

**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO**  
**División Académica de Ciencias Económico-Administrativas**

**Asignatura: Mercadotecnia de servicios**

**Licenciatura: Mercadotecnia**

**Docente: Dra. Minerva Camacho Javier**

**Actividad: Blueprint v1**

**Equipo 5: Abieli Manuel Izquierdo**

**Darina Guadalupe Lanz Vazquez**

**Zarife zapata Alvarez**

**Fátima Guadalupe Torres González**

**Grupo: KLM**

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

<b>Nombre de los integrantes:</b>	<b>Fátima Guadalupe Torres González</b> <b>Abieli Manuel Izquierdo</b> <b>Darina Guadalupe Lanz Vázquez</b> <b>Zarife Zapata Álvarez</b>
<b>Núm. de equipo y nombre de institución o empresa local:</b>	<b>5</b>

<b>Criterios de evaluación</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Observaciones de avance</b>
<b>6) BLUEPRINT V1 (MAPA DE SERVICIO)</b>	✓		
<b>Capas completas:</b> Evidencias, acciones del cliente, frontstage, backstage, procesos de soporte.	✓		
<b>Líneas:</b> Interacción, visibilidad y de internalidad claramente trazadas.	✓		
<b>Tiempos y colas:</b> Duraciones, esperas y cuellos de botella.	✓		
<b>Fallos y salvaguardas:</b> Puntos de falla, controles y contingencias.	✓		
<b>Oportunidades de mejora:</b> Marcadas en el diagrama y vinculadas a KPIs.	✓		

## Service Blueprint v1 Pizzería Pity

### Objetivo

Mapear el recorrido del cliente que descubre, ordena y consume productos en la Pizzería Pity, para identificar puntos críticos de atención y para poder optimizar procesos internos que garanticen rapidez, calidad y satisfacción.

### Descripción breve del servicio

Pizzería Pity es un negocio de servicio de comida enfocado en pizzas artesanales y cuenta cuenta con local, se pueden hacer pedidos a domicilio. Ofrece un menú variado, atención personalizada y preparación rápida con ingredientes frescos.

### Service Blueprint v1

Capa	Descubrimiento	Pedido (online/teléfono/pr presencial)	Preparación y entrega	Consumo en local / entrega domicilio	Feedback posterior
<b>Acciones del cliente</b>	Busca pizzerías en redes sociales o por recomendaciones	Llama su número telefónico, usa WhatsApp y llega al local	Realiza pago; espera confirmación	Recibe la pizza en mesa o domicilio	Deja reseña en redes o recomienda a conocidos
<b>Evidencia física</b>	Fotos del local, menú digital, reseñas en redes	Carta física/digital, mostrador	Ticket de compra, tiempo estimado de entrega	Caja/bolsa personalizada, presentación de la pizza	Mensaje de agradecimiento, promoción futura
<b>Línea de interacción</b>	Interacción digital (redes, apps, WhatsApp)	Comunicación directa (teléfono, mostrador, mensajes)	Confirmación de pedido y tiempos	Atención del mesero o repartidor	Solicitud de opinión
<b>Acciones frontstage</b>	Responder mensajes en redes, atender llamadas	Tomar pedido, confirmar disponibilidad, cobrar	Informar tiempos, entregar ticket	Entregar pizza en mesa/domicilio	Agradecer y solicitar reseña
<b>Acciones backstage</b>	Actualizar menú en redes	Registrar pedido en sistema / comanda interna	Coordinar cocina, revisar inventario de insumos	Verificar estado de reparto	Recopilación de comentarios para reforzar posibles mejoras

<b>Procesos de soporte</b>	Estimulos de compra por medio de las redes sociales	Datos relevantes sobre el establecimiento (comunicacion bidireccional)	Control de inventario ; organizaci3n de cocina	Procedimientos logísticos (preparación - entrega)eficientes	Análisis de satisfacción
----------------------------	---	--	--	---	--------------------------

### Observaciones y próximos pasos

- Detectar posibles acontecimientos en las horas pico (tiempos de espera largos en pedidos a domicilio).
- Evaluar implementación de chatbot en WhatsApp para pedidos más rápidos (ya que así el cliente en el momento en automático recibe el menú).
- Formalizar el control de inventario para evitar la falta en ingredientes clave.
- Diseñar mensajes automáticos de confirmación y agradecimiento post-pedido.
- Implementar un sistema de encuestas cortas para clientes (WhatsApp).