

**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA  
DE TABASCO**

**Base de datos depurada**

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

**Integrantes:**

Espinosa Magaña Luz Conchita  
Jimenez Lopez Daniela  
Leyva López Oswaldo José

Investigación de Mercados

Dra. Minerva Camacho Javier

11/10/25

## **Título**

Experiencias de la seguridad del cliente y respuestas de compra en tiendas de abarrotes: análisis de encuestas y entrevistas aplicadas a consumidores durante 2025.

## **Población de interés y contexto.**

**Población de interés.** Clientes que realizan compras de productos básicos en tiendas de abarrotes pues son quienes experimentan directamente las condiciones de seguridad o inseguridad en dichos establecimientos.

**Contexto:** Colonia Gaviotas Norte, ubicada en la ciudad de Villahermosa, Tabasco, dentro de la tienda de “**Abarrotes Miguelito**”. Este lugar fue elegido por ser un punto de referencia para los habitantes de la colonia y por concentrar un flujo constante de consumidores de distintos niveles socioeconómicos.

## **Marco muestral y fuentes de información.**

**Marco muestral:** Clientes que acuden con frecuencia de esta población se seleccionó una muestra no probabilística por conveniencia, conformada por 39 consumidores, quienes aceptaron participar voluntariamente en la encuesta.

**Técnica principal:** Muestreo no probabilístico por conveniencia.

## **Justificación:**

Para la presente investigación se utilizó la técnica de muestreo por conveniencia, la cual consiste en seleccionar a los participantes que se encuentran disponibles y dispuestos a proporcionar información en el momento de la aplicación. Este método fue elegido debido a la naturaleza exploratoria del estudio y a la facilidad de acceso

a los clientes del establecimiento “Abarrotes Miguelito”, así como a personas de la zona que frecuentan tiendas similares.

El muestreo por conveniencia permitió obtener información directa de consumidores reales y potenciales sin requerir una selección aleatoria, lo cual resultó adecuado considerando los recursos y el tiempo disponibles. Además, este enfoque facilitó recopilar opiniones diversas sobre la percepción de seguridad en el entorno del negocio, el nivel de afluencia y los factores que influyen en la preferencia o cambio de tienda.

De esta manera, la técnica permitió acceder a datos cualitativos relevantes y representativos del público objetivo del estudio, garantizando información suficiente para analizar cómo la percepción de inseguridad impacta en la conducta de compra y en la decisión de visita de los clientes de tiendas de abarrotes locales.

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

#### **Estimación inicial:**

Para la fase cualitativa de la investigación, se estimó trabajar con un número reducido de participantes seleccionados mediante la técnica de muestreo por conveniencia. La muestra piloto estuvo conformada por tres participantes: un cliente habitual del establecimiento “Abarrotes Miguelito” y dos no clientes que representan consumidores potenciales de tiendas de abarrotes en la zona. Esta composición permitió obtener una visión inicial diversa sobre la percepción de seguridad en el entorno del negocio y su influencia en la decisión de compra.

#### **Criterio de cierre:**

El criterio de saturación se determinó con base en la saturación temática, entendida como el punto en el cual las entrevistas o respuestas comienzan a reiterar información sin aportar nuevas categorías o ideas relevantes. En este caso, se alcanzó la saturación al observar que, tras la tercera entrevista, los participantes

coincidieron en los principales factores de inseguridad y su impacto en la afluencia de clientes, sin surgir nuevos elementos conceptuales.

### **Flexibilidad:**

Se prevé  $\pm 15\%$  sobre la estimación inicial para reemplazos y casos no disponibles. Dado el carácter exploratorio del estudio, se consideró suficiente este número de participantes para la fase piloto, con posibilidad de ampliación en una etapa posterior del proyecto si fuera necesario profundizar en segmentos específicos o contrastar resultados. No obstante, la homogeneidad en las respuestas y la reiteración de temas clave validaron el cierre de la etapa con los tres casos analizados.

### **Criterios de inclusión y exclusión**

#### **Criterios de inclusión clientes**

Ser cliente de la tienda abarrotes Miguelito o en general de las tiendas de abarrotes.

Personas entre 18 a 45 años.

Aceptar el consentimiento informado.

Residentes de Gaviotas Norte o colonias cercanas.

Personas dispuestas a contestar la encuesta y tener disponibilidad para una entrevista de 15 minutos.

Personas interesadas en la seguridad de su entorno donde hace sus compras.

#### **Criterios de exclusión clientes**

Personas que no compran en tiendas de abarrotes frecuentemente.

Participantes que no acepten el consentimiento informado.

Que no tengan disponibilidad de 15 máximo.

Empleados o dueños de las tiendas de abarrotes.

Residentes de otros municipios o colonias muy alejadas de la ciudad.

Personas sin interés en la seguridad de las tiendas a las que acude.

### **Procedimientos de acceso y reclutamiento paso a paso**

- 1) Solicitar permiso al dueño de la tienda para realizar encuestas y entrevistas en su tienda.
- 2) Se definió la zona y los horarios en que se aplicarían las encuesta y entrevistas.
- 3) Solicitar a los encuestados y entrevistados autorización de utilizar sus datos únicamente con fines académicos.
- 4) Identificar por medio aplicar la encuesta a personas que acuden a las tiendas de abarrotes.
- 5) Interceptar a los clientes que salen y entran, para que nos apoyaran con la encuesta escaneando el código QR que los dirige al formulario en línea.
- 6) Contacto inicial por grupos de WhatsApp de clientes de abarrotes Miguelito y personas que viven en la colonia. En el mensaje se adjuntó el enlace de la encuesta y a ciertas personas se les agendó y citó para una entrevista.
- 7) Realizar entrevista y encuesta semiestructurada para aplicarla los participantes en la tienda abarrotes Miguelito.
- 8) Realizar entrevistas y encuesta, medir y registrar el tiempo de aplicación.
- 9) Transcripción de entrevista.
- 10) Seguimiento de la encuesta por 4 días, analizar y registrar respuestas.
- 11) Analizar las 3 entrevistas realizadas, para evaluar los resultados de cada participante con respecto a la situación y la encuesta.

### **Consideraciones éticas y gestión de datos.**

**Consentimiento:** Antes de aplicar las encuestas, se explicó a los participantes el propósito de la investigación y se les aseguró que su participación era totalmente voluntaria. Cada persona dio su consentimiento escrito al aceptar responder el cuestionario.

**Confidencialidad:** Se garantizó la confidencialidad de los datos recolectados mediante un **Acta de consentimiento informado** mostrado antes de la encuesta. En este documento se explicó que la información proporcionada sería utilizada únicamente con fines académicos y de investigación, sin revelar nombres, direcciones ni datos personales que pudieran identificar a los participantes.

La información que se obtuvo será guardada por el investigador responsable en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco y será utilizada solo para este estudio.

**Riesgos y beneficios:** La participación en la investigación no representó ningún riesgo físico, psicológico ni económico para los encuestados. Como beneficio, se busca que los resultados contribuyan a mejorar la seguridad y la experiencia de los consumidores en las tiendas de abarrotes locales, así como a generar conciencia sobre la percepción de inseguridad en este tipo de establecimientos.

**Aprobación ética:** El estudio se realizó de acuerdo con los principios éticos de respeto, confidencialidad y voluntariedad establecidos para las investigaciones con personas.

Si bien no fue necesario un comité ético formal, la aplicación y manejo de los datos se llevó a cabo siguiendo las normas éticas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco y las recomendaciones del Código de Ética de la Investigación en México.

**Devolución de resultados:** Una vez analizados los resultados, se compartirá un resumen general de los hallazgos con el propietario de la tienda donde se llevó a cabo la encuesta, con el fin de que conozca las percepciones de los consumidores y considere ciertas acciones para mejorar la seguridad y satisfacción de sus clientes.

## **Plan operativo y cronograma corto**

### Solicitud de permisos:

Se destinaron 2 días para gestionar los permisos necesarios para la aplicación del cuestionario, garantizando la autorización del establecimiento y el acceso a los participantes.

### Diseño y preparación del instrumento:

Durante 5 días se realizó la elaboración final del cuestionario, incluyendo ajustes derivados de la prueba piloto y la validación del formato en Google Forms para su correcta aplicación.

### Aplicación del cuestionario:

La fase de recolección de datos tuvo una duración de 3 días, tiempo en el cual se aplicaron los cuestionarios a los participantes seleccionados, asegurando la participación tanto de clientes como de no clientes para obtener una perspectiva equilibrada.

### Verificación y revisión de resultados:

Posteriormente, se destinaron 2 días al proceso de verificación y depuración de los datos obtenidos, revisando la coherencia de las respuestas y la calidad de la información recabada.

### Transcripción y sistematización final de resultados:

Finalmente, se emplearon 5 días en la transcripción, organización e interpretación de los resultados, generando los reportes finales que sirvieron de base para el análisis de la percepción de seguridad y su relación con la afluencia de clientes.

### Tiempo total estimado:

El proceso completo se llevó a cabo en 17 días, considerando todas las etapas desde la solicitud de permisos hasta la transcripción y análisis final.

## Anexo 1

### Solicitud y Carta de presentación

**SOLICITUD DE OFICIO DE PRESENTACIÓN**

Fecha: 27/08/25

DATOS DE LA INSTITUCIÓN O EMPRESA

Personas a quienes se dirige el oficio: Ornel Vidal Magaña  
Cargo: Jefe  
Institución o empresa: Abarrotes Miguelito  
(No siglas)

Actividad a realizar: Investigación de Mercado

Objetivo: Autorización para realizar una investigación de campo en la empresa Abarrotes Miguelito, con el fin de obtener información real y práctica

DATOS DE LOS SOLICITANTES

Licenciatura: Mercadotecnia  
Asignatura: Investigación de Mercados  
Nombre del profesor: Alvaro Camacho Javier  
Ciclo: 02-2025  
Alumnos (s)

1.- <u>Luz Conchita Espinoza Magoñor</u>	<u>232B40010</u>
2.- <u>Juan Sebastián López Ozuna</u>	<u>202B40009</u>
3.- <u>Daniela Jiménez López</u>	<u>232B40073</u>
4.- <u>Oswaldo José Leyva López</u>	<u>232B40031</u>

Firma Profesor Responsable: 

Nota: agregar copia de credencial de estudiante vigente.

**ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE.**

**UJAT** UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO  
División Académica de Ciencias Económico Administrativas

**ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE.**

Villahermosa, Tabasco a 22 de agosto 2025.  
Asunto: Carta de presentación.

**C. URIEL VIDAL MAGAÑA**  
**JEFÉ DE ABARROTES MIGUELITO**  
**PRESENTE**

La vinculación con los sectores productivos y sociales de la entidad es una actividad sustancial de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, por lo que es grato dirigirme a usted para dirigirle la **Carta de Presentación** de **C. Uriel Vidal Magaña**, que se identifica como Jefe de Abarrotes Miguelito, con matrícula: **232B40010**; **Juan Sebastián López Ozuna**, con matrícula: **202B40009**; **Daniela Jiménez López**, con matrícula: **232B40073**; **Oswaldo José Leyva López**, con matrícula: **232B40031**; 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 **Licenciatura en Mercadotecnia**, impartida por la **Profa. Minerva Camacho Javier**, requieren realizar una investigación, con el objetivo de solicitar autorización para realizar una investigación de campo en la empresa **Abarrotes Miguelito**, con el fin de obtener información real y práctica.

No omito manifestarle la importancia que representa para esta Institución de Educación Superior, el apoyo que su sector brinda a la formación profesional de calidad en nuestra casa de estudios.

Agradezco la atención que tiene con nuestros estudiantes, reciba un afectuoso saludo.

**ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE.**

**ATENTAMENTE**

**DRA. HEIDI GABRIELA ESTRADA CÁLIX**  
**COORDINADORA**

Av. Universidad s/n, Zona de la Cultura, Col. Magisterial,  
Villahermosa Centro, Tabasco, Mex. C.P. 86640.  
Tel (993) 358 15 00 E-Mail: dirección.drc@ujat.mx  
www.ujat.mx

## Anexo 2

### Visita y permiso al dueño de la tienda



## 1. Fragmento de transcripción

**Min. 0.14 – Entrevistador:** ¿Usted por qué considera que sus clientes dejan de asistir a la tienda o que vea alguna baja en sus ventas?

**Participante:** A veces cuando dejan de venir es porque falta algún producto de los que ellos prefieran. Sobre todo, si hay algún precio que no les agrade.

**Min. 1:06 – Entrevistador:** ¿Cuál es su competencia directa en la zona?

**Participante:** La Sánchez, Monterrey, OXXO y las tienditas que hay alrededor.

**Min. 1:36 – Entrevistador:** ¿Qué considera usted que los identifica o que le guste a sus clientes de Abarrotes Miguelito?

**Participante:** Pues, la base del éxito de este negocio es lo que hace que los clientes nos prefieran, en la tienda encuentran casi todo lo que necesitan. Es una tienda bien completa, hay papelería, frutas y verduras, salchichería, abarrotes, perfumería, o sea hay de todo.

**Min. 2:28 – Entrevistador:** ¿Usted maneja algún tipo de publicidad?

**Participante:** No, no estamos manejando publicidad por el momento, solamente la página de Facebook y a veces cuando patrocinamos un evento del gimnasio de un vecino.

**Min. 2:47 – Entrevistador:** ¿Y le gustaría implementar algún tipo de publicidad o considera que con eso es suficiente?

**Participante:** Pues sí y a la vez no, porque sí, yo he estado con lo de obviamente anunciararme en la radio, en televisión y ponerme en espectaculares, pero a raíz de que ha habido mucha inseguridad aquí en el estado, decidimos quedarnos reservados en ese sentido.

**Min. 3:30 – Entrevistador:** ¿Cómo maneja los bonos y patrocinio del gimnasio?

**Participante:** Ahí pues, apoyamos al compañero del gimnasio y él nos apoya con sus spots, él manda a grabar y ya son los artículos que hace de repente hay dependencias del gobierno que vienen a pedirnos algún apoyo por el Día de las Madres, el Día del Padre y pues ahí apoyamos con algo.

**Min. 4.28 – Entrevistador:** ¿Qué es lo que más comentan sus clientes con respecto al servicio de la tienda?

**Participante:** Mayormente son comentarios positivos. Gente que entra aquí a la tienda, gente que se admira porque ven que está surtida, porque le ven varias cosas, entonces esa es la opinión principal.

**Min. 4:57 – Entrevistador:** Entonces ¿Considera que la experiencia de sus clientes es buena?

**Participante:** Sí, sí es muy buena de hecho

**Min. 5:06 – Entrevistador:** o ¿Podría implementar algo más para mantener su relevancia y competitividad frente a la competencia?

**Participante:** Ahorita lo que estamos tratando de ver, es como climatizar la tienda, por ejemplo, pero también preparar un poquito más a la gente que nos apoya, por la cuestión de la atención al cliente.

**Min. 6.59 – Entrevistador:** Entonces, ¿Usted considera que la comunidad local influye de manera significativa en la permanencia de este negocio?

**Participante:** Claro, por supuesto, estamos para servir a la sociedad, sobre todo a nuestra colonia y pues aquí las redes sociales nos han ayudado a que los clientes vengan de otras partes de la ciudad.

**Min. 8.20 – Entrevistador:** ¿Qué los distingue de la competencia?

**Participante:** que metemos promociones, por ejemplo, comúnmente los proveedores nos dan ciertas promociones, normalmente la tiendita de la esquina no da esas promociones.

**Min. 10.21 – Entrevistador:** ¿Usted cree que en el año hay una temporada donde tenga ventas bajas o se mantiene estable todo el año?

**Participante:** El promedio es regular aquí, o sea, casi todo el año es igual, pero sí, ciertamente, la semana que hay ventas menores, entre comillas, tenemos una iglesia y es semana santa, tenemos muchas gentes, realmente no nos afecta tanto.

**Min. 11.02 – Entrevistador:** ¿Han tenido algún problema de inseguridad?

**Participante:** Sí, hemos tenido algunos detalles, pero ya han sido circunstanciales, pero sí nos ha tocado que nos asalten seguidito.

**Min. 13.27 – Entrevistador:** ¿Cómo está ordenada la tienda?

**Participante:** Sí, el orden de la tienda influye, pues ahorita estamos enfocados a que el área donde están los refrigeradores estén los artículos snacks, estén las botanas, que es lo que más llama la atención del cliente, y ya de ahí pues tenemos todos los abarrotes, el área de perfumería, pastas, shampoos y los desechables.

## Anexo 3

### Encuesta semiestructurada

<b>DATOS SOCIODEMOCRÁFICOS</b> Descripción (opcional)	<b>Las seguridad en el entorno de las tiendas de abarrotes</b>
<b>1. Edad *</b> <input type="radio"/> Menos de 18 años <input type="radio"/> 18 a 30 años <input type="radio"/> 31 a 45 años <input type="radio"/> 46 a 60 años <input type="radio"/> Más de 60 años	El objetivo de esta encuesta es evaluar que tan seguro se siente el cliente en el entorno de las tiendas de abarrotes y si este factor podría afectar a largo plazo.
<b>2. Género *</b> <input type="radio"/> Masculino <input type="radio"/> Femenino	Instrucciones Ler el Consentimiento informado que está en el link: <a href="https://drive.google.com/file/d/1KtIVRlPo8A8Ai3-1cRQTeOyVcDlytX/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1KtIVRlPo8A8Ai3-1cRQTeOyVcDlytX/view?usp=sharing</a> Elegir una opción de la escala y estas indican el valor que le esta dando a las categorías
<b>Firma del Consentimiento informado *</b> <input type="radio"/> Acepto <input type="radio"/> No acepto	

#### Caso: La seguridad en el entorno de abarrotes Miguelito

#### Introducción

Conocer la opinión de las personas acerca de que tan importante es la seguridad en el entorno de la tiendo y como eso influye en sus decisiones de compra.

#### Apertura de la encuesta

- Objetivo de la encuesta e Instrucciones para el encuestado.
- Garantizar confidencialidad y pedir el permiso de consentimiento.

#### Bloque 1- Datos sociodemográficos

- 1- Edad, género, estado civil
- 2- Ingresos, zona donde vive

#### Bloque 2 – Seguridad

1- ¿Qué tan importante es para usted la seguridad del entorno de la tienda o supermercado a la que acude a hacer sus compras?

2- ¿Qué medidas de seguridad considera usted que las tiendas deban implementar en su entorno o establecimiento?

### **Bloque 3 – Afluencia de clientes**

1- En función de la seguridad ¿Usted qué tan frecuente ha reducido las visitas a este tipo de negocios?

2- ¿Qué factor considera más importante al elegir este tipo de negocios?

3- ¿En qué horario suele ir a la tienda con mayor frecuencia?

### **Bloque 4 – Competencia**

1- ¿Con qué frecuencia a optado por comprar en otra tienda considerándola más segura?

2- Marca las tiendas de abarrotes o supermercados que conozcas.

3- ¿Qué tan agradable es el ambiente general (iluminación, música, orden) de las tiendas que seleccionó en comparación con otras tiendas?

### **Bloque 5 – Preferencias**

1- ¿En qué lugares prefiere hacer sus compras?

2- ¿Cuál sería la causa por la que usted dejaría de acudir a tiendas de abarrotes?

### **Cierre**

Agradecer su tiempo y participación

## Anexo 4

### Entrevistas



ENTREVISTADOR NUEVO - Word (Error de activación de productos)

Correspondencia Revisar Vista ¿Qué desea hacer?

AaBbCcDd AaBbCcDd AaBbCcC AaBbCcE AaB AaBbCcD AaBbCcDd AaBbCcDd

Normal Sin espaciado Título 1 Título 2 Título Subtítulo Énfasis sutil Énfasis

Párrafo Estilos

3 · 2 · 1 · 1 · 2 · 1 · 2 · 3 · 1 · 4 · 1 · 5 · 1 · 6 · 1 · 7 · 1 · 8 · 1 · 9 · 1 · 10 · 1 · 11 · 1 · 12 · 1 · 13 · 1 · 14 · 1 · 15 · 16 · 17 · 18 ·

Hola, buenos días. Estamos hablando con la primera persona del día que es nueva vieniendo aquí a la tienda de Abarrotes, Miguelito. Al momento de concluir esta entrevista, ¿hubo alguna pregunta que no entendió o que le pareció ambigua?

No, todas las preguntas las entendí bien.

¿Considera que alguna pregunta fue demasiado larga o complicada?

No, han estado bien explicadas las preguntas.

¿Qué temas o preguntas crees que deberían incluirse en la encuesta que nos abordaron?

Ninguna.

¿Qué formato o estructura de encuesta prefiere En linea presencial o telefónica?

En linea.

¿Alguna falla que detectó en la encuesta? ¿Algún margen de error de ortografía?

Ninguna.

¿Qué podemos mejorar para hacer otra entrevista futura?

Todo está bien por el momento.

¿con quién tengo el gusto? Landy Lucero, Asensio Rodríguez.

¿Eres nueva vieniendo a la tienda?

Sí, es el primer día que he estado llegando aquí.

¿Qué te motivó a venir aquí?

La gente me... Dice de esta tienda que siempre está surtida, que tiene papelería igual. Muchísimas gracias, gracias por su entrevista. Gracias.

# **Anexo 5**

## **Consentimiento informado**

