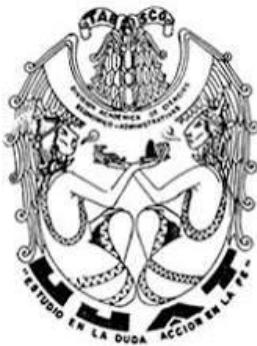




UJAT

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: Matriz 7ps

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

Nombre de los integrantes:	Abieli Manuel Izquierdo Darina Guadalupe Lanz Vazquez Zarife zapata Alvarez Fátima Guadalupe Torres González
Núm. de equipo y nombre de institución o empresa local:	Equipo 5: Pizzería "Pity"

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
5) MATRIZ 7PS Producto/Servicio: Propuesta de valor, niveles del servicio, evidencias físicas.	✓		
Precio: Estrategia (p. ej., por valor, por niveles, freemium) y política de descuentos.	✓		
Plaza: Canales, cobertura, logística/última milla.	✓		
Promoción: Mensajes, mix de medios, calendario y CTA.	✓		
Personas: Roles, competencias, capacitación y guías de trato.	✓		
Procesos: Flujo clave del servicio, tiempos objetivo y puntos de control.	✓		

Introducción del servicio

Pizzas Pity es una microempresa dedicada a la preparación y distribución de pizzas caseras a domicilio. Su propuesta de valor se centra en la calidad y frescura de los ingredientes, la preparación y servicio confiable. El segmento principal son familias con niños que buscan alimentos accesibles, prácticos y con buena calidad, capaz de satisfacer sus necesidades cotidianas de manera rápida y segura.

Matriz 7Ps de Pizzería Pity

Servicio: Microempresa de preparación y distribución de pizzas caseras.

Objetivo de la Matriz

Organizar y justificar las decisiones de marketing de servicios alineadas con el perfil del cliente (STP), los hallazgos del CJM y los insights priorizados.

Matriz 7Ps

P	Aspectos clave a considerar	Ejemplo aplicado al servicio	Estrategias y preguntas guía
Producto	Variedad de pizzas y calidad del producto.	Pizzas caseras preparadas al momento; opciones en diferentes tamaños.	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué tamaños y combinaciones prefieren?• ¿Cómo garantizan la calidad?
Precio	Precios accesibles; percepción de valor calidad/precio	Los precios (\$115-\$260) dependen entre la especialidad y el tamaño.	<ul style="list-style-type: none">• ¿El precio transmite buena relación calidad – cantidad?
Plaza	Canales de acceso y horario de atención.	Vía WhatsApp llamada telefónica y presencial	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué zonas tienen mayor demanda de clientes?
Promoción	Estrategias para atraer y fidelizar a los clientes.	Publicidad en redes (Instagram y Facebook). Mensajería (Whatsapp).	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué medios llegan mejor al público familiar?• ¿Cada cuánto suben publicidad para promocionar la pizzeria?

Personas	Perfil y entrenamiento del personal de contacto; actitudes y competencias.	Capacitación a cada área del personal por el dueño de la pizzería	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo garantizar un trato mejor al cliente? • ¿Cada cuánto se hace una capacitación para el personal?
Procesos	Flujo de interacción en la preparación, eficiencia y entrega del producto.	Tiempo de preparación (30 – 40 minutos); confirmación inmediata del pedido vía WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Dónde se generan retrasos? • ¿Cómo reducir el tiempo de espera al momento de entrega del producto?
Evidencia física	Elementos tangibles que refuerzen la confianza y calidad.	Empaque en cajas limpias y personalizadas; uniformes para el personal; reseñas de los clientes con la satisfacción del servicio y producto.	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo evidenciar la calidad del producto desde su presentación?

1. Justificación:

La elaboración de la matriz 7Ps para Pizzas Pity permite alinear las decisiones estratégicas de Marketing con las características y expectativas del segmento objetivo. Cada uno de los elementos de la mezcla de Marketing se justifica con base en:

- ✓ **Insights de campo:** La preferencia de los consumidores por alimentos que combinen rapidez, accesibilidad y sabor casero.
- ✓ **Perfil y necesidades del cliente:** La demanda de opciones familiares que ofrezcan confianza, higiene y practicidad en el servicio.
- ✓ **Propuesta de valor y posicionamiento:** La diferenciación de la microempresa radica en la preparación casera de pizzas acompañadas de un servicio cercano y confiable, lo cual refuerza la percepción de calidad frente a su competencia local.