

Mapa de empatía y escalera de la oportunidad

Ejercicio guiado para convertir una idea suelta en una oportunidad defendible. Cada equipo dibuja el mapa de empatía de su cliente potencial y después sube la escalera de la oportunidad —idea, problema, cliente, alternativa actual, valor diferencial— comprobando en cada peldaño si la idea aguanta o se cae. El resultado es una ficha de oportunidad lista para validar en la calle.

DURACIÓN

55 min · 1 sesión

AGRUPACIÓN

equipos de proyecto (3-4)

UNIDAD 5

De la idea a la oportunidad

MATERIALES

- Plantilla del mapa de empatía en A3 (qué piensa, ve, oye, dice y hace; dolores y necesidades)
- Plantilla de la escalera de la oportunidad (cinco peldaños)
- Ficha de oportunidad para el resultado final
- Post-its y rotuladores
- Acceso a internet para comprobar alternativas existentes

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

Planteamiento

Una idea es lo que se te ocurre; una oportunidad es una idea que resuelve un problema real de alguien dispuesto a pagar por la solución. Antes de salir a la calle a validar —lo que harás en la otra actividad de esta unidad—, conviene afinar la idea sobre el papel para no perder tiempo investigando algo que ni siquiera se sostiene. Este ejercicio lo hace en dos herramientas encadenadas.

Primero, el **mapa de empatía** obliga a meterse en la piel del cliente potencial: qué piensa, qué ve, qué oye, qué dice y qué hace, y sobre todo qué le duele y qué necesita. Después, la **escalera de la oportunidad** somete la idea a cinco peldaños —idea, problema, cliente, alternativa actual, valor diferencial—. Si en algún peldaño el equipo no sabe responder, ahí está el agujero. Solo las ideas que suben los cinco peldaños sin caerse merecen salir a validarse.

Objetivos didácticos

- Empatizar con un cliente potencial usando el mapa de empatía.
- Diferenciar una idea de una oportunidad de negocio real.
- Identificar el problema, el cliente, la alternativa actual y el valor diferencial de una propuesta.
- Producir una ficha de oportunidad lista para ser validada con clientes.

Pasos

- 1. Elección de la idea (5 min).** Cada equipo parte de una idea propia o heredada de la dinámica de creatividad.
- 2. Mapa de empatía (20 min).** Con post-its, el equipo rellena las seis zonas del mapa pensando en una persona concreta, no en “la gente”. El dolor más fuerte se marca con un círculo.

- 3. Escalera de la oportunidad (20 min).** El equipo sube los cinco peldaños respondiendo por escrito: ¿cuál es la idea?, ¿qué problema resuelve?, ¿quién es el cliente concreto?, ¿cómo lo resuelve hoy sin nosotros?, ¿qué aportamos que la alternativa no? Si un peldaño queda en blanco, se anota como hipótesis a verificar.
- 4. Ficha de oportunidad (10 min).** El equipo redacta la ficha final con el problema, el cliente y el valor diferencial en una frase cada uno, y lista las hipótesis que tendrá que comprobar en la calle.

Criterios de evaluación

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	PESO
Profundidad del mapa de empatía	Describe a una persona concreta, no a un cliente genérico	25 %
Solidez de la escalera	Responde con sentido a los cinco peldaños	30 %
Identificación del valor diferencial	Distingue con claridad qué aporta frente a la alternativa actual	25 %
Calidad de la ficha de oportunidad	Síntesis clara y con hipótesis bien planteadas	20 %

Variantes y extensiones

- **Variante competencia indirecta.** Añadir un peldaño que obligue a nombrar la alternativa “no hacer nada”, que suele ser el rival más fuerte de cualquier proyecto.
- **Variante mapa por segmentos.** Hacer dos mapas de empatía de dos clientes distintos y decidir cuál es el segmento prioritario.
- **Conexión con la Unidad 5.** Las hipótesis de la ficha son justo el guion de las entrevistas de problema de la otra actividad.

Material abierto de profedeeconomia.es · Licencia Creative Commons BY-NC-SA · Currículo LOMLOE