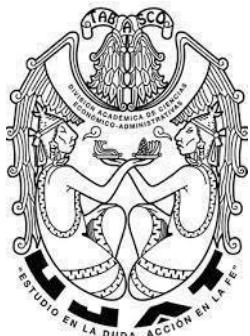




UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO.

División Académica De Ciencias Económico Administrativas.



**Tarea: 5**

**Matriz 7 Ps**

**Grupo: KLM**

**Licenciatura en Mercadotecnia.**

**Elaborado por:**

Guillermo Carrera Domínguez

Gordillo Clemente Mónica

Herrera Cruz Carolina

Ramírez Reyes Christopher

Reyes León Gerardo

**Materia:**

Mercadotecnia de servicios

**Docente:**

**Dra. Minerva Camacho Javier**

**Ciclo:**

Agosto 2025–Febrero 2026

VILLAHERMOSA, TABASCO.

27 DE SEPTIEMBRE DEL 2025

**Servicio:** Pescadería y restaurante (Pescadería Alex)

### Objetivo de la Matriz 7Ps

Identificar, evaluar y priorizar los riesgos asociados a los elementos de marketing mix para poder implementar estrategias que mitiguen y garanticen la continuidad del servicio, la satisfacción del cliente.

### Matriz 7ps

P	Aspectos clave a considerar	Ejemplo aplicado al servicio	Estrategias y preguntas guía
Producto	Disponibilidad y Experiencia de compra	Los clientes no han presentado queja sobre la calidad de sus alimentos; Pero antes estaba la posibilidad de elegir directamente tu propio pescado y decidir si querías tu pescado chico o grande.	¿Conviene retomar la opción de que el cliente elija su producto para reforzar la transparencia y confianza? ¿Este tipo de estrategias brinda confianza al comensal?
Precio	Relación, Calidad-precio, variedad de promociones y descuentos (efectivo, por transferencias y tarjetas)	Actualmente los precios son accesibles, pero las promociones se limitan al 2x1 en cheladas/micheladas.	¿Cómo diversificar promociones para no aburrir al cliente? Ejemplo: descuento especial en cumpleaños, consumo gratis al presentar certificado de graduación, promociones familiares o “happy hour” de mariscos.
Plaza	Canales de comunicación, ubicación y horarios de servicio	Consideración de contratación de repartidor por parte del restaurante para zonas cercanas.	¿Como ampliar la cobertura sin aumentar costos? ¿Se puede asociar con apps

	(Espacios reducidos al estacionarse, pick up y servicio a domicilio)		de delivery? ¿Cómo podemos ¿El cliente puede recomendar el servicio a domicilio del restaurante?
Promoción	Publicidad, redes sociales, boca a boca y promociones especiales	Publicaciones en Facebook e Instagram con fotos de productos frescos	¿Cómo comunicamos la frescura y confianza? ¿Qué promociones usar para atraer clientes nuevos?
Personas	Trato del comensal, capacitaciones y servicio personalizado	Vendedores amables que asesoren sobre el producto; oportunidad de mejorar con atención más personalizada. (ajustar tiempos, sugerir preparaciones)	¿Qué capacitaciones dar para mejorar la atención? ¿Qué herramientas pueden ayudar a conocer mejor a los clientes? ¿Cómo se puede mejorar la atención del cliente?
Procesos	Rapidez y Eficiencia en la preparación de la entrega	Actualmente algunos clientes mencionan que los alimentos tardan en llegar a su mesa.	¿Cómo reducir los tiempos de espera? ¿Cómo incentivar al personal para mantener una buena actitud?
Evidencias físicas	Medias de seguridad y sanitarias (Botiquín, extintores y señalamientos)	Local limpio, exhibición y empaques con logo (decoración, ambientación con música, vista al río, zona infantil, menú)	¿La presentación genera confianza? ¿Qué cambios físicos refuerzan la percepción de calidad e higiene?

## FLUJO GRAMA

