



**UNIVERSIDAD JUAREZ AUTONOMA DE TABASCO**  
División Académica de ciencias económico administrativas



**Docente:** Dra. Minerva Camacho Javier

**Asignatura:** investigación de mercados

Quinto semestre- Grupo: LLM

**Ciclo:** 02-2025

**Actividad:** Población, Muestra, Criterios y Acceso.

10 octubre 2025

**Integrantes:**

González Palomera Adrián

Hernández Luna Angel Abraham

Domínguez Rafaelli Monserrat

Díaz Matías María Antonia

## **Población, muestra, criterios y acceso Viabilidad y aceptación de nuevas opciones alimenticias en campus universitarios.**

### **Definición de población y universo**

La población de interés está conformada por estudiantes de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT), específicamente del campus UJAT Central. Este grupo representa a los principales consumidores de alimentos dentro del entorno universitario, por lo que su opinión es clave para evaluar la viabilidad de nuevos establecimientos alimenticios. El universo total corresponde a los estudiantes que asisten de manera regular al campus central durante el ciclo escolar 2025-2026.

### **Marco muestral y fuente de información**

El marco muestral está integrado por estudiantes presentes en el campus central de la UJAT. La fuente de información corresponde al contacto directo con los alumnos que frecuentan las áreas comunes, cafeterías y zonas de descanso universitarias.

### **Técnica de muestreo y justificación**

Se empleó la técnica de muestreo por conveniencia, propia de los estudios cualitativos. Esta técnica permite seleccionar participantes que estén disponibles y dispuestos a colaborar en el momento de la recolección de datos. Se justifica su uso porque facilita el acceso a información relevante de manera práctica y eficiente, especialmente cuando el objetivo es obtener percepciones, opiniones o experiencias. Además, los estudiantes del campus central son quienes viven directamente la situación de consumo en el entorno universitario, por lo que aportan información valiosa para el estudio.

### **Tamaño muestral y criterio de saturación**

La muestra está compuesta por tres (3) estudiantes seleccionados por conveniencia. Este número es adecuado para un estudio cualitativo de tipo exploratorio, ya que permite recopilar información suficiente para identificar las principales percepciones y temas comunes. El criterio de cierre se establece por saturación de información, es decir, cuando las respuestas comienzan a repetirse y no surgen nuevos datos relevantes.

### **Criterios de inclusión**

- Ser estudiante activo de la UJAT, campus UJAT Central.
- Estar presente en el campus al momento de la aplicación.
- Aceptar participar voluntariamente en la entrevista.
- Tener disponibilidad para responder todas las preguntas.

### **Criterios de exclusión**

- No ser estudiante activo de la UJAT.
- Negarse a participar o retirarse antes de terminar la entrevista.
- Mostrar desinterés o no brindar respuestas coherentes con el tema.

### **Procedimiento de acceso y reclutamiento**

1. Se visitaron las áreas comunes del campus central (cafetería y explanada principal).
2. Se explicó brevemente el propósito del estudio a los estudiantes presentes.
3. Se invitó a participar de forma voluntaria y se garantizó la confidencialidad de las respuestas.
4. Los estudiantes que aceptaron firmaron el consentimiento informado verbal o escrito.
5. Se aplicaron las entrevistas de forma individual y presencial.
6. Se registraron las respuestas en audio y notas de campo, con autorización de los participantes.

### **Consideraciones éticas**

El estudio respeta los principios de confidencialidad, voluntariedad y anonimato. Se solicitó el consentimiento informado a los participantes antes de cada entrevista. La información recolectada se usará únicamente con fines académicos y no se divulgarán datos personales. En caso de negativa o incomodidad, el participante puede retirarse en cualquier momento sin consecuencias.

## Anexos

- Carta de presentación



DIVISION ACADEMICA  
DE CIENCIAS ECONÓMICO  
ADMINISTRATIVAS



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

**C. LUCI ALVAREZ RIVERA.**  
**DUEÑA DE LA EMPRESA EL JARDIN.**  
**P R E S E N T E**

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**



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.dr@ujat.mx

[www.ujat.mx](http://www.ujat.mx)

- **CONSENTIMIENTO PARA PARTICIPAR EN EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.**

### **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**

## **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.

- **BORRADOR DE LA GUIA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA**

<b>Preguntas para la Encargada de El Jardín</b>	
<b>1. Entrevistadora:</b>	¿Como describirían la misión y visión de la empresa?
<b>2. Entrevistadora:</b>	¿cuáles consideran que han sido sus mayores logros en los últimos años?
<b>3. Entrevistadora:</b>	¿Qué cambios importantes han visto en su industria o sector reciente?
<b>4. Entrevistadora:</b>	¿Cómo definirían al cliente ideal que desean atraer?
<b>5. Entrevistadora:</b>	¿Que necesidades o problemas específicos de sus clientes creen que todavía no están cubriendo del todo?
<b>6. Entrevistadora:</b>	¿cómo recolectan la opinión o retro alimentación de sus clientes actualmente?
<b>7. Entrevistadora:</b>	¿Qué ventajas competitivas creen que tienen frente a su competencia?
<b>8. Entrevistadora:</b>	¿Han notado alguna estrategia exitosa que use la competencia que ustedes no estén aplicando?
<b>9. Entrevistadora:</b>	si pudieran cambiar un solo aspecto para superar a la competencia ¿Cuál sería?
<b>10. Entrevistadora:</b>	¿Cuál son sus principales canales de venta y que tan efectivos han sido?
<b>11. Entrevistadora:</b>	¿Qué tipo de campañas de marketing les han generado mejores resultados?
<b>12. Entrevistadora:</b>	¿Que herramientas digitales o tecnológicas utilizan para gestionar ventas, marketing o atención al cliente?
<b>13. Entrevistadora:</b>	¿cuáles son los mayores obstáculos que enfrentan para crecer o atraer nuevos clientes?
<b>14. Entrevistadora:</b>	¿Qué oportunidades de crecimiento ven en su mercado que todavía no han aprovechado?
<b>15. Entrevistadora:</b>	¿Dónde les gustaría ver a la empresa en los próximos 3-5 años?
<b>16. Entrevistadora:</b>	¿Qué innovaciones o cambios creen que podrían transformar su industria próximamente?
<b>17. Entrevistadora:</b>	¿Qué esperan lograr a corto plazo para mejorar su posicionamiento en el mercado?

## BORRADOR DE LA GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

### Preguntas

#### ● **Bloque 1: Experiencia actual de consumo**

1. ¿Dónde acostumbras comprar alimentos cuando estás en el campus?
2. ¿Qué aspectos valoras más cuando decides dónde comprar (precio, higiene, rapidez, ubicación, variedad, otro)?

#### ● **Bloque 2: Opinión sobre los puestos ambulantes**

3. ¿Qué opinas sobre los vendedores ambulantes que están dentro o cerca del campus?
4. ¿Qué ventajas o desventajas has notado al comprar con vendedores ambulantes?

#### ● **Bloque 3: Establecimientos dentro del campus**

5. ¿Consideras que los establecimientos actuales dentro del campus cubren bien las necesidades alimenticias de los estudiantes? ¿Por qué?

#### ● **Bloque 4: Nuevas opciones alimenticias**

6. ¿Crees que hace falta abrir nuevos establecimientos de comida en el campus?
7. Si se abriera uno nuevo, ¿qué tipo de comida o servicio te gustaría que ofreciera?

#### ● **Bloque 5: Motivación y preferencia**

8. ¿Qué tendría que ofrecer un nuevo establecimiento para que tú prefieras comprar ahí y no con vendedores ambulantes?
9. ¿Qué factores te harían confiar o no confiar en un nuevo negocio alimenticio dentro del campus?

#### ● **Cierre**

10. ¿Qué recomendación le darías a quien quiera abrir un nuevo punto de venta de comida en la universidad?



## Resumen Ejecutivo

### Introducción.

El presente informe sintetiza los avances y hallazgos del estudio sobre la viabilidad y aceptación de nuevas opciones alimenticias en campus universitarios, de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, en el marco de la asignatura Investigación de Mercados. El propósito general del estudio es identificar las preferencias y hábitos de consumo de los estudiantes respecto a los establecimientos y vendedores ambulantes de alimentos, con el fin de proponer alternativas que mejoren la oferta gastronómica dentro de los campus.

### Objetivo general.

Diseñar y validar un instrumento de recolección de datos que permita conocer las percepciones, motivaciones y expectativas de los estudiantes en torno a la apertura de nuevos establecimientos alimenticios en los campus universitarios.

### Metodología.

Se elaboró un cuestionario estructurado dividido en tres bloques temáticos: consumo en campus, comparación entre vendedores y establecimientos, y expectativas hacia nuevos puntos de venta. El instrumento fue sometido a una prueba piloto aplicada el 25 de septiembre de 2025 en los campus UJAT Central, DACS y Universidad Mundo Maya, con una muestra de 33 estudiantes. La aplicación se realizó de manera digital mediante Google Forms, con una duración promedio de 8 minutos y 31 segundos.

### Resultados

Los resultados aún no están terminados, ya que el estudio se encuentra en una fase preliminar. Sin embargo, Los datos recabados sugieren que los estudiantes muestran interés por contar con opciones alimenticias formales dentro de sus campus, priorizando aspectos como la calidad, higiene y accesibilidad. Estos hallazgos iniciales representan una base importante para **evaluar la viabilidad de expandir el local “El Jardín” hacia otras universidades**, adaptando su oferta a las necesidades y hábitos de consumo de la comunidad estudiantil. En la siguiente fase del estudio se profundizará en estos resultados, con el fin de definir estrategias que respalden una **expansión sostenible y bien fundamentada del negocio**.

**Agradecimiento.**

Se agradece la colaboración de los estudiantes participantes y el apoyo de los campus **UJAT Central, DACS y Universidad Mundo Maya**, así como El jardín por su disposición y colaboración.

**CÁLCULO DE LA FLEXIBILIDAD (VARIACIÓN EN PORCENTAJE)**

- **Estimación inicial:** 30 participantes
- **Participantes finales:** 33 participantes en total

**Cálculos:**

La fórmula para calcular la variación porcentual es:

$$\text{Variación (\%)} = (\text{Valor final} - \text{Valor inicial}) \div \text{Valor inicial} \times 100$$

**Aplicando los valores:**

$$\text{Variación (\%)} = (33 - 30) \div 30 \times 100$$

$$\text{Variación (\%)} = 3 \div 30 \times 100$$

$$\text{Variación (\%)} = 0.1 \times 100 = 10\%$$

Por lo tanto, la flexibilidad real fue de  $\pm 10\%$ , respecto al tamaño muestral estimado inicialmente (30 participantes), alcanzando finalmente 33 participantes.

## **Referencias**

Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.

Flores-Villavicencio, M. E., & Vázquez-Velázquez, V. (2020). Preferencias y hábitos alimenticios de estudiantes universitarios. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 24(3), 201–209.

Martínez, L., & Gómez, R. (2020). Consumo alimenticio y elección de establecimientos en estudiantes universitarios. *Revista Mexicana de Investigación en Educación Superior*, 14(28), 55–68.

Pérez-González, M., & Hernández-Cortés, A. (2021). Preferencias alimentarias y consumo de comida rápida en estudiantes universitarios. *Revista de Salud Pública*, 23(2), 89–97.