



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 arrojo 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

Prioridad alta

Ambiente familiar:
Tiene un impacto alto porque refuerza la percepción positiva del negocio y promueve la lealtad de los clientes actuales.

Prioridad baja

Servicio a domicilio:
Si tiene un impacto en la experiencia del cliente, pero es baja porque implica cambios en la logística de reparto.






Prioridad media

Estrategia digital:
Tiene un impacto alto ya que puede aumentar la visibilidad de la empresa y atrae a nuevos clientes, y su costo de implementación es bajo

Reducción de los tiempos de espera:
La rapidez del servicio influye directamente en la satisfacción, pero su prioridad es media porque requiere ajustes en la operación interna de la empresa.

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			Tuvimos que regresar a buscar más información con los clientes porque añadimos más datos que desconocíamos
Definición de insight: Redacción tipo “La gente X necesita Y porque Z”, con tensión y motivación.			
Evidencias: De 1 a 2 pruebas por insight (citas, patrones, datos).			
Prioridad: Matriz impacto vs. factibilidad con racional.			
Implicaciones: Qué decisiones sugiere cada insight.			
Síntesis ejecutiva: 1 página con los 3–5 insights top.	