

MAPA DE EMPATÍA

Liberar ideas, inspirar el diseño

El método del Mapa de empatía es una herramienta analítica para fomentar la comprensión, la empatía y el conocimiento de las necesidades y perspectivas de los usuarios, clientes o partes interesadas. Al capturar visualmente observaciones, pensamientos y emociones, el Mapa de empatía ayuda a las personas a comprender mejor al público objetivo, lo que les permite diseñar mejores soluciones, productos e intervenciones y tomar decisiones informadas.

UTILICE ESTE MÉTODO PARA:

- Desarrollar la empatía poniendo a sus participantes en el lugar del público destinatario;
- Inspirar soluciones de diseño que aborden directamente los puntos débiles y las necesidades del público objetivo;
- Promover un enfoque centrado en el usuario;
- Ir más allá de suposiciones y prejuicios a la hora de diseñar soluciones, productos o procesos.

Duración:
< 60-120 min

Nivel de dificultad:
medio

Tamaño del grupo:
< 10, 20 o más (si se divide en grupos)

Nivel de interacción:
alto

Apto para varios idiomas: Sí

Tiempo necesario para su preparación:
medio

Finalidad:
Construcción del conocimiento,
Desarrollo

Tipo de eventos en línea: Hackaton, Webinar, Taller

ESTE ESPACIO
SE PUEDE
LLENAR CON
TUS APUNTES



PASOS PARA APLICAR EL MÉTODO

Preparación

1. Identifique y defina el objetivo de la actividad.
2. Identificar el público objetivo: Determine el grupo específico de usuarios, clientes o partes interesadas que el grupo desea comprender mejor. Puede basarse en datos demográficos, patrones de comportamiento o contextos específicos.
3. Prepare una breve aportación de 5-10 minutos para exponer las líneas generales del debate. Mencione el público o públicos destinatarios sobre los que va a reflexionar, para que la gente pueda empezar a pensar ya antes de la reunión.
4. Prepare una plantilla visual: Cree o imprima una plantilla de Mapa de empatía. La plantilla suele consistir en un diagrama sencillo dividido en cuatro cuadrantes: "Dice", "Piensa", "Siente" y "Hace". Esto proporciona una estructura visual para captar observaciones y puntos de vista. Existen varias plantillas virtuales y descargables. Véase Consejos sobre las herramientas.
5. En un caso ideal, esta actividad va precedida de alguna forma de recopilación de datos para recabar la opinión de los usuarios: como investigación, entrevistas o sesiones de observación y compromiso directo con los usuarios, para obtener una comprensión exhaustiva de sus perspectivas, comportamientos y emociones.

Impartición

1. Presente la actividad y explique cómo funciona el mapa de empatía.
 2. Si es necesario, recuerde a los participantes los datos recopilados sobre el público destinatario.
 3. Complete el Mapa de empatía: En cada cuadrante de la plantilla del Mapa de empatía, anote o esboce la información pertinente basada en su investigación y sus percepciones. El cuadrante "Dice" recoge las declaraciones o citas explícitas de los usuarios. El cuadrante "Piensa" profundiza en sus pensamientos, suposiciones o creencias. El cuadrante "Siente" recoge sus emociones,
-

ESTE ESPACIO
SE PUEDE
LLENAR CON
TUS APUNTES



deseos o frustraciones. Por último, el cuadrante “Hace” documenta sus acciones, comportamientos o interacciones.

Al completar el Mapa de empatía, puede hacer una variedad de preguntas para reunir información valiosa para cada cuadrante. A continuación, algunas posibles preguntas a tener en cuenta:

Dice:

- ¿Cuáles son algunas citas directas o declaraciones que el público ha hecho sobre sus experiencias?
- ¿Cuáles son sus necesidades, deseos o frustraciones?
- ¿Qué comentarios concretos han proporcionado en entrevistas, encuestas o sesiones de pruebas con usuarios?
- ¿Cuáles son los temas o patrones comunes en su comunicación verbal?

Piensa:

- ¿Qué suposiciones o creencias tiene el público sobre el producto, el servicio o la experiencia?
- ¿Cuáles son sus expectativas o nociones preconcebidas?
- ¿Qué pensamientos o consideraciones influyen en su proceso de toma de decisiones?
- ¿Cuáles son los modelos o marcos mentales que utilizan para entender el problema o el contexto?

Siente:

- ¿Qué emociones experimenta el público al interactuar con el producto o servicio?
- ¿Cuáles son sus puntos débiles, frustraciones o ansiedades?
- ¿Qué les produce alegría, satisfacción o placer?
- ¿Cómo perciben emocionalmente la experiencia global?

Hace:

- ¿Qué acciones o comportamientos realiza el público cuando interactúa con el producto o servicio?
 - ¿Qué pasos o procesos siguen para realizar una tarea o alcanzar un objetivo?
-

ESTE ESPACIO
SE PUEDE
LLENAR CON
TUS APUNTES



- ¿Cómo navegan por la experiencia física o digitalmente?
 - ¿Cuáles son los comportamientos observables que reflejan sus necesidades o retos?
4. Analice y sintetice: Revise el Mapa de empatía completado como facilitador/a o con un equipo de colaboración. Busque patrones, puntos en común e ideas clave que surjan de los datos recopilados. Identifique las necesidades, los puntos débiles o las motivaciones más importantes que deben abordarse. Utilice esta información en los pasos siguientes, cuando pase a la lluvia de ideas y otros procesos para generar soluciones.

Have in mind the following:

He aquí algunos formatos posibles para sintetizar las ideas:

1. Creación de personajes: Cree personajes de usuario basados en la información sintetizada. Las personas son personajes ficticios que representan diferentes segmentos o arquetipos de su público objetivo. Incluya las características clave, los comportamientos, los objetivos y los puntos débiles que surgieron del Mapa de empatía. Los personajes ayudan a crear un entendimiento compartido de los usuarios y sirven como punto de referencia durante el proceso de diseño.
2. Guión gráfico: Cree una narración visual que ilustra el recorrido del usuario a partir de los datos sintetizados. Utilice una serie de paneles o marcos para representar las diferentes etapas, acciones, pensamientos y emociones experimentadas por los usuarios. Los guiones gráficos ayudan a comunicar la perspectiva del usuario y pueden descubrir oportunidades de mejora o innovación.
3. Mapa de experiencia: Elabore un mapa de experiencia que ilustra la experiencia del usuario de principio a fin basándose en la información sintetizada. Este mapa representa visualmente los puntos de contacto, las interacciones y las emociones que los usuarios encuentran a lo largo de su viaje. Puede ayudar a identificar puntos de dolor, momentos de placer y áreas de mejora. Utilice elementos visuales, como iconos, códigos de colores o gráficos, para transmitir

ESTE ESPACIO
SE PUEDE
LLENAR CON
TUS APUNTES



la información de forma eficaz.

4. Matriz de percepciones: Cree una matriz que resuma las percepciones y observaciones clave del Mapa de empatía. Utilice categorías o temas como filas o columnas y rellene la matriz con las percepciones relevantes de cada categoría. Este formato ofrece una visión concisa de los resultados sintetizados, lo que facilita la identificación de las conclusiones más importantes.

CONSEJOS SOBRE LAS HERRAMIENTAS

Plantillas de guiones gráficos en Canva

<https://www.canva.com/templates/storyboards/>

Herramienta de creación de personajes en Hubspot

<https://www.hubspot.com/make-my-persona>

Plantillas Persona en Xtensio

<https://xtensio.com/user-persona-template/>

Plantilla de mapeo de experiencias en Miro

<https://miro.com/templates/experience-map/>

