

La importancia del Mapa de Empatía aplicado a nuestros huéspedes



Pablo Ramírez

Coordinador Especialidad Alojamientos Sustentables
 Ingeniería en Gestión de Expediciones y Ecoturismo
 Universidad San Sebastián

Comprendiéndolos desde otra mirada y no simplemente desde un punto de vista de mercado

El Mapa de la Empatía, creado por Dave Gray de XPLANE, es una herramienta del diseño centrado en el usuario y el marketing. Ayuda a las empresas a entender mejor a sus clientes mediante la captura de sus pensamientos, sentimientos, necesidades y deseos. Esta herramienta visualiza la experiencia del cliente en seis cuadrantes: Qué piensa y siente, Qué ve, Qué dice y hace, Qué oye, Sus esfuerzos (dolores) y Sus beneficios (ganancias o logros).

El Mapa de Empatía de los Huéspedes es una herramienta útil para la implementación de estrategias de desarrollo sostenible en hoteles. Al comprender las motivaciones y expectativas de los huéspedes, los hoteles pueden diseñar y ofrecer experiencias que sean ambientalmente responsables y cumplan con las expectativas de los clientes. Para el contexto específico de la hotelería, esta

herramienta se enfoca en cuatro cuadrantes principales: lo que los huéspedes piensan y sienten, lo que ven, lo que escuchan, y lo que dicen y hacen.

A continuación, veremos algunos ejemplos de aplicación;

LO QUE LOS HUÉSPEDES PIENSAN Y SIENTEN

Este apartado analiza las emociones y pensamientos internos de los huéspedes. Al comprender sus preocupaciones sobre cuestiones ambientales, sus valores en torno a la sostenibilidad y sus expectativas respecto a las prácticas ecológicas, los hoteles pueden ajustar sus estrategias de desarrollo sostenible para alinearse más efectivamente con sus visitantes.

LO QUE LOS HUÉSPEDES VEN

La percepción visual y experiencial de los huéspedes se ve influida por las prácticas sostenibles del hotel, como el uso de energía renovable, la reducción de residuos y el diseño ecológico.

LO QUE LOS HUÉSPEDES ESCUCHAN

La comunicación clara y transparente de las iniciativas sostenibles y los beneficios ecológicos proporcionados por el hotel puede consolidar la confianza y lealtad de los huéspedes hacia la marca.

LO QUE LOS HUÉSPEDES DICEN Y HACEN

Las prácticas sostenibles, como programas de reciclaje, transporte ecológico y comidas con productos locales y orgánicos mejoran su experiencia y promueven comportamientos responsables.

Para un uso eficiente de esta herramienta, lo importante es tener a un equipo capacitado en el diagnóstico emocional y sensorial del huésped y saber desarrollar una serie de acciones de monitoreo y seguimiento una vez que se realicen las nuevas acciones implementadas.