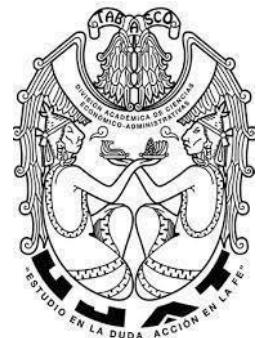




UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO.



División Académica De Ciencias Económico Administrativas.

Actividad 12

Dossier

Microempresario:

Mauricio Pérez Gallegos

Giro del negocio:

Restaurante y pescadería familiar

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.

15 DE NOVIEMBRE DEL 2025

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
DESARROLLO DEL PROYECTO.....	4
CONCLUSIÓN.....	6
ANEXOS	7
Referencias.....	9
Video (link)	9

INTRODUCCIÓN

El presente dossier integra el análisis completo realizado a la microempresa **Alex Pescadería**, ubicada en el malecón de Villahermosa, Tabasco. El proyecto se desarrolló bajo el enfoque de **Mercadotecnia de Servicios**, aplicando herramientas de diagnóstico, diseño de experiencia, mejora continua y estrategias de marketing orientadas a fortalecer la propuesta de valor del negocio.

A través de entrevistas, observaciones de campo y encuestas estructuradas, se evaluó la calidad del servicio, la percepción de los clientes y los procesos operativos. Además, se identificaron áreas de oportunidad relacionadas con atención al cliente, infraestructura, comunicación digital, y fidelización.

Este documento presenta los once avances solicitados de forma sintetizada y alineada al formato oficial del dossier final, con el propósito de entregar un análisis integral que permita a la empresa mejorar su experiencia de servicio, atraer nuevos clientes y fortalecer su identidad.

Objetivo general

Evaluar la experiencia, calidad de servicio y operación interna de Alex Pescadería para generar estrategias que fortalezcan la satisfacción y fidelización del cliente.

Objetivos específicos

- Identificar puntos críticos en el servicio desde el descubrimiento hasta la postcompra.
- Analizar la percepción del consumidor mediante instrumentos estandarizados.
- Diseñar un MVP enfocado en fidelización y mejora de atención.
- Elaborar un plan de marketing accesible y funcional.
- Proponer acciones de mejora continua (PDCA) y recuperación del servicio.

Justificación

Alex Pescadería ofrece un servicio intensivo en contacto humano y experiencia ambiental. Por ello, abordar la calidad desde el modelo SERVQUAL, el CJM, blueprint y estrategias de marketing permite detectar fallas, optimizar procesos y elevar la satisfacción general, impactando tanto la fidelización como la recomendación boca a boca, elemento clave en negocios gastronómicos locales.

DESARROLLO DEL PROYECTO

Avance	Contenido resumido del avance	Formato sugerido (según dossier)
1. Brief + Mapa de actores	<p>Negocio: Pescadería familiar con mariscos frescos, vista al río y música en vivo. Público: Familias, turistas, jóvenes. Problemas: Identidad visual débil, falta de señalética, infraestructura descuidada, atención irregular. Ventajas: Frescura, ambiente tabasqueño, local abierto y natural. Actores: Dueña (Blanca), administrador (Mauricio), personal (meseros/cocina), proveedores (Camilo/Abasto), músicos, clientes.</p>	Infografía + texto
2. CJM v1 + Hallazgos	<p>Descubrimiento: Llegan por recomendación; falta señalización. Consideración: Valoran ambiente/frescura; falta comunicar el diferencial. Visita: Problemas de calor, señalización interna, orden. Consumo: Tiempos largos de espera; atención inconsistente. Postconsumo: Recomiendan, pero no hay fidelización ni seguimiento.</p>	Diagrama + tabla
3. Insights priorizados	<p>1. Baños deteriorados → requieren remodelación. 2. Atención inconsistente → capacitación. 3. Área infantil insegura → mantenimiento. 4. Acceso difícil para adultos mayores → rampas/barandales. 5. Iluminación baja → instalar focos. 6. Techado caluroso → mantenimiento o aislamiento.</p>	Tabla resumida
4. STP + Posicionamiento	<p>Segmento principal: Familias 30–45 años. Secundarios: Jóvenes profesionales y adultos mayores. Posicionamiento: “Mariscos frescos y ambiente familiar tabasqueño junto al río.”</p>	Texto + esquema
5. Matriz 7Ps	<p>Producto: Frescura alta; menú poco visual. Precio: Accesible pero con pocas promociones. Plaza: Ubicación buena, estacionamiento limitado. Promoción: Redes sociales poco estratégicas. Personas: Amables pero inconsistentes. Procesos: Tiempos largos. Evidencia física: Baños y juegos deteriorados.</p>	Tabla comparativa

Avance	Contenido resumido del avance	Formato sugerido (según dossier)
6. Blueprint v1	<p>Frontstage: Meseros, recomendaciones, tiempos. Backstage: Cocina y procesos. Evidencia física: Menú, mesas, iluminación, vista al río. Problemas: Falta claridad al llegar, limpieza inconsistente y señalética limitada.</p>	Diagrama
7. MVP + Plan de pruebas	<p>MVP: Tarjeta de puntos (5 visitas = cortesía) + bitácora de limpieza + encuesta QR. Hipótesis: Fidelización aumentará visitas (+20%); limpieza eleva Fotos + tabla satisfacción (90% positivo). Métodos: Prueba con clientes frecuentes durante 1 mes.</p>	
8. Reporte de pruebas v1	<p>Resultados preliminares: - 8/10 clientes valoran atención personalizada. - Interés alto en tarjeta de fidelización. - Limpieza y orden influyen en percepción.</p>	Gráficos + texto
9. Instrumentos y base de datos	<p>Se aplicó SERVQUAL a 10 clientes. Promedios: Tangibilidad 4.0, Confiabilidad 4.6, Capacidad de respuesta 3.4, Seguridad 4.5, Empatía 4.3. Debilidad mayor: tiempos de atención. Fortaleza mayor: frescura/confianza.</p>	Tabla + resumen
10. PDCA + KPIs/SLAs + Recovery	<p>Plan: Analizar causas raíz. Do: Capacitación y protocolos. Check: CSAT \geq 85%. Act: Ajustes y mejora continua. KPIs: +15% afluencia, -50% quejas, respuesta en redes <2 h. Recovery: Disculpa, aplicar beneficio, registro, compensación.</p>	Tabla + protocolo
11. Plan de marketing	<p>Objetivos SMART: +15% afluencia, +8,000 alcance digital, satisfacción \geq 4.3. Estrategias: Identidad visual, plantillas, contenido semanal, combos familiares. Calendario: 4 semanas (diagnóstico, producción, implementación, evaluación). Presupuesto: \$5,000–\$10,000.</p>	Cronograma + KPIs

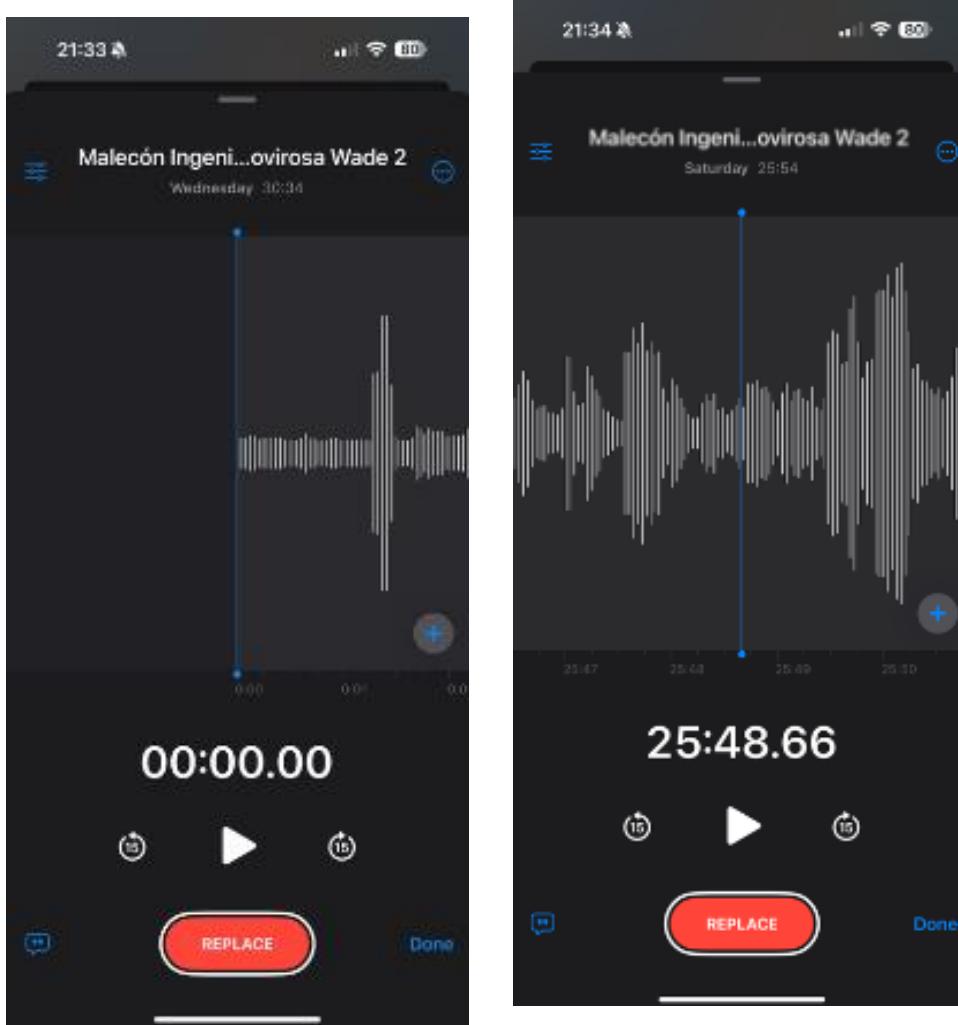
CONCLUSIÓN

El análisis integral realizado al servicio de Alex Pescadería muestra que el negocio posee una propuesta de valor auténtica y atractiva basada en tradición, sabor y ambiente natural. Sin embargo, la experiencia del cliente presenta puntos críticos relacionados con infraestructura, tiempos de espera, señalética y falta de fidelización.

La implementación del MVP, el uso del modelo SERVQUAL, el CJM y el Blueprint permitió identificar acciones concretas para mejorar el servicio. Con un plan de marketing enfocado en identidad visual, comunicación digital, promoción familiar y limpieza, la empresa puede elevar su competitividad, atraer más clientes y fortalecer su marca.

Este proyecto demuestra que pequeñas acciones bien dirigidas pueden tener un impacto significativo en la percepción del cliente y en la operación diaria del negocio.

ANEXOS



<p>Tu experiencia en Alex Pescadería nos importa</p> <p>1. ¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA QUE PODRÍAMOS MEJORAR EN ALEX PESCADERÍA? (Seleccione las opciones que apliquen)</p> <p><input type="checkbox"/> Calidad de los alimentos <input type="checkbox"/> Presentación de los plátanos <input checked="" type="checkbox"/> Atención del personal <input type="checkbox"/> Limpieza del lugar <input checked="" type="checkbox"/> Rapidez en el servicio <input type="checkbox"/> Iluminación <input type="checkbox"/> Ambiente general <input type="checkbox"/> Todo está bien, no cambiaría nada <input type="checkbox"/> Precio</p> <p>2. ¿CÓMO SE ENTERÓ DE ALEX PESCADERÍA? (Elija una sola opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Redes sociales <input type="checkbox"/> Recomendación de alguien <input checked="" type="checkbox"/> Lo vi al pasar <input type="checkbox"/> Otro: _____ <input type="checkbox"/> Publicidad o volante <input type="checkbox"/> Por internet (Google, Maps, etc.)</p> <p>3. CUANDO VISITA UN LUGAR PARA COMER, ¿QUÉ ESPERA O LE GUSTARÍA ENCONTRAR? (Marque las opciones que considere más importantes)</p> <p><input type="checkbox"/> Ambiente agradable <input type="checkbox"/> Buena atención y trato amable <input type="checkbox"/> Precios accesibles <input type="checkbox"/> Comodidad mientras espera su pedido <input checked="" type="checkbox"/> Servicio rápido <input type="checkbox"/> Todo está bien, no cambiaría nada <input type="checkbox"/> Un lugar limpio y ordenado <input type="checkbox"/> Otro: _____ <input type="checkbox"/> Comida fresca y de buen sabor</p> <p>4. ¿CÓMO CALIFICA SU EXPERIENCIA EN ALEX PESCADERÍA? (Elija una sola opción)</p> <p> Muy buena Buena Mala Muy mala</p>	<p>Tu experiencia en Alex Pescadería nos importa</p> <p>1. ¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA QUE PODRÍAMOS MEJORAR EN ALEX PESCADERÍA? (Seleccione las opciones que apliquen)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Calidad de los alimentos <input type="checkbox"/> Presentación de los plátanos <input checked="" type="checkbox"/> Atención del personal <input type="checkbox"/> Limpieza del lugar <input checked="" type="checkbox"/> Rapidez en el servicio <input type="checkbox"/> Iluminación <input type="checkbox"/> Ambiente general <input type="checkbox"/> Todo está bien, no cambiaría nada <input type="checkbox"/> Precio</p> <p>2. ¿CÓMO SE ENTERÓ DE ALEX PESCADERÍA? (Elija una sola opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Redes sociales <input type="checkbox"/> Recomendación de alguien <input checked="" type="checkbox"/> Lo vi al pasar <input type="checkbox"/> Otro: _____ <input type="checkbox"/> Publicidad o volante <input type="checkbox"/> Por internet (Google, Maps, etc.)</p> <p>3. CUANDO VISITA UN LUGAR PARA COMER, ¿QUÉ ESPERA O LE GUSTARÍA ENCONTRAR? (Marque las opciones que considere más importantes)</p> <p><input type="checkbox"/> Ambiente agradable <input type="checkbox"/> Buena atención y trato amable <input type="checkbox"/> Precios accesibles <input type="checkbox"/> Comodidad mientras espera su pedido <input checked="" type="checkbox"/> Servicio rápido <input type="checkbox"/> Todo está bien, no cambiaría nada <input type="checkbox"/> Un lugar limpio y ordenado <input type="checkbox"/> Otro: _____ <input type="checkbox"/> Comida fresca y de buen sabor</p> <p>4. ¿CÓMO CALIFICA SU EXPERIENCIA EN ALEX PESCADERÍA? (Elija una sola opción)</p> <p> Muy buena Buena Mala Muy mala</p>	<p>Tu experiencia en Alex Pescadería nos importa</p> <p>1. ¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA QUE PODRÍAMOS MEJORAR EN ALEX PESCADERÍA? (Seleccione las opciones que apliquen)</p> <p><input type="checkbox"/> Calidad de los alimentos <input type="checkbox"/> Presentación de los plátanos <input checked="" type="checkbox"/> Atención del personal <input type="checkbox"/> Limpieza del lugar <input checked="" type="checkbox"/> Rapidez en el servicio <input type="checkbox"/> Iluminación <input checked="" type="checkbox"/> Ambiente general <input type="checkbox"/> Todo está bien, no cambiaría nada <input type="checkbox"/> Precio</p> <p>2. ¿CÓMO SE ENTERÓ DE ALEX PESCADERÍA? (Elija una sola opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Redes sociales <input type="checkbox"/> Recomendación de alguien <input checked="" type="checkbox"/> Lo vi al pasar <input type="checkbox"/> Otro: _____ <input type="checkbox"/> Publicidad o volante <input type="checkbox"/> Por internet (Google, Maps, etc.)</p> <p>3. CUANDO VISITA UN LUGAR PARA COMER, ¿QUÉ ESPERA O LE GUSTARÍA ENCONTRAR? (Marque las opciones que considere más importantes)</p> <p><input type="checkbox"/> Ambiente agradable <input type="checkbox"/> Buena atención y trato amable <input type="checkbox"/> Precios accesibles <input type="checkbox"/> Comodidad mientras espera su pedido <input checked="" type="checkbox"/> Servicio rápido <input type="checkbox"/> Todo está bien, no cambiaría nada <input type="checkbox"/> Un lugar limpio y ordenado <input type="checkbox"/> Otro: _____ <input type="checkbox"/> Comida fresca y de buen sabor</p> <p>4. ¿CÓMO CALIFICA SU EXPERIENCIA EN ALEX PESCADERÍA? (Elija una sola opción)</p> <p> Muy buena Buena Mala Muy mala</p>
<p>Tu experiencia en Alex Pescadería nos importa</p> <p>1. ¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA QUE PODRÍAMOS MEJORAR EN ALEX PESCADERÍA? (Seleccione las opciones que apliquen)</p> <p><input type="checkbox"/> Calidad de los alimentos <input type="checkbox"/> Presentación de los plátanos <input checked="" type="checkbox"/> Atención del personal <input type="checkbox"/> Limpieza del lugar <input checked="" type="checkbox"/> Rapidez en el servicio <input type="checkbox"/> Iluminación <input checked="" type="checkbox"/> Ambiente general <input type="checkbox"/> Todo está bien, no cambiaría nada <input type="checkbox"/> Precio</p> <p>2. ¿CÓMO SE ENTERÓ DE ALEX PESCADERÍA? (Elija una sola opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Redes sociales <input type="checkbox"/> Recomendación de alguien <input checked="" type="checkbox"/> Lo vi al pasar <input type="checkbox"/> Otro: _____ <input type="checkbox"/> Publicidad o volante <input type="checkbox"/> Por internet (Google, Maps, etc.)</p> <p>3. CUANDO VISITA UN LUGAR PARA COMER, ¿QUÉ ESPERA O LE GUSTARÍA ENCONTRAR? (Marque las opciones que considere más importantes)</p> <p><input type="checkbox"/> Ambiente agradable <input type="checkbox"/> Buena atención y trato amable <input type="checkbox"/> Precios accesibles <input type="checkbox"/> Comodidad mientras espera su pedido <input checked="" type="checkbox"/> Servicio rápido <input type="checkbox"/> Todo está bien, no cambiaría nada <input type="checkbox"/> Un lugar limpio y ordenado <input type="checkbox"/> Otro: _____ <input type="checkbox"/> Comida fresca y de buen sabor</p> <p>4. ¿CÓMO CALIFICA SU EXPERIENCIA EN ALEX PESCADERÍA? (Elija una sola opción)</p> <p> Muy buena Buena Mala Muy mala</p>		

Referencias

- Valait, P. A. (2024, Oct–Dec). *Insight detection methodology: Exploring and discovering the consumer*. *Brazilian Journal of Marketing*, 23(4), 1626–1653.
<https://doi.org/10.5585/remark.v23i4.24963>
- Chirino Quesada, L. C. (2019). *Los insights y los hallazgos de los consumidores*. *Revista Académica Institucional de la Universidad San Marcos (RAI): Ciencias Administrativas, Educación y Tecnologías para Latinoamérica*, 1(2), 19–21. <https://rai.usam.ac.cr/index.php/raiusam/article/view/7/7>

Video (link)



<https://youtu.be/XSYkuMLTzzg>