

Sal del aula: entrevistas de problema y prototipo de baja fidelidad

El núcleo aplicado del bloque emprendedor. Cada equipo parte de una idea, construye un mapa de empatía, sale a hacer cinco entrevistas de problema reales (sin vender la idea), interpreta los hallazgos y construye un prototipo barato para validar o descartar la oportunidad. La idea que no sobrevive a las entrevistas se reformula: ese es el aprendizaje.

DURACIÓN

150 min · 3 sesiones (con trabajo de campo entre la 2 y la 3)

AGRUPACIÓN

equipos de proyecto (3-4)

UNIDAD 5

De la idea a la oportunidad

MATERIALES

- Plantilla de mapa de empatía (qué dice, hace, piensa y siente el cliente)
- Guion de entrevista de problema (preguntas abiertas sobre el problema, nunca sobre la solución)
- Cuaderno o app para registrar las respuestas de las entrevistas
- Materiales baratos de prototipado: cartón, papel, rotuladores, post-its; o herramienta digital gratuita de mockups
- Plantilla de síntesis de hallazgos (qué confirmamos, qué nos sorprendió, qué cambiamos)

ENCAJE CURRICULAR · Saberes RA4.a, RA4.b, RA4.c · Comp. específicas RA4 · Comp. clave CE, CD, STEM, CCL

Planteamiento

Esta es la unidad más aplicada del módulo, y su lema lo dice todo: la respuesta no está en el aula, está fuera, hablando con personas reales. El error que mata más proyectos es **enamorarse de la idea propia** sin comprobar si alguien tiene de verdad el problema que crees resolver. Aquí lo comprobamos. Cada equipo parte de una idea (la semilla detectada en la Unidad 4 sirve perfectamente), construye un **mapa de empatía**, sale a la calle a hacer **cinco entrevistas de problema** y vuelve con datos que confirman, matizan o tumban la idea.

La regla de oro de la entrevista de problema es difícil y se entrena: **no se vende la idea, se pregunta por el problema**. Quien pregunta “¿te gustaría una app que...?” obtiene cumplidos inútiles; quien pregunta “cuéntame la última vez que tuviste este problema” obtiene la verdad. Después de las entrevistas, el equipo construye un **prototipo de baja fidelidad** —cartón, papel, una pantalla dibujada— para validar barato antes de invertir tiempo y dinero.

Objetivos didácticos

- Distinguir una idea de una oportunidad de negocio validada.
- Construir un mapa de empatía a partir de trabajo de campo real.
- Conducir entrevistas de problema con preguntas abiertas, sin contaminar con la solución.
- Interpretar los hallazgos y construir un prototipo de baja fidelidad para validar o reformular la idea.

Pasos

Sesión 1 — Idea, mapa de empatía y guion (50 min)

- 1. Formación de equipos y elección de la idea (10 min).** Cada equipo enuncia su idea de partida y el problema que cree resolver.
- 2. Mapa de empatía (20 min).** Sobre el cliente potencial, el equipo rellena qué dice, hace, piensa y siente, y enumera sus dolores y sus ganancias esperadas. Estas hipótesis son lo que las entrevistas van a poner a prueba.
- 3. Guion de entrevista de problema (20 min).** El equipo redacta 5-6 preguntas **abiertas sobre el problema**, no sobre la solución. El profesor revisa cada guion y caza las preguntas tramposas (“¿compraría esto?”).

Trabajo de campo (entre sesiones, fuera del aula)

Cada equipo hace **cinco entrevistas reales** a personas del perfil objetivo (no a familiares que digan que sí a todo). Se registran las respuestas literales.

Sesión 2 — Síntesis de hallazgos (50 min)

- 1. Volcado de entrevistas (20 min).** El equipo pone en común lo que oyó, con citas literales, no interpretaciones.
- 2. Síntesis (20 min).** Con la plantilla: qué hipótesis del mapa de empatía se confirmaron, cuáles cayeron, qué problema apareció que no esperaban. Decisión clave: **¿la idea sigue, se reformula o se descarta?** Reformular tras escuchar es un éxito, no un fracaso.
- 3. Definición del prototipo (10 min).** El equipo decide qué prototipo barato construir para probar la versión validada de la idea.

Sesión 3 — Prototipo y prueba (50 min)

- 1. Construcción del prototipo (30 min).** Cartón, papel, pantallas dibujadas o un mockup digital gratuito. Baja fidelidad a propósito: barato y rápido.
- 2. Prueba cruzada (15 min).** Otro equipo usa el prototipo como si fuera cliente y devuelve qué entiende, qué le falta y qué no funciona.
- 3. Cierre (5 min).** Cada equipo anota la siguiente iteración que haría.

Criterios de evaluación

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	PESO
Calidad del mapa de empatía	Hipótesis concretas sobre un cliente real, no genéricas	15 %
Entrevistas de problema bien hechas	Preguntas abiertas, sobre el problema, a perfil objetivo real	30 %
Honestidad de la síntesis	El equipo acepta los datos aunque contradigan su idea inicial	25 %
Calidad del prototipo	Barato, suficiente para validar lo esencial	20 %
Decisión razonada	Seguir, reformular o descartar con argumento basado en los datos	10 %

Variantes y extensiones

- **Variante reto social.** Las entrevistas se orientan a un problema de la comunidad (movilidad, residuos, soledad de mayores), enlazando con la Unidad 8.
- **Variante un solo cliente.** Si el proyecto es B2B (vender a empresas), basta con tres entrevistas más profundas a responsables reales del sector.
- **Conexión con la Unidad 6.** La oportunidad validada aquí es la que se sitúa en su entorno (DAFO/CAME) y se traduce a Business Model Canvas en la unidad siguiente.

