

Mapa d'empatia i escala de l'oportunitat

Exercici guiat per a convertir una idea solta en una oportunitat defensible. Cada equip dibuixa el mapa d'empatia del seu client potencial i després puja l'escala de l'oportunitat —idea, problema, client, alternativa actual, valor diferencial— comprovant en cada escaló si la idea aguanta o cau. El resultat és una fitxa d'oportunitat llesta per a validar al carrer.

DURADA

55 min · 1 sessió

AGRUPAMENT

equips de projecte (3-4)

UNITAT 5

De la idea a l'oportunitat

MATERIALS

- Plantilla del mapa d'empatia en A3 (què pensa, veu, sent, diu i fa; dolors i necessitats)
- Plantilla de l'escala de l'oportunitat (cinc escalons)
- Fitxa d'oportunitat per al resultat final
- Post-its i retoladors
- Accés a internet per a comprovar alternatives existents

ENCAIX CURRICULAR · Sabers RA4.a, RA4.b, RA4.c · **Comp. específiques** RA4 · **Comp. clau** CE, STEM, CPSAA

Plantejament

Una idea és el que se't ocorre; una oportunitat és una idea que resol un problema real d'algú disposat a pagar per la solució. Abans d'eixir al carrer a validar —cosa que faràs en l'altra activitat d'esta unitat—, convé afinar la idea sobre el paper per a no perdre temps investigant alguna cosa que ni tan sols se sosté. Este exercici ho fa en dos eines encadenades.

Primer, el **mapa d'empatia** obliga a ficar-se en la pell del client potencial: què pensa, què veu, què sent, què diu i què fa, i sobretot què li dol i què necessita. Després, l'**escala de l'oportunitat** sotmet la idea a cinc escalons —idea, problema, client, alternativa actual, valor diferencial—. Si en algun escaló l'equip no sap respondre, ahí està el forat. Només les idees que pugen els cinc escalons sense caure mereixen eixir a validar-se.

Objectius didàctics

- Empatitzar amb un client potencial usant el mapa d'empatia.
- Diferenciar una idea d'una oportunitat de negoci real.
- Identificar el problema, el client, l'alternativa actual i el valor diferencial d'una proposta.
- Produir una fitxa d'oportunitat llesta per a ser validada amb clients.

Passos

- 1. Elecció de la idea (5 min).** Cada equip partix d'una idea pròpia o heretada de la dinàmica de creativitat.
- 2. Mapa d'empatia (20 min).** Amb post-its, l'equip ompli les sis zones del mapa pensant en una persona concreta, no en «la gent». El dolor més fort es marca amb un cercle.
- 3. Escala de l'oportunitat (20 min).** L'equip puja els cinc escalons responent per escrit: quina és la idea?, quin problema resol?, qui és el client concret?, com ho resol hui sense nosaltres?, què

aportem que l'alternativa no? Si un escaló queda en blanc, s'anota com a hipòtesi a verificar.

4. Fitxa d'oportunitat (10 min). L'equip redacta la fitxa final amb el problema, el client i el valor diferencial en una frase cada un, i llista les hipòtesis que haurà de comprovar al carrer.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Profunditat del mapa d'empatia	Describeix una persona concreta, no un client genèric	25 %
Solidesa de l'escala	Respon amb sentit als cinc escalons	30 %
Identificació del valor diferencial	Distingeix amb claredat què aporta enfront de l'alternativa actual	25 %
Qualitat de la fitxa d'oportunitat	Síntesi clara i amb hipòtesis ben plantejades	20 %

Variants i extensions

- **Variant competència indirecta.** Afegir un escaló que obligue a nomenar l'alternativa «no fer res», que sol ser el rival més fort de qualsevol projecte.
- **Variant mapa per segments.** Fer dos mapes d'empatia de dos clients distints i decidir quin és el segment prioritari.
- **Connexió amb la Unitat 5.** Les hipòtesis de la fitxa són just el guió de les entrevistes de problema de l'altra activitat.

Material obert de profedeeconomia.es · Llicència Creative Commons BY-NC-SA · Currículum LOMLOE