

CANVAS

MAPA DE EMPATÍA CON EL CLIENTE

El Canvas Mapa de Empatía es una herramienta que permite comprender en profundidad a los clientes. Su objetivo es “ponerse en los zapatos del cliente”, es decir, explorar sus pensamientos, emociones, motivaciones, frustraciones y entorno con el fin de diseñar una propuesta de valor más ajustada a sus necesidades reales.

Esta herramienta se utiliza frecuentemente como complemento del Canvas de Propuesta de Valor y del perfil del buyer persona, dentro de metodologías de desarrollo de modelos de negocio.

¿Qué es el Mapa de Empatía?

Es un esquema que organiza información clave sobre el cliente en seis cuadrantes. Cada cuadrante representa una dimensión que debe observarse desde la perspectiva del cliente ideal:

1. **¿Qué piensa y siente el cliente?**
 - ¿Qué le importa realmente, aunque no lo diga?
 - ¿Cuáles son sus aspiraciones, sueños y miedos?
2. **¿Qué ve el cliente?**
 - ¿Qué ve en su entorno?
 - ¿Qué ve que hacen otras personas (familiares, colegas, figuras públicas)?
 - ¿Qué tipo de ofertas o productos similares encuentra en el mercado?
3. **¿Qué dice y hace el cliente?**
 - ¿Cuáles son sus comportamientos habituales?
 - ¿Qué frases o comentarios suele usar?
 - ¿Cómo actúa frente a otros (familia, amigos, trabajo)?
4. **¿Qué oye el cliente?**
 - ¿Qué escucha de sus referentes, amigos, familiares o jefes?
 - ¿Qué comentarios influyen en su toma de decisiones?
5. **¿Qué le frustra o le duele?**
 - ¿Cuáles son sus miedos u obstáculos?
 - ¿Qué situaciones le generan frustración o inseguridad?
6. **¿Qué quiere ganar o le motiva?**
 - ¿Qué desea lograr a nivel personal o profesional?
 - ¿Qué lo haría sentir exitoso o satisfecho?

Aplicación práctica

Para utilizar esta herramienta, se pueden usar notas adhesivas, pizarras digitales o plantillas impresas donde se vayan completando los distintos cuadrantes con base en investigaciones, encuestas o brainstorming del equipo.

El video desarrolla un ejemplo enfocado en una tienda online que vende vinos de alta gama, lo que permite visualizar cómo cada cuadrante puede completarse con datos reales o proyectados sobre el cliente ideal:

- Deseos de escapar de la rutina.
- Motivaciones de sofisticación o estatus.
- Influencia de amigos, redes sociales y medios.
- Frustraciones ante la abundancia de información o dudas sobre si el producto es adecuado.

Este ejercicio resulta esencial para conectar emocionalmente con el cliente, construir mensajes más persuasivos y diseñar productos o servicios verdaderamente alineados con lo que el cliente valora.

El Canvas Mapa de Empatía no solo es útil para emprendedores y equipos de marketing, sino también para cualquier persona interesada en mejorar la experiencia del cliente. Al centrarse en lo que realmente siente, necesita y espera el cliente, esta herramienta se convierte en un recurso estratégico para crear propuestas de valor relevantes y diferenciadoras.