

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

División Académica de Ciencias Económico Administrativas

Equipo:

Isabela Gómez Domínguez

Karen Guadalupe Gómez Gómez

Daniel Ciram Luna Cruz

Christian Alexander López Vázquez

Docente:

Dra. Minerva Camacho Javier

Licenciatura:

Mercadotecnia

Materia:

Mercadotecnia de servicios

Asignación:

Reporte inicial de pruebas v1

Grupo:

KLM

Villahermosa, Tabasco a 18 de octubre del 2025

## 1. Objetivo

Explicar los resultados obtenidos durante el proceso de recolección de datos referentes a la cafetería Xalpita Café Boutique, validando hipótesis clave sobre la presentación del menú, la experiencia del cliente al ordenar servicio a domicilio, la comodidad del cliente al asistir de manera física a la cafetería.

## 2. Resumen

**Microempresa:** Cafetería Xalpita Café Boutique.

**MVP:** Servicio integral de mejora en la experiencia del cliente que incluye un menú visualmente atractivo, servicio a domicilio y ambiente confortable.

### **Hipótesis a validar:**

- Los clientes prefieren que el menú no cuente con una saturación visual.
- Los clientes refieren un mejoramiento en la logística a la hora de entregas a domicilio.
- El reordenamiento del espacio puede maximizar la comodidad de los clientes.

## 3. Metodología

Duración: 1 Semana

Muestra: 20 clientes

Método: Encuestas (Google forms) post-compra

#### 4. Resultados

Hipótesis	Evidencia recolectada	Resultado preliminar
Una presentación del menú atractiva.	Se realizó pruebas de la versión del menú, la cual los clientes prefirió el menú más atractivo y les facilitaba la elección.	Se confirman que una presentación más visual mejora la experiencia del cliente.
Buen servicio a domicilio.	Se realizaron encuestas de entregas a domicilio, los clientes mencionaron que el servicio fue puntual.	El servicio fue valorado positivamente, aunque se puede mejorar la comunicación durante la entrega.
La comodidad del espacio físico.	Se aplicó encuesta post visita.	Los clientes valoran el ambiente acogedor de la cafetería, pero existen espacios que se pueden optimizar.

## 5. Hallazgos

### Presentación del menú

- Los clientes prefirieron la versión del menú más atractiva visualmente, lo que facilitó su elección.
- Esto confirma que un diseño visual claro y ordenado mejora la experiencia del cliente al momento de decidir.

### Servicio a domicilio

- Las encuestas reflejan que las entregas fueron puntuales y el servicio fue valorado positivamente.
- Sin embargo, algunos comentarios indican que la comunicación durante la entrega podría ser más fluida (por ejemplo, confirmar tiempos o estado del pedido).

### Comodidad del espacio físico

- Los clientes consideraron el ambiente acogedor y agradable.
- Aun así, se detectaron áreas del local que podrían optimizarse para mejorar la circulación o el confort de los visitantes.

## 6. Ajustes

### Para la presentación del menú:

- Mantener el diseño visual atractivo, pero cuidar la distribución de elementos y tipografía para evitar sobrecarga visual.
- Evaluar la creación de una versión digital o con imágenes actualizadas que mantenga la coherencia estética.

#### **Para el servicio a domicilio:**

- Implementar un sistema de comunicación más activo (mensajes de confirmación o seguimiento del pedido).
- Ofrecer una breve encuesta post entrega para seguir mejorando el servicio.

#### **Para la comodidad del espacio físico:**

- Reorganizar el mobiliario para aprovechar mejor el espacio y facilitar el desplazamiento.
- Incorporar elementos que refuercen la experiencia sensorial (aroma, música ambiental, decoración cálida).

- **Conclusión**

Las pruebas realizadas permitieron validar la mayoría de las hipótesis planteadas, evidenciando una respuesta positiva de los clientes hacia las mejoras implementadas en la cafetería Xalpita Café Boutique. Se comprobó que una presentación visualmente atractiva del menú y un servicio de entrega puntual mejoran significativamente la experiencia del cliente. El empaque ecológico y el uso de WhatsApp fueron valorados positivamente, mejorando la percepción y satisfacción del cliente. No obstante, se recomienda reforzar la calidad del

empaquete, mejorar la comunicación en las entregas y conservar opciones de autoservicio para optimizar la experiencia general.

- **Evidencias anexadas**

- Encuestas continuas que se realizan.
- Así como visitas breves al establecimiento.



¿Recomendarías esta cafetería? ¿Por qué?

3 respuestas

Si

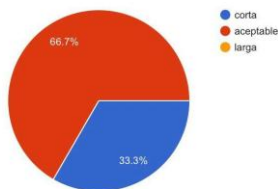
si, porque esta bien acondicionado para ir con amigos o tu pareja.

Si, porque me parece algo accesible y de buen ambiente

¿La espera te parece corta, aceptable o larga?

 Copiar gráfico

3 respuestas



¿El proceso de pago te resultó fácil y rápido?

3 respuestas

Rápido

si

Si, muy accesible

## Referencias

- Para la elaboración de esta asignación fueron utilizados todos y cada uno de los trabajos elaborados con anterioridad.

## Rubrica

<b>8) REPORTE INICIAL DE PRUEBAS (V1)</b>	<b>si</b>	Los datos recabados con anterioridad fueron clave para la elaboración de esta actividad.
<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).	<b>si</b>	
<b>Análisis de hallazgos:</b> Lectura crítica de lo que funcionó, no funcionó y qué necesita modificarse.	<b>si</b>	
<b>Riesgos identificados:</b> Incidentes o puntos débiles surgidos en la prueba con sus implicaciones.	<b>si</b>	
<b>Decisiones tomadas:</b> Ajustes realizados al MVP o al plan en función de los resultados.	<b>si</b>	

Lista de cotejo elaborada para fines académicos por la Dra. Minerva Camacho Javier en el ciclo 2025-02 para la asignatura Mercadotecnia de Servicios.

---

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
<b>Trazabilidad:</b> Referencia clara a los instrumentos aplicados (encuesta, entrevistas, etc.).	<b>si</b>		



