

Ix de l'aula: entrevistes de problema i prototip de baixa fidelitat

El nucli aplicat del bloc emprenedor. Cada equip partix d'una idea, construïx un mapa d'empatia, ix a fer cinc entrevistes de problema reals (sense vendre la idea), interpreta les troballes i construïx un prototip barat per a validar o descartar l'oportunitat. La idea que no sobreviu a les entrevistes es reformula: eixe és l'aprenentatge.

DURADA

150 min · 3 sessions (amb treball de camp entre la 2 i la 3)

AGRUPAMENT

equips de projecte (3-4)

UNITAT 5

De la idea a l'oportunitat

MATERIALS

- Plantilla de mapa d'empatia (què diu, fa, pensa i sent el client)
- Guió d'entrevista de problema (preguntes obertes sobre el problema, mai sobre la solució)
- Quadern o app per a registrar les respostes de les entrevistes
- Materials barats de prototipatge: cartó, paper, retoladors, post-its; o eina digital gratuïta de mockups
- Plantilla de síntesi de troballes (què confirmem, què ens va sorprendre, què canviem)

ENCAIX CURRICULAR · Sabers RA4.a, RA4.b, RA4.c · Comp. específiques RA4 · Comp. clau CE, CD, STEM, CCL

Plantejament

Esta és la unitat més aplicada del mòdul, i el seu lema ho diu tot: la resposta no està en l'aula, està fora, parlant amb persones reals. L'error que mata més projectes és **enamorar-se de la idea pròpia** sense comprovar si algú té de veritat el problema que creus resoldre. Ací ho comprovem. Cada equip partix d'una idea (la llavor detectada en la Unitat 4 servix perfectament), construïx un **mapa d'empatia**, ix al carrer a fer **cinc entrevistes de problema** i torna amb dades que confirmen, matisen o tomben la idea.

La regla d'or de l'entrevista de problema és difícil i s'entrena: **no es ven la idea, es pregunta pel problema**. Qui pregunta «t'agradaria una app que...?» obté compliments inútils; qui pregunta «conta'm l'última vegada que vas tindre este problema» obté la veritat. Després de les entrevistes, l'equip construïx un **prototip de baixa fidelitat** —cartó, paper, una pantalla dibuixada— per a validar barat abans d'invertir temps i diners.

Objectius didàctics

- Distingir una idea d'una oportunitat de negoci validada.
- Construir un mapa d'empatia a partir de treball de camp real.
- Conduir entrevistes de problema amb preguntes obertes, sense contaminar amb la solució.
- Interpretar les troballes i construir un prototip de baixa fidelitat per a validar o reformular la idea.

Passos

Sessió 1 — Idea, mapa d'empatia i guió (50 min)

- 1. Formació d'equips i elecció de la idea (10 min).** Cada equip enuncia la seua idea de partida i el problema que creu resoldre.

2. **Mapa d'empatia (20 min).** Sobre el client potencial, l'equip ompli què diu, fa, pensa i sent, i enumera els seus dolors i els seus guanys esperats. Estes hipòtesis són el que les entrevistes van a posar a prova.

3. **Guió d'entrevista de problema (20 min).** L'equip redacta 5-6 preguntes **obertes sobre el problema**, no sobre la solució. El professor revisa cada guió i caça les preguntes trampa («compraries això?»).

Treball de camp (entre sessions, fora de l'aula)

Cada equip fa **cinc entrevistes reals** a persones del perfil objectiu (no a familiars que diguen que sí a tot). Es registren les respostes literals.

Sessió 2 — Síntesi de troballes (50 min)

1. **Buidat d'entrevistes (20 min).** L'equip posa en comú el que va sentir, amb cites literals, no interpretacions.

2. **Síntesi (20 min).** Amb la plantilla: quines hipòtesis del mapa d'empatia es van confirmar, quines van caure, quin problema va aparèixer que no esperaven. Decisió clau: **la idea segueix, es reformula o es descarta?** Reformular després d'escoltar és un èxit, no un fracàs.

3. **Definició del prototip (10 min).** L'equip decidix quin prototip barat construir per a provar la versió validada de la idea.

Sessió 3 — Prototip i prova (50 min)

1. **Construcció del prototip (30 min).** Cartó, paper, pantalles dibuixades o un mockup digital gratuït. Baixa fidelitat a propòsit: barat i ràpid.

2. **Prova creuada (15 min).** Un altre equip usa el prototip com si fóra client i torna què entén, què li falta i què no funciona.

3. **Tancament (5 min).** Cada equip anota la següent iteració que faria.

Críteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Qualitat del mapa d'empatia	Hipòtesis concretes sobre un client real, no genèriques	15 %
Entrevistes de problema ben fetes	Preguntes obertes, sobre el problema, a perfil objectiu real	30 %
Honestetat de la síntesi	L'equip accepta les dades encara que contradiguen la seua idea inicial	25 %
Qualitat del prototip	Barat, suficient per a validar allò essencial	20 %
Decisió raonada	Seguir, reformular o descartar amb argument basat en les dades	10 %

Variants i extensions

- **Variant repte social.** Les entrevistes s'orienten a un problema de la comunitat (mobilitat, residus, soledat de majors), enllaçant amb la Unitat 8.
- **Variant un sol client.** Si el projecte és B2B (vendre a empreses), en tenen prou amb tres entrevistes més profundes a responsables reals del sector.
- **Connexió amb la Unitat 6.** L'oportunitat validada ací és la que se situa en el seu entorn (DAFO/CAME) i es tradueix a Business Model Canvas en la unitat següent.