



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS

Docente: Dra. Minerva Camacho Javier

Asignatura: Investigación de Mercados

5to semestre-Grupo LLM

Ciclo:02-2025

Caso y Mapa de Actores

Integrantes:

Espinosa Magaña Luz Conchita

Jiménez López Daniela

Leyva López Oswaldo José

López Ozuna Juan Sebastián

Introducción

Abarrotes Miguelito es una microempresa fundada en 1975 por el Sr. Miguel Ángel López Camelo y la Sra. Sebastiana Silva García. Su propuesta se centra en ofrecer productos de alta calidad, frescos y auténticos, a precios justos. Con el tiempo, la empresa ha logrado expandirse en la colonia Gaviotas Norte, abriendo dos sucursales adicionales. Su público objetivo son personas entre 20 y 30 años, aunque también atrae a un público joven en general. El verdadero reto consiste en seguir adaptándose a las nuevas tendencias del mercado y mantener su relevancia frente a la competencia.

Contexto del servicio

Abarrotes Miguelito es un negocio familiar que ha logrado mantenerse vigente y en crecimiento durante casi cinco décadas. A lo largo de todos estos años, ha sabido ganarse la confianza y preferencia de su comunidad gracias a un servicio comprometido, cercano y de calidad. Uno de sus principales valores es la atención personalizada que ofrecen a cada cliente, con un horario amplio que va desde las 7 de la mañana hasta las 11 de la noche, lo que permite atender tanto a quienes inician su día temprano como a los que hacen sus compras al final de la jornada.

El personal que labora en Abarrotes Miguelito se distingue por su trato amable y cordial. Además, están capacitados para brindar orientación y apoyo al cliente, lo que genera una experiencia de compra más cómoda y agradable. Más allá del buen servicio, otro de los pilares del negocio es la gran variedad de productos que ofrecen. Desde alimentos básicos hasta artículos de limpieza, bebidas, dulces y mucho más, siempre buscan tener lo que sus clientes necesitan. Esto es posible gracias a una red sólida de proveedores con quienes mantienen relaciones de confianza y colaboración constante.

Abarrotes Miguelito también ha sabido adaptarse a las necesidades actuales del consumidor, incorporando servicios adicionales como el pago de servicios (agua,

luz, teléfono, etc.) y recargas telefónicas, lo cual convierte a la tienda en un punto práctico y accesible para resolver varias necesidades del día a día en un solo lugar.

En cuanto a los productos con mayor rotación, destacan artículos de consumo diario como huevos, jamón, quesos, tortillas y leche. Estos son esenciales en la mayoría de los hogares, por lo que representan una parte importante de las ventas. Por otro lado, hay productos que tienen menor salida, como algunas marcas de galletas (por ejemplo, Galletas Gamesa), refrescos, curitas, pastillas de baño, Suavitel libre y ciertos tipos de enjuagues.

Con respecto a los precios, Abarrotes Miguelito analiza el mercado y la competencia. Esta estrategia les permite ofrecer precios competitivos, especialmente en productos de alta demanda, sin comprometer la calidad. Su objetivo es claro: seguir siendo una opción accesible y confiable para las familias que los han acompañado durante generaciones.

Análisis del entorno

En su sucursal principal, Abarrotes Miguelito cuenta con un equipo de 9 trabajadores, quienes desempeñan un papel fundamental en el funcionamiento diario del negocio. Cada uno de ellos aporta con su experiencia, compromiso y trato cordial para garantizar que los clientes reciban una atención de calidad en todo momento.

La mayoría de los clientes que acuden con regularidad provienen de la colonia Gaviotas Norte, una comunidad que ha crecido junto con el negocio y que forma parte esencial de su historia. En cuanto a la competencia, el negocio enfrenta retos constantes, especialmente con tiendas como Súper Sánchez y Monterrey, que también tienen presencia en la zona. Sin embargo, Abarrotes Miguelito ha sabido diferenciarse gracias a su trato personalizado, sus precios competitivos y el sentido de comunidad que lo distingue. A lo largo de los años, esta tienda ha demostrado que no solo se trata de vender productos, sino de crear relaciones duraderas con sus clientes.

Oportunidades del servicio

En cuanto a la promoción del negocio, Abarrotes Miguelito ha optado por estrategias de publicidad tradicionales pero efectivas, que han contribuido a mantener su presencia y reputación en la comunidad. Uno de los métodos principales que utilizan es de boca a boca, una forma de recomendación que nace directamente de la experiencia positiva de sus propios clientes. Sin embargo, podrían buscar más estrategias de publicidad o promoción para que haya un flujo de personas mayor a la cantidad actual y sean más conocidos.

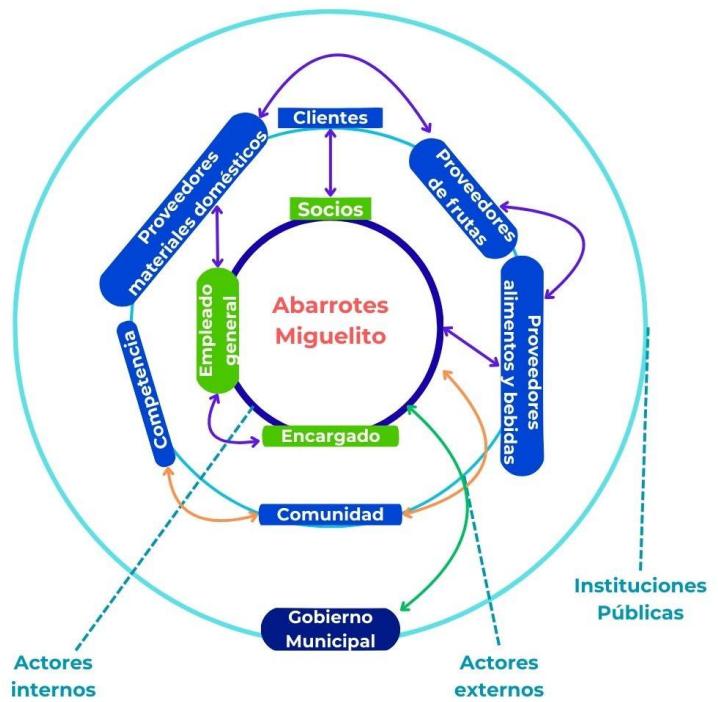
Problemas o retos destacados

A pesar de su sólida trayectoria y el reconocimiento en la comunidad, Abarrotes Miguelito también enfrenta algunos retos operativos que representan áreas de oportunidad para seguir mejorando su servicio. Uno de los principales desafíos es la organización de sus pedidos y productos, un aspecto fundamental para mantener la eficiencia interna y una buena experiencia para el cliente.

En ocasiones, se ha detectado falta de orden en los exhibidores, lo que puede dificultar la visibilidad de ciertos productos o dar una impresión de descuido. Esto no solo afecta la estética del punto de venta, sino también las decisiones de compra del cliente, ya que un espacio mal organizado puede hacer que productos clave pasen desapercibidos.

Otro problema recurrente está relacionado con la gestión de mermas. Por ejemplo, se han identificado situaciones en las que los productos que ya no están en condiciones óptimas para la venta permanecen en los estantes, o bien, no se registra adecuadamente su salida del inventario. Esta práctica de "dejar cambios de mermas" puede impactar tanto en la percepción del cliente como en el control de stock y en la rentabilidad del negocio.

Mapa de Actores

Marco de trabajo/reto: ¿Cómo podría mejorar la experiencia del cliente en Abarrotes Miguelito para mantener su relevancia y competitividad frente a la competencia?	Observaciones Aunque el cliente interactúa principalmente con los empleados, en ocasiones también se da contacto directo con los socios (dueños), por ejemplo, al resolver quejas o dar sugerencias.
Actores implicados: <ul style="list-style-type: none">- Clientes- Socios- Empleados- Proveedores: Bimbo, Sabritas, Gamesa, Lala, etc.- Competencia: Súper Sánchez, Monterrey.- Comunidad local- Gobierno municipal / Reguladores: permisos de operación, salud, comercio.	<p>La relación entre los proveedores y el cliente es indirecta: los empleados y socios son quienes gestionan las entregas y exhibiciones de productos.</p> <p>La comunidad local influye de manera significativa en la permanencia del negocio, ya que las recomendaciones boca a boca refuerzan la lealtad.</p>  <p>Este diagrama es un Mapa de Actores que ilustra las complejas relaciones entre los stakeholders de Abarrotes Miguelito. Se representan los actores principales en el centro y sus interacciones a través de flechas. Los actores principales incluyen a los Clientes (azul), Socios (verde), Empleado general (verde), Encargado (verde), Comunidad (azul), Gobierno Municipal (azul) y Proveedores (varios colores: azul, verde, naranja). Los proveedores están agrupados en tres categorías: Proveedores materiales domésticos (incluyendo Bimbo, Sabritas, Gamesa, Lala, etc.), Proveedores de frutas y Proveedores alimentos y bebidas. Existe una retroalimentación constante entre los actores principales y los proveedores. Los actores se agrupan en tres círculos concéntricos: el interior (Actores internos), el medio (Actores externos) y el exterior (Instituciones Públicas). Se observa una interacción entre la Comunidad y el Gobierno Municipal, así como entre el Gobierno Municipal y las Instituciones Públicas.</p>

Referencias

Sanchez, C. (s. f.). *Portada – Normas APA*. <https://normas-apa.org/estructura/portada/>

Sanchez, C. (s. f.-b). *Tipo y tamaño de fuente – Normas APA*. <https://normas-apa.org/formato/tipo-y-tamano-de-fuente/>

Sanchez, C. (s. f.-c). *Títulos y subtítulos – Normas APA*. <https://normas-apa.org/formato/titulos-y-subtitulos/>

Design Thinking España. (2025, 22 mayo). *El mapa de actores o mapa de stakeholders como herramienta*. <https://xn--designthinkingespaa-d4b.com/mapa-de-actores-diseno-de-servicios>