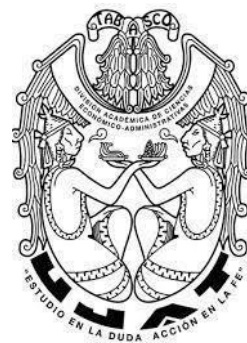




UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO.

División Académica De Ciencias Económico Administrativas.



**Tarea: 7**

**Plan de pruebas y MVP listo**

**Grupo: KLM**

**Licenciatura en Mercadotecnia.**

**Elaborado por:**

Guillermo Carrera Domínguez

Gordillo Clemente Mónica

Herrera Cruz Carolina

Ramírez Reyes Christopher

Reyes León Gerardo

**Materia:**

Mercadotecnia de servicios

**Docente:**

**Dra. Minerva Camacho Javier**

**Ciclo:**

Agosto 2025–Febrero 2026

VILLAHERMOSA, TABASCO.

08 DE OCTUBRE DEL 2025

**Microempresa:** Pescadería Alex

**Objetivo del proyecto:** Aumentar la fidelización de clientes en un período de corto a mediano plazo, atrayendo tanto a locales como turistas. Generar mayor presencia en redes sociales y plataformas digitales.

## 1. Plan de pruebas

**Objetivos del plan de pruebas:** se espera validar hipótesis sobre la fidelización del cliente, medidas sanitarias y actualización de material visual

| Hipótesis  | Método de prueba  | Métrica de éxito   | Responsables          |
|--|---|--|-----------------------|
| La implementación de un sistema de fidelización (tarjeta o puntos) incrementa la frecuencia de visita de los clientes. | Prueba piloto del sistema con grupo de clientes frecuentes durante 1 mes. | Aumento del 20% en visitas repetidas + satisfacción > 80%. | Equipo de marketing   |
| La mejora en la limpieza de sanitarios eleva la percepción general de calidad del restaurante.                         | Encuesta breve post-visita sobre limpieza y satisfacción general.         | 90% de comentarios positivos en limpieza.                  | Equipo de operaciones |

## 2. MVP (Producto Mínimo Viable)

**Definición:** Tarjeta de fidelización a clientes, se pretende hacer una tarjeta en la cual se acumulará puntos los cuales se ganarán por 5 visitas a la Pescadería ganándose una recompensa por el.

**MVP del proyecto:**

“Programa de fidelización y mejora integral de experiencia familiar en La Pescadería Alex”

**Incluye:**

- Implementación piloto de un sistema de fidelización con registro digital (tarjeta de puntos o recompensas).
- Plan de limpieza intensiva con supervisión diaria y bitácora visible al público.
- Encuesta post-visita a clientes frecuentes y familias para evaluar percepción de mejora.

**Evidencia entregable:**

- Registro de clientes inscritos en el programa de fidelización.
- Resultados de encuestas post-visita con indicadores de satisfacción.
- Métricas: número de clientes recurrentes, reseñas positivas, satisfacción familiar, interacción digital.