

**Lista de cotejo**  
**Proyecto de MKT de Servicios**

<b>Nombre de los integrantes:</b>	<b>Brenda Jazmin Vidal Estrada          Melissa Mendoza Juarez          María del Carmen Segovia Zapata          Josselyn Akemy Sanchez Vázquez</b>
<b>Núm. de equipo y nombre de institución o empresa local:</b>	<b>Equipo 8, Cafetería L K'fél</b>

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
<b>1) BRIEF Y MAPA DE ACTORES</b> <b>Contexto y reto:</b> Antecedentes del servicio, problema/oportunidad claramente definido, alcance y restricciones.	X		Durante la realización de esta actividad reflexionamos que la información que nos hace falta aun es mucha, sin embargo, desarrollamos la actividad con éxito con ayuda de la información con la que sí contábamos.
<b>Objetivos del proyecto:</b> 1–3 objetivos SMART alineados al reto.		X	
<b>Criterios de éxito:</b> Indicadores de logro y umbrales deseados.		X	
<b>Público clave:</b> Descripción inicial de usuarios/clientes y beneficiarios.	X		
<b>Mapa de actores:</b> Identificación de stakeholders (internos/externos) con su rol, intereses, influencia y riesgos; incluye matriz interés–influencia.	X		
<b>Supuestos y riesgos:</b> Principales hipótesis y riesgos con planes de mitigación iniciales.	X		
<b>2) CJM V1 Y HALLAZGOS DE CAMPO CLAVE</b> <b>CJM v1 estructurado:</b> Etapas, tareas/acciones, pensamientos, emociones, puntos de contacto, fricciones y momentos de la verdad.	X		Independientemente de haber cumplido con todas las indicaciones del trabajo, aun encontramos muchas áreas de mejora que dejamos pendientes en la primera versión de nuestro mapa. Se recolectará más información durante el proyecto.
<b>Evidencia de campo:</b> De 3 a 7 hallazgos clave (citas breves, fotos de contexto o notas) que fundamenten el mapa.	X		
<b>Oportunidades:</b> Áreas priorizadas de mejora/innovación por etapa.	X		
<b>Alcance y límites:</b> Qué cubre y qué no el CJM v1.	X		
<b>Trazabilidad:</b> Referencia a qué instrumento/entrevista origina cada hallazgo.	X		
<b>3) INFORME CORTO DE INSIGHTS PRIORIZADO</b> <b>Definición de insight:</b> Redacción tipo “La gente X necesita Y porque Z”, con tensión y motivación.	X		A pesar de haber conseguido información de gran utilidad, nos dimos cuenta de que nuestro instrumento no era el más óptimo, por lo que se diseñó uno nuevo.
<b>Evidencias:</b> De 1 a 2 pruebas por insight (citas, patrones, datos).	X		
<b>Prioridad:</b> Matriz impacto vs. factibilidad con racional.	X		
<b>Implicaciones:</b> Qué decisiones sugiere cada insight.	X		
<b>Síntesis ejecutiva:</b> 1 página con los 3–5 insights top.	X		
<b>4) STP Y ENUNCIADO DE POSICIONAMIENTO</b>	X		

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
<b>Segmentación (S):</b> Criterios utilizados (demográficos, conductuales, psicográficos, etc.) y perfiles resultantes.			
<b>Targeting (T):</b> Segmento(s) objetivo con tamaño, necesidad clave y justificación.	X		
<b>Posicionamiento (P):</b> Mapa perceptual (si aplica) y diferenciadores.	X		
<b>Enunciado de posicionamiento:</b> “Para [segmento], [marca/servicio] es [marco de referencia] que [beneficio principal], porque [razón para creer].”	X		La información es insuficiente, pero aportó información valiosa. El nuevo instrumento demostró ser más eficiente, aunque requerirá de algunos ajustes.
<b>5) MATRIZ 7PS</b>	X		
<b>Producto/Servicio:</b> Propuesta de valor, niveles del servicio, evidencias físicas.			
<b>Precio:</b> Estrategia (p. ej., por valor, por niveles, freemium) y política de descuentos.	X		
<b>Plaza:</b> Canales, cobertura, logística/última milla.	X		
<b>Promoción:</b> Mensajes, mix de medios, calendario y CTA.	X		
<b>Personas:</b> Roles, competencias, capacitación y guías de trato.	X		
<b>Procesos:</b> Flujo clave del servicio, tiempos objetivo y puntos de control.	X		
<b>6) BLUEPRINT V1 (MAPA DE SERVICIO)</b>	X		
<b>Capas completas:</b> Evidencias, acciones del cliente, frontstage, backstage, procesos de soporte.			
<b>Líneas:</b> Interacción, visibilidad y de internalidad claramente trazadas.	X		
<b>Tiempos y colas:</b> Duraciones, esperas y cuellos de botella.	X		
<b>Fallos y salvaguardas:</b> Puntos de falla, controles y contingencias.		X	
<b>Oportunidades de mejora:</b> Marcadas en el diagrama y vinculadas a KPIs.	X		
<b>7) PLAN DE PRUEBAS Y MVP LISTO</b>	X		
<b>Hipótesis:</b> Enunciadas y testeables, vinculadas a insights/KPIs.			
<b>MVP:</b> Descripción y evidencia (mockups, prototipo funcional, guion de pilotaje).	X		
<b>Métricas de éxito:</b> Criterios de aceptación y umbrales.	X		
<b>Protocolo de prueba:</b> Método, muestra, guion, consideraciones éticas.	X		
<b>Calendario y roles:</b> Fechas, responsables y riesgos.	X		
<b>8) REPORTE INICIAL DE PRUEBAS (V1)</b>	X		
<b>Ejecución controlada del MVP:</b> Evidencia de que el MVP fue probado según protocolo (cronograma, muestra, entorno).			
<b>Resultados preliminares:</b> Métricas obtenidas (conversiones, satisfacción, fricción) y visualizaciones (tablas/gráficos básicos).	X		
<b>Ánalisis de hallazgos:</b> Lectura crítica de lo que funcionó, no funcionó y qué necesita modificarse.		X	
<b>Riesgos identificados:</b> Incidentes o puntos débiles surgidos en la prueba con sus implicaciones.	X		
<b>Decisiones tomadas:</b> Ajustes realizados al MVP o al plan en función de los resultados.	X		

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
<b>Trazabilidad:</b> Referencia clara a los instrumentos aplicados (encuesta, entrevistas, etc.).	x		
<b>9) INSTRUMENTOS APLICADOS Y BASE DE DATOS</b> <b>Instrumentos:</b> Encuestas, guías de entrevista/observación, pruebas de usabilidad (versión en blanco y aplicada). <b>Muestreo:</b> Criterios, tamaño y justificación. <b>Consentimiento y resguardo:</b> Formatos y resguardo de datos (si aplica). <b>Base de datos depurada:</b> Archivo depurado (CSV/XLSX), diccionario de variables, codificación. <b>Limpieza documentada:</b> Descripción de tratamientos (valores perdidos o faltantes, outliers y transformaciones).	x		Se aplicaron encuestas a 5 personas. Utilizamos 7 instrumentos. La base de datos la añadimos a una hoja de Excel, organizada en tablas. Los resultados muestran que están satisfechos con el servicio y el ambiente.
<b>10) PLAN DE MEJORA, KPIs, SLAS Y PLAN DE RECUPERACIÓN DEL SERVICIO Y SOCIAL</b> <b>KPIs:</b> Definición, fórmula, fuente, frecuencia y meta. <b>SLAs:</b> Compromisos de nivel de servicio (p. ej., tiempos de respuesta/solución) y responsables. <b>Backlog de mejora:</b> Acciones priorizadas (impacto/esfuerzo), dueños y fechas. <b>Service recovery:</b> Matriz de incidentes, guiones, compensaciones y escalamiento. <b>Plan social/crisis:</b> Roles, protocolo en redes, tono, ventanas de monitoreo y criterios de activación.	x		Kpis definidos, satisfacción del cliente, tiempo de atención promedio. Se necesita poner más atención a los pedidos y estar en constante comunicación con el cliente, para no hacerlo esperar y así brindar una mejor experiencia, evitando malas reseñas y hacer que el plan logre su funcionalidad.
<b>11) PLAN DE MARKETING</b> <b>Objetivos SMART:</b> Por etapa y por canal. <b>Estrategias y tácticas:</b> Vinculadas a STP, 7Ps y CJM. <b>Calendario:</b> Gantt/sprint con hitos y dependencias. <b>Presupuesto:</b> Rubros, supuestos y control (variaciones). <b>Medios y creatividades:</b> Piezas clave, formatos y mensajes. <b>Medición y riesgos:</b> KPIs, instrumentos de seguimiento y mitigaciones.	x	x	Si bien existe un cronograma, queda pendiente la elaboración de un gráfico de Gantt, se utilizó el sprint con hitos y dependencias. De igual modo, no nos fue posible realizar el presupuesto.
<b>12) DOSSIER FINAL</b> <b>Portada e índice:</b> Datos completos del equipo y proyecto. <b>Resumen ejecutivo:</b> 1–2 páginas con problema, solución y resultados. <b>Cuerpo o estructura del desarrollo:</b> Metodología, hallazgos, propuestas, planes (con referencias cruzadas a anexos). <b>Anexos:</b> Instrumentos, datos, materiales visuales y evidencias. <b>Estilo:</b> Ortografía y redacción cuidadas, citación y referencias en APA 7.	x		Se concluyó el trabajo exitosamente con lo solicitado, así como resumen ejecutivo
<b>13) PITCH (VIDEO)</b> <b>Estructura:</b> Problema, insight, solución/valor, evidencia del MVP, plan y cierre/CTA. <b>Claridad visual y de audio:</b> Subtítulos o captions recomendados. <b>Tiempo:</b> Entre 5 a 7 minutos; narrativa concisa. <b>Demostración:</b> Breve muestra del MVP o prototipo.	x	x	El video contiene todo lo solicitado, sin embargo, su duración es más extensa, de 9 minutos.

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
<b>Equipo:</b> Créditos y roles (breve).			
<b>14) AUTOEVALUACIÓN Y COEVALUACIÓN DEL EQUIPO</b> <b>Autoevaluación reflexiva:</b> Aportes, aprendizajes, decisiones clave, retos y mejoras personales.	x		
<b>Coevaluación:</b> Matriz por integrante (compromiso, calidad, cumplimiento, colaboración) con escala y comentarios.	x		
<b>Evidencias:</b> Ejemplos concretos que respalden el trabajo en equipo por integrante (por ejemplo: actas de reunión, fotografías dirigiendo las reuniones, etc.).	x		
<b>Acuerdos:</b> Compromisos para próximos proyectos.	x		