



# 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.

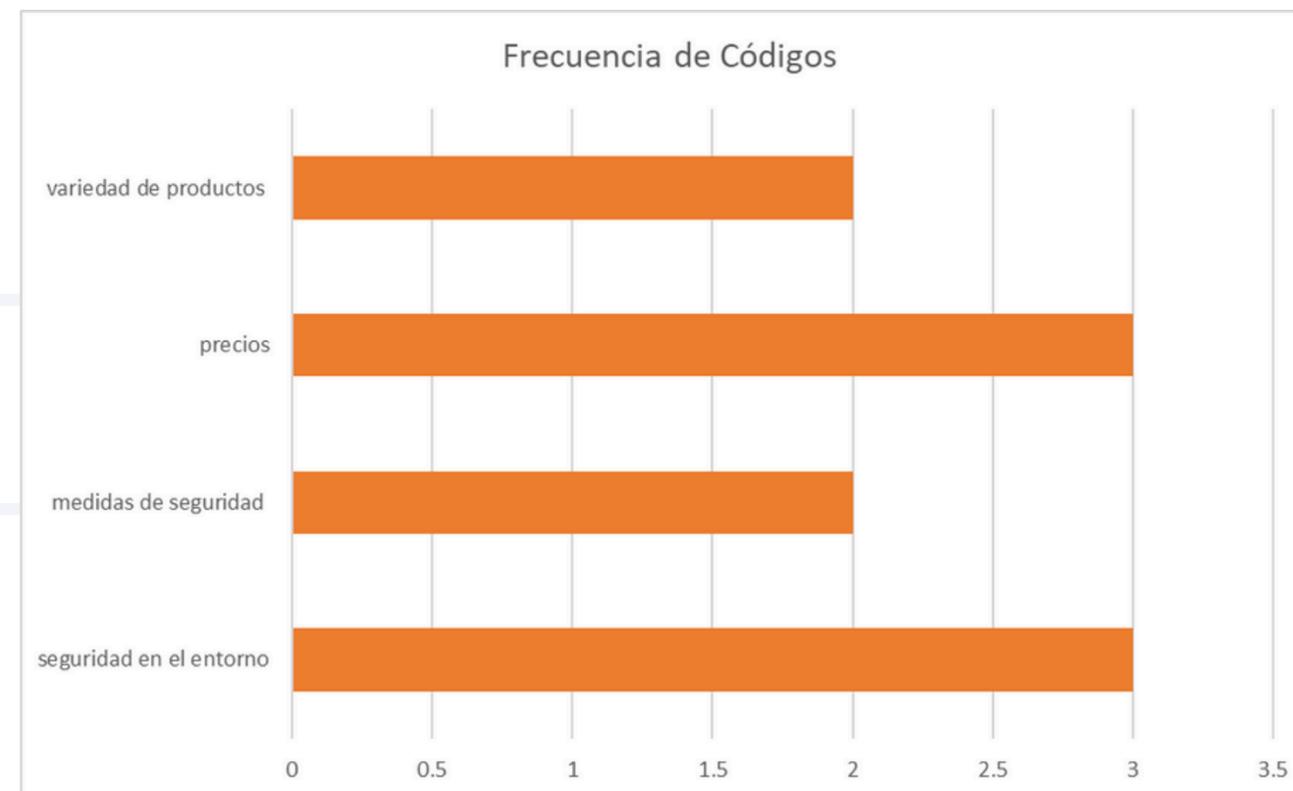
# Hallazgos cualitativos

1.

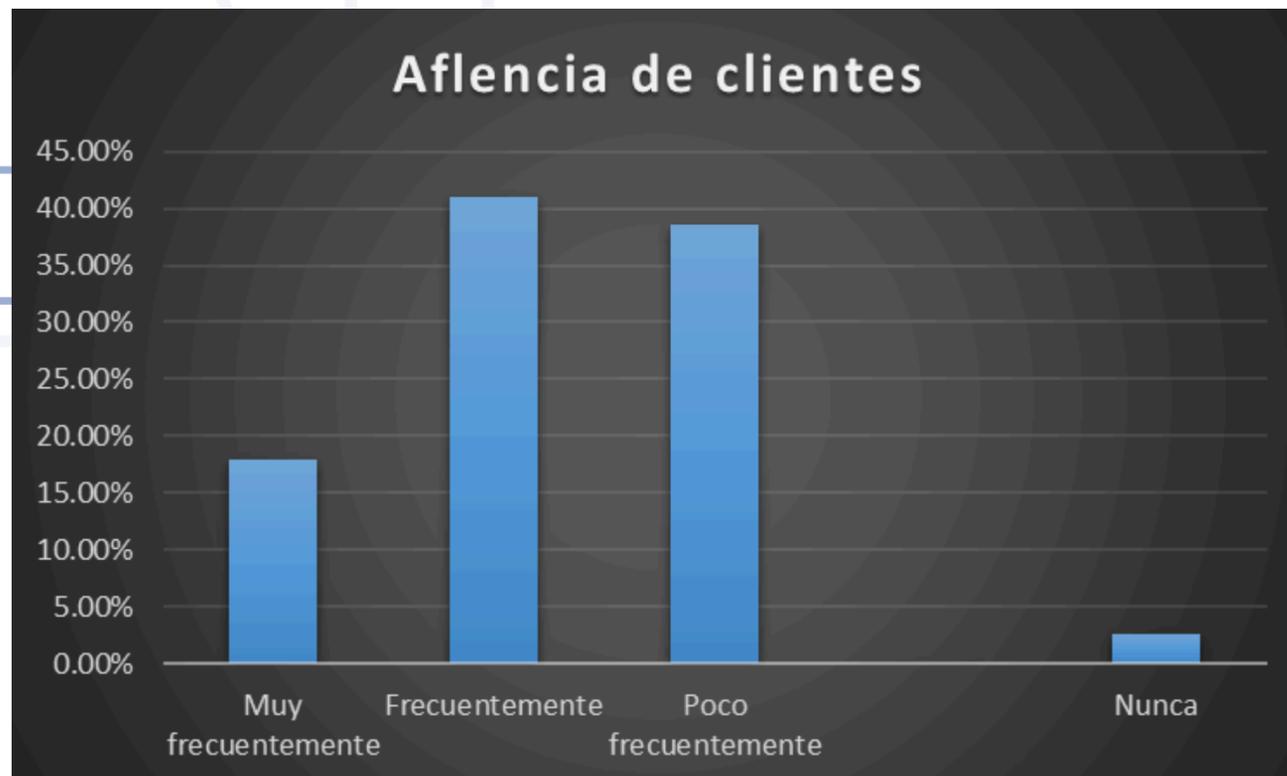
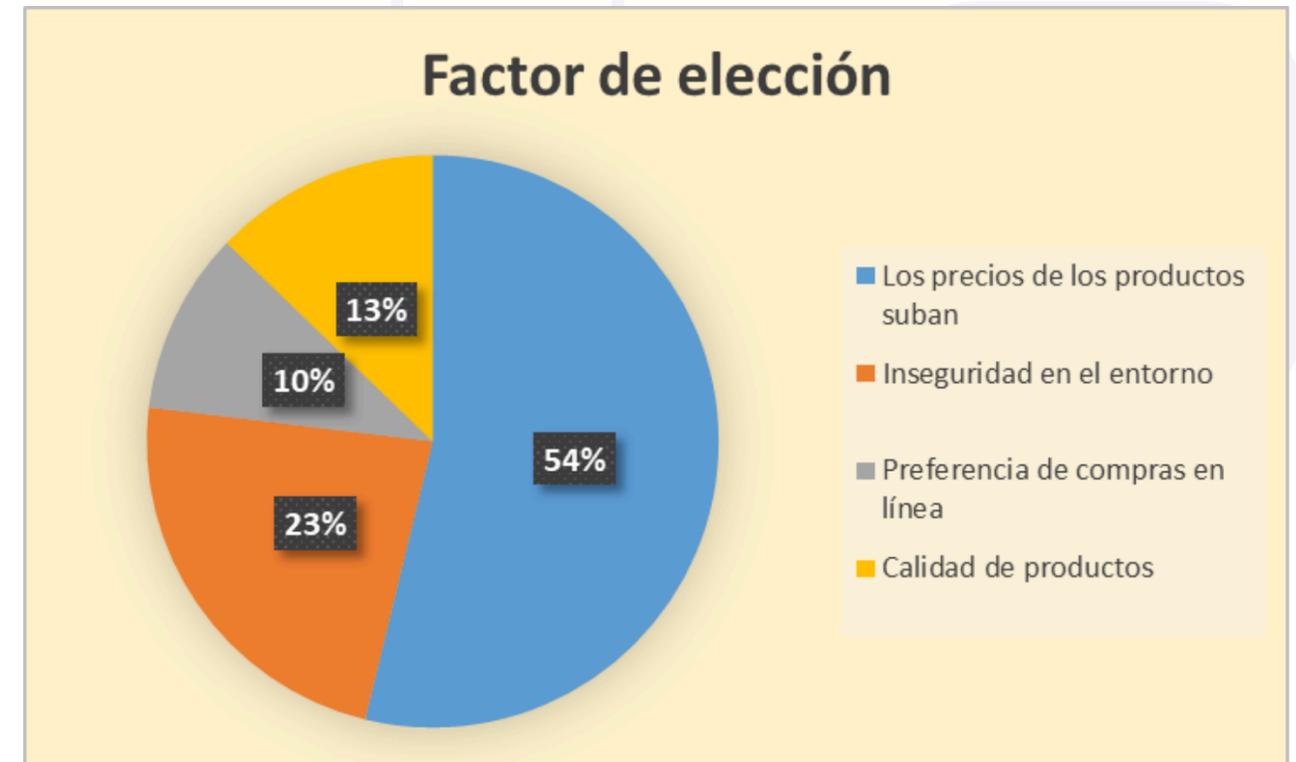
**Cita clave (percepción de seguridad):** "Me gustaría que hubiera vigilancia en la puerta, así nos sentimos más confiados al venir a comprar durante el día, especialmente en la noche"

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
<b>Seguridad</b>	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 <b>82.1%</b> considera totalmente importante la seguridad del entorno y el <b>53.8 %</b> opina que las cámaras de seguridad son la mejor medida preventiva.	La seguridad representa un factor decisivo en la elección y permanencia del cliente.
<b>Afluencia de clientes</b>	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 <b>41 %</b> ha reducido sus visitas por inseguridad y el <b>48.7 %</b> compra en horario de tarde. El <b>43.6 %</b> prioriza el precio sobre otros factores.	La seguridad en horarios de la tarde y los precios accesibles mantienen a los clientes en la tienda.
<b>Competencia</b>	Los clientes mencionan que algunas tiendas cercanas o supermercados transmiten mayor seguridad por su ambiente ordenado e iluminación adecuada.	El <b>35.9 %</b> ha cambiado de tienda por inseguridad y el <b>48.7 %</b> percibe el ambiente del local como agradable.	Mejorar el entorno físico y la percepción de seguridad podría retener más a los clientes.
<b>Preferencias</b>	Los consumidores asocian los supermercados como más seguros, sin embargo también prefieren las tiendas de abarrotes con precios accesibles.	El <b>46.2 %</b> prefiere supermercados, el <b>33.3 %</b> tiendas de abarrotes, y el <b>23.1 %</b> 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

## 1. Mejorar la iluminación y seguridad en el entorno de la tienda

Objetivo:

- Aumentar la sensación de seguridad de los clientes y reducir el miedo a acudir al establecimiento, especialmente en horarios nocturnos.

### Acciones:

- Comprar 2 a 3 lámparas LED exteriores de bajo consumo.
- Instalar cámaras visibles para disuadir posibles robos.
- Solicitar apoyo de los vecinos para mantener limpia e iluminada la banqueta frente al negocio.

### Responsable:

- Microempresario (Miguel Ángel López).

Plazo:

- 2 semanas.

Indicadores de éxito:

- Mayor afluencia en horarios vespertinos.
- Comentarios positivos de clientes sobre la seguridad.

# Plan de implementación

## 2. Crear un programa de recompra o descuentos para clientes frecuentes

Objetivo:

Incrementar la fidelización y recompra de clientes habituales mediante incentivos sencillos y accesibles.

### Acciones:

- Crear una tarjeta de cliente frecuente (puede imprimirse en hojas A4 cortadas en tarjetas pequeñas).
- Sellar o marcar una casilla por cada compra mayor a \$50.
- Ofrecer un 10 % de descuento o producto gratis al llenar la tarjeta.
- Promocionar el programa en el mostrador y por WhatsApp.

### Responsable:

- Microempresario (Miguel Ángel López).

Plazo:

- 1 mes para una mejor preparación.

Indicadores de éxito:

- Número de tarjetas entregadas.
- Clientes que regresan y completan su tarjeta.
- Incremento en frecuencia de compra.

# Plan de implementación

## 3. Formalizar canal de atención por WhatsApp Business con mensajes automáticos

Objetivo:

Fortalecer la comunicación con los clientes, agilizar pedidos y mantener la cercanía del negocio, incluso en horarios no laborales.

### Acciones:

- Crear una cuenta oficial en WhatsApp Business con el número del negocio.
- Redactar mensajes automáticos: bienvenida, horarios, promociones y catálogo.
- Promocionar el canal en la tienda física y redes locales.

### Responsable:

- Microempresario (Miguel Ángel López).

Plazo:

- 3 semanas

Indicadores de éxito:

- Número de clientes que envían mensajes.
- Respuestas automáticas funcionando correctamente.
- Aumento de pedidos o consultas por el canal digital.

# Plan de Implementación de 3 meses

Actividad / Área	MES 1	MES 2	MES 3
Mejorar iluminación y seguridad	Iluminación y seguridad		
Programa de recompra o descuentos		Programa de descuento	
Canal de atención por WhatsApp Business			WhatsApp Business

# Cierre y preguntas

# AGRADECIMIENTOS



Queremos agradecer sinceramente al microempresario Miguel Ángel López, propietario de Abarrotes Miguelito, por su tiempo, disposición y apertura para colaborar en esta investigación.

También agradecemos a nuestra profesora y compañeros por su orientación y apoyo durante todo el proceso.

Este trabajo nos permitió comprender mejor cómo factores como la seguridad, la confianza y la comunicación influyen en la fidelización de los clientes, y cómo pequeñas acciones pueden generar un gran impacto en los negocios locales.

# 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/P (Plan)**



**Luz Conchita Espinosa Magaña**

**Analista cualitativo y cuantitativo.**



**Oswaldo José Leyva López**

**logística/campo, redacción/visual.**





## **Invitación a preguntas:**

**Con esto concluimos nuestra presentación.**

**Agradecemos su atención y ahora con gusto abrimos el espacio para preguntas o comentarios que deseen compartir.**



# 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 13

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 14

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.