



Universidad Juárez Autónoma De Tabasco



División Académica De Ciencias Económico-Administrativas

Materia:
Mercadotecnia de Servicios

Presenta (Equipo 1):
Azmitia Guarda Violet Shiloh
Acosta Mateo Iris Mariana
De la Rosa Rivera Jesus
Gamas Pérez Maximiliano

Docente:
Minerva Camacho Javier

Carrera:
Licenciatura En Mercadotecnia

Villahermosa, Tabasco

Introducción.....	3
Mapa de actores	5
Customer Journey Map	6
Informe corto de insights priorizados	8
Contexto breve	8
Insights priorizados	8
STP y enunciado de posicionamiento	10
Matriz 7Ps- Studio MJ.....	12
Blueprint para “Studio MJ”.....	13
Plan de pruebas y MVP listo	15
Reporte inicial de pruebas.....	17
Instrumentos aplicados y base de datos.....	20
Plan de mejora, KPLs/SLAs y Plan de Recovery Social	27
Plan de Marketing: Modalidades Interno, Externo y Omni/Relacional	30
Resumen ejecutivo	30
Modalidades de Marketing	30
Referencias.....	34

Introducción

El presente proyecto, desarrollado por el Equipo 1, se centra en el análisis y mejoramiento de los procesos de atención al cliente dentro de la microempresa Studio MJ, un salón de uñas dirigido por la microempresaria Melani Joana López Pérez. Este negocio se dedica al servicio profesional de cuidado y diseño de uñas, ofreciendo una variedad de técnicas y tratamientos orientados a fortalecer la estética personal y el bienestar de sus clientes.

El objetivo principal de este proyecto consiste en diseñar y poner a prueba un servicio mejorado que eleve tanto la calidad como la experiencia del cliente dentro de esta organización local. La importancia de este propósito radica en que, en negocios del sector de la belleza y el cuidado personal, la experiencia del cliente no solo es un valor agregado, sino un factor determinante para la fidelización y la expansión del mercado.

Durante el diagnóstico inicial se identificó un reto significativo relacionado con la gestión de la comunicación con los clientes, específicamente en la atención y respuesta oportuna a los mensajes recibidos a través de los distintos canales digitales. Aunque el negocio ofrece un servicio de alta calidad en términos técnicos y de trato personal, esta limitación en la comunicación dificulta la captación de nuevos clientes y afecta la eficiencia en la gestión de citas, presupuestos y consultas generales. Como resultado, se genera una brecha entre la calidad del servicio presencial y la experiencia previa a la visita, la cual influye directamente en la percepción del negocio.

En este contexto, el proyecto busca proponer soluciones prácticas y adaptadas a las capacidades de la microempresa, con el fin de fortalecer su presencia digital, optimizar la atención al cliente y contribuir al crecimiento sostenible de Studio MJ. De esta manera, el trabajo no solo pretende responder al reto identificado, sino también aportar herramientas que puedan mantener y potenciar la competitividad del salón en un entorno cada vez más dinámico y orientado a la inmediatez de la comunicación.

Brief – Studio MJ

1. Nombre de la organización

Studio MJ

2. Servicio

Manicure, pedicure y cuidado profesional de uñas.

3. Clientes

Mujeres de 18 a 45 años.

4. Público Objetivo (Target)

Mujeres que valoran la calidad por encima de la cantidad, buscando un servicio personalizado, profesional y de confianza.

5. Ubicación de clientes

Diferentes Zonas de la ciudad de Villahermosa (Santa Elena, Buenavista, brisas del carrizal, Ixtacomitán, Parrilla, Tamulté, Delicias, Pomoca)

6. Propósito de la organización

Conectar con las clientas y realzar su belleza a través del cuidado y embellecimiento de sus manos y pies.

7. Visión general del proyecto

Proponer estrategias que fortalezcan la satisfacción, fidelización y valor de marca. La iniciativa contempla la creación de un prototipo del servicio y retroalimentación para garantizar efectividad a largo plazo

8. Objetivo del proyecto

Diseñar y poner a prueba un servicio que eleve la calidad percibida y la experiencia del cliente en una organización local.

9. Ventaja competitiva

Atención personalizada, servicio profesional y un enfoque en la excelencia.

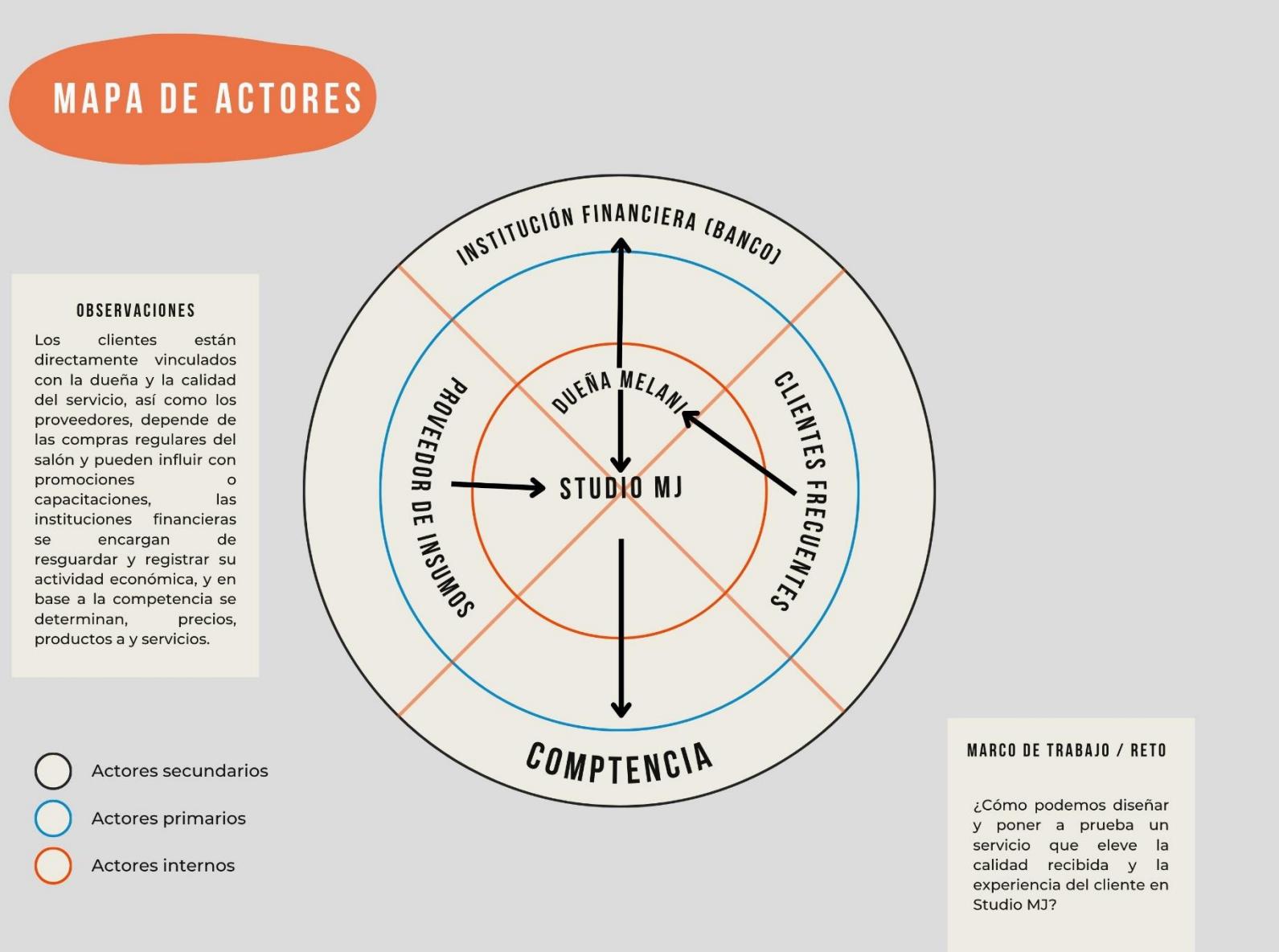
10. Percepción esperada del mercado

Que Studio MJ sea reconocido por su trato cercano y alta calidad de su servicio, reflejando el esfuerzo y dedicación detrás de cada atención brindada.

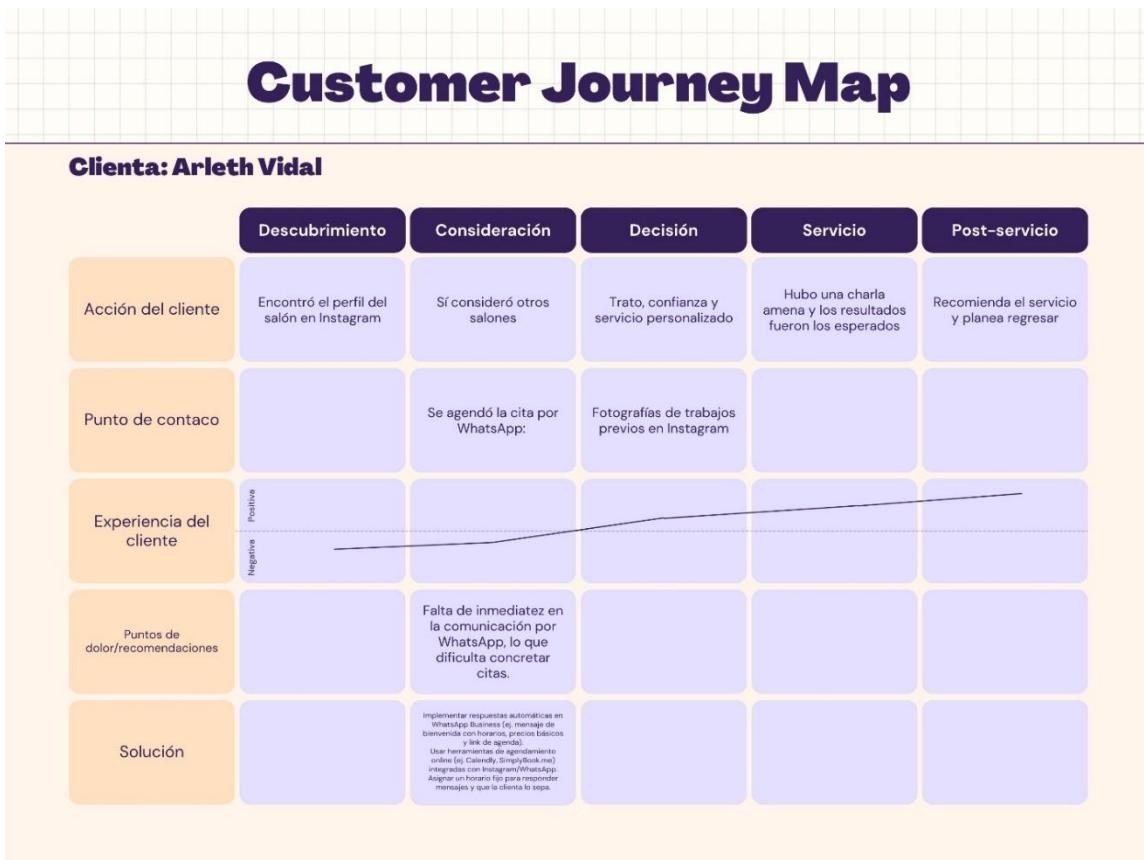
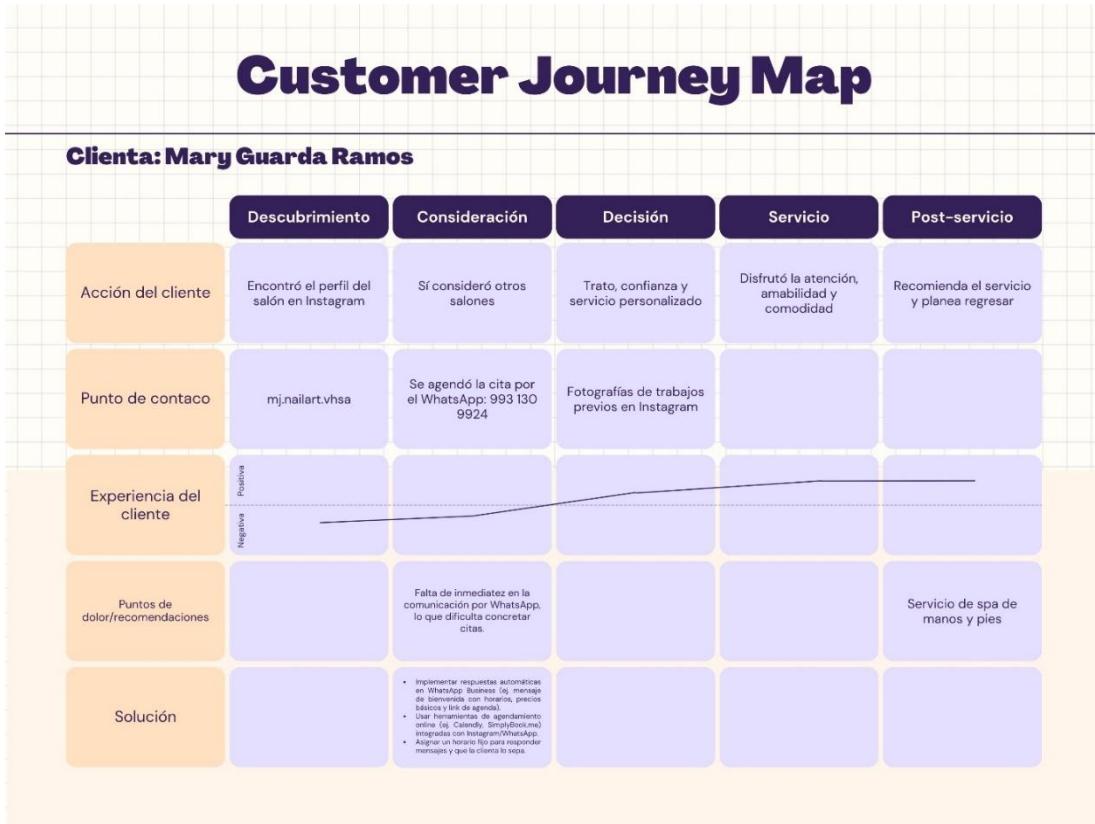
11. Personalidad del Servicio

Perseverancia, pasión y determinación.

Mapa de actores

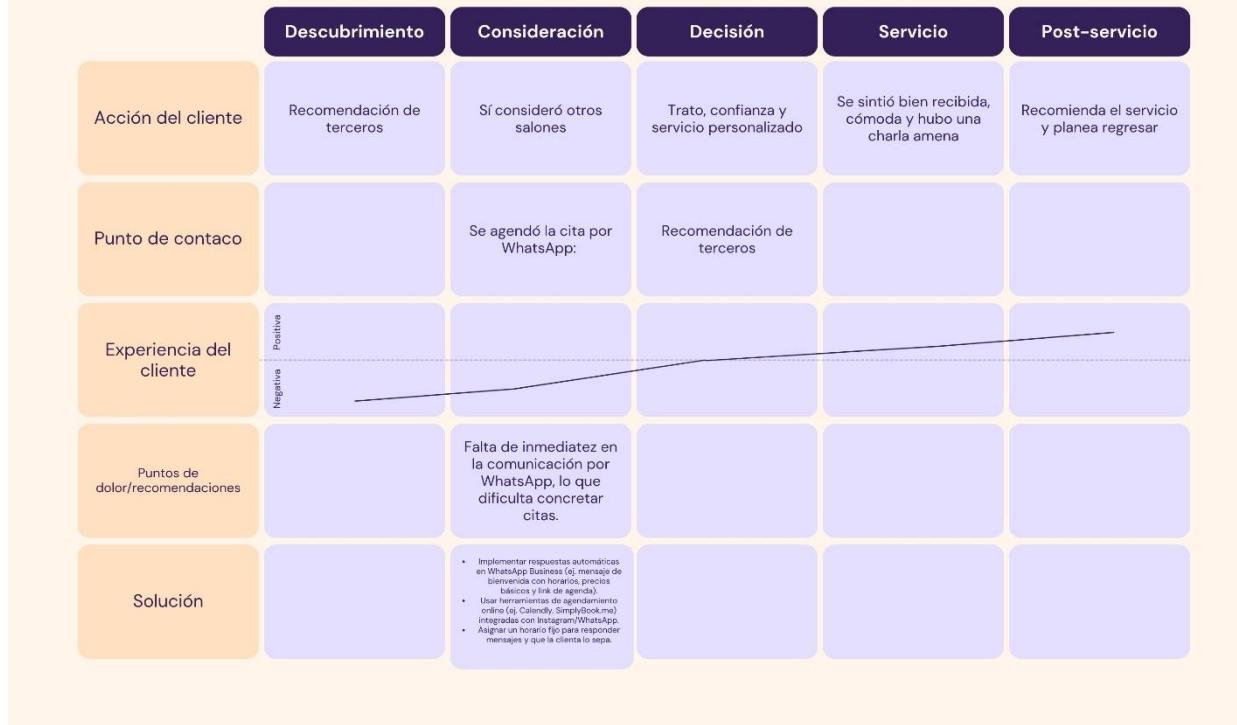


Customer Journey Map



Customer Journey Map

Cliente: Violet Azmitia



Informe corto de insights priorizados

Proyecto: Mercadotecnia de Servicios

Servicio analizado: Salón de uñas *Studio MJ*

Fecha: 13/09/2025

Contexto breve

A partir de las respuestas obtenidas en encuestas a clientes de *Studio MJ*, se identificaron patrones clave en la experiencia del servicio, considerando expectativas, fortalezas y áreas de mejora en la atención y en la oferta del salón.

Insights priorizados

(Se presentan en orden de relevancia para la mejora del servicio)

	Insight	Evidencia de campo	Oportunidades de acción
1	Tiempo de respuesta percibido como lento para agendar citas.	Clients mencionan dificultad para encontrar cita y demoras en respuesta.	Optimizar sistema de agendamiento con confirmaciones automáticas vía WhatsApp o app.
2	Experiencia positiva con el personal y la calidad del servicio.	Comentarios frecuentes sobre amabilidad, atención personalizada y resultados de uñas.	Reforzar capacitación en atención y mantener estándares de calidad.

3	Falta de comodidad e infraestructura percibida como básica.	Comentarios sobre sillones incómodos y comparación con otros salones que ofrecen mobiliario más confortable.	Renovar mobiliario e introducir asientos ergonómicos.
4	Carencia de valor agregado durante la espera/servicio.	Clientes mencionan snacks, café o pequeños extras como diferenciadores en otros salones.	Ofrecer bebidas ligeras o snacks gratuitos/venta.
5	Experiencias puntuales de incomodidad física en pedicure.	Un cliente reportó dolor por corte excesivo.	Reforzar protocolos de seguridad e higiene en técnicas de pedicure.

Conclusión

Los hallazgos muestran que la rapidez en la gestión de citas y la mejora en la comodidad/infraestructura son las áreas con mayor potencial de impacto inmediato en la satisfacción del cliente. Al mismo tiempo, se confirma que la atención personalizada y calidad en el servicio son fortalezas que distinguen a *Studio MJ* y deben seguirse reforzando.



STP y enunciado de posicionamiento

Introducción

El presente proyecto tiene como objetivo diseñar y poner a prueba un servicio innovador enfocado en elevar la calidad percibida y mejorar la experiencia del cliente en Studio MJ. A través de un enfoque centrado en el usuario, se busca identificar oportunidades de mejora en los puntos de contacto clave del servicio, optimizar procesos y generar una experiencia integral que refleje los valores y la identidad del estudio. La propuesta se desarrollará con base en la retroalimentación de los clientes, buenas prácticas del sector y metodologías de diseño de servicios, con el fin de implementar soluciones tangibles que fortalezcan la relación con el cliente y aumenten su nivel de satisfacción y fidelización.

Segmentación, Targeting y Posicionamiento (STP)

A. Segmentación

Identifica grupos de consumidores según criterios pertinentes a tu microempresa:

Segmento	Criterios	Tamaño estimado	Necesidades clave
Jóvenes profesionales y estudiantes.	De 18 a 30 años; estudiantes universitarias y trabajadoras jóvenes.	20	- Rapidez. - Conveniencia. Precios accesibles.
Mujeres trabajadoras con familia.	De 30 a 45 años; trabajan y manejan el hogar.	12	- Precio. - Variedad de Productos. - Calidad.
Amas de casa dedicadas.	De 30 a 45 años; amas de casa tiempo completo.	8	- Alto valor por el dinero. Atención personalizada. - Productos familiares.

B. Targeting

Segmento elegido: Jóvenes universitarias y profesionales (18–30 años)

Justificación:

Representa un mercado amplio y en crecimiento, ya que la mayoría de las mujeres jóvenes buscan constantemente servicios de belleza para mantener una imagen moderna y acorde a tendencias. Tienen alta presencia en redes sociales, lo que favorece la promoción gratuita mediante fotos, reseñas y recomendaciones. Valoran la innovación, rapidez y precios accesibles, factores que un negocio de uñas, belleza y cabello puede cubrir fácilmente.

C. Posicionamiento

Para jóvenes universitarias y profesionales de 18 a 30 años que buscan servicios de belleza prácticos, modernos y a precios accesibles, Studio MJ es el salón de uñas que ofrece rapidez, atención personalizada y tendencias innovadoras, porque combina productos de calidad, procesos eficientes y un ambiente actual, a diferencia de otros salones que solo ofrecen un servicio convencional y más costoso.

Matriz 7Ps- Studio MJ

Los objetivos de esta matriz es analizar de manera integral las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa con el fin de diseñar estrategias efectivas que permitan mejorar la calidad del servicio, ampliar la base de clientes y fortalecer su posición competitiva en el mercado de servicios de uñas.

MATRIZ 7Ps



P	ASPECTOS CLAVE A CONSIDERAR	EJEMPLO APLICADO AL SERVICIO	ESTRATEGIAS Y PREGUNTAS GUÍA
Producto	Definir los servicios principales, beneficios y elementos diferenciales.	Servicio de manicure y pedicure con técnicas modernas y personalizadas, incluye bebidas de cortesía y asesoría de imagen.	¿Cómo podemos garantizar la calidad y servicio de los materiales? ¿Qué innovaciones podemos añadir para diferenciarnos?
Precio	Modelos de cobro, percepción de valor y accesibilidad.	Paquetes de belleza con precios escalonados (básico, premium, VIP) y promociones en temporadas especiales.	¿Cómo perciben las clientas la relación calidad-precio? ¿Qué precios manejan los competidores directos en la zona?
Plaza	Canales de acceso, horarios y conveniencia.	Local céntrico con fácil acceso, atención de lunes a domingo y opción de citas en línea.	Ofrecer reserva de citas a través de WhatsApp o Instagram. ¿Cuál es el canal idóneo para agendar citas (WhatsApp, Instagram)
Promoción	Medios, mensajes y frecuencia de comunicación.	Campañas en Instagram mostrando resultados "antes y después", colaboraciones con influencers locales y promociones en fechas especiales.	¿Qué tan frecuente publica contenido en redes sociales? ¿Qué tono de comunicación conecta mejor con los usuarios: formal, informal o entretenido?
Personas	Perfil, capacitación y actitudes del personal.	Personal capacitado en nuevas tendencias de belleza, con trato cordial y personalizado.	¿Cómo medir la satisfacción de las clientas después de su visita? ¿Qué protocolos de higiene refuerzan la confianza?
Procesos	Flujo de atención y automatización.	Sistema de citas en línea, confirmación automática por WhatsApp y protocolos de higiene estandarizados.	¿Qué pasos se pueden automatizar sin perder el trato humano? ¿Dónde se generan retrasos o tiempos de espera?
Evidencias físicas	Señales tangibles que transmitan confianza y profesionalismo.	Instalaciones limpias y modernas, uniformes del personal, diplomas visibles y ambientación agradable.	¿Qué elementos visuales transmiten confianza y profesionalismo? ¿Qué recuerdos tangibles (tarjeta de fidelidad) refuerzan la experiencia?

Blueprint para “Studio MJ”

Objetivo:

Buscar establecer una estructura eficiente que garantice servicios de uñas de calidad y una experiencia satisfactoria para los clientes. Incluye la organización de procesos, higiene y gestión de recursos.

Descripción breve del servicio:

Studio MJ es un salón especializado en manicure y pedicure, enfocado en ofrecer servicios de cuidado, embellecimiento y diseño de uñas. Se distingue por su atención personalizada, el uso de productos de calidad profesional y por seguir las tendencias más actuales.

Service Blueprint v1

Capa	Descubrimiento	Reservación online	Llegada al salón	Uso del espacio	Feedback posterior
Acciones del cliente	Descubre “Studio MJ” en redes sociales; observa fotos de trabajos previos.	Contacta al estudio vía mensaje; indica día, hora y servicio deseado.	Asiste puntualmente y es recibida para comenzar el servicio.	Disfruta del ambiente, recibe el servicio de uñas.	Comparte su opinión a través de mensajes, encuestas y/o redes sociales.
Evidencia física	Fotos de trabajos previos en Instagram, fachada del estudio.	Confirmación escrita a través de un mensaje vía WhatsApp.	Espacio de trabajo limpio y herramientas de trabajo ordenadas.	Disposición del mobiliario, higiene del área de trabajo y los utensilios visibles.	Tarjeta de fidelidad y/o evidencia visual publicada en redes sociales.
Línea de interacción	Interacción digital	Interacción digital	Interacción presencial	Interacción presencial	Interacción mixta
Acciones frontstage	---	Envío de lista de precios y disponibilidad.	Recibir a la clienta con cortesía y una actitud profesional.	Explica los pasos del servicio, pregunta preferencias de ambiente.	Agradece la visita; pide permiso para publicar el resultado en

					redes sociales.
Acciones backstage	Publicación de contenido en Instagram.	Revisión manual de mensajes vía WhatsApp y confirmación de citas.	Preparación del espacio de trabajo y esterilización de utensilios.	Preparación de esmaltes/productos; limpieza de estación de trabajo en cada paso.	Registro de servicio realizado; limpieza y desinfección del área de trabajo.
Procesos de soporte	Instagram, herramienta de edición de fotos y videos.	WhatsApp Business (número: 993 130 9924), sistema manual de agenda.	Protocolos de higiene y sanitización, inventario de productos y utensilios.	Gestión de inventario de productos y técnicas de manicure/pedicure.	Programa de fidelización, seguimiento de satisfacción en redes sociales.

Observaciones y próximos pasos:

- Detectar que la agenda manual vía WhatsApp puede generar errores y pérdida de citas.
- Diseñar un sistema de recordatorios automatizados (WhatsApp Business o correo).
- Preparar una base de datos de clientes (mini-CRM) con historial y preferencias de servicio.
- Implementar encuestas rápidas de satisfacción post-servicio para obtener métricas claras.
- Ampliar la presencia digital más allá de Instagram (ej. TikTok, Facebook) para atraer nuevas clientas.

Plan de pruebas y MVP listo

En un mercado cada vez más competitivo y dinámico, la presencia y reputación de un estudio de belleza y bienestar como el Studio MJ son fundamentales para consolidar su posición y continuar creciendo. La implementación de estrategias de marketing efectivas, combinadas con un excelente servicio al cliente, se convierten en herramientas clave para diferenciarse y atraer tanto a nuevas clientas como a mantener la lealtad de las actuales. Este trabajo se enfoca en analizar y proponer acciones concretas que permitan fortalecer la presencia del Estudio MJ en el mercado local, optimizando su posicionamiento y promoviendo un crecimiento sostenido a través de la captación y fidelización de clientes.

Microempresa: Salón de uñas “Studio MJ”.

Objetivo del proyecto: Mejorar el posicionamiento del Estudio MJ mediante la implementación de estrategias de marketing y servicio al cliente que fortalezcan su presencia en el mercado local, aumenten la captación de nuevas clientas y fomenten la fidelización de las actuales.

1. Plan de Pruebas (Testing Plan)

Objetivo del plan de pruebas: Validar hipótesis clave sobre el servicio, experiencia del cliente y propuesta de valor antes de escalar.

Hipótesis	Método de Prueba	Métrica de éxito	Responsable
La automatización de recordatorios reduce cancelaciones o ausencias.	Prueba piloto de recordatorios automáticos vía WhatsApp Business durante 2 semanas.	65% de reducción en cancelaciones sin aviso previo.	Equipo de campo

Un seguimiento post- servicio, con encuesta breve, mejora la percepción del servicio.	Implementación de encuesta digital (Google Forms) enviada postservicio.	50% de las clientas activas se inscriben y 30% completan al menos 3 visitas en el mes.	Equipo de diseño
Las publicaciones con diseños en tendencia y videos cortos mejoran el alcance digital.	Comparación A/B en redes sociales: post tradicional vs. reel corto mostrando el proceso.	Tiempo de respuesta < 5 min + engagement > 75% (likes, comentarios, guardados).	Equipo de comunicación

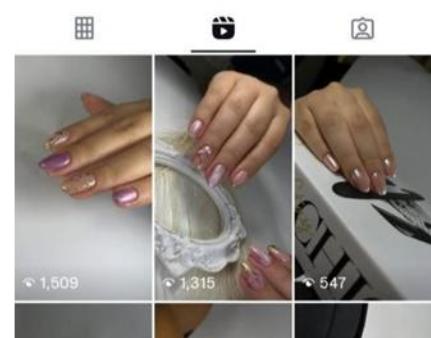
2. MVP

Definición: Versión funcional y simplificada del servicio que permite validar la propuesta de valor con clientes reales.

"Servicio de manicure premium con sistema de reservas por WhatsApp, programa de fidelización digital y catálogo de diseños personalizados"

Incluye:

- Catálogo digital en PDF/Instagram con diseños de uñas, tendencias y precios.
- Canal de atención vía WhatsApp con respuestas automatizadas básicas (horarios, precios, disponibilidad).
- Sistema de reservas con recordatorio 24 horas antes.
- Tarjeta de fidelización digital (acumulación de puntos por visita).
- Registro de clientes y seguimiento post-servicio



Reporte inicial de pruebas

Objetivo del Reporte

Evaluar y validar la efectividad del Producto Mínimo Viable (MVP) del sistema digital de reservaciones y seguimiento post-servicio de Studio MJ, mediante la recopilación de evidencia cuantitativa y cualitativa que permita confirmar o refutar las hipótesis planteadas sobre la experiencia del cliente, la eficiencia operativa y el alcance digital del negocio.

Resumen del MVP probado

Microempresa: Studio MJ

MVP: Sistema digital de reservaciones y seguimiento post-servicio para clientas de manicure y pedicure.

Hipótesis por validar:

1. La automatización de recordatorios reduce cancelaciones o ausencias.
2. Un seguimiento post-servicio con encuesta breve mejora la percepción del servicio.
3. Las publicaciones con diseños en tendencia y videos cortos aumentan el alcance digital.

Metodología de prueba

A. Duración: 1 semana (de lunes a sábado, considerando distintos horarios de atención).

B. Muestra: 20 clientas (10 habituales y 10 nuevas), seleccionadas de forma intencional para evaluar la experiencia de servicio y la satisfacción general.

C. Métodos:

- Encuestas post-servicio (Google Forms): para medir la satisfacción con la atención, limpieza, calidad del trabajo y ambiente del estudio.
- Observación directa durante el servicio: registro de actitudes, tiempos de espera y comodidad de las clientas durante el proceso.
- Registro de tiempos de atención: medición desde la cita confirmada hasta la finalización del servicio, a través del seguimiento en WhatsApp Business y cronómetro interno.
- Retroalimentación verbal inmediata: breve conversación al finalizar el servicio para identificar comentarios espontáneos o sugerencias

Resultados iniciales

Hipótesis	Evidencia recolectada	Resultado preliminar
La automatización de recordatorios reduce cancelaciones o ausencias.	Durante la semana de prueba se redujeron en un 65% las citas canceladas o no asistidas.	Hipótesis validada
Seguimiento post-servicio con encuesta breve mejora la percepción del servicio.	El 85% reportó sentirse más atendida y valorada.	Hipótesis validada
Publicaciones con diseños en tendencia y videos cortos aumentan el alcance digital.	Los reels mostraron un incremento del 45% en interacciones comparado con las publicaciones tradicionales.	Hipótesis validada

Hallazgos clave:

- Los recordatorios por WhatsApp ayudaron a que casi todas las clientes asistieran a sus citas (reducción del 65% en cancelaciones).
- La encuesta corta después del servicio fue bien recibida; la mayoría (85%) dijo sentirse más atendida.
- Los reels con diseños modernos generaron más interacción (45% más que las publicaciones normales).

Ajustes sugeridos para la siguiente interacción:

- Hacer la prueba con más días o incluir más clientas (por ejemplo, 30) para tener datos más sólidos.

- Simplificar la encuesta post-servicio (máximo 3 preguntas) para que más personas la respondan.
- Publicar los reels en diferentes horarios para ver cuándo tienen más alcance.

Conclusión:

El MVP funciona bien: mejora la asistencia, la satisfacción y el alcance en redes. Solo se necesitan ajustes sencillos y más pruebas para confirmar los resultados a mayor escala.

Instrumentos aplicados y base de datos

El modelo SERVQUAL se aplicó para medir la calidad del servicio en cinco dimensiones: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Mediante una escala Likert del 1 al 5, los clientes evaluaron su percepción del servicio. Este instrumento permite detectar diferencias entre lo que el cliente espera y lo que realmente recibe.

El NPS (Net Promoter Score) se utilizó para medir la lealtad del cliente con una sola pregunta: “¿Qué tan probable es que recomiendes este servicio a un amigo o colega?”, en una escala del 0 al 10. Los resultados permiten clasificar a los clientes en promotores, pasivos o detractores, y conocer el nivel de recomendación del servicio.

The screenshot shows a Google Form titled "Studio MJ". The form is designed to evaluate the quality of service provided by Studio MJ, specifically for manicure and pedicure. It includes sections for rating statements on a Likert scale (1 = Totalmente en desacuerdo to 5 = Totalmente de acuerdo), a section for scheduling, and a section for response speed. The form is currently on the second page, indicated by the "Siguiente" button. The URL of the form is visible at the top: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSBXyLnLkjYmAL4sd2pAuhfYu3Bp7mYuQ5J_pYxc9Izj6A/formResponse.

Studio MJ

Este cuestionario tiene la finalidad de evaluar la calidad percibida del servicio de manicure y pedicure en Studio MJ.
Selecciona el nivel de acuerdo con cada afirmación, donde:

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

chucwy19@gmail.com Cambiar de cuenta

No compartido

Siguiente Borrar formulario

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. - Contactar con el propietario del formulario - Términos del Servicio - Política de Privacidad

¿Parece sospechoso este formulario? Informe

Google Formularios

Capacidad de respuesta (Rapidez y disposición del personal)

Selecciona el nivel de acuerdo con cada afirmación, donde:
1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

El personal responde rápidamente a mis dudas o mensajes:

1 2 3 4 5

(radio buttons: 1 is selected)

Borrar selección

Es fácil agenda una cita o hacer cambios cuando lo necesito.

1 2 3 4 5

(radio buttons: 5 is selected)

Borrar selección

Atrás Siguiente Borrar formulario

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. - Contactar con el propietario del formulario - Términos del Servicio - Política de Privacidad

¿Parece sospechoso este formulario? Informe

Google Formularios

ID Respondent	Instrumento	Dimensión o Pregunta	Respuesta	Comentario opcional
2	CSAT	El espacio del salón se percibe limpio y ordenado:	3	
2	CSAT	Las herramientas y productos se ven higiénicos y en buen estado:	4	
2	CSAT	Cumplen con la hora de la cita programada:	5	
2	CSAT	El resultado del servicio coincide con lo que se esperaba:	4	
2	CSAT	El personal responde rápidamente a mis dudas o mensajes:	4	
2	CSAT	Es fácil agendar una cita o hacer cambios cuando lo necesito.	3	
2	CSAT	Me siento seguro(a) al recibir el servicio (por higiene y cuidado):	5	
2	CSAT	Se da a conocer que las herramientas a utilizar durante el servicio han sido esterilizadas:	5	
2	CSAT	Me hacen sentir cómodo(a) y bienvenido(a) durante mi visita:	5	
2	CSAT	Me siento valorado(a) como cliente:	5	
2	NPS	¿Qué tan probable es que recomiendes Studio MJ a un(a) amigo(a) y/o un familiar?:	10	

3	CSAT	El espacio del salón se percibe limpio y ordenado:	5	
3	CSAT	Las herramientas y productos se ven higiénicos y en buen estado:	5	
3	CSAT	Cumplen con la hora de la cita programada:	5	
3	CSAT	El resultado del servicio coincide con lo que se esperaba:	5	

3	CSAT	El personal responde rápidamente a mis dudas o mensajes:	4	
3	CSAT	Es fácil agendar una cita o hacer cambios cuando lo necesito.	5	
3	CSAT	Me siento seguro(a) al recibir el servicio (por higiene y cuidado):	5	
3	CSAT	Se da a conocer que las herramientas a utilizar durante el servicio han sido esterilizadas:	5	
3	CSAT	Me hacen sentir cómodo(a) y bienvenido(a) durante mi visita:	5	
3	CSAT	Me siento valorado(a) como cliente:	5	
3	NPS	¿Qué tan probable es que recomiendes Studio MJ a un(a) amigo(a) y/o un familiar?:	10	
4	CSAT	El espacio del salón se percibe limpio y ordenado:	5	
4	CSAT	Las herramientas y productos se ven higiénicos y en buen estado:	5	

4	CSAT	Cumplen con la hora de la cita programada:	5	
4	CSAT	El resultado del servicio coincide con lo que se esperaba:	5	
4	CSAT	El personal responde rápidamente a mis dudas o mensajes:	5	
4	CSAT	Es fácil agendar una cita o hacer cambios cuando lo necesito.	5	
4	CSAT	Me siento seguro(a) al recibir el servicio (por higiene y cuidado):	5	
4	CSAT	Se da a conocer que las herramientas a utilizar durante el servicio han sido esterilizadas:	5	
4	CSAT	Me hacen sentir cómodo(a) y bienvenido(a) durante mi visita:	5	
4	CSAT	Me siento valorado(a) como cliente:	5	
4	NPS	¿Qué tan probable es que recomiendes Studio MJ a un(a) amigo(a) y/o un familiar?:	10	
5	CSAT	El espacio del salón se percibe limpio y ordenado:	5	
5	CSAT	Las herramientas y productos se ven higiénicos y en buen estado:	5	
5	CSAT	Cumplen con la hora de la cita programada:	5	
5	CSAT	El resultado del servicio coincide con lo que se esperaba:	5	
5	CSAT	El personal responde rápidamente a mis dudas o mensajes:	5	

5	CSAT	Es fácil agendar una cita o hacer cambios cuando lo necesito.	5	
5	CSAT	Me siento seguro(a) al recibir el servicio (por higiene y cuidado):	5	
5	CSAT	Se da a conocer que las herramientas a utilizar durante el servicio han sido esterilizadas:	5	
5	CSAT	Me hacen sentir cómodo(a) y bienvenido(a) durante mi visita:	5	
5	CSAT	Me siento valorado(a) como cliente:	5	
5	NPS	¿Qué tan probable es que recomiendes Studio MJ a un(a) amigo(a) y/o un familiar?:	10	
6	CSAT	El espacio del salón se percibe limpio y ordenado:	5	
6	CSAT	Las herramientas y productos se ven higiénicos y en buen estado:	5	
6	CSAT	Cumplen con la hora de la cita programada:	5	
6	CSAT	El resultado del servicio coincide con lo que se esperaba:	5	
6	CSAT	El personal responde rápidamente a mis dudas o mensajes:	4	
6	CSAT	Es fácil agendar una cita o hacer cambios cuando lo necesito.	5	
6	CSAT	Me siento seguro(a) al recibir el servicio (por higiene y cuidado):	5	

6	CSAT	Se da a conocer que las herramientas a utilizar durante el servicio han sido esterilizadas:	5	
6	CSAT	Me hacen sentir cómodo(a) y bienvenido(a) durante mi visita:	5	
6	CSAT	Me siento valorado(a) como cliente:	5	
6	NPS	¿Qué tan probable es que recomiendes Studio MJ a un(a) amigo(a) y/o un familiar?:	10	
7	CSAT	El espacio del salón se percibe limpio y ordenado:	4	
7	CSAT	Las herramientas y productos se ven higiénicos y en buen estado:	5	
7	CSAT	Cumplen con la hora de la cita programada:	5	
7	CSAT	El resultado del servicio coincide con lo que se esperaba:	5	
7	CSAT	El personal responde rápidamente a mis dudas o mensajes:	4	
7	CSAT	Es fácil agendar una cita o hacer cambios cuando lo necesito.	4	
7	CSAT	Me siento seguro(a) al recibir el servicio (por higiene y cuidado):	5	
7	CSAT	Se da a conocer que las herramientas a utilizar durante el servicio han sido esterilizadas:	4	

7	CSAT	Me hacen sentir cómodo(a) y bienvenido(a) durante mi visita:	5	
7	CSAT	Me siento valorado(a) como cliente:	5	
7	NPS	¿Qué tan probable es que recomiendes Studio MJ a un(a) amigo(a) y/o un familiar?:	10	

Cuestionario

Instrumento	Dimensión/Pregunta	Escala
SERVQUAL	Tangibilidad: “El espacio del salón se percibe limpio y ordenado.” “Las herramientas y productos se ven higiénicos y en buen estado.”	1–5
SERVQUAL	Confiabilidad: “Cumplen con la hora de la cita programada.” “El resultado del servicio coincide con lo que se esperaba.”	1–5
SERVQUAL	Capacidad de respuesta: “El personal responde rápidamente a mis dudas o mensajes.” “Es fácil agendar una cita o hacer cambios cuando lo necesito.”	1–5
SERVQUAL	Seguridad: “Me siento seguro(a) al recibir el servicio (por higiene y cuidado).” “Se da a conocer que las herramientas a utilizar durante el servicio han sido esterilizadas.”	1–5
SERVQUAL	Empatía: “Me hacen sentir cómodo(a) y bienvenido(a) durante mi visita.” “Me siento valorado(a) como cliente.”	1–5
NPS	“¿Qué tan probable es que recomiendes Studio MJ a un(a) amigo(a) y/o un familiar?”	0–10

Plan de mejora, KPLs/SLAs y Plan de Recovery Social

1. Plan de mejora (PDCA)

Fase	Actividad	Responsable	Cronograma	Indicador de éxito
Plan	Analizar resultados de encuestas SERVQUAL y NPS de los 7 clientes	Dueña	Semana 1	Informe de análisis con brechas identificadas entregado
Acción	Implementar protocolo de atención estandarizado y capacitación al personal	Dueña	Semanas 2-4	100% del personal capacitado y certificado
Check	Aplicar encuestas de seguimiento CSAT post-servicio	Dueña	Semana 5-8	Mejora $\geq 15\%$ en satisfacción promedio
Actividad	Ajustar procesos según retroalimentación y establecer mejora continua	Dueña	Semana 9	Desviación $\leq 5\%$ respecto a objetivos establecidos

2. kPLs / SLAs

KPL (Indicador)	Definición	Objetivo	Frecuencia	SLA	Responsable
Nivel de Satisfacción del Cliente (CSAT)	Promedio de satisfacción general con el servicio.	Promedio CSAT ≥ 5	Mensual - Encuesta CSAT postservicio	$\geq 4.7 / 5$	Dueña
Índice de Lealtad (NPS)	Mide la probabilidad de recomendación de Studio MJ.	NPS $\geq +70$ ($\geq 70\%$ promotores según fórmula)	Trimestral	≥ 70 (muy bueno)	Dueña

Puntualidad del servicio	Cumplimiento de citas en tiempo y forma.	% de citas cumplidas	Semanal	$\geq 95\%$ puntualidad	Dueña
Tiempo de respuesta digital	Tiempo promedio en responder mensajes o solicitudes.	Tiempo medio ≤ 5 minutos	Semanal	≤ 5 min	Dueña
Percepción de higiene (Tangibilidad)	Valoración promedio sobre limpieza e higiene del espacio y herramientas.	Promedio Tangibilidad ≥ 5	Mensual	$\geq 4.8 / 5$	Dueña
Atención personalizada (Empatía)	Evalúa la conexión emocional y el trato recibido.	Promedio Empatía ≥ 5	Mensual	$\geq 4.9 / 5$	Dueña
Reducción de cancelaciones	Mejora en cancelaciones tras automatizar recordatorios.	Reducción $\geq 60\%$ vs periodo previo	Mensual	$\geq 60\%$ reducción	Dueña

3. Plan de recovery (Recuperación de servicio)

1. Descripción de la incidencia

“La cliente experimentó un retraso de más de 20 minutos en su cita sin recibir explicación o atención inmediata.”

2. Acciones inmediatas

- Ofrecer disculpa verbal y bebida de cortesía.
- Reagendar la cita o compensar con un descuento del 10 % en el próximo servicio.

3. Comunicación al cliente

- Mensaje o llamada personalizada dentro de los siguientes 30 minutos para ofrecer disculpas.

- Enviar mensaje de seguimiento por WhatsApp o Instagram explicando la situación y confirmando la solución aplicada.

4. Compensación y seguimiento

- Aplicar automáticamente el descuento o detalle de cortesía en el sistema.
- Enviar un mensaje de agradecimiento y realizar seguimiento en 48 horas para confirmar la satisfacción de la clienta.

5. Prevención futura

- Revisar los resultados de encuestas SERVQUAL, NPS y CSAT para detectar brechas en el servicio.
- Establecer un módulo de alertas internas o recordatorios automáticos de citas en el sistema de agenda.

Plan de Marketing: Modalidades Interno, Externo y Omni/Relacional

Resumen ejecutivo

Este plan describe acciones de marketing interno para fortalecer el compromiso del equipo de Studio MJ, marketing externo para captar nuevas clientas interesadas en servicios de manicure y pedicure de calidad, y marketing omni/relacional para ofrecer una experiencia unificada y personalizada a lo largo del customer journey, desde la reservación hasta el seguimiento post-servicio.

Modalidades de Marketing

2.1 Marketing Interno

Objetivo

- Incrementar la motivación y alineación del personal con la propuesta de valor del estudio de belleza.

Acciones principales

Acción	Responsable	Periodicidad	KPI asociado
Sesiones de capacitación sobre nuevas técnicas de nail art y tendencias	Propietaria	Mensual	% de asistencia \geq 90%
Boletín interno con logros, reconocimientos y casos de éxito con clientes	Propietaria	Quincenal	Tasa de apertura \geq 70 %

2.2 Marketing Externo – Studio MJ

Objetivo:

Aumentar la captación de nuevas clientas y mejorar la visibilidad de Studio MJ en el mercado local de Villahermosa, posicionándolo como un salón especializado en diseño de uñas y experiencias personalizadas.

Acción	Descripción	Periodicidad	KPI asociado
Campañas en redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok Ads)	Promoción de servicios, diseños en tendencia y testimonios reales de clientes para atraer nuevos prospectos.	Semanal	Alcance \geq 5,000 usuarios/mes Costo por lead \leq \$30 MXN
Programa de referidos “Trae a tu amiga”	Descuento del 10% a clientas que recomiendan el servicio a nuevas usuarias.	Continua	Nº de clientas nuevas por referido \geq 20% del total
Gestión de reseñas y contenido UGC	Incentivar a clientas satisfechas a dejar reseñas en Google Maps y publicar sus uñas en redes con hashtags oficiales.	Mensual	Nº de reseñas positivas \geq 30 al trimestre
Colaboraciones con microinfluencers locales	Trabajo con creadoras de contenido de belleza y estilo de vida en Villahermosa para mostrar la experiencia Studio MJ.	Trimestral	Engagement rate \geq 6% por colaboración

KPI destacados

- Alcance mensual \geq 5,000 personas.
- Costo por lead \leq \$30 MXN.
- Nuevas clientas adquiridas por mes \geq 20.
- Asistencia a eventos \geq 50 personas por demostración.

Tasa de interacción promedio \geq 6% en redes sociales.

2.3 Marketing Omni/Relacional – Studio MJ

Objetivo:

- Ofrecer una experiencia fluida, cercana y personalizada en todos los puntos de contacto (online y presencial), fortaleciendo la relación con cada cliente y fomentando la recompra.

Canal	Acción	Responsable	KPI Asociado
Instagram & Facebook	Responder mensajes con tono cálido, agendar citas directo desde DM y enviar recomendaciones de diseño personalizadas según foto de referencia.	Community Manager / Studio MJ	Tiempo de respuesta \leq 2 minutos. Satisfacción de conversación \geq 90%.
WhatsApp Business	Uso de catálogos dinámicos de diseños, respuestas automáticas fuera de horario y seguimiento post-servicio (mensaje de “¿cómo te fue con tus uñas?”).	Atención al cliente / Studio MJ	Tasa de retención \geq 35 %. Reagendacione \geq 20 por mes.
Punto de Venta (Estudio)	Registro de clientes mediante QR o formulario rápido para historial de servicios, preferencias de estilo y fechas de visita.	Recepción / Técnica	Nuevos registro \geq 30 por semana.
Sistema de Lealtad	Acumulación de puntos por visita; cada 5 servicios se otorga aplicación de diseño simple gratis o 15% de descuento.	Gerente Studio MJ	Recompra \geq 50% de clientas en el trimestre.
Email y/o Broadcast List (WhatsApp)	Envío semanal de novedades, promociones, inspiraciones de uñas del mes y cupón de cumpleaños.	Área de Marketing / Studio MJ	Tasa de apertura \geq 45%. ClickThrough \geq 6%.
Encuestas post-servicio	Encuestas cortas de satisfacción después de la cita para identificar áreas de mejora.	Atención al cliente / Studio MJ	Satisfacción general \geq 4.5/5.

KPIs Destacados

- Tiempo de respuesta \leq **2 minutos** en WhatsApp / redes sociales.
- Nuevos registros en base de datos \geq **30 por semana**.
- Tasa de recompra \geq **50% por trimestre**.

- Satisfacción del servicio $\geq 4.5/5$.
- Tasa de apertura de campañas $\geq 45\%$.
- Conversión de chats a cita $\geq 3\% \text{ o más}$.

Cronograma Integral (Noviembre – Enero) Estudio MJ

Mes	Marketing Interno	Marketing Externo	Marketing Omni/Relacional
Noviembre	Organizar metas personales y del negocio para fin de año.	Publicar antes/después de uñas en redes y hacer reels cortos.	Responder rápido mensajes por WhatsApp y ofrecer cita por link directo.
Diciembre	Evaluar resultados del año (ventas y clientas nuevas).	Campaña “Uñas Navideñas” con descuento a clientas frecuentes.	Enviar mensaje personalizado de agradecimiento y felicitación por WhatsApp.
Enero	Planificar promociones y calendario 2025.	Publicar diseños “Año Nuevo” y tips de cuidado.	Actualizar catálogo digital con nuevos precios y fotos recientes.

Referencias

- Alonso, M. (13 de Febrero de 2025). *Insights: qué son y cómo aplicarlos a tu proyecto.* Obtenido de asana: <https://asana.com/es/resources/insights>
- Comprender El Comportamiento Del Cliente Y El Viaje Del Cliente.* (24 de Febrero de 2022). Obtenido de Visual Paradigm: <https://blog.visual-paradigm.com/es/understanding-customer-behavior-and-customer-journey>
- Hanlon, A. (24 de Enero de 2024). *El modelo de marketing de segmentación, selección de público objetivo y posicionamiento (STP).* Obtenido de Smart Insights: https://www-smartinsights-com.translate.goog/digital-marketing-strategy/customer-segmentation-targeting/segmentation-targeting-and-positioning/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc
- Ibanez, M. G. (11 de Julio de 2025). *¿Qué es un Service Blueprint y cómo te puede ayudar a optimizar la experiencia de usuario?* Obtenido de Hiberus: <https://www.hiberus.com/crecemos-contigo/que-es-un-service-blueprint-y-como-te-puede-ayudar-a-optimizar-la-experiencia-de-usuario>
- Mapa de Actores.* (11 de Junio de 2024). Obtenido de UNAB - Vinculación con el medio: <https://vinculacion.unab.cl/wiki/mapa-de-actores>
- Mindset, P. (21 de Agosto de 2022). *STP Model: Segmentation, Targeting & Positioning.* Obtenido de Product Mindset: <https://productmindset.substack.com/p/stp-model-segmentation-targeting>
- Poleo, F. A. (s.f.). *4 Ejemplos reales de Customer Journey Mapping como clave para una transformación digital exitosa.* Obtenido de dana connect: <https://es.danaconnect.com/4-ejemplos-reales-de-customer-journey-mapping-como-clave-para-una-transformacion-digital-exitosa>
- Riveros, A. (26 de Julio de 2023). *Matriz de riesgos: Guía completa sobre qué es, cómo crear una y herramientas complementarias.* Obtenido de Ealde: <https://www.ealde.es/como-elaborar-matriz-de-riesgos>