

# Programa: Validación de la propuesta de valor



## PROGRAMA DEL CURSO

---

- ≡ **Objetivos**
- ≡ **Competencias**
- ≡ **Bibliografía**
- ≡ **Criterios de participación y aprobación**

## TEMARIO

---

- ≡ **Módulo 1. La propuesta de valor y el Encaje Problema - Solución**
- ≡ **Módulo 2. Pruebas y experimentos de validación**
- ≡ **Módulo 3. Producto Mínimo Viable**
- ≡ **Módulo 4. Tamaños y tipos de mercado**

# Objetivos

---

El planteo de objetivos permite que tenga una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: indicamos lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a los objetivos de su formación.

Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso que se le presenta.

Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos:

## Objetivo general

---

Conocer el método para validar una Propuesta de Valor centrado en validar las hipótesis sobre el cliente, problema y solución.

## Objetivos específicos

---

- 1 Conocer el concepto de propuesta de valor y el encaje problema - solución.
- 2 Conocer las pruebas y experimentos de validación que se utilizan.
- 3 Entender cómo se valida la solución a través del desarrollo de un Producto Mínimo Viable (MVP).
- 4 Conocer los tipos de mercado que se pueden encontrar y la metodología para estimar su tamaño.

**CONTINUAR**

# Competencias

---

Las competencias que esperamos usted desarrolle con el recorrido de este curso son:

## Competencias genéricas (No borrar, son las mismas para todos los cursos)

- 1** **Trabajo en equipo y colaborativo:** capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos y la sinergia de un grupo de alta performance.
- 2** **Capacidad de análisis/reflexión:** capacidad de examinar metódicamente los distintos aspectos de una realidad o situación y asumir una valoración frente a ellos.
- 3** **Creatividad/ soluciones innovadoras basadas en el conocimiento:** capacidad para dar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en el conocimiento formal.

## Competencia específica

---

Capacidad para comprender el proceso de Validación de la Propuesta de Valor, identificando experimentos de validación que se utilizan, cómo se desarrolla un MVP y cómo se estima el tamaño de mercado.

CONTINUAR



# Bibliografía

---

## Módulo 1

**Burgstone, J., y Murphy, B.** (31 de junio de 2012). Why customer pain your most important resource. Recuperado de <https://www.fastcompany.com/1844165/why-customer-pain-your-most-important-resource>

**Iglesias, Y. (s. f.).** La entrevista en profundidad. Recuperado de <https://designthinking.gal/la-entrevista-en-profundidad/>

**J. Finkelstein [Nombre de usuario].** (2007). Pirámide de Maslow [Imagen]. Recuperado de [https://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide\\_de\\_Maslow](https://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow)

**Macías, M.** (24 de abril de 2012). Cómo formular la propuesta de valor de mi modelo de negocios. Recuperado de <http://advenio.es/como-formular-la-propuesta-de-valor-de-mi-modelo-de-negocio/>

**Myers, E.** (s. f.). Pain point discovery. Recuperado de <https://www.outboundengine.com/blog/pain-point-discovery/>

**Piqueras, C.** (14 de octubre de 2014). El mayor listado de preguntas en Coaching. Recuperado de <https://www.cesarpiqueras.com/preguntas-en-coaching/>

**Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., y Smith, A.** (2015). Diseñando la propuesta de valor. Barcelona, ES: Deusto.

**Ries, E.** (2013). El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Barcelona, ES: Deusto.

## Módulo 2

**Blank, S., y Dorf, B.** (2013). El manual del emprendedor: La guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona, ES: Centro Libros PAF.

**Cómo validar tu Producto Mínimo Viable (PMV).** (s. f.). Recuperado de <http://advenio.es/como-validar-tu-producto-minimo-viable-pmv/>

**Maurya, A.** (2014). Running Lean. La Rioja, ES: Unir.

**Ries, E.** (2013). El método Lean startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Barcelona, ES: Deusto.

**Ries, E.** (s. f.). Workshop Lean startup machine. Recuperado de <https://www.leanstartupmachine.com/>

## Módulo 3

**Blank, S., y Dorf, B.** (2013). El Manual del emprendedor: La guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona, ES: Centro Libros PAF.

**Hernandez de Rojas F.** (2016). ¡“Traiciona” o muere! Nociones sobre emprendimiento digital. <https://www.slideshare.net/TelefonicaGrandesClientes/ebook-emprendimiento-digital>

**Logan Bada [Nombre de usuario].** (27 de abril de 2011). Drop Box en español [Video de YouTube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=JWot760x2pA>

**Kataria, M.** (2017). How not yo build a MINIMUM VIABLE PRODUCT [Imagen]. Recuperado de <https://hackernoon.com/mvp-paradox-and-what-most-founders-need-to-be-aware-of-3a5f8c3acb76>

**Novastunna** [Nombre de usuario]. (2013). App design mock up [Imagen]. Recuperado de <https://novastunna.deviantart.com/art/App-design-mock-up-369514870>

**Ries, E.** (2013). El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Barcelona, ES: Deusto.

#### **Módulo 4**

**Blank, S., y Dorf, B.** (2013). El manual del emprendedor. La guía paso a paso para crear una gran empresa. Barcelona, ES: Centro Libros PAPER.

**Macías, M.** (28 de septiembre de 2014). El tamaño (de mercado) sí que importa. Recuperado de <http://advenio.es/el-tamano-de-mercado-si-que-importa/>

**Megías, J.** (2014). Una estrategia para calcular el tamaño de mercado: TAM, SAM y SOM. Recuperado de: <https://javiermegias.com/blog/2014/03/calcular-tamano-mercado-tam-sam-som/>

**Prim, A., y Hernández, M.** (s. f.). Early Adopters: 5 Claves para detectar a tus primeros clientes. Recuperado de <http://innokabi.com/early-adopters-5-claves-para-detectar-a-tus-primeros-clientes/>

**Thiel, P.** (2014). De cero a uno: como inventar el futuro. España. Gestión 2000

**CONTINUAR**

# Criterios de participación y aprobación

---

## Criterios de participación

Durante el mes de cursado, se espera que el alumno:

- Recorra los contenidos multimediales de cada uno de los módulos que integran el curso.
- Resuelva las autoevaluaciones asignadas en cada módulo.
- Realice las actividades propuestas, sean grupales o individuales.
- Realice el examen final.

## Criterios de aprobación

Para la aprobación del curso se requiere que el alumno realice las (4) actividades propuestas en el curso y apruebe el examen final.

El alumno deberá obtener un puntaje final del 70% o más. Esta nota resultará del promedio entre las actividades y el examen final.

**CONTINUAR**

# Módulo 1. La propuesta de valor y el Encaje Problema - Solución

---

**Unidad 1.1 Conceptos**

**Unidad 1.2 Pain Points**

**CONTINUAR**

## Módulo 2. Pruebas y experimentos de validación

---

**Unidad 2.1 Hipótesis clave para la validación de tu emprendimiento**

**Unidad 2.2 Pruebas y experimentos de validación**

**CONTINUAR**

## Módulo 3. Producto Mínimo Viable

---

**Unidad 3.1 Concepto de Producto Mínimo Viable (MVP)**

**Unidad 3.2 Clasificación de MVP en generativos o evaluativos**

**CONTINUAR**

# Módulo 4. Tamaños y tipos de mercado

---

**Unidad 4.1 Concepto de mercado para nuevos emprendimientos**

**Unidad 4.2 Metodología para estimar el tamaño de mercado**

**CONTINUAR**