

## Herramienta: PERFIL DEL USUARIO / ARQUETIPO

Esta herramienta trata de definir los arquetipos de los usuarios a los que puede atender la entidad, dentro de su servicio Emca, o también para ayudar al emprendedor a definir quienes podrán ser los potenciales clientes de su negocio.

El término Arquetipo hace referencia a modelos de personas que representan patrones de comportamientos, motivaciones, estilo de vida, hábitos, intereses y necesidades comunes.

En una fase inicial, no siempre es un usuario / cliente real, sino un arquetipo, construido ad-hoc, para representar el conjunto de características de un determinado perfil de persona a la que vamos a atender. La principal función del arquetipo es servir al equipo de trabajo para tener siempre presente los intereses, comportamientos y motivaciones del **público objetivo** que se quiere representar.



### ■ ¿PARA QUÉ SIRVE?

Permite descubrir a fondo las verdaderas necesidades y motivaciones de nuestros usuarios, -a quien vamos a dar apoyo en su emprendimiento-, o a los potenciales clientes -del negocio que estamos diseñando-.

## ■ ¿CUÁNDO SE UTILIZA?

### ✓ POR PARTE DE LA ENTIDAD

Cuando estamos diseñando nuestro servicio EmcA, en la **Fase de investigación**, para identificar quienes van a ser nuestros usuarios, es decir que perfil tendrá nuestro usuario tipo, al que vamos a ofrecer nuestra ayuda para su emprendimiento.

Esta herramienta, también se podrá utilizar, de forma complementaria, a la herramienta **Identificación de las necesidades del emprendedor**, y a la herramienta **Ecuador**, en la **fase de Estudio de la persona**, en este caso, para conocer el perfil y necesidades de un usuario concreto que demanda nuestro apoyo. Para ello, recomendamos, para que sea más efectiva y completa, se trabaje junto al usuario (emprendedor). Ésta se irá revisando a lo largo de todo el proceso, para volver a interpretar, si fuese el caso, la información proporcionada.

### ✓ POR PARTE DEL EMPRENDEDOR

Por otro lado, esta herramienta puede ser utilizada en la **Fase de Prototipado**, por parte del emprendedor, con ayuda de su persona de apoyo, para el diseño del modelo de negocio, concretamente para conocer el perfil de su arquetipo: cliente objetivo.

### ✓ TIEMPO RECOMENDADO DE DEDICACIÓN

Se estima una dedicación de aproximadamente 4 horas, para esta primera parte de investigación y comienzo del diseño del servicio o modelo de negocio, e identificar a nuestro/s arquetipo/s.

## ■ ¿CÓMO UTILIZAR LA HERRAMIENTA?

Es importante dar la mayor información posible; para ello, es conveniente, crearnos mentalmente un personaje, al que le podemos dar forma, nombre y características concretas para conocer de antemano quienes podrán ser nuestros posibles usuarios/clientes haciéndonos las siguientes preguntas:

- ¿Quién es?
- ¿Qué le gusta hacer?
- ¿Qué se le da bien hacer?

- ¿Cuáles son sus sueños?
- ¿Con quién pasa su tiempo?
- ¿Qué siente ante la idea de montar su propio negocio?
- Ideas que tiene de un negocio
- ¿Qué necesita para montar su propio negocio?
- **¿Nos necesita? ¿le aportamos valor?**

## ■ ¿QUÉ OBJETIVOS SE QUIEREN ALCANZAR?

Como explicamos en la metodología de EmcA, actualmente se está produciendo un gran cambio de filosofía en la sociedad, en la que las empresas van cambiando sus sistemas, anteriormente basados en el punto de vista del resultado / beneficio, para ahora centrarse en el usuario, entendiendo e integrando en la organización, sus comportamientos, necesidades y motivaciones. Actualmente, escuchamos con frecuencia que diferentes empresas utilizan en sus promociones, explícita o implícitamente, la frase: **experiencia del cliente**.

Para conseguir ofrecer a nuestros usuarios / clientes, un servicio o producto adaptado a sus necesidades y motivaciones, tenemos que conocerlos con la mayor precisión posible. De esta forma, conseguiremos dar respuesta a sus problemas o demandas.

## ■ RECOMENDACIONES

Se recomienda, llegar a imaginar todo lo posible a nuestro arquetipo, incluso intentando ponernos en su lugar, inventándonos personas semi-ficticias, con nombre, características, conductas y personalidades concretas y diferenciadas.

En el caso de que se esté utilizando por parte de la entidad, para el diseño de su servicio EmcA, esta herramienta se puede complementar con las herramientas: herramienta **Identificación de las necesidades del emprendedor** con el **Ecuador**.

Otra herramienta para conocer quienes podrán ser nuestros clientes, muy utilizada en Design Thinking, es el: Customer journey map, <https://josefacchin.com/customer-journey-map/>. También puedes encontrar similares: <https://bienpensado.com/5-herramientas-para-crear-mapas-de-experiencia-del-cliente/>