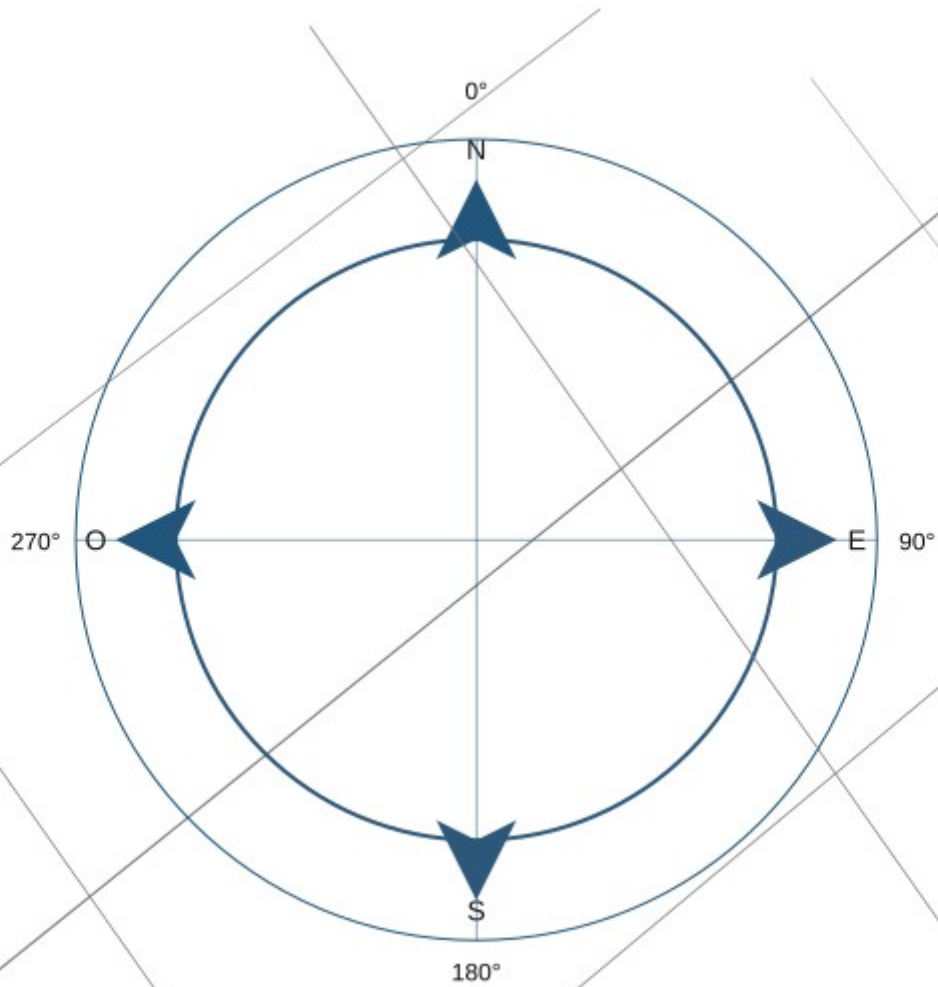




## **MATRIZ DE FEEDBACK DE USUARIO**

*Herramienta TAI Dynamics para análisis sistemático de retroalimentación*



TAI DYNAMICS

## INTRODUCCIÓN

Esta matriz ha sido desarrollada por TAI Dynamics para ayudar a los equipos a organizar, analizar y priorizar el feedback de usuarios de manera sistemática y objetiva.

La Trampa del Nicho Equivocado ocurre frecuentemente cuando los equipos no capturan adecuadamente el feedback o lo interpretan selectivamente para confirmar sus creencias preexistentes. Esta herramienta te permite transformar datos cualitativos de usuarios en insights accionables que informarán decisiones estratégicas sobre tu producto y mercado objetivo.

## PARTE 1: RECOLECCIÓN Y DOCUMENTACIÓN DEL FEEDBACK

### A - Fuentes de Feedback

Utiliza esta tabla para documentar las diversas fuentes de feedback recolectado:

| Fuente                | Número de participantes | Perfil de usuarios | Método de recolección | Fecha |
|-----------------------|-------------------------|--------------------|-----------------------|-------|
| Entrevistas 1:1       |                         |                    |                       |       |
| Pruebas de usabilidad |                         |                    |                       |       |
| Encuestas             |                         |                    |                       |       |
| Analítica de producto |                         |                    |                       |       |
| Soporte al cliente    |                         |                    |                       |       |
| Reseñas/comentarios   |                         |                    |                       |       |
| Redes sociales        |                         |                    |                       |       |
| Otro: _____           |                         |                    |                       |       |

Ejemplo práctico:

| Fuente                | Número de participantes | Perfil de usuarios                                                 | Método de recolección           | Fecha            |
|-----------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------------------|
| Entrevistas 1:1       | 12                      | Gerentes de tiendas de retail (8),<br>Encargados de inventario (4) | Videoconferencia,<br>45-60 min  | 10-20 Abril 2024 |
| Pruebas de usabilidad | 8                       | Nuevos usuarios sin<br>experiencia previa                          | Pruebas moderadas<br>en persona | 5 Mayo 2024      |

PARTE 2: CATEGORIZACIÓN DEL FEEDBACK

A - Matriz Principal de Feedback

Utiliza esta plantilla para organizar el feedback por categorías y subcategorías.

| Campo            | EJEMPLO: F001                                                       | EJEMPLO: F002                                                                    |
|------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| ID               | F001                                                                | F002                                                                             |
| Feedback textual | "No puedo encontrar fácilmente cómo exportar mi inventario a Excel" | "La integración con mi sistema de punto de venta actual es demasiado complicada" |
| Fuente           | Entrevista                                                          | Prueba                                                                           |
| Usuario          | Gerente de tienda                                                   | Encargado inventario                                                             |
| Categoría        | UX                                                                  | TEC                                                                              |
| Subcategoría     | Navegación                                                          | Integración                                                                      |
| Sentimiento      | NEG                                                                 | NEG                                                                              |
| Frecuencia       | 4                                                                   | 3                                                                                |
| Impacto          | 3                                                                   | 5                                                                                |
| Prioridad        | 3.5                                                                 | 4.0                                                                              |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Códigos para categorías:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- PROD: Producto/Características</li> <li>- UX: Experiencia de usuario</li> <li>- PRECIO: Modelos de precios</li> <li>- MERC: Mercado/Competencia</li> <li>- VALOR: Propuesta de valor</li> <li>- TEC: Aspectos técnicos</li> <li>- NEG: Modelo de negocio</li> </ul> | <b>Códigos para sentimiento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- POS: Positivo</li> <li>- NEG: Negativo</li> <li>- NEU: Neutral</li> <li>- MIX: Mixto</li> </ul>                                                                                                                                                               |
| <b>Escala para frecuencia:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1: Mencionado una vez</li> <li>2: Mencionado por 2-3 usuarios</li> <li>3: Mencionado por 4-6 usuarios</li> <li>4: Mencionado por 7-10 usuarios</li> <li>5: Mencionado por más de 10 usuarios</li> </ul>                                                                | <b>Escala para impacto:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1: Mínimo - No afecta la experiencia principal</li> <li>2: Bajo - Causa frustración menor</li> <li>3: Medio - Afecta parcialmente la experiencia</li> <li>4: Alto - Impide completar tareas importantes</li> <li>5: Crítico - Bloquea el uso del producto</li> </ul> |
| <b>Fórmula de prioridad: (Frecuencia + Impacto) / 2</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

### PARTE 3: ANÁLISIS DE PATRONES DE FEEDBACK

#### A - Matriz de Consenso vs. Divergencia

Esta matriz te ayuda a identificar áreas donde existe consenso entre usuarios y áreas donde hay opiniones divergentes:

| Tema | Consenso (Coincidencia) | Divergencia (Diferencias) | Posibles Explicaciones |
|------|-------------------------|---------------------------|------------------------|
|      |                         |                           |                        |

### Ejemplo práctico:

| Tema                   | Consenso (Coincidencia)                           | Divergencia (Diferencias)                   | Posibles Explicaciones                      |
|------------------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Reportes de inventario | Alto consenso en necesidad de exportación a Excel | Divergencia en tipos de gráficos preferidos | Diferentes requisitos por tamaño de negocio |
| Precios                | Consenso en que \$49/mes es razonable             | Divergencia sobre valor del plan premium    | Diferentes volúmenes de SKUs gestionados    |

*Analiza patrones de consenso y divergencia para orientar el desarrollo del producto*

### B - Matriz de Necesidades Explícitas vs. Implícitas

| Necesidad | Explícita/Implícita | Evidencia | Impacto en Producto |
|-----------|---------------------|-----------|---------------------|
|           |                     |           |                     |

### Ejemplo práctico:

| Necesidad                                             | Explícita/Implícita | Evidencia                                                                 | Impacto en Producto                         |
|-------------------------------------------------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Acceso móvil al inventario                            | Explícita           | 9 de 12 entrevistados lo solicitaron directamente                         | Desarrollo de app móvil como prioridad alta |
| Retroalimentación visual sobre niveles bajos de stock | Implícita           | Usuarios buscan repetidamente productos con stock bajo pero no hay alerta | Implementar sistema de códigos de color     |

*Contrasta necesidades expresadas directamente con aquellas inferidas del comportamiento*

## PARTE 4: VALIDACIÓN DE NICHO Y MERCADO

### A - Matriz de Alineación con Segmentos de Mercado

Utiliza esta matriz para evaluar cómo se alinea el feedback con diferentes segmentos potenciales.

Se incluyen ejemplos a modo de guía.

| Categoría             | Tiendas independientes                                    | Pequeñas cadenas                                            |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Total Usuarios        | 7                                                         | 5                                                           |
| Problemas Principales | Integración con sistemas existentes, Curva de aprendizaje | Gestión multitienda, Informes consolidados                  |
| Necesidades Únicas    | Plantillas específicas para retail de moda                | Permisos para múltiples usuarios, Comparativa entre locales |
| Disposición a Pagar   | Media-alta (\$30-50/mes)                                  | Alta (\$80-100/mes)                                         |

*Evalúa cómo se alinea el feedback con diferentes segmentos potenciales*

Escala para ajuste general:

- 1: Muy bajo - Feedback indica mal ajuste.
- 2: Bajo - Feedback muestra problemas significativos de ajuste.
- 3: Medio - Feedback mixto sobre ajuste.
- 4: Alto - Feedback indica buen ajuste con oportunidades de mejora.
- 5: Muy alto - Feedback confirma ajuste excelente.

# PARTE 5: PLAN DE ACCIÓN BASADO EN FEEDBACK

## A - Matriz de Decisiones Estratégicas

Utiliza esta tabla para documentar las decisiones clave informadas por el feedback de usuarios.  
Se incluyen ejemplos a modo de guía.

| Área de Decisión        | Insights Clave                                                                 | Decisión                                              | Justificación                                               | Plan de Implementación                                                       | Métricas de Éxito                                                  |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Segmentación de mercado | Tiendas independientes muestran mayor entusiasmo y menor resistencia al cambio | Priorizar tiendas independientes como mercado inicial | Mayor ajuste producto-mercado y ciclo de ventas más corto   | Adaptar materiales de marketing y refinar características para este segmento | 20% de aumento en conversión, Reducción de 30% en ciclo de ventas  |
| Funcionalidades         | Alta demanda por exportación y reportes personalizados                         | Incluir en MVP inicial, adelantar roadmap             | Alta frecuencia (4.5) e impacto (4.2) en matriz de feedback | Implementar en próximo sprint                                                | 25% de reducción en consultas de soporte relacionadas con reportes |

*Alineación de decisiones estratégicas con insights del mercado y planes de implementación*

## B - Ciclo de Feedback Continuo

Define un plan para la recolección continua de feedback.  
Se incluyen ejemplos a modo de guía.

| Etapas           | Método                          | Frecuencia                             | Responsable | Proceso de Análisis                                 |
|------------------|---------------------------------|----------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------|
| Post-onboarding  | Encuesta NPS + pregunta abierta | Automático, 7 días después de registro | Marketing   | Revisión semanal, actualización de matriz principal |
| Usuarios activos | Entrevistas seleccionadas       | Bimensual (5 usuarios)                 | Producto    | Actualización de patrones y ajuste de prioridades   |

## CONSEJOS PARA MAXIMIZAR EL VALOR DE ESTA MATRIZ

1. **Mantén los datos sin procesar** - Conserva siempre citas textuales de los usuarios para poder volver a los datos originales.
2. **Actualiza constantemente** - La matriz debe ser un documento vivo que evoluciona con nueva información.
3. **Evita el sesgo de confirmación** - Presta especial atención al feedback que contradice tus hipótesis iniciales.
4. **Normaliza la distribución de usuarios** - Asegúrate de que tu feedback representa adecuadamente a todos tus segmentos objetivo.
5. **Establece umbrales de acción** - Define previamente qué nivel de frecuencia o impacto activará ciertas acciones.
6. **Comparte ampliamente** - Este documento debe ser accesible para todo el equipo, no solo producto o UX.
7. **Triangula los datos** - Combina datos cualitativos con métricas cuantitativas siempre que sea posible.
8. **Documenta el proceso** - Registra cómo llegaste a ciertas conclusiones para futuras revisiones.

Documento preparado por TAI Dynamics  
Contacto: [webmaster@taidynamics.com.ar](mailto:webmaster@taidynamics.com.ar)  
[www.taidynamics.com.ar](http://www.taidynamics.com.ar)

**Transformamos Ideas en Proyectos Tecnológicos Viables**

© 2025 TAI Dynamics. Todos los derechos reservados.