

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.

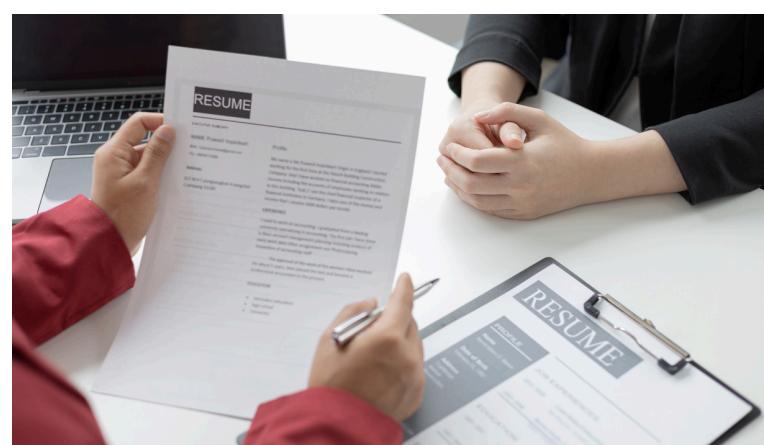


Metodología mixta

CUALITATIVA

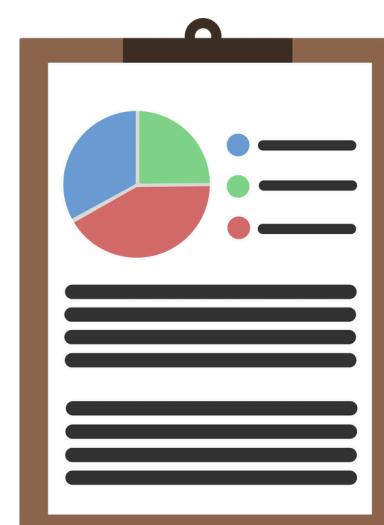
Entrevistas

- 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.

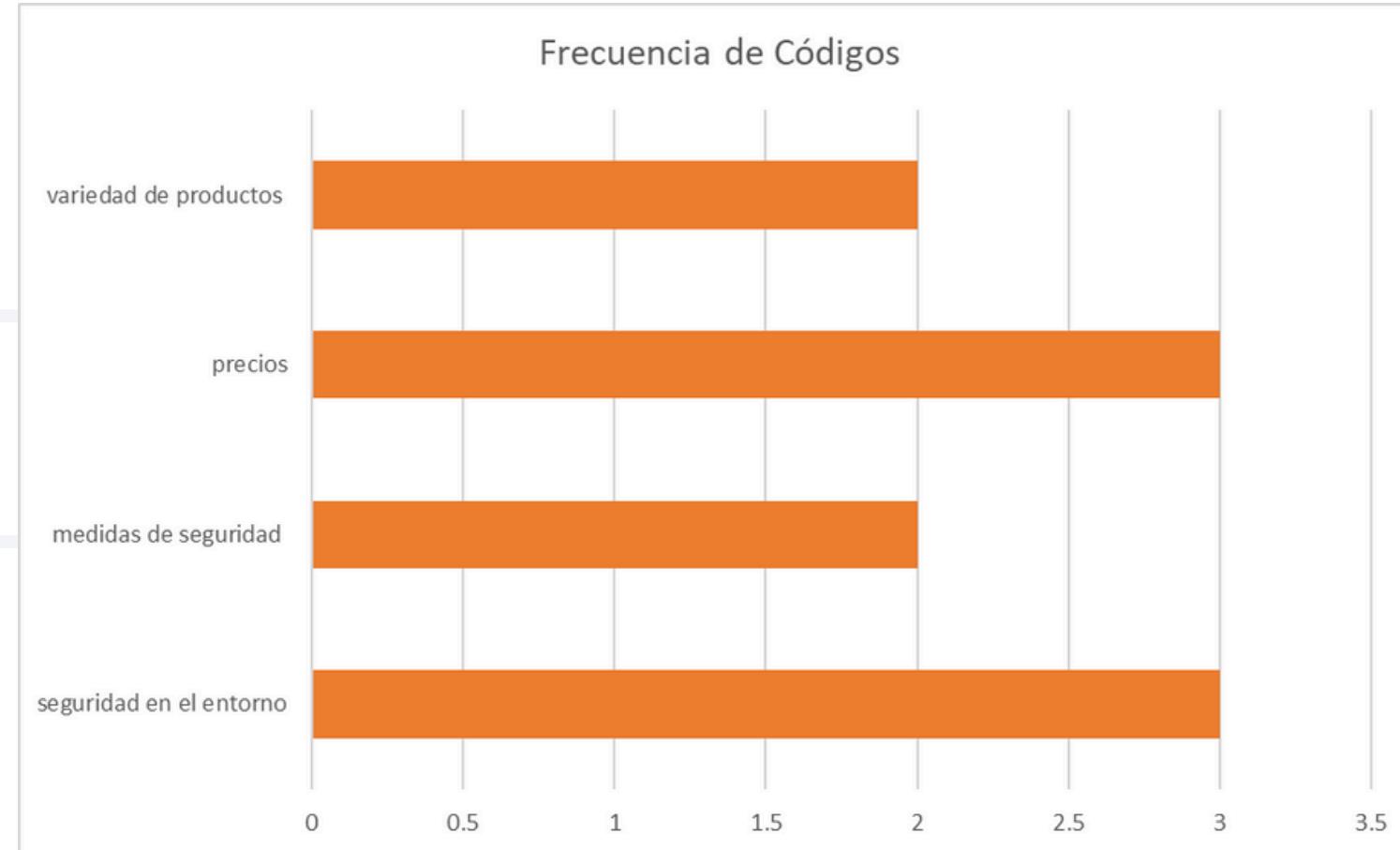
Hallazgos cualitativos

1.

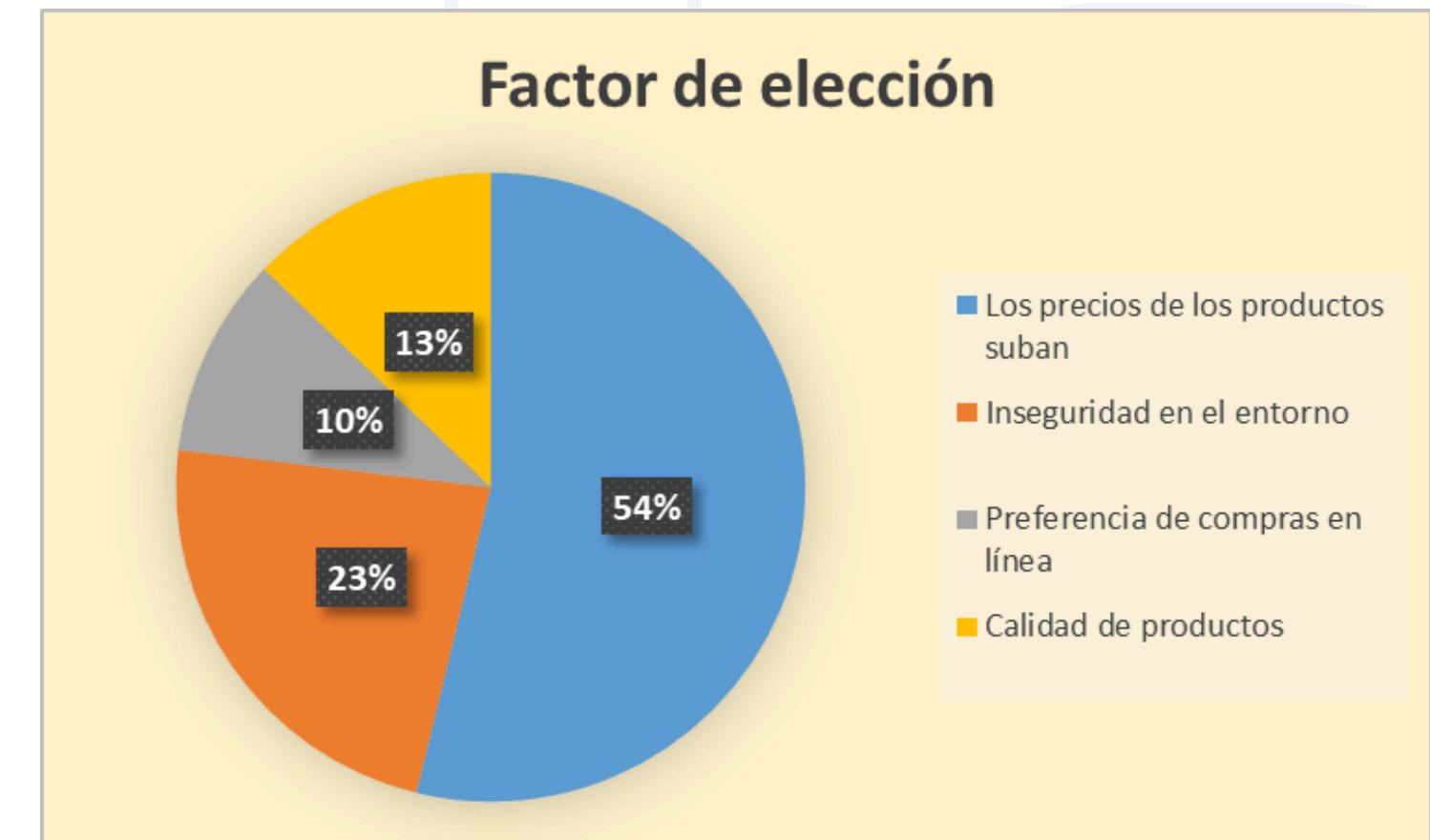
Cita clave (percepción de seguridad): "Me gustaría que hubiera vigilancia en la puerta, así nos sentimos más confiados al venir a comprar durante el día, especialmente en la noche"

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



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 serían 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.