

# DESAFIO 3: ¿QUIÉN ES NUESTRO CLIENTE?| EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA

## ÍNDICE








- [Organización del equipo](#)
- [Herramientas TIC](#)
- [Reto 1: Descubrimos a nuestro cliente](#)
- [Reto 2: Validamos a nuestro cliente](#)

### CANVAS DE PROYECTO

**TÍTULO:** Desafío 3 – ¿Quién es nuestro cliente?

**CURSO:** 2º curso CCFF

**MATERIA:** Empresa e Iniciativa Emprendedora

<b>COMPETENCIAS</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Competencia lingüística.</li><li>• Competencia digital.</li><li>• Aprender a aprender.</li><li>• Sentido de la iniciativa y espíritu emprendedor.</li><li>• Competencias sociales y cívicas.</li></ul>	<b>RETOS</b>  <p><b>RETO 1</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Descubrimos a nuestro cliente (grupal).</li></ul> <p><b>RETO 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Validamos las hipótesis sobre clientes (grupal).</li></ul>	<b>RECURSOS</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Píldoras formativas.</li><li>• Plantillas.</li><li>• Organizadores gráficos.</li><li>• Vídeos de YouTube.</li></ul>
<b>OBJETIVOS DE APRENDIZAJE</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Investigar y definir a nuestro cliente objetivo.</li><li>• Conocer el comportamiento de nuestro cliente objetivo.</li><li>• Comprender el proceso de validación de hipótesis.</li><li>• Ser capaz de comprobar si una hipótesis es válida o debe ser rechazada.</li><li>• Elaborar una entrevista para un cliente.</li><li>• Conocer el concepto de Producto Mínimo Viable y las diversas formas de elaborar prototipos de baja fidelidad.</li></ul>	<b>EVALUACIÓN</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Portfolio del proyecto.</li><li>• Rúbrica del portfolio.</li><li>• Diario individual de aprendizaje.</li><li>• Rúbrica de evaluación del arquetipo de cliente y mapa de empatía.</li><li>• Rúbrica de evaluación de entrevistas y prototipo.</li><li>• Guía de observación del trabajo grupal.</li></ul>	<b>AGRUPAMIENTOS</b>  <p>Tareas de reflexión grupo-aula. Tareas de equipos de proyecto (pequeño grupo). Puesta en común en gran grupo.</p>
		<b>TEMPORALIZACIÓN</b>  <p>6 sesiones</p>

Iconos diseñados por freepik, Smashicons y Vector Market paraaticon.com

Recurso Educativo Abierto del [Proyecto EDIA](#) de [Cedec](#). Empresa e Iniciativa Emprendedora. Formación Profesional. Autoras: María Cruz García Sanchís y Daniela Gimeno Ruiz

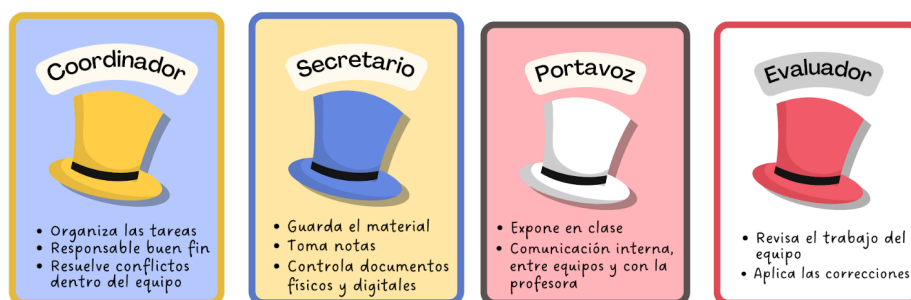
<https://www.econosublime.com/2023/11/diapositivas-situacion-de-aprendizaje-3.html>. @economyriam



Obra publicada con [Licencia Creative Commons Reconocimiento Compartir igual 4.0](#)

## Organización del equipo

- Trabajamos en equipo, de forma colaborativa y tenemos que ser capaces de organizarnos (herramientas y estrategias)
- Cada persona tiene que desempeñar el rol o roles que tiene asignado para este Desafío



Las tarjetas de roles deben conservarse en perfecto estado durante todo el curso. Si algún miembro del equipo pierde su tarjeta, todo el equipo será penalizado con **-0,50 puntos** en la nota.

- **AL FINALIZAR TODAS LAS TAREAS DE ESTE DESAFÍO**, no olvides realizar la autoevaluación del trabajo en equipo:
  1. Individual: en tu Diario emprendedor de este reto
  2. De equipo: cuestionario publicado en Moodle.



### Retrospectiva del equipo y reflexión individual



1. ¿Qué rol se te ha asignado?
2. ¿Qué funciones has realizado?
3. ¿Has tenido dificultades? Si es así, ¿cómo las has superado?
4. ¿Te identificas con el rol que te ha tocado? ¿Crees que, de acuerdo con tu personalidad, es el rol más adecuado para ti? Explica por qué.

## DESAFIO 3: ¿QUIÉN ES NUESTRO CLIENTE?| EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA



### Reflexión grupal



Autoevaluación Trabajo EQUIPO. Desafío 3

Marcar como hecha

## Herramientas TIC



### Gestión de los equipos de proyecto

#### Herramientas:



Kanban



Trello

UNA EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA. Proyecto 8896.  
Cursos Pensamiento, Creación y Creatividad y Creatividad Superior.

cedec CENTRO NACIONAL DE  
DESARROLLO Y FORMACIÓN  
EN SISTEMAS DE PROYECTOS

TAREAS	PENDIENTE	EN PROCESO	TERMINADO
Listado de tareas del Reto			
Bloqueos, retrasos, incidencias			

## Reto 1: Descubrimos a nuestro cliente



### Buyer Persona y Mapa de Empatía

2 sesiones



### Objetivos

- ☐ Investigar y definir a nuestro cliente objetivo
- ☐ Conocer el comportamiento de nuestro cliente objetivo
- ☐ Familiarizarse con herramientas del Pensamiento de Diseño o Design Thinking
- ☐ Identificar los elementos básicos del Storytelling



### Desarrollo

Vamos a investigar quién es **nuestro cliente objetivo**. Tenemos una idea de producto o servicio, pero ¿sabemos si hay personas que están dispuestos a pagar por ello? ¿Quiénes son? ¿Cómo son?

En este reto analizaremos las características comunes que pueden tener las personas interesadas en nuestra idea de negocio, valoraremos qué segmento de clientes nos conviene más, definiremos sus características y trataremos de descubrir qué piensa, qué hace, qué dice... en relación al problema que queremos ayudar a solucionar.

Para ello realizaremos dos tareas:

1. Arquetipo de Cliente.
2. Mapa de Empatía.

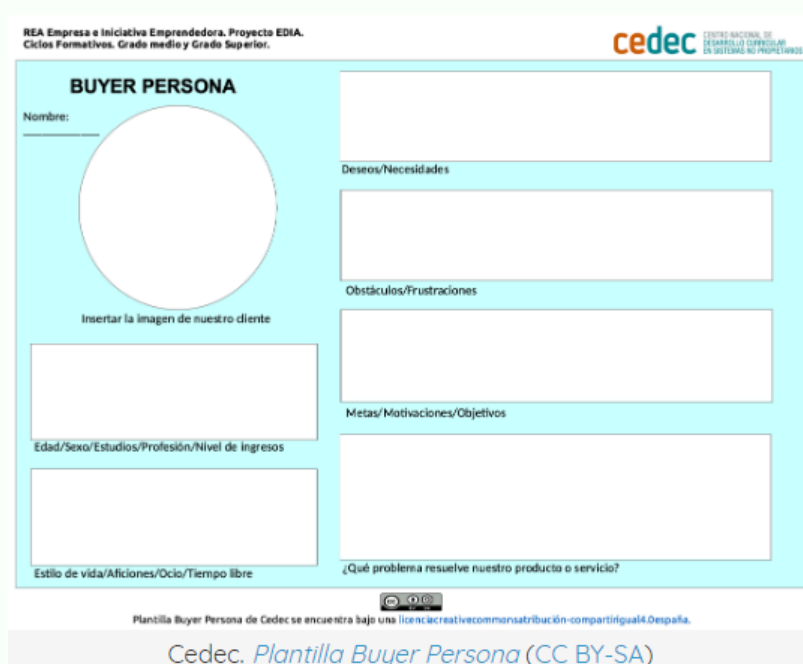
## DESAFIO 3: ¿QUIÉN ES NUESTRO CLIENTE?| EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA

### TAREA 1. ARQUETIPO DE CLIENTE (Buyer Persona)

Se trata de concretar del segmento de mercado al que vamos a dirigirnos, hay que humanizarlo creando un "personaje ficticio".

Para crear este personaje utilizaremos la herramienta Buyer Persona, que nos permitirá definir de forma exhaustiva sus características.

[Enlace a la plantilla](#)



Plantilla Buyer Persona de Cedec. El formulario está dividido en varias secciones:

- Encabezado:** "REA Empresa e Iniciativa Emprendedora. Proyecto EDIA. Ciclos Formativos. Grado medio y Grado Superior." y el logo de "cedec" (CENTRO NACIONAL DE DESARROLLO CAPACIDADES DIGITALES NO PROFESIONALES).
- Título:** "BUYER PERSONA".
- Nombre:** Un campo de texto con un icono de círculo para insertar una imagen.
- Sección de la izquierda:**
  - Un campo grande con el texto "Insertar la imagen de nuestro cliente".
  - Un campo con el texto "Edad/Sexo/Estudios/Profesión/Nivel de ingresos".
  - Un campo con el texto "Estilo de vida/Aficiones/Ocio/Tiempo libre".
- Sección de la derecha:**
  - Un campo con el texto "Deseos/Necesidades".
  - Un campo con el texto "Obstáculos/Frustraciones".
  - Un campo con el texto "Metas/Motivaciones/Objetivos".
  - Un campo con el texto "¿Qué problema resuelve nuestro producto o servicio?".

En la parte inferior, hay un pequeño icono de Creative Commons y el texto: "Plantilla Buyer Persona de Cedec se encuentra bajo una licencia de atribución-compartir igual 4.0 España. Cedec. [Plantilla Buyer Persona \(CC BY-SA\)](#)".

¿Qué aspectos van a definir a nuestro cliente potencial?

Por un lado, utilizaremos criterios más objetivos como:

- Edad/Sexo/Estudios/Profesión/Nivel de ingresos
- Estilo de vida/Aficiones/Ocio/Tiempo libre

Desde otro punto de vista, trataremos de imaginar patrones de comportamiento y observar los problemas a los que se enfrentan.

- Deseos/Necesidades
- Obstáculos/Frustraciones
- Metas/Motivaciones/Objetivos
- ¿Qué problema resuelve nuestro producto o servicio?

## DESAFIO 3: ¿QUIÉN ES NUESTRO CLIENTE?| EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA

Una vez hemos definido sus características, creamos una imagen ficticia de nuestro cliente ideal, cuanto más creativa, mejor. Podemos utilizar una foto, pero es más conveniente crear al personaje con el que vamos a identificar a nuestro cliente.

### TAREA 2. MAPA DE LA EMPATÍA<sup>1</sup>

El arquetipo de cliente nos permite humanizar a nuestro cliente objetivo creando un personaje que lo represente. Pero conocerlo no es suficiente, debemos saber cómo piensa, qué siente, ponernos en su lugar, en definitiva, empatizar con él. Para ello utilizaremos la herramienta Mapa de Empatía. [Enlace a la plantilla](#)

Ejemplo 1. Mapa de empatía de María: Early adopter de una academia



<sup>1</sup>Ejemplos de mapa de la empatía en el siguiente enlace:

<https://www.econosublime.com/2023/08/ejemplos-de-mapas-de-empatia.html>

## DESAFIO 3: ¿QUIÉN ES NUESTRO CLIENTE?| EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA

Ejemplo 2. Mapa de empatía de Elena: Early adopter de tienda de móviles



Existen diferentes versiones del mapa de empatía, nosotros vamos a trabajar con una versión sencilla.

### ¿Cómo hacer el mapa de empatía?

Para poder construirlo tendremos que identificar varias personas que cumplan las características de nuestro cliente ideal. Después realizaremos una investigación para obtener la información mediante entrevistas, encuestas, experimentos etc.

Los datos obtenidos tenemos que clasificarlos en 6 cuadrantes:

**¿Qué piensa y siente?** Intentamos averiguar qué le preocupa al cliente en relación al problema que estamos tratando de solucionar y qué emociones, pensamientos y sentimientos le provoca, lo que más le



### DESAFIO 3: ¿QUIÉN ES NUESTRO CLIENTE?| EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA

importa y qué aspiraciones tiene. *Por ejemplo, sus preocupaciones, necesidades, deseos, miedos, etc.*

¿Qué dice y qué hace? Observamos cómo se comporta, qué les dice a las personas de su entorno acerca del problema, qué hace para solucionarlo, y qué actitud ha tomado frente a él. *Por ejemplo, cómo se comporta el cliente con el problema, qué hace para solucionarlo, qué dice a otras personas...*

¿Qué ve? Investigaremos sobre cuál es su entorno, qué hacen las personas que le rodean (familia, amigos, compañeros de trabajo, etc.) para solucionar el problema y qué ofertan otras empresas para solucionarlo.

¿Qué oye? Analizamos qué le dicen las personas que lo rodean acerca del problema y cuáles influyen más en sus opiniones y decisiones, así como la información que recibe de los medios de comunicación, redes sociales o Internet.

¿Cuáles son sus dolores? **ESFUERZOS:** se incluyen los problemas y frustraciones del usuario en relación a su problema. También los obstáculos para conseguir lo que desea o las dificultades para comprar el producto.

¿Cuáles son las ganancias? **RESULTADOS:** se incluyen lo que desea lograr el cliente y los beneficios que obtiene si soluciona el problema. *Por ejemplo, las mejoras que obtiene en su vida, el valor que le aporta, etc*

## Reto 2: Validamos a nuestro cliente

---



## DESAFIO 3: ¿QUIÉN ES NUESTRO CLIENTE?| EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA



### Entrevistamos a nuestros clientes

2 sesiones



### Objetivos

- ☐ Comprender el proceso de validación de hipótesis
- ☐ Ser capaz de comprobar si una hipótesis es válida o debe ser rechazada
- ☐ Elaborar una entrevista para un cliente
- ☐ Conocer el concepto de Producto Mínimo Viable y las diversas formas de elaborar prototipos de baja fidelidad



### Desarrollo

En este segundo reto vamos a tratar de validar las hipótesis que hemos formulado a lo largo del proceso de Descubrimiento de Clientes, es decir, cuando elaboramos el Buyer Persona y el Mapa de Empatía. Como ya vimos en el reto anterior, las hipótesis son suposiciones que no sabemos todavía si son ciertas, por lo que deberemos buscar la manera de comprobarlo, y a ello nos dedicaremos en este reto.

#### ¿Cómo podemos comprobar nuestras hipótesis?

En primer lugar, debemos hacer un listado de nuestras hipótesis sobre la propuesta de valor y sobre nuestro cliente. Para ello, volveremos al Lienzo de Modelo de Negocio para extraer las ideas principales que hemos enunciado, así como las del Buyer Persona y el Mapa de Empatía. No todas las hipótesis son igual de relevantes, así que, en segundo lugar, vamos a priorizarlas, aquellas que son más decisivas

## DESAFIO 3: ¿QUIÉN ES NUESTRO CLIENTE?| EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA

para que la propuesta de valor tenga éxito. Vamos a ordenarlas por orden de prioridad.

Posteriormente, y con nuestra lista de prioridades, elaboraremos una encuesta que nos permita comprobar si lo que pensamos se ajusta a la realidad, y "saldremos a la calle" a preguntar a nuestros clientes. Vamos a hablar con ellos y conocerlos mejor, vamos a realizar entrevistas con ellos.

### TAREA 3. ENTREVISTAMOS A NUESTROS CLIENTES

#### a) Listado de hipótesis

A partir de la revisión del Lienzo de Modelo de Negocio (Desafío 1), del Buyer Persona y del Mapa de Empatía, vamos a realizar una lista de las hipótesis más importantes que hemos realizado. Estas hipótesis se refieren a nuestra propuesta de valor, a la solución que proponemos para resolver el problema de nuestros clientes, es decir, a las funcionalidades de nuestro producto o servicio.

Podemos partir de las siguientes hipótesis genéricas que vamos a contextualizar para cada idea de negocio:

- ☐ HIPÓTESIS 1: un "determinado grupo de personas" (segmento de clientes) "tienen un problema" que podemos resolver.
- ☐ HIPÓTESIS 2: ese grupo de personas "están interesadas" en mi propuesta de valor para resolver su problema.
- ☐ HIPÓTESIS 3: las "características y el comportamiento" de nuestro segmento de clientes son...
- ☐ HIPÓTESIS 4: ...

Una vez formuladas nuestras hipótesis, seleccionaremos las más decisivas para el éxito de nuestro producto o servicio, y las ordenaremos por orden de prioridad (entre 5 y 10 son suficientes para poder manejar el experimento). El paso siguiente será diseñar una

### DESAFIO 3: ¿QUIÉN ES NUESTRO CLIENTE?| EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA

entrevista dirigida a nuestro perfil de cliente que tenga como objetivo comprobar si esas suposiciones son verdaderas o falsas. Y también confirmar si el perfil del cliente que hemos trabajado es correcto o no se corresponde con la realidad.

#### b) Entrevista a nuestros clientes

A partir del listado de hipótesis, preparamos un guión para las entrevistas, una serie de preguntas que nos permita comprobar si son ciertas o no. Para ello debemos pensar qué información que sea relevante queremos recabar y sintetizarla en unas 5-10 preguntas aproximadamente.

En [este enlace](#) puedes consultar unas "Reglas básicas para entrevistar" que Alex Osterwalder e Yves Pigneur recomiendan en su libro *"Diseñando la propuesta de valor"*.

**¿Cómo encontramos a personas para entrevistar que tengan el perfil de nuestro segmento de clientes?**

Trataremos de buscar a personas de nuestro entorno que tengan ese perfil y realizaremos las entrevistas. Con unas 5 por cada miembro del equipo ya tendríamos una pequeña muestra de la que poder extraer algunas conclusiones. Empezaremos el cuestionario comprobando que la persona que responde cumple con los requisitos del perfil.

Recomendamos diseñar la entrevista mediante un **formulario de Google**, de esta forma podremos enviarla por correo electrónico o Whatsapp y llegar a más personas, y además nos permitirá extraer resultados con gráficos y porcentajes de cada pregunta, lo que facilitará su análisis posterior y presentación. En el siguiente video podemos ver un tutorial.

## TAREA 4. ACTUALIZAR LIENZO DE NEGOCIO “CANVAS”

Con toda la información que hemos obtenido deberemos actualizar nuestro Lienzo de negocio “Canvas”, al menos en los siguientes apartados:

- ☐ Socios clave
- ☐ Segmento de clientes
- ☐ Propuesta de Valor



Lienzo Negocio Canvas. Revisión 2

Haremos una foto del nuevo lienzo, más ajustado a nuestra realidad sectorial; y la subiremos a Moodle.

Evaluación

- Ficha de observación del trabajo grupal
- Autoevaluación grupal del trabajo en equipo realizado (formulario de Google)
- Autoevaluación individual: rúbrica Diario emprendedor