

Test card



Subetapa:

Desarrollo



Tiempo:

30 min



Dinámica recomendada:

5 personas y/o individual



Materiales aplicación físico:

- Formato impreso (carta o doble carta)
- Plumones de punto fino o pluma



Materiales aplicación digital:

- Plantilla en Miro
- Laptops con internet



Enlace de descarga:

tooltec.mx



Notas al instructor:

Las hipótesis pueden ser redactadas como afirmaciones o como preguntas.

Se debe impulsar a los participantes a que sus experimentos realmente obtengan resultados contundentes.

Los experimentos no deben ser realizados a personas conocidas, ya que las respuestas pueden estar sesgadas por los lazos afectivos.

Test card

Herramienta que sirva para estructurar y delimitar un experimento determinado que sirva para validar o invalidar una suposición (hipótesis).

Para entender la herramienta de Test Card primero es necesario entender 3 conceptos relevantes: **Hipótesis de negocio, experimento, y validación.**

La tarjeta de prueba es una herramienta diseñada por Alexander Osterwalder con la finalidad de proveer a los usuarios una forma sencilla para diseñar un experimento a partir de una hipótesis relevante no validada.

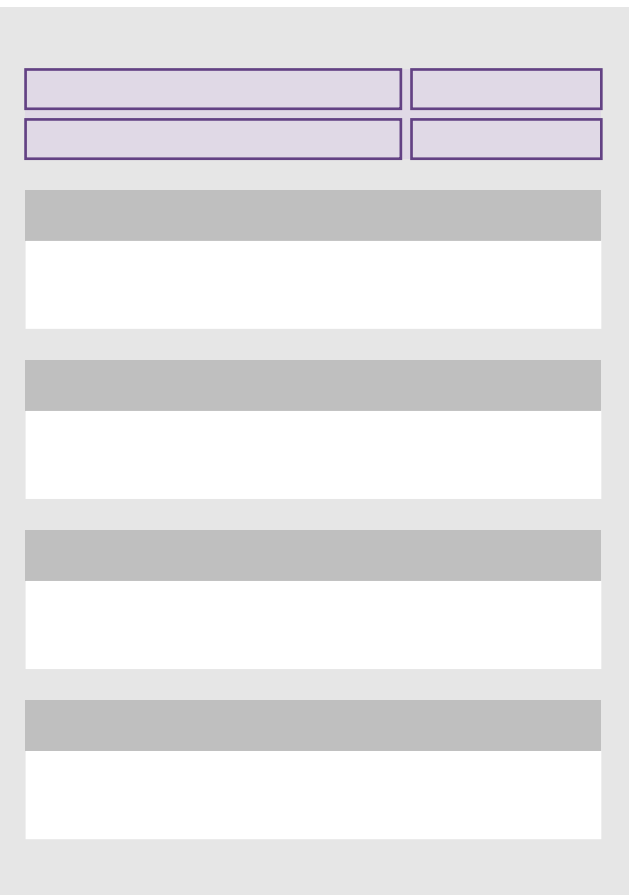
La tarjeta de prueba tiene cuatro pasos:

1. Hipótesis
2. Prueba
3. Métrica
4. Criterio de aceptación

Autor:
Alexander Osterwalder

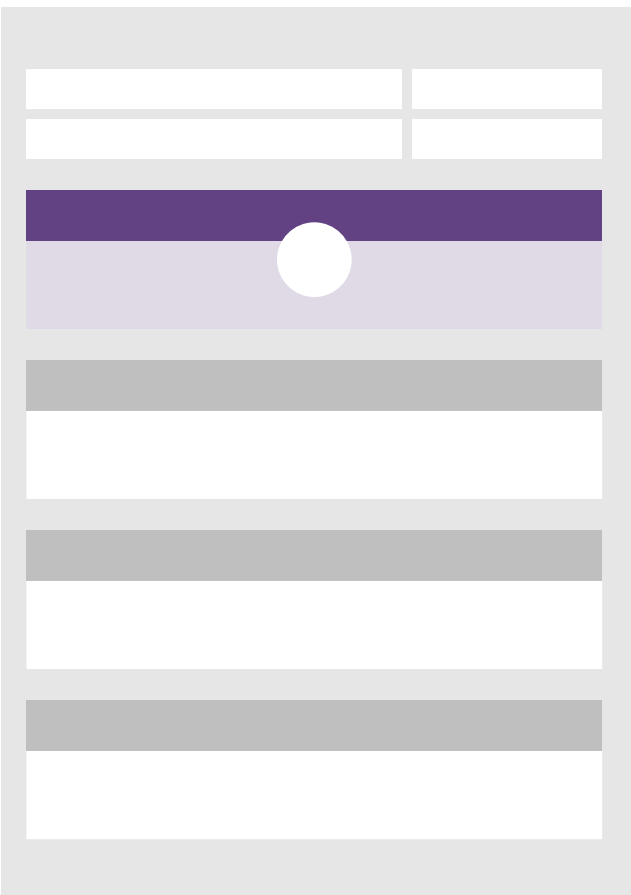
Bibliografía:
Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010b). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers (The Strategyzer series)* (1st ed.). John Wiley and Sons.

Referencias adicionales:
Ulwick, A. W. (2016). *Jobs to be Done: Theory to Practice* [Kindle Edition]. IDEA BITE PRESS.



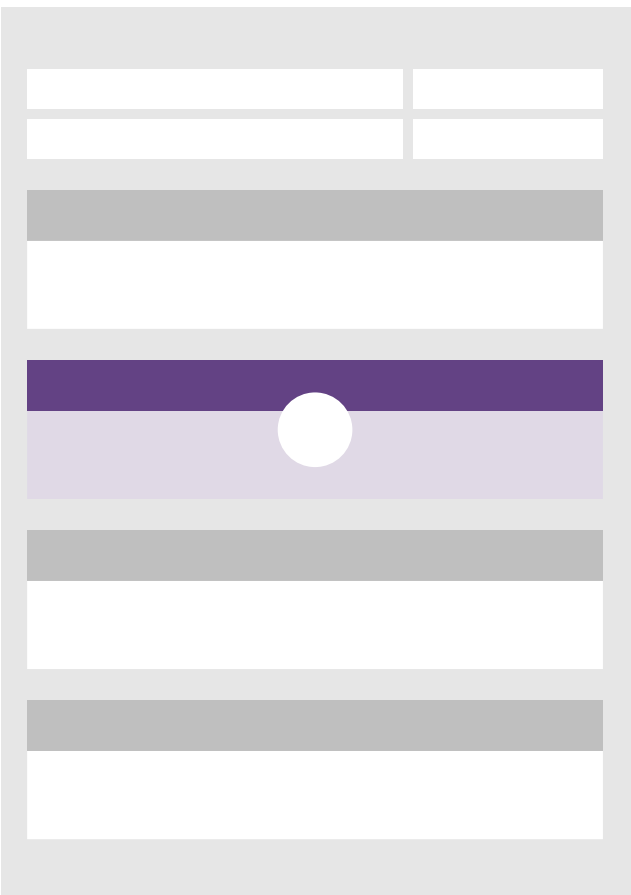
Paso 1: Determinar los datos generales de la tarjeta de prueba.

- **Nombre de la prueba:** Se refiere al nombre corto con el que se identificará el experimento.
- **Plazo (deadline):** Fecha límite establecida donde se deberá terminar el experimento.
- **Asignado a (assigned to):** Nombre de la persona responsable del experimento.
- **Duración (duration):** Es el tiempo estimado que se espera dure el experimento.



Paso 2: Creemos que.

Hipótesis que se quiere comprobar. Son las características que se creen puedan fallar en un producto/servicio.

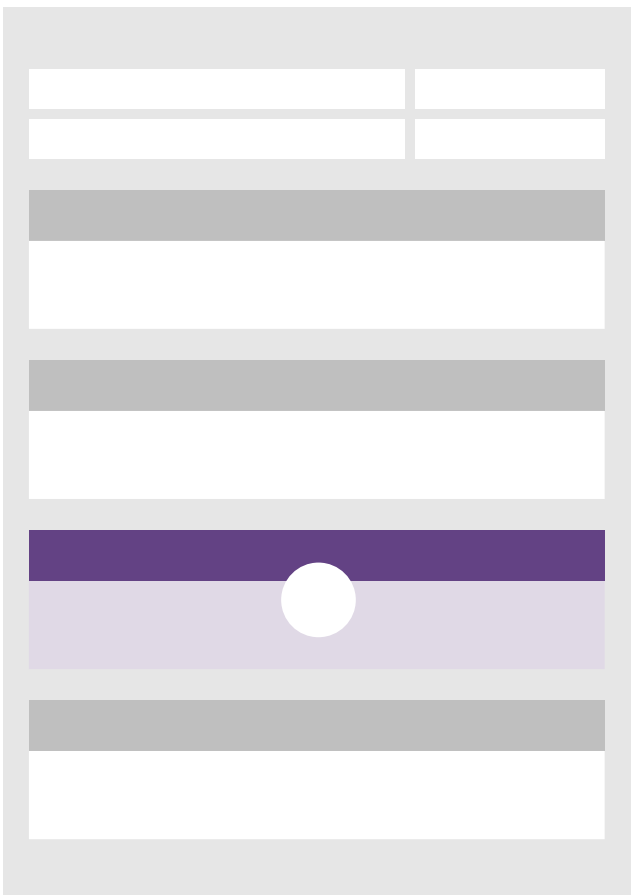


Paso 3: Para verificarlo, haremos.

Se describe el experimento que se va a utilizar para comprobar la hipótesis con el mercado meta. Se describe la herramienta a utilizar (video pitch, landing page o pretotipo). Por ejemplo, se van a entrevistar personas que hayan utilizado el pretotipo.

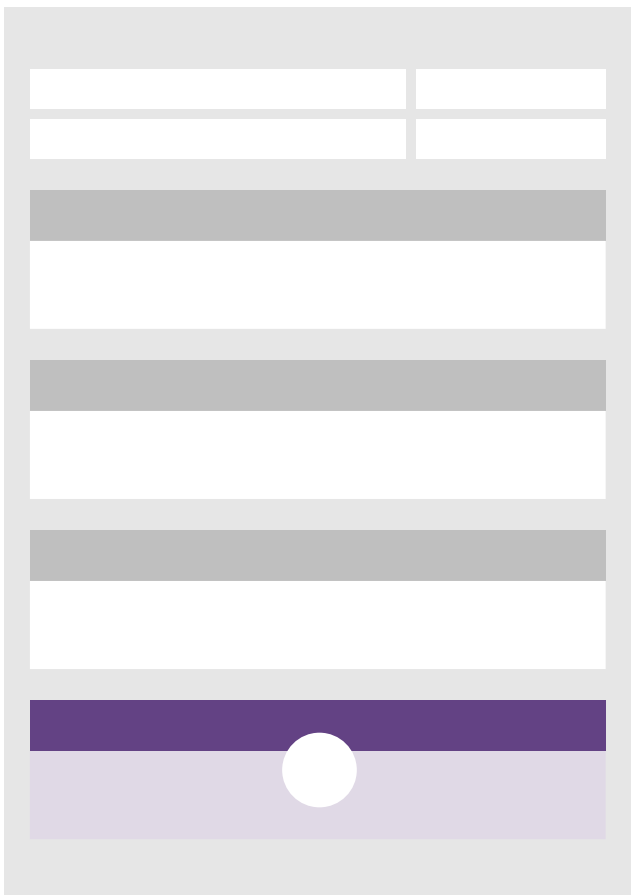
Test card

ImAd • 5



Paso 4: Y mediremos.

Se describe cómo se va a medir si la hipótesis se valida (es cierta) o se invalida (no es cierta). Por ejemplo, se medirá a las personas que están dispuestas después de la prueba a comprar el producto.



Paso 5: Tenemos razón si.

Se determina el rango mínimo en la medición que se debe obtener como resultado para que la hipótesis se valide. Por ejemplo, se validará si 7 de 10 personas deciden comprar el producto después de probarlo

Diseño original:
Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010b).
*Business Model Generation: A Handbook
for Visionaries, Game Changers, and
Challengers (The Strategyzer series)* (1st
ed.). John Wiley and Sons.

Adaptación:
ToolTec

Nombre de la prueba	Plazo
Persona responsable	Duración
<div>HIPÓTESIS</div> <div>Creemos que</div> <div>Decisiva:</div> <div></div>	
<div>PRUEBA</div> <div>Para verificarlo, haremos</div> <div>Costo de la prueba:</div> <div></div> <div>Confiability de datos:</div> <div></div>	
<div>MÉTRICA</div> <div>Y mediremos</div> <div>Tiempo requerido:</div> <div></div>	
<div>CRITERIOS DE ACEPTACIÓN</div> <div>Tenemos razón si</div>	

