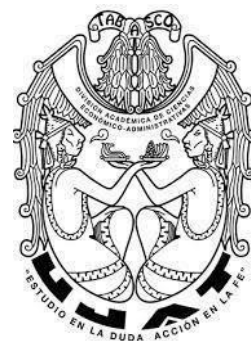




UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO.

División Académica De Ciencias Económico Administrativas.



**Tarea: 10**

**Plan de Mejora y Plan Recovery y social**

**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 octubre 2025

Fase	Actividad	Responsable	Cronograma	Indicador de éxito (KPI / SLA)
<b>Plan</b>	Analizar los resultados de encuestas de satisfacción y quejas registradas en el restaurante y redes sociales, para detectar causas raíz de los problemas en la atención (tiempos de espera, actitud del personal, errores en pedidos).	Equipo de Atención al Cliente y Analista de Calidad	Semana 1	KPI: Informe de diagnóstico con causas raíz entregado. Meta: 100 % de encuestas procesadas y analizadas.
<b>Do (Acción)</b>	Implementar mejoras inmediatas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación en trato amable, empatía y resolución de conflictos.</li> <li>• Protocolos de atención en hora pico.</li> <li>• Guía rápida de manejo de quejas.</li> </ul>	Supervisor de Servicio y Recursos Humanos	Semana 2–3	SLA: Tiempo máximo de respuesta a quejas: 24 h. KPI: 90 % del personal capacitado y aplicando protocolos.
<b>Check (Verificar)</b>	Medir resultados mediante observación directa, encuestas a clientes y monitoreo de redes. Evaluar tiempos de atención y satisfacción.	Líder de Atención y Community Manager	Semana 4	KPI: Incremento del índice de satisfacción (CSAT) $\geq$ 85 %. SLA: 95 % de mensajes respondidos

				en menos de 2 h.
<b>Act (Ajustar)</b>	Ajustar protocolos y reforzar las áreas con menor desempeño. Crear un backlog de mejora priorizado (impacto/esfuerzo) . Ejemplo: mejorar registro de pedidos, capacitación avanzada, supervisión por turnos.	Gerente General y Analista de Calidad	Semana 5	KPI: Cumplimiento del 80 % del backlog en 30 días. Meta: Reducción de quejas recurrentes en 50 %.

Fase	Actividad	Responsable	Cronograma	Indicador de éxito
<b>Plan</b>	Analizar reporte inicial de pruebas y encuestas	Todos	1 semana	Informe de causas raíz entregado y validado
<b>Acción</b>	Implementar sistema piloto de fidelización(encuestas)	Marketing y comunicación y Analítica de calidad	2 semana	80% de usuarios inscritos en el programa; lista de verificación completada
<b>Check</b>	Observar el seguimiento y proceso (PMS)	Investigador de usuarios y Líder	Semanas 2-3	100% de informes de seguimiento entregados; 95% uso del sistema
<b>Actividad</b>	Evaluar periódicamente el desempeño del programa a través de claves métricas	Diseño de servicio, analítica de calidad y Líder	Semana 4	80% de KPIs alcanzados; satisfacción de usuarios $\geq$ 85%

## **Plan de Recuperación (Service Recovery) para el Programa de Fidelización**

### **1. Descripción de la incidencia:**

- Cliente inscrito en el programa no recibe beneficios prometidos (producto gratis, descuento etc.).
- Encuesta enviada pero no fue registrada.
- Falta de seguimiento después de que el cliente participó.

### **2. Acciones inmediatas:**

- Disculpa directa al cliente.
- Aplicación inmediata del beneficio (producto o descuento).
- Registro manual del cliente.

### **3. Comunicación con el cliente:**

- Llamada o mensaje en menos de 24 horas explicando la situación.
- Confirmación del beneficio aplicado o de la corrección realizada.

### **4. Compensación y seguimiento:**

- Bonificación extra (5–10 % de descuento adicional o producto pequeño de cortesía).
- Verificar en 48 h si el cliente quedó conforme.

### **5. Prevención futura:**

- Revisar el checklist de fidelización y corregir pasos fallidos.
- Ajustar el sistema de registro para evitar pérdida de datos.
- Capacitación del personal.