

Mapa de Empatía

Un mapa de empatía es una herramienta visual que ayuda a entender y representar la perspectiva de los usuarios de un producto o servicio. Consiste en una matriz dividida en secciones que abarcan diferentes aspectos relevantes de la experiencia del usuario, tales como sus pensamientos, sentimientos, preocupaciones, metas y entorno. Al completar estas secciones con información obtenida a través de entrevistas y observaciones de los usuarios, se crea un perfil detallado que permite a los diseñadores y desarrolladores entender mejor a los usuarios y crear productos que satisfagan sus necesidades de manera más efectiva.

La creación de un mapa de empatía requiere una serie de preguntas que deben ser abordadas en las conversaciones con los usuarios. Es importante tener en cuenta que no se deben hacer preguntas cerradas y esperar respuestas breves, sino que las preguntas deben servir como guía para iniciar conversaciones que permitan a los usuarios expresarse con detalle sobre las herramientas que utilizan, los formatos o información que utilizan (tanto físicos como digitales), con quiénes interactúan, qué conocen de otras empresas o áreas con las que interactúan a diario, así como también conocer las herramientas tecnológicas que han utilizado anteriormente o que conocen que se utilizan en otras organizaciones.

Para utilizar esta herramienta, se requiere un moderador o guía durante la conversación con los usuarios y al menos dos personas más del equipo que tomen nota de las respuestas y las frases textuales de los entrevistados.

A continuación, se presenta una propuesta de mapa de empatía y algunas preguntas que podrían ser consideradas para completar las secciones del mapa sugerido.

Empathy Map Canvas

Designed for:
Designed by:
Date:
Version:

1 WHO are we empathizing with?
Who is the person we want to understand?
What is the situation they are in?
What is their role in the situation?

GOAL
2 What do they need to DO?
What do they need to do differently?
What job(s) do they want or need to get done?
What decision(s) do they need to make?
How will we know they were successful?

7 What do they THINK and FEEL?
PAINS
What are their fears, frustrations, and anxieties?
GAINS
What are their wants, needs, hopes and dreams?

3 What do they SEE?
What do they see in the marketplace?
What do they see in their immediate environment?
What do they see others saying and doing?
What are they watching and reading?

6 What do they HEAR?
What are they hearing others say?
What are they hearing from friends?
What are they hearing from colleagues?
What are they hearing second-hand?

4 What do they SAY?
What have we heard them say?
What can we imagine them saying?

5 What do they DO?
What do they do today?
What behavior have we observed?
What can we imagine them doing?

What other thoughts and feelings might motivate their behavior?

Last updated on 16 July 2017. Download a copy of this canvas at <http://gamestorming.com/empathy-map/>

© 2017 Dave Gray, xplane.com

Recurso de referencia: <https://gamestorming.com/wp-content/uploads/2017/07/Empathy-Map-Canvas-006.pdf>

Descripción para el desarrollo de Mapas de Empatía

Antes de las entrevistas con los usuarios, los investigadores de UX debemos de definir las metas / objetivos de la investigación:

1. Identificar con QUIÉN estamos empatizando. Es necesario realizar la *definición de las personas (futuros usuarios) y las situaciones o escenarios que deberíamos conocer para comprender por qué realizan ciertas acciones o tareas.*

Para lograr comprender y situarnos en el lugar de las personas a quienes estamos investigando, los investigadores debemos poder responder las siguientes preguntas:

¿Quién es la persona que queremos conocer / entender?

¿Cuál es la situación o escenario en la que se encuentran? (Contexto)

¿Cuál es su papel en la situación o escenario?

2. Establecer qué conocemos o pensamos que necesitan HACER los usuarios. Es necesario definir Hipótesis sobre las posibles necesidades de los usuarios.

Para lograr enfocar y definir los límites de la investigación, los investigadores debemos poder responder las siguientes preguntas:

¿Qué necesitan hacer diferente?

¿Qué trabajo(s) quieren o necesitan hacer?

¿Qué decisión(es) deben tomar?

¿Cómo sabremos que tuvieron éxito?

Durante la entrevista con los usuarios, debemos lograr completar los siguientes cuadrantes:

¿Qué VEN?

Conocer Qué VEN los usuarios investigados, *el proceso de investigación debe de permitir que la persona se sienta en la libertad de comentar libremente toda acción que ha visto y que nos permita dar la oportunidad de imaginar cómo podría ser su experiencia realizando sus actividades.*

Algunas preguntas que pueden abordarse en la conversación con los usuarios serían:

- ¿Qué ven en el mercado?
- ¿Qué ven en su entorno inmediato?
- ¿Qué ven que otros dicen y hacen?
- ¿Qué están viendo y leyendo?

¿Qué DICEN

Conocer Qué DICEN los usuarios, a medida que se desarrolla la conversación es importante que los responsables de realizar el registro de los apuntes o anotaciones de lo expresado por los usuarios permita capturar *citas textuales, frases y todo*

comentario relevante ante las respuestas a las preguntas de investigación realizadas por el moderador

Algunas preguntas que podrían considerarse para determinar que se debe de anotar o registrar serían:

- ¿Qué los hemos oído decir?
- ¿Qué podemos imaginarlos diciendo?

Recuerden tomar nota o registrar los dichos, frases o palabras clave que los usuarios utilizan para describir sus acciones, sus experiencias y sentimientos.

¿Qué HACEN?

Conocer Qué HACEN los usuarios, permitirá identificar toda acción relevante que realiza y como se siente al realizarlo. Así mismo nos debe permitir conocer la información utilizan y que herramientas manuales o tecnológicas emplean para poder cumplir con sus tareas diarias.

Algunas preguntas que pueden abordarse en la conversación con los usuarios serían:

- ¿Qué indican que hacen hoy?
- ¿Qué comportamiento hemos observado que realizan?
- ¿Qué podemos imaginarlos haciendo?

¿Qué ESCUCHAN?

Conocer Qué ESCUCHAN los usuarios, es importante considerar que los usuarios socializan con otras personas que realizan actividades parecidas o iguales en otras áreas de negocio e inclusive en otras empresas y esto genera que se realice una comparación con lo que realiza actualmente.

Algunas preguntas que pueden abordarse en la conversación con los usuarios serían:

- ¿Qué están escuchando decir a los demás?
- ¿Qué están escuchando de sus amigos?
- ¿Qué están escuchando de sus colegas?
- ¿Qué están escuchando de sus colegas en otras áreas o empresas?

¿Qué PIENSAN y SIENTEN?

Conocer las cosas que ven, dicen, hacen y escuchan, nos permite darnos una idea de cómo "se siente ser ellos"

Es importante definir los DOLORES e identificar los ESFUERZOS que actualmente realizan los usuarios. De igual forma es primordial conocer de los propios usuarios que desean alcanzar como beneficios, mejoras en sus actividades o herramientas que utilizan esto con el fin de conocer las expectativas que tienen para que se atiendan sus necesidades actuales.

Algunas preguntas que podrían considerarse serían

- ¿Cuáles son sus miedos, frustraciones y ansiedades?
- ¿Cuáles son sus deseos, necesidades, esperanzas y sueños?

Recuerden que las preguntas son sugeridas y según el desarrollo de la conversación se pueden adicionar preguntas que permitan conocer más al usuario, tener el detalle

de la información que utilizan o requieren, herramientas manuales o tecnológicas que utilizan actualmente y también conocer algunas que sus conocidos u otros usuarios utilizan en sus actividades cotidianas y que estén relacionadas al contexto que nos encontramos analizando.

Se recomienda que se realicen al menos cinco (5) entrevistas, esto con el objetivo de poder identificar patrones de comportamiento y necesidades en común del grupo de usuarios que se están investigando. Procesada toda la información que se obtenga de las conversaciones con los usuarios deberá elaborar un solo Mapa de Empatía que represente la información de todo el grupo de usuarios.

