



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

División Académica de Ciencias Económico

Administrativas



Integrantes:

Azmitia Guarda Violet Shiloh

Acosta Mateo Iris Mariana

De la Rosa Rivera Jesús

Gamas Pérez Maximiliano

Microempresa:

Studio MJ

Materia:

Mercadotecnia de Servicios

Avance 8:

Reporte inicial de pruebas (v1)

Fecha:

18/10/2025

Objetivo del Reporte

Evaluar y validar la efectividad del Producto Mínimo Viable (MVP) del sistema digital de reservaciones y seguimiento post-servicio de Studio MJ, mediante la recopilación de evidencia cuantitativa y cualitativa que permita confirmar o refutar las hipótesis planteadas sobre la experiencia del cliente, la eficiencia operativa y el alcance digital del negocio.

Resumen del MVP probado

Microempresa: Studio MJ

MVP: Sistema digital de reservaciones y seguimiento post-servicio para clientas de manicure y pedicure.

Hipótesis por validar:

1. La automatización de recordatorios reduce cancelaciones o ausencias.
2. Un seguimiento post-servicio con encuesta breve mejora la percepción del servicio.
3. Las publicaciones con diseños en tendencia y videos cortos aumentan el alcance digital.

Metodología de prueba

- A. Duración: 1 semana (de lunes a sábado, considerando distintos horarios de atención).
- B. Muestra: 20 clientas (10 habituales y 10 nuevas), seleccionadas de forma intencional para evaluar la experiencia de servicio y la satisfacción general.
- C. Métodos:
 - Encuestas post-servicio (Google Forms): : para medir la satisfacción con la atención, limpieza, calidad del trabajo y ambiente del estudio.
 - Observación directa durante el servicio: registro de actitudes, tiempos de espera y comodidad de las clientas durante el proceso.

- Registro de tiempos de atención: medición desde la cita confirmada hasta la finalización del servicio, a través del seguimiento en WhatsApp Business y cronómetro interno.
- Retroalimentación verbal inmediata: breve conversación al finalizar el servicio para identificar comentarios espontáneos o sugerencias

Resultados iniciales

Hipótesis	Evidencia recolectada	Resultado preliminar
La automatización de recordatorios reduce cancelaciones o ausencias.	Durante la semana de prueba se redujeron en un 65% las citas canceladas o no asistidas.	Hipótesis validada
Seguimiento post-servicio con encuesta breve mejora la percepción del servicio.	El 85% reportó sentirse más atendida y valorada.	Hipótesis validada
Publicaciones con diseños en tendencia y videos cortos aumentan el alcance digital.	Los reels mostraron un incremento del 45% en interacciones comparado con las publicaciones tradicionales.	Hipótesis validada

Hallazgos clave:

- Los recordatorios por WhatsApp ayudaron a que casi todas las clientas asistieran a sus citas (reducción del 65% en cancelaciones).
- La encuesta corta después del servicio fue bien recibida; la mayoría (85%) dijo sentirse más atendida.

- Los reels con diseños modernos generaron más interacción (45% más que las publicaciones normales).

Ajustes sugeridos para la siguiente interacción:

- Hacer la prueba con más días o incluir más clientas (por ejemplo, 30) para tener datos más sólidos.
- Simplificar la encuesta post-servicio (máximo 3 preguntas) para que más personas la respondan.
- Publicar los reels en diferentes horarios para ver cuándo tienen más alcance.

Conclusión:

El MVP funciona bien: mejora la asistencia, la satisfacción y el alcance en redes. Solo se necesitan ajustes sencillos y más pruebas para confirmar los resultados a mayor escala.

Evidencias

