

# MAPA DE EMPATÍA

El Mapa de Empatía es una herramienta que sirve para **ahondar en la mente del usuario y así identificar lo que piensa y siente con respecto a la problemática o el desafío estudiado**. De esta forma, es posible conocer a fondo sus necesidades, lo que facilita **llegar a una idea de solución efectiva** para el dolor o problema detectado.

Este método permite generar una **visión general de quién es el usuario e identificar inconsistencias o diferencias** en la percepción de éste por parte de los miembros del equipo.

Dificultad: ⚡⚡⚡⚡

**“Ayuda a entender la perspectiva de una persona o usuario, para así comprender rápidamente sus experiencias y de dónde vienen sus dolores y necesidades”**

## INDICACIONES

**Tiempo sugerido:**  
60 minutos

**Nivel de dificultad:**  
2

### Materiales:

- Plumones
- Post-it
- Papel o pliego
- Plantilla

## DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA

El **Mapa de Empatía** es una herramienta de **visualización que ayuda a articular lo que se sabe sobre tipos específicos de potenciales usuarios**. Este método forma parte de la metodología del **Design Thinking** y se utiliza para generar una **comprensión compartida y profunda de las necesidades** de ciertas personas, facilitando la toma de decisiones al momento de desarrollar un proyecto.

La base para implementar este método son los **datos de primera mano recopilados en ejercicios de observación, empatía y entrevistas, que describen los pensamientos y sentimientos** de dichas personas, en relación con una experiencia, producto o servicio.

Es un ejercicio muy útil, ya que ayuda a ponerse en la piel de las personas que se están estudiando, y así poder **determinar cómo interactúan y experimentan ciertas situaciones o contextos en particular**. Muchas veces es fácil perder de vista la experiencia de quién usa el producto o servicio en el mundo real, por lo que los mapas de empatía facilita mantener el foco en el objetivo principal del proyecto.

La plantilla de esta herramienta está compuesta por seis secciones: **Piensa y Siente, Observa, Dice y Hace y Escucha**, las que están posicionadas alrededor del segmento que se está estudiando, y en la parte inferior se encuentran los **Dolores** y las **Ganancias**. Trabajar con este mapa permite **elaborar una visión general de quién es realmente el usuario, e identificar inconsistencias o patrones en la percepción de este. Lo anterior, busca que se pueda generar una narrativa coherente para las futuras etapas**.

## PROCEDIMIENTO DE IMPLEMENTACIÓN

Este método se puede complementar con **Mapa Viaje del Usuario** y **Guía de entrevistas**.

**1** El primer paso es tomar **dos decisiones clave: ¿a quién estás mapeando? ¿Cuál es tu objetivo?** Asegúrate de que todos los integrantes de tu equipo entiendan el contexto con anticipación, para así comprender el tema y el alcance de la investigación.

**2** Esta herramienta se puede llevar a cabo de dos formas:  
a) **Entrevistar** al usuario definido.  
b) **Observar** al individuo interactuar o realizar una actividad específica que quieras abordar.

El **Mapa de Empatía** funciona mejor si se **basa en los pensamientos, sentimientos y percepciones reales de los usuarios**, por lo tanto, como parte del proceso de desarrollo debes **recopilar una variedad de información sobre las experiencias de las personas** a quienes estás observando o entrevistando.

**3** Empieza la actividad utilizando una plantilla por usuario o una sola para los diferentes perfiles de usuarios, los que podrás distinguir con diferentes colores. Esto último te ayudará a tener toda la información en un mismo lugar, para comparar comportamientos e identificar patrones.

**Algunas veces puede haber contradicciones entre lo que el sujeto dice y hace**, por lo que se recomienda poner énfasis en ello.

**4** Empieza por el **círculo en la parte central del Mapa de Empatía**, escribiendo el nombre o usando una foto o dibujo de la persona entrevistada. **Se sugiere partir por la sección Dice y Hace** de la plantilla, **registrando todo lo que dice un usuario durante una entrevista**. Intenta capturar citas exactas como *“uso este producto todos los días, porque me ayuda a optimizar mi flujo de trabajo”*.

En el caso de **Hace**, debes **capturar las acciones que ejecuta el individuo en una situación o actividad específica**, observándolo interactuar con un producto, servicio o experiencia.

Guíate en cada caso por las preguntas subsidiarias. En la medida de lo posible, aplica un lenguaje (modismos) que los propios usuarios emplearían y **evita resumir o interpretar**.

**5** Continúa con la sección **Escucha**. Al igual que el cuadro anterior, **toma nota de todo lo que la persona oye en el contexto que estás analizando**.

Asegúrate de responder las preguntas subsidiarias y **siempre basa las respuestas en tu investigación**. Si es posible, todos los miembros del equipo deben agregar al menos un comentario a la sección.

**6** En el bloque **Piensa y Siente**, resume lo que el **usuario piensa durante la experiencia que estás estudiando**. Según tu investigación cualitativa, **pregúntate en qué ocupa sus pensamientos, qué le importa y qué desafíos enfrenta**. La clave aquí es descubrir las cosas que **podrían ser reacios a compartir**.

Por otro lado, **registra sus emociones, ¿qué le preocupa? ¿Qué le emociona?**, son algunas de las preguntas que debes responder.

**7** En la sección **Observa**, toma nota de lo que es **relevante para la persona en el contexto estudiado**. Algunas de las preguntas que puedes usar como guía son, ¿qué ve en su entorno inmediato? ¿Qué ve en lo que dicen y hacen los demás? ¿Qué está observando y leyendo?.

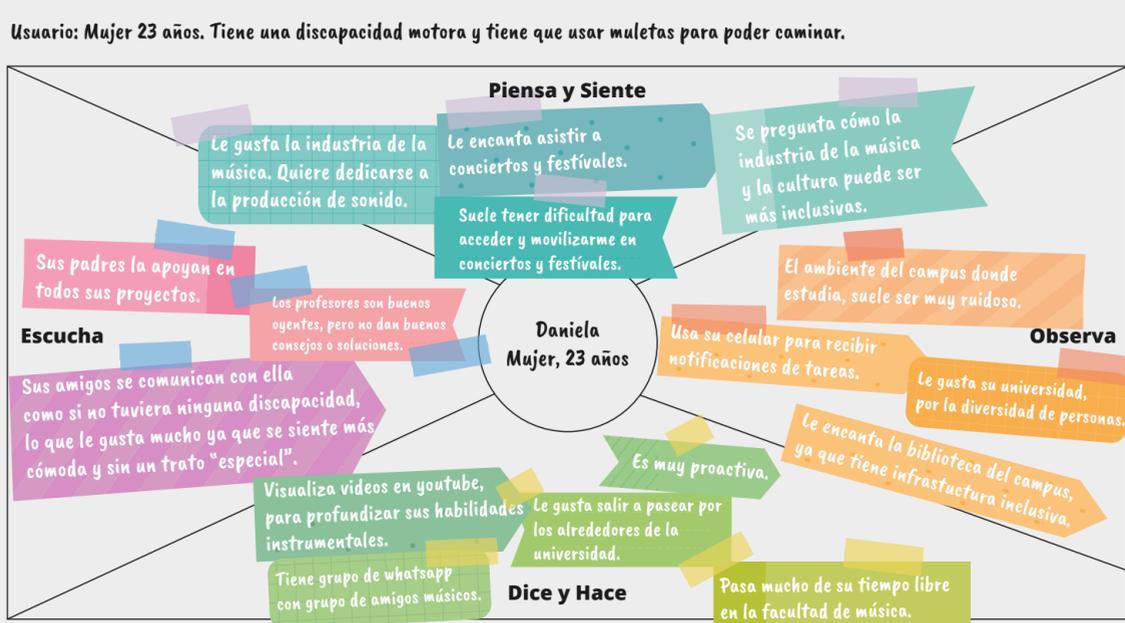
**8** Una vez completado el circuito del lienzo, es hora de moverse a los cuadros de la sección inferior. Esta es la parte clave del ejercicio del Mapa de Empatía. **Comprender los pensamientos y sentimientos de los usuarios es la base para empatizar con ellos**.

Divide dichos pensamientos y sentimientos en **Dolores** (cosas que les preocupan, frustran o enojan) y **Ganancias** (lo que quieren, necesitan o esperan).

Toma la información recopilada al inicio de tu investigación como punto de partida, para luego refinarla. Ocupa las siguientes preguntas como guía, **¿qué muestra lo que piensan y sienten las partes interesadas?** Realiza un análisis con tu equipo, considerando la información levantada siempre desde la perspectiva del usuario.

## PLANTILLA DE EJEMPLO

**Usuario: Mujer 23 años. Tiene una discapacidad motora y tiene que usar muletas para poder caminar.**



**El Design Thinking es un proceso iterativo. Es por esto que se recomienda que guardes este tipo de actividades, con el fin de poder consultarlas más adelante o ver el cambio que haya tenido el proyecto durante el proceso**