

Cómo empatizar con los demás para validar tu idea de negocio

Por: Vicente Ferrio

¿Cómo empatizamos con los demás?

Todos tenemos ideas, mejores o peores, muchas o pocas. Constantemente nos pasan por la cabeza posibles soluciones a problemas cotidianos, que vemos, sentimos, y a veces sufrimos. Pero una cosa es imaginar una solución y otra muy diferente transformarla en una solución real que resuelva las verdaderas necesidades de las personas.

A la hora de [definir una idea antes de convertirla en un proyecto de negocio](#) solemos cometer dos errores, por un lado nos centramos en nuestra interpretación del problema y nos olvidamos de entender las necesidades reales de los demás, y por otro, nos lanzamos a emprender sin haber validado correctamente si la solución que hemos pensado resuelve un problema real para otras personas.

Esa brecha entre lo que nosotros creemos que es la solución a un problema y lo que realmente resuelve una necesidad concreta de las personas se puede cerrar si hacemos un esfuerzo por empatizar con los demás, es decir, ponernos en su piel y entender sus necesidades verdaderas, y eso sólo se consigue **comprendiendo qué ve, qué dice, qué escucha y qué siente**, es decir, su **mapa de deseo** como veremos más adelante.

Design Thinking para hacer realidad tu idea

Da igual que sea una o varias ideas, lo importante es tener algo para seguir avanzando y profundizando en esa idea que quieres encontrar. Cuanto más avances más probabilidades hay de encontrar tu idea inicial para el proyecto que quieres emprender.

Una vez que te decidas por una de ellas vamos a seguir un **proceso de Design Thinking para llevar esa chispa inicial a convertirse en un prototipo de producto o servicio que aporte valor a la sociedad** (y que de paso sea un negocio viable y te haga ganar dinero).

Este proceso de Design Thinking consiste básicamente en una metodología para resolver problemas que **pone al ser humano como protagonista para descubrir cuáles son sus necesidades reales**.

Proceso de Design Thinking



Con este método vas a conseguir definir **soluciones funcionales a problemas reales**, que una vez probadas por los usuarios, tus clientes, sabrás si realmente soluciona su problema o no.

Para conseguir tener **una idea que sea funcional**, es decir **que resuelva problemas reales** para los demás y que la gente esté dispuesta a pagar por ello, debe cumplir estas 3 características:

1. **Ser una idea centrada en las personas.** Para definir y validar tu idea antes de lanzar el primer prototipo de tu producto o servicio, debes empezar por **empatizar con los demás**, para de esa forma entender sus verdaderas necesidades. Por tanto, tu proceso deberá **centrarse en la persona**, desde la empatía profunda y la comprensión de sus necesidades y motivaciones.
2. **Ser una idea optimista**, es decir, te tienes que creer e interiorizar que realmente va a resolver el problema o la necesidad que te has propuesto. Sin emoción y confianza en el éxito de tu idea difícilmente se hará realidad o podrás convencer a otros.
3. **Saber experimentar** y cambiar rápidamente según la reacción e interacción de los que la usan. Vas a necesitar humildad ante todo, pues son los usuarios y sus opiniones los que te van a guiar en tu proceso de mejora.

Una vez vistas las 3 características principales de tu idea, vamos ahora a seguir las **5 fases del proceso de Design Thinking para pasar de tu idea inicial al producto o servicio final que quieres lograr**:

Fase 1: Empatiza con las necesidades de los demás

Lo primero es identificar a tu público objetivo, el nicho de mercado al que te quieres dirigir y tratar de definir la principal necesidad de tu cliente ideal. Para ello vamos a definir un **mapa de empatía** para entender mejor como es ese cliente ideal, observándolo y entrevistándolo.

Podemos seguir esta lista para definir y entender a ese cliente al que te vas a dirigir:

- Cuál es su nivel educativo y en qué trabaja
- Cuál es su edad, sexo, estado civil y donde vive
- Cuáles son sus necesidades, motivaciones, puntos de dolor y miedos
- Cuáles son sus objetivos en la vida
- Cuáles son sus hábitos y rutinas
- Cuáles son sus intereses y hobbies

Y con esta información trata de responder estas preguntas para **diseñar su mapa de empatía**:

- ¿Qué ve? ¿Qué dice? ¿Qué escucha? ¿Qué siente?
- ¿Cuáles son sus intereses, aspiraciones, desafíos y problemas?
- ¿Cómo toma sus decisiones?

MAPA DE EMPATÍA



SINCRONIZA **TU**TALENTO.com

A continuación haz una **lista de lo que asumes sobre tus clientes ideales**:

- Creo que mis clientes necesitan _____
- Esa necesidad se puede resolver con _____
- Mis primeros clientes van a ser _____
- Lo primero que mis clientes quieren conseguir con mi producto o servicio es _____

En caso de que puedas entrevistarlos, las mejores preguntas para entender a tus clientes potenciales podrían ser estas:

- ¿A qué te dedicas?
- Cuéntame cómo es un día normal en tu vida
- ¿Cuánto tiempo tardas en hacer _____ (problema que quieres resolver)?
- ¿Normalmente cuál es el peor momento de tu día?
- ¿Qué producto o servicio te gustaría tener y que aún no existe?
- ¿Qué tarea te cuesta más hacer en tu día a día?
- ¿Qué podría hacerse para mejorar tu experiencia de usuario con _____?

Fase 2: Define tu idea

Antes de decidirte por el que será tu proyecto piensa en muchas ideas, cuantas más mejor, y no te obsesiones con una de ellas, pues probablemente acabará cambiando y evolucionando. Por tanto no te limites, deja fluir tu creatividad apuntándolo todo sin descartar nada.

Decidirte por alguna idea en específico va a representar renunciar a otras, hazlo con un criterio razonable y objetivo, y antes de definirte por tu idea final deberías hacerte las siguientes preguntas:

- ¿Estaría la gente interesada en esta idea?
- ¿Creo que esta idea podría impactar positivamente en la vida de los demás?
- ¿Pueden mis habilidades ofrecer soluciones a los problemas comunes de la gente?

Recuerda que **las mejores ideas de emprendimiento suelen cumplir estas 3 características**:

1. **Son simples**: resuelven un problema en específico para un tipo de cliente en concreto.
2. **Tienen un beneficio claro**: aunque sea un solo producto o servicio como principal fuente de ingresos.
3. **Se enfocan en un mercado amplio**, al menos de varios millones de potenciales clientes o usuarios.

Por tanto, teniendo en cuenta todo lo anterior, si ya estás estancado con una idea, replantéate si ese proyecto realmente te conviene y te convence.

Y sin embargo, si tu idea no se te va de la cabeza y no para de crecer en opciones y posibilidades puede que hayas descubierto un posible negocio extraordinario.

Fase 3: Valida tu idea

Una vez que has seleccionado y definido tu idea, tendrás que investigar y aprender aún más sobre ella para entender si realmente es realizable y puede funcionar como proyecto y negocio.

Para validar tu idea:

1. Busca y estudia lo más que puedas sobre esa temática, libros, blogs y publicaciones.
2. Insíbete en todos los eventos donde puedas interaccionar con emprendedores como tú que están desarrollando ideas o proyectos similares. Allí podrás conocer a quién te pueda asesorar y orientar.
3. Investiga opciones de financiación, costos y opciones legales.
4. Analiza el mercado al que te vas a enfrentar y estudia a tu posible competencia.

Y sobre todo, quítate el miedo de que alguien te vaya a robar la idea, **pues una idea sin más no sirve de nada**, detrás tiene que tener unos antecedentes, una emoción y un conocimiento. **Lo mejor que puedes hacer es compartirla y contarla a los demás**, sin miedo, para que te den su opinión, un punto de vista fresco y neutro de alguien que no está cegado por la pasión de haber creado algo propio. Ese feedback de los demás es la parte más importante en este proceso de prueba-error.

Este sería el plan básico para validar tu idea:

1. **Estudia tu mercado y la competencia a la que te vas a enfrentar.** Esto lo veremos con más detalle en el siguiente capítulo.
2. **Crea tu historia**, un discurso tipo que puedas repetir una y otra vez sobre tu idea. Bien estructurado y entrenado de forma que no dudes o divagues cuando alguien te pregunte de qué se trata.
3. **Busca casos de fracasos relacionados con iniciativas similares a tu idea.** Es la mejor forma de entender en que fallaron y qué es lo que no tienes que hacer.
4. **Asiste a eventos relacionados con tu temática**, sólo allí coincidirás con los mejores, los que te pueden inspirar y a los que puedes emular
5. **Encuentra algunos de los que serían potenciales clientes reales que estarían dispuestos a usar tu producto o servicio**, conócelos y e interacciona con ellos y averigua su reacción a estas tres preguntas clave:
 - ¿entienden a la primera de qué se trata tu idea?
 - ¿realmente les resuelve un problema?
 - ¿estarían dispuestos a pagar por ello?

Fase 4: Tu primer prototipo

Pasar de la teoría a la práctica es siempre un reto y una necesidad. Sin algo tangible y experimentable los usuarios no pueden hacerse una idea real de lo que les estamos ofreciendo.

Igual que una imagen vale más que mil palabras, **un prototipo vale más que mil reuniones explicando una idea.**

Hay 3 niveles en esta fase:

1. Inspiración inicial sobre lo que podría ser
2. Evolucionar a lo que realmente debería ser
3. Por último validar lo que finalmente va a ser

Un prototipo es una herramienta fantástica para ayudarte a fallar rápido y aprender rápido, pues cuanto antes detectes los fallos más barato será corregirlos para volverlo a intentar. Los prototipos se construyen para aprender, resolver dudas sobre su uso y rectificar en caso de ser necesario.

Hay muchos tipos de prototipos y seguro que alguno se adapta a lo que necesitas para exponer y explicar tu idea. Puede ser un video explicativo, una landing page, una storyboard, un blog o una simple presentación en powerpoint o similar, todas ellas son opciones digitales igual de válidas y normalmente económicas de diseñar.

Fase 5: Prueba y vuelve a repetir el proceso

Una vez que ya tienes uno o varios prototipos de tu idea, es hora de probarlos con usuarios reales. Y probarlos te ayudará a mejorarlos y a aprender más de esos usuarios. Déjales que los usen, los prueben y opinen. Y lo más importante, **escucha lo que dicen y no te obsesiones con tu idea.**

Conclusión

Es muy posible que tengas una buena idea y que tengas amigos que podrían sumarse a ese proyecto. Todo consiste en que lo organices y desates la tormenta de ideas que necesitas para definir el modelo de negocio que esté conectado con lo que gusta, lo que se te da bien, lo que la sociedad necesita y por lo que estarían dispuesto a pagar.

El proceso de Design Thinking te va a ayudar a resolver problemas de cualquier tipo, experimentando y explorando opciones centradas en las personas por lo que es necesario combinar creatividad y racionalidad para satisfacer sus necesidades.

Para ello vas a empezar empatizando con las necesidades de los demás hasta identificar su problema, después vas a pensar como ellos piensan y vas a diseñar tu solución con ellos. Por último no te olvides de **tener en cuenta sus emociones.**

Ahora es tu turno. Sueña en grande y piensa en grande, empatiza con las necesidades de los demás y valida tu idea de negocio.