



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



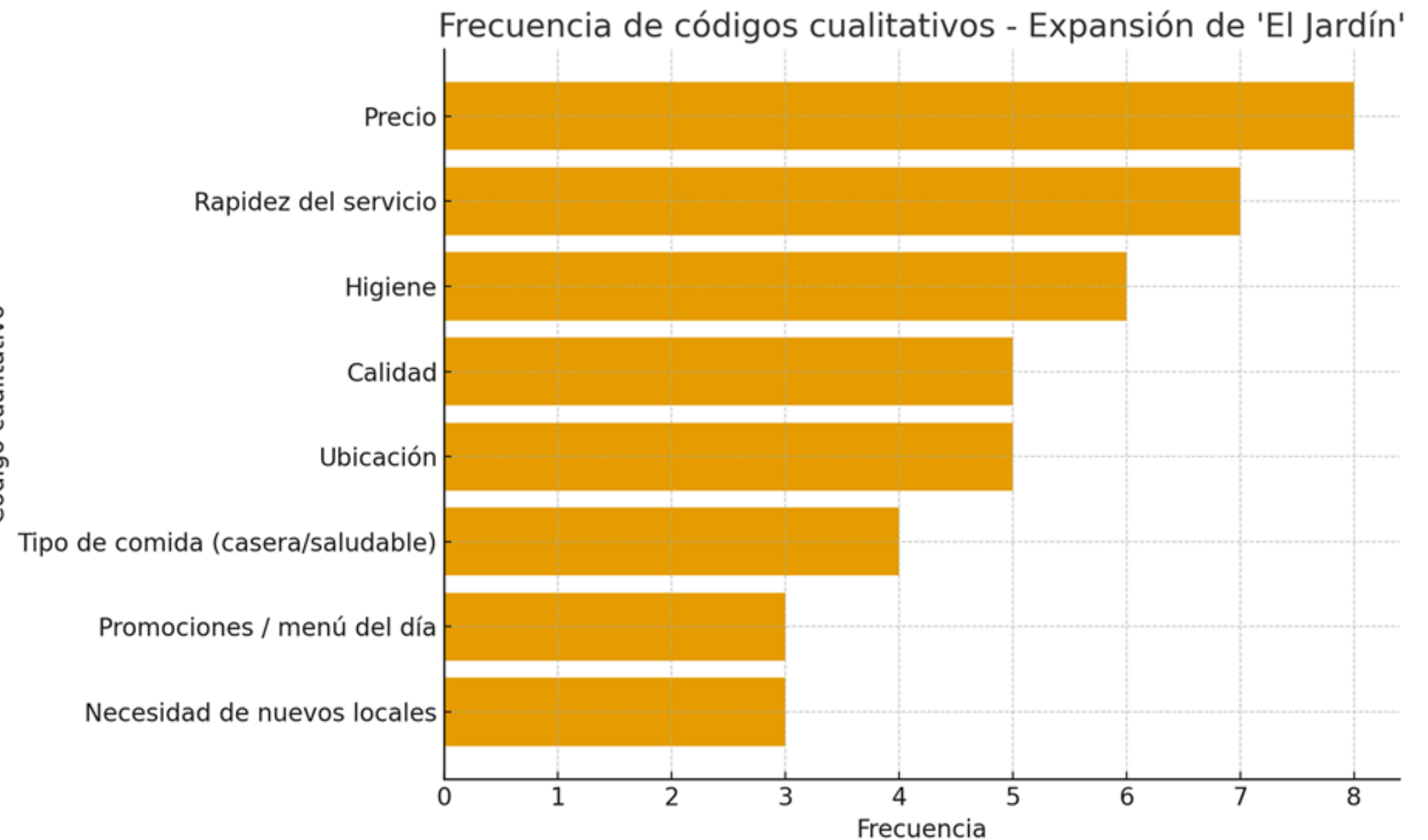
HALLAZGOS CUALITATIVOS

“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”

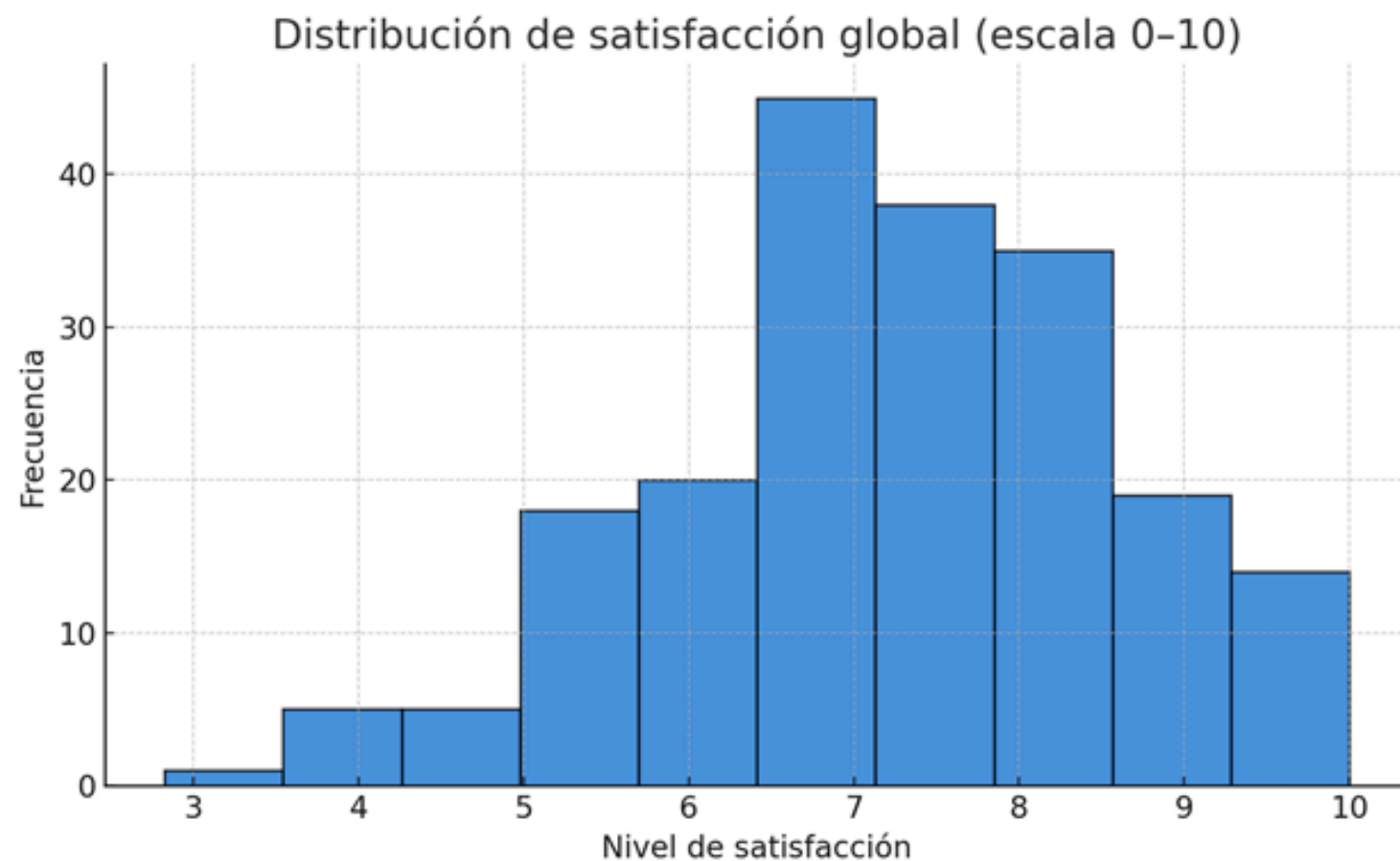
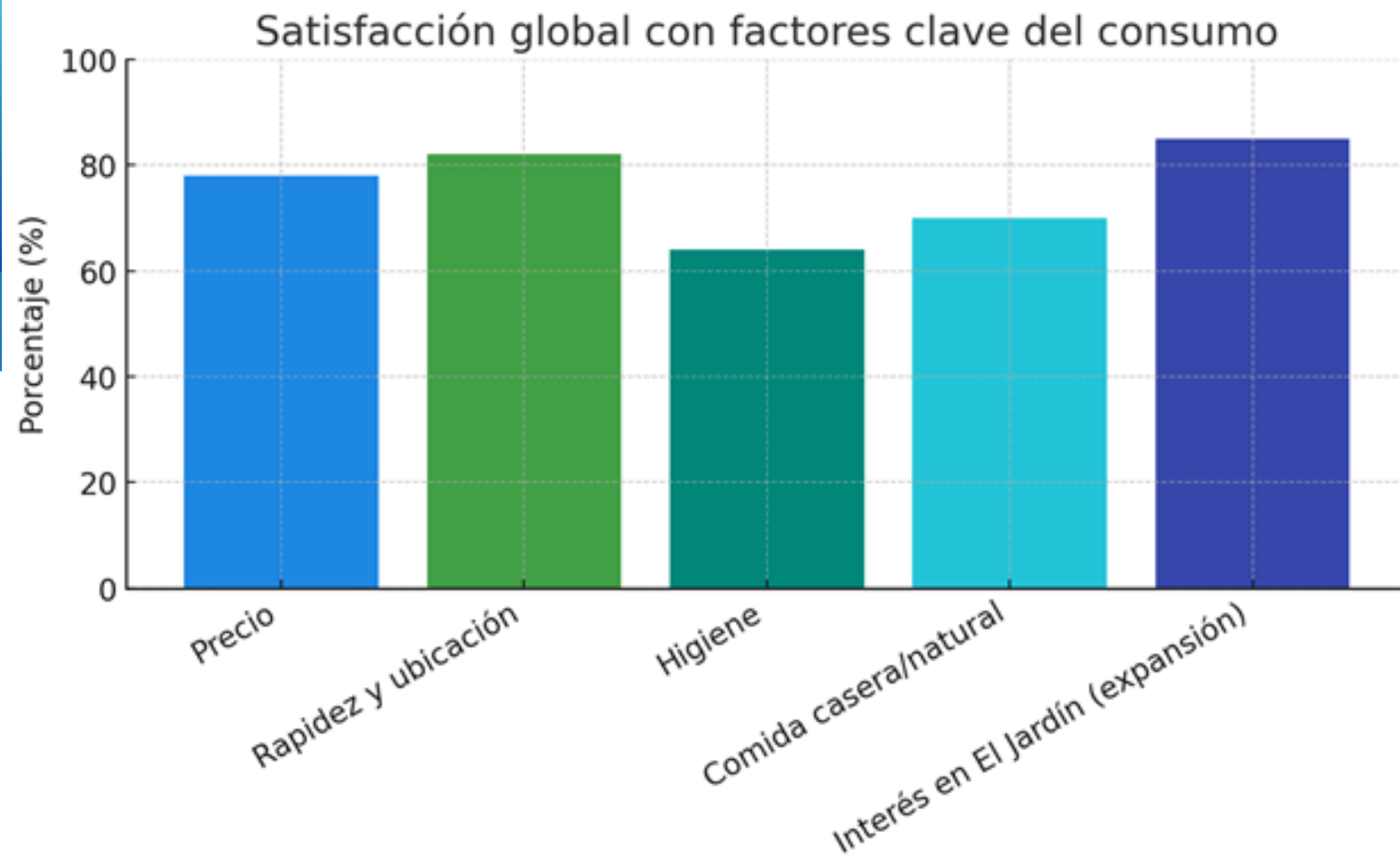
“Me gustaría que hubiera más comida casera, tipo guisados”

Código cualitativo

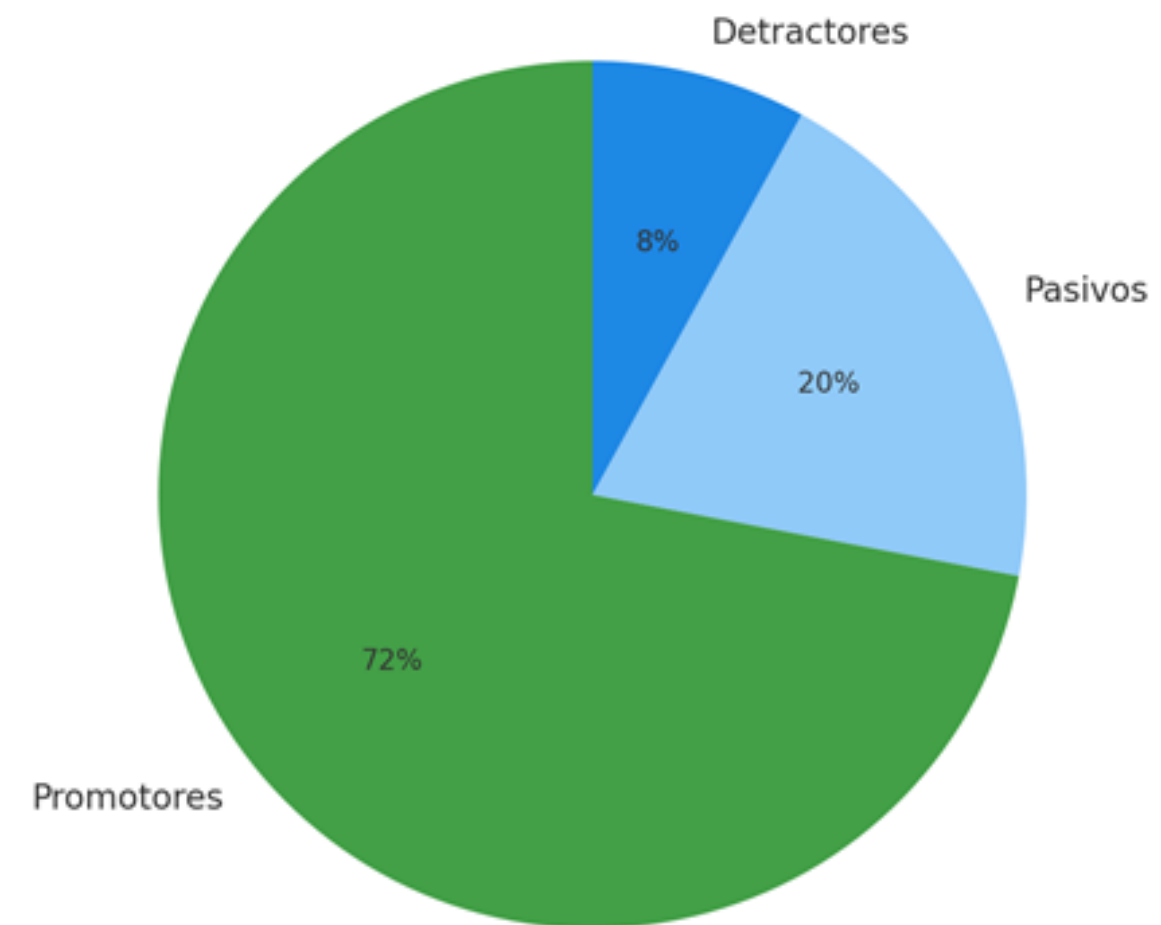


HALLAZGOS

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.

