

Infografía

PROYECTOS II

Nombre: Camilo Cortes

Desarrollo de aplicaciones web

Título

Parte 1

Fase Empatía

¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?

Lo que dicen sus amigos:
Deberías organizar mejor tu tiempo.

En su entorno:
Se siente abrumado por múltiples tareas y distracciones

En sus amigos:
Aldmira a quien todos como recordatorios sin estrés.

En el mercado:
Muchas apps con funciones complejas, pero sin enfoque humano.

¿QUÉ VE?

¿QUÉ DICE Y HACE?



Actitud en público:
No lograr sus metas, perder oportunidades

Aspecto:
Algunos usan métodos como bullet journal o apps de productividad.

FUERZOS

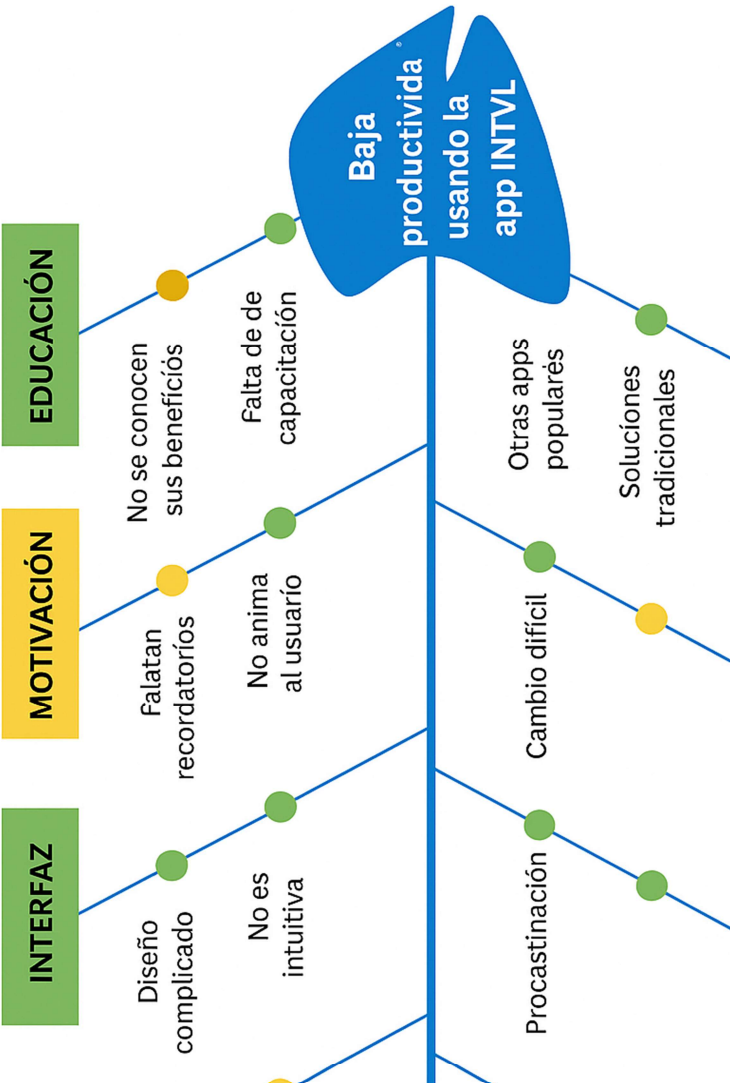
Metas, prioridades.

RESULTADOS

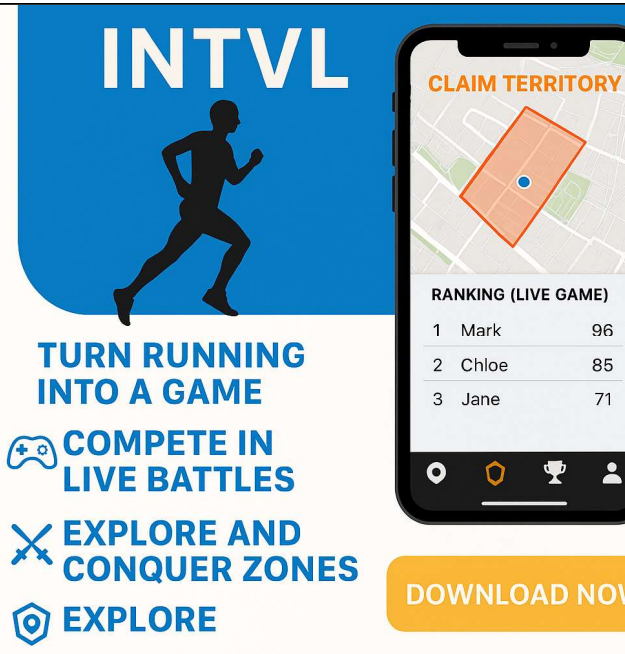
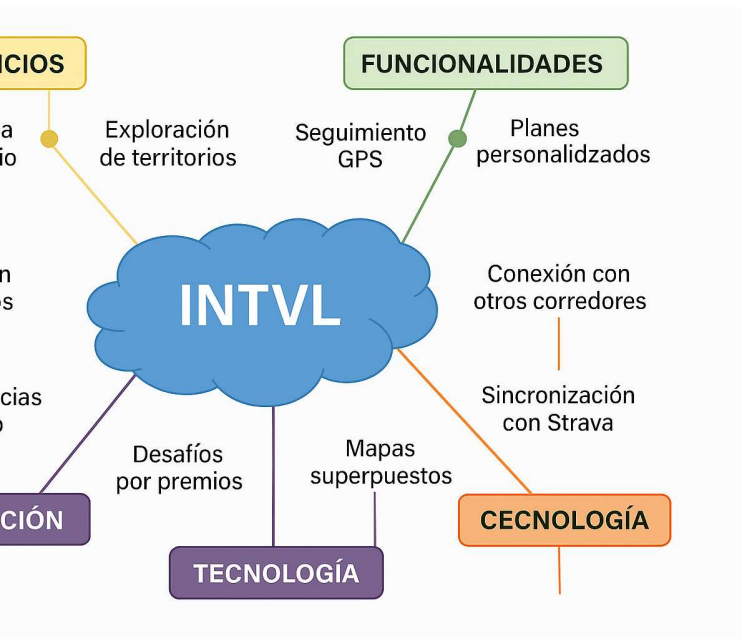
Deseos/Necesidades:
Quiere una herramienta simple, humana y efectiva

Fase de Definición

Situación Problema:	Los usuarios tienen dificultades para organizar su tiempo de manera efectiva, lo que afecta su productividad y cumplimiento de metas personales.
Necesidad detectada:	Se requiere una herramienta intuitiva que permita planificar, priorizar y visualizar tareas de manera eficiente, con un enfoque humano y flexible.
Clientes/usuarios:	Profesionales independientes, emprendedores, estudiantes universitarios y equipos de trabajo que buscan mejorar su gestión del tiempo.
Lugar y tiempo:	Bogotá D.C., en el contexto de rutinas académicas, especialmente durante jornadas de trabajo o estudio.



Infografía PROYECTOS II



Fase Testeo

Buscados: Motivación para correr, mejora del rendimiento, conexión con otros corredores, gamificación del entrenamiento.

de compra importantes: Facilidad de uso, compatibilidad con dispositivos, estadísticas útiles, comunidad activa.

percibidos: Que la app no funcione correctamente, que no tenga suficientes usuarios activos, que no cumpla con lo prometido.

esperados: Seguimiento en tiempo real, retos mensuales, sincronización con otras apps (Strava, Garmin), soporte técnico.

de compra: Descarga gratuita desde App Store o Google Play, con opción de suscripción premium.

producto: Se utiliza durante entrenamientos o carreras, con GPS activo y conexión a internet.

vida: Se integra en la rutina de corredores amateurs y profesionales, como parte de su entrenamiento diario.

perado: Entre \$0 y \$10 mensuales (versión gratuita y versión premium).

de compra: Suscripción mensual o anual, con posibilidad de recompra si se perciben beneficios claros.

lización: Tiendas de apps móviles, redes sociales, eventos deportivos.

de compra: En el momento de buscar una app para correr o mejorar el entrenamiento.

de información: Blogs de running, YouTube, redes sociales, recomendaciones de otros corredores.

decisión de compra: Al iniciar un nuevo plan de entrenamiento o al buscar motivación para correr.

a: Al finalizar un reto mensual o al ver mejoras en el rendimiento.

de compra: Por la experiencia gamificada, por la comunidad, por los retos y premios.

ia de marca: INTVL se elige frente a otras apps por su enfoque innovador y social.

ores: Corredores urbanos, aficionados al running, personas que buscan motivación para hacer ejercicio.

ncia: Usuarios de Strava, Nike Run Club, Garmin Connect; eligen esas apps por reputación, pero pueden cambiar a INTVL por su propuesta.