



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
División Académica de Ciencias Económico Administrativas



Licenciatura en mercadotecnia

Mercadotecnia de Servicios

5° KLM

Docente: Minerva Camacho Javier

Pitch del servicio

Presentan:

Melissa Mendoza Juárez

Brenda Jazmín Vidal Estrada

Josselyn Akemy Sánchez Vázquez

María del Carmen Segovia Zapata

Villahermosa, Tabasco

Noviembre de 2025


Resumen ejecutivo

L K'fé, una cafetería local con productos de calidad, enfrentaba un problema constante: largos tiempos de espera que afectaban la satisfacción y las ventas. A partir de encuestas y observación, se identificó que muchos clientes estarían dispuestos a pedir con anticipación si existiera una opción práctica.

Con ello se implementó un sistema de pedido anticipado por WhatsApp Business, donde los clientes podían elegir del menú y recoger su pedido a una hora definida. Durante la prueba piloto de dos semanas, los tiempos de espera disminuyeron entre 5 y 7 minutos, el CSAT alcanzó 92% y el NPS fue de +65. El 90% de quienes usaron el servicio dijo que volvería a hacerlo.

Además de mejorar la experiencia del cliente, el sistema facilitó la organización operativa y redujo errores. La digitalización del proceso demostró ser una estrategia efectiva y alineada con las expectativas actuales de rapidez y comodidad. A futuro, se proyecta incorporar una versión mejorada del sistema y un programa de recompensas para fortalecer la fidelización.

Guión de Video

 Escena inicial (Melissa y Brenda)

(Dos amigas están sentadas en una mesa de la cafetería. Cada una recibe su bebida con una sonrisa. El empleado se despide amablemente.)

Amiga 1: Mmm... está buenísimo, ¿no?

Amiga 2: Sí, la verdad vale la pena venir solo por esto.

Amiga 1: (mirando el reloj) Aunque... se tardaron bastante esta vez.

Amiga 2: (resopla con humor) Sí, tenía mucha hambre.

Amiga 1: ¿No sería genial poder pedir por WhatsApp y solo venir a recogerlo?

Amiga 2: Sería un sueño.

A partir de aquí empieza la proyección: la idea del servicio anticipado tomando forma.

Narración (Melissa) + tomas de apoyo

Hola, somos el equipo L K'fé y trabajamos con la micro empresaria Alejandra Álvarez de *L K'fé*, un negocio dedicado al giro de cafetería, un lugar cálido de maravilloso ambiente, donde puedes pasar el tiempo solo o en compañía y consumir el café más rico de la zona.

Durante el desarrollo de este proyecto en la materia de ***Mercadotecnia de Servicios***, identificamos un reto importante dentro del proceso de atención, pues el tiempo de espera al momento de servir los pedidos era elevado, lo cual afectaba la experiencia del cliente.

Por ello, nuestro objetivo fue diseñar una propuesta que agilizara el servicio, mejorara la satisfacción de los consumidores y fortaleciera la eficiencia operativa del negocio. A partir de este diagnóstico, desarrollamos el servicio de **pedido anticipado**, una alternativa práctica que permite a los clientes realizar su pedido con anticipación y recogerlo en el punto de venta sin necesidad de esperar.

2. Investigación y hallazgos clave (2 min)

Para empezar, analizamos cómo era la experiencia del cliente dentro de *L K'fé*. En el **mapa de actores**, identificamos que prácticamente todo el servicio depende de una sola persona, el barista, que también es quien cobra, toma pedidos y prepara las bebidas. Esto hace que los pedidos se acumulen y el tiempo de espera aumente.

Con el **Customer Journey Map**, seguimos el recorrido del cliente desde que entra hasta que recibe su café. Notamos que al principio hay buena disposición, pero la satisfacción baja cuando deben esperar mucho tiempo. Muchos clientes mencionaron que iban de paso, antes del trabajo o entre clases, por lo que la rapidez era clave, otros no le dan importancia al tiempo de espera, pues el ambiente en la cafetería es cómodo para esperar.

En los **hallazgos de campo**, confirmamos que las personas aman el café y el ambiente, pero sienten que el proceso es lento porque el barista tiene demasiadas tareas al mismo tiempo.

De ahí salieron nuestros **insights principales**: los clientes valoran la calidad del café, pero sobre todo quieren un servicio más ágil. Si bien la solución más sencilla sería agregar más personal de apoyo, esto no resulta viable dentro de las condiciones actuales del negocio. Por ello, decidimos diseñar una alternativa más accesible y funcional: un sistema de pedidos anticipados por WhatsApp que permite que los clientes puedan ordenar con tiempo y simplemente pasar a recoger su pedido o consumir ahí.

3. Diseño del servicio (2 min)

Después de entender el problema, pasamos a diseñar la propuesta.

Definimos nuestro **segmento objetivo**: personas jóvenes o adultas con poco tiempo, que quieren disfrutar su café sin tener que esperar.

Nuestro **posicionamiento** quedó así: *L K'fé*, la cafetería que combina sabor, cercanía y rapidez con su nuevo servicio de pick up.

Con la **matriz de las 7Ps**, organizamos la propuesta completa:

Producto:

Ofrecemos bebidas calientes, frappes, antojitos y postres tradicionales, en un ambiente cómodo y con wifi gratuito. Lo más importante es que el cliente pueda disfrutar su café rápido, sin perder la experiencia acogedora que caracteriza al lugar.

Precio:

Manejamos precios accesibles con promociones atractivas, como el café refil a \$95, descuentos del 10% en bebidas calientes y combos 2x1.

Plaza:

L K'fé está ubicado en una zona céntrica, lo cual facilita el acceso. El horario es de 7 de la mañana a 10 de la noche, y ahora con el servicio pick up, los pedidos también pueden hacerse por WhatsApp para recogerlos sin esperar.

Promoción:

Queremos reforzar la presencia digital del negocio con reels creativos en Instagram y publicaciones de promociones. Así, buscamos aumentar el alcance y atraer nuevos clientes de forma constante.

Personas:

Solo hay un empleado que funge como barista y cajero, por eso se capacitó en atención al cliente, manejo de pedidos y presentación del producto, manteniendo siempre una actitud amable y ética.

Procesos:

Optimizar el tiempo fue clave. El cliente puede ordenar en mostrador o por chat, y su pedido se prepara en cuanto se confirma. También se propone un buzón de sugerencias, físico y digital, para mejorar el servicio continuamente.

Evidencia física:

El ambiente sigue siendo acogedor: iluminación cálida, música tranquila, wi-fi y enchufes disponibles. Todo esto transmite confianza y profesionalismo, reforzando la calidad del servicio.

En el **Blueprint**, representamos cómo el cliente realiza su pedido, cómo el barista lo prepara antes de que llegue y cómo lo entrega sin hacer esperar a nadie. Con esto buscamos mejorar la experiencia sin sobrecargar al trabajador y haciendo que todo el servicio sea más rápido y eficiente.

4. Prototipo y validación (2 min)

En esta etapa desarrollamos el MVP, que fue el servicio de *Pick Up* de L K'fé. La idea era que los clientes pudieran hacer su pedido por WhatsApp y recogerlo sin esperar tanto tiempo. Para validarlo, hicimos una prueba piloto durante una semana, observando cómo respondían los clientes y cuánto tardaban los pedidos en estar listos.

Aplicamos instrumentos como SERVQUAL, CSAT y NPS para medir la satisfacción y percepción del servicio. Los resultados mostraron que los clientes valoraron mucho la rapidez y la atención personalizada, aunque algunos mencionaron que sería útil

promover más el canal digital para que más personas lo usen.

Entre los principales aprendizajes, entendimos que el tiempo de espera y la comunicación clara son clave para mejorar la experiencia.

5. Plan de calidad y mejora continua (1.5 min)

Para mantener la mejora del servicio, aplicamos el ciclo PDCA (Plan-Do-Check-Act).

Primero, planificamos acciones para reducir tiempos de espera y reforzar la atención digital; después, implementamos pruebas y revisamos los resultados con indicadores como el tiempo medio de espera, el nivel de satisfacción (CSAT), la tasa de recomendación (NPS) y la resolución en primer contacto.

También definimos SLAs, es decir, niveles de servicio esperados, como que el tiempo de respuesta máximo sea inferior a 5 minutos.

Y, por último, creamos un plan de recuperación ante fallas, que incluye disculpas personalizadas, reposición del pedido y registro del incidente para evitar que se repita.

6. Plan de marketing (1.5 min)

Para dar a conocer el nuevo servicio de Pedidos anticipados, desarrollamos un plan de marketing con enfoque interno, externo y omnirelacional.

Internamente, se capacitó al barista para promover el servicio de forma directa con los clientes que ya visitan L K'fé.

De manera externa, se sugiere la implementación de reels creativos y promociones en redes sociales.

Y desde lo relacional, se reforzó la comunicación personalizada por WhatsApp para mantener cercanía con los clientes frecuentes.

El cronograma contempló acciones semanales, desde el lanzamiento del servicio hasta campañas de prueba y retroalimentación.

Como resultados esperados, buscamos incrementar la satisfacción del cliente, aumentar la tasa de recomendación (NPS) y lograr una adopción constante del servicio digital de pedidos anticipados como parte del funcionamiento habitual de la cafetería.

7. Roadmap de mejora y cierre (1 min)

Como pasos futuros, se sugiere fortalecer la promoción del canal digital, implementar un sistema simple de pedidos en línea y evaluar continuamente la satisfacción para seguir ajustando el servicio.


Con estas mejoras, el impacto esperado es un servicio más ágil, moderno y confiable, que impulse la fidelidad y el crecimiento de L K'fé.

En conclusión, este proyecto demostró que incluso los pequeños negocios pueden transformar su servicio a través de la innovación y la escucha activa del cliente.

El caso de L K'fé refleja cómo la integración entre investigación, diseño, validación y marketing puede generar una mejora real y sostenible, incrementando tanto la eficiencia operativa como el valor percibido por los consumidores.

Agradecemos profundamente al microempresario por su apertura, confianza y disposición para seguir mejorando.

Con este proyecto, reafirmamos que la calidad y la empatía son las claves para hacer crecer un servicio.

 Escena final — Regreso a la realidad (de vuelta al presente) (Melissa y Brenda)

(Vuelta a la escena original igual que al principio.)

Amiga 2 (suspira): “Estaría buenísimo... ojalá alguien lo hiciera.”

(Ambas se miran y sonríen — fundido a negro o aparece el texto final)

Enlace a video

https://youtu.be/cl6pq3_GP9Q?si=H6a4MmB6Och_5l6



Premium^{MX}

Buscar



Proyecto MKT de Servicios

Oculto