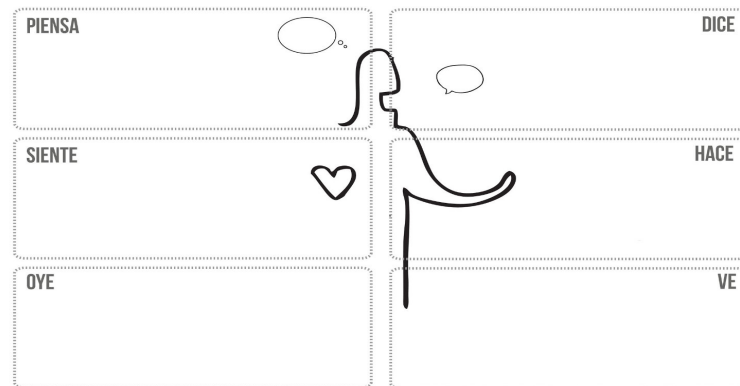
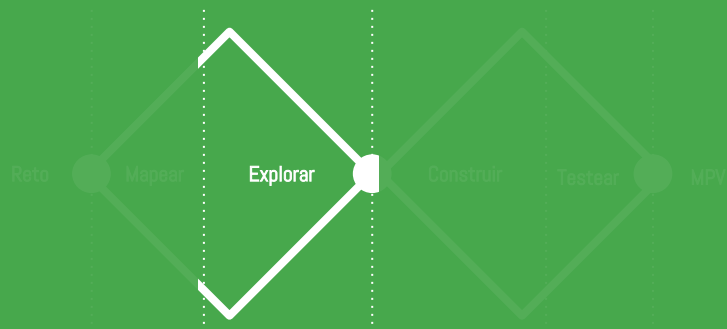


MAPA DE EMPATÍA.

Itinerario Creación de Modelos de Negocio.
Fase Explorar.
Ejemplo.



Gracias al Mapa de empatía vimos que esta persona no diferencia entre “pieza hecha a mano y cerámica industrial”, porque desconoce el proceso de fabricación, lo que conlleva una depreciación en el valor económico que le otorga a las piezas artesanales. Dicho de otro modo, no acaba de apreciar porqué pueden ser más caras. Otro punto fuerte por desarrollar era el tema de personalización y que sólo se podía obtener si se iba al taller de un artesano, lo que acababa por no ocurrir. Tras el mapa, descubrimos dos puntos fuertes a desarrollar: -¿Cómo personalizar las piezas sin tener que ir hasta el taller? -¿Cómo hacer que el usuario participe en el proceso de creación de la pieza para que la valore?

MAPA DE EMPATÍA. Ejemplo.

