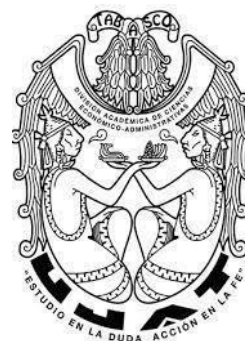




UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO.

División Académica De Ciencias Económico Administrativas.



Guion del Pitch

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.

NOVIEMBRE DEL 2025

GUIÓN – PITCH

Gerardo:

“Hola, somos el equipo de Mercadotecnia de Servicios y hoy presentamos el proyecto Evaluación de la empresa Alex Pescadería, un negocio familiar ubicado en el malecón de Villahermosa, Tabasco, dedicado a ofrecer mariscos frescos en un ambiente tradicional y con vista al río.”

Carolina:

“El objetivo de nuestro proyecto fue diagnosticar la experiencia del cliente, identificar áreas críticas del servicio y diseñar soluciones estratégicas para mejorar la atención, la infraestructura, los procesos y la fidelización del cliente.”

Gerardo:

“El reto principal identificado fue la falta de una experiencia integral consistente: tiempos largos, evidencias físicas deterioradas y atención irregular.”

Carolina:

2. Investigación y Hallazgos Clave

“Comenzamos con el **Mapa de Actores** para entender quién participa en el servicio. Identificamos como actores clave al Microempresario Mauricio Pérez Gallegos, el administrador, el personal operativo, los proveedores, los músicos y por supuesto, los clientes.”

“Después, con el **Customer Journey Map v1**, analizamos cómo vive el cliente cada etapa de la visita: desde descubrir el negocio, llegar, sentarse, consumir y salir. Descubrimos problemas en señalización, iluminación, calor en el área techada y tiempos de espera largos.”

“Aplicamos observación directa y entrevistas, obteniendo hallazgos como: baños deteriorados, juegos infantiles inseguros, iluminación insuficiente, atención inconsistente y ausencia de programas de fidelización.”

“De ahí surgieron nuestros **insights priorizados**: baños deteriorados, área infantil insegura, iluminación deficiente, dificultad de acceso para adultos mayores, calor en zona techada y atención inconsistente.”

3. Diseño del Servicio

“El segmento principal son familias de 30–45 años. Proponemos el posicionamiento: *Mariscos frescos en un ambiente familiar tabasqueño junto al río.*”

“En las 7Ps identificamos oportunidades: mejorar menú visual, crear combos familiares, reforzar capacitación, reducir tiempos y renovar evidencias físicas.”

“El Blueprint v1 mostró puntos críticos en atención, procesos de cocina, señalética y limpieza.”

4. Prototipo y Validación

“Para el MVP, diseñamos tres herramientas de prueba:

- Tarjeta de puntos para fidelizar clientes frecuentes.
- Bitácora de limpieza para mejorar control y orden.
- Encuesta QR para evaluar satisfacción en tiempo real.”

“Hicimos un plan de pruebas enfocado en medir percepción de la tarjeta de fidelización.”

“Los resultados iniciales mostraron que 8 de cada 10 clientes valoran un trato más personalizado y una mayoría mostró interés en inscribirse a un sistema de recompensas.”

“Aplicamos instrumentos como SERVQUAL, obteniendo fortalezas en confiabilidad y seguridad, pero una debilidad clara en capacidad de respuesta (tiempos).”

Gerardo:

5. Plan de Calidad y Mejora Continua

“El plan PDCA propone analizar causas raíz, capacitar al personal, medir satisfacción y ajustar procesos.”

“Los KPIs principales son: aumentar 15% la afluencia, mejorar satisfacción a 4.3 y reducir 50% las quejas por tiempo.”

“El plan de recuperación incluye disculpa inmediata, solución y compensación ligera cuando sea necesario.”

6. Plan de Marketing

“El plan de marketing incluye comunicación externa con identidad visual renovada, publicaciones constantes y promociones familiares.”

“A nivel interno, se propone capacitación, protocolos de atención y señalética clara.”

“El cronograma general abarca cuatro semanas: diagnóstico, diseño, producción e implementación.”

7. Roadmap de mejora y cierre (1 min)

“Los próximos pasos recomendados son: remodelación de baños, mejor iluminación, señalética externa, programa de fidelización y capacitación continua.”

“Estas acciones pueden mejorar la experiencia del cliente, aumentar las visitas y fortalecer la imagen de Alex Pescadería.”

“Agradecemos al microempresario Mauricio Pérez por permitirnos colaborar y a ustedes por ver este pitch.”