

**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA  
DE TABASCO**

**Reporte descriptivo de insights**

**Integrantes:**

Espinosa Magaña Luz Conchita

Jimenez Lopez Daniela

Leyva López Oswaldo José

Investigación de Mercados

Dra. Minerva Camacho Javier

18/10/25

## Introducción

El reporte presenta los insights que se obtuvieron a partir del análisis cualitativo y cuantitativo de la investigación sobre la seguridad en el entorno de la tienda abarrotes Miguelito y como afecta la afluencia de clientes. Los hallazgos se derivan de entrevistas y encuestas y se buscan orientar decisiones estratégicas de mercadotecnia y servicio.

## Metedología resumida

- **Técnicas utilizadas:** entrevista en profundidad (n=3), encuesta estructurada (n=39).
- **Periodo de levantamiento:** Del 20 de septiembre al 2 de octubre de 2025
- **Perfil de participantes:** Clientes frecuentes y no tan frecuentes, de la tienda abarrotes Miguelito o de cualquier tienda de abarrotes de entre 18 a 45 años.

## Presentación de Insights

### Insight 1: “La seguridad, un factor decisivo de elección”

- **Descripción:** Para los clientes la seguridad en el entorno es un factor de suma importancia al momento de hacer sus compras en la tienda de abarrotes.
- **Evidencia:**
  - “Sí, me parece importante la seguridad en el entorno de la tienda” (E2)
  - El 82.1% de los encuestados considera que la seguridad en el entorno de la tienda es “totalmente importante”.
- **Implicación:** Se debe mejorar la seguridad en las tiendas, por lo que los dueños deben invertir en medidas de seguridad visibles, para mantener y reforzar la confianza del cliente.

## **Insight 2: “Cámaras de seguridad, si refuerzan la confianza”**

- **Descripción:** Los clientes valoran altamente la presencia de medidas de seguridad en los negocios.
- **Evidencia:**
  - Más de la mitad de los encuestados (53.8%) señaló las cámaras de seguridad como la medida más importante para sentirse seguros dentro o cerca de los negocios.
  - “Me gustaría que hubiera vigilancia en la puerta, así nos sentimos más confiados al venir a comprar durante el día, especialmente en la noche” (E2)
- **Implicación:**

Los negocios deben invertir en sistemas de video vigilancia y reforzar la seguridad en el perímetro donde se encuentra la tienda para mejorar la experiencia del cliente, aumentar la fidelidad y proyectar una imagen de confianza.

## **Insight 3. “El precio domina la elección del cliente”**

- **Descripción:**

Al elegir un negocio, el factor más determinante para los clientes es el precio, seguido de la seguridad del entorno y la variedad de productos.

- **Evidencia:**

- Casi la mitad de los encuestados (43.6%) prioriza los precios al momento de elegir dónde comprar.
- “La gente me dice que esta tienda siempre está surtida y tienen buenos aprecio, además tiene papelería” (E1)

- **Implicación:**

Las empresas deben mantener precios competitivos sin descuidar la seguridad y la calidad del servicio, equilibrando ambas dimensiones para retener y aumentar la afluencia de clientes.

#### **Insight 4: “Los supermercados inspiran más confianza y comodidad”**

- **Descripción:**

Aunque las tiendas de abarrotes son parte del entorno cotidiano, la mayoría de los consumidores (46.2%) prefiere realizar sus compras en supermercados, percibiéndolos como espacios más seguros, cómodos y organizados. Esta preferencia está relacionada con la sensación de protección y vigilancia que estos lugares ofrecen.

- **Evidencia:**

- 46.2% de los encuestados prefiere comprar en supermercados.
- “Pues yo diría que hubiera como vigilancia en la puerta... sería más seguro.” (E2)

- **Implicación:**

Las tiendas de abarrotes, como “Abarrotes Miguelito”, pueden fortalecer su competitividad implementando medidas visibles de seguridad (por ejemplo, cámaras o vigilancia), lo cual aumentaría la confianza y comodidad del cliente, acercando su experiencia a la de un supermercado.

## **Insight 5: “El precio como factor decisivo para la permanencia del cliente”**

- **Descripción:**

Más de la mitad de los encuestados (53.8%) dejaría de acudir a tiendas de abarrotes si los precios aumentan. Los consumidores son sensibles a los cambios de costo y asocian la tienda con la posibilidad de ahorro. Además, los nuevos clientes como Landy valoran el surtido y la buena reputación del lugar, por lo que el precio competitivo se convierte en un elemento clave para mantener su interés y fomentar la recompra.

- **Evidencia:**

- 53.8% de los encuestados mencionó que dejaría de acudir si los precios suben.
- “La gente me dice de esta tienda que siempre está surtida, que tiene papelería igual.” (E2)

- **Implicación:**

Para conservar la lealtad del cliente y atraer nuevos compradores, “Abarrotes Miguelito” debe mantener precios accesibles y resaltar su ventaja competitiva en variedad y disponibilidad de productos. Implementar promociones visibles y estrategias de comunicación que refuercen la idea de “buen precio y surtido completo” ayudará a fidelizar tanto a los clientes frecuentes como a los nuevos visitantes.

## Resumen visual

Insight	Evidencia clave	Implicación
La seguridad, un factor decisivo de elección	El 82.1% opina que la seguridad es totalmente importante.	Invertir en medidas de seguridad visibles.
Cámaras de seguridad, si refuerzan la confianza	El 53.8% cree que las cámaras de seguridad son una buena solución.	Invertir en sistemas de video vigilancia
El precio domina la elección del cliente	43.6% prioriza los precios.	Mantener precios competitivos
Los supermercados inspiran más confianza y comodidad	46.2% prefieren hacer compra en supermercados.	Fortalecer competitividad en la comodidad y confianza del entorno y ambiente.
El precio como factor decisivo para la permanencia del cliente	53.8% dejarían las tiendas de abarrotes si suben los precios.	Mantener precios accesibles y resaltar su ventaja competitiva en variedad

## Conclusiones generales

- Los insights muestran que la seguridad y el precio son los factores clave en la elección del cliente.
- Las oportunidades están en invertir en medidas de seguridad visibles y mantener los precios accesibles.
- Mejorar la comodidad y el ambiente puede hacer más competitiva la tienda de abarrotes frente a los supermercados.

## Próximos pasos sugeridos

- Implementar medidas visibles de seguridad (cámaras, señalización, vigilancia).
- Revisar la estrategia de precios para mantenerlos competitivos y accesibles.
- Mejorar la experiencia del cliente mediante mayor comodidad, orden y atención.
- Monitorear la satisfacción del cliente para evaluar el impacto de las mejoras.

