

# Pace Pal



PABLO SEVILLANO  
ALEJANDRO PACHECO

WWW.PACEPAL.COM

## 1. Crea tu arquetipo de cliente

- **Nombre del cliente:** PacePal Persona
- **Edad y género:** Cualquier persona mayor de 18 años; género: cualquiera
- **Situación personal:** *No especificado en la captura*
- **Ocupación e ingresos aproximados:** Profesión: cualquiera; **nivel de ingresos:** cualquier nivel socioeconómico
- **Nivel educativo:** Cualquiera
- **Personalidad (valores, intereses, estilo de vida):** Motivación por realizar un **cambio significativo** en su vida (mejorar salud, establecer hábitos, encontrar comunidad, superar retos). Puede ser activo/a o venir de un estilo de vida sedentario.
- **Hábitos de consumo:** *No especificado en la captura*
- **Necesidades o problemas que tu empresa puede resolverle:**
  - Cambiar y mejorar su bienestar físico y mental a través del deporte.
  - Encontrar apoyo, motivación y personas afines para mantener el compromiso.
  - Desarrollar una rutina activa y saludable que impacte positivamente en otras áreas de su vida.
- **Motivaciones de compra (por qué te elegiría):**
  - Transformar su vida con constancia en **running** y hábitos saludables.
  - Crear conexiones reales mediante actividades grupales.
  - Superar retos personales y sentirse orgulloso/a de los logros.

## 2. Mini mapa de empatía

### 1. Qué piensa y siente

- Quiere **mejorar su bienestar físico y mental**.
- Necesita **constancia, acompañamiento** y una **comunidad** para no abandonar.
- Le preocupan la **falta de tiempo, la inseguridad y el miedo al fracaso**.

### 2. Qué ve en su entorno

- Grupos y retos de **running** y vida saludable en redes.
- Eventos locales, apps y comunidades que prometen resultados.
- Personas que han cambiado su vida con hábitos saludables y apoyo social.

### 3. Qué oye

- Consejos de amistades, familiares o profesionales recomendando **moverse más y crear hábitos**.
- Testimonios e historias motivadoras de gente que empezó “desde cero”.

### 4. Qué dice y hace

- “Quiero empezar, pero me cuesta mantenerme constante”.
- Busca **planes progresivos**, retos grupales y quedadas para **no entrenar en soledad**.
- Comparte pequeños logros cuando siente apoyo.

### 5. Dolores (frustraciones/obstáculos)

- **Soledad o desmotivación** al entrenar por cuenta propia.
- **Dificultad** para romper hábitos poco saludables.
- **Falta de tiempo, inseguridad y miedo a no estar a la altura**.

### 6. Ganancias (qué espera lograr)

- **Transformar su vida** con constancia en el running y hábitos saludables.
- **Conexiones reales** y duraderas mediante actividades grupales.
- **Superar retos personales** y sentir **orgullo** por los logros alcanzados.

## 3. Conclusión (a partir de la captura)

### Qué he aprendido del cliente ideal:

Busca un **cambio significativo** en su vida y sabe que solo lo logrará con **apoyo social, estructura sencilla y progresión realista**. La **comunidad** y el **reconocimiento de logros** son tan importantes como el propio plan de entrenamiento.

### Qué mejoraría en el producto/servicio:

- Reforzar el **acompañamiento**: grupos por niveles, quedadas guiadas y mentores pares.
- **Planes progresivos** y rápidos de entender (micro-hábitos, sesiones cortas, alternativas para falta de tiempo).
- Funciones de **motivación**: recordatorios, retos, insignias y seguimiento de hitos visibles en la comunidad.
- **Accesibilidad económica** (planes para cualquier nivel de ingresos) y opciones híbridas (presencial + app).
- Facilitar **conexiones reales** (matching por objetivos/horarios/zona) para que nadie entrene en soledad.

## PERFIL 1 – Arquetipo de cliente:

### Álvaro Gómez(25 años), el principiante que busca un cambio positivo



- **Nombre del cliente:** Álvaro Gómez
- **Edad y género:** 25 años, hombre
- **Situación personal:** No especificado
- **Ocupación e ingresos:** Estudiante; ingresos bajos
- **Nivel educativo:** Formación en Grado Superior de Automoción
- **Personalidad:** Actualmente sedentario; quiere ganar confianza y le cuesta socializar. Busca un cambio positivo y rutinas claras.
- **Hábitos de consumo:** No especificado
- **Necesidades o problemas:** Mejorar su autoestima y establecer hábitos saludables con apoyo de una comunidad.
- **Motivaciones de compra:** Empezar y mantener una rutina activa, mejorar su salud física y mental, e incorporar el running 3 veces por semana con retos grupales.

#### Mini mapa de empatía:

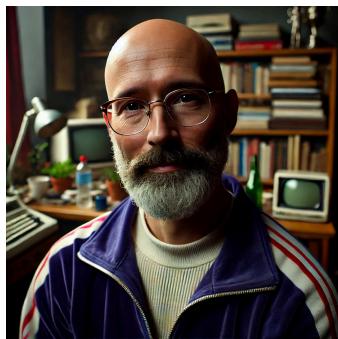
1. **Qué piensa y siente:** Quiere recuperar salud y confianza; le preocupa el juicio de los demás y perder la motivación.
2. **Qué ve:** Comunidades inclusivas y retos para principiantes que podrían ayudarle a empezar.
3. **Qué oye:** Recomendaciones de unirse a grupos y practicar ejercicio de forma progresiva para ser constante.
4. **Qué dice y hace:** "Me cuesta empezar y comprometerme, pero quiero cambiar." Busca opciones sencillas y acompañadas.
5. **Dolores:** Desmotivación, miedo al juicio y dificultad para iniciar y sostener el hábito.
6. **Ganancias:** Rutina estable, mejor salud física y mental y apoyo real a través de la comunidad y los retos.

#### Conclusión:

Conocer a clientes como Álvaro indica que la clave es un inicio guiado, social y de baja presión. El producto debe ofrecer onboarding simple (primeras dos semanas con metas micro), grupos por nivel, quedadas cortas y refuerzos visibles (rachas, insignias, feedback) para transformar su intención en constancia.

## PERFIL 2 – Arquetipo de cliente:

### Javier Ruiz(52 años, Casado), el retomador prudente



- **Nombre del cliente:** Javier Ruiz
- **Edad y género:** 54 años, hombre
- **Situación personal:** Casado; desea revitalizar su vida familiar
- **Ocupación e ingresos:** Administrador en empresa de logística; ingresos medios
- Nivel educativo: Profesional Técnico
- **Personalidad:** Trabaja muchas horas sentado; valora la seguridad y la progresión. Quiere volver a activarse sin comprometer su rodilla.
- **Hábitos de consumo:** Suplementos vitamínicos y equipamiento sencillo para actividades al aire libre
- **Necesidades o problemas:** Retomar una rutina física segura, recuperar la confianza en su cuerpo y sentirse más activo sin dolor.
- **Motivaciones de compra:** Planes personalizados y de bajo impacto que contemplen su lesión, y conexión con personas con retos similares.

#### Mini mapa de empatía:

1. **Qué piensa y siente:** Teme empeorar su rodilla y no “dar la talla” tras años sin deporte; desea volver a moverse con confianza.
2. **Qué ve:** Un entorno laboral sedentario y opciones de actividades de bajo impacto al aire libre.
3. **Qué oye:** Recomendaciones de progresar con cuidado, fortalecer y moverse con acompañamiento.
4. **Qué dice y hace:** “Quiero retomar sin lesionarme.” Busca rutas y sesiones seguras y progresivas.
5. **Dolores:** Miedo a recaer, poca confianza y sensación de no mantener el ritmo de antes.
6. **Ganancias:** Más actividad y energía, confianza renovada y mejor relación/ánimo en el trabajo y la familia.

#### Conclusión:

Clients como Javier necesitan seguridad articular, progresión clara y apoyo social. El producto debe ofrecer planes de bajo impacto personalizados, grupos por condición física/lesiones, seguimiento sencillo de mejoras (dolor, minutos activos) y sesiones cortas compatibles con jornadas largas.

## PERFIL 3 – Arquetipo de cliente:

### LAURA PRIETO ( 38 años), la profesional con agenda exigente



- **Nombre del cliente:** Laura Prieto
- **Edad y género:** 38 años, mujer
- **Situación personal:** No especificado
- **Ocupación e ingresos:** Emprendedora en sector tecnológico; ingresos medio-altos
- **Nivel educativo:** Licenciada en Administración de Empresas
- **Personalidad:** Orientada a resultados, con jornadas largas frente al ordenador. Antes practicaba running y yoga; ahora apenas hace ejercicio y busca **equilibrio y gestión del estrés**.
- **Hábitos de consumo:** No especificado
- **Necesidades o problemas:** Reincorporar el running semanal para **liberar estrés** y equilibrar vida laboral-personal; evitar el agotamiento.
- **Motivaciones de compra:** Correr **5 km regularmente**, conocer personas con metas similares que la motiven y mantener una **rutina estable** para sentirse menos abrumada.

#### Mini mapa de empatía:

1. **Qué piensa y siente:** Falta de tiempo y cansancio; quiere desconectar del trabajo y recuperar hábitos saludables.
2. **Qué ve:** Grupos locales con **horarios flexibles** y opciones breves que encajan en su agenda.
3. **Qué oye:** Recomendaciones de ejercicio corto y frecuente para gestionar el estrés; sugerencias de entrenar en grupo.
4. **Qué dice y hace:** “Intenté el **gimnasio**, pero lo dejé por tiempo y motivación.” Busca alternativas cercanas, **cortas y grupales**.
5. **Dolores:** Jornadas extensas, **falta de tiempo**, sedentarismo y desmotivación al entrenar sola.
6. **Ganancias:** Menos estrés, mejor resistencia, **conexión social** y sensación de control sobre su día.

#### Conclusión:

Clients como Laura necesitan **flexibilidad horaria**, **micro-sesiones efectivas (20–30 min)** y apoyo social cercano. El producto debe ofrecer grupos **after-work/early-morning**, planes progresivos para 5 km, **retos semanales** con seguimiento simple (rachas, hitos), **matching por objetivos y zona**, y recordatorios que se sincronicen con su calendario para reducir fricción.

## **PERFIL 4 – Arquetipo de cliente: JAZMÍN JAFAR ( 18 años), la creadora en potencia**



- **Nombre del cliente:** Jazmín Jafar
- **Edad y género:** 18 años, mujer
- **Situación personal:** No especificado
- **Ocupación e ingresos:** Solo estudia; depende económicamente de su familia
- **Nivel educativo:** Formación básica con especialización en Asistencia a la Dirección
- **Personalidad:** Activa, social y creativa; quiere mantenerse en forma y crecer como influencer fitness. Alterna estudio, deporte y creación de contenido.
- **Hábitos de consumo:** No especificado
- **Necesidades o problemas:** Mantener la forma, probar actividades nuevas y ampliar su comunidad en redes con contenido atractivo.
- **Motivaciones de compra:** Explorar rutas de running para diversificar su contenido, aumentar seguidores y crear amistades ligadas al fitness.

### **Mini mapa de empatía:**

1. **Qué piensa y siente:** Quiere compaginar estudios, salud y crecimiento en redes; le motiva descubrir actividades y lugares nuevos para su contenido.
2. **Qué ve:** Otros creadores que comparten rutas, recetas y retos; spots “fotogénicos” para sesiones de fotos.
3. **Qué oye:** Consejos sobre constancia y calidad del contenido; invitaciones a retos y colaboraciones.
4. **Qué dice y hace:** “Tengo poca experiencia en running y poco tiempo, pero quiero probar y compartir.” Alterna clases, deporte y creación de contenido.
5. **Dolores:** Falta de tiempo por compromisos en redes; poca experiencia en running; riesgo de no generar contenido interesante y perder atención.
6. **Ganancias:** Mejor forma física, catálogo de rutas para publicar, más seguidores y amistades fitness.

### **Conclusión:**

Clientes como Jazmín necesitan una propuesta que une deporte + contenido: rutas atractivas, ideas listas para publicar y comunidad activa para colaborar. El producto debería ofrecer retos semanales “**instagrameables**”, plantillas de reels/captions, quedadas orientadas a crear contenido y métricas simples (km, rachas, posts) que gamifiquen su progreso deportivo y creativo.

