

La seguridad en el entorno de Abarrotes Miguelito y como afecta en la afluencia de clientes



Espinosa Magaña Luz Conchita
Jimimenez Lopez Daniela
Leyva López Oswaldo José

1/11/25

Problema y Oportunidad

Problema

La inseguridad presente en el entorno ha generado una disminución en la afluencia de clientes en la tienda Abarrotes Miguelito, afectando su confianza y decisión de compra.

Oportunidad

Implementar medidas de seguridad visibles, mantener precios accesibles, mejorar el ambiente interno y externo del establecimiento, y solicitar apoyo a las autoridades locales para reforzar la seguridad en la zona.



Objetivos de investigación

- Medir el efecto que la inseguridad en la zona produce en la opinión pública respecto al negocio.
- Identificar de qué manera el entorno de la tienda influye en la confianza y comodidad de los consumidores.
- Evaluar la afluencia de clientes antes y después de incidentes relacionados con la inseguridad.
- Comparar las preferencias de compra de los clientes entre Abarrotes Miguelito y la competencia que opera en zonas percibidas como más seguras.



Metodología mixta

CUALITATIVA

Entrevistas

- Al dueño
- clientes frecuentes
- clientes nuevos



CUANTITATIVA

Encuesta estructurada
a 39 personas



CONVERGENCIA

Insights

- La seguridad representa un factor decisivo en la elección y permanencia del cliente; las medidas visibles refuerzan la confianza y la fidelidad hacia la tienda
- La inseguridad disminuye la afluencia en horarios de alto riesgo (tardes); fortalecer la vigilancia y mantener precios competitivos podría equilibrar la asistencia de clientes.

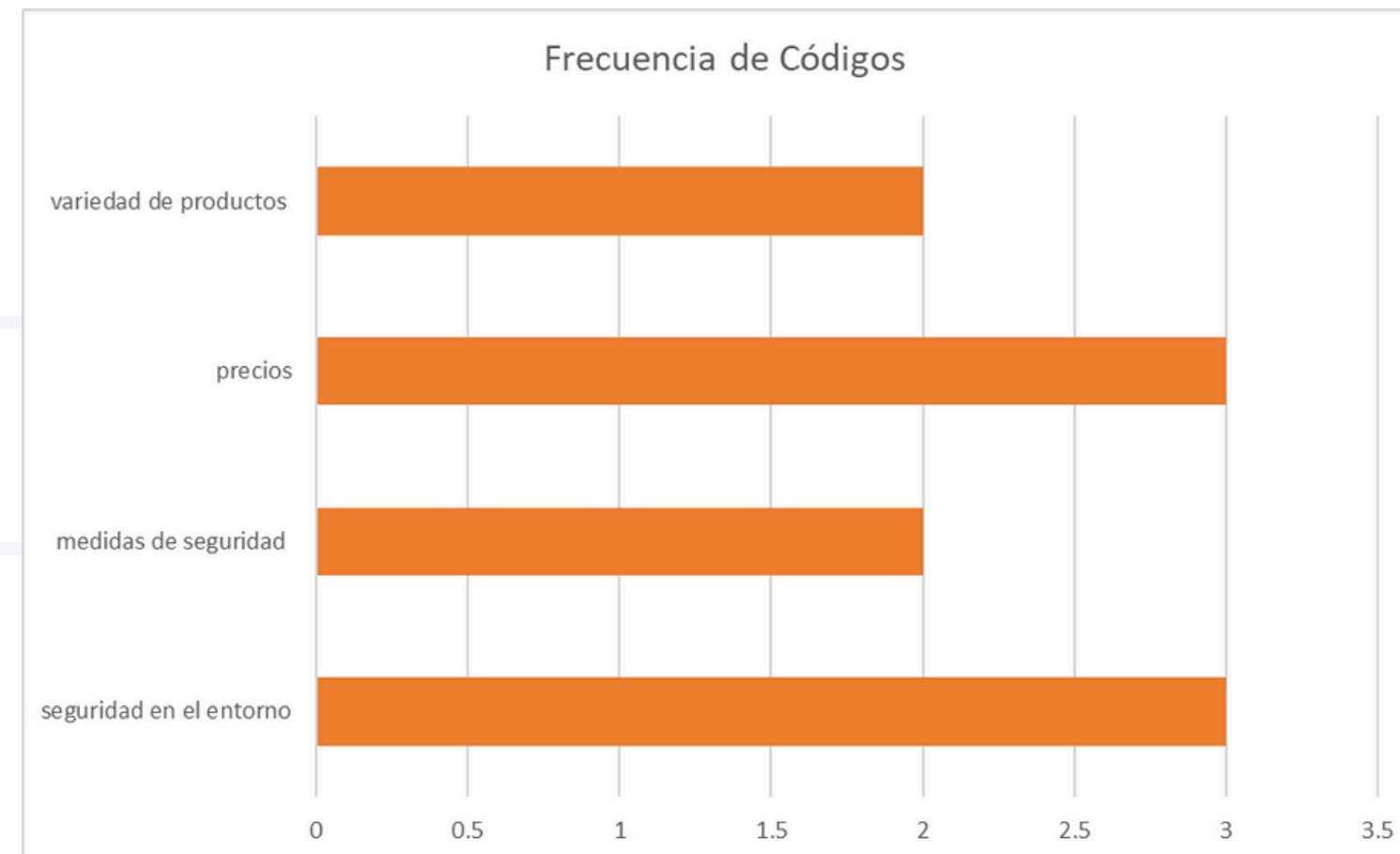
Hallazgos cualitativos

1.

Cita clave (percepción de seguridad): “Me gustaría que hubiera vigilancia en la puerta, así nos sentimos más confiados al venir a comprar durante el día, especialmente en la noche”

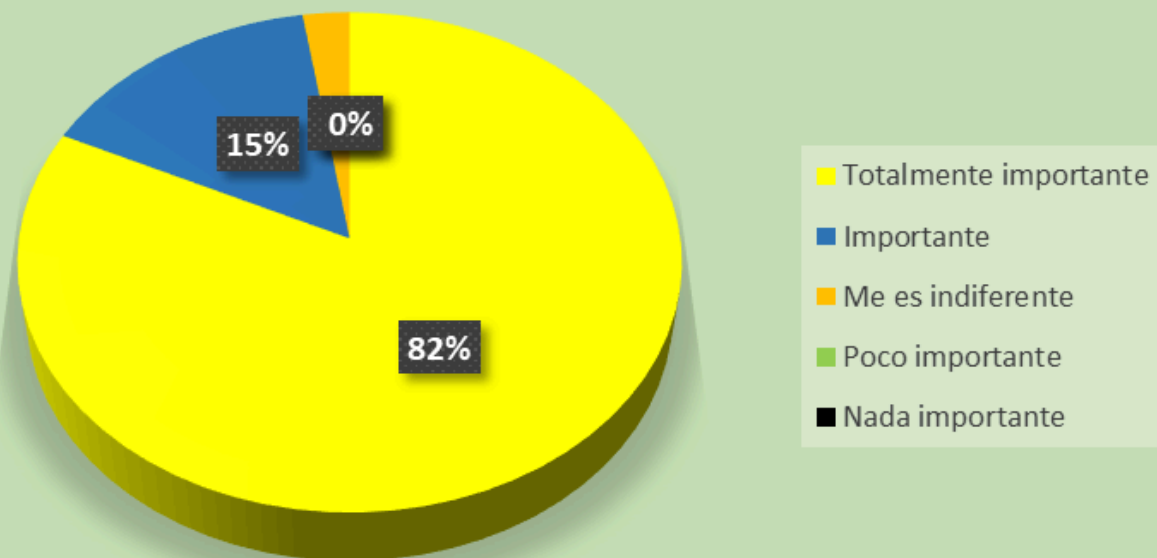
2.

Cita Clave (Valor de la Tienda): "Es una tienda bien completa, hay papelería, frutas y verduras, salchichería, abarrotes... o sea hay de todo".

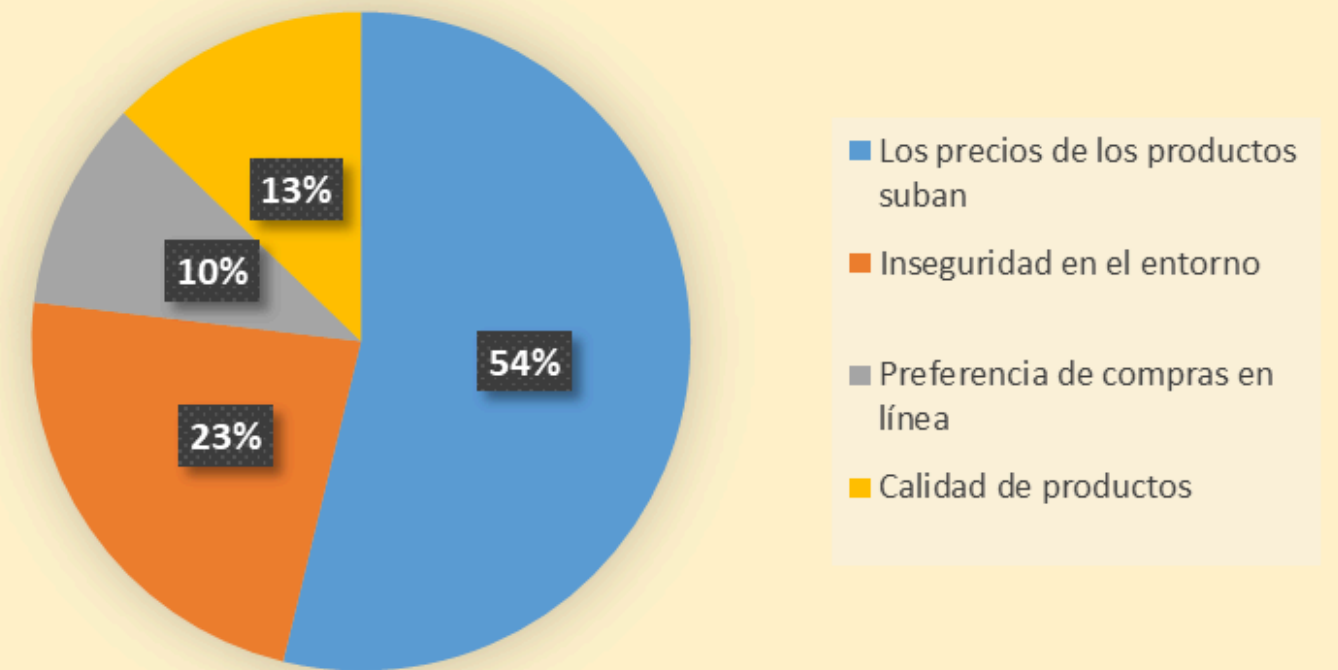


Hallazgos cuantitativos

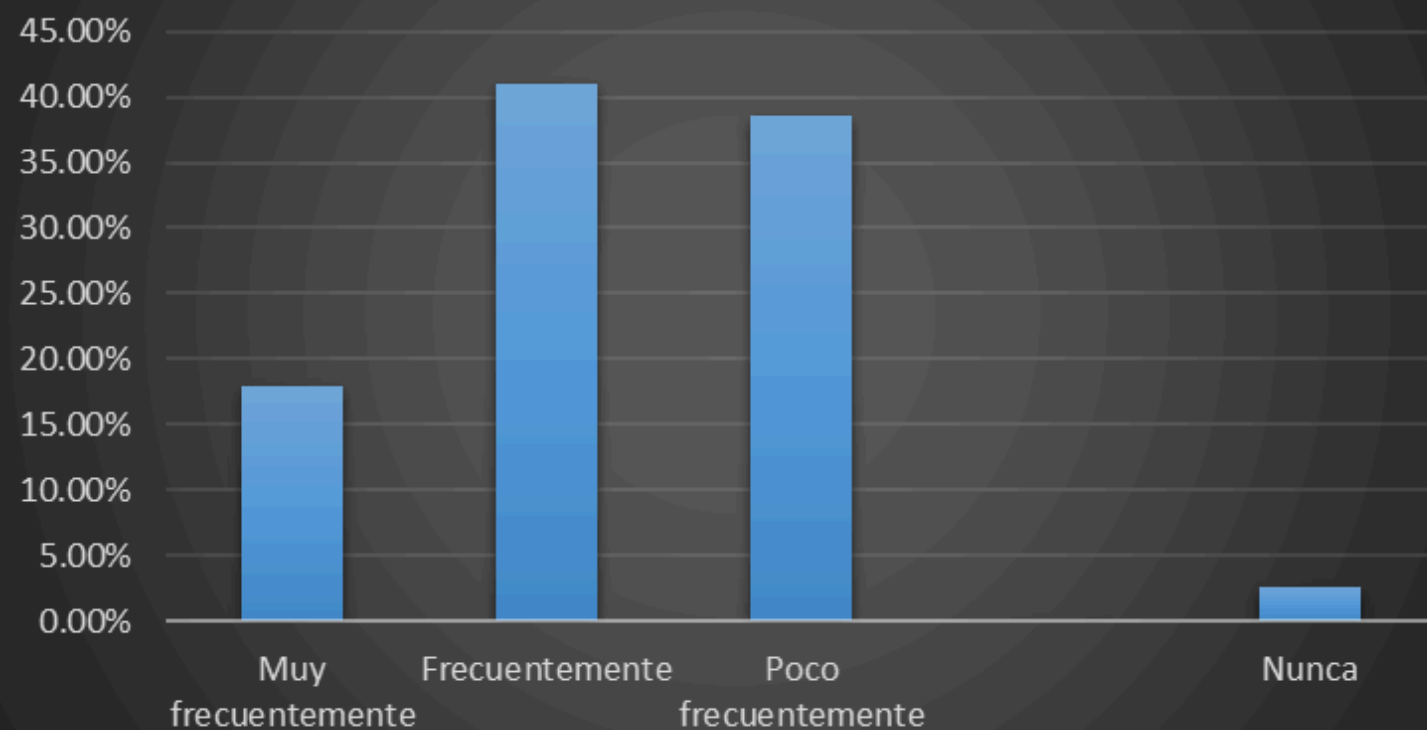
Importancia de la seguridad



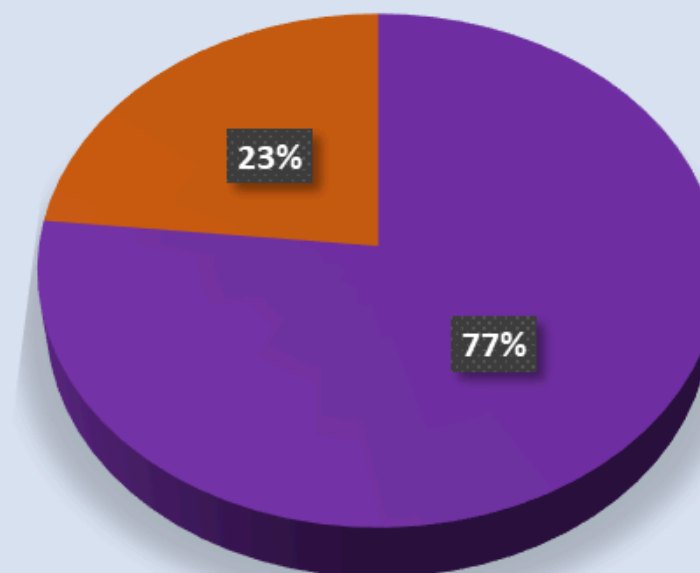
Factor de elección



Aflicción de clientes



Satisfacción



Matriz de convergencia

Sección	Hallazgos cualitativos	Métricas cuantitativas	Insight convergente
Seguridad	Los clientes si le toman importancia a la seguridad del entorno en las tiendas y se sentirían más seguros con cámaras de vigilancia. etc.	El 82.1% considera totalmente importante la seguridad del entorno y el 53.8 % opina que las cámaras de seguridad son la mejor medida preventiva.	La seguridad representa un factor decisivo en la elección y permanencia del cliente.
Afluencia de clientes	Los clientes van a la tienda en horas de la tarde, por lo que la seguridad a esas horas les es de suma importancia al igual que los precios de los productos.	El 41 % ha reducido sus visitas por inseguridad y el 48.7 % compra en horario de tarde. El 43.6 % prioriza el precio sobre otros factores.	La seguridad en horarios de la tarde y los precios accesibles mantienen a los clientes en la tienda.
Competencia	Los clientes mencionan que algunas tiendas cercanas o supermercados transmiten mayor seguridad por su ambiente ordenado e iluminación	El 35.9 % ha cambiado de tienda por inseguridad y el 48.7 % percibe el ambiente del local como agradable.	Mejorar el entorno físico y la percepción de seguridad podría retener más a los clientes.
Preferencias	Los consumidores asocian los supermercados como más seguros, sin embargo también prefieren las tiendas de abarrotes con precios accesibles.	El 46.2 % prefiere supermercados, el 33.3 % tiendas de abarrotes, y el 23.1 % dejaría de acudir por inseguridad.	Mantener precios accesibles, es lo que hará que los clientes siempre prefieran la tienda de abarrotes.

Recomendaciones prioritarias

- Mejorar la iluminación y seguridad en el entorno de la tienda
- Crear un programa de recompra o descuentos para clientes frecuentes
- Formalizar canal de atención por WhatsApp Business con mensajes automáticos.

Plan de implementación

RECOMENDACIÓN	ACCIONES PRINCIPALES	RESPONSABLE	PLAZO
Mejorar iluminación y seguridad	Instalar lámparas LED y cámaras visibles	Microempresario	Mes 1
Programa de recompra o descuentos	Crear tarjetas de cliente frecuente, ofrecer 10 % de descuento o producto gratis.	Microempresario	Mes 2
Canal WhatsApp Business	Crear cuenta oficial, configurar mensajes automáticos y difundir entre clientes.	Microempresario	Mes 3

Cierre y preguntas

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer al microempresario Miguel Ángel López, propietario de Abarrotes Miguelito, por su apoyo y disposición para colaborar en esta investigación. También agradecemos a nuestra profesora y compañeros por su guía durante el proceso.



DATOS DE CONTACTO

Nombre del negocio: Abarrotes Miguelito

Propietario: Miguel Ángel López Camelo

Dirección: Paco Solis 303, Gaviotas Nte., 86090 Villahermosa, Tabasco.

Teléfono: (993) 445 2792

Horario de atención: Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 11:00 p.m.

Sábados 8:00 a.m a 10:30 p.m, Domingos 8:00 a.m a 10:00 p.m

Antigüedad del negocio: Más de 45 años de servicio.

Giro: Venta de abarrotes y productos básicos.



EQUIPO DE INVESTIGACIÓN:

Daniela Jiménez López

Liderazgo/(Plan)

Luz Conchita Espinosa Magaña

Analista cualitativo y cuantitativo.

Oswaldo José Leyva López

Logística/campo, redacción/visual.



Notas de orador

Diapositiva 1

Buenos días alumnos y profesora, hoy les vamos a hablar sobre nuestra investigación de mercado que trata sobre La seguridad en el entorno de Abarrotes Miguelito y como afecta en la afluencia de clientes.

Diapositiva 2

El problema de la investigación trata sobre que la inseguridad del entorno a generado una disminución en la afluencia de clientes en la tienda Abarrotes Miguelito, afectando su confianza y decisión de compra.

Por otro lado, en la parte de oportunidad se pueden implementar medidas de seguridad visibles, mantener precios accesibles, mejorar el ambiente interno y externo del establecimiento, y solicitar apoyo a las autoridades locales para reforzar la seguridad en la zona.

Diapositiva 3

Nuestros objetivos de investigación serian los siguientes:

- Medir el efecto que la inseguridad en la zona produce en la opinión pública respecto al negocio.
- Identificar de qué manera el entorno de la tienda influye en la confianza y comodidad de los consumidores.
- Evaluar la afluencia de clientes antes y después de incidentes relacionados con la inseguridad.
- Comparar las preferencias de compra de los clientes entre Abarrotes Miguelito y la competencia que opera en zonas percibidas como más seguras.

Diapositiva 4

La metodología que se utilizó fue mixta, primero usamos la técnica cualitativa y como instrumento hicimos entrevistas al dueño, clientes frecuentes y clientes nuevos. Después usamos la técnica cuantitativa, en la cual usamos una encuesta estructurada y finalmente se analizó los datos recaudado y se hizo la matriz de convergencia e insights.

Notas de orador

Diapositiva 5

En los hallazgos cualitativos tenemos dos citas clave que destacaron en la investigación, una es de la seguridad y la otra referente al valor de la tienda. De igual forma, una gráfica que muestra la frecuencia con la que salieron los temas en las entrevistas

Diapositiva 6

Luego tenemos los hallazgos cuantitativos donde representamos con gráficos los resultados más destacables de acuerdo al objetivo. Principalmente tenemos la importancia de la seguridad y como afecta la afluencia de clientes, posterior a eso tenemos otro hallazgo que es el precio como factor de elección y la satisfacción total de los clientes encuestados.

Diapositiva 7

Finalmente recopilamos lo más importante y realizamos la matriz, destacando datos importantes y los insights que surgieron.

Diapositiva 8

En esta parte presentamos las tres recomendaciones principales que surgieron del análisis.

La primera consiste en mejorar la iluminación y seguridad alrededor de la tienda. Esto ayudaría a que se sientan más tranquilos y aumente la afluencia.

La segunda es crear un programa de recompra o descuentos para clientes frecuentes, con el fin de fortalecer la fidelidad y mantener un flujo constante de clientes.

Y la tercera, formalizar un canal de atención por WhatsApp Business, para recibir pedidos, resolver dudas y compartir promociones de forma más directa.

Diapositiva 9

Queremos agradecer especialmente al microempresario Miguel Ángel López, dueño de Abarrotes Miguelito, por permitirnos realizar este proyecto con su negocio.

También agradecemos a nuestra maestra por guiarnos durante todo el proceso.

Este trabajo fue una gran experiencia para aplicar lo aprendido y comprender cómo la investigación puede aportar soluciones a los negocios locales.

Diapositiva 10

Finalmente, compartimos los datos de contacto de Abarrotes Miguelito, ubicado en la colonia Gaviotas Norte, con más de 45 años de servicio a la comunidad.

También mostramos nuestros datos como equipo de investigación, para cualquier duda o seguimiento del proyecto.