



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

<b>Hipótesis</b>	<b>Evidencia recolectada</b>	<b>Resultado preliminar</b>
<b>Reducción del tiempo de espera</b>	4 de 6 clientes mencionaron que su pedido estuvo listo al llegar; 2 dijeron que estaba listo parcialmente.	Hipótesis validada parcialmente (66%)
<b>Tiempo de espera mejora la satisfacción</b>	5 de 6 personas están muy satisfechos con el servicio.	Hipótesis validada (83%)
<b>WhatsApp agiliza atención y reduce el tiempo de espera</b>	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.





