

techstars_ Startup Weekend Sustainability Bolivia

Recordatorios para el resto del día

- Definir tu modelo de monetización
- Hacer tu MVP
- Clínica del pitch



Edición:

Equipo:

HIPÓTESIS



Problema a resolver:

Define cuál es el problema que merece ser solucionado en este fin de semana.
Te recomendamos basarte en la fórmula: Perfil + Necesidad + Barrera.

Persona que tiene el problema:

Describe las características de la persona que sufre el problema antes planteado.

- Nombre
- Familia
- Residencia
- Edad
- Ocupación
- Intereses
- Estado Civil
- Lugar de residencia
- Metas

Solución potencial:

Describe de manera breve y clara la solución en una oración.

INVESTIGACIÓN



Preguntas clave:

Plantea preguntas abiertas para obtener información que te ayude a validar las hipótesis del bloque anterior.

Salir del edificio:

Al definir las preguntas clave, dirígete a los lugares donde puedas encontrar a personas con el perfil antes planteado y entrevístatelas.

Soluciones existentes:

Investiga cómo las personas solucionan el problema actualmente, ya sea con una solución manual, tradicional o tecnológica.

APRENDIZAJE



Resultados de la investigación:

Analiza todas las respuestas y escribe la información más reveladora que descubrieron para definir de manera concreta el problema que van a resolver.

PRODUCTO MÍNIMO VIABLE



Propuesta de valor:

Comunica con un mensaje claro qué hacen y por qué son mejores que la competencia.

Características de la solución:

Enlista tu producto o servicio a solo 2 características clave para demostrar que el problema es solucionado.

MODELO DE NEGOCIO



Costos de operación:

Suma los costos esenciales que generarías para operar mensualmente el producto mínimo viable con una cantidad considerable de usuarios/clientes.

Modelo de ingresos:

Al tener claro cuánto es el costo mensual de operación, define cuánto y cómo los cobrarás a tus clientes.

MVP

¿Qué es un MVP?

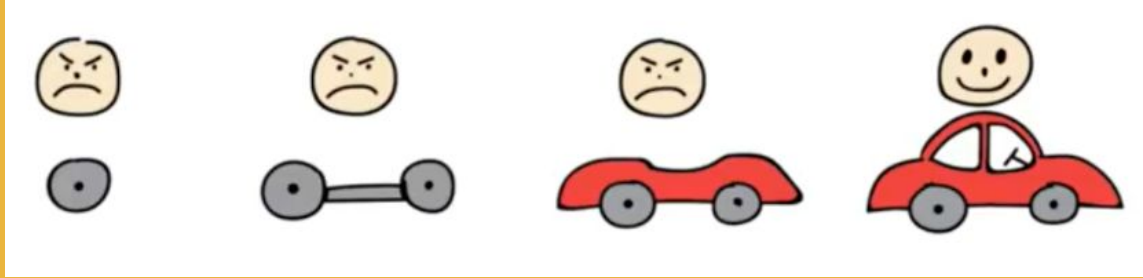
Es parte de un proceso.

Minimum Viable
Product

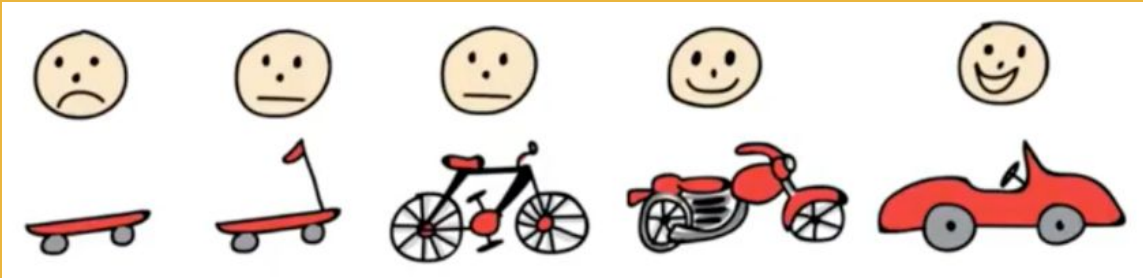
Producto Mínimo Viable

Es una versión del producto que incluye **solo las características mínimas** que lo hacen viable, resolviendo **un problema central para un conjunto de usuarios.**

Así... no



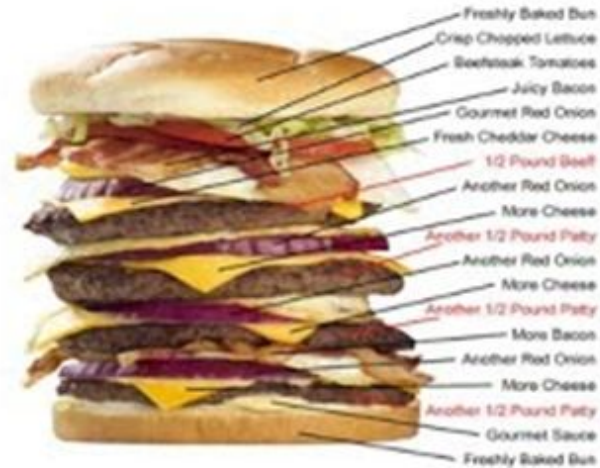
Así... sí



MVP



PRODUCT



¿Para qué un MVP?

- *Nuestro objetivo principal es aprender y obtener toda la retroalimentación posible.*
- *Queremos iterar de la manera más rápida y barata posible.*
- *Muchos de los supuestos que tenemos pueden ser aclarados.*

¿Para qué un MVP?

- El Producto más **rápido y barato** posible.
- Para **llevarlo a los clientes** rápidamente.
- Para poder **observar y medir resultados**.

Algunas herramientas o formas de MVP

Videos Explicativos

Landing Page

Prototipos “apps”



Consejo...

Empezar es más importante a
— que esté perfecto.

Ser **CREATIVOS**

Modelo de ingresos / monetización

HIPÓTESIS



Problema a resolver:

Define cuál es el problema que merece ser solucionado en este fin de semana.
Te recomendamos basarte en la fórmula: Perfil + Necesidad + Barrera.

Persona que tiene el problema:

Describe las características de la persona que sufre el problema antes planteado.

- Nombre
- Familia
- Residencia
- Edad
- Ocupación
- Intereses
- Estado Civil
- Lugar de residencia
- Metas

Solución potencial:

Describe de manera breve y clara la solución en una oración.

INVESTIGACIÓN



Preguntas clave:

Plantea preguntas abiertas para obtener información que te ayude a validar las hipótesis del bloque anterior.

Salir del edificio:

Al definir las preguntas clave, dirige a los lugares donde puedas encontrar a personas con el perfil antes planteado y entrevístalos.

Soluciones existentes:

Investiga cómo las personas solucionan el problema actualmente, ya sea con una solución manual, tradicional o tecnológica.

APRENDIZAJE



Resultados de la investigación:

Analiza todas las respuestas y escribe la información más reveladora que descubrieron para definir de manera concreta el problema que van a resolver.

PRODUCTO MÍNIMO VIABLE



Propuesta de valor:

Comunica con un mensaje claro qué hacen y por qué son mejores que la competencia.

Características de la solución:

Enfoca tu producto o servicio a solo 2 características clave para demostrar que el problema es solucionado.

MODELO DE NEGOCIO



Costos de operación:

Suma los costos esenciales que generarías para operar mensualmente el producto mínimo viable con una cantidad considerable de usuarios/clientes.

Modelo de ingresos:

Al tener claro cuánto es el costo mensual de operación, define cuánto y cómo los cobrarás a tus clientes.

Modelo de negocios

Estructura compuesta por todos los aspectos de un proyecto, empresa, emprendimiento e incluye el modelo de ingresos

Modelo de ingresos

Estrategia de gestión de los flujos de ingresos y los recursos necesarios para cada flujo de ingresos. Responde a la pregunta: ¿Cómo vamos a generar valor económico? ¿Cómo vamos a monetizar la solución?

¿Cómo vamos a vender y a quiénes?

B2C: directo al consumidor

B2B: directo a una empresa

B2B2C: a una empresa y luego le llega a un consumidor final

B2G: al gobierno

Algunos modelos de ingreso:

- *Anuncios - publicidad*
- *Transacciones*
- *Freemium*
- *Suscripción*
- *Comisión*

Algunos modelos de ingreso:

- *Afiliación*
- *Market place*

Para elegir un modelo de ingresos, tienes que conocer a tu cliente indagando...

- ¿Cómo compran?
- ¿Con qué frecuencia?
- ¿Cómo pagan?
- ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar?
- ¿Qué tan replicable es este modelo en otros lugares / mercado?

Pricing / Precio

¿Cuánto están dispuestos tus clientes a pagar?

¿Ese precio nos puede generar suficientes ganancias para cubrir costos y crecer?

Tener el precio más bajo del mercado como único beneficio no es siempre lo adecuado

Costos

Piensen en...

Calcular qué inversión inicial necesitan para comenzar el negocio

Cuáles son los costos de operación una vez iniciado el negocio

Ingresos

Calculen...

**Cuántas personas
necesitan usar su solución
para que sea rentable**

**Determinen el precio de su
solución**

**Proyecten cuándo llegarían
al punto de equilibrio**

Diviértanse, aprendan y colaboren.