



UNIVERSIDAD  
DE  
CÓRDOBA

## Entregable 5: Mapa de Empatía y Encuesta

Emprendimiento Disciplinado: El Proceso de Creación de Empresa

### Alumnos:

Batista Hernandez, Juan Pablo

Checa Moreno, Carlos

Gallardo Apolo, Leonardo

Hernández Fernández, Gracia

Muñoz Millán, Laura

Mansour Wehbe, Juan Samir



## Entregable 5

# MAPA DE EMPATÍA Y ENCUESTA

---



**Figura 1:** Proceso de trabajo en un mapa de empatía

## 1 Segmentar

- Clientes principales: Jóvenes adultos y adolescentes interesados en productos innovadores y saludables.
- Segmentos secundarios: Familias que buscan alternativas saludables para hidratarse.

## 2 Humaniza



- Nombre ficticio: Raúl
- Edad: 24 años
- Ocupación: Estudia cuarto de carrera en la Universidad de Córdoba en el grado de veterinaria.
- Vive con 2 amigos en un piso de estudiantes en Ciudad Jardín en Córdoba.
- Intereses: Salud, animales, bienestar, tecnología y sostenibilidad.

### 3 Empatizar

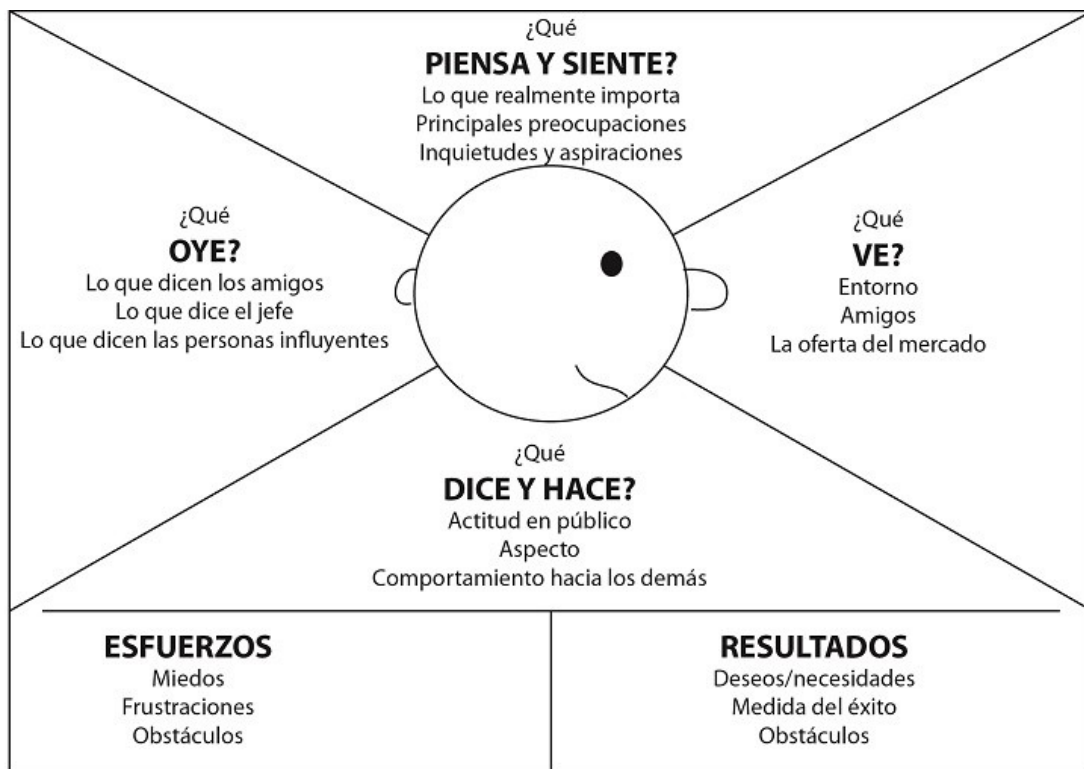


Figura 2: Mapa de empatía

#### ¿Qué piensa el cliente?

- Quiero mantenerme hidratado de manera saludable, pero a veces me apetece beber algo con buen sabor, que no sea simplemente agua.
- Me preocupa el impacto ambiental de los productos que uso y siempre busco opciones más sostenibles.
- Busca productos innovadores que se ajusten a mi estilo de vida activo.

#### ¿Qué OYE?

- Tienes que probar esta botella, parece que bebes algo con sabor, pero en realidad es solo agua.
- El plástico de un solo uso está destruyendo el planeta, hay que buscar alternativas más ecológicas.

- Leí buenas reseñas sobre esta botella, parece que realmente funciona.
- Yo antes bebía muchos refrescos, pero desde que probé esto, no los echo de menos.

### ¿Qué VE?

- La publicidad en redes sociales y plataformas digitales está llena de productos que prometen ser saludables y ecológicos.
- Influencers promocionando productos saludables y ecológicos.
- Alternativas de hidratación en tiendas y supermercados.

### ¿Qué DICE y HACE?

- Me gusta probar productos nuevos que sean buenos para la salud y para el planeta.
- Comparto mis experiencias con productos en redes sociales.
- Busco reseñas y comparativas antes de comprar.

### ¿DOLORES?

- El agua a veces me parece aburrida, y no quiero recurrir a refrescos azucarados o con edulcorantes.
- Me frustra ver la cantidad de residuos plásticos que generan muchos productos de hidratación.
- Encontrar opciones que sean realmente saludables, sostenibles y convenientes no siempre es fácil.

### ¿GANANCIAS?

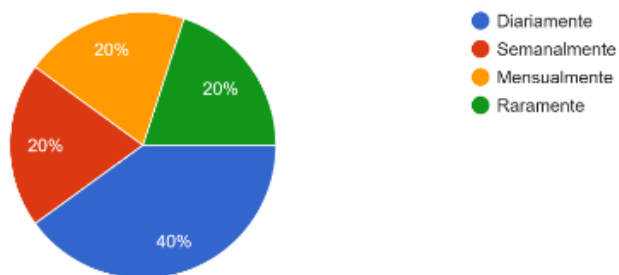
- Me siento satisfecho cuando encuentro un producto que combina salud y sabor sin necesidad de añadir químicos ni azúcar.
  - Me da tranquilidad saber que estoy eligiendo una opción sostenible que reduce mi impacto ambiental.
-

- Tener un sistema de hidratación portátil y fácil de usar hace mi día a día mucho más práctico.

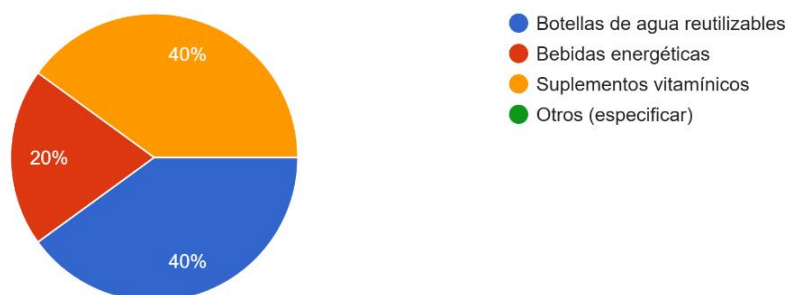
## 4 Validar

Para validar nuestro perfil de cliente ideal, hemos recopilado información a través de encuestas y análisis de mercado, asegurándonos de que nuestro producto resuene con sus necesidades y expectativas. Identificamos que jóvenes adultos y estudiantes universitarios como Raúl buscan alternativas de hidratación saludables, sostenibles y con un toque de innovación. Además, su interés en tecnología y bienestar confirma que la botella con aromatización retronasal es una solución atractiva para ellos.

¿Con qué frecuencia compras productos relacionados con el bienestar o la hidratación? Pregunta sin título  
5 respuestas

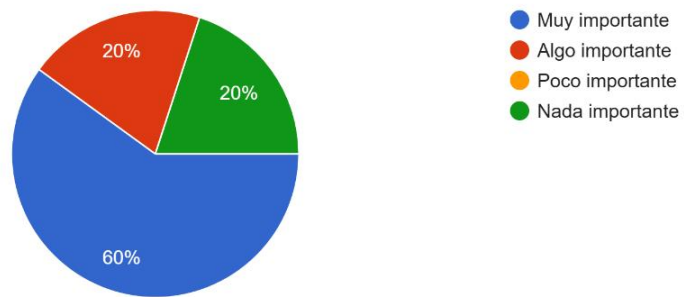


¿Qué tipo de productos sueles comprar para mejorar tu hidratación?  
5 respuestas



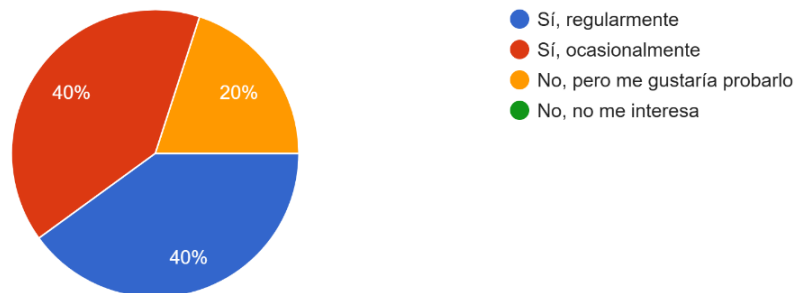
¿Qué importancia le das al sabor del agua que consumes?

5 respuestas



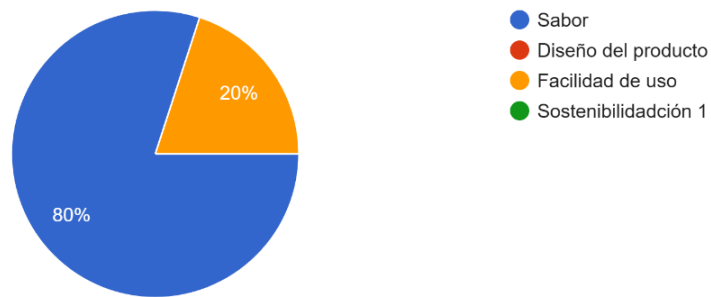
¿Has utilizado alguna vez sistemas de aromatización para el agua?

5 respuestas



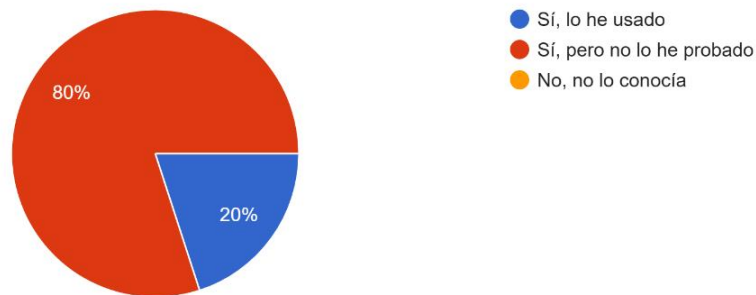
¿Qué te parece más importante en un producto de hidratación?

5 respuestas



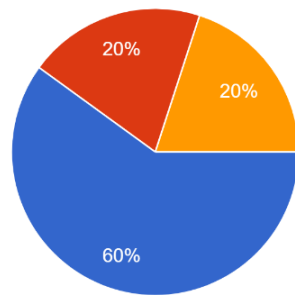
¿Conocías el producto fit-air antes de esta encuesta?

5 respuestas



¿Qué te parece más atractivo del sistema fit-air?

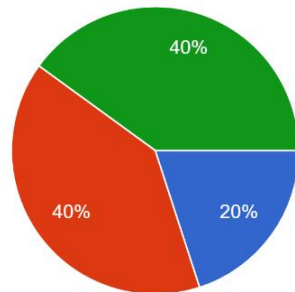
5 respuestas



- La posibilidad de aromatizar el agua sin calorías
- El diseño moderno y portátil
- La sostenibilidad del producto
- La facilidad de uso

¿Qué sabor de fit-air te gustaría probar?

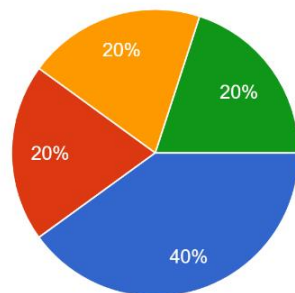
5 respuestas



- Frutas tropicales
- Cítricos
- Frutos del bosque
- Otros (especificar)

¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por un kit de inicio de air-up?

5 respuestas

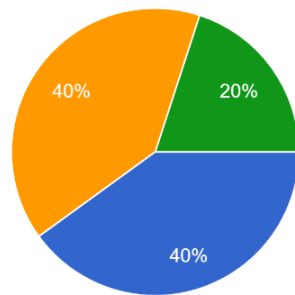


- Menos de 20€
- Entre 20€ y 40€
- Entre 40€ y 60€
- Más de 60€



¿Qué aspecto del producto air-up te genera más dudas o preocupaciones?

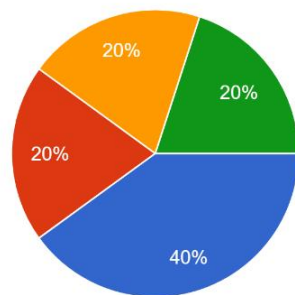
5 respuestas



- La durabilidad de los aromas
- La facilidad de limpieza
- El costo a largo plazo
- Otros (especificar)

¿Cuál es tu rango de edad?

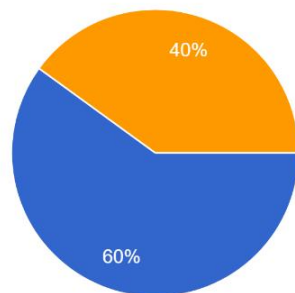
5 respuestas



- 18-25 años
- 26-35 años
- 36-45 años
- 46-55 años
- Más de 55 años

¿Cuál es tu género?

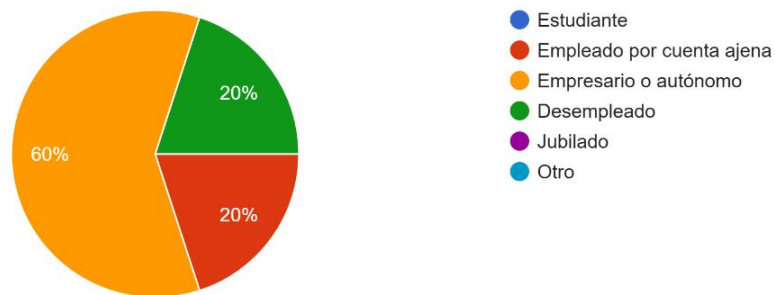
5 respuestas



- Hombre
- Mujer
- Prefiero no decirlo
- Otro

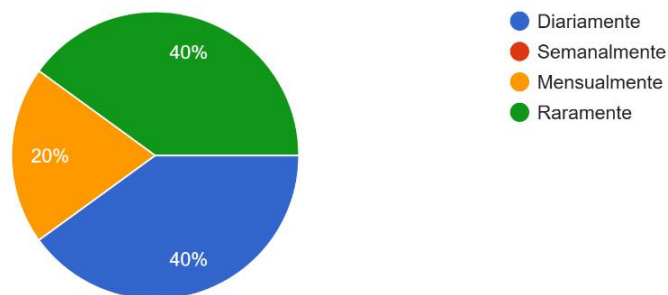
¿Cuál es tu ocupación principal?

5 respuestas



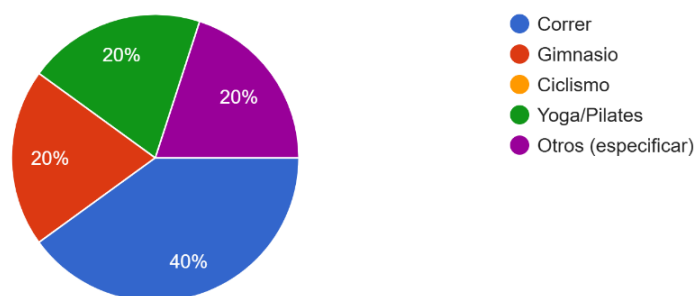
¿Con qué frecuencia realizas actividades físicas o deportivas?

5 respuestas



¿Qué tipo de actividades físicas realizas con más frecuencia?

5 respuestas



# BIBLIOGRAFÍA

---

- [1] Pérez Naranjo, L., Rodríguez Zapatero, M. (2025). Mapa de empatía. [Vídeo]. Universidad de Córdoba.  
[https://moodle.uco.es/m2425/pluginfile.php/165307/mod\\_label/intro/MapaEmpatia.mp4](https://moodle.uco.es/m2425/pluginfile.php/165307/mod_label/intro/MapaEmpatia.mp4)
- [2] Pérez Naranjo, L., Rodríguez Zapatero, M. (2025). Validación mapa de empatía. [Vídeo]. Universidad de Córdoba.  
[https://moodle.uco.es/m2425/pluginfile.php/165312/mod\\_label/intro/validacion\\_g.mp4](https://moodle.uco.es/m2425/pluginfile.php/165312/mod_label/intro/validacion_g.mp4)
- [3] Batista Hernandez, J. P., Checa Moreno, C., Gallardo Apolo, L., Hernández Fernández, G., Muñoz Millán, L., & Mansour Wehbe, J. S. (2025). Entregable 1: Círculo dorado. Universidad de Córdoba.
- [4] Batista Hernandez, J. P., Checa Moreno, C., Gallardo Apolo, L., Hernández Fernández, G., Muñoz Millán, L., & Mansour Wehbe, J. S. (2025). Entregable 2: El lienzo de modelo de negocio. Universidad de Córdoba.
- [5] Batista Hernandez, J. P., Checa Moreno, C., Gallardo Apolo, L., Hernández Fernández, G., Muñoz Millán, L., & Mansour Wehbe, J. S. (2025). Entregable 3: Ajuste propuesta de valor. Universidad de Córdoba.
- [6] Batista Hernandez, J. P., Checa Moreno, C., Gallardo Apolo, L., Hernández Fernández, G., Muñoz Millán, L., & Mansour Wehbe, J. S. (2025). Entregable 4: Jobs to be done. Universidad de Córdoba.