



PRODUCTO FAVORITO

por ejemplo: Spotify, Instagram,
Notion, Duolingo



duolingo



PREGUNTA:



- ¿Qué te hace volver a usarlo?
- ¿Qué problema te soluciona?
- ¿Crees que entendieron bien lo que necesitabas como usuario?

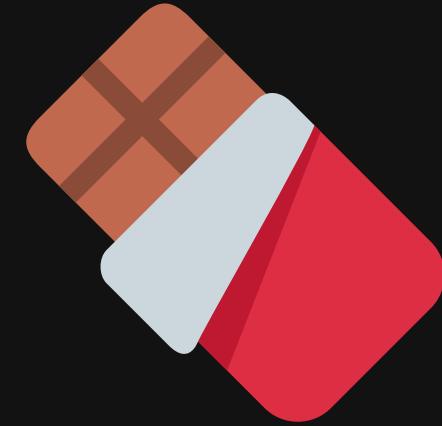


FUNDAMENTOS DEL USER RESEARCH



- Definición: el User Research busca comprender las necesidades, motivaciones y comportamientos reales de los usuarios.
- Diferencia entre User Research y UX Research.
- Relación con la experiencia de usuario (UX) y el ciclo de diseño.
- Vinculación con metodologías ágiles (Discovery & Delivery Tracks).

MAPEO RÁPIDO DE USUARIOS



- Quiénes son sus usuarios?
- ¿Qué problema buscan resolver?
- ¿Qué emociones experimentan al usarlo?

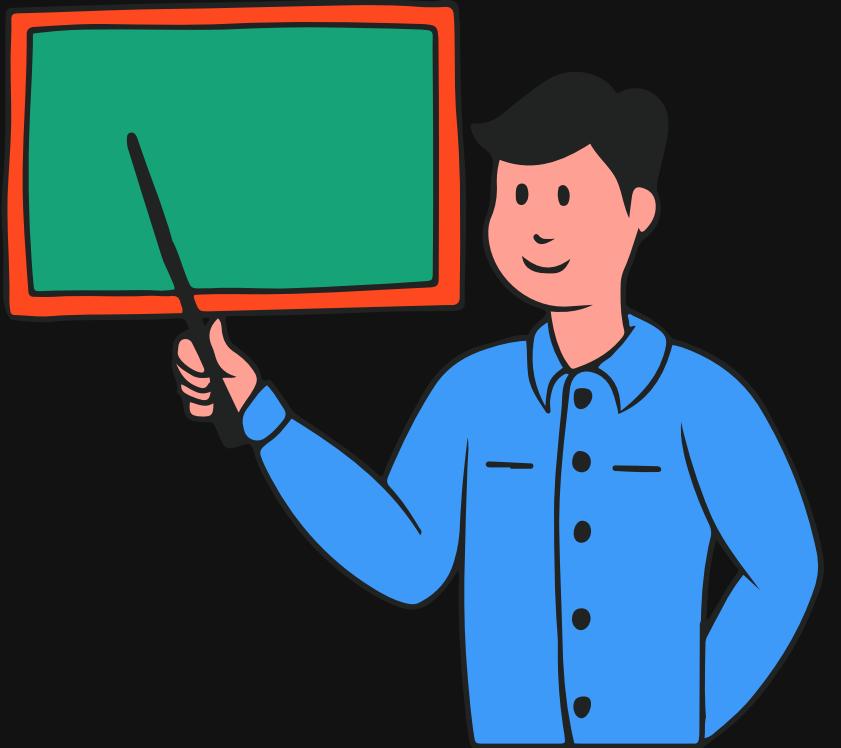
“¿Qué pasa si diseñamos sin validar estas hipótesis con investigación real?”



PLANIFICACIÓN DE UN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Fases del proceso de User Research:

- Definición del problema.
- Formulación de preguntas de investigación.
- Selección del método.
- Reclutamiento de participantes.
- Recolección de datos.
- Análisis e interpretación.
- Comunicación de hallazgos.



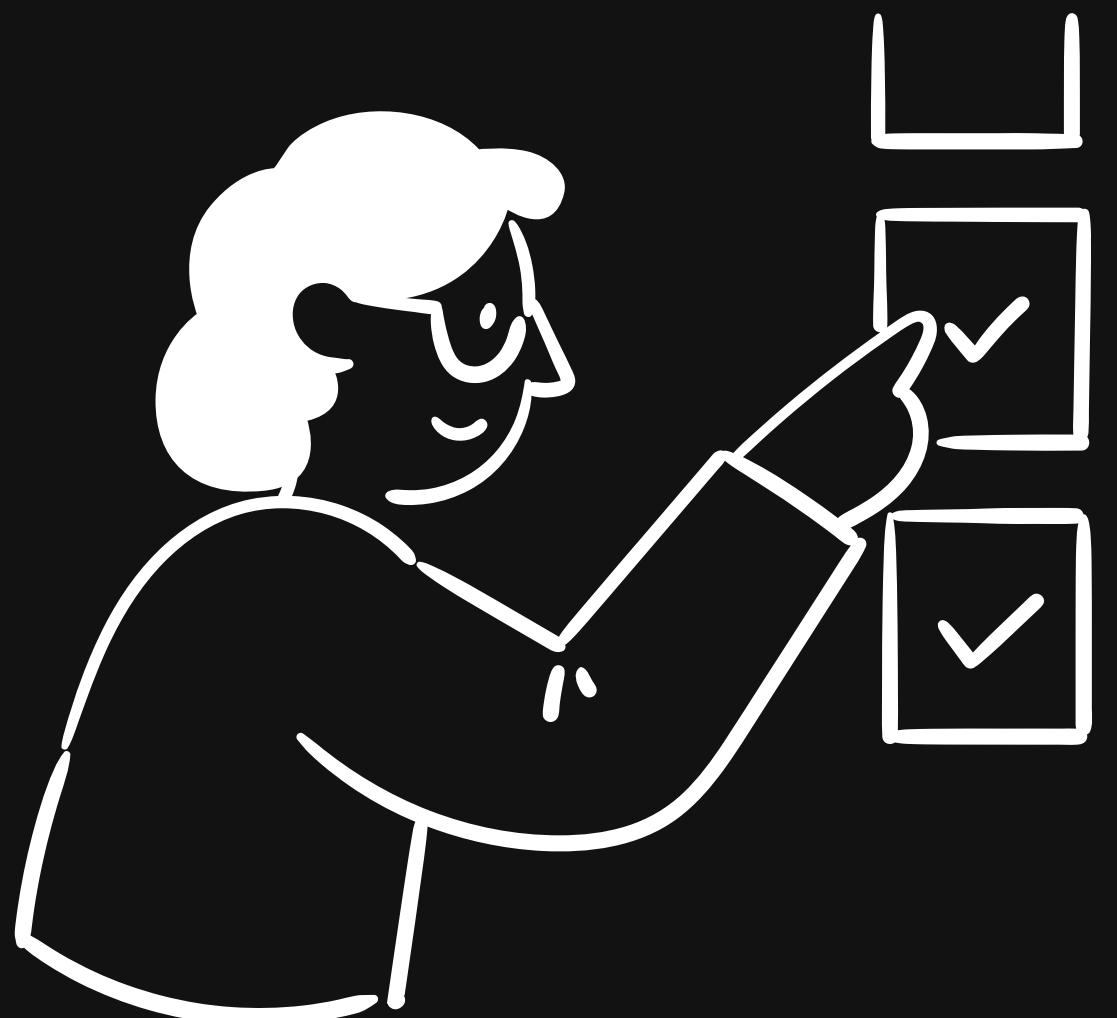
DISEÑA TU MINI INVESTIGACIÓN

Deben definir:

- Objetivo del estudio.
- Preguntas clave.
- Métodos que usarán (entrevista, observación, test de usabilidad, encuesta).
- Perfil de usuario a reclutar.



PROCESOS DE INVESTIGACIÓN Y TIPOS DE DATOS



Diferencia entre:

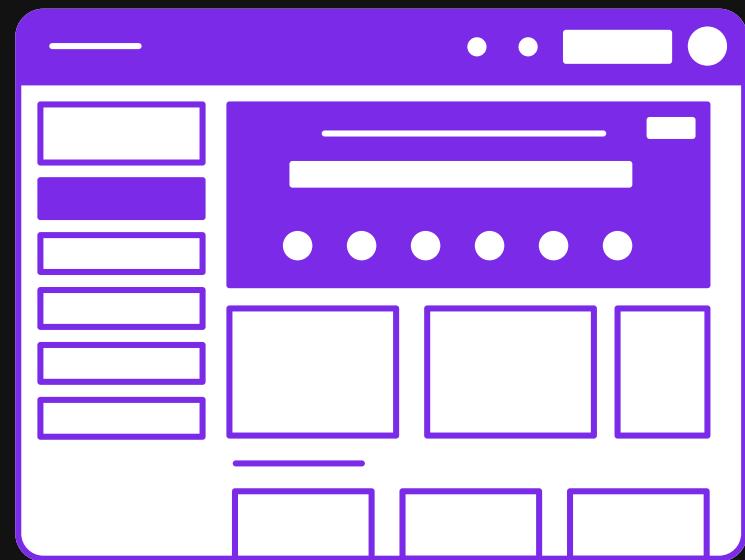
Cualitativo vs. Cuantitativo
Actitudinal vs. Conductual

Ejemplos:

Entrevistas → cualitativo / actitudinal
Test de usabilidad → cualitativo / conductual
Encuestas → cuantitativo / actitudinal
Análisis de métricas → cuantitativo / conductual

MODELOS DE NEGOCIO Y CONTEXTO DIGITAL

BUSINESS MODEL CANVAS



- Todo producto digital se enmarca en un modelo de negocio: SaaS, Freemium, eCommerce, Marketplace, etc.
- El User Research también estudia el encaje entre usuario, producto y negocio (Product-Market Fit).
- Se analizan ejemplos de modelos populares.

Propuesta de valor – Segmentos de usuarios – Canales – Fuentes de ingreso

