



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

División Académica de Ciencias Económico Administrativas

Licenciatura en mercadotecnia

5 KLM

Equipo 5

Darina Guadalupe Lanz Vázquez

Zarife Zapata Álvarez

Abieli Manuel Izquierdo

Fátima Guadalupe Torres González

INFORME CORTO DE INSIGHTS PRIORIZADO

Mercadotecnia de Servicios

Dra. Minerva Camacho Javier

Villahermosa, Tabasco

A 13 de septiembre de 2025

Ejemplo de Informe corto de insights priorizados

Proyecto: Mercadotecnia de Servicios

Servicio analizado: pizzería “Pity”

Fecha: 012/09/2025

Contexto breve

Análisis de encuesta y oportunidades de mejora para la pizzería Pity, basándonos en las respuestas de nuestro formulario teniendo así que la pizzería tiene una percepción positiva en general .

Insights priorizados

Tenemos con primera prioridad la percepción y ambiente, seguido de las estrategias por medios digitales, los tiempos de espera, servicio a domicilio; en los cuales cada uno de ellos muestran las virtudes, las deficiencias y las oportunidades que tenemos para mejorar la percepción que tendrán los clientes, a partir del Costumer Journe.

#	Insight	Evidencia de campo	Oportunidades de acción
1	Percepción y Ambiente	Es vista como un lugar con un ambiente familiar y cómodo, lo que permite que los clientes sean leales con el negocio.	Reafirmar a nuestros empleados el compromiso que se tiene con cada uno de los clientes para que se estancia pueda ser agradable.
2	Estrategias por medios digitales.	Los clientes están satisfechos con la facilidad que tienen para realizar pedidos, ya que el 90% nunca ha tenido la dificultad para usar la app de WhatsApp.	Tener mas visibilidad en redes sociales como Facebook e Instagram, e implementar estrategias de mayor penetración en el mercado local, con publicidad agresiva para atraer nuevos clientes.
3	Tiempos de espera	El 50% de los encuestados consideran que en un tiempo de espera ideal es de 15 a 25 (presencial), mientras que el otro 50% (servicio a domicilio) acepta un rango de 30 a 45 min.	Mejorar la administración de los tiempos de preparación de cada una de nuestras pizzas tanto para pedidos consumidos dentro del local y pedidos a domicilio.

4	Servicio a domicilio	Un 20% de las respuestas nos sugieren una mejora en el servicio a domicilio, los cuales se alinean con los comentarios en relación con los repartidores.	Implementar estrategias de distribución mas eficientes para la satisfacción del cliente con respecto al consumo del producto y servicio de calidad.
---	----------------------	--	---

Conclusión breve

Tenemos como resultado final que mediante lo que nos arroja la encuesta cuales son nuestras ventajas con clientes que ya están familiarizados con nuestro producto y cuales son los puntos en los cuales debemos de poner mayor atención y mejorarlo con respecto al manejo y administración del tiempo de entrega.

MATRIZ PRIORITARIA



**Lista de cotejo
Proyecto de MKT de Servicios**

Nombre de los integrantes:	Darina Guadalupe Lanz Vazquez Zarife Zapata Alvarez Abieli Manuel Izquierdo Fatima Guadalupe Torres González
Núm. de equipo y nombre de institución o empresa local:	Num. De equipo 5 Nombre: Pizzeria pity Dirección: Calle Sexta 11, ampliacion obrera, 86720, Pemex Tab.,Mexico Contacto: Héctor Hugo Hernández Félix Teléfono celular o negocio: 9361199040

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
3) INFORME CORTO DE INSIGHTS PRIORIZADO Definición de insight: Redacción tipo "La gente X necesita Y porque Z", con tensión y motivación.	<input checked="" type="radio"/>		Tuvimos que regresar a buscar más información con los clientes porque añadimos más datos que desconocíamos
Evidencias: De 1 a 2 pruebas por insight (citas, patrones, datos).	<input checked="" type="radio"/>		
Prioridad: Matriz impacto vs. factibilidad con racional.	<input checked="" type="radio"/>		
Implicaciones: Qué decisiones sugiere cada insight.	<input checked="" type="radio"/>		
Síntesis ejecutiva: 1 página con los 3–5 insights top.	<input checked="" type="radio"/>		