



**EREA+**

FUNDACIÓN  
**ARAGÓN  
EMPRENDE**

**EREA+**

**Emprendimiento e innovación**

**La Entrevista como Método  
de Investigación en el  
Contexto de la Innovación  
Rural**

 **GOBIERNO  
DE ARAGON**

 **GOBIERNO  
DE ESPAÑA**  
VICEPRESIDENCIA  
TERCERA DEL GOBIERNO  
MINISTERIO  
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA  
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

 **Secretaría  
General  
para el Reto  
Demográfico**

## **1. Introducción**

- Encaje problema-solución
- Encaje producto-mercado

## **2. Entrevistas de problema**

## **3. Entrevistas de solución**

# Introducción

# Paso 1. Customer discovery

Objetivo: Encontrar un producto que resuelva ese problema ('problem-solution fit')

Cuatro fases:

Establecer hipótesis

Testar el problema

Pivotar o proceder

Testar la solución



# Priorización de hipótesis

Criticidad: El grado por el que una hipótesis es esencial para el negocio.

Incertidumbre: Es el grado de ausencia de datos y evidencias empíricas respecto a si la hipótesis es cierta o falsa.

Las hipótesis más prioritarias a validar  
son aquellas de mayor criticidad de  
ALTA incertidumbre

Ojo que tienes pocos recursos (tiempo, esfuerzo, dinero, salud, contactos, familia, etc.)

# Entrevistas de problema

# Entrevistas de problema

- Una persona en cada entrevista
- 20 min.
- Ha de hacerse por los fundadores
- Preferentemente presencial (ojo al lenguaje no verbal)

# Entrevistas de problema

## Prepara la entrevista

¿Qué hipótesis voy a intentar validar/invalidar?  
Establece un orden

## ¿Cuándo debería el emprendedor empezar a hablar con los clientes?

Cuanto antes sal a la calle, establece un tiempo de entrevistas

## Planificar entrevistas con antelación

contactar con la gente con suficiente tiempo

## ¿Cómo encontrar a quién entrevistar?

Selecciona qué a potenciales clientes vas a entrevistar (no amigos, ni familia...)



# Entrevistas de problema

## Arrancando la entrevista



¿Es el momento adecuado para el entrevistado?

Empatiza... No grabes, no anotes y mira a los ojos. Haz que tu entrevistador se sienta cómodo

Entrevistas cortas, simples y con un objetivo concreto

No mezclar tipos de entrevistas. Queremos aprender sobre el problema o sobre la solución. Nunca de ambos de forma simultánea

Se honesto contigo mismo. Si escuchas cosas que no te gustan, acéptalo.

# Entrevistas de problema



Arrancando la  
entrevista

Durante la  
entrevista

Cuatro pasos fundamentales:

Establece el contexto (centra la entrevista)

Cuéntale tu hipótesis de problema

Escucha

Pregunta por referencias, futuros contactos

# Entrevistas de problema



¿Qué preguntar para validar las hipótesis y los problemas?

Preguntas abiertas ¿por qué?

No utilizar condicionales (usarías...)

Pregúntale el detalle.. (presente/pasado)

Diferenciar hechos de opiniones

Escuchar, escuchar, escuchar (80%)

Confirmar mensaje: interpretar, preguntar

Reconducir a los problemas

# Entrevistas de problema



Cuando termines no dejes pasar el tiempo...

Documenta la entrevista tan rápido como puedas

Puedes utilizar una plantilla:

Datos del entrevistado/empresa

Hipótesis/Problemas testeados

Clasificación del problema

Cómo resuelve hoy el problema (si es que lo hace)

Cierre de la entrevista (¿Contactar de nuevo?, contactos, emociones)

# Entrevistas de problema

Lo más importante:

- No se trata de mi producto/idea... se trata de "su" problema
- No hables de tu idea/solución
- No usar condicional "comprarías" "usarías..."

# Entrevistas de problema

Ojo a cómo planteas las preguntas...

Si por ejemplo queremos construir el próximo “tripAdvisor de los vegetarianos” ¿Qué preguntarías para validar si es un problema “real” encontrar un buen restaurante vegetariano?

1. ¿Qué es lo más difícil de encontrar un buen restaurante vegetariano en una ciudad?
2. ¿Cuál es la parte más difícil de ser vegetariano?
3. ¿Qué es lo más difícil de salir a cenar a un vegetariano?

# Entrevistas de solución

# Entrevistas de solución

- Revisar la propuesta de valor de nuevo
- Revisa las entrevistas de problema realizadas
- Cuantifica la importancia de los problemas identificados.
- Revisa la propuesta de valor o especiación de producto y segmentos de cliente
- ¿Has empezado a validar el precio y modelo de ingresos?



# Entrevistas de solución

## Definir las hipótesis de forma clara

Por ejemplo: "Los clientes están dispuestos a pagar una cuota de 50€ al mes por el servicio"

## Priorizar las hipótesis más importantes

Suelen ser las hipótesis de Cliente y de problema y suelen ir a la par:  
Por ejemplo: El cliente "Agencias de viaje minorista" quiere vender viajes a medida (personalizados) por Internet, pero no sabe cómo hacerlo.

## Diseña una posible Solución sobre el par Cliente/Problema

Siguiendo con el ejemplo: Las agencias de viaje minorista están dispuestas a probar un servicio de alquiler de una herramienta de planificación de usuario que permita paquetizar sus productos/servicios de forma dinámica.

# Entrevistas de solución

## Control del foco

Reconducir la entrevista cuando se ha ido a “los cerros de Úbeda”, es crítico

## Que no parezca una entrevista

Si se encorseta demasiado, no dejas opción a que aparezca cosas que no sabes, “que no sabes”

## Que fluya la conversación

Déjale hablar...

## Saber guiar la entrevista

Importante centrar la entrevista en las cuestiones claves para los emprendedores

# Entrevistas de solución



KISS

Keep. It. Simple. Stupid.

REF: <https://livecode.com/why-you-and-your-business-should-keep-it-simple/>

# Entrevistas de solución

## Arrancando la entrevista



Contacta: antiguos entrevistados, diferentes segmentos, potenciales socios estratégicos...

¿Con quien hablas?

B2B: De uno en uno mejor que todos en grupo

Convierte la entrevista en un flujo de ventas "en bruto"

Identifica stakeholders: prescriptores, saboteadores, etc.  
Arranca con las fichas de cliente

# Entrevistas de solución



Cuatro pasos fundamentales:

1. Presenta la Solución (presentación, MPV, o prototipo)
2. Observa y escucha la reacción
3. ¿Tiene el MVP las funcionalidades justas?
4. Valida otras hipótesis (canal. Etc.)
5. Valida si compra

# Entrevistas de solución



1. Identifica quién de los stakeholders tiene la capacidad de ordenar la compra
2. Idem con los "saboteadores" (siempre existen)
3. Explica claramente cuál es tu modelo de precios
4. Pregunta explícitamente si pagaría X\$ por ello
5. Observa la reacción...

# Entrevistas de solución



Cuando termines no dejes pasar el tiempo...

- Documenta la entrevista tan rápido como puedas.
- Puedes utilizar una plantilla:
  - ❖ Datos del entrevistado/empresa
  - ❖ MPV de Solución mostrada
  - ❖ Feedback (Recuerda: no es un resumen de todo, sólo lo más importante)
  - ❖ ¿Pregunta por cuando estará? → Potencial Early adopter
  - ❖ Cierre de la entrevista (¿Contactar de nuevo?, contactos, emociones)

# Check list descubrimiento de clientes

Check list de la fase: ¿Cuándo podemos seguir avanzando?

- Se han establecido las hipótesis del modelo de negocio (Sobre todo segmentos de cliente y oferta de valor) y se han priorizado
- Todo el equipo fundador está comprometido en la realización de entrevistas (salen a la calle) y se ha establecido un tiempo delimitado para realizarlas
- Se han abordado un número de entrevistas de problema suficiente, no se ha hablado de la solución al entrevistado (beneficios, producto), y se han documentado adecuadamente
- Se han validado/invalidado la oferta de valor y segmento de cliente a través de entrevistas



# EREA+

Ecosistemas de Emprendimiento e  
Innovación en el Medio Rural de Aragón



FUNDACIÓN  
**ARAGÓN  
EMPRENDE**



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA  
TERCERA DEL GOBIERNO  
MINISTERIO  
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA  
Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Secretaría  
General  
para el Reto  
Demográfico



**GOBIERNO  
DE ARAGON**