



**UNHEVAL**  
VICERRECTORADO DE  
INVESTIGACIÓN  
DIRECCIÓN DE INCUBADORA  
DE EMPRESAS



**INCUVAL  
VENTURES**  
UNHEVAL

INCUBADORA DE EMPRESAS  
UNHEVAL

# Desarrollo de clientes III





# Mentoring 360°

Formación de **Mentores**  
y **Promotores**



**UNHEVAL**  
VICERRECTORADO DE  
INVESTIGACIÓN  
DIRECCIÓN DE INCUBADORA  
DE EMPRESAS



# **REVISIÓN DE ENTREGABLES**

# Entregable 2

## Entrevistar de 4 a 8 personas

- Busca personas que crean que tiene el problema o necesidad identificada, o que ya lo solucionan de alguna manera (early adopters).
- Toma nota de todo lo relevante.

# DESARROLLO DE CLIENTES III

Sesión 5 – Lunes 31 marzo 2025



**UNHEVAL**  
VICERRECTORADO DE  
INVESTIGACIÓN  
DIRECCIÓN DE INCUBADORA  
DE EMPRESAS



# AGENDA

**01**

PATRONES DE COMPORTAMIENTO

**02**

PERFIL DE CLIENTE

**03**

MAPA DE EXPERIENCIA

# **PATRONES DE COMPORTAMIENTO**

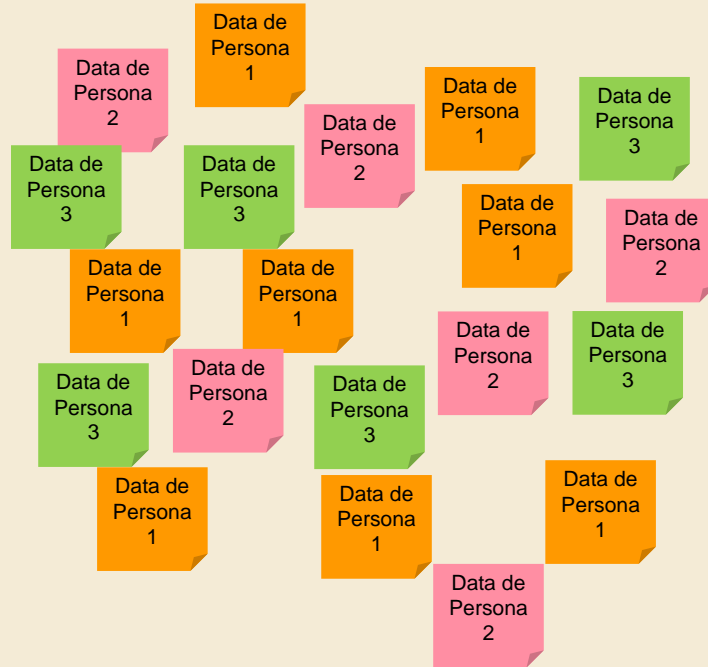


**Ahora toca analizar la  
información que encontramos**



# SATURAR

Cada equipo entrevistador debe “bajar la data” de las entrevistas a post its (saturar).



## SATURAR

- Cada equipo entrevistador debe “bajar la data” de las entrevistas a post its (saturar).
- La información debe ser lo más clara posible, usando incluso las palabras dichas por el entrevistado.
- Se deben apuntar también los cambios de humor y emociones, si se observaron en el entrevistado.
- Se debe poner énfasis en los comportamientos que ha tenido con el problema el entrevistado, es decir, qué acciones ha realizado.

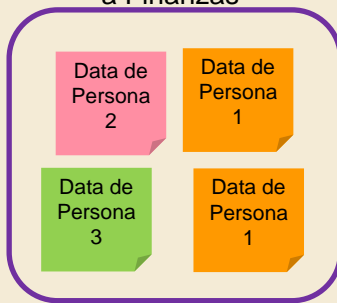


5 minutos

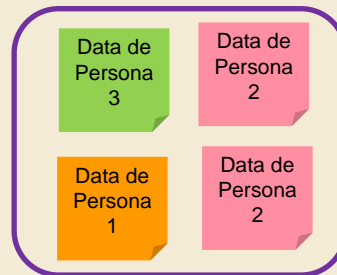
# AGRUPAR

Se debe a juntar aquella data que se repite entre los entrevistados (agrupar), es decir, acciones, motivaciones, emociones, etc, que han sido mencionados por más de un entrevistado.

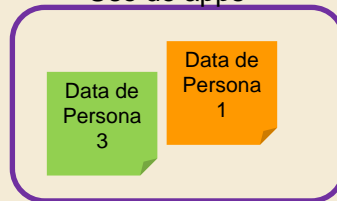
## Problemas relativos a Finanzas



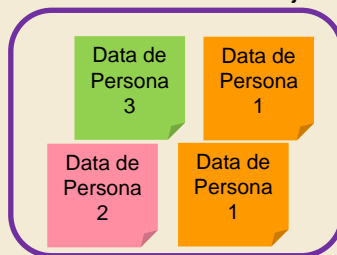
## Hobbies



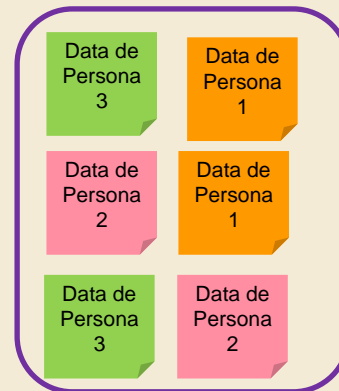
## Uso de apps



## Necesidades de los hijos



## Comida saludable



## AGRUPAR

- Cada equipo debe compartir la data de sus entrevistas.
- Se debe empezar a juntar aquella data que se repite entre los entrevistados (agrupar), es decir, acciones, motivaciones, emociones, etc, que han sido mencionados por más de un entrevistado.
- El equipo debe analizar si dentro de la data que se repite puede identificar o inferir patrones de comportamiento, a modo de hipótesis, ya que suelen aparecer cuando las muestras de entrevistas a 10 o 20 entrevistados generan evidencias suficientes.



15 minutos

**Actualizo mi Experiment Board  
con la data de las entrevistas a  
potenciales clientes que hicimos  
en la calle.**

Comienza aquí. Haz una lluvia de ideas con notas adhesivas y júalas hacia la derecha para iniciar tu experimento.		Experimento	1	2	3	4	5
<p>¿Quién es tu cliente? Sé lo más específico posible.</p> <p>Tiempo límite: 5 min</p> <div> <div>Parejas jóvenes con vida dinámica</div> <div>Proveedores de servicio doméstico fulltime</div> <div>Proveedores de servicio doméstico part time</div> </div>	Cliente	Madres de familia que trabajan y tienen poco tiempo					
<p>¿Cuál es el problema? Descríbelo desde la perspectiva de tu cliente.</p> <p>Tiempo límite: 5 min</p> <div> <div>...</div> <div>...</div> <div>...</div> </div>	Problema	Les cuesta encontrar asistentes hogar confiables para labores domésticas					
<p>Define la solución sólo luego de haber validado un problema que valga la pena resolver.</p> <p>Tiempo límite: 5 min</p>	Solución						
<p>Luego de conversar a profundidad con los potenciales clientes, descubrimos que efectivamente, 7 de las 10 madres entrevistadas confirman que es un problema.</p>							
<p>¿Necesitas ayuda? Utiliza las siguientes oraciones para ayudarte a construir tu experimento.</p> <div> <div>Para elaborar una Hipótesis de Cliente/Problema: Creo que <u>mi cliente</u> tiene un problema para <u>lograr este objetivo</u>.</div> <div>Para elaborar una Hipótesis de Problema/Solución: Creo que <u>esta solución</u> resultará en <u>este resultado cuantificable</u>.</div> </div>	Método y Criterio de éxito	EXPLORACIÓN 6/10					
<p>GET OUT OF THE BUILDING!</p>							
<p>Para elaborar tus supuestos: Para que <u>hipótesis</u> sea cierta, <u>supuesto</u> tiene que ser cierto.</p>	<p>Para identificar tu Supuesto de Mayor Riesgo: El supuesto sobre el cual tengo menos información y es clave para la viabilidad de mi hipótesis es...</p>	Resultado y Decisión	7/10				
<p>Detemina qué método usarás para probar tu supuesto: La forma más económica de probar mi supuesto es...</p> <p>Detemina qué criterio es suficiente para el éxito: ¿cuántas madres de familia confirman que es un problema?</p> <p><b>¡Hipótesis validada! Realmente es un problema para ellas.</b></p>							

Comienza aquí. Haz una lluvia de ideas con notas adhesivas y júalas hacia la derecha para iniciar tu experimento.		Experimento	1	2	3	4	5
<p>¿Quién es tu cliente? Sé lo más específico posible.</p> <p>Tiempo límite: 5 min</p> <div> <div>Parejas jóvenes con vida dinámica</div> <div>Proveedores de servicio doméstico fulltime</div> <div>Proveedores de servicio doméstico part time</div> </div>	Cliente	Madres de familia que trabajan y tienen poco tiempo					
<p>¿Cuál es el problema? Descríbelo desde la perspectiva de tu cliente.</p> <p>Tiempo límite: 5 min</p> <div> <div>...</div> <div>...</div> <div>...</div> </div>	Problema	Les cuesta encontrar asistentes hogar confiables para labores domésticas					
<p>Define la solución sólo luego de haber validado un problema que valga la pena resolver.</p> <p>Tiempo límite: 5 min</p> <p><b>Y aquí debemos tomar una decisión: Perseverar o pivotar.</b></p> <p>Si la hipótesis ha sido validada, tenemos la opción de perseverar, es decir continuar con nuestros experimentos. En este caso, hemos decidido hacer justamente eso.</p>							
<p>Haz una lista de las soluciones que debes probar.</p> <p>Tiempo límite: 5 min</p> <div> <div>Necesitan asistentes del hogar</div> <div>Necesitan limpieza del hogar</div> <div>...</div> </div>		encontrar asistentes del hogar confiables					
<p>¿Necesitas ayuda? Utiliza las siguientes oraciones para ayudarte a construir tu experimento.</p>		Método y Criterio de éxito	EXPLORACIÓN 6/10				
<p>Para elaborar una Hipótesis de Cliente/Problema:</p> <p>Creo que <u>mi cliente</u> tiene un problema para <u>lograr este objetivo</u>.</p>	<p>Para elaborar una Hipótesis de Problema/Solución:</p> <p>Creo que <u>esta solución</u> resultará en <u>este resultado cuantificable</u>.</p>	GET OUT OF THE BUILDING!					
<p>Para elaborar tus supuestos:</p> <p>Para que <u>hipótesis</u> sea cierta, <u>supuesto</u> tiene que ser cierto.</p>	<p>Para identificar tu Supuesto de Mayor Riesgo:</p> <p>El supuesto sobre el cual tengo menos información y es clave para la viabilidad de mi hipótesis es...</p>	Resultado y Decisión	7/10				
<p>Determina qué método usarás para probar tu supuesto:</p> <p>La forma más económica de probar mi supuesto es...</p>	<p>Determina qué criterio es suficiente para el éxito:</p> <p>Llevaré a cabo el experimento con <u># clientes</u> y espero una fuerte señal de <u># clientes</u>.</p>	Aprendizaje					

Experimento	1	2	3	4	5
<p>Comienza aquí. Haz una lluvia de ideas con notas adhesivas y júalas hacia la derecha para iniciar tu experimento.</p> <p>¿Quién es tu cliente? Sé lo más específico posible. Tiempo límite: 5 min</p> <div> <div>Parejas jóvenes con vida dinámica</div> <div>Proveedores de servicio doméstico fulltime</div> <div>Proveedores de servicio doméstico part time</div> </div>	<p>Cliente</p> <p>Madres de familia que trabajan y tienen poco tiempo</p>				
<p>¿Cuál es el problema? Descríbelo desde la perspectiva de tu cliente. Tiempo límite: 5 min</p> <div> <div>...</div> <div>...</div> <div>...</div> </div>	<p>Problema</p> <p>Les cuesta encontrar asistentes hogar</p>				
<p>Si bien nuestra hipótesis pudo haber sido validada, la decisión se debe basar en el aprendizaje que hemos recolectado.</p>					
<p>Define la solución sólo luego de haber validado un problema que valga la pena resolver. Tiempo límite: 5 min</p>					
<p>Haz una lista de hipótesis. Tiempo límite: 5 min</p>	<p>Si 7 de 10 manifestaron espontáneamente un problema pero 10 de 10 hablaron de otro más imperante, deberemos decidir qué problema realmente convendría abordar: O perseverar con el mismo problema o pivotar con el problema nuevo que hemos descubierto.</p>				
<p>¿Necesitas ayuda? Utiliza las siguientes oraciones para ayudarte a construir tu experimento.</p> <p>Para elaborar una Hipótesis de Cliente/Problema: Creo que <u>mi cliente</u> tiene un problema <u>para lo</u> <u>Cual sea el caso, anotemos los aprendizajes clave que nos guiarán hacia nuestro siguiente experimento.</u></p> <p>Para elaborar una Hipótesis de Problema/Solución: Creo que <u>esta solución</u> resultará <u>para lo</u> <u>Cual sea el caso, anotemos los aprendizajes clave que nos guiarán hacia nuestro siguiente experimento.</u></p> <p>Para elaborar una Hipótesis de Método/Criterio de Éxito: Creo que <u>esta solución</u> resultará <u>para lo</u> <u>Cual sea el caso, anotemos los aprendizajes clave que nos guiarán hacia nuestro siguiente experimento.</u></p> <p>Para elaborar una Hipótesis de Resultado y Decisión: Creo que <u>esta solución</u> resultará <u>para lo</u> <u>Cual sea el caso, anotemos los aprendizajes clave que nos guiarán hacia nuestro siguiente experimento.</u></p> <p>Detemina qué método usarás para probar tu supuesto. La forma más económica de probar mi supuesto es...</p>	<p>Método y Criterio de Éxito</p> <p>EXPLORACIÓN 6/10</p>				
<p>GET OUT OF THE BUILDING!</p>					
	<p>Resultado y Decisión</p> <p>7/10</p>				
<p>Llevaré a cabo el experimento con # clientes y espero una fuerte señal de # clientes.</p>	<p>Aprendizaje</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conformarse</li> <li>- Pagan de más</li> <li>- Hacerlo ellas mismas</li> </ul>				



Tiempo límite: 5 min

## Startups que empiezan y...



Lo bueno es que durante nuestra primera exploración hemos realizado preguntas abiertas que seguro nos permitieron identificar problemas más importantes para el segmento estudiado, y eso puede ser un gran punto de partida para nuestro pivot.

menos información y es clave para la viabilidad de mi hipótesis es...

# **PERFIL DE CLIENTES**



# Perfil de Clientes - IMPORTANCIA

Para una startup o emprendimiento, conocer a su cliente ideal es clave para:

- Diseñar productos/servicios alineados a sus necesidades.
- Comunicar un mensaje claro y relevante.
- Optimizar la estrategia de ventas y marketing.
- Mejorar la retención y fidelización.
- Evitar desperdicio de recursos en audiencias equivocadas.



**Maruja**

Tiene 48 años

Dueña de una Bodega – Minimarket  
En el distrito de Comas

Ella es parte de la asociación de bodegueros, heredó el negocio de su padre que al quedarse sin empleo puso una vitrina en su casa para ir vendiendo cosas y ahora es una bodega. Desde hace 18 años ha estado al frente del negocio. Estuvo estudiando administración, pero tuvo que dejarlo debido a la pandemia. Actualmente toma algunos cursos para mejorar la gestión de su negocio y calidad de vida. Para aligerar la carga del día a día realiza diferentes actividades: Escribe, juega vóley con sus amigas del barrio y viaja cada vez que puede con su familia.

# Perfil de Clientes - ELEMENTOS

- **Datos demográficos:** Edad, género, ubicación, nivel socioeconómico, ocupación.
- **Datos psicográficos:** Valores, creencias, estilo de vida, intereses.
- **Comportamiento de compra:** ¿Cómo descubre, elige y compra soluciones similares?
- **Problemas y necesidades:** ¿Qué dolor o frustración enfrenta que tu startup resuelve?
- **Objetivos y motivaciones:** ¿Qué quiere lograr con tu producto/servicio?
- **Canales de comunicación preferidos:** ¿Dónde interactúa (redes sociales, tiendas físicas, marketplaces)?

# Matriz de Meta-usuario

El Lienzo de Meta-Usuario, nos permite tener una mirada holística acerca de la vida de una persona que hemos identificado y que debemos conocer en profundidad para saber a detalle cómo le afecta el problema que tenemos como desafío de diseño.

### 3 Matriz de META-USUARIO

**CIRCULO SOCIAL:** Mencionar cómo es su círculo de amistades y social, cómo se comporta con ellos, cuales son sus intereses, qué desaprueban, etc.

**BIO:** Mencionar el nombre, edad, sexo, donde vive, rasgos de personalidad, qué le hace sentir orgulloso, qué le hace sentir avergonzado, cuales son sus anhelos, etc.

**RETRATO:** Dibujar al meta-usuario que tenga las características coincidentes de los usuarios analizados.

**ACTIVIDADES:** Mencionar cuales son las actividades que realiza en su día a día, cuales son sus pasatiempos, etc.

**FAMILIA:** Mencionar cuantos miembros tiene su familia, cómo es la relación con ellos, cual es su rol, cuales son sus valores, etc.

**PROBLEMAS:** Mencionar sus preocupaciones, frustraciones y problemas.

**CREENCIAS:** Mencionar en qué cree o qué religión tiene, cómo lo practica, cual es su motivación en la vida, etc.

## Completar el lienzo de Meta Usuario

- En equipos deben construir un **-arquetipo-** de usuario, utilizando el Lienzo de Meta-Usuario a partir de la información recogida de las entrevistas y que ha sido saturada y agrupada para identificar ciertos patrones de comportamiento.
- Si el equipo no conoce la información para alguna de las preguntas que aparecen en el Lienzo de Meta-Usuario deberán colocar **hipótesis**, pero que deberán luego validar con nuevas entrevistas a usuarios que calcen dentro del **-arquetipo-** construido.



20 minutos

# Perfil de cliente (ejemplo)

## Perfil de Cliente

### Biografía

Fragmento breve de la persona para tener un paneo general de los 3 puntos: demográfico, aspiracional y actitudinal

Alberto de Piura es profesor de un colegio de pocos recursos. Está preocupado por hacer más dinámica su clase virtual a niños de 8 años.



Alberto Rodríguez  
Profesor - 40 años  
Piura - El Tallán

### Contexto

¿Dónde interactúa esta persona?

En el distrito de El Tallán, en un colegio de primaria.

Tiene 15 alumnos a su cargo.

Dicta 4 horas de clases virtuales donde enseña matemáticas y lenguaje.

### Motivaciones

Qué o quiénes son los motivadores en las acciones que hacen



La falta de participación de sus alumnos durante las clases lo motiva.

Conservar su trabajo para tener ingresos y cuidar a su madre.

### Necesidades importantes

Funcionales, emocionales, información, calidad de vida, etc. Manifestarlas de manera clara, completa y específica (evitemos generalidades).

Necesita conocimientos sobre dinámicas virtuales.

No tiene buena conexión de internet.

Busca demostrar que se encuentra actualizado.

Cuida a su madre enferma y no tiene tiempo para aprender nuevas técnicas.

### Impedimentos, frustraciones o miedos

¿Qué dificultades o preocupaciones tiene en su día a día y en un futuro cercano?



La mala conexión de internet hace que pierda la ilación de la clase.

Miedo a perder a su trabajo.

Temor a que lo evalúen y vergüenza a salir desaprobado.

### Actitud frente al tema abordado

Cuáles son sus opiniones, posturas o maneras de abordarlo.

Está preocupado por hacer bien su labor.

Se desanima cuando ve que necesita buena conexión de internet.

Piensa que el Estado debe apoyar a los profesores con recursos tecnológicos.

No le da mucha importancia a la actualización de conocimiento de la materia que enseña.

### Información extra que aporte a conocer a la persona



También hace taxi por las tardes para recurrirse.

Está pensando en que le ayude un familiar con su madre. La vecina le da una mano con su madre.

Sus 3 hermanos viven en otras ciudades y muy pocas veces los visitan.

# Perfil de Cliente (ejemplo)

## Biografía

Ella es parte de la asociación de bodegueros, heredó el negocio de su padre que al quedarse sin empleo puso una vitrina en su casa para ir vendiendo cosas y ahora es una bodega. Desde hace 18 años ha estado al frente del negocio. Estudió administración, pero tuvo que dejarlo debido a la pandemia. Actualmente toma algunos cursos para mejorar la gestión de su negocio y calidad de vida. Para aligerar la carga del día a día realiza diferentes actividades: Escribe, juega voley con sus amigas del barrio, hace música y viaja cada vez que puede con su familia.

Fragmento breve de la persona para tener un paneo general de 3 puntos:  
Demográfico, aspiracional y actitudinal.

**Maruja**  
**Mujer - 48**  
**Bodega - Minimarket**  
**Comas**



## Contexto

La bodega tiene aproximadamente 40 años constituida en una zona roja de Comas, su horario de atención (a rejas cerradas) es de 7:00 AM a 11:00PM de lunes a domingo. Le gustaría hacer crecer más su negocio pero se siente limitada por la inseguridad y desatención de la Municipalidad. A lo largo de los años, ha enfrentado diversos desafíos con los trámites y permisos municipales además de las inspecciones rigurosas. Su negocio es clasificado como "rango riesgoso" debido a la presencia de un área de panadería, lo cual ha implicado requisitos y costos adicionales en términos de regulaciones.

¿Dónde interactúa esta persona?

## Motivaciones

Su motivación principal es sacar adelante a su familia y que el negocio le de seguridad y estabilidad financiera. Para esto se centra en evitar situaciones que estén fuera de la ley y mantener su negocio en funcionamiento. Su deseo es operar el negocio de manera libre de presiones indebidas teniendo que tomar decisiones que van en contra de sus valores, además de poder confiar en que las autoridades actúen con justicia y respeto hacia los empresarios locales.

¿Qué o quiénes son los motivadores en las acciones que hacen?

## Necesidades importantes

1. **Facilidad en los trámites:** Necesita que los procedimientos, requisitos para obtener y renovar licencias sean más simples y claros. La complejidad actual es una fuente constante de frustración.
2. **Seguridad y tranquilidad:** Debido a las inspecciones rigurosas y la posibilidad de multas y cierres, necesita sentirse segura de que su negocio no será cerrado injustamente, además de tener que afrontar problemas de cupos y extorsiones.
3. **Asesoramiento y orientación:** Busca apoyo para entender con claridad las regulaciones municipales. Necesita acceso a información clara y precisa sobre los procedimientos necesarios.
4. **Transparencia y justicia:** Desea que las inspecciones y supervisión de la Municipalidad se hagan de forma justa y transparente para evitar las situaciones de sobornos o pagos indebidos.
5. **Necesita crecer su negocio y tener tiempo de calidad con su familia.**

Funcionales, emocionales, información, calidad de vida, etc. Manifestarlas de manera clara, completa y específica (evitemos generalidades)

## Actitud frente al tema abordado

Tiene una profunda preocupación por el bienestar y seguridad de su negocio y es proactiva para encontrar soluciones prácticas. Percibe la injusticia en las interacciones con la Municipalidad y es consciente de las limitaciones para recopilar pruebas concretas. Sintió que debía negarse a participar en prácticas ilegales o corruptas pero el mal funcionamiento del sistema la obliga a mantener operando, sin todos los papeles en regla, ya que su bodega es su única fuente de ingresos.

Cuales son sus opiniones, posturas o maneras de abordarlo.

## Impedimentos, frustraciones o miedos

1. **Complejidad de Trámites:** Se siente frustrada por la complejidad y dificultad de los trámites municipales. Los requisitos cambiantes y las regulaciones ambiguas la ponen en una posición vulnerable y generan un impedimento para el funcionamiento de su negocio.
2. **Amenazas de Multas y Cierres Injustos:** Tiene miedo de las inspecciones rigurosas de la Municipalidad, ya que existe la posibilidad de recibir multas o incluso el cierre de su negocio debido a interpretaciones subjetivas o a solicitudes de coimas.
3. **Impacto en el Negocio y Empleados:** La posibilidad de enfrentar multas o cierres injustos es una constante preocupación. Estos eventos podrían tener un gran impacto financiero en su negocio, así como en los empleados que trabajan en la bodega.
4. **Incertidumbre y Temor ante la Pérdida de Ingresos:** La posibilidad de enfrentar sanciones imprevistas generan miedo y ansiedad. El temor a perder ingresos y recursos es una sobrecarga emocional negativa que se manifiesta de forma constante.
5. **Solicitud de Coimas:** Aunque se resiste a este comportamiento, la amenaza de sanciones injustas y cierre de su única fuente de ingresos a menudo la coloca en una posición difícil.
6. **Dificultad para Acceder a Recursos Legales:** Se enfrenta a dificultades para buscar soluciones legales como anulación de multas, fraccionamientos o facilidades de pago. Además de los recursos como tiempo y dinero. Sobre denunciar las coimas, considera que no cuenta con evidencias y tiene miedo de las represalias, ya que no hay confianza en las autoridades.

¿Qué dificultades o preocupaciones tiene en su día a día y en futuro cercano?



## Desarrolla el Perfil de Usuario o Cliente

- Elaborar un Perfil de Usuario –early adopter- a partir de las entrevistas realizadas
- *Hacerlo en versión digital (PC)*



20 minutos

# MAPA DE EXPERIENCIA

The background of the slide features a grayscale photograph of a modern, multi-story building with a grid-like facade of windows. The building is situated in an urban environment with some greenery in the foreground. Above the building, the sky is filled with large, dramatic, white clouds. A solid dark blue vertical line is positioned to the right of the main text.



Las personas recordamos emociones, la visión subjetiva de cómo nos han hecho sentir, no la parte objetiva.



# CASO: EcoFrutas

Startup que comercializa frutas deshidratadas orgánicas para el mercado nacional e internacional. EcoFrutas quiere mejorar la experiencia de sus clientes, desde el primer contacto hasta la compra.

## **Etapas: Descubrimiento**

**¿Cómo nos encuentran?** Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok), recomendación de clientes, ferias agroindustriales y mercados orgánicos.

**Dolores:** No conocen la marca y dudan de la calidad del producto. No encuentran información clara sobre los beneficios del producto.

**Oportunidades:** Crear contenido educativo en redes sobre los beneficios de las frutas deshidratadas. Implementar testimonios y certificaciones en la web.

## **Etapas: Consideración y Compra**

**¿Cómo compran?** Tienda online (e-commerce propio). WhatsApp Business. Tiendas especializadas en productos saludables.

**Dolores:** Plataforma de pago poco intuitiva. No tienen certeza del tiempo de entrega.

**Oportunidades:** Optimizar el sitio web para facilitar la compra. Implementar un chatbot con información sobre envíos y tiempos de entrega.

## **Etapas: Consumo y Uso del Producto**

**¿Cómo usan el producto?** Como snack saludable. En preparaciones (smoothies, postres).

**Dolores:** No saben cómo aprovechar al máximo el producto.

**Oportunidades:** Enviar recetas e ideas de consumo en el empaque. Crear una comunidad en redes con clientes compartiendo sus usos.

# Mapa de Experiencia de Usuario (Journey Map)

Puedes usar colores para diferenciar aspectos del journey.



¿Qué está pasando  
en su historia?

Momentos clave



Utiliza emojis para comentar  
**cómo se siente** la persona

Sentimientos



Especifica sus  
**motivaciones**

Motivaciones



Identifica las  
**oportunidades**

Oportunidades



# Mapa de Experiencia de Usuario (ejemplo)



**Lucía Costa Alegre**

Docente universitaria investigadora PUCP  
45 años

Pueblo Libre - Lima

## Momentos clave

Se levanta a las 6 y hace un poco de ejercicio a pesar del dolor de espalda.

Organiza el material para sus clases.

Empezan sus clases en zoom incentiva la participación de sus estudiantes.

Realiza una actividad colaborativa y hace una pausa para descansar.

Retoma sus clases hasta la 1 y deja tarea a sus estudiantes.

Prepara el almuerzo y almuerza con su familia.

Empezar su curso de la tarde y conversa con sus estudiantes.

Termina su clase y algunas veces corrige tareas, otras organiza su despensa o hace estiramientos.

## Sentimientos

Está con muchos ánimos de empezar el día y se motiva con ejercicios.

Se siente muy bien de estar compartiendo la mesa con su familia.

Está preocupada porque le duele la espalda-lumbar y la muñeca a pesar de la pausa.

Siente que quiere regresar a las clases presenciales porque es la mejor interacción.

Piensa que se le ha duplicado el trabajo, ya que no puede tener otra persona que la ayude por seguridad.

Se siente satisfecha, pero le molesta su dolor de espalda y muñeca.

Está más tranquila con su familia y empieza a planificar para el día siguiente.

## Motivaciones

Estar con buen estado físico es mejor para enfrentar el día.

Organiza y da ánimos a su familia.

Le falta información para mejorar sus lesiones.

El teletrabajo es más cansado que el presencial ya que está sentada todo el tiempo.

Ya que se va a volver a la normalidad, puede hacer más dinámicas físicas.

Piensa en hacer ejercicio en las instalaciones PUCP cuando regrese a la presencialidad.

Se cuida mucho por su familia.

## Oportunidades

Contratar servicio de ayuda cuando regrese a la presencialidad.

Hacer ejercicio con asesoría en la PUCP.

Conversar con sus colegas sobre dónde pueden obtener ayuda para sus lesiones.

Conversar con sus colegas sobre dónde pueden obtener ayuda para sus lesiones.

Buscar orientación profesional para dinámica física.

Aprovechar la PUCP como soporte en conocimiento en salud.

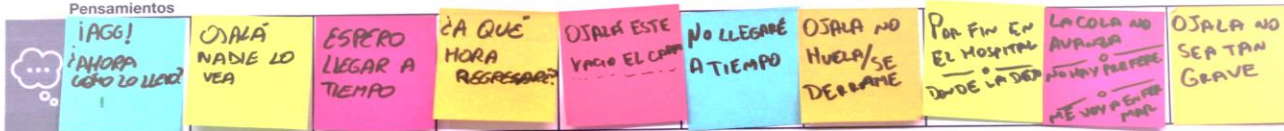
# Mapa de Experiencia de Usuario (ejemplo)

## 4 Mapa de EXPERIENCIA de USUARIO

Storyboard / Momentos y Acciones



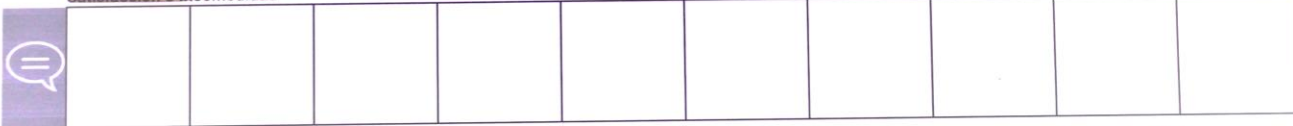
Pensamientos



Intensidad de la Emoción



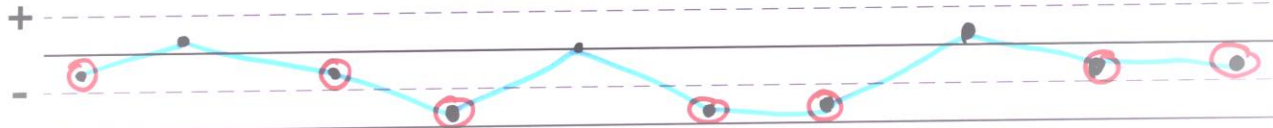
Comunidad



ANTES

DURANTE

DESPUÉS



Vicerrectorado de Investigación

#OrgulloPUCP

Indecopi concedió la patente a investigadoras PUCP por la invención "Contenedor de Muestras Semisólidas"

La invención fue desarrollada por el equipo liderado por Fanny Casado e integrado por Midori Sánchez y Jennifer Wong, en colaboración con la empresa Muestreo y análisis S.A.C.



Empresa **Muestreo y Análisis**, líderes en productos de diagnóstico y protección de la salud

# Lienzo de Experiencia de Usuario

## + Mapa de experiencia de usuario



Título del proyecto:

Equipo:

Storyboard, momentos y acciones

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Pensamientos

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Emociones

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

ANTES

DURANTE

DESPUÉS

+

---

---

-

---

---



## Mapa de experiencia de usuario

- Se debe empezar el Mapa de Experiencia con los **momentos claves del usuario** a modo de una historia contada desde la mirada de él y los momentos que pasa antes, durante y después de afrontar una dificultad que nosotros queremos resolver.
- Luego deberán colocarse los **pensamientos/ideas que puede tener el usuario en cada momento**, para colocar esta información, se debe realizar trabajo de campo, pero podemos también hacer suposiciones que luego deben ser validadas.
- Después se colocarán las **emociones/sentimientos que se considera experimenta el usuario** con cada momento, para colocar esta información, se debe realizar trabajo de campo, pero podemos también hacer suposiciones que luego deben ser validadas.
- Finalmente se **analizará los 3 niveles de información**, de forma vertical para cada momento y analizar si la experiencia es negativa, neutra o positiva.



30 minutos

# ¡Gracias!



**UNHEVAL**  
UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN - HUÁNUCO



**Ricardo Espinoza Mendoza**  
Consultor de Innovación y Emprendimiento  
[respinozam@hello-404.com](mailto:respinozam@hello-404.com)