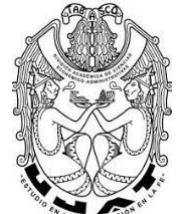




UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

División Académica de Ciencias Económico Administrativas



Licenciatura en mercadotecnia

5 KLM

Equipo 5

Darina Guadalupe Lanz Vázquez

Zarife Zapata Álvarez

Abielí Manuel Izquierdo

Fátima Guadalupe Torres González

PLAN DE PRUEBAS Y MVP

Mercadotecnia de Servicios

Dra. Minerva Camacho Javier

Villahermosa, Tabasco

A 11 de Octubre de 2025

Plan de Pruebas + MVP

Microempresa: Panadería artesanal “La Espiga Viva”

Introducción

El presente documento tiene como objetivo describir el plan de pruebas y el producto mínimo viable (MVP) para la microempresa Pizzería Pity. El propósito del proyecto es aplicar estrategias de marketing de servicios para mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la fidelización, garantizando un servicio de calidad y una atención personalizada.

1. Plan de Pruebas (Testing Plan)

El objetivo del plan de pruebas es validar hipótesis clave sobre el servicio, la experiencia del cliente y la propuesta de valor antes de escalar el proyecto. A continuación, se presenta la tabla de hipótesis con sus respectivos métodos de prueba, métricas de éxito y responsables.

Hipótesis	Métodos de prueba	Métricas de éxito	Responsable
Los clientes valoran más la entrega a domicilio que el autoservicio.	Encuesta post-compra y observación directa en el local.	70% de preferencia por el servicio a domicilio.	Equipo de atención.
La rapidez en la entrega mejora la satisfacción del cliente.	Encuesta post-compra y observación directa en el local.	Tiempo de entrega < 25 minutos y satisfacción > 80%.	Equipo de logística.
El uso de WhatsApp para pedidos mejora la experiencia de compra.	Simulación de atención vía WhatsApp y comparación con pedidos telefónicos.	Satisfacción > 85% y tiempo de respuesta < 5 minutos.	Equipo de comunicación.

Estas pruebas permitirán obtener información clave sobre la preferencia del cliente, la efectividad de los canales de comunicación y el impacto de la calidad del servicio en la fidelización.

2. Producto Mínimo Viable (MVP)

El Producto Mínimo Viable (MVP) de Pizzería Pity consiste en una versión funcional y simplificada del servicio que permite validar la propuesta de valor con clientes reales.

El MVP incluirá los siguientes elementos:

- Menú digital en PDF con productos y precios.
- Canal de atención vía WhatsApp para pedidos y consultas.
- Prueba piloto de entregas a domicilio dentro de un radio de 3 km.
- Empaque personalizado con logotipo de la pizzería.
- Registro de clientes y retroalimentación post-compra.

Evidencia entregable:

- Fotografías del empaque y de las entregas.
- Capturas de pantalla de la atención por WhatsApp.
- Registro de clientes atendidos y sus comentarios.

3. Reflexión Final

Durante la implementación del plan de pruebas y del MVP, se espera obtener información valiosa sobre las preferencias de los clientes y las oportunidades de mejora en el servicio. Se busca fortalecer la fidelización mediante una atención eficiente y personalizada. A futuro, se recomienda ampliar la cobertura de entregas, implementar un sistema de pedidos en línea y continuar monitoreando la satisfacción del cliente para mantener altos estándares de calidad.

7) PLAN DE PRUEBAS Y MVP LISTO	
Hipótesis: Enunciadas y testeables, vinculadas a insights/KPIs.	<input checked="" type="checkbox"/>
MVP: Descripción y evidencia (mockups, prototipo funcional, guion de pilotaje).	<input checked="" type="checkbox"/>
Métricas de éxito: Criterios de aceptación y umbrales.	<input checked="" type="checkbox"/>
Protocolo de prueba: Método, muestra, guion, consideraciones éticas.	<input checked="" type="checkbox"/>
Calendario y roles: Fechas, responsables y riesgos.	<input checked="" type="checkbox"/>