

## **Investigación de mercado: El jardín**

### **Contexto de la Empresa**

La empresa tiene como misión proporcionar alimentos y bebidas de la mejor calidad a un precio accesible, garantizando siempre un excelente servicio. Su visión es ser reconocida por su calidad y servicio, cumpliendo los más altos estándares y expandiéndose fuera del campus universitario.

En su primer año de operación, ha logrado posicionarse como una de las opciones de alimentos de mejor calidad dentro de la División Académica de Ciencias Económico-Administrativas (DACEA), aun sin recurrir a estrategias de publicidad o marketing.

El sector en el que opera se caracteriza por una fuerte competencia, principalmente de negocios ambulantes que proliferan dentro del campus, los cuales no cumplen con las mismas medidas de higiene y calidad. Además, se enfrenta al reto constante del incremento en los precios de insumos, lo que afecta la estructura de costos.

### **Problemas u oportunidades identificados**

#### **Problemas principales:**

Competencia desleal por parte del ambulantaje dentro del campus.

Espacio reducido que limita la capacidad de ofrecer un menú más variado.

Alza en los costos de insumos que presiona los precios y márgenes de ganancia.

## **Oportunidades:**

Ampliar la variedad del menú al contar con un local más grande.

Aprovechar herramientas tecnológicas (Loyverse, WhatsApp Business) para implementar campañas de marketing digital y fidelización de clientes.

Expandirse a otros campus universitarios en un mediano plazo.

## **Actores clave**

- **Propietarios/Administradores del negocio:** Alta influencia, ya que son quienes deciden inversiones, estrategias y el rumbo del negocio.
- **Clientes (estudiantes y personal universitario):** Alta influencia, ya que son la principal fuente de ingresos y su satisfacción determina la permanencia del negocio.
- **Autoridades universitarias:** Alta influencia, pues regulan y asignan el espacio físico donde opera el negocio.
- **Competencia (locales dentro de la universidad):** Influencia media, afectan la percepción y decisión de compra de los clientes.
- **Proveedores de insumos:** Influencia media, determinan la disponibilidad, calidad y precio de los productos frescos.
- **Colaboradores/Personal del negocio:** Influencia media, son responsables de la atención, calidad y servicio diario.

## Mapa de actores

