

# Test card

 **Subetapa:**  
Desarrollo

 **Tiempo:**  
30 min

 **Dinámica recomendada:**  
5 personas y/o individual

 **Materiales aplicación física:**

- 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](http://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

ImAd · 5

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.

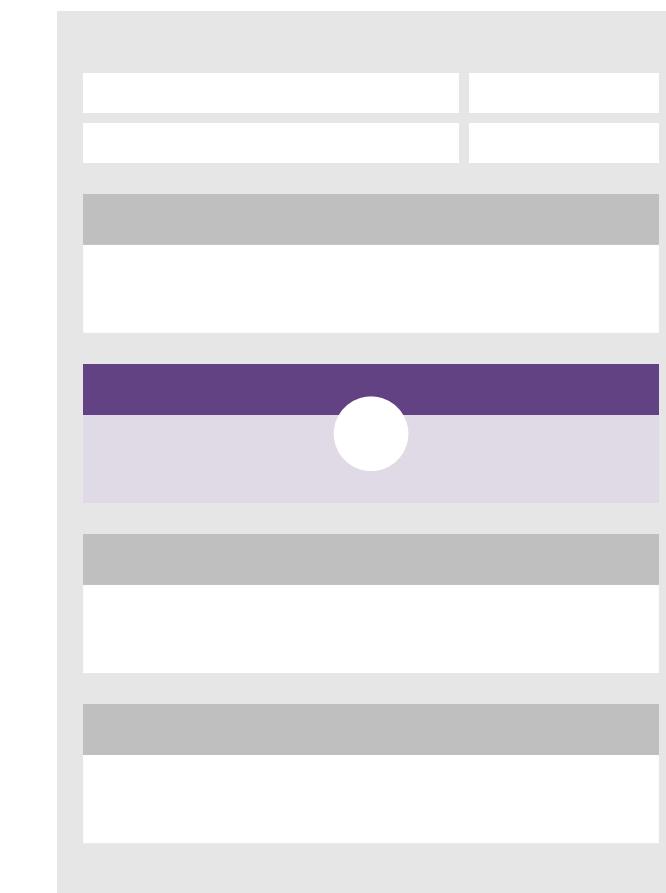
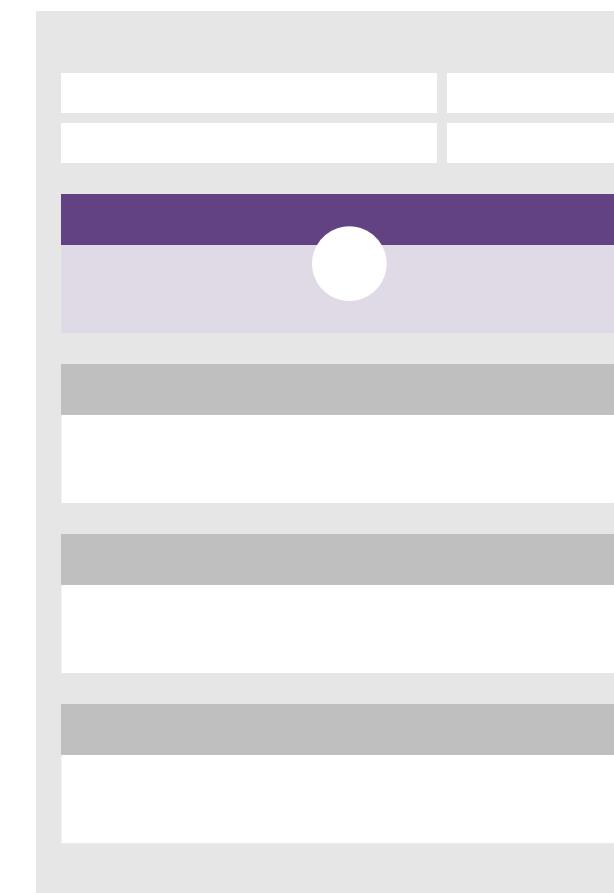
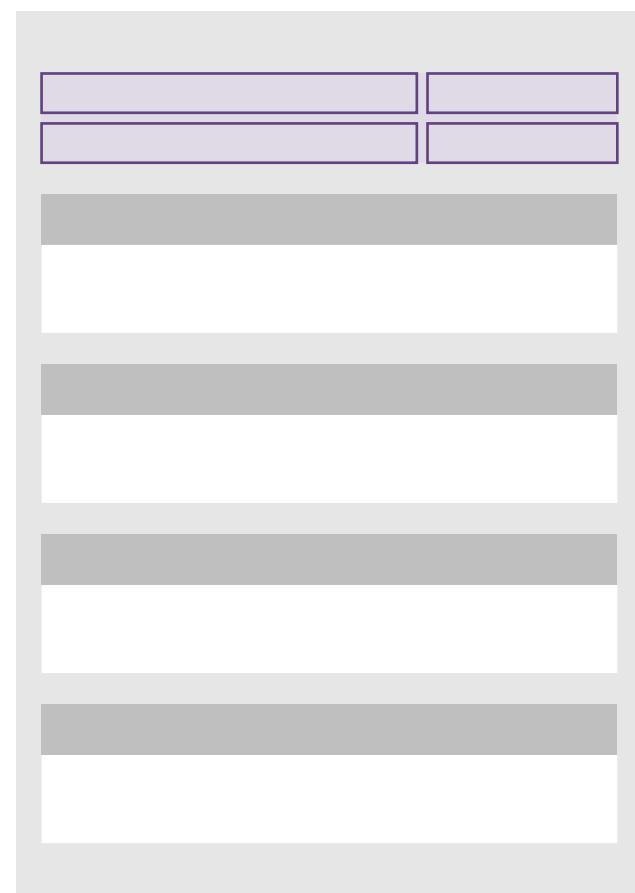
La tarjeta de prueba tiene cuatro pasos:

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.

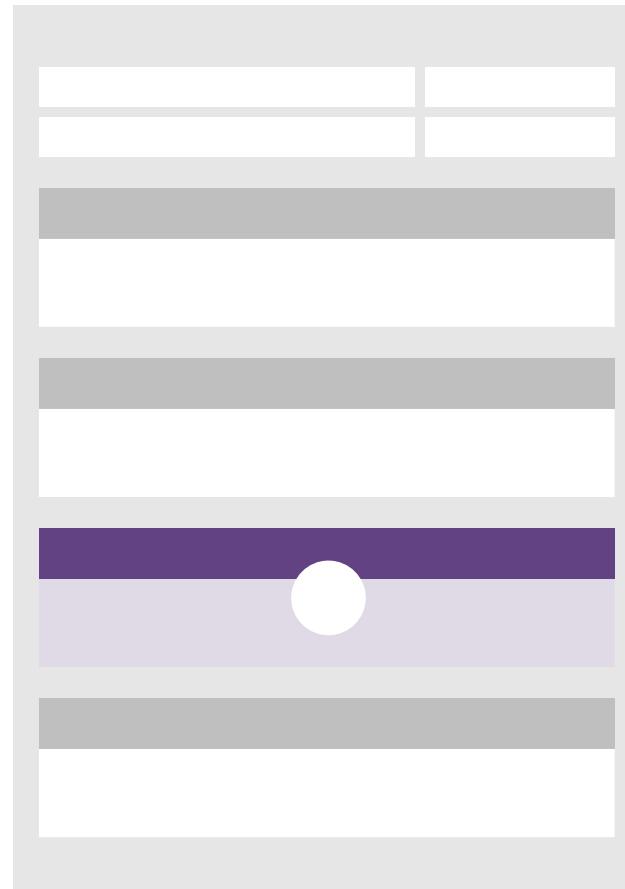


## Paso 3: Para verificarlo, haremos.

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 prototipo). Por ejemplo, se van a entrevistar personas que hayan utilizado el prototipo.

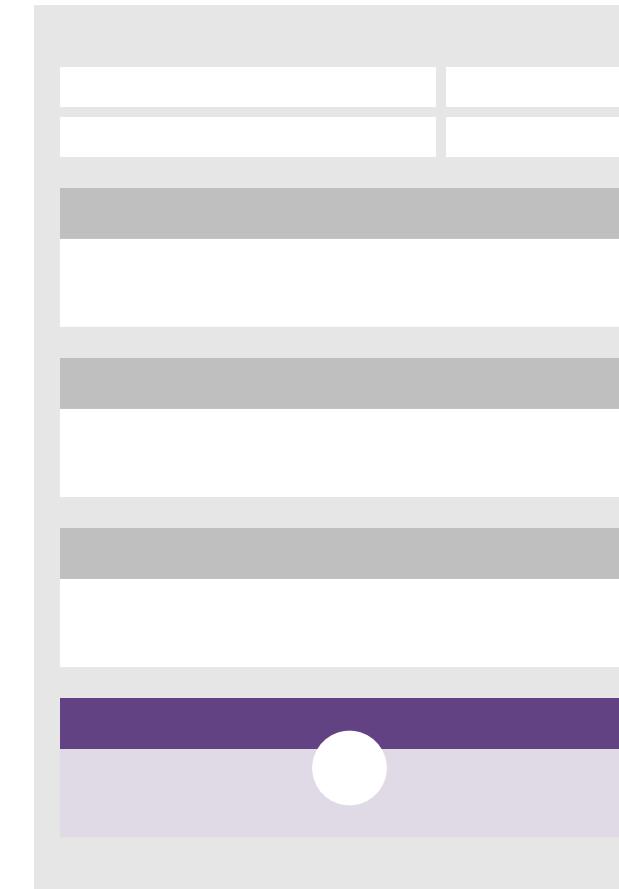
# Test card

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.

# Test card

ImAd · 5

## 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
HIPÓTESIS	
<b>Creemos que</b>	Decisiva: <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/>
PRUEBA	
<b>Para verificarlo, haremos</b>	Costo de la prueba: <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> Confiabilidad de datos: <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/>
MÉTRICA	
<b>Y mediremos</b>	Tiempo requerido: <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/>
CRITERIOS DE ACEPTACIÓN	
<b>Tenemos razón si</b>	

© 2022 ToolTec.

