



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

<u>Hipótesis</u>	<u>Evidencia recolectada</u>	<u>Resultado preliminar</u>
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

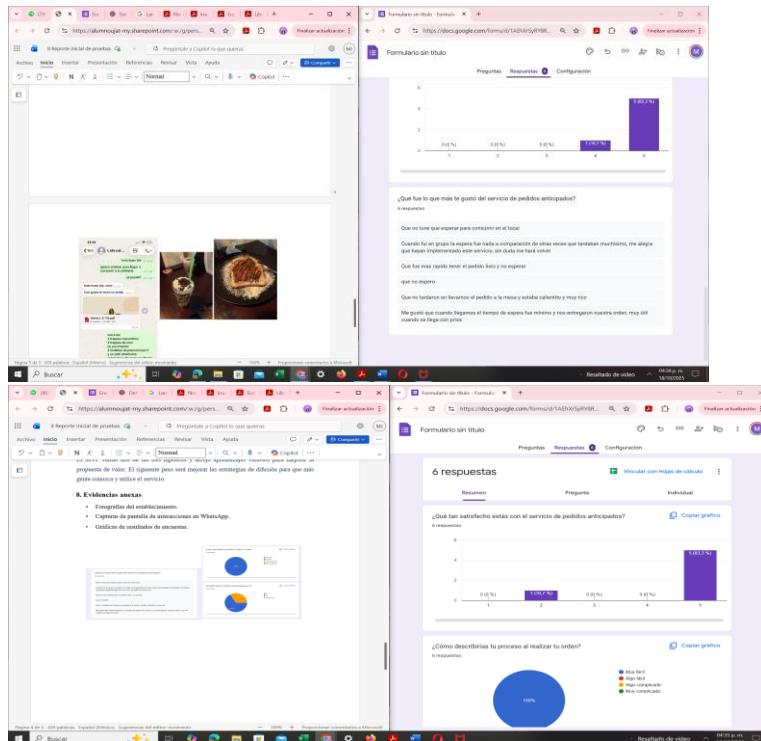
- Dar más difusión a la implementación del nuevo servicio (cartel dentro del establecimiento y publicidad en redes)
- Ofrecer promociones exclusivas para pedidos por WhatsApp en la página de Instagram.
- Mantener la publicidad para que los clientes no dejen de pasar tiempo en el establecimiento.
- Experimentar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



17:11

L kfe caf...

hola buen día 11:10 //

quiero ordenar para llegar a consumir a la cafetería 11:11 //

se puede? 11:11 //

Hola buen día, claro 11:11

Con gusto le tomo su orden 11:11


Menú L K' Fé.pdf
6 páginas • 6.8 MB • pdf 11:12

van a ser
2 frappes capuchinos
2 frappes de oreo
un pan francés
2 molletes de pepperoni por fi
y un café americano
estariamos ahí como en 20 min 11:12 //

Claro 11:12

graciasssss 11:13 //

+ 