



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
División Académica de Ciencias Económico-Administrativas



Materia:

Marketing de Servicios

Profesora:

Prof. Minerva Camacho Javier

Microempresa: Arre-Krbon

Giro:

Servicio de comida rápida

Actividad 12

Dossier

Presenta:

Frida Silvana Rodríguez Moreno

Ximena Pedrero Pérez

Marisol Romero Camacho

Dayra Ayelen Salgado Madrid

Ciclo 02-2025

Índice

Introducción.....	3
Desarrollo del proyecto	4
Conclusiones.....	6
Anexos	7
Base de datos	7
Tarjeta de lealtad	7
Diagrama de Matriz 7Ps.....	8
Instrumentos aplicados	8
Evidencias gráficas.....	10

Introducción

El presente proyecto se desarrolló en colaboración con Arre-Krbon, un restaurante local especializado en la preparación de hamburguesas, boneless y tacos, reconocido por su sabor y ambiente juvenil. El negocio forma parte del sector gastronómico informal que, en los últimos años, ha experimentado una creciente competencia debido al aumento de establecimientos similares y a la importancia de la presencia digital como factor clave para atraer y retener clientes.

El propósito principal del proyecto fue mejorar el ambiente del local, fortalecer la fidelización de los clientes y aumentar las ventas mediante estrategias de marketing y comunicación digital. Asimismo, se buscó potenciar la visibilidad del restaurante en redes sociales, generando una identidad de marca más coherente y atractiva para su público meta.

Desde la perspectiva de la Mercadotecnia de Servicios, el enfoque aplicado permitió analizar y optimizar la experiencia del cliente a lo largo de su interacción con el negocio, integrando herramientas como el mapa de viaje del cliente (CJM), SERVQUAL y estrategias de posicionamiento. Este enfoque resultó clave para identificar puntos críticos en la atención y el servicio, así como para proponer soluciones que contribuyeran a la mejora continua y al crecimiento sostenible del microempresario.

Desarrollo del proyecto

Avance	Contenido resumido	Formato
Brief y Mapa de actores	Antecedentes, filosofía empresarial, descripción del negocio y actores clave en su funcionamiento	Herramienta visual + texto
CJM v1 + Hallazgos	Identificación de etapas del recorrido del cliente, puntos de contacto y oportunidades de mejora en la experiencia	Diagrama + texto
Insights priorizados	Hallazgos clave sobre ambiente, atención, promociones y platillos que influyen en la satisfacción y fidelización del cliente	Texto
STP + Posicionamiento	Definición de segmentos, público objetivo y posicionamiento con tácticas de comunicación, producto y promociones	Texto + tabla de clasificación
Matriz 7Ps	Matriz que integra estrategias de producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y evidencia física.	Tabla comparativa + diagrama
Blueprint v1	Mapa del recorrido del cliente identificando etapas, interacciones y puntos de mejora del servicio.	Tabla de clasificación
MVP + Plan de pruebas	Prototipo de plan de pruebas, desarrollo y seguimientos	Texto + tabla
Reporte de pruebas v1	Primeros resultados, hallazgos y ajustes	Texto + tabla y herramientas visuales

Instrumentos y base de datos	Base de datos, SERVQUAL, CSAT, CES, Kano	Tabla de datos + resumen
PDCA + KPIs/SLAs + Recovery	Plan de mejora continua, indicadores y recuperación	Tabla de datos + protocolo y resumen
Plan de marketing	Modalidades internas, externas y omni/relacionales	Resumen ejecutivo + cronograma

Conclusiones

A lo largo del desarrollo del proyecto con Arre-Krbon, el equipo logró identificar y analizar los principales factores que influyen en la experiencia del cliente y en la percepción del servicio dentro del restaurante. Entre los aprendizajes más relevantes destaca la importancia de crear un ambiente agradable y coherente con la identidad del negocio, ya que este elemento influye directamente en la satisfacción y fidelización de los consumidores.

Las estrategias implementadas permitieron fortalecer la presencia digital de la marca, mejorar la comunicación con los clientes a través de redes sociales y generar una comunidad más activa en torno al concepto del restaurante. Además, se establecieron indicadores de desempeño (KPIs) que facilitarán el seguimiento de resultados y la toma de decisiones basadas en datos.

El impacto observado en el microempresario se reflejó en una mayor conciencia sobre la relevancia del marketing de servicios y en la disposición para aplicar herramientas de mejora continua, orientadas a la calidad y a la atención personalizada.

Como recomendación para futuras fases, se sugiere dar continuidad a la gestión de redes sociales, mantener la medición periódica de la satisfacción del cliente e incorporar nuevas dinámicas de promoción que fortalezcan la fidelidad del público meta.

Anexos

Base de datos

ID Respondent	Instrumento	Dimensión o Pregunta	Respuesta	Comentario opcional
1	SERVQUAL	Capacidad de respuesta	8	Buena
2	SERVQUAL	Capacidad de respuesta	11	Moderado
3	SERVQUAL	Tangibilidad	13	Bueno
4	CSAT	Satisfacción de productos	13	Muy Satisfecho
5	CSAT	Satisfacción general	2	Excelente
6	CES	Nivel de esfuerzo y respuesta	7	Muy Satisfecho
7	Kano	Calidad unidimensional	6	Buena
8	Kano	Calidad requerida	6	Promedio
9	Kano	Calidad atractiva	5	Si influye, pero no siempre

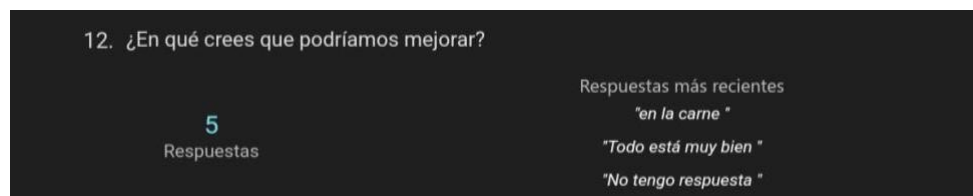
Tarjeta de lealtad



Diagrama de Matriz 7Ps



Instrumentos aplicados



Edad: 46 años

Frecuencia de visita: ☐ Primera vez ☐ Ocasionalmente ☒ Frecuentemente

1. ¿Tuviste la oportunidad de personalizar tu pedido (por ejemplo, término de cocción o condimentos)?
☒ Sí ☐ No
2. ¿Qué tan satisfecho(a) quedaste con la atención del personal al respetar tus preferencias en el pedido?
☐ Muy satisfecho(a) ☒ Satisfecho(a) ☐ Neutral ☐ Insatisfecho(a)
3. ¿Cómo calificarías el ambiente del lugar (música, decoración e iluminación)?
☒ Excelente ☐ Bueno ☐ Regular ☐ Malo
4. En general, ¿cómo fue tu experiencia en el establecimiento?
☒ Excelente ☐ Buena ☐ Regular ☐ Mala

Edad: 45 años

Frecuencia de visita: ☐ Primera vez ☐ Ocasionalmente ☒ Frecuentemente

1. ¿Tuviste la oportunidad de personalizar tu pedido (por ejemplo, término de cocción o condimentos)?
☐ Sí ☒ No
2. ¿Qué tan satisfecho(a) quedaste con la atención del personal al respetar tus preferencias en el pedido?
☒ Muy satisfecho(a) ☐ Satisfecho(a) ☐ Neutral ☐ Insatisfecho(a)
3. ¿Cómo calificarías el ambiente del lugar (música, decoración e iluminación)?
☐ Excelente ☒ Bueno ☐ Regular ☐ Malo
4. En general, ¿cómo fue tu experiencia en el establecimiento?
☒ Excelente ☐ Buena ☐ Regular ☐ Mala

ENCUESTA DE Satisfacción

EDAD: 89

1. ¿Cómo calificarías el tiempo de espera de tu pedido?
Rápido ☒ Moderado ☐ Lento ☐
2. ¿Qué aspecto de nuestro servicio o de la comida consideras que podríamos mejorar y por qué?
nada, todo está muy bien
3. ¿Qué tan satisfecho estás con el sabor y la textura de nuestro alimentos?
Muy satisfecho, cumple mis expectativas ☒ Moderadamente satisfecho, puede mejorar ☐ Insatisfecho, no cumple mis expectativas ☐
4. ¿Qué tan importante es para ti el ambiente del lugar al comer?
Muy importante ☒ Algo importante ☐ Poco importante ☐
5. ¿Qué tanto influye en tu decisión de compra que un local tenga promociones?
Mucho, suele influir en mi elección ☐ Algo, pero no siempre ☒ Nada, no influye en mi decisión ☐

ENCUESTA DE Satisfacción

EDAD: 59

1. ¿Cómo calificarías el tiempo de espera de tu pedido?
Rápido ☒ Moderado ☐ Lento ☐
2. ¿Qué aspecto de nuestro servicio o de la comida consideras que podríamos mejorar y por qué?
El tamaño, se dificulta al consumirla
3. ¿Qué tan satisfecho estás con el sabor y la textura de nuestro alimentos?
Muy satisfecho, cumple mis expectativas ☒ Moderadamente satisfecho, puede mejorar ☐ Insatisfecho, no cumple mis expectativas ☐
4. ¿Qué tan importante es para ti el ambiente del lugar al comer?
Muy importante ☒ Algo importante ☐ Poco importante ☐
5. ¿Qué tanto influye en tu decisión de compra que un local tenga promociones?
Mucho, suele influir en mi elección ☐ Algo, pero no siempre ☒ Nada, no influye en mi decisión ☐

Enlace de video (Pitch se servicio)

https://youtu.be/7bs_XjetJOw?si=kt9-ePQFjK4c_pK-