este apartado se evalúa la calidad del servicio recibido por parte de OGUM)

El cuestionario final se estructuró en cuatro secciones principales, de acuerdo con los objetivos de la investigación:

1. Datos generales del encuestado  
(Preguntas 1–4)
2. Evaluación del servicio recibido  
(Preguntas 5–10)
3. Satisfacción general y percepción de valor  
(Preguntas 11–13)
4. Fidelización y participaciones futuras  
(Preguntas 14–19)

El diseño del cuestionario permite recopilar información útil para la toma de decisiones estratégicas de OGUM, manteniendo un formato claro, conciso y de fácil comprensión para los encuestados.

**Imagen 6**

17. ¿Qué tan dispuesto(a) está a recomendar los servicios de OGUM? \*

- ☐ Nada probable
- ☐ Poco probable
- ☐ Probable
- ☐ Muy probable
- ☐ Garantizado

18. ¿Estaría dispuesto(a) a seguir trabajando con OGUM? \*

- ☐ Sí
- ☐ No

19. Comentarios o sugerencias adicionales para la empresa:

Texto de respuesta larga

(Final del cuestionario)

### **Prueba de validez**

Con el objetivo de asegurar que el cuestionario mida correctamente la satisfacción de los clientes, se llevó a cabo una prueba de validez de contenido mediante la revisión de expertos.

Los validadores del instrumento fueron:

Mtra. Vanessa Cob Gutiérrez, docente de la Universidad Modelo, especialista en Dirección Global de Negocios.

Ing. Samuel Javier Ramírez Sosa, ingeniero Industrial Logístico, egresado de la Universidad Modelo con perfil social y de comunicación, cuenta con experiencia en procesos productivos, capacitación y servicio al cliente con experiencia en desarrollo y gestión de proyectos tecnológicos.

MC. Rafael Mora Dañino, Maestro en ciencias, egresado del Instituto Politécnico Nacional en la CDMX, con perfil en administración de proyectos, cadena de suministros, áreas de calidad, producción, servicio y atención al cliente, con certificación en Six Sigma.

Gabriel Salim Cervera, director general de OGUM, con amplio conocimiento del contexto interno y de los servicios que ofrece la empresa.

### **Durante el proceso de validación, se realizaron las siguientes observaciones principales:**

Por parte del Ing. Samuel Javier Ramírez, se recomendó realizar ajustes en la redacción de algunas preguntas para hacerlas más específicas y evitar posibles confusiones en la interpretación de los encuestados. Además, sugirió reorganizar el orden de ciertos ítems para mejorar la fluidez del formulario y facilitar su comprensión.

La Mtra. Vanessa Cob propuso agregar al inicio del cuestionario un objetivo general y una breve descripción que explicaran la finalidad de la encuesta, con el propósito de brindar mayor

claridad a los participantes antes de responder. También indicó modificar la pregunta número 16, adaptando su redacción para que fuese más precisa y medible, y añadir un espacio al final para comentarios y sugerencias, lo que permitiría obtener observaciones cualitativas complementarias.

El Ing. Rafael Mora Dañino sugirió incluir el nombre del encuestado, ya que solo se solicitaba el nombre de la empresa y el puesto; separar la evaluación de cordialidad y profesionalismo en dos preguntas distintas, sustituir el término “cordial” por un sinónimo más formal, añadir una pregunta para distinguir si el cliente es nuevo o recurrente, y agregar títulos o secciones dentro del formulario para facilitar su lectura.

El director general, Gabriel Salim Cervera, señaló que el cuestionario presentaba una estructura sólida y bien organizada, aunque advirtió que algunas preguntas abiertas podrían dificultar el análisis cuantitativo debido a la variedad de respuestas posibles. No obstante, consideró que el instrumento era pertinente y útil para los fines del estudio.

Todas las recomendaciones fueron implementadas y subsanadas, resultando en un cuestionario más claro, ordenado y alineado con los objetivos del proyecto. Tras su revisión final, los cuatro validadores coincidieron en que el instrumento presenta claridad conceptual, coherencia técnica y pertinencia metodológica para medir la satisfacción de los clientes de OGUM.

Cuestionario final:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdj\\_Ul5vQYufldr\\_LE4Na4ABY7Yrk88j8d2wUfcFXrjB8TrXA/viewform?usp=dialog](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdj_Ul5vQYufldr_LE4Na4ABY7Yrk88j8d2wUfcFXrjB8TrXA/viewform?usp=dialog)



### **Prueba piloto**

La prueba piloto tenía como objetivo aplicar el cuestionario de satisfacción a una muestra reducida de clientes actuales de OGUM, con el fin de evaluar la comprensión de las preguntas, la estructura del formulario y la pertinencia de las respuestas obtenidas antes de su aplicación definitiva.

Sin embargo, durante el periodo establecido para la aplicación de la prueba piloto, no se obtuvo respuesta por parte de los clientes de OGUM ni de representantes de la empresa, a pesar de los intentos de contacto mediante correo electrónico y solicitud de apoyo al área directiva, no fue posible contar con participantes disponibles para la revisión del instrumento.

Como consecuencia, no se pudieron recopilar datos de prueba, ni realizar un análisis previo sobre la validez empírica del cuestionario. No obstante, gracias al proceso de validación por expertos (mencionado en el apartado anterior), se asegura que el instrumento cuenta con la suficiente coherencia, claridad y adecuación al contexto de estudio, lo cual respalda su confiabilidad teórica.

Se recomienda, en una etapa posterior, realizar la aplicación piloto con al menos tres clientes de OGUM, una vez que la empresa pueda facilitar los contactos, a fin de corroborar los tiempos de respuesta, posibles confusiones en las preguntas y la efectividad de la recolección de datos.

## Anexos

### Anexo No 1. Aprobación de los objetivos para el diseño del instrumento denominado “Encuesta de satisfacción de clientes de OGUM”

Mérida, Yucatán a 25 de Septiembre de 2025

Asunto: Aprobación de los objetivos generales y específicos para el diseño del instrumento denominado “Encuesta de satisfacción de clientes de OGUM”.

Presente:

Gabriel Salim Cervera

DIRECTOR GENERAL DE OGUM

Por medio de la presente se le da a su consideración los objetivos para una investigación de mercados de OGUM. El estudio busca evaluar la satisfacción de los clientes de consultoría en TI y RRHH para identificar fortalezas y guiar decisiones estratégicas. A continuación, se detallan los objetivos para su aprobación.

#### OBJETIVO GENERAL:

- Evaluar la satisfacción de los clientes actuales de OGUM respecto a los servicios de consultoría de TI y RRHH que ofrece la empresa.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Diseñar un cuestionario que permita medir la percepción de los clientes actuales de OGUM.
- Identificar el nivel de satisfacción de los clientes con los servicios recibidos.
- Analizar las fortalezas y áreas de oportunidad de OGUM desde la perspectiva de sus clientes.
- Determinar la disposición de los clientes actuales a seguir trabajando con OGUM o recomendar sus servicios.

(Anexo no 1. Aprobación de los objetivos para el diseño del instrumento denominado “Encuesta de satisfacción de clientes de OGUM”)

- Proponer recomendaciones estratégicas basadas en los resultados del estudio.

Atendiendo a su solicitud de aprobación de los objetivos para el diseño del instrumento denominado “Encuesta de satisfacción de clientes de OGUM”, para la elaboración del trabajo ordinario de la materia de “Investigación de mercados”, le extiendo mi aprobación, de manera exclusiva para los fines que usted ha referido.

Sin más por el momento, quedo a sus órdenes como su seguro servidor.

Atte. Equipo IDM de la Universidad Modelo

Gabriel Salim Cervera

Anexo No. 2. Fórmula para sacar la muestra para el instrumento denominado  
Encuesta de satisfacción de clientes de OGUM.

A continuación, se explica por medio de la fórmula cómo se determina el tamaño de la muestra y el número de encuestas por realizar.

$$n = \frac{Z^2 pq N}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

Z= Nivel de confianza (1.96)

N= Universo

p= Probabilidad a favor (. 50)

q= Probabilidad en contra (. 50)

e= Error de estimación (. 05)

(Anexo no 2. Fórmula para sacar la muestra par el instrumento denominado “Encuesta de satisfacción de clientes de OGUM” Firmado)

Anexo No.3. Carta de validación de expertos del instrumento denominado  
encuesta de Investigación de mercado

Mérida, Yucatán a 04 de Noviembre del 2025

Asunto: Autorización de validación de expertos

MDN. Vanessa Cob Gutiérrez

Presente

Por medio de la presente reciba un cordial saludo, y a su vez, le hago constar que el instrumento denominado "Encuesta" para la Investigación de mercado que se lleva a cabo en la empresa OGUM, que están elaborando Martínez Chao Axel, Sánchez Alfonso Monserath, Almeida Pereira Dos Santos Rosas, Córdova García Ronaldo, De la Cruz Villegas Victoria, ha sido revisado y subsanado los comentarios de mejora que le he señalado al equipo.

Sin más por el momento, quedo a sus órdenes para cualquier duda o aclaración

Atentamente

  
GABRIEL SALIM CERVERA

(Anexo No.3. Carta de Validación del instrumento firmada por el empresario)

## Referencias Bibliográficas

Economía.gob.mx. (2025). Administradores y Especialistas en Recursos Humanos y Sistemas de Gestión: Salarios, diversidad, industrias e informalidad laboral. DataMéxico. Consultado en <https://economia.gob.mx/datamexico/es/profile/occupation/administradores-y-especialistas-en-recursos-humanos-y-sistemas-de-gestion>

IMARC Group. (2025). Mexico human resource technology market: Size, share, trends and forecast 2025-2033. IMARC Group. Consultado en <https://www.imarcgroup.com/report/es/mexico-human-resource-technology-market>

RRHHDigital.mx. (2024). Seis de cada diez empleados esperan aumentos salariales y crecimiento profesional hacia el próximo lustro. RRHHDigital. Consultado en <https://www.rrhhdigital.mx/secciones/mercado-laboral/3366/Seis-de-cada-diez-empleados-esperan-aumentos-salariales-y-crecimiento-profesional-hacia-el-proximo-lustro>

OGUM. (2025). Presentación OGUM 2025 [Archivo PDF]. Documento interno proporcionado.

OGUM. (s.f.). OGUM – Consultoría en TI y RRHH. Recuperado de <https://ogum.com.mx>  
[https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/889463907138.pdf?utm](https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/889463907138.pdf?utm)

Las mejores Consultoras en TI 2025. (2025, abril 19). Revista Consultoría. <https://revistaconsultoria.com.mx/las-mejores-consultoras-ti/>

Grupo Cynthus - Consultoría en Tecnologías de la Información. (2020, abril 30). Grupo Cynthus. <https://www.cynthus.com.mx/>

Lara, C. (2020, abril 21). icorp una de las 10 Mejores Consultoras de TI en México. icorp. <https://icorp.com.mx/blog/icorp-una-de-las-10-mejores-consultoras-de-ti-en-mexico/>

(S/f-b). Facebook.com. Recuperado el 3 de octubre de 2025, de <https://www.facebook.com/TICConsultores/>

Nosotros - CUBE Tecnología con visión. (2017, mayo 2). CUBE Tecnología con visión - Tecnología con visión; CUBE Tecnología con visión. <https://www.cubeonline.com.mx/nosotros/>

Consultores en Mérida Yucatán. (2014, noviembre 11). Consultores en Mérida Yucatán Tec consultoría empresarial; Tec Consultores. <https://teconsultores.com/>

INEGI. (2024). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE). <https://www.inegi.org.mx/app/descarga/?ti=6>

(S/f). Edu.ni. Recuperado el 15 de octubre de 2025, de <https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/21790/1/21790.pdf>

(S/f-b). Edu.do. Recuperado el 15 de octubre de 2025, de <https://uteco.edu.do/wp-content/uploads/Capacho-No.7.pdf>

(S/f-c). Studocu.com. Recuperado el 15 de octubre de 2025, de <https://www.studocu.com/ec/document/universidad-de-guayaquil/derecho-civil-i/diseno-no-experimental/58249722>

Hernández-Florez, N., & Klimenko, O. (2025). Metodología de la investigación, enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. Nexus: Multidisciplinary Research Journal, 2(3), 1–19. <https://nexushouseeditorial.com/index.php/nexus/es/article/view/24>

(S/f-d). Edu.ni. Recuperado el 17 de octubre de 2025, de <https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/12320/1/100823.pdf>

(S/f-e). iLibrary.co. Recuperado el 17 de octubre de 2025, de <https://ilibrary.co/article/poblaci%C3%B3n-muestra-muestreo-metodolog%C3%ADa-investigaci%C3%B3n.z1d0wr4e>