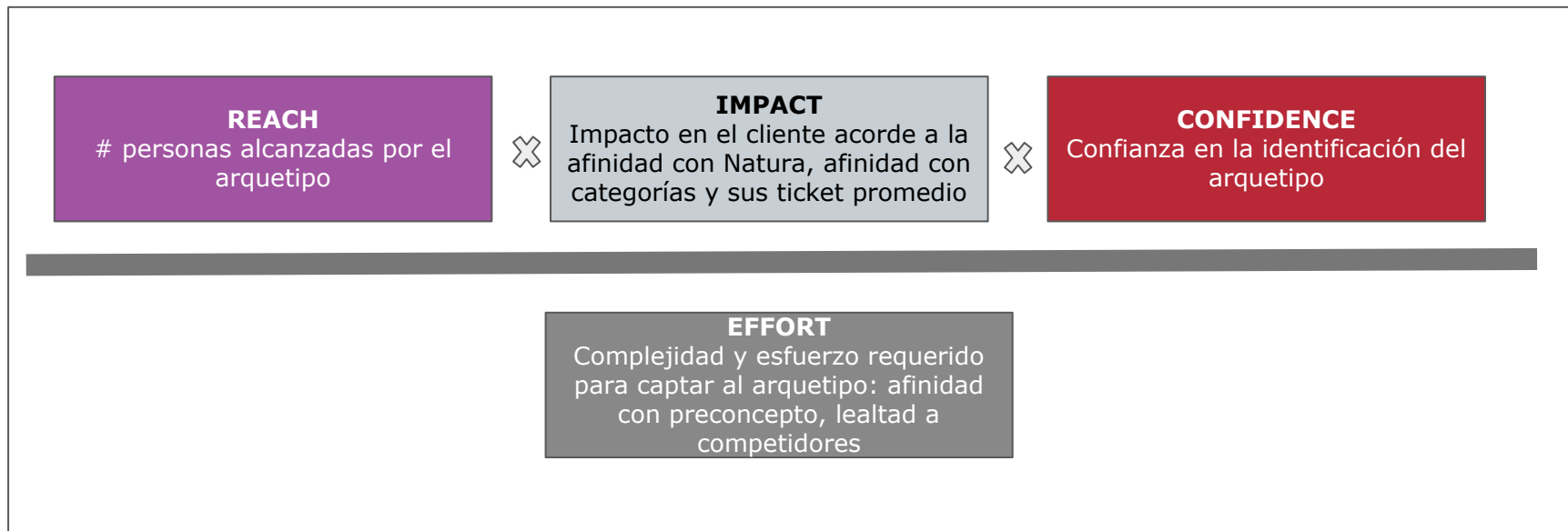


Desde Aura z **priorizamos los arquetipos** y sus Customer Journeys utilizando el framework RICE



Obtuvimos que los arquetipos a priorizar son **Activistas, Beauty Trenders** y consolidamos el resto en un tercer arquetipo **“Gen-Z”**

Personas alcanzadas por el arquetipo. Activista y Multipasiones destacan

Por la saliencia de atributos, Activistas y Beauty Trenders tienen mayor confianza para la identificación

Arquetipo/Persona (inicial)	Reach	Impact	Confidence	Effort	Score	Prioridad
Activistas	10	3	80%	1	48	1
Hiperconectados	6	1	50%	2	1.5	5
Multipasiones	10	1	50%	1	5	3
Ambiciosos y curiosos	8	1	50%	3	1.33	4
Beauty Trenders	8	2	80%	2	10.24	2

El resto de los arquetipos van a estar contemplados, junto a sus características y atributos, dentro del tercer arquetipo definido: “Gen-Z”

En cuanto a impacto según la afinidad con Natura, con la categoría y el ticket promedio, se destaca Activista en primer lugar y Beauty Trender en segundo

Activista es el arquetipo de menor complejidad para captar debido a la afinidad con el preconcepto de marca y a la baja lealtad a competidores. En comparación, Beauty Trender tiene menor afinidad por desconocimiento de atributos y mayor lealtad a competidores