

L U M B R E



El cliente que te responde: a quién hablar y qué preguntar

Materia: Valida tu idea antes de invertir

07/10/2026

Antes de empezar

La mejor prueba barata para el supuesto de valor es una conversación con alguien que ya sufre el problema y ya paga por él. Este módulo te enseña a elegir a los quince o veinte entrevistados correctos (no son tus amigos), a conducir la charla sin vender nada, y a preguntar por conductas pasadas: cuándo te pasó, qué hiciste, cuánto pagaste, a quién más buscaste. Terminarás con una guía de entrevista lista para usarse esta semana y con la regla que separa el interés real del cumplido.

QUÉ APRENDERÁS

- Definir a quién entrevistar y preparar preguntas que revelen conductas y gastos reales, no opiniones amables.

No preguntes si les gusta: pregunta qué han

hecho



En la entrevista no se busca la razón: se busca la anécdota, el número y el enojo.

Los supuestos de valor y de cliente se comprueban conversando con **quien vive el problema hoy**, no con quien lo entendería. La selección de entrevistados es la mitad del trabajo: la lista sale de tu supuesto de cliente («dueña de lavandería de una sucursal, compra mayoreo los lunes»), y se completa con criterios de rigor: **sufrió el problema en las últimas semanas, ya gasta algo en resolverlo** (dinero, tiempo o tolerancia), **puede contarte una historia concreta**, y **no te debe cariño**. Amigos, familiares y compañeros de cursos cumplen las tres primeras condiciones de vez en cuando; la cuarta nunca: su «qué bonito» no es dato, es afecto.

¿Cuántas conversaciones? **Entre quince y veinte**, de veinte a treinta minutos cada una. Con cinco empiezan los patrones; con veinte el patrón ya se puede apostar. Y hay una regla de conducta personal que decide el éxito del día: **en la entrevista no se vende nada**. Si presentas tu solución, el entrevistado entra en modo amable y te contamina todas las respuestas: dejarás de saber qué haría sin ti ahí.

El pasado es honesto; el futuro es cortés

Toda pregunta de validación seria se formula en **pasado y concreto**. En lugar de «¿te interesaría una app para controlar tus gastos?»: «cuéntame la última vez que no sabías cuánto habías gastado en insumos esta semana: qué hiciste, a quién le preguntaste, qué salió mal». En lugar de «¿pagarías 300 pesos al mes?»: «¿en qué gastas hoy para resolver esto?, ¿cuánto pagaste la última vez?, ¿qué alternativas probaste y por qué las dejaste?». Las tres banderas rojas que debes escuchar dentro de tus propias preguntas: **futuro** («¿comprarías?»), **generalidad** («¿te parece útil?») y **halago** («¿qué te parece mi idea?»). Si la pregunta cae en alguna, reformula: la respuesta válida siempre tiene fecha, cifra y verbo de acción.

La guía de la conversación sigue cinco paradas, todas de curiosidad sincera por el otro, no de orgullo propio: **uno. la historia del problema** («cuéntame la última vez que pasó...»: si no recuerda una escena concreta, el problema no existe o no le duele). **Dos. la solución actual** (¿qué haces hoy?, ¿con qué frecuencia?, ¿cuánto tiempo te quita?). **Tres. el costo real** (¿cuánto pagas?, ¿contaste tu tiempo?, ¿has comprado algo para esto?). **Cuatro. la búsqueda** (¿probaste otra cosa?, ¿buscaste en internet, le preguntaste a alguien?, ¿por qué dejaste lo que dejaste?). **Cinco. la decisión** (¿quién paga?, ¿quién usa?, ¿de cuánto es el gasto anual de esto?).

El registro se hace **literal**: las frases del entrevistado, no tu resumen («me duele porque pierdo el lunes» vale más que «tiene un problema de control»). Se anotan también las señales de energía: el enojo, la risa amarga, el «uf, sí», el tiempo que se extiende contando. Después de la quinta entrevista, agrupa: ¿qué dolores se repiten con las mismas palabras?, ¿qué cifra de gasto se repite?, ¿todos hacen lo mismo los lunes? Esos patrones **son** tu evidencia; y si descubres que a nadie le pasó la semana pasada nada parecido, esa también es evidencia: un supuesto reventado por veinte pesos de transporte y una tarde de valor.

El cliente que no recuerda la última vez que sufrió tu problema no tiene tu problema: tiene tu hipótesis.

— Lumbre · Empresa

Preguntas que parecen buenas y preguntas que sirven

La que no sirve	Por qué falla	La que sí
«¿Te interesaría un servicio así?»	Pregunta por un futuro hipotético: activa la cortesía	«¿Qué hiciste la última vez que te pasó?»
«¿Pagarías 300 pesos al mes?»	Precio inventado por ti, respuesta imaginaria por él	«¿En qué gastas hoy y cuánto pagaste la última vez?»
«¿Qué te parece mi idea?»	Busca halago: contamina la respuesta	«¿Por qué decidiste la opción que tienes hoy?»
«¿Crees que es un problema común?»	Opinión sobre otros, no conducta propia	«¿Cuándo fue la última vez que te quitó tiempo?»
«¿Usarías una app para esto?»	Pregunta por la solución, no por el problema	«¿Qué alternativas probaste antes y por qué las dejaste?»

1. Clasifica cada pregunta de la entrevista según lo que busca averiguar:

Elementos:

- «Cuéntame la última vez que perdiste un pedido por no saber tu existencia»
- «¿Cuánto pagaste el mes pasado por resolver esto, contando tu tiempo?»
- «¿Quién aprueba en tu casa o negocio cuando se compra algo así?»
- «¿Qué probaste antes de quedarte con la libreta de papel?»
- «¿A cuánto sale al año lo que gastas en esto hoy?»

Conducta pasada	. . .
Gasto actual	. . .
Quién decide	. . .

2. Después de quince entrevistas, el emprendedor resume: «a todos les encantó mi app, 13 me dijeron que la comprarían». Pero no puede citar ni un gasto actual ni una escena pasada de ninguna de las quince. ¿Qué pasó?

- ☐ Pocos entrevistados: necesitaba cien para que el resultado fuera confiable
- ☐ La muestra estuvo mal elegida: las entrevistas solo valen cuando son con desconocidos
- ☐ Las preguntas buscaron opiniones del futuro y no conductas del pasado: los trece «me encanta» son cortesía, no evidencia de que el supuesto de valor sea cierto
- ☐ Que eligió mal el negocio: las apps nunca se validan entrevistando

3. Conviene incluir en las entrevistas a familiares y amigos cercanos para juntar más respuestas y llegar antes a veinte.

- ☐ Verdadero
- ☐ Falso

4. Redacta tu supuesto de cliente en una frase (quién, dónde, cuándo le pasa) y escribe tu guía de entrevista con las cinco paradas. Formula cada pregunta en pasado y con cifra posible: si alguna cae en «¿te gustaría...?», reescríbela. Agenda cinco conversaciones reales esta semana con gente que no te deba afecto.

La prueba de que tu guía sirve: leerla y ver que ninguna respuesta puede salvarte la mañana del lunes.

Para dominar este tema

Lo esencial que debes saber

- La muestra sale del supuesto de cliente: sufrió el problema hace poco y ya gasta en él.
- Amigos y familia no son muestra: el cariño contamina la respuesta.
- En la entrevista no se vende nada: presentar la solución falsea todas las respuestas.
- Preguntas en pasado y con cifra: escena, solución actual, costo, búsqueda y decisión.
- Se registra literal y se buscan patrones: veinte conversaciones bien hechas valen por cien encuestas.

Preguntas clave del tema

1. ¿Cómo se define a quién entrevistar?
2. ¿Por qué no se presenta el producto en la entrevista?
3. ¿Qué hacen las tres banderas rojas de las preguntas?
4. ¿Cuáles son las cinco paradas de la conversación?
5. ¿Qué se anota para que la entrevista sirva de evidencia?

Lo que debes poder hacer

- Seleccionar veinte entrevistados representativos del supuesto de cliente.
- Conducir una entrevista sin vender y registrando frases literales y cifras.
- Detectar en tus patrones el supuesto reventado, no el halago acumulado.

ACTIVIDAD INTERACTIVA
DISPONIBLE EN LUMBRE

5. Chequeo: la entrevista que no mendiga cumplidos



Siguiente: *La prueba mínima: preventa, captación y prototipo sin gastar meses* — cuando la conversación ya muestra el dolor y el gasto, la pregunta se vuelve incómoda de verdad: ¿sacará la cartera? Tres pruebas baratas para saberlo antes de que el ahorro se convierta en inventario.

Referencia curricular

Materia:	Valida tu idea antes de invertir
-----------------	----------------------------------

Versión interactiva completa (con actividades, videos y autoevaluación):



<https://empresa.lumbre.lat/object/emp-emp-c45-m02-0a01>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat