



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

División Académica De Ciencias

Económico-Administrativas



DACEA
División Académica
de Ciencias Económico
Administrativas

Asignatura:

Mercadotecnia de servicios

“Reporte inicial de pruebas- Empresa: L´K Fe”

Presenta:

Melissa Mendoza Juárez

María del Carmen Segovia Zapata

Brenda Jazmín Vidal Estrada

Josselyn Akemy Sánchez Vázquez

Docente:

Minerva Camacho Javier

Carrera:

Licenciatura en Mercadotecnia

Villahermosa, Tabasco, México.

Octubre, 2025

Reporte inicial de pruebas (v1)

1. Objetivo del reporte

Explicar los resultados preliminares de las pruebas realizadas con el **Producto Mínimo Viable** (MVP), validando hipótesis clave sobre la experiencia del cliente y la propuesta de valor del servicio.

2. Resumen del MVP probado (Ejemplo)

Microempresa: Cafetería L'K Fe

MVP: Servicio de pedidos anticipados con atención vía WhatsApp.

Hipótesis a validar:

1. Un sistema de pedidos anticipados ayuda a reducir el tiempo de espera.
2. El tiempo de espera mejora la satisfacción del cliente.
3. El canal de WhatsApp agiliza la atención, aumenta la satisfacción y reduce el tiempo de espera.

3. Metodología de prueba

- a. **Duración:** 1 semana
- b. **Muestra:** 6 clientes
- c. **Métodos:**
 - Encuesta de Feedback del servicio.
 - Observación directa en la entrega.
 - Registro de tiempos de atención en WhatsApp.

4. Resultados iniciales

Hipótesis	Evidencia recolectada	Resultado preliminar
Reducción del tiempo de espera	4 de 6 clientes mencionaron que su pedido estuvo listo al llegar; 2 dijeron que estaba listo parcialmente.	Hipótesis validada parcialmente (66%)
Tiempo de espera mejora la satisfacción	5 de 6 personas están muy satisfechos con el servicio.	Hipótesis validada (83%)
WhatsApp agiliza atención y reduce el tiempo de espera	Tiempo promedio de respuesta: 2 min; 6 de 6 clientes mencionan que el proceso de orden es fácil; satisfacción: 100%	Hipótesis validada

5. Hallazgos clave

- El sistema de pedidos ayuda a reducir el tiempo de espera de los clientes, sin embargo, el tiempo de preparación sigue siendo el mismo.
- El tiempo de espera mínimo genera opinión positiva, pero a algunos clientes no les molesta la espera.
- WhatsApp es un canal eficiente, pero requiere mensajes más personalizados y mayor atención para fidelizar.

6. Ajustes sugeridos para la siguiente iteración

- Dar más difusión a la implementación del nuevo servicio (cartel dentro del establecimiento y publicidad en redes)
- Ofrecer promociones exclusivas para pedidos por WhatsApp en la página de Instagram.
- Mantener la publicidad para que los clientes no dejen de pasar tiempo en el establecimiento.
- Experimentar con una muestra más grande

7. Conclusión

El MVP validó dos de las tres hipótesis y arrojó aprendizajes valiosos para mejorar la propuesta de valor. El siguiente paso será mejorar las estrategias de difusión para que más gente conozca y utilice el servicio.

8. Evidencias anexas

- Fotografías del establecimiento.
- Capturas de pantalla de interacciones en WhatsApp.
- Gráficas de resultados de encuestas.





