



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco



División Académica De Ciencias
Económico-Administrativas

DACEA
División Académica
de Ciencias Económico
Administrativas

Asignatura:

Mercadotecnia de servicios

“Informe corto de insights priorizados”

Presenta:

Melissa Mendoza Juárez

Brenda Jazmín Vidal Estrada

Josselyn Akemy Sánchez Vázquez

María del Carmen Segovia Zapata

Docente:

Minerva Camacho Javier

Carrera:

Licenciatura en Mercadotecnia

Villahermosa, Tabasco, México.

Septiembre, 2025

Informe corto de insights priorizados

Proyecto: Mercadotecnia de Servicios

Servicio analizado: Cafetería “L K’fé”

Fecha: 13/09/2025

Contexto breve

A partir del Customer Journey Map v1 y los hallazgos de campo (observación y entrevistas a clientes), se identificaron patrones clave en la experiencia del cliente desde la toma de conciencia hasta la post-compra.

Insights priorizados

#	Insight	Evidencia de campo	Oportunidades de acción
1	El tiempo de espera es percibido como lento, especialmente en bebidas sencillas.	Todos los entrevistados mencionan que las órdenes tardan más de lo esperado; esto se comprobó al utilizar un cronómetro y que todos los pedidos demoraran más de 10 minutos, incluso en pedidos simples.	Optimizar procesos en barra y caja; contratar personal extra en horas pico.
2	La apariencia y ambiente son el principal motivador para visitar la cafetería.	Todos los entrevistados valoran primero la estética y el ambiente del lugar.	Reforzar identidad visual con decoraciones temáticas y mantener la iluminación cálida; comunicar esto en redes.
3	La atención del personal es percibida como amable y cercana, lo cual genera confianza y satisfacción.	3 de 4 entrevistas destacan que el personal es “muy amable” y brinda un buen servicio.	Capacitar a los empleados para mantener el estándar aún en horas pico.
4	Falta de acceso a internet y conectividad.	El 50% de los clientes señalaron que no hay internet o que les gustaría acceso sencillo sin pedir contraseña.	Instalar WiFi abierto con QR; promocionar la cafetería como espacio para trabajar/estudiar.
5	La ubicación cercana es un gran diferenciador frente a cafeterías de Villahermosa.	Clientes destacan que es más cómodo no tener que desplazarse a la ciudad	Implementar estrategias de fidelización para los clientes de la zona y

			enfatizar esto en la publicidad.
--	--	--	----------------------------------

Conclusión breve

Los hallazgos muestran que la *rapidez en el servicio* y la *falta de acceso a internet* son las principales áreas de mejora con un impacto inmediato en la satisfacción del cliente, mientras que el ambiente y la amabilidad del personal son fortalezas que conviene mantener y comunicar.