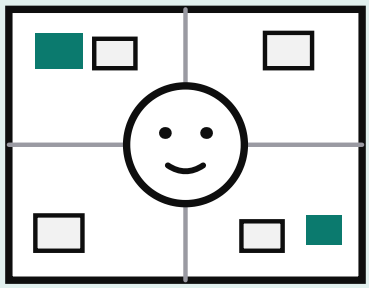
Método

Mapa de empatía

Una plantilla dividida en zonas, como lo que la persona dice, hace, ve, oye, piensa y siente, que el equipo llena con lo que sabe de ella para ponerse en su lugar.



En inglés

Empathy map

Origen

XPLANE (mediados de los 2000); Gray, Brown y Macanufo (2010)

Resultado

Una hoja que resume, en equipo, cómo ve el mundo un tipo de persona

Para qué sirve

Ayuda a que el equipo comparta una misma imagen de la persona para la que diseña, y a ver qué sabe de ella y qué está suponiendo.

Elementos clave

Una persona o un tipo concreto

El mapa se hace para alguien en particular y con un objetivo, no para «los usuarios» en general.

Lo que se observa y lo que se infiere

Lo que dice y hace sale de la investigación; lo que piensa y siente se deduce, y conviene marcarlo así.

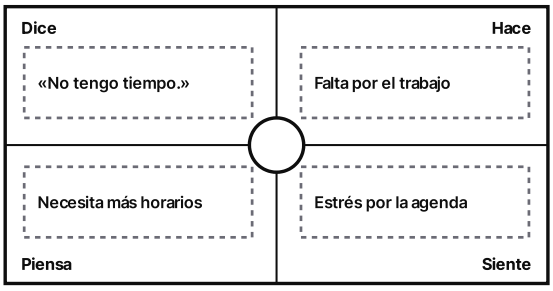
Se llena en equipo

Su valor está en la conversación que provoca y en las dudas que deja a la vista.

Un ejemplo

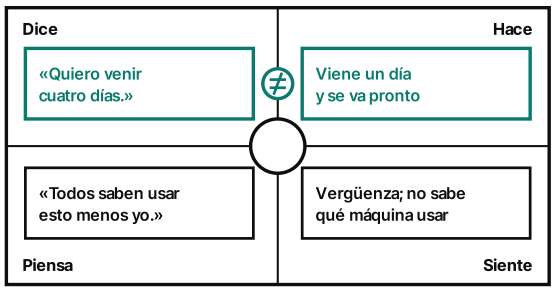
Un gimnasio quiere entender por qué quienes recién se inscriben dejan de ir.

Lo que suponía el equipo



Llenado de memoria, el mapa repite en las cuatro zonas lo que el equipo ya creía: a quien empieza le falta tiempo. **Una sola idea, repetida.**

Lo que muestra el mapa hecho con entrevistas



Dice que quiere ir cuatro días, pero va uno y se marcha pronto; en las entrevistas cuenta que no sabe usar las máquinas y le da vergüenza preguntar. **El problema no era el tiempo.**

Al poner juntos lo que la persona dice y lo que hace, el mapa deja ver la contradicción y cambia lo que hay que diseñar.

Cómo se hace

1 **Se elige a la persona** y lo que quiere conseguir.

2 **El equipo llena las zonas** con notas sacadas de entrevistas y observaciones.

3 **Se revisa lo que falta** y lo que hay que comprobar con más investigación.

Aplicaciones en diseño

✓ Cuándo usarlo

Después de entrevistar u observar, cuando el equipo necesita ponerse de acuerdo sobre cómo es la persona para la que diseña.

✗ Evita

Llenarlo de memoria, sin investigación detrás, y tratar lo inventado como si fuera un dato.

Para no caer

Es un punto de partida: compruébalo con las personas reales.

Conexiones

Lo usan

- Diseño de negocio

Relacionado con

- Diagrama de afinidad
- Entrevista en profundidad
- Journey map
- Personas

Autores y obras

	XPLANE	Según la propia empresa, el mapa nació a mediados de los 2000 de unas «cabezas grandes» que dibujaba su director creativo, Scott Matthews, y que Dave Gray convirtió en plantilla.
2010	**Dave Gray, Sunni Brown y James Macanufo**	Lo publicaron en Gamestorming, un libro de dinámicas para talleres, y desde ahí se extendió.

Fuentes

Fuentes originales

- Gray, D., Brown, S. y Macanufo, J. (2010). Gamestorming: A playbook for innovators, rulebreakers, and changemakers. O'Reilly Media.

Fuentes secundarias

- XPLANE (s. f.). The empathy map: A human-centered tool for understanding how your audience thinks. XPLANE. Ver fuente (https://xplane.com/the-empathy-map-a-human-centered-tool-for-understanding-how-your-audience-thinks/)

Última revisión: 25 de octubre de 2026

Atlas público de diseño, de Adriana Ojeda. Texto e ilustraciones bajo licencia CC BY 4.0.