



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

“ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE”

Base de datos depurada

Bodega café

Profesora:

Dra. Minerva Camacho Javier

Integrantes:

Cerino Hernández Keira Scarlet

Crisóstomo Sánchez Jesús Alberto

De los Ríos Rodríguez Emily Thamara

García Hernández David Fernando

Licenciatura en mercadotecnia

Materia:

Investigación de Mercados

Fecha:

10 de octubre 2025

Factores que influyen en la elección y satisfacción de los clientes de cafeterías en Villahermosa, Tabasco, con enfoque en Bodega Café (2025).

Población y universo:

Población: Personas de 18 años o más que residen en Villahermosa y zonas metropolitanas cercanas, que consumen café o visitan cafeterías ocasional o frecuentemente.

Universo: Aproximadamente 12,000 personas dentro del rango de edad y ubicación, según proyecciones locales de población joven y adulta con acceso a cafeterías.

Marco muestral y fuente:

Marco muestral: Registro de respuestas obtenidas mediante un formulario digital distribuido por redes sociales, correo electrónico y aplicaciones de mensajería durante septiembre de 2025.

Fuente: Base de datos de respuestas recopiladas a través de Google Forms con 35 registros completos.

Técnica de muestreo y justificación:

Técnica: Muestreo no probabilístico por conveniencia, con cuotas por género y grupo de edad (18-25, 26-35, más de 35 años).

Justificación: Dada la naturaleza exploratoria del estudio y el acceso limitado a una lista completa de la población objetivo, se optó por un muestreo por conveniencia con cuotas para asegurar diversidad en género y edad, facilitando la identificación de tendencias iniciales sobre preferencias y experiencias.

Variables principales consideradas:

Frecuencia de consumo de café.

Atributos valorados: sabor, aroma, precio, ambiente.

Influencia del acceso, estacionamiento y ubicación.

Medio de transporte utilizado.

Conocimiento y visita previa a Bodega Café.

Cálculo del tamaño muestral

Parámetros elegidos:

- Nivel de confianza: 95%
- Margen de error: 5%
- Proporción esperada: $p = 0.5$ (máxima variabilidad)
- Población $N = 12,000$

Fórmula para poblaciones finitas:

Fórmula planteada por Murray y Larry (2005):

$$n = \frac{(Z^2 * p * (1 - p) * N)}{e^2 * (n-1) + Z^2 * P * (1-P)}$$

Donde:

- n = tamaño de la muestra
- N = tamaño de la población (12,000)
- Z = nivel de confianza (1.96 para 95%)
- e = margen de error (0.05)
- p = proporción esperada (0.5)

Sustitución de valores:

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 12,000}{(0.05)^2 \cdot (12,000 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot 0.25 \cdot 12,000}{0.0025 \cdot 11,999 + 3.8416 \cdot 0.25}$$

$$n = \frac{11,524.8}{29.9975 + 0.9604} = \frac{11,524.8}{30.9579} \approx 372.3$$

Tamaño muestral calculado: 373 participantes

Tamaño muestral final propuesto: 392 participantes (se añade 5% para reemplazos y no respuesta).

Distribución por estratos

Distribución de la muestra por grupo de edad ($n = 392$):

- 18 a 25 años: 235
- 26 a 35 años: 98
- Más de 35 años: 59

Distribución de la muestra por frecuencia de consumo:

- Diario o 3-4 veces por semana: 157
- 1-2 veces por semana: 137
- Casi nunca: 98

Distribución de la muestra por ubicación preferente:

- Cercanía a la escuela: 150
- Cercanía a la casa: 120
- Cercanía al trabajo: 82
- Sin preferencia: 40

Distribución por medio de transporte principal:

- Transporte privado: 216
- Transporte público o caminando: 176

Criterios de inclusión:

- Ser personas mayores de 18 años.
- Personas que consuman café diariamente o al menos 2 veces por semana.
- Residentes de la zona local o alrededores.
- Personas que frecuenten establecimientos similares (cafeterías o lugares donde se venda café).
- Disponibilidad para responder la encuesta.
- Personas que se desplacen normalmente a pie, en transporte público o vehículo propio para consumir café fuera de su casa.

Criterios de exclusión:

- Personas que no consuman café o lo hagan de manera muy esporádica.
- Personas que nunca visitan cafeterías ni tienen la intención de hacerlo.
- Personas que no residan, trabajen ni estudien en la zona de influencia de la cafetería.

Plan de acceso y procedimiento de reclutamiento (pasos):

1. Identificación de la población objetivo (esta población debe incluir tanto a clientes actuales como potenciales de la cafetería).
2. Definir el área geográfica de estudio.

3. Se solicitará la participación voluntaria de personas que cumplan con los criterios de inclusión.
4. Se difundirán las encuestas a través de WhatsApp, en grupos comunitarios o páginas de la zona.
5. En la publicación se explicará el objetivo de la investigación, la duración estimada del cuestionario y la confidencialidad de los datos.
6. Se revisarán las encuestas según el método seleccionado (en línea).
7. Los datos recolectados se utilizarán únicamente con fines académicos y de investigación.

Consideraciones éticas y logísticas:

1. **Consentimiento informado:** Explicar a los participantes el propósito del estudio y solicitar su autorización antes de participar.
2. **Confidencialidad:** Proteger los datos personales y garantizar el anonimato de las respuestas.
3. **Voluntariedad:** Asegurar que la participación sea completamente libre y sin presión.
4. **Transparencia:** Informar cómo se usarán los resultados y quién tendrá acceso a ellos.
5. **Respeto:** Evitar preguntas o situaciones que puedan incomodar o afectar emocionalmente a los participantes.
6. **Integridad de los datos:** No manipular ni falsificar información obtenida.

Anexos sugeridos para entregar con el avance:

- Carta de autorización del Coordinador de Tutorías.
- Copia del listado depurado del marco muestral con variables clave.
- Borrador de la guía de entrevista semiestructurada.
- Borrador del consentimiento informado.
- Registro de selección y seguimiento con evidencias de contactos.

Bodega Café

Percepciones y experiencias de consumo de clientes jóvenes sobre la ubicación y accesibilidad de Bodega Café en Villahermosa, Tabasco.

1. Definición de población de interés y contexto

Población de interés:

Clientes actuales y potenciales de Bodega Café, principalmente jóvenes de 18 a 25 años (en su mayoría estudiantes universitarios), que residen en Villahermosa, Tabasco, y que consumen café en establecimientos locales.

Contexto:

Bodega Café es una cafetería con seis meses de operación, dirigida a un público juvenil. Se ubica fuera de una zona de alto flujo peatonal y no cuenta con estacionamiento propio, lo que ha generado retos en la atracción de clientes. El estudio busca explorar cómo influyen estos factores —ubicación, accesibilidad y visibilidad— en la decisión de consumo y en la percepción general de la marca.

2. Marco muestral o fuentes de información

Marco muestral:

Listado de consumidores y visitantes registrados en redes sociales de Bodega Café, así como clientes que han interactuado con la marca a través de promociones o publicaciones.

Fuentes adicionales:

- Encuestas digitales aplicadas a jóvenes de Villahermosa.
- Opiniones obtenidas en redes sociales (Instagram, Facebook).
- Información proporcionada por el personal de la cafetería sobre afluencia y perfiles de clientes.

3. Técnica de muestreo cualitativo y justificación

Técnica principal:

Muestreo intencional por criterios, complementado con muestreo en cadena (snowball) para localizar participantes que representen diferentes niveles de experiencia con la marca (clientes frecuentes, ocasionales y potenciales).

Justificación:

Se busca obtener diversidad de perspectivas respecto a la experiencia de consumo y los factores de ubicación y accesibilidad. El muestreo intencional garantiza que los participantes cumplan con los criterios de edad, residencia y afinidad con el tipo de negocio (cafeterías). El muestreo en cadena permitirá incluir participantes referidos por clientes, ampliando el alcance a quienes aún no conocen la marca, pero pertenecen al público objetivo.

4. Tamaño muestral estimado y criterio de saturación**Estimación inicial:**

- Entrevistas semiestructuradas a clientes y no clientes: 12 a 16 participantes.
- Grupos focales: 2 grupos de 6 a 8 personas cada uno, integrados por jóvenes universitarios consumidores de café.
- Entrevistas al personal de la cafetería: 2 a 3 colaboradores (encargada, barista, apoyo operativo).

Criterio de cierre (saturación):

Se considerará alcanzada la saturación teórica cuando no emerjan nuevas categorías o temas relevantes en dos entrevistas consecutivas. Se registrará evidencia del punto de saturación mediante una matriz de códigos temáticos.

5. Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión (clientes y potenciales):

- Tener entre 18 y 25 años.
- Haber visitado Bodega Café al menos una vez, o ser consumidor frecuente de cafeterías similares en Villahermosa.
- Estar dispuesto a participar en una entrevista de 15 a 20 minutos.
- Firmar o aceptar el consentimiento informado.

Criterios de inclusión (personal de Bodega Café):

- Colaborar activamente en la cafetería durante el periodo del estudio.
- Tener contacto directo con los clientes o participación en actividades de promoción o servicio.

6. Procedimiento de acceso y reclutamiento paso a paso:

1. **Solicitud de autorización:** Solicitar permiso formal a la institución educativa, centro comunitario o espacio donde se realizará el estudio para acceder a los jóvenes adultos y aplicar las entrevistas presenciales.
2. **Selección de participantes:** Aplicar un muestreo por criterios, seleccionando personas de entre 18 y 30 años, considerando diversidad en género, ocupación (estudiantes y jóvenes trabajadores) y nivel educativo, con el fin de tener una muestra representativa. Registrar los criterios y la lógica de selección.
3. **Primer contacto e invitación:** Realizar un acercamiento inicial en persona o mediante mensaje institucional explicando brevemente el objetivo del estudio, el tiempo estimado de la entrevista (15–20 minutos) y la naturaleza voluntaria de la participación. Entregar o mostrar la carta de invitación y el consentimiento informado impreso.
4. **Consentimiento informado:** Antes de iniciar cada entrevista, entregar el formato de consentimiento para su lectura y firma. Este documento explicará los fines de la investigación, el uso de grabaciones, la confidencialidad de los datos y el derecho a retirarse en cualquier momento sin consecuencias.
5. **Programación de entrevistas:** Concertar horarios y lugares accesibles y tranquilos (salones, biblioteca, área común) para realizar las entrevistas. Garantizar un ambiente de privacidad y comodidad.
6. **Aplicación de entrevistas:** Realizar entrevistas semiestructuradas presenciales, guiadas por un cuestionario base.

- Grabar el audio con autorización previa.
 - Tomar notas de campo sobre lenguaje corporal y observaciones contextuales.
 - Duración aproximada: 15 a 25 minutos por participante.
7. **Seguimiento y control de participación:** Registrar en una hoja de control: fecha, lugar, nombre o código del participante, firma de consentimiento, y observaciones (rechazo, cancelación o sustitución). En caso de ausencias, contactar a suplentes que cumplan los mismos criterios.
 8. **Revisión continua del avance:** Después de cada bloque de 5 a 6 entrevistas, realizar un análisis preliminar para verificar la aparición de patrones o categorías nuevas y determinar si se requiere ajustar los criterios o ampliar el número de entrevistas.
 9. **Cierre del proceso:** Finalizar las entrevistas al alcanzar saturación teórica (cuando ya no surgen nuevas categorías relevantes) o completar las 30 entrevistas planificadas. Organizar los archivos de audio y notas para iniciar la transcripción y análisis.

7. Consideraciones éticas y gestión de datos

- **Consentimiento informado:**
El formulario incluirá una primera sección donde el participante deberá marcar una casilla de aceptación del consentimiento informado. Este explicará los objetivos, la voluntariedad, la confidencialidad y el derecho a retirarse en cualquier momento.
- **Confidencialidad:**
No se solicitarán datos personales sensibles. Las respuestas serán anónimas y los resultados se reportarán solo de forma agregada.
- **Riesgos y beneficios:**
Riesgos mínimos (solo el tiempo invertido). Beneficio indirecto: contribuir a una investigación sobre percepciones o comportamientos de jóvenes.
- **Aprobación ética:**
Se solicitará autorización al comité o coordinador académico antes del levantamiento de datos.
- **Devolución de resultados:**
Se ofrecerá un resumen general de resultados a los participantes que lo soliciten mediante correo o mensaje al finalizar el análisis.

8. Plan operativo y cronograma corto

- **Semana 1:** Solicitud de permisos institucionales y obtención del listado o identificación de posibles participantes.
- **Semanas 2 a 5:** Reclutamiento y realización de entrevistas presenciales, con análisis preliminar de contenido en paralelo.
- **Semanas 6 y 7:** Transcripción de grabaciones y organización de la información recolectada.

- **Semanas 8 a 10:** Análisis final de resultados y elaboración del informe general del estudio.
- **Duración total estimada:** Entre 8 y 10 semanas.

9. Anexos sugeridos para entregar con el avance

- Carta de autorización del Coordinador de Tutorías.
- Copia del listado depurado del marco muestral con variables clave.
- Borrador de la guía de entrevista semiestructurada.
- Borrador del consentimiento informado.
- Registro de selección y seguimiento con evidencias de contactos