

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

<b>Nombre de los integrantes:</b>	<b>Isabela Gómez Domínguez</b> <b>Karen Guadalupe Gómez Gómez</b> <b>Daniel Ciram Luna Cruz</b> <b>Christian Alexander López Vázquez</b>
<b>Núm. de equipo y nombre de institución o empresa local:</b>	<b>Equipo #3</b> <b>Empresa: Xalpita Café Boutique</b>

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
<b>1) BRIEF Y MAPA DE ACTORES</b>  Contexto y reto: Antecedentes del servicio, problema/oportunidad claramente definido, alcance y restricciones.	x		Gracias a la facilitación de datos por parte de la dueña del establecimiento pudimos elaborar de manera concreta el brief y mapa de actores.
Objetivos del proyecto: 1–3 objetivos SMART alineados al reto.	x		
Criterios de éxito: Indicadores de logro y umbrales deseados.	x		
Público clave: Descripción inicial de usuarios/clientes y beneficiarios.	x		

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
<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>  CJM v1 estructurado: Etapas, tareas/acciones, pensamientos, emociones, puntos de contacto, fricciones y momentos de la verdad.	x		Obtuvimos diferentes respuestas sobre cómo es la experiencia del cliente al ingresar al lugar, lo que nos dio brindo información sobre cómo puede llegar a hacer el proceso de elección del lugar hasta la postventa.
<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>  Definición de insight: Redacción tipo “La gente X necesita Y porque Z”, con tensión y motivación.	x		Tuvimos que realizar más encuestas para saber de manera detallada cuales son las áreas que se tienen que fortalecer.
<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): Criterios utilizados (demográficos, conductuales, psicográficos, etc.) y perfiles resultantes.</b>			Nos apoyamos de los trabajos anteriores para la realización de esta actividad, y así plasmar la información que habíamos adquirido anteriormente sobre la empresa, sin embargo, no pudimos saber si aplicaba o no el mapa perceptual.
<b>Targeting (T): Segmento(s) objetivo con tamaño, necesidad clave y justificación.</b>	x	x	
<b>Posicionamiento (P): Mapa perceptual (si aplica) y diferenciadores.</b>	x		
<b>Enunciado de posicionamiento: “Para [segmento], [marca/servicio] es [marco de referencia] que [beneficio principal], porque [razón para creer].”</b>	x		
<b>5) MATRIZ 7PS</b>	x		
<b>Producto/Servicio: Propuesta de valor, niveles del servicio, evidencias físicas.</b>			El trabajo lo logramos en gran parte por la información que ya teníamos de otros trabajos. Aun así, nos dimos cuenta de que nos faltan datos clave, así que vamos a buscar esa información con otras estrategias
<b>Precio: Estrategia (p. ej., por valor, por niveles, freemium) y política de descuentos.</b>	x		
<b>Plaza: Canales, cobertura, logística/última milla.</b>	x	x	
<b>Promoción: Mensajes, mix de medios, calendario y CTA.</b>	x		
<b>Personas: Roles, competencias, capacitación y guías de trato.</b>	x		
<b>Procesos: Flujo clave del servicio, tiempos objetivo y puntos de control.</b>	x		
<b>6) BLUEPRINT V1 (MAPA DE SERVICIO)</b>	x		
<b>Capas completas: Evidencias, acciones del cliente, frontstage, backstage, procesos de soporte.</b>			Se detecta falta de retroalimentación del cliente, por lo que se sugiere implementar encuestas en línea, mejorar la comunicación entre personal y cocina, y
<b>Líneas: Interacción, visibilidad y de internalidad claramente trazadas.</b>	x		

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
Tiempos y colas: Duraciones, esperas y cuellos de botella.	x		reforzar la capacitación en atención y control de caja.
Fallos y salvaguardas: Puntos de falla, controles y contingencias.	x		
Oportunidades de mejora: Marcadas en el diagrama y vinculadas a KPIs.	x		
<b>7) PLAN DE PRUEBAS Y MVP LISTO</b>	x		
Hipótesis: Enunciadas y testeables, vinculadas a insights/KPIs.			Para sacar las hipótesis se tomó en cuenta el informe de insight se elaboró encuestas para llevar a cabo el plan de pruebas, se cumplieron los criterios.
MVP: Descripción y evidencia (mockups, prototipo funcional, guion de pilotaje).	x		
Métricas de éxito: Criterios de aceptación y umbrales.	x		
Protocolo de prueba: Método, muestra, guion, consideraciones éticas.	x		
Calendario y roles: Fechas, responsables y riesgos.	x		
<b>8) REPORTE INICIAL DE PRUEBAS (V1)</b>	x		Los datos recabados con anterioridad fueron clave para la elaboración de esta actividad.
Ejecución controlada del MVP: Evidencia de que el MVP fue probado según protocolo (cronograma, muestra, entorno).			
Resultados preliminares: Métricas obtenidas (conversiones, satisfacción, fricción) y visualizaciones (tablas/gráficos básicos).	x		
Análisis de hallazgos: Lectura crítica de lo que funcionó, no funcionó y qué necesita modificarse.	x		
Riesgos identificados: Incidentes o puntos débiles surgidos en la prueba con sus implicaciones.	x		
Decisiones tomadas: Ajustes realizados al MVP o al plan en función de los resultados.	x		

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
Trazabilidad: 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		Durante la elaboración de esta asignación nos dimos cuenta de que hemos estado implementando de manera correctas las herramientas proporcionadas, sin embargo, vamos a seguir implementando más encuestas y poder adquirir más información
<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.	x		Se completaron cada uno de los formatos solicitados apoyándonos de la información antes proporcionadas, sin embargo, seguiremos realizando diversos estudios de manera externa para seguir recabando datos importantes.
<b>Plan social/crisis:</b> Roles, protocolo en redes, tono, ventanas de monitoreo y criterios de activación.	x		
<b>11) PLAN DE MARKETING</b>  <b>Objetivos SMART:</b> Por etapa y por canal.	x		Gracias a que visitamos en local pudimos obtener las

Criterios de evaluación	Sí	No	Observaciones de avance
<b>Estrategias y tácticas:</b> Vinculadas a STP, 7Ps y CJM.	x		respuestas necesarias para esta asignación
<b>Calendario:</b> Gantt/sprint con hitos y dependencias.	x		
<b>Presupuesto:</b> Rubros, supuestos y control (variaciones).	x		
<b>Medios y creatividades:</b> Piezas clave, formatos y mensajes.	x		
<b>Medición y riesgos:</b> KPIs, instrumentos de seguimiento y mitigaciones.	x		
<b>12)DOSSIER FINAL</b>	x		<b>Se completo cada uno de los puntos mencionados redactando la problemática, solución y resultados en base a las investigaciones y utilizaciones de instrumentos</b>
<b>Portada e índice:</b> Datos completos del equipo y proyecto.			
<b>Resumen ejecutivo:</b> 1–2 páginas con problema, solución y resultados.	x		
<b>Cuerpo o estructura del desarrollo:</b> Metodología, hallazgos, propuestas, planes (con referencias cruzadas a anexos).	x		
<b>Anexos:</b> Instrumentos, datos, materiales visuales y evidencias.	x		
<b>Estilo:</b> Ortografía y redacción cuidadas, citación y referencias en APA 7.	x		
<b>13)PITCH (VIDEO)</b>	x		<b>La estructura del video es clara el mensaje es entendible, el video cumple con el tiempo requerido y se cumple con la información y presentación, como equipo que la edición de video quedó bien en general, pero podríamos mejorarlo</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.	x		
<b>Tiempo:</b> Entre 5 a 7 minutos; narrativa concisa.	x		
<b>Demostración:</b> Breve muestra del MVP o prototipo.	x		

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