



MÓDULO 2

Plantilla para el perfil de audiencia

Foto de la audiencia Representación ficticia del usuario ideal		
PERFIL DE AUDIENCIA	DESCRIPCIÓN	
Nombre	Santiago Muñoz. Personaje ficticio que sintetiza patrones compartidos por los dos participantes entrevistados y hallazgos de la comunidad digital analizada.	
Características sociodemográficas básicas	27 años; hombre; reside en la zona urbana de Popayán; empleado del sector comercial y estudiante. Usa principalmente el teléfono móvil. El nivel de ingresos, la composición familiar y el estrato no fueron determinados en la investigación. Su género y edad permiten narrar una persona coherente, pero no describen a toda la audiencia potencial.	
Valores y hábitos	Valora la practicidad, la transparencia, el equilibrio entre precio y calidad, el ahorro de tiempo y el apoyo a la oferta local. Antes de decidir, consulta redes sociales, Google y recomendaciones cercanas; compara ubicación, comentarios, fotografías y precio. Prefiere experiencias ágiles, visuales y actualizadas.	
Día típico	En la mañana revisa mensajes y redes desde el celular. Durante la jornada combina trabajo y estudio. A la hora del almuerzo busca opciones cercanas y compara precio y recomendaciones. En la tarde o noche consulta productos o servicios para resolver necesidades concretas. Los fines de semana explora planes, gastronomía y emprendimientos para comprar o compartir.	
Metas o las cosas más importantes en la vida de la audiencia	Resolver compras y planes cotidianos con rapidez y confianza; administrar bien su tiempo y dinero; descubrir opciones que se ajusten a sus necesidades; disfrutar la	



	ciudad y apoyar emprendimientos locales cuya información sea clara y verificable.
Problemas relevantes o puntos de dolor	La oferta local está dispersa entre múltiples cuentas y plataformas. Encuentra precios, horarios, ubicación, pagos o catálogos incompletos; publicaciones desactualizadas; canales de contacto sin respuesta y poca posibilidad de comparar. También rechaza plataformas lentas, incompatibles o difíciles de navegar.
Consumo de información	Se informa desde el celular mediante Instagram, Facebook, TikTok y Google; complementa con recomendaciones de amigos y conocidos. Prefiere videos cortos, fotografías reales, comentarios, precios visibles y mensajes concretos. La comunidad Testeando Popayán confirma el interés por planes, gastronomía y recomendaciones locales visuales.
Conocimiento y actitud sobre el mensaje	Conoce que Popayán tiene una oferta diversa, pero percibe que encontrarla exige recorrer varias redes. Su actitud hacia Manifiesto es favorable si la plataforma reúne opciones por categorías, facilita comparar y mantiene información vigente. Espera contacto directo con cada emprendimiento.
Posibles objeciones al contenido o estrategia diseñada	Abandonaría la experiencia si encuentra información desactualizada o incorrecta, lentitud, registro obligatorio, publicidad invasiva, falta de compatibilidad móvil, ausencia de precios o ubicación, fotografías poco confiables o negocios que no responden. La confianza depende de mostrar fecha de actualización y datos verificables.



Sustento del perfil: integración de datos

Proyecto: Manifiesto | Grupo 9 | Maestría en Comunicación y Creación Interactiva

1. Comunidad virtual seleccionada

Se seleccionó Testeando Colombia / Testeando Popayán (@testeandocolombia) porque su contenido de recomendaciones, gastronomía, planes y descubrimiento de lugares en Popayán se aproxima a la necesidad que busca resolver Manifiesto. Aunque Andando por Popayán presentó mayor tamaño e interacción, Testeando ofrece una coincidencia temática más directa con usuarios que buscan decidir qué conocer, comprar o visitar.

2. Datos cuantitativos - Fanpage Karma

Métrica	Resultado
Periodo	24 de mayo al 24 de agosto de 2026
Seguidores	12 mil
Publicaciones	15
Me gusta	2.000
Comentarios	166
Interacciones contabilizadas	2.166
Tasa de interacción	0,74 %
Publicación destacada	"¡Que no te gane el aburrimiento!": 624 interacciones

Limitación metodológica: Fanpage Karma no mostró alcance ni datos demográficos para el perfil externo analizado. Estas variables se reportan como no disponibles y no se reemplazan por estimaciones. La caracterización del personaje se apoya en las entrevistas y se presenta como una síntesis de diseño, no como una generalización estadística.

3. Patrones cualitativos de las entrevistas

Búsqueda fragmentada. Ambos participantes combinan redes sociales, Google y recomendaciones de conocidos para encontrar opciones.

Criterios de decisión. Precio-calidad, cercanía, comentarios, fotografías y datos concretos orientan la elección.

Confianza. La información frecuente, precisa y actualizada, junto con garantías o comentarios, reduce la incertidumbre.

Puntos de dolor. La ausencia de precios, horarios, ubicación, medios de pago o respuesta del negocio interrumpe la decisión.

Experiencia esperada. Una plataforma móvil, intuitiva, rápida, organizada por categorías y con contacto directo.

4. Triangulación: del dato al perfil

Patrón	Evidencia	Implicación para Manifiesto
Interés por planes y lugares locales	La publicación de mayor respuesta obtuvo 624 interacciones.	Santiago busca gastronomía, planes y emprendimientos para resolver necesidades y disfrutar la ciudad.
Valor del contenido visual y concreto	Las publicaciones destacadas presentan recomendaciones, comida y ofertas específicas.	Prefiere videos, fotografías reales, precios, ubicación y características claras.
Necesidad de comparar y confiar	Las entrevistas repiten precio-calidad, comentarios, actualidad y contacto.	Manifiesto debe permitir categorías, filtros, fecha de actualización y contacto directo.



Decisiones y cierre

5. Decisiones de diseño derivadas

1. Organizar la oferta por categorías y permitir filtros por cercanía y precio.
2. Mostrar precio, ubicación, horarios, medios de pago, fotografías reales y fecha de actualización.
3. Incorporar comentarios o señales de confianza y contacto directo con cada emprendimiento.
4. Priorizar velocidad, navegación móvil intuitiva, compatibilidad y pocos pasos.

Conclusión

Manifiesto será significativo si transforma información local dispersa en una decisión confiable. El perfil no se entiende como una descripción definitiva de toda la audiencia, sino como una herramienta de diseño sustentada en datos iniciales y abierta a validación con una muestra más amplia.

Fuentes

Dos entrevistas semiestructuradas realizadas para la Entrega 1; reporte Fanpage Karma de Testeando Colombia / Testeando Popayán y comparación de mercado, periodo 24/05/2026-24/08/2026.

Recurso interactivo

Consulta el perfil de audiencia completo en: <https://www.manifiestopopayan.com>