



# UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

## Integrantes

Espinosa Magaña Luz Conchita

Jimenez Lopez Daniela

Leyva López Oswaldo José

López Ozuna Juan Sebastián

Brief del Caso de Investigación de Mercados

**Docente:** Dra. Minerva Camacho Javier

**Asignatura:** Investigación de Mercados

5to semestre-Grupo LLM

**Ciclo:**02-2025

# **Brief del caso de Investigación de Mercados Abarrotes Miguelito**

## **Título del proyecto:**

Inseguridad en el entorno y la relación con la afluencia de clientes.

### **1. Antecedentes**

La tienda abarrotes Miguelito ha enfrentado durante mucho tiempo situaciones de inseguridad en su entorno, problema el cual afecta a varias tiendas no solo con sus productos, sino con la seguridad y confianza de los clientes al acudir al establecimiento.

### **2. Objetivo general**

Analizar que opinan los clientes sobre la inseguridad en el entorno como afectación de la afluencia de la tienda abarrotes Miguelito.

### **3. Preguntas de investigación:**

1. ¿Qué percepción tienen los clientes sobre la inseguridad en el entorno de Abarrotes Miguelitos?
2. ¿Cómo influye esta percepción de inseguridad en su visita y recompra frecuente?
3. ¿Hasta qué punto la inseguridad tiene un impacto en la recomendación del negocio (NPS)?
4. ¿Qué factores de seguridad valora más el cliente al elegir entre Miguelitos y la competencia?
5. ¿Qué medidas podrían incrementar la lealtad de los clientes y la sensación de seguridad?

### **4. Objetivos específicos**

3. Medir el efecto producido en la opinión pública por la inseguridad en la zona.
4. Identificar cómo el entorno de la tienda influye en la confianza y comodidad de los consumidores.

5. Medir la afluencia de clientes antes y después de incidentes relacionados con la inseguridad.
6. Comparar las preferencias de compra de los clientes entre Miguelitos y la competencia que opera en zonas percibidas como más seguras.

#### **4. Alcance**

- **Población objetivo:** Clientes de las tiendas de abarrotes o supermercados
- **Cobertura:** Encuestas y entrevista presenciales en zonas cercanas al establecimiento (comunidades cercanas)
- **Periodo de levantamiento:** 10 al 20 de septiembre

#### **5. Metodología**

- **Fase cualitativa:**
  - Mapa de actores (ya elaborado).
  - Encuestas semiestructuradas a 10 estudiantes (clientes y no clientes).
  - Notas de campo y matriz de códigos para análisis temático.
- **Fase cuantitativa**
  - Encuesta estructurada (ya establecida en un formulario digital, con título, objetivo, categorías y preguntas).
  - Muestra estimada: 40 clientes

#### **6. Entregables**

1. Mapa de actores (completado).
1. Brief del proyecto (este documento).
2. Versión final del instrumento de recolección de datos.
3. Transcripciones y notas de campo + matriz de códigos.
4. Análisis de resultados (cuali + cuanti).

5. Informe final con conclusiones y recomendaciones.

6. Presentación ejecutiva para el comité académico.

## 7.Cronograma

Actividad	Fecha
Validación del instrumento	11/09/2025
Levantamiento de datos	12–20/09/2025
Procesamiento y análisis	21–28/09/2025
Elaboración de informe final	29/09–03/10/2025
Presentación final	05/10/2025

## 8.Recursos necesarios

- Formatos digitales en forms de encuestas.
- Accesos a software de análisis cualitativo y estadístico.
- Formatos de consentimiento informado para los encuestados.
- Dispositivo para grabación de entrevista.
- Permisos y apoyo de personas para difundir encuesta digital en la comunidad.