

El Poder de los Mapas de Empatía en el Desarrollo de Software Adaptativo para el Transporte a Demanda

En el diseño de productos y servicios centrados en el usuario, como un software adaptativo para rutas de transporte a demanda, **los mapas de empatía** son herramientas clave para comprender a profundidad a nuestros clientes potenciales. Este artículo explora qué son, cómo se utilizan y la importancia de su evolución a partir de un ejemplo concreto en un barrio con necesidades específicas de movilidad.

¿Qué son los mapas de empatía?

Los mapas de empatía son representaciones visuales que nos ayudan a entender mejor a los usuarios a través de una lente más humana y emocional. Divididos en áreas como *lo que la gente oye, piensa y siente, ve, y dice y hace*, junto con los apartados de *pains* (problemas) y *gains* (beneficios deseados), permiten sintetizar percepciones y experiencias clave.

Su propósito principal es fomentar la empatía al ponernos en el lugar de los usuarios y comprender sus necesidades, frustraciones y aspiraciones. Al integrar estos insights en el diseño, podemos crear soluciones que resuenen verdaderamente con ellos.

El primer contacto: la creación inicial del mapa de empatía

Antes de interactuar con los potenciales usuarios del software de transporte a demanda, elaboramos un primer mapa de empatía basándonos en supuestos fundamentados sobre las problemáticas de movilidad del barrio de Torre Baró. Este mapa inicial reflejaba lo siguiente:

- **Lo que la gente oye:** El transporte público es clave para el desarrollo social y cultural de un barrio.

- **Lo que la gente piensa y siente:** Desearían moverse sin planificar horas antes.
 - **Lo que la gente ve:** Un barrio mal conectado con transporte público deficitario.
 - **Lo que la gente dice y hace:** Necesitan un sistema efectivo que funcione incluso en áreas de baja demanda.
 - **Pains:** Transporte ineficiente, itinerarios no adaptativos, y problemas de baja densidad de población.
 - **Gains:** Transporte adaptativo que permita conectar mejor el barrio y ofrezca soluciones rápidas y efectivas.
-

El aprendizaje: resultados de las entrevistas

A través de una serie de entrevistas con habitantes de Torre Baró de diferentes edades y perfiles, recopilamos información directa que nos permitió refinar y ajustar nuestro entendimiento inicial. Las respuestas destacaron problemas y necesidades que no habíamos anticipado completamente:

1. **Largos tiempos de espera y poca flexibilidad:** Los usuarios perciben que el sistema de transporte a demanda tarda demasiado en responder, lo que los lleva a preferir caminar o utilizar vehículos privados.
 2. **Limitaciones en la accesibilidad para personas mayores:** Las reservas y el acceso al sistema no son intuitivos ni convenientes para adultos mayores.
 3. **Preferencia por vehículos privados:** Incluso quienes conocen el sistema de transporte a demanda lo evitan en favor del coche por considerarlo más rápido y confiable.
 4. **Desconexión entre expectativas y experiencia:** Aunque el concepto de transporte a demanda se percibe positivamente, su implementación actual no cumple con las expectativas de agilidad ni flexibilidad.
-

La evolución: el segundo mapa de empatía

Con estos nuevos conocimientos, el mapa de empatía evolucionó significativamente, reflejando una comprensión más rica y matizada de los usuarios:

- **Lo que la gente oye:** “Vi el bus a demanda, pero como no lo reservé yo, no pude subir.”
- **Lo que la gente piensa y siente:** Frustración por un sistema de transporte público que no se adapta a sus necesidades ni tiempos.
- **Lo que la gente ve:** Un servicio lento e ineficiente que no soluciona sus problemas de movilidad.

- **Lo que la gente dice y hace:** Optan por caminar o usar el coche debido a los largos tiempos de espera.
 - **Pains:** El sistema actual carece de eficiencia y flexibilidad, lo que genera desconfianza y reduce su uso.
 - **Gains:** Un sistema basado en inteligencia artificial que pueda adaptar las rutas en tiempo real para responder mejor a las necesidades de la comunidad.
-

La importancia de involucrar a los usuarios en el proceso

Este ejercicio puso en evidencia la importancia de involucrar a los usuarios desde las primeras etapas del desarrollo. Las entrevistas nos permitieron:

1. **Confrontar y ajustar nuestros supuestos iniciales.**
2. **Identificar puntos críticos no contemplados,** como las barreras tecnológicas y la percepción negativa del servicio.
3. **Generar soluciones más alineadas con las verdaderas necesidades del barrio.**

Además, estas interacciones fomentan un sentido de colaboración, ayudando a que los usuarios se sientan parte del proceso y valorados.

El caso del software de transporte a demanda en Torre Baró ilustra cómo los mapas de empatía son herramientas dinámicas que evolucionan con el aprendizaje y la interacción directa con los usuarios. Este proceso no solo mejora el diseño del producto, sino que también asegura que las soluciones sean relevantes, efectivas y humanas.

¿El resultado? Un transporte a demanda que no solo conecta barrios, sino que también conecta con las personas.



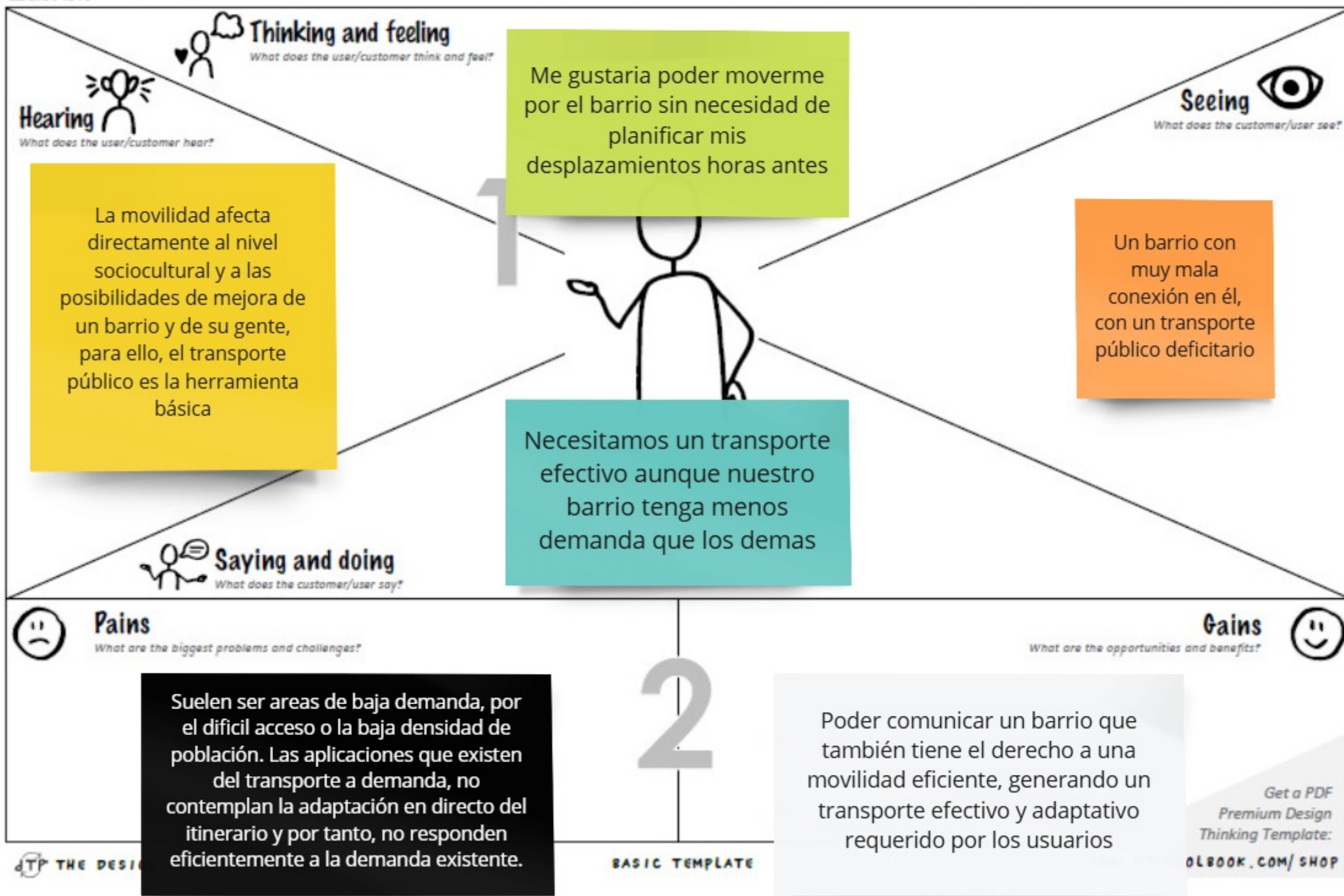
Quick guide: The Empathy Map is a tool for empathetic target group analysis and helps users to perceive their own feelings better and to empathize with their own actions. The aim is to gain a deep insight into potential users by answering as many open Wh-questions as possible.

EMPATHY MAP

More tips & tricks for this template on book page: 93



Lewrick / Link / Löffler
The Design Thinking Toolbox
978-1-119-62919-1



Entrevistas

Entrevista prevista para zonas en las que ya hay implementado un bus a demanda, después de su análisis previo, con el objetivo de mejorar dicho servicio a través de una nueva aplicación con adaptabilidad del itinerario en directo. Son preguntas abiertas, que no hace falta contestar con un sí o un no.

1. ¿Qué edad tiene?
2. ¿En qué barrio vive?
 - a. ¿Vive en una zona de difícil acceso?
 - b. ¿Diría que vive mucha gente en su calle o zona?
3. ¿Tiene disponibilidad para viajar en vehículo privado?
 - a. ¿Con qué autonomía puede utilizarlo?
 - b. ¿Cuánto lo suele utilizar a la semana?
 - c. ¿Para qué lo suele utilizar?
4. ¿Suele utilizar el transporte público?
 - a. ¿Cuánto tarda, de media, en llegar a la parada de transporte público más cercana?
 - i. ¿De qué transporte es?
 - ii. Si lo utiliza ¿Cuánto suele esperar?
5. ¿Con qué frecuencia realiza desplazamientos dentro de su barrio?
 - a. ¿Qué medio de transporte suele utilizar?
 - b. ¿Utiliza el transporte público para este tipo de desplazamientos?
6. ¿Cree que su barrio está bien conectado?
7. ¿Conoce el transporte a demanda?
8. ¿Conoce y/o utiliza el bus a demanda?
 - a. Si lo utiliza
 - i. ¿Está satisfecho con el servicio?
 - ii. ¿Por qué?
 - iii. ¿Cuáles son los motivos de sus desplazamientos con este servicio?
 - b. Si no lo utiliza
 - i. ¿Necesitaria/desearía utilizarlo?
 - ii. ¿Por qué?
 - iii. Si lo necesitaría
 1. ¿Qué motivos le llevan a no utilizarlo?
 2. ¿Cuáles serían los motivos de dichos desplazamientos?
9. ¿Qué mejoraría/cambiaría del sistema de transporte a demanda implementado actualmente en el barrio?



Quick guide: The Empathy Map is a tool for empathic target group analysis and helps users to perceive their own feelings better and to empathize with their own actions. The aim is to gain a deep insight into potential users by answering as many open Wh-questions as possible.

EMPATHY MAP

More tips & tricks for this template on book page: 93



Lewrick / Link / Löffler
The Design Thinking Toolbox
978-1-119-62919-1

