

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

División Académica de Ciencias Económico Administrativas

Equipo:

Isabela Gómez Domínguez

Karen Guadalupe Gómez Gómez

Daniel Ciram Luna Cruz

Christian Alexander López Vázquez

Docente:

Dra. Minerva Camacho Javier

Licenciatura:

Mercadotecnia

Materia:

Mercadotecnia de servicios

Asignación:

Informe corto de insights priorizados

Grupo:

KLM

Villahermosa, Tabasco; a 13 de septiembre 2025

Informe corto de insights priorizado

Proyecto: Mercadotecnia de servicios

Servicio analizado: Xalpita Café Boutique

Fecha: 13/09/2025

Contexto breve:

A partir del Customer Journey Map v1 y las encuestas realizadas, se identificaron patrones clave en la experiencia del cliente en Xalpita Café Boutique, desde la elección del establecimiento hasta el consumo dentro del lugar. Las encuestas permitieron obtener opiniones directas sobre aspectos como la variedad del menú, la presentación visual de los platillos, la atención del personal y el ambiente del local.

Insights priorizados:

#	<i>Insights</i>	<i>Evidencia de campo</i>	<i>Oportunidades de acción</i>
1	Variedad del menú	Los entrevistados coincidieron que las propuestas de platillos son muy limitadas.	Rotación del menú (incluir platillos de temporadas)
2	Presentación del menú	Los clientes señalaron que la información es clara, pero que visualmente resulta saturado.	Rediseño gráfico del menú (menos textos, más imágenes, organización por categoría.)

3	Personal	Comentarios positivos sobre la amabilidad y paciencia de los meseros.	Reforzar la capacitación en la atención cliente.
4	Ambiente	Es un lugar agradable, con música y buen olor.	Mejorar la ambientación musical, es decir regular el volumen.
5	Pago	Los clientes de Xalpita Café Boutique necesitan que el proceso de pago sea rápido y sin errores, porque, aunque acepten pagos en efectivo y tarjetas, el uso incorrecto de la terminal puede generar complicaciones y malas experiencias.	Capacitar aún más al personal en el uso de la terminal de cobro para evitar retrasos o errores de cobro, garantizando confianza en el servicio.
6	Comodidad	Los clientes encuestados opinan que el lugar es lindo, sin embargo, la organización de las mesas hace que el	Reorganizar la distribución de mesas y considerar ambientación acústica para mejorar

		espacio se perciba muy saturado.	la experiencia de estancia.
--	--	----------------------------------	-----------------------------

Síntesis ejecutiva:

En el análisis de la experiencia del cliente en Xalpita Café Boutique, se identificaron seis insights clave. Tras la priorización, se destacan los tres insights más relevantes por su impacto y factibilidad:

1. Proceso de pago: Los clientes requieren un cobro rápido y sin errores, ya que los fallos generan frustración y desconfianza. Este insight es importante porque afecta directamente la satisfacción al cierre de la experiencia.
2. Presentación del menú: El menú necesita ser más visual y claro, pues el diseño actual es percibido como saturado. Su rediseño es factible y mejorará la toma de decisiones del cliente.
3. Atención del personal: La amabilidad y paciencia de los meseros es un gran diferenciador, por lo que reforzar la capacitación asegura mantener esta fortaleza competitiva.

Los hallazgos demuestran que el punto estratégico debe centrarse en mejorar el proceso de pago, rediseñar el menú gráfico y fortalecer la atención al cliente. Estas acciones, implementadas de forma correcta, garantizan una experiencia más satisfactoria y competitiva para Xalpita Café Boutique.

Referencias

- La Información obtenida en el CJM v1 y hallazgos clave, así como en las encuestas realizadas fueron clave para la elaboración del informe corto de insights priorizado, ya que facilitaron la identificación de patrones en la experiencia del cliente y el establecimiento de áreas de mejora.