# Taller escrito grupal: Perfilamiento de usuarios

El presente taller grupal tiene como propósito guiarte en el **perfilamiento de usuarios**, un paso esencial dentro de los procesos de innovación. A través de la aplicación de herramientas de investigación contextual, entrevistas, observación y técnicas de empatía, podrás **analizar de manera crítica las necesidades, motivaciones y desafíos de los usuarios** en contextos organizacionales.

Este ejercicio no solo te permitirá reconocer patrones de comportamiento y tendencias que impactan en las personas, sino que también te brindará insumos para **definir retos de innovación fundamentados en la realidad del usuario**. El resultado final será un perfil claro y estructurado que servirá como base para la formulación de soluciones innovadoras en etapas posteriores de la asignatura.

## Punto 1. Selecciona un problema o necesidad relevante

### **Instrucción principal**

Elige un problema o necesidad social o de mercado relacionado con tu área de formación (Ingeniería Industrial o Ingeniería Informática).

1. Revisa la tabla de problemas/necesidades sugeridos.
2. Escoge uno que consideres prioritario o interesante.
3. Justifica tu elección en un texto breve (máx. **100 palabras**), explicando:
   1. Por qué es relevante en el contexto actual.
   2. Qué usuario o grupo de usuarios resulta más representativo para este problema.

Recuerda: tu justificación debe mostrar que comprendes la importancia del problema y la relación directa con las personas afectadas.

### **Tabla de apoyo para seleccionar el problema**

A continuación, encontrarás una tabla con 5 necesidades o problemas sociales actuales en cada área, junto con un insight de consumo y un posible aporte innovador. Esta tabla es una guía; puedes usarla como referencia o inspiración para elegir tu problema/necesidad.

**Área: Ingeniería Informática**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nº** | **Necesidad/Problema social** | **Insight de consumo** | **Posible aporte innovador** |
| 1 | Seguridad de la información | Preocupación por privacidad | Protocolos y arquitecturas de ciberseguridad inteligentes |
| 2 | Inclusión digital | Demanda de servicios accesibles | Plataformas con diseño universal y accesible |
| 3 | Brecha digital rural-urbana | Diferencias en acceso y alfabetización | Soluciones de conectividad y alfabetización digital |
| 4 | Automatización de servicios | Interés en trámites rápidos y automáticos | Bots y asistentes inteligentes |
| 5 | Teletrabajo y colaboración remota | Crece el trabajo desde casa | Herramientas colaborativas seguras y eficientes |

### **Ejemplo de justificación (máx. 100 palabras)**

**Problema elegido:** Optimización logística.  
**Justificación:** La creciente demanda por entregas rápidas y trazables hace que la logística sea un factor clave en la competitividad empresarial. Los usuarios, tanto clientes finales como empresas distribuidoras, esperan procesos confiables y transparentes. En este contexto, optimizar la gestión logística no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también reduce costos y tiempos de entrega, generando valor en toda la cadena de suministro.

## Punto 2. Investigación contextual

Tu objetivo en este paso es **comprender mejor el problema y al usuario** a partir de información secundaria (desk research) y del uso de herramientas de análisis.

### **2.a Desk research (Investigación documental)**

1. Busca información secundaria (artículos, reportes, datos de tendencia) relacionada con:
   * El **problema/necesidad** que seleccionaste.
   * El **usuario o grupo de usuarios** al que afecta.
   * El **contexto** en el que ocurre.
2. Resume los hallazgos más relevantes en un **párrafo de 100 a 150 palabras**.
   * Incluye datos, cifras o ejemplos actuales que respalden tu análisis.
   * Usa fuentes confiables (informes, artículos académicos, bases de datos, etc.).

**Tip:** Sé concreto. Usa frases cortas y evita tecnicismos innecesarios.

**Recursos de apoyo:**

* Plantillas y técnicas en: [Design Thinking – Técnicas de innovación](https://designthinking.es/tecnicas-de-innovacion/)
* Video: [¿Qué es desk research?](https://youtu.be/4awchJmGI3g)
* Video: [Market research – investigación de mercados](https://youtu.be/SyyQTeqqXHc)

### **2.b Herramientas de análisis contextual**

Aplica al menos **tres** de las siguientes herramientas ágiles para profundizar en tu investigación. Presenta cada herramienta en tablas o esquemas breves.

#### **PESTEL**

Analiza cómo influyen los factores **Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales** en tu problema/usuario.

|  |  |
| --- | --- |
| **Factor** | **Impacto sobre el problema/usuario** |
| Político | … |
| Económico | … |
| Social | … |
| Tecnológico | … |
| Ecológico | … |
| Legal | … |

##### ***6WH***

Responde en frases cortas:

|  |  |
| --- | --- |
| **Pregunta** | **Respuesta** |
| ¿Quién? | … |
| ¿Qué? | … |
| ¿Cuándo? | … |
| ¿Dónde? | … |
| ¿Por qué? | … |
| ¿Cómo? | … |
| ¿Qué pasaría si…? | … |

##### ***Mapa de actores***

Identifica a los actores principales relacionados con el problema y explica su **rol** y **grado de influencia**.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Actor** | **Rol** | **Nivel de influencia (Alta/Media/Baja)** |
| … | … | … |
| … | … | … |

##### ***Matriz FODA***

Analiza las **fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas** vinculadas al usuario y al problema.

|  |  |
| --- | --- |
| **Fortalezas** | **Oportunidades** |
| … | … |
| **Debilidades** | **Amenazas** |
| … | … |

## Punto 3. Investigación cualitativa primaria

En este paso aplicarás técnicas de **investigación directa con usuarios** para obtener información fresca y auténtica. El objetivo es complementar la investigación documental con **evidencias cualitativas** que te permitan comprender mejor las **necesidades, motivaciones, barreras y emociones** de los usuarios.

### **3.a Entrevistas exploratorias**

1. Diseña al menos **tres preguntas abiertas** para entrevistar a usuarios reales o simulados **(pueden ser compañeros de clase o puedes usar IA).**
   1. Las preguntas deben invitar al usuario a **expresar experiencias, emociones y percepciones**.
   2. Evita preguntas cerradas de “sí/no”.
2. Realiza al menos **una entrevista corta o simulada**.
   1. Registra la conversación de manera ética (pidiendo permiso si grabas).
   2. Transcribe un fragmento de máximo **media página** con las respuestas más relevantes.

**Ejemplos de preguntas abiertas**:

* ¿Qué dificultades enfrentas en tu día a día cuando … (relacionado con el problema elegido)?
* ¿Qué emociones experimentas cuando ocurre esta situación?
* ¿Qué soluciones actuales usas y qué tan útiles te resultan?
* Si pudieras cambiar algo en esta situación, ¿qué sería?

**Recursos de apoyo**:

* [Cómo hacer entrevistas a usuarios](https://youtu.be/tOEJToVU_l0)
* [¿Cuántas entrevistas hacer en un proyecto? – Dinngo Lab](https://youtu.be/FHhOa1jy1A0)

##### ***Plantilla de registro de entrevista***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pregunta formulada** | **Respuesta del usuario (resumen o transcripción breve)** | **Emociones observadas** |
| … | … | … |
| … | … | … |

### **3.b Observación directa o indirecta**

1. Identifica un entorno donde el usuario **interactúe con el problema o la necesidad** seleccionada.
   1. Ejemplo: una fábrica, un aula virtual, un espacio de compra en línea, un ambiente laboral.
2. Realiza una observación breve y sistemática.
   1. Describe en máximo **150 palabras** lo que ves: comportamientos, barreras, estrategias, interacciones y emociones.
   2. Si no puedes observar en vivo, utiliza videos, simulaciones (IA) o recreaciones como apoyo.

**Tips de observación:**

* Fíjate en lo que el usuario **hace** y no solo en lo que dice.
* Observa señales no verbales: gestos, pausas, frustraciones o entusiasmo.
* Registra patrones repetitivos o contrastes llamativos.

**Recursos de apoyo**:

* [Observación encubierta en Design Thinking](https://youtu.be/1R9eg3MCfWk)
* [Cómo hacer observación de usuarios](https://youtu.be/X4X1AsnAg2k)

##### ***Plantilla de registro de observación***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Contexto/entorno** | **Comportamientos observados** | **Barreras detectadas** | **Emociones/actitudes** |
| … | … | … | … |

**Recuerda:** la entrevista te ayuda a conocer **qué piensa y dice el usuario**, mientras que la observación te muestra **qué hace y cómo lo vive en la práctica**. La combinación de ambos métodos enriquece tu análisis.

## Punto 4. Herramientas de empatía y análisis

En este paso aplicarás herramientas que te permiten **ponerte en el lugar del usuario** para comprender con mayor profundidad sus motivaciones, pensamientos, emociones, barreras y expectativas.

El objetivo es que uses estas herramientas para **sintetizar** la información recolectada y convertirla en **insights útiles** que orienten los próximos retos de innovación.

### **4.a Mapa de empatía**

El **mapa de empatía** te ayudará a visualizar lo que el usuario **piensa, siente, ve, oye, dice, hace, sus obstáculos y motivaciones**.

1. Revisa la información obtenida en la investigación documental y cualitativa.
2. Completa cada sección del mapa pensando en tu usuario principal.
3. Sé concreto: usa frases breves y centradas en experiencias reales.

**Recurso de apoyo**: [Video – Mapa de empatía](https://youtu.be/d8Eh7zOvGtM)

##### ***Plantilla de mapa de empatía***

|  |  |
| --- | --- |
| **Categoría** | **Descripción del usuario** |
| **Piensa y siente** | ¿Qué le preocupa? ¿Qué le motiva? |
| **Ve** | ¿Qué observa en su entorno? |
| **Oye** | ¿Qué escucha de amigos, colegas, medios? |
| **Dice y hace** | ¿Cómo actúa y qué expresa? |
| **Obstáculos** | ¿Qué barreras enfrenta? |
| **Motivaciones** | ¿Qué lo impulsa a actuar? |

### **4.b Matriz de tendencias**

La **matriz de tendencias** te permite identificar **cambios tecnológicos, sociales o de comportamiento** que afectan directamente al usuario y al problema.

1. Investiga al menos **una tendencia actual** que tenga relación con tu problema/usuario.

Ejemplo: digitalización del trabajo, sostenibilidad, uso de inteligencia artificial, consumo responsable.

1. Describe cómo esta tendencia impacta en la experiencia del usuario.
2. Explica brevemente qué oportunidades de innovación abre.

**Recurso de apoyo**: [Video – Matriz de tendencias](https://youtu.be/d8Eh7zOvGtM)

##### ***Plantilla de matriz de tendencias***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de tendencia (tecnológica, social, de comportamiento)** | **Descripción** | **Impacto sobre el usuario** | **Oportunidad de innovación** |
| … | … | … | … |

**Recuerda:**

* El mapa de empatía te ayuda a “ver con los ojos del usuario”.
* La matriz de tendencias te permite conectar la experiencia del usuario con **cambios en el entorno** que pueden inspirar soluciones innovadoras.

## Punto 5. Análisis y perfilamiento de usuario

En este paso, tu objetivo es **sintetizar toda la información recolectada** (investigación documental, entrevistas, observación y herramientas de empatía) para construir un **perfil o arquetipo representativo** del usuario.

Un arquetipo no es una persona real, sino una **representación ficticia basada en datos reales** que concentra las características más relevantes de tu usuario objetivo.

### **Pasos a seguir**

1. **Organiza la información**: revisa lo que encontraste en la investigación documental, entrevistas, observación y herramientas de empatía.
2. **Identifica patrones**: busca coincidencias en necesidades, motivaciones, barreras y comportamientos.
3. **Elabora un perfil claro y conciso**, usando la plantilla sugerida.
4. **Incluye una frase representativa** que resuma la voz del usuario (“quote”), algo que refleje su pensamiento o sentimiento frente al problema.

**Recursos de apoyo**:

* [Perfil personas en Design Thinking](https://youtu.be/2-5eBQysuqs)
* [Arquetipo o perfil persona](https://youtu.be/IFk2ubyNnTY)

##### ***Plantilla de ficha de usuario (arquetipo)***

|  |  |
| --- | --- |
| **Categoría** | **Información del usuario** |
| **Nombre ficticio** | (ejemplo: “Laura, la ingeniera junior”) |
| **Edad aproximada** | … |
| **Datos sociodemográficos** | (ocupación, nivel educativo, entorno, lugar de residencia, etc.) |
| **Necesidades principales** | … |
| **Motivaciones** | … |
| **Barreras o frustraciones** | … |
| **Contexto de uso/interacción** | (¿dónde y cuándo enfrenta el problema?) |
| **Frase representativa (quote)** | “…” |

**Recuerda:**

* El perfil debe ser **visual, breve y concreto**.
* Usa listas y tablas para organizar la información.
* Este arquetipo será la base para diseñar retos y posibles soluciones de innovación.

## Punto 6. Redacción y presentación del taller

En este último paso, vas a **organizar y presentar** todo el trabajo realizado de manera clara, ordenada y profesional. La calidad de la presentación es tan importante como el contenido, ya que este taller será la **base del próximo reto de innovación**.

### **Pasos para la redacción y presentación**

1. **Organiza el documento** siguiendo la secuencia de pasos de la actividad:
   * Portada (nombre de los integrantes, curso, fecha).
   * Selección del problema/necesidad.
   * Investigación contextual (desk research + herramientas).
   * Investigación cualitativa (entrevistas + observación).
   * Herramientas de empatía (mapa + matriz de tendencias).
   * Perfil de usuario (arquetipo/ficha).
   * Reflexión final.
   * Bibliografía en APA 7 (si aplica).
2. **Integra tablas, esquemas y mapas** en el cuerpo del documento para mostrar cada herramienta aplicada (PESTEL, 6WH, Mapa de actores, FODA, Mapa de empatía, etc.).
3. **Cuida la redacción y el diseño visual**:
   * Usa títulos y subtítulos claros.
   * Escribe en segunda persona singular y frases cortas.
   * Asegúrate de que la presentación sea ordenada, estética y fácil de leer.

### **Reflexión final**

Cierra el taller con un **texto breve (máx. 100 palabras)** en el que respondas:

* ¿Qué aprendiste sobre las necesidades, motivaciones o barreras del usuario?
* ¿Cómo este perfilamiento puede orientar retos o soluciones de innovación en contextos organizacionales?
* ¿Qué hallazgos consideras más valiosos para futuros proyectos?

**Ejemplo de reflexión breve**:  
“El perfilamiento nos permitió comprender que la falta de trazabilidad en la logística genera frustración tanto en clientes como en proveedores. Identificamos que los usuarios valoran la transparencia y la rapidez, lo que abre oportunidades para innovar en sistemas de seguimiento en tiempo real. Este análisis será clave para proponer soluciones que fortalezcan la competitividad empresarial y la satisfacción del cliente.”

**Recuerda:**

* La reflexión es un espacio de síntesis personal y crítica.
* No repitas información del documento; aporta una mirada final que conecte el perfilamiento con la **innovación**.

# **Rúbrica de evaluación – Taller escrito grupal: Perfilamiento de usuarios**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Criterio** | **Sobresaliente** | **Bueno** | **Aceptable** | **Deficiente** | **Insuficiente** | **No se evidencia** |
| **Análisis contextual y selección de usuarios tipo - 20%** | Identificas y justificas al usuario con un análisis profundo, considerando de forma clara factores sociales, económicos y culturales. Tu selección es precisa y muestra comprensión completa del problema. | Identificas y justificas al usuario con claridad, incluyendo al menos dos factores de contexto relevantes. Demuestras buena comprensión del problema. | Seleccionas un usuario y lo justificas de manera general, mencionando algunos factores de contexto. La comprensión del problema es parcial. | Seleccionas un usuario pero la justificación es débil o poco clara. El análisis contextual es limitado. | Seleccionas un usuario sin justificación suficiente ni conexión clara con el contexto. | No seleccionas un usuario o la elección es irrelevante para el taller. |
| **Aplicación de técnicas cualitativas para comprender al usuario - 30%** | Diseñas y aplicas entrevistas u observaciones completas, con preguntas abiertas y registro detallado. Tu análisis refleja motivaciones, necesidades y percepciones del usuario de forma clara y profunda. | Aplicas entrevistas u observaciones con preguntas adecuadas. El registro y análisis muestran motivaciones y necesidades de forma clara. | Aplicas técnicas cualitativas pero con registro parcial o análisis limitado de la información. | Aplicas técnicas de forma incompleta, con preguntas poco claras o sin un análisis consistente. | Presentas técnicas cualitativas sin profundidad ni coherencia en los resultados. | No aplicas entrevistas, observaciones ni técnicas cualitativas. |
| **Integración de información secundaria para enriquecer el diagnóstico - 15%** | Incorporas datos actualizados y relevantes de fuentes confiables, que complementan y amplían de manera significativa la comprensión del usuario y su contexto. | Incorporas información secundaria confiable y pertinente, que apoya el análisis del usuario y el problema. | Incluyes información secundaria básica, con fuentes limitadas o poco actualizadas. | Incorporas información poco pertinente o sin relación clara con el diagnóstico. | Presentas datos sin respaldo en fuentes confiables o con escasa relevancia. | No incluyes información secundaria en el trabajo. |
| **Representación clara y empática del perfil del usuario - 25%** | Elaboras un arquetipo o mapa de empatía completo, claro y visualmente estructurado. Refleja con precisión emociones, necesidades, frustraciones y motivaciones del usuario. | Representas el perfil de usuario con herramientas adecuadas. Incluyes necesidades, emociones y motivaciones de forma clara. | Representas al usuario con herramientas básicas. Incluyes algunos elementos clave, pero de manera parcial. | Representas al usuario de forma incompleta o poco clara, sin abarcar los aspectos principales. | La representación es muy limitada, sin transmitir empatía ni claridad. | No presentas el perfil ni herramientas de representación del usuario. |
| **Coherencia, claridad y argumentación en el informe escrito - 10%** | El informe es claro, bien estructurado y con lenguaje técnico preciso. La redacción facilita la comprensión y la argumentación es consistente y fundamentada. | El informe es claro y coherente, con estructura adecuada y lenguaje técnico correcto. | El informe tiene estructura básica. La claridad es parcial y la argumentación presenta vacíos. | El informe muestra poca coherencia en la redacción y organización de ideas. | El informe presenta graves problemas de claridad, estructura o argumentación. | No se presenta el informe escrito. |