

Informe de participación Startup Weekend 2025 - Equipo “LinkUp”

Elias Sebastian Gill Quintana

Noviembre 2025

1. Etapa 1 – Ideación y Pitch Inicial

Durante la fase de ideación, inicialmente presenté una idea propia (TaxOCR), aunque no logró reunir suficiente apoyo para formar un equipo de trabajo. Mi propuesta consistía en desarrollar un sistema OCR para la carga automática de facturas físicas, destinado a contadores. Este sistema permitiría que una cámara capture y procese la información de cada factura de manera automática, facilitando el trabajo contable y reduciendo la carga de ingreso manual de datos. La motivación para esta idea surgió de conversaciones con amigos contadores, quienes frecuentemente consultaban sobre la posibilidad de automatizar este proceso.

Posteriormente, me uní al equipo **LinkUp**, cuyo proyecto se centró en el desarrollo de una aplicación que permitiera a usuarios y organizaciones crear y visualizar eventos de todo tipo de manera personalizada. La aplicación ofrece herramientas de conveniencia como estadísticas, pasarela de pagos integrada y control de asistencias. Detectamos que, a pesar de la existencia de numerosos eventos a nivel país, no había una plataforma centralizada que permitiera localizar y gestionar eventos fácilmente, especialmente para extranjeros, quienes encuentran complejo y tedioso el acceso a esta información.

El problema me pareció altamente relevante, ya que personalmente he experimentado dificultades para localizar eventos de interés. Mi contribución al equipo se centró en el análisis del modelo de negocios y en la creación de los formularios de validación necesarios para recoger datos de usuarios y organizaciones.



Figura 1: Pitch inicial

2. Etapa 2 – Validación del Problema

Para validar el problema identificado, el equipo realizó inicialmente un **Journey Map**, con el objetivo de comprender las dolencias y emociones que los usuarios experimentan en las distintas etapas de interacción con la aplicación. Esta herramienta nos permitió visualizar los puntos críticos y oportunidades de mejora en la experiencia del usuario.

Posteriormente, presentamos los resultados de esta reflexión a mentores. Su feedback fue clave para comprender que la propuesta de valor para las empresas u organizadores de eventos radica principalmente en la publicidad que la plataforma ofrece a sus eventos, así como en los datos y retroalimentación que los participantes proporcionan. Esto representa un valor significativo distinto al que inicialmente habíamos considerado.

Para profundizar en nuestro conocimiento del público objetivo, realizamos una **encuesta en Google Forms** que exploró la receptividad de los usuarios hacia nuestra propuesta de producto. Además, conseguimos contactos relevantes como Victoria Samaniego (directora de relaciones y eventos de G5 Pro) y Hugo Gaona (dueño de TOP Shows), a quienes consultamos sobre la viabilidad y aceptación del producto en sus negocios.

Los principales hallazgos fueron los siguientes: las organizaciones muestran una recepción positiva, especialmente valorando las funcionalidades de analíticas y pasarela de pagos, estando dispuestas a pagar un fee o suscripción por el servicio. Por otro lado, los usuarios comunes están interesados en la aplicación, pero no muestran interés en un chat con IA ni en pagar una suscripción, salvo que la app ofrezca beneficios adicionales como descuentos u otros servicios.

Como resultado de esta validación, la idea inicial evolucionó significativamente. Originalmente, la aplicación estaba centrada en un chat con IA, pero tras los hallazgos se redefinió hacia un modelo basado en un **mapa de eventos** y una sección de lista de eventos. Esto implicó un cambio profundo en el modelo de negocio, enfocándose en ofrecer mayor utilidad y servicios completos para las empresas, así como beneficios más concretos para los usuarios.

The screenshot shows a Google Form interface. At the top, there is a logo for 'link up' with a location pin icon. Below it, a blue header bar says 'Sección 1 de 5'. The main title of the form is 'LinkUp' in bold black text. Underneath the title, there is a toolbar with icons for bold (B), italic (I), underline (U), and other document functions. A descriptive text below the title reads: 'Una encuesta para validar una solución web para buscar, descubrir y organizar eventos de todo tipo.' A single-question section follows, labeled 'Edad' with a red asterisk indicating it is required. The input field is a text area with the placeholder 'Texto de respuesta breve'. To the right of the form, there is a vertical toolbar with icons for adding questions, inserting media, and other form settings.

Figura 2: Encuestas

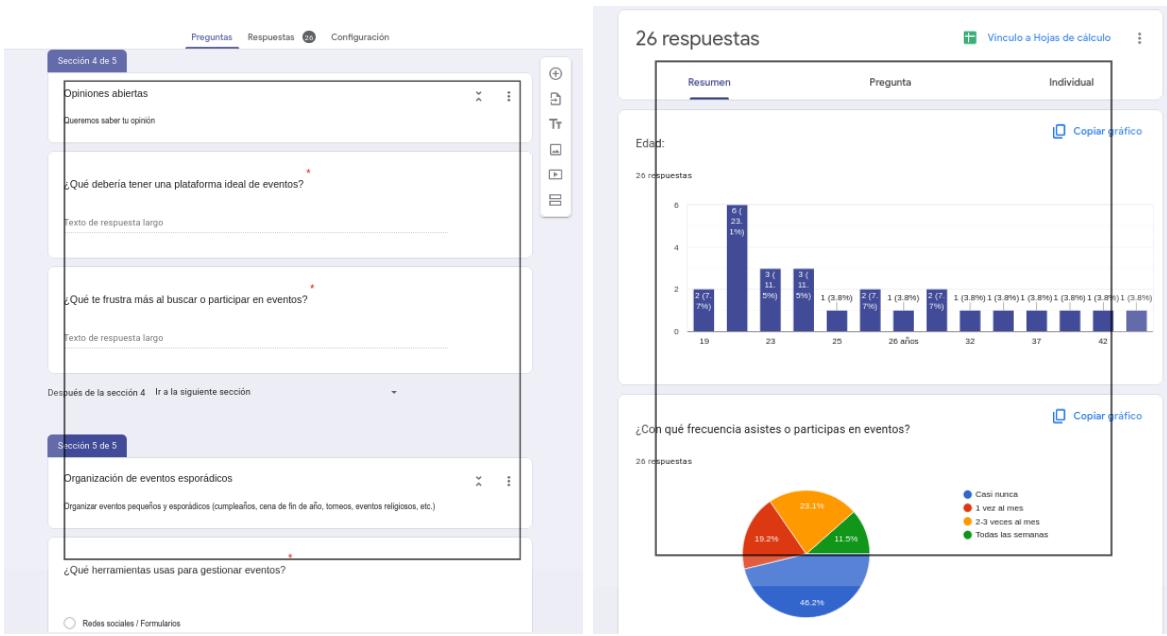


Figura 3: Etapa de validacion

3. Etapa 3 – Diseño de la Propuesta de Valor y Perfil de Usuario

El público objetivo del proyecto se definió como personas de entre 18 y 50 años interesadas en realizar actividades de ocio, ya sea asistiendo a eventos o participando en actividades organizadas por terceros.

Para caracterizar a este usuario principal, el equipo desarrolló un **Mapa de Empatía**, que permitió comprender sus necesidades, motivaciones, expectativas y frustraciones al momento de buscar y participar en eventos. Este análisis fue clave para guiar las decisiones de diseño de la aplicación y priorizar las funcionalidades más relevantes.

La propuesta de valor validada se define de manera diferenciada según el tipo de usuario:

- **Participantes:** la plataforma les permite encontrar fácilmente los eventos que desean, ofreciendo un acceso centralizado y conveniente para descubrir actividades de interés.
- **Organizadores y empresas:** obtienen valor a través de la publicidad de sus eventos, así como el feedback y análisis de los participantes, lo que les proporciona información útil sobre las preferencias de sus clientes y estrategias de negocio.

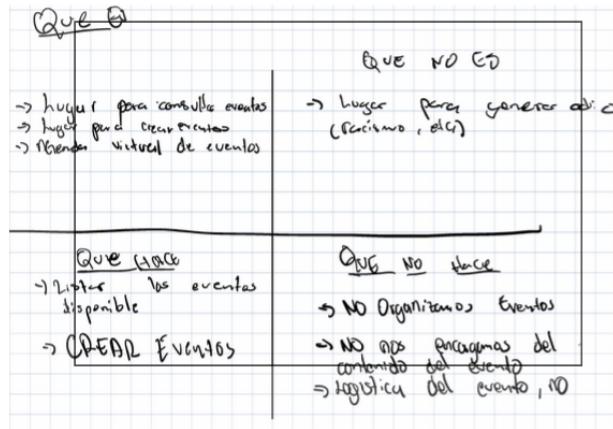


Figura 4: Mapa de empatía

4. Etapa 4 – Prototipado y Validación Rápida

El equipo desarrolló inicialmente **prototipos en papel** para explorar las ideas de diseño y la estructura de la aplicación. Estos prototipos permitieron visualizar el flujo y la disposición de los elementos, facilitando discusiones rápidas sobre mejoras y ajustes.

Posteriormente, se crearon **demos visuales en Figma**, con el objetivo de representar de manera más precisa cómo se vería la aplicación y cómo interactuarían los usuarios con sus distintas funcionalidades.

Mi participación directa en el prototipado fue limitada, pero contribuí proponiendo que el **layout principal se centrara en el mapa**, basándome en los resultados obtenidos de los formularios de validación. Esta decisión buscaba priorizar la facilidad de localización de eventos por parte de los usuarios.

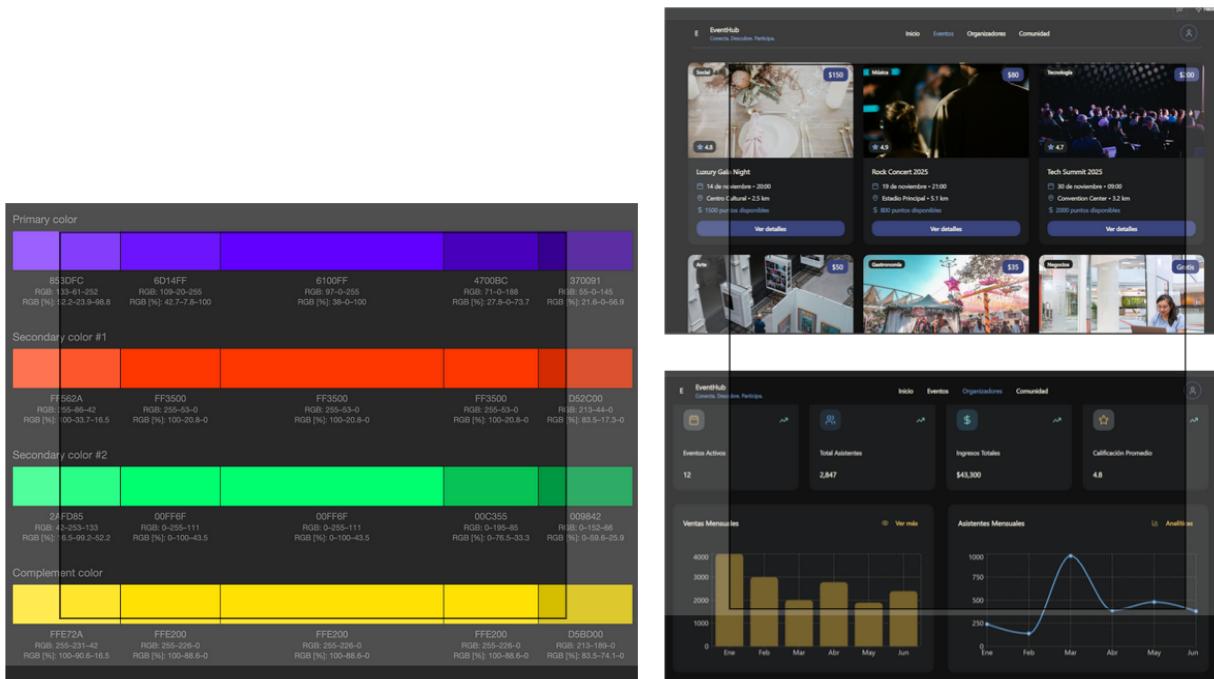


Figura 5: Galería de elementos visuales del proyecto

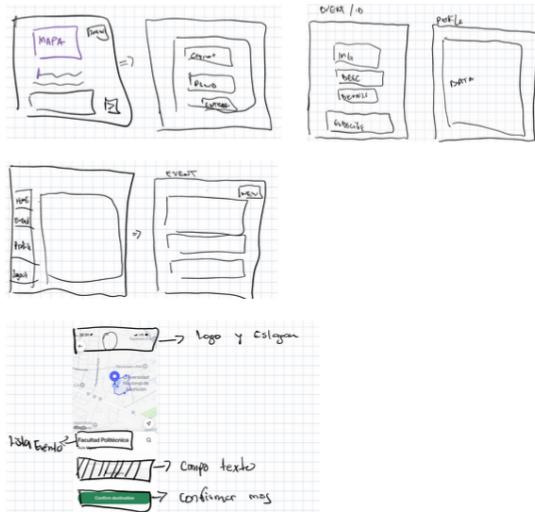


Figura 6: Prototipos dibujados

5. Etapa 5 – Presentación Final (Pitch)

El equipo trabajó en un pitch final cuidadosamente estructurado para presentar LinkUp, centrado en los siguientes puntos:

Problema: Los usuarios enfrentan dificultades para encontrar eventos en su zona debido a la dispersión de información en redes sociales y plataformas saturadas. La información que logran encontrar suele ser incompleta, confusa o poco confiable.

Solución: LinkUp es una plataforma móvil inteligente que centraliza todos los eventos, desde conciertos y ferias gastronómicas hasta talleres, eventos deportivos o charlas universitarias. La aplicación permite a los usuarios descubrir eventos según sus gustos, zona y disponibilidad, mostrando costo, ubicación y ofreciendo funcionalidades como favoritos y compartición con amigos. Los usuarios premium pueden acceder a beneficios adicionales, como descuentos y consultas ilimitadas a la IA de la app.

Valor para organizadores: Las organizaciones pueden crear y publicar eventos de manera rápida, obteniendo publicidad directa, venta de entradas y estadísticas personalizadas sobre el interés de los participantes, permitiéndoles tomar decisiones informadas sobre precios, horarios y campañas de marketing. LinkUp funciona como un canal directo con su público, ofreciendo insights reales y optimizando la inversión en publicidad.

Validación: El pitch se basó en los resultados obtenidos de la validación previa con usuarios y organizaciones, enfatizando la importancia de ofrecer valor concreto tanto a participantes como a organizadores.

Feedback del jurado: Uno de los principales comentarios del jurado fue que no se había definido claramente qué datos estadísticos se recopilarían, lo cual representa un área de mejora para futuras iteraciones de la plataforma.



Figura 7: Pitch final

6. Conclusión y Reflexión

Mi experiencia en el Startup Weekend me permitió comprender que el desarrollo de un producto implica considerar múltiples variables que a menudo no se tienen en cuenta al inicio. La validación constante y el feedback de expertos y terceros resultaron sustancial a la hora de identificar aspectos críticos del problema y ajustar la propuesta de valor de manera efectiva.

Durante el proceso, apliqué los principios de **DCU** y técnicas de validación, como el **Mapa de Empatía**, entrevistas y encuestas, para entender mejor las necesidades, expectativas y frustraciones de los usuarios. Esto me permitió aportar al equipo funcionalidades que realmente aportaba valor al usuario y a las organizaciones.

Si tuviera la oportunidad de repetir la experiencia, llegaría con una idea más trabajada desde el inicio, para poder formar un equipo de trabajo sólido alrededor de ella. Además, enfocaría mi energía primero en pensar en las necesidades del usuario y en la propuesta de valor, antes de concentrarme en el diseño visual o en la implementación técnica de la aplicación, siguiendo la lección aprendida sobre la importancia de priorizar al usuario en todo el proceso.



