



UJAT

UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

“ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE”



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: Abiel Manuel Izquierdo

Darina Guadalupe Lanz Vazquez

Zarife zapata Alvarez

Fátima Guadalupe Torres González

Grupo: KLM

Lista de cotejo
Proyecto de MKT de Servicios

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

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

Service Blueprint v1 Pizzería Pity

Objetivo

Mapar 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 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/presencial)	Preparación y entrega	Consumo en local / entrega domicilio	Feedback posterior
Acciones del cliente	Busca pizzerías en redes sociales o por recomendaciones	Llama su numero 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
Evidencia física	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
Línea de interacción	Interacción digital (redes, apps, WhatsApp)	Comunicación directa (teléfono, mostrador, mensajes)	Confirmación de pedido y tiempos	Atención del mesero o repartidor	Solicitud de opinión
Acciones frontstage	Responder mensajes en redes, atender llamadas	Tomar pedido, confirmar disponibilidad, cobrar	Informar tiempos, entregar ticket	Entregar pizza en mesa/domicilio	Agradecer y solicitar reseña
Acciones backstage	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

Procesos de soporte	Estimulos de compra por medio de las redes sociales	Datos relevantes sobre el establecimiento (comunicacion bidireccional)	Control de inventario ; organizaci ón de cocina	Procedimien ts logísticos (preparacion - entrega)eficientes	Análisis de satisfacció n
----------------------------	---	--	---	---	---------------------------

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 menu).
- 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).