



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO



**Análisis mixto sobre la viabilidad de expansión de “El Jardín” a
nuevos campus universitarios**

Equipo 3

Integrantes:

Díaz Matías María Antonia
Domínguez Rafaelli Monserrat
González Palomera Adrian
Hernández Luna Angel Abraham

Fecha:

29/10/2025

PROBLEMA Y OPORTUNIDAD

PROBLEMA

En el campus central de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco predomina la venta de alimentos por parte de vendedores ambulantes, quienes ofrecen bajos precios y rapidez. Esta situación limita las opciones formales para los estudiantes que buscan alimentos seguros, nutritivos y con una buena presentación.

OPORTUNIDAD

El Jardín, ha demostrado ser un negocio exitoso dentro del campus aun con la alta competencia, destacando por su calidad, higiene y ambiente agradable. Existe una clara demanda de comida nutritiva y económica en otros campus (DAEA, DACS) lo que abre una oportunidad de expansión viable

OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN



OBJETIVO GENERAL

Analizar la viabilidad y aceptación e abrir nuevos establecimientos de El Jardín en distintos campus universitarios, considerando los hábitos de consumo y preferencias de los estudiantes

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.Identificar los factores que influyen en la elección de los estudiantes al momento de comprar alimentos dentro del campus.
- 2.Evaluar el nivel de aceptación y disposición de los consumidores hacia la apertura de nuevas sucursales de El Jardín.
- 3.Integrar los resultados de las fases cualitativa y cuantitativa para determinar la viabilidad operativa y comercial del proyecto.

METODOLOGÍA MIXTA

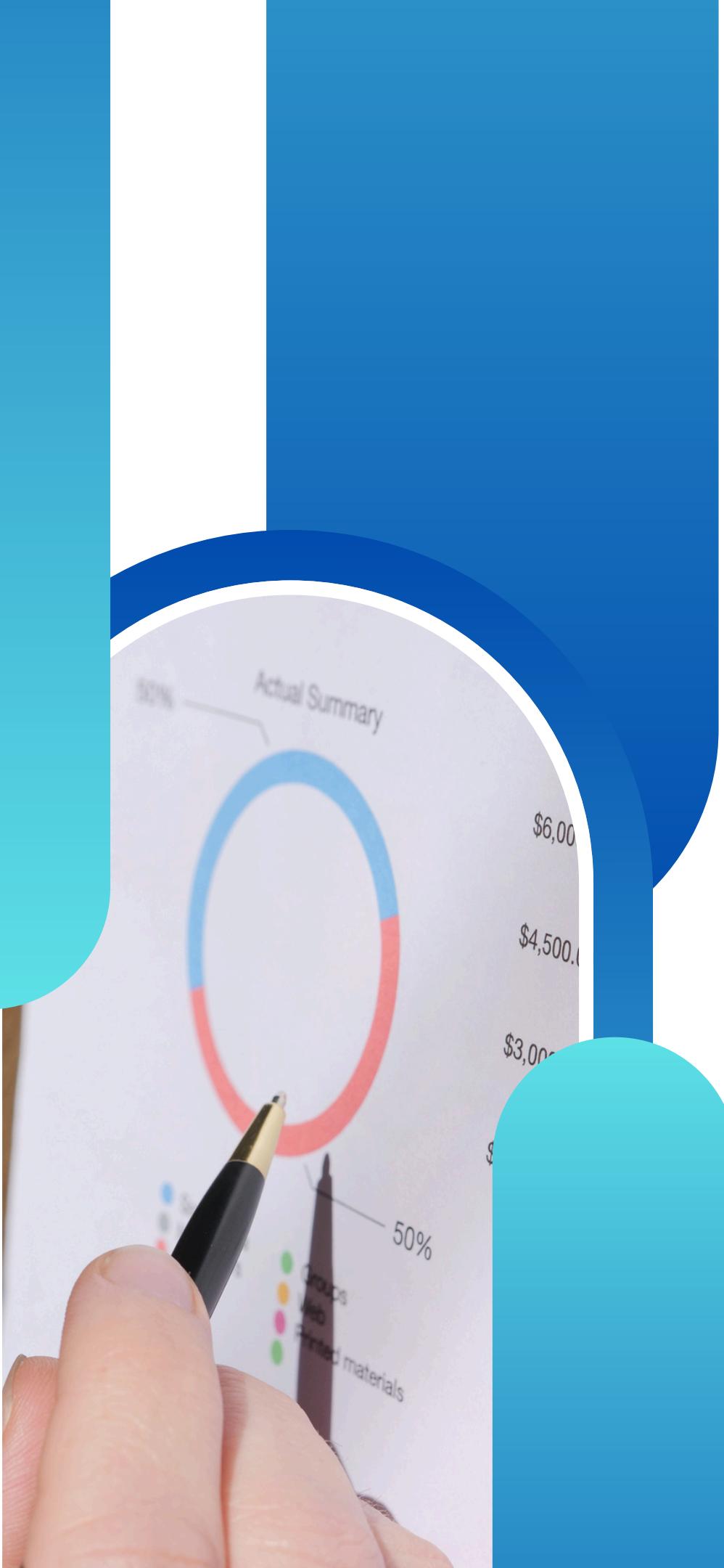
Se aplicó una metodología mixta, integrando métodos cualitativos y cuantitativos

CUALITATIVA

Técnica: entrevista semiestructurada
Instrumentos: guía de entrevista y matriz de códigos
Propósito: identificar percepciones sobre hábitos de consumo, calidad e interés por nuevos locales

CUANTITATIVA

Técnica: encuesta digital estructurada (Google forms)
Bloques: datos demográficos, consumo, comparación de vendedores y expectativas.
Fiabilidad: Alfa de Cronbach con consistencia interna aceptable en los bloques aplicables



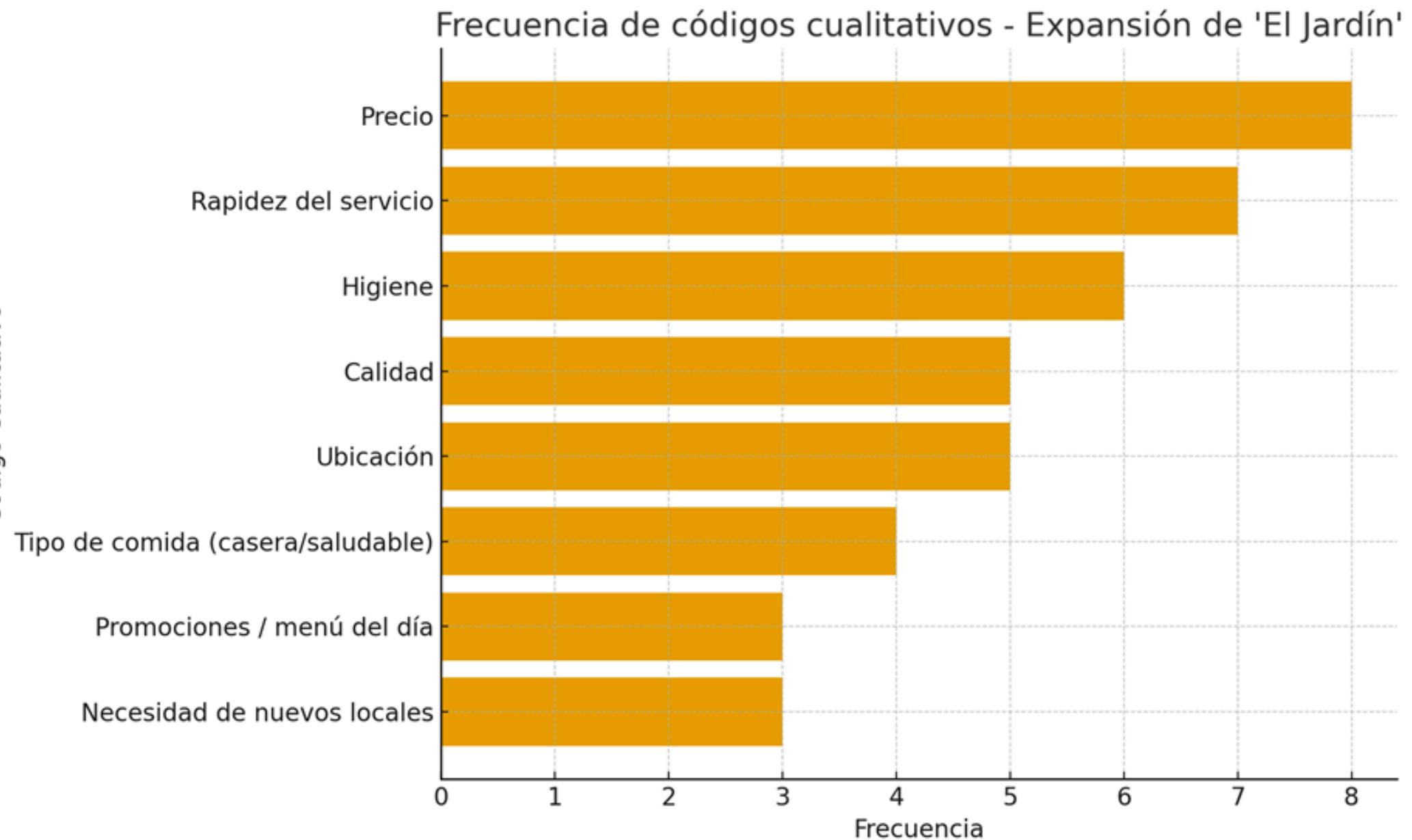
HALLAZGOS CUALITATIVOS

"Casi siempre compro con los ambulantes porque es más rápido y no traigo mucho dinero"

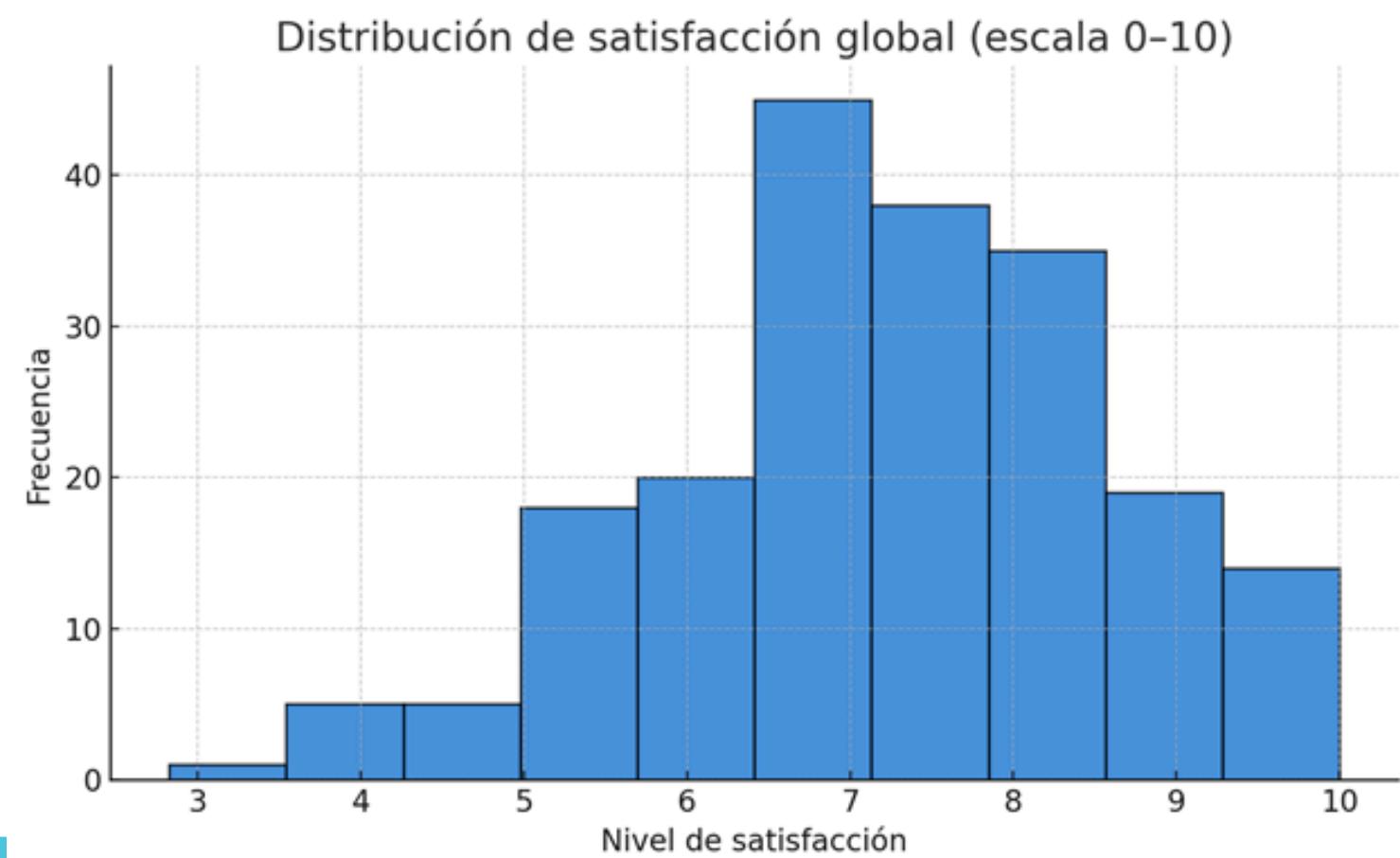
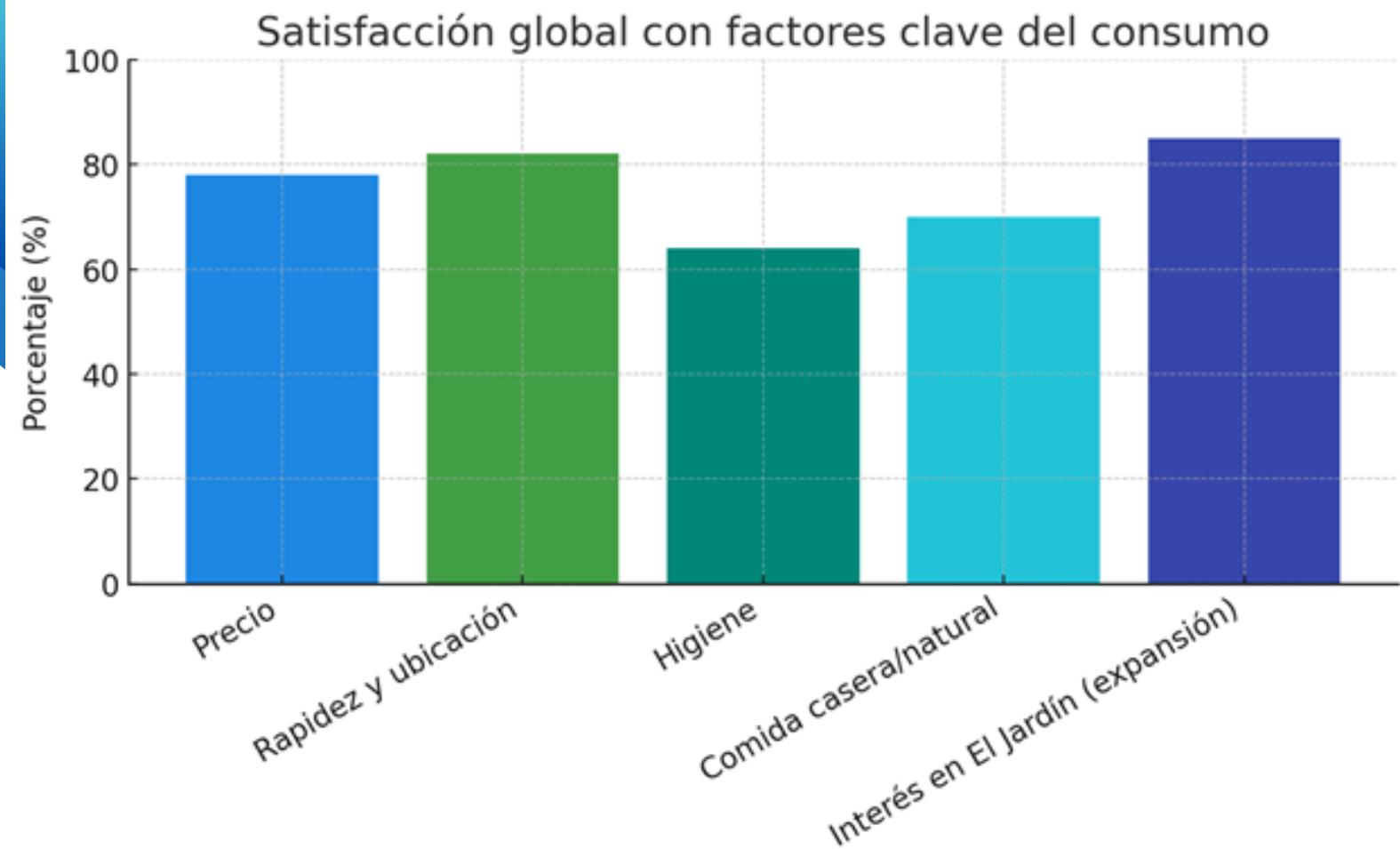
"Los locales formales tienen mejor higiene pero son más caros"

"Me gustaría que hubiera más comida casera, tipo guisados"

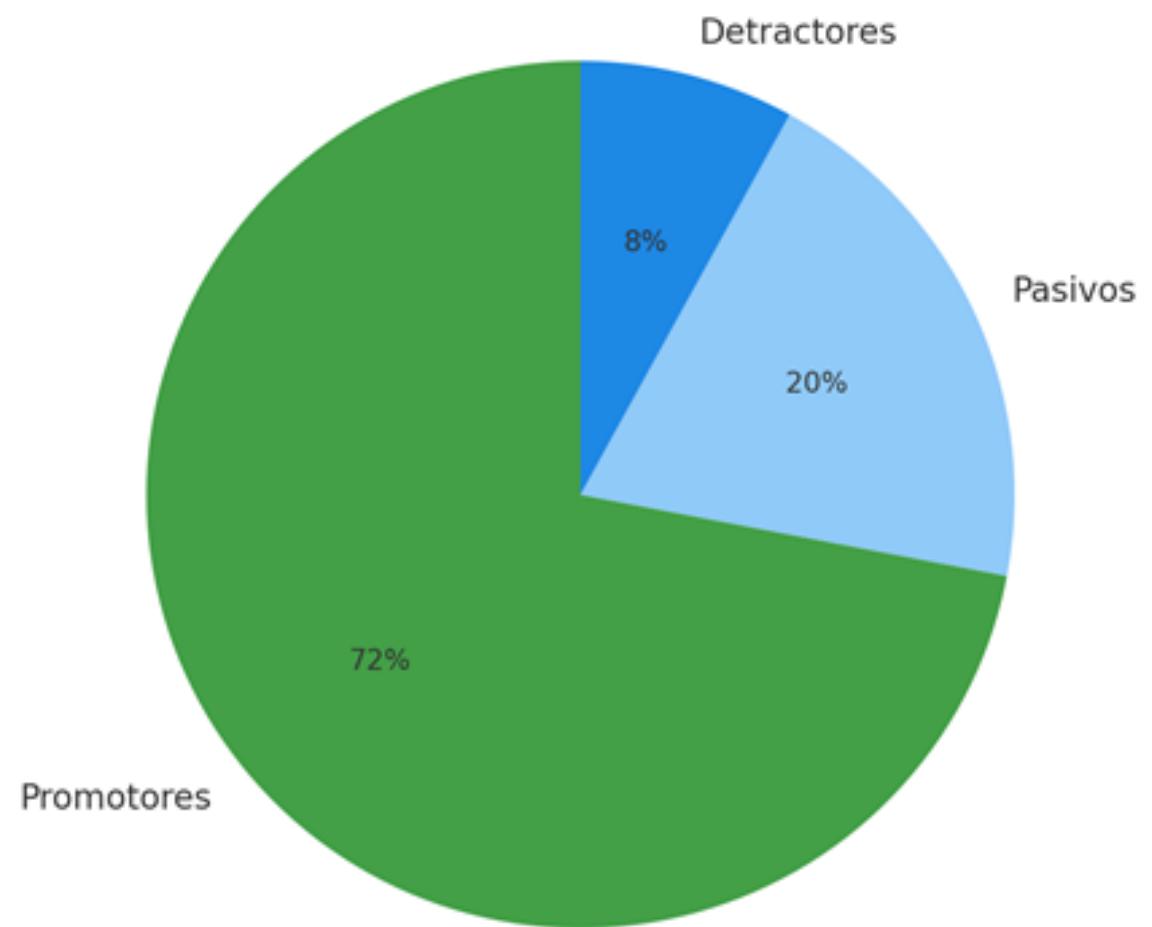
Código cualitativo



HALLAZGOS CUANTITATIVOS



Distribución NPS - Nivel de satisfacción global



MATRIZ DE CONVERGENCIA

Tema / Variable	Hallazgo Cualitativo	Hallazgo Cuantitativo	Insight Integrado
Consumo	Los estudiantes consumen cerca del campus por conveniencia.	75.8 % compra con ambulantes.	El consumo se guía por practicidad y economía.
Comparación de vendedores	Ambulantes = rapidez y precio. Formales = higiene y calidad.	45.5 % rapidez, 30.3 % higiene.	Competencia entre conveniencia y calidad.
Expectativas de apertura	Necesidad de opciones caseras y accesibles.	65.5 % prefiere comida casera.	Demanda clara de opciones saludables y económicas.
Precio	"Si está caro, no compro."	42.4 % lo ve "muy importante".	El precio accesible es decisivo.
Motivadores de compra	Promociones y cercanía incentivan consumo.	45.5 % compraría más con descuentos.	Las promociones estudiantiles son clave.

RECOMENDACIONES PRIORITARIAS



- **Estrategias de precios competitivos y promociones semanales.**
- **Menús caseros y nutritivos adaptados al gusto universitario.**
- **Optimizar rapidez de servicio mediante procesos estandarizados.**
- **Campañas digitales en redes sociales y WhatsApp Business para difundir promociones**

PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

FASE 1: PREPARACIÓN (SEMANA 1 A 2)

Responsables: Microempresario (Luci Álvarez Rivera)

- Definir los objetivos específicos del programa de fidelización digital.
- Seleccionar plataforma para el registro y seguimiento de clientes frecuentes.
- Capacitación del personal en uso de herramientas (WhatsApp Business, gestión de promociones, atención personalizada).
- Diseñar mensajes base para comunicación digital.

Indicadores de éxito:

- Personal capacitado (100 %).
- Plataforma configurada y operativa.



PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

FASE 2: IMPLEMENTACIÓN (SEMANA 3 A 8)

Responsable: Microempresario (Luci Álvarez Rivera)

- Lanzar el programa de fidelización digital (tarjeta virtual o registro por QR).
- Ofrecer paquetes combinados con descuentos progresivos.
- Activar canal de atención vía WhatsApp Business con mensajes automatizados y respuestas rápidas.
- Monitorear la participación de clientes y retroalimentación inicial.

Indicadores de éxito:

- Al menos 50 % de los clientes recurrentes registrados en el programa.
- Incremento del 15 % en frecuencia de visitas.



PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

FASE 3: EVALUACIÓN Y AJUSTES (SEMANA 9 A 12)

Responsables: Dirección general y analista de datos.

- Evaluar resultados de ventas, retención y satisfacción.
- Analizar desempeño del canal digital (tiempos de respuesta, nivel de interacción).
- Realizar ajustes en promociones y estrategias de comunicación según retroalimentación.
- Presentar informe final de impacto.

Indicadores de éxito:

- Retención de clientes superior al 70 %.
- Aumento de satisfacción global medido por encuesta interna (> 75 %).



CIERRE AGRADECIMIENTOS



La elaboración de este proyecto no habría sido posible sin la colaboración y apoyo de la empresaria Luci Álvarez Rivera, propietaria de El Jardín, quien compartió su experiencia, visión y disposición para seguir innovando en el ámbito universitario.

Su apertura al diálogo, compromiso con la calidad y entusiasmo por brindar un servicio auténtico y humano inspiraron gran parte de las propuestas planteadas en esta investigación.

Asimismo, extendemos nuestro agradecimiento a la Mtra. Minerva Camacho Javier por su acompañamiento académico y a los estudiantes participantes, quienes contribuyeron con valiosa información para sustentar el análisis.

DATOS DE CONTACTOS



Nombre del negocio: El Jardín

Propietaria: Luci Álvarez Rivera

Dirección: Av. Universidad, Campus DACEA frente al banco BBVA,
86040 Villahermosa, Tabasco

Teléfono: 993-402-6386

Giro: Venta de alimentos y bebidas

Equipo de investigación:

Hernández Luna Ángel Abraham (analista cualitativo)

González Palomera Adrián (analista cuantitativo)

Domínguez Rafaelli Monserrat (liderazgo, redacción visual)

Díaz Matías María Antonia (campo/logística)

Agradecemos su atención e interés en este proyecto.

Los invitamos a compartir sus comentarios, sugerencias o preguntas sobre la propuesta de expansión de El Jardín.