UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

División Académica de Ciencias Económico Administrativas

Docente: Dra. Minerva Camacho Javier

Asignatura: Investigación de Mercados

Quito semestre – Grupo LLM

Ciclo: 02-2025

Equipo Nº 3

Esquema informe mixto

Integrantes:

Hernández Luna Angel Abraham

González palomera Adrian

Domínguez Rafaelli Monserrat

Díaz Matías María Antonia

Índice

Resumen Ejecutivo 3
Introducción 3
Objetivos 3
Metodología 4
Resultados Cualitativos 4
Resultados Cuantitativos 5
Matriz de Convergencia 6
Discusión 7
Recomendaciones 7
Conclusiones 8
Anexos 9
Bibliografía 17

Resumen Ejecutivo

La investigación analiza la viabilidad y aceptación de abrir nuevos establecimientos de alimentos en distintos campus universitarios, considerando los hábitos de consumo y preferencias de los estudiantes. La empresa liderada por la microempresaria Luci Álvarez Rivera tiene como misión ofrecer alimentos y bebidas de calidad a precios accesibles, con un excelente servicio, y busca expandirse fuera del campus universitario. A través de un enfoque mixto, se aplicaron entrevistas semiestructuradas y encuestas digitales a estudiantes de los campus UJAT Central, DACS y UMMA. Los resultados muestran que, aunque los estudiantes reconocen la calidad e higiene de los establecimientos formales, muchos siguen prefiriendo a los vendedores ambulantes por sus precios bajos y rapidez. Se concluye que la apertura de nuevos establecimientos es viable si se adaptan estrategias que combinen calidad, precio accesible y servicio ágil. Se recomienda implementar promociones, menús caseros económicos y estrategias de fidelización digital.

Introducción

La microempresa dirigida por Luci Álvarez Rivera tiene como objetivo ofrecer alimentos y bebidas de alta calidad a precios accesibles, priorizando la satisfacción del cliente. En su primer año de operación dentro de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT), Cede 01 UJAT Central, logró posicionarse como una de las opciones más confiables y de mejor calidad. Sin embargo, enfrenta una competencia constante de vendedores ambulantes que ofrecen precios más bajos y tiempos de servicio más rápidos. Esta investigación busca analizar el comportamiento del consumidor universitario para determinar la viabilidad de expandir el negocio a otros campus.

Objetivos

Objetivo general: Analizar la viabilidad y aceptación de abrir nuevos establecimientos de alimentos en distintos campus universitarios, considerando los hábitos de consumo y preferencias de los estudiantes.

Objetivos específicos:

1. Identificar los factores que motivan a los estudiantes a elegir entre vendedores ambulantes y establecimientos formales.
2. Determinar la importancia de aspectos como precio, variedad, calidad y ubicación en la decisión de compra.
3. Evaluar la percepción y necesidad de los estudiantes respecto a contar con un establecimiento fijo en su campus.
4. Explorar la disposición de los estudiantes de distintos campus a consumir en un nuevo establecimiento de alimentos dentro de su entorno escolar.

Metodología

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, integrando métodos cualitativos y cuantitativos. Se realizaron entrevistas semiestructuradas y encuestas digitales aplicadas a 33 estudiantes universitarios activos de los campus UJAT Central, DACS y UMMA. El periodo de levantamiento de información fue del 25 de septiembre al 10 de octubre de 2025, utilizando un muestreo por conveniencia. Se emplearon instrumentos como guía de entrevista, observaciones y matriz de códigos cualitativa. Las principales variables analizadas fueron hábitos de compra, valoración de precio, higiene, servicio, conveniencia y expectativas ante nuevos establecimientos.

Resultados Cualitativos

Del análisis de las entrevistas, emergieron varios temas clave relacionados con los hábitos de consumo y la percepción hacia los establecimientos formales. Los estudiantes valoran positivamente la higiene, la variedad del menú y la calidad de los alimentos. Sin embargo, mencionan que los precios y el tiempo de espera son factores que los llevan a preferir vendedores ambulantes. La necesidad de opciones caseras, nutritivas y accesibles fue una constante en las respuestas, lo que refleja una oportunidad para desarrollar un modelo de negocio competitivo.

Resultados Cuantitativos

Los resultados de la encuesta muestran que el 93.9% de los estudiantes conoce al menos un establecimiento formal, pero el 75.8% compra a ambulantes, principalmente por precios más bajos (46.4%) y rapidez (25%). En contraste, los establecimientos formales son preferidos por su higiene (30.3%) y variedad (33.3%). El 42.4% de los encuestados considera el precio como un factor muy importante y el 36.4% como importante. Además, el 48.5% considera necesario abrir más opciones de alimentos dentro de los campus, y el 65.5% prefiere comida casera frente a opciones rápidas o de cafetería.

Sección	Pregunta	Opción	Distribución
Consumo	¿Conoces algún establecimiento de alimentos dentro de tu campus?	Si	93.9%
		No	6.1%
	¿Sueles comprar alimentos con vendedores ambulantes dentro o cerca de tu campus?	Si	75.8%
		No	24.2%
	Si tu respuesta es sí, ¿qué te motiva a comprar con vendedores ambulantes?	Precio más bajo	46.4%
		Comodidad o cercanía	28.6%
		Rapidez en el servicio	25%
Comparación de vendedores	¿Qué aspecto consideras mejor en los vendedores ambulantes frente a un establecimiento formal?	Precio	36.4%
		Rapidez	45.5%
		Variedad de productos	18.2%
	¿Qué aspecto consideras mejor en un establecimiento formal frente a los vendedores ambulantes?	Calidad de los alimentos	21.2%
		Higiene	30.3%
		Variedad de menú	33.3%
		Servicio al cliente	15.2%
		Muy importante	42.4%
		Importante	36.4%

	¿Qué tan importante es el precio al decidir dónde comprar tus alimentos?	Poco importante	21.2%
		Nada importante	0%
Expectativas de apertura (nuevos establecimientos)	¿Consideras necesario que se abran nuevos establecimientos de alimentos en tu campus?	Si	48.5%
		No	24.3%
		Tal vez	27.3%
	Si tu respuesta es sí o tal vez ¿Qué tipo de establecimiento preferirías que abrieran?	Comida rápida	24.1%
		Comida casera	65.5%
		Cafetería	10.3%
	¿Qué te motivaría a comprar más seguido en un establecimiento formal en lugar de vendedores ambulantes?	Precios más accesibles o promociones	45.5%
		Mayor variedad de productos	27.3%
		Mejor rapidez en el servicio	15.2%
		Mejor ubicación	12.1%

Matriz de Convergencia

Tema/Código	Hallazgo cualitativo	Métrica cuantitativa	Insight convergente
Consumo	Los estudiantes expresan que suelen consumir alimentos dentro o cerca del campus por conveniencia y precio. Prefieren opciones rápidas y accesibles, aunque reconocen la higiene y calidad de los establecimientos formales.	El 93.9 % conoce al menos un establecimiento formal, pero el 75.8 % compra con vendedores ambulantes. Las principales razones son el precio bajo (46.4 %) y la rapidez (25 %).	El consumo está guiado por la practicidad y economía; la mayoría elige opciones ambulantes por conveniencia. Los establecimientos deben competir ofreciendo precios accesibles y tiempos de servicio cortos.

Comparación de vendedores	Los estudiantes perciben que los ambulantes ofrecen rapidez y precios más bajos, mientras que los establecimientos formales destacan por su higiene, variedad y calidad.	El 45.5 % considera que la rapidez es la principal ventaja de los ambulantes y el 36.4 % valora su precio. En contraste, el 30.3 % destaca la higiene y el 33.3 % la variedad en los formales.	Existe una competencia clara entre conveniencia y calidad. Si los establecimientos formales mejoran la rapidez y ofrecen promociones, podrían equilibrar la percepción y atraer más consumidores.
Expectativas de apertura (nuevos establecimientos)	Los estudiantes manifiestan interés en contar con más opciones dentro de los campus, especialmente de comida casera, nutritiva y económica.	El 48.5 % considera necesario abrir nuevos establecimientos y el 65.5 % preferiría comida casera. Además, el 45.5 % compraría más si hubiera precios accesibles o promociones.	Hay una oportunidad clara de expansión. Los estudiantes buscan lugares con comida casera, precios bajos y servicio ágil; adaptar la oferta a estas demandas puede garantizar una buena aceptación en nuevos campus.

Discusión

Los resultados cualitativos y cuantitativos coinciden en que el precio y la conveniencia son los principales determinantes de consumo entre los estudiantes universitarios. A pesar de valorar la higiene y la calidad, los jóvenes optan por opciones más económicas y rápidas. Esta tendencia evidencia una oportunidad para los establecimientos formales de adaptar su oferta con precios competitivos, combos promocionales y servicio ágil. Además, la preferencia por comida casera refleja un cambio en los hábitos hacia opciones más saludables.

Recomendaciones

1. Implementar estrategias de precios competitivos y promociones para atraer clientes que actualmente consumen con ambulantes.
2. Incorporar opciones de comida casera y nutritiva, con menús variados y rotativos.
3. Mejorar la rapidez del servicio mediante procesos estandarizados y personal capacitado. 4. Crear un programa de fidelización digital (por ejemplo, tarjetas de puntos o descuentos por recompra).

5. Desarrollar estrategias de marketing digital enfocadas en redes sociales y WhatsApp Business para mantener contacto con los clientes.

Conclusiones

El estudio confirma que existe una oportunidad de expansión para la empresa de Luci Álvarez Rivera hacia otros campus universitarios. Los estudiantes están dispuestos a consumir en nuevos establecimientos si estos combinan precios accesibles, rapidez en el servicio y comida casera de calidad. La clave del éxito estará en equilibrar costos, calidad y tiempos de atención, al mismo tiempo que se refuerza la comunicación digital con los clientes.

Anexos

Anexo 1: Carta de presentación

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

DIVISION ACADEMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

2025 Año de la Mujer Indígena

Villahermosa, Tabasco a 27 de agosto 2025.
Asunto: **Carta de Presentación.**

C. LUCI ALVAREZ RIVERA.
DUEÑA DE LA EMPRESA EL JARDIN.
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. Adrián González Palomera,** que se identifica con credencial de esta institución educativa con matrícula: **232B40199; Monserrat Domínguez Rafaelli,** con matrícula: **232B40017; Ángel Abraham Hernández Luna,** con matrícula: **232B40003; María Antonia Díaz Matías,** con matrícula: **232B40115;** 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 **Investigación de Mercados**, impartida por la **Profa. Minerva Camacho Javier,** requieren realizar una investigación, con el objetivo de solicitar permiso para realizar una investigación de mercado de campo en la empresa, esto con la finalidad de recabar información veraz y precisa para nuestro amplio aprendizaje.

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

UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DRA. HEIDI GABRIELA ESTRADA CÁLIX
COORDINADORA

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
COORDINACIÓN DE DOCENCIA

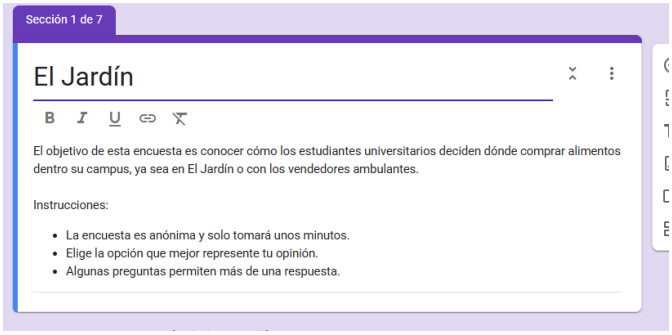
C.c.p. Mtro. José Juan Paz Reyes. - Director de la DACEA.
Archivo.

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

Anexo 2: Visita al establecimiento

Anexo 3: Encuesta estructurada (Google Forms)



Bloque 1: Datos demográficos

- Género
- Edad
- Campus universitario en el que estudias

Bloque 2: Consumo

- ¿Conoces algún establecimiento de alimentos dentro de tu campus?
- ¿Sueles comprar alimentos con vendedores ambulantes dentro o cerca de tu campus?
- Si tu respuesta es sí, ¿qué te motiva a comprar con vendedores ambulantes?

Bloque 3: Comparación de vendedores

- ¿Qué aspecto consideras mejor en los vendedores ambulantes frente a un establecimiento formal?
- ¿Qué aspecto consideras mejor en un establecimiento formal frente a los vendedores ambulantes?
- ¿Qué tan importante es el precio al decidir dónde comprar tus alimentos?

Bloque 4: Expectativas de apertura (nuevos establecimientos)

- ¿Consideras necesario que se abran nuevos establecimientos de alimentos en tu campus?
- Si tu respuesta es sí o tal vez ¿Qué tipo de establecimiento preferirías que abrieran?
- ¿Qué te motivaría a comprar más seguido en un establecimiento formal en lugar de vendedores ambulantes?

Anexo 4: Acta de consentimiento informado

CONSENTIMIENTO PARA PARTICIPAR EN EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Conocer los hábitos de consumo y las preferencias alimenticias de los estudiantes universitarios, con el fin de evaluar la viabilidad y aceptación de abrir nuevos establecimientos de alimentos en los distintos campus.

Estimado(a) participante,

Mi nombre es **Adrián González** Palomera y soy estudiante del programa de **Licenciatura en Mercadotecnia** de la División de Ciencias Económico Administrativas de la **Universidad Juárez Autónoma de Tabasco**. Actualmente estoy llevando a cabo un proyecto de investigación, el cual tiene como objetivo **conocer los hábitos de consumo y las preferencias alimenticias de los estudiantes universitarios,** utilizando un sistema que combina **variables objetivas** adquiridas con las respuestas y **variables subjetivas** obtenidas a partir de un cuestionario.

Mediante el presente le hago una cordial invitación a ser parte de este estudio.

Utilice el tiempo que considere necesario para analizar el contenido de este documento antes de colaborar en este proyecto de investigación. Tome en cuenta que:

- Su participación consistirá en contestar un cuestionario integrado por **12 preguntas de opción múltiple**, el cual puede ser respondido en **10 minutos aproximadamente**. Este cuestionario se aplicará a los clientes de Abarrotes durante los días **15 al 20 de septiembre**.
- Tiene derecho a abandonar su participación en cualquier momento.
- Usted puede beneficiarse por su participación, ya que su opinión nos ayudará a conocer los hábitos de consumo y las preferencias alimenticias de los estudiantes universitarios. Esta información permitirá evaluar la viabilidad y aceptación de abrir nuevos establecimientos de alimentos en los distintos campus dentro del proyecto "El Jardín", lo cual en general beneficiará a la comunidad estudiantil. Tomar parte de este proyecto no conlleva costo para usted, pero tampoco será recompensado económicamente.
- La participación es completamente anónima y el investigador mantendrá su confidencialidad en todos los datos, los cuales se custodiarán en el domicilio de la universidad y serán destruidos tiempo después de la conclusión del proyecto de investigación (**año 2025**).
- La información obtenida es de carácter confidencial, por lo que no se afectará de manera física, moral, ética, ni profesionalmente al participante ni a la Institución, teniendo presente en todo momento el valor del respeto a su privacidad.

ACTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Al contestar este cuestionario, acepto participar voluntaria y anónimamente en el Proyecto de Investigación Conocer los hábitos de consumo y las preferencias alimenticias de los estudiantes universitarios, con el fin de evaluar la viabilidad y aceptación de abrir nuevos establecimientos de alimentos en los distintos campus, dirigida por los alumnos **Adrián González Palomera, Angel Abraham Hernández Luna, Maria Antonia Díaz Matías, Monserrat Domínguez Rafaelli,** estudiantes de **Licenciatura en Mercadotecnia** en la **División Académica Económico Administrativa**, bajo la dirección de la **Dra. Minerva Camacho Javier**.

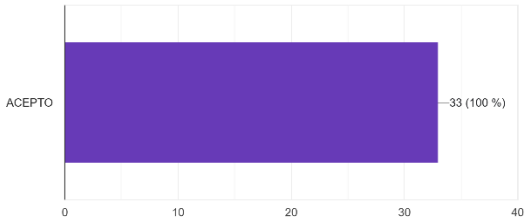
Declaro haber sido informado(a) de los objetivos y procedimientos del estudio y del tipo de participación. En relación a ello, acepto responder un cuestionario sobre mi experiencia de compra y las preferencias de seguridad en el entorno de las tiendas.

Declaro haber sido informado(a) que mi participación no involucra ningún daño o peligro para mi salud física o mental; que es voluntaria y que puedo negarme a participar o dejar de participar en cualquier momento sin dar explicación alguna.

Declaro saber que la información entregada será confidencial y anónima. Entiendo que la información será analizada por los investigadores en forma grupal y que no se podrán identificar las respuestas y opiniones de cada persona de modo individual. La información que se obtenga será guardada por el investigador responsable en la **Universidad Juárez Autónoma de Tabasco** y será utilizada solo para este estudio.

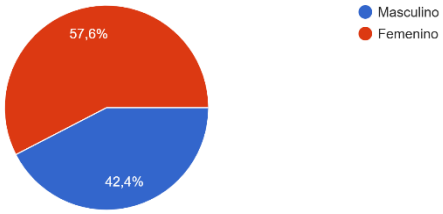
Anexo 5: Gráficos de los resultados

33 respuestas



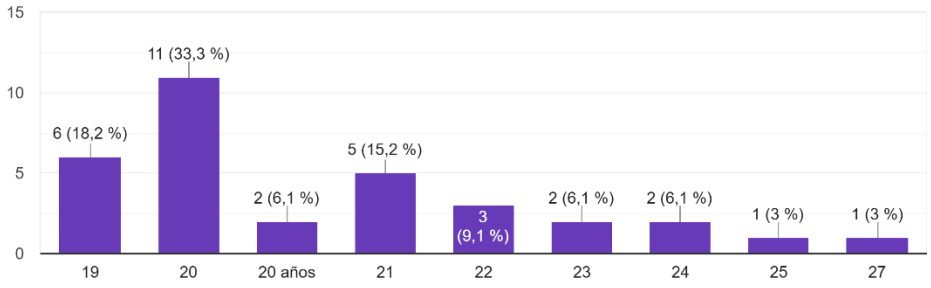
Género:

33 respuestas



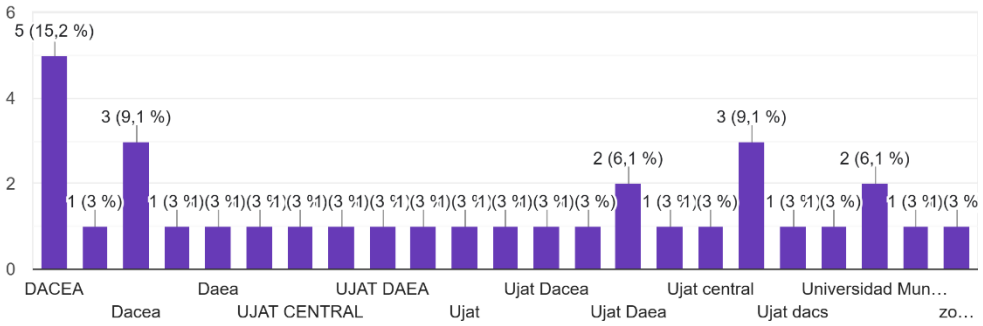
Edad:

33 respuestas



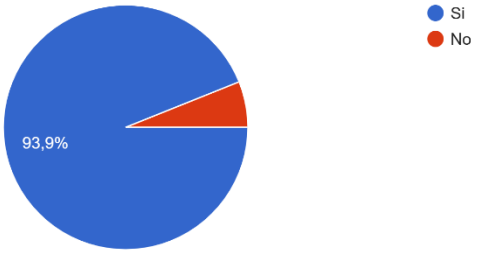
Campus universitario en el que estudias:

33 respuestas



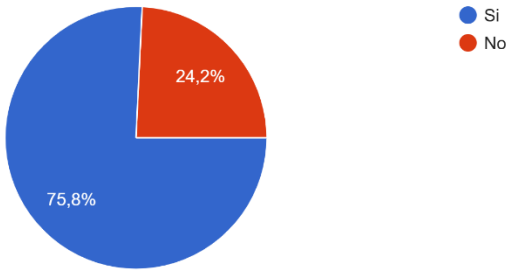
¿Conoces algún establecimiento de alimentos dentro de tu campus?

33 respuestas



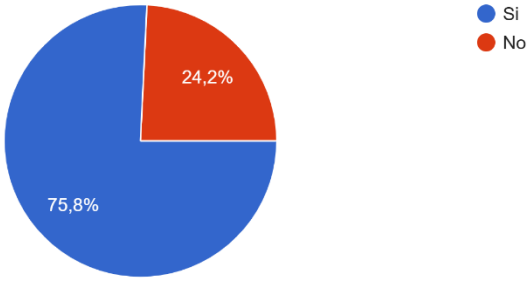
¿Sueles comprar alimentos con vendedores ambulantes dentro o cerca de tu campus?

33 respuestas



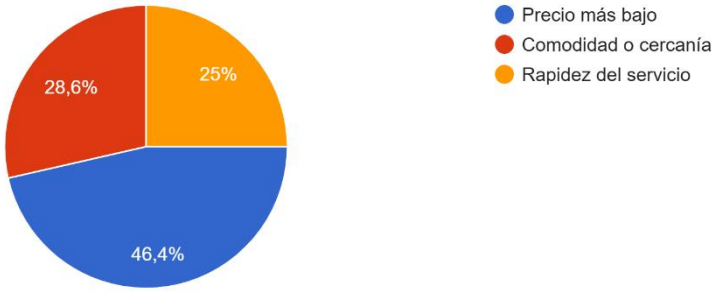
¿Sueles comprar alimentos con vendedores ambulantes dentro o cerca de tu campus?

33 respuestas



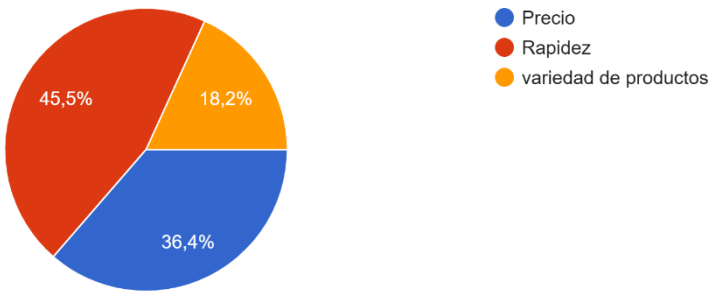
Si tu respuesta es sí, ¿qué te motiva a comprar con vendedores ambulantes?

28 respuestas



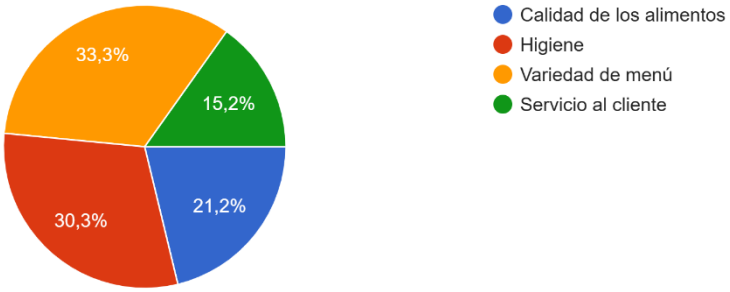
¿Qué aspecto consideras mejor en los vendedores ambulantes frente a un establecimiento formal?

33 respuestas



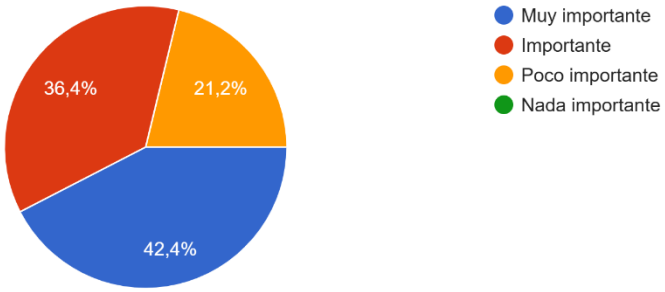
¿Qué aspecto consideras mejor en un establecimiento formal frente a los vendedores ambulantes?

33 respuestas



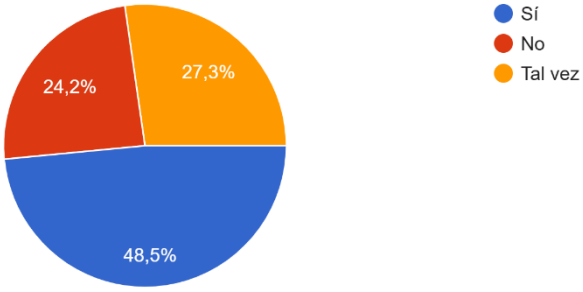
¿Qué tan importante es el precio al momento de decidir dónde comprar tus alimentos?

33 respuestas



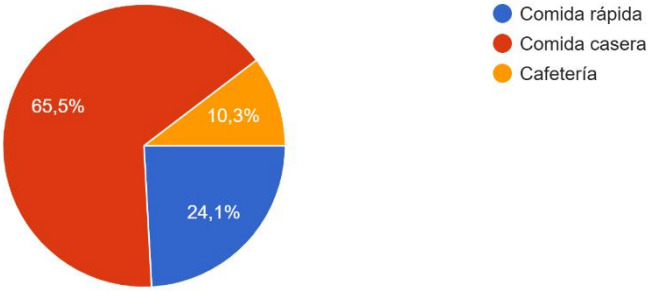
¿Consideras necesario que se abran nuevos establecimientos de alimentos en tu campus?

33 respuestas



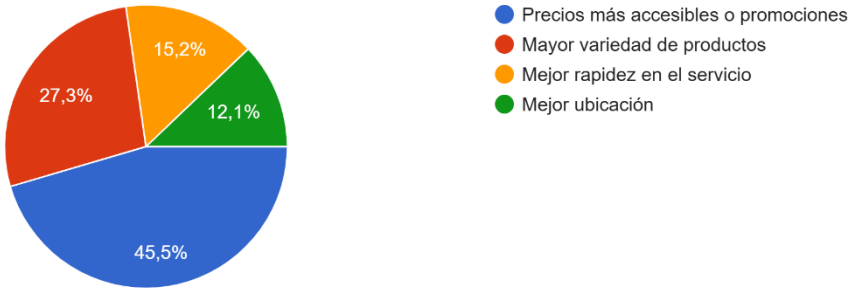
Si tu respuesta es sí o tal vez ¿Qué tipo de establecimiento preferirías que abrieran?

29 respuestas

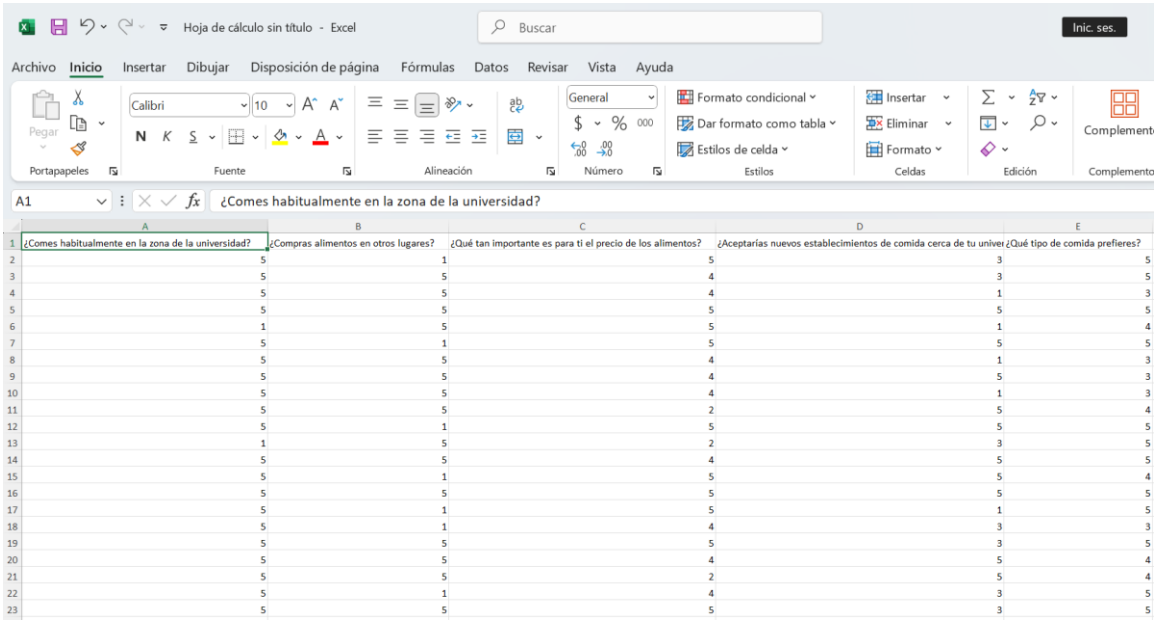


¿Qué te motivaría a comprar más seguido en un establecimiento formal en lugar de vendedores ambulantes?

33 respuestas



Anexo 6
Excel Alfa de Cronbach.



Hoja de cálculo sin título - Excel

Buscar

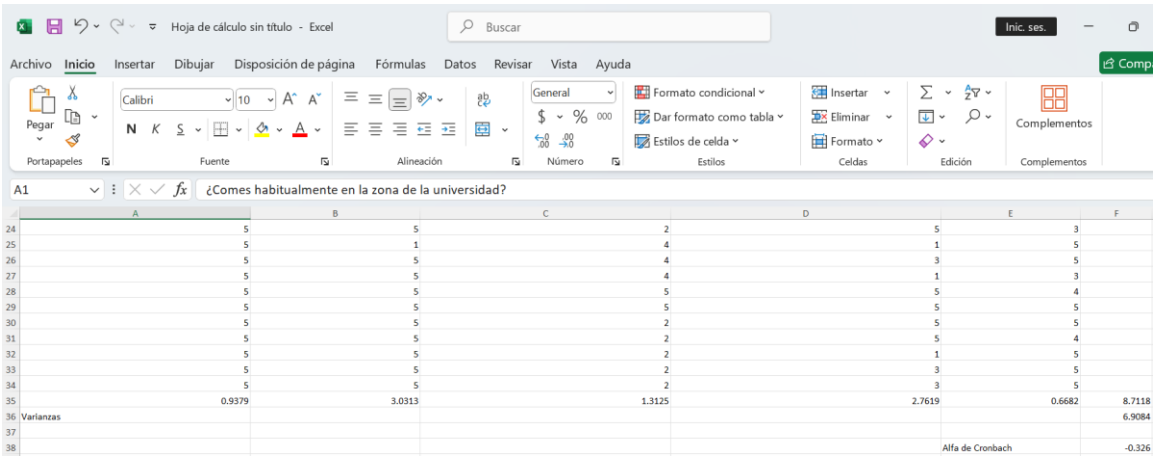
Inic. ses.

Archivo Inicio Insertar Dibujar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda

Pegar Portapapeles Calibri 10 Fuente Alineación General Número Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celda Estilos Insertar Eliminar Formato Celdas Edición Complement Complemento

A1 ¿Comes habitualmente en la zona de la universidad?

	A	B	C	D	E
1	¿Comes habitualmente en la zona de la universidad?	¿Compras alimentos en otros lugares?	¿Qué tan importante es para ti el precio de los alimentos?	¿Aceptarías nuevos establecimientos de comida cerca de tu univer	¿Qué tipo de comida prefieres?
2	5	1	5	3	5
3	5	5	4	3	5
4	5	5	4	1	3
5	5	5	5	5	5
6	1	5	5	1	4
7	5	1	5	5	5
8	5	5	4	1	3
9	5	5	4	5	3
10	5	5	4	1	3
11	5	5	2	5	4
12	5	1	5	5	5
13	1	5	2	3	5
14	5	5	4	5	5
15	5	1	5	5	4
16	5	5	5	5	5
17	5	1	5	1	5
18	5	1	4	3	3
19	5	5	5	3	5
20	5	5	4	5	4
21	5	5	2	5	4
22	5	1	4	3	5
23	5	5	5	3	5



Hoja de cálculo sin título - Excel

Buscar

Inic. ses.

Archivo Inicio Insertar Dibujar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda

Pegar Portapapeles Calibri 10 Fuente Alineación General Número Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celda Estilos Insertar Eliminar Formato Celdas Edición Complementos Complementos

A1 ¿Comes habitualmente en la zona de la universidad?

	A	B	C	D	E	F
24	5	5	2	5	3	
25	5	1	4	1	5	
26	5	5	4	3	5	
27	5	5	4	1	3	
28	5	5	5	5	4	
29	5	5	5	5	5	
30	5	5	2	5	5	
31	5	5	2	5	4	
32	5	5	2	1	5	
33	5	5	2	3	5	
34	5	5	2	3	5	
35	0.9379	3.0313	1.3125	2.7619	0.6682	8.7118
36	Varianzas					6.9084
37						
38					Alfa de Cronbach	-0.326

Bibliografía

Gómez, M. (2023*).* Comportamiento del consumidor universitario en entornos de alimentos. Revista de Marketing Educativo, 5(2), 45-60.

López, J. (2024). Estrategias de fidelización en pequeñas empresas de alimentos. *Editorial UJAT*.

Torres, A. (2022). Preferencias alimenticias en jóvenes universitarios. *Universidad Autónoma de México.*