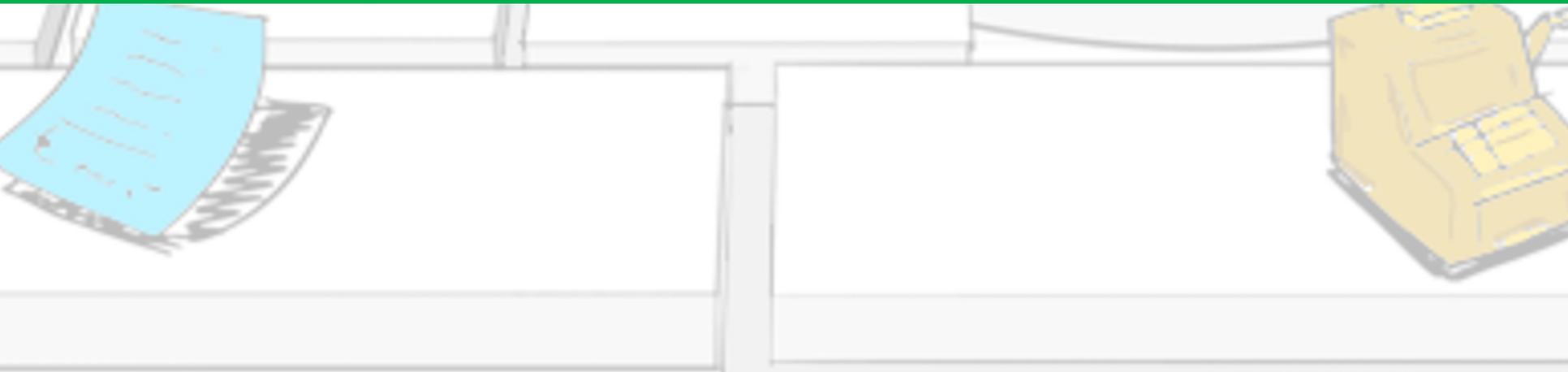


# El mapa de Empatía





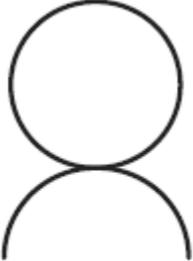
❖ “Debemos construir nuestro modelo de negocio **desde** el perfil de cliente”

❖ “Un **profundo** conocimiento del cliente es clave en el éxito de un negocio”

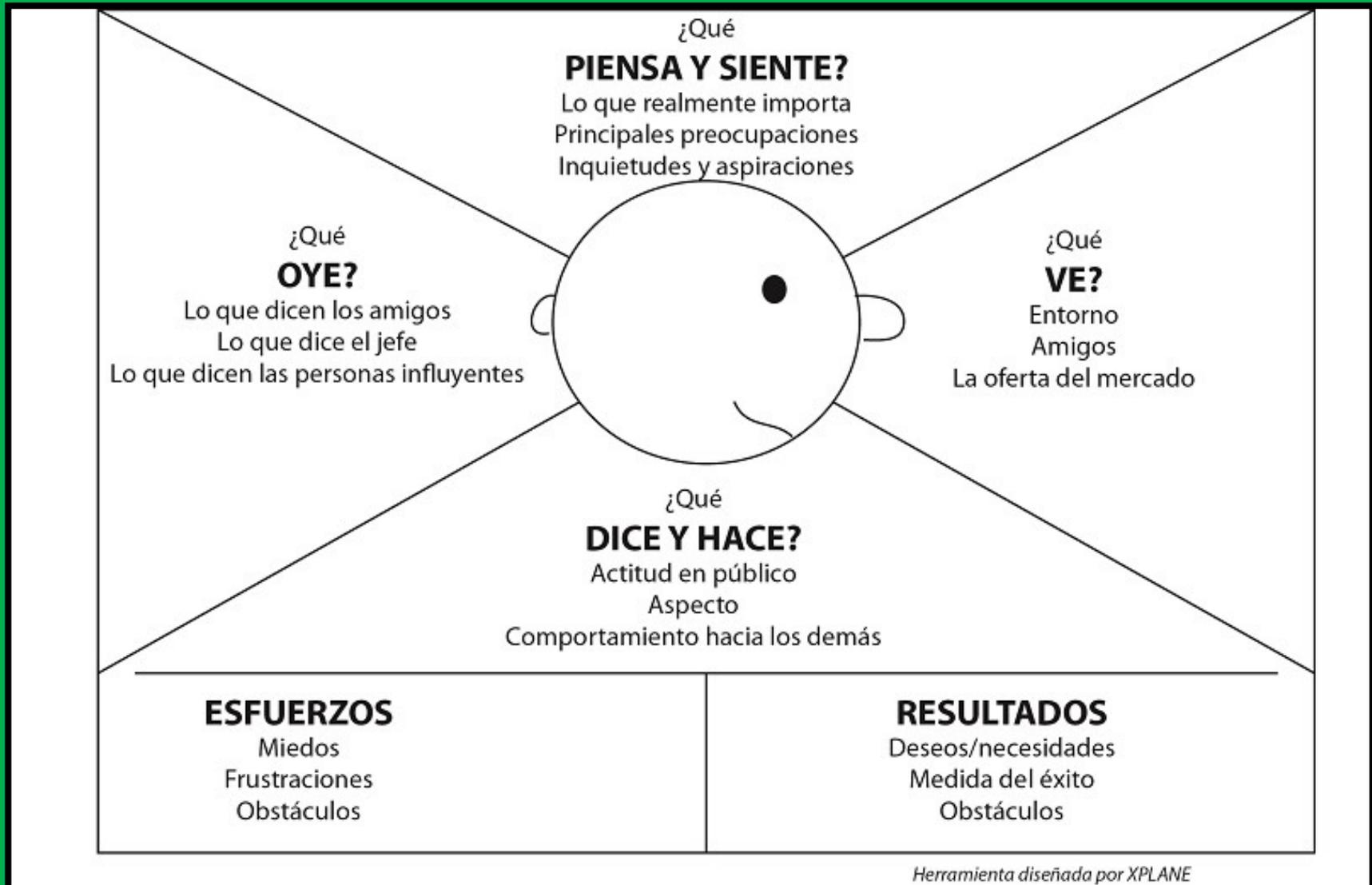
Pero... ¿quién es nuestra clientela?  
¿Qué elementos debemos tener en cuenta para definir su **perfil**?

**EI MAPA DE EMPATÍA** es la herramienta que nos facilita esta tarea.

# FICHA PERFIL DE CLIENTE (plantilla)

Perfil demográfico	Dibuja aquí  ----- -----	Una cita que la caracterice
Perfil geográfico		Expectativas
Perfil tecnológico	Perfil conductual	

# Mapa de Empatía (plantilla)



# Mapa de Empatía (ejemplo)





# EMPEZAMOS!

## ❖ VAMOS A CONSTRUIR EL MAPA DE EMPATÍA DE NUESTRO SUJETO “CLIENTE-TIPO”, EL “IDEAL” AL QUE DESTINAMOS NUESTRO PRODUCTO/SERVICIO

En primer lugar, se requiere una **reunión de equipo**, para analizar el **resultado de las encuestas** y poder definir el perfil. Después, le sigue la construcción de la **ficha de cliente** (plantilla sugerida)

Por último, la construcción del **mapa de empatía** para ese perfil, con este análisis los datos que hemos obtenido de las encuestas (Lección 6).

Veamos a continuación un tutorial paso a paso.



# 1ª FASE: REUNIÓN de equipo para determinar a qué SEGMENTO de clientela dirigirnos

- ❖ PASO 1: Analizamos las encuestas. Nos preguntamos ¿Cómo es el público que puede comprar nuestro producto/servicio? (Qué características tiene). Habrá más de 1 perfil posible: agrupar por características.
- ❖ PASO 2: Definir de 1 a 3 grupos posibles, que representen a distintos colectivos con potencial de compra de nuestro producto/servicio.
- ❖ PASO 3: Entre ellos, seleccionar **uno** para empezar con un mapa de empatía.



## ❖ PASO 4: Definir características DEMOGRÁFICAS:

- ✓ Tramo de edad
- ✓ Género
- ✓ Estado civil
- ✓ Nivel económico
- ✓ Nivel educacional
- ✓ Localización geográfica
- ✓ Origen étnico
- ✓ Ocupación (empresario/a, empleado/a, estudiante, dueña/o de casa, jubilado/a, cesante, etc.)
- ✓ Profesión



## ❖ PASO 5: Completar con POST-It el MAPA, contestando las preguntas, en relación al problema que tiene, y según nuestro análisis

- VER: Qué ve el *cliente tipo*: ¿Cómo es su entorno? ¿Quiénes son sus amigos? ¿Qué “tipo de oferta” (para solventar su problema) recibe? ¿Qué obstáculos percibe?
- ESCUCHAR: Qué escucha: ¿cuáles son las áreas de mayor impacto o influencia en su entorno? ¿Qué dicen sus amistades, su pareja? ¿Quién ejerce mayor influencia sobre él/ella y cómo? ¿Cuál es el canal de comunicación que más le atrae?



## ❖ PASO 5: Completar con Post-It el MAPA, contestando las preguntas que plantea.

- **PENSAR Y SENTIR:** Qué piensa y siente el cliente: Identifica lo que considera realmente importante. Conoce sus expectativas, sueños y aspiraciones. Predice sus emociones.
- **DECIR Y HACER:** Qué dice y hace: ¿Cuál es su comportamiento y reacción en público? ¿Cómo se presenta ante su entorno? ¿Se detecta diferencia entre lo que dice y lo que realmente piensa o siente?



## ❖ PASO 5: Completar con Post-It el MAPA, contestando las preguntas que plantea.

- **ESFUERZOS:** ¿A qué desafíos se enfrenta? Cuáles son sus mayores frustraciones? ¿Cuáles son sus principales obstáculos para conseguir sus objetivos? ¿Qué riesgos teme encontrarse?
- **RESULTADOS:** ¿Qué logros pretende alcanzar? ¿Cómo mide el éxito? ¿Qué estrategias utiliza para conseguir sus objetivos?



## ❖ ¿Qué hemos logrado?

Ya tenemos listo el MAPA DE EMPATÍA y hemos construido un perfil completo.

## ❖ ¿Qué haremos con ello?

Lo siguiente ya será VALIDARLO. Lo haremos con la próxima encuesta (Lección 8).

## ❖ ¿Para qué nos servirá?

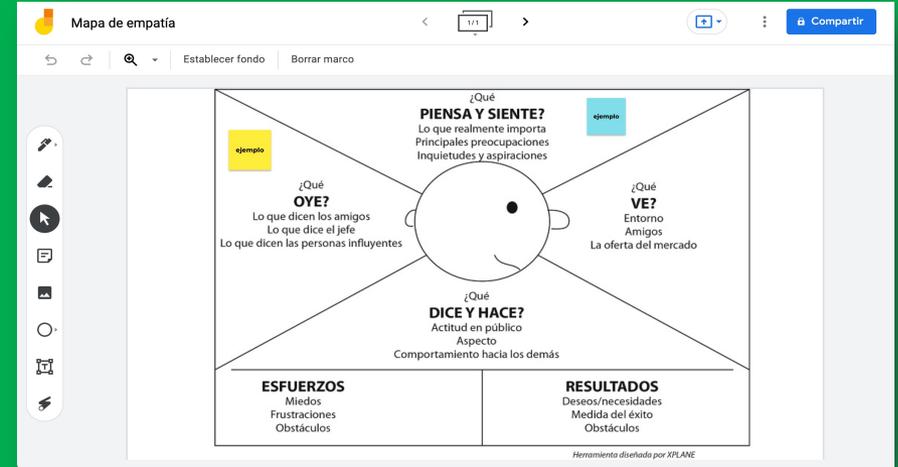
Una vez completado el proceso, tendremos un conocimiento profundo de un sujeto *cliente-tipo* que nos permitirá entender:

- ✓ Qué propuesta de valor aceptará
- ✓ A través de qué canales querrá que le contactemos
- ✓ Qué relación marca/cliente podemos establecer

# TAREA Mapa de Empatía

## HERRAMIENTAS DE AYUDA

- ❖ **POSTER:** opcional para hacer a mano y enviar fotos (en Material docente)
- ❖ **PLATAFORMAS** de ejemplo para hacer el mapa de empatía **ONLINE:**
  - ❖ <https://miro.com/es/plantillas/mapa-de-empatia/>
  - ❖ Cualquier plataforma con pizarra, cargando debajo la imagen del mapa de empatía. Vean este ejemplo: [Jamboard](#)



- ❖ **BIBLIOGRAFÍA complementaria:**
  - ❖ Libro 'BMC Generación de Modelos de Negocio' (en Material docente)



T  
A  
R  
E  
A

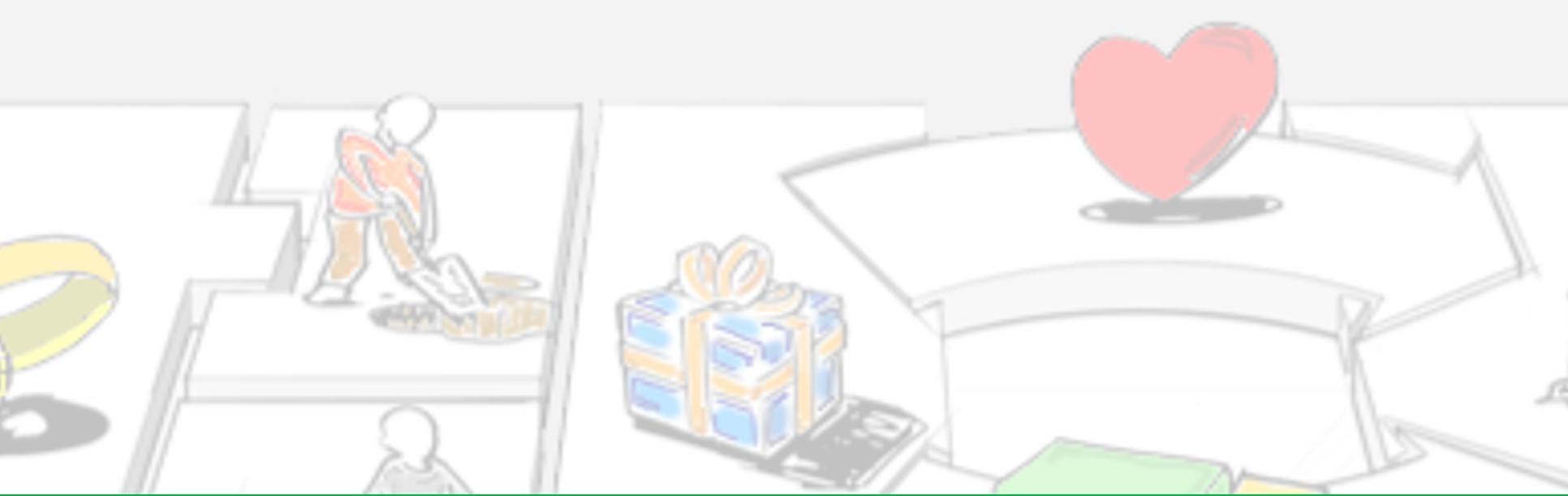
**Hagan el MAPA  
DE EMPATÍA  
según se  
detalla en esta  
lección**

# PRÓXIMA SESION

## LEAN STARTUP:

Si nos basamos en supuestos ¿cómo podemos saber si vamos por buen camino con nuestros proyectos?

Con este método validaremos nuestro sujeto cliente-tipo y nuestra propuesta de valor



Gracias por su atención



FACULTAD DE MEDICINA  
UNIVERSIDAD DE CHILE

Curso de Emprendimiento en Salud