



INTERNATIONAL COMPETITION

# Bases del Concurso

## 2015

## Contenido

### Presentación

Que es IBMC?

Ámbito y Duración

A quiénes está dirigido:

Qué ideas pueden participar:

Objetivos

Organizadores

### Fechas Importantes:

### Postulaciones

Requisitos para postular:

Restricciones para postular:

Cómo postular

Obligaciones de los participantes

Obligaciones de los organizadores

### Etapas del Concurso

Postulación

Taller de Canvas

Taller de Validación de Canvas

Desarrollo de Prototipos, Demos o MVP:

Taller de Pitch

Presentación de Proyectos

Semifinal

Final UCSP

Final Nacional

### Criterios de Evaluación del Panel de Jurados

### Premios

### Consultas

### ANEXOS

Recursos Adicionales

Directrices para la presentación de slides:

Directrices para la presentación de videos:

Directrices para la presentación de Resumen Ejecutivo:

Directrices para la presentación de Prototipos:

Links de Interés:

# 1. Presentación

## 1.1. Que es IBMC?

El IBMC no es un concurso de planes de negocio. En lugar de centrarse en el desarrollo de un robusto plan de negocios, se centra en identificar y definir con precisión los supuestos de la nueva empresa, los ensayos de los supuestos en el campo, y luego cambiar en base a las lecciones aprendidas. The IBMC representa una ruptura radical con el pasado y el inicio de un nuevo paradigma en el espíritu emprendedor.

El IBMC premia a los participantes por:

- 1) Rompen ideas dentro de sus supuestos de su modelo de negocio.
- 2) Salen a la calle y prueban sus supuestos con clientes reales.
- 3) Aplican Customer Development y principios Lean Startup para acertar en la solución.
- 4) Aprenden a pivotar antes de llegar al modelo de negocios validados por el cliente.

En última instancia, creemos que esto va a mejorar dramáticamente la tasa de éxito de nuevas empresas. El IBMC es la primera competencia internacional de este tipo, The IBMC está patrocinada por the Rollins Center for Entrepreneurship & Technology at Brigham Young University y es co-patrocinada por Harvard and Stanford university.

## 1.2. Ámbito y Duración

- **Fase Universitaria:** Se desarrollará en la Universidad Católica San Pablo desde el 5 de Junio hasta 13 de Noviembre.
- **Fase Nacional:** Se desarrollará en Lima el 27 de Noviembre.
- **Fase Internacional:** Se desarrollará en Estados Unidos en el año 2016.

## 1.3. A quiénes está dirigido:

A estudiantes de pre y postgrado, de universidades, centros de formación técnica e institutos profesionales. A profesores, egresados, emprendedores, investigadores, etc. Que postulen una idea de negocio, tesis o investigación para desarrollar, perfeccionar y validar sus modelos de negocios, a través de los talleres y la mentoría. (para requisitos y restricciones, ver apartado [3:POSTULACIONES](#))

## 1.4. Qué ideas pueden participar:

Al ser un concurso de ideas de negocios no es requisito tener un proyecto desarrollado, más bien se espera que tras el proceso de aprendizaje de la fase universitaria se genere un modelo de negocios y un prototipo mínimo viable.

El concurso está abierto a toda idea de negocio, con o sin fines de lucro, de cualquier ámbito del conocimiento (como: ciencias sociales y políticas, innovación social, tecnologías de la información y la comunicación, ingeniería, energía, medioambiente, transporte, diseño, artes, teatro, música, literatura, arquitectura, comunicaciones, ciencias naturales, medicina y áreas afines a la salud, economía y derecho, entre otras). Todos los proyectos compiten en iguales condiciones para optar a alguno de los premios.

## 1.5. Objetivos

- Ayudar a estudiantes con aspiraciones de ser emprendedor a incrementar sus posibilidades de éxito al lanzamiento de su negocio.
- Identificar y definir con precisión las hipótesis y puntos de partida de un nuevo emprendimiento, haciendo pruebas en el campo para pivotar sobre la base de las lecciones aprendidas.
- Desarrollar, a partir de una idea, un modelo de negocios validado vía sus clientes en función de(los) primer(os) prototipo(s).

## 1.6. Organizadores



## 2. Fechas Importantes:

La competencia de la primera edición de IBMC Perú se ejecutará entre Junio y Noviembre de 2015. Las fechas más importantes de este proceso, podrían ser modificadas por la organización en caso de ser requerido. Esto será oportunamente informada a través de la página oficial del evento (Ver apartado 7:Anexos, sección [Links de Interés:](#))

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>14 Sept</b>     | Fecha Límite de Inscripción de Propuestas y Equipos Oficial                     |
| <b>09 Oct</b>      | Taller de Pitch   |
| <b>21 Oct</b>      | Entrega de slides, videos y resumen via al email oficial del evento             |
| <b>22 y 23 Oct</b> | Presentación de Proyectos 1ra Etapa   |
| <b>31 Oct</b>      | Publicación de Resultados 1ra Etapa   |
| <b>10 Nov</b>      | Entrega de slides, videos y resumen corregidos vía al email oficial del evento. |
| <b>12 Nov</b>      | Semifinal.  |
| <b>12 Nov</b>      | Anuncio de finalistas.  |
| <b>13 Nov</b>      | Final – UCSP  |
| <b>13 Nov</b>      | Anuncio de Ganadores Fase Universitaria   |
| <b>27 Nov</b>      | Final Nacional y Premiación   |
| <b>2016</b>        | Etapa Internacional   |

- Ver apartado Etapas del Concurso para más detalle

## 3. Postulaciones

### 3.1. Requisitos para postular:

1. Cada equipo debe estar formado por mínimo dos (2) y máximo cinco (5) personas.
2. Los equipos pueden estar compuestos por alumnos de la Universidad Católica San Pablo, alumnos de otras instituciones y “no-alumnos”.
3. Los alumnos de la Universidad Católica San Pablo deben conformar al menos la mitad del equipo.
4. El alumno debe ser estudiante de pregrado o postgrado de la Universidad Católica San Pablo.
5. El alumno debe estar matriculado en la universidad en el periodo 2015-I y/o 2015-II.
6. El alumno debe estar matriculado en un mínimo seis (6) créditos.

7. El integrante “no alumno” relacionado al emprendimiento puede ser el profesor guía de un curso, tesis o investigación que originó el proyecto, o puede ser un mentor, socio o egresado.

### 3.2. Restricciones para postular:

1. Cada persona puede postular y participar como integrante de un solo equipo. Si una persona se registra en más de un proyecto, todos ellos serán eliminados de la competencia.
2. los miembros que no sean estudiantes de pregrado o postgrado, pueden ser parte del equipo y participar de la mentoría y los talleres, pero no pueden participar de las presentaciones (pitch).

### 3.3. Cómo postular

La postulación a IBMC 2015, se realizará a través del link oficial de Inscripción de equipos, a la cual puedes acceder en el apartado Anexos en la sección [Links de Interés](#).

La postulación consiste en completar el Formulario de Inscripción Oficial, en el se solicitan:

1. Nombre de la idea o Proyecto.
2. Resumen del Proyecto , indicando el problema, los usuarios y la propuesta de solución.
3. Descripción de los integrantes, indicando Nombre, Edad, Sigla de Institución, Semestre, Celular, Email
4. Solicitar explícitamente la necesidad de integrantes para su equipo, si fuese el caso.

### 3.4. Obligaciones de los participantes

Todos los postulantes y participantes deben cumplir las siguientes obligaciones:

- Aceptar las bases del concurso. La postulación al concurso supone que todos los integrantes del equipo conocen y aceptan estas bases.
- Los equipos que postulen al concurso pueden ser modificados. Después de postular, si un equipo se disuelve, cambia, agrega y/o elimina integrantes debe comunicarlo al Director Estudiantil via email.
- Cada equipo debe designar a un representante, quien actuará como contacto principal con el comité organizador IBMC. Esta persona debe ser alumno de pre o postgrado y será responsable de mantener informado a todo su equipo de lo que anuncie o solicite la organización.
- En el transcurso de la competencia, los integrantes firmarán una declaración Jurada expresando su participación y que cumplen con los requisitos de postulación.

- Aceptar y acatar las decisiones de los organizadores y evaluadores del concurso en las diferentes etapas de la competencia. No existirá derecho de apelación ante las decisiones.
- Luego de la inscripción oficial, los datos referentes al resumen del proyecto y los datos de contacto pueden ser utilizados por los organizadores a fin de difundir el concurso
- Sugerimos que los equipos incluyan como mentor al menos un profesional que esté familiarizado con los principios de “Bussines modeling” y “Startup”.

### 3.5. Obligaciones de los organizadores

La organización se compromete a:

- Entregar a los postulantes y competidores mentoría y ayudarlos en el desarrollo de su emprendimiento a lo largo del concurso a través de los talleres que se imparten. Esto incluye poner a disposición una base de documentos y herramientas, que se encontrarán disponibles en el apartado Anexos sección [Recursos Adicionales](#).
- Resguardar la confidencialidad de los proyectos en competencia, a través de la firma de acuerdos de confidencialidad de los organizadores y evaluadores. Es responsabilidad de los competidores manejar qué información hacen pública y cuál definen como confidencial.
- Informar a los participantes sobre cualquier modificación en las bases, actividades y fechas estipuladas de las distintas etapas de la competencia. Estas modificaciones serán comunicadas a través de la página Oficial del Evento.

## 4. Etapas del Concurso

### 4.1. Postulación

Para postular a la competencia, los integrante de cada equipo deben cumplir con las especificaciones del Apartado Postulación, a través del link Oficial de Inscripción de Equipos en la sección [Links de Interés](#), esta es la única y exclusiva vía de postulación. El detalle de en qué consiste la postulación se encuentra en el punto 3.3 de este documento, y los plazos están en la sección 2. Fechas importantes. Las postulaciones tiene como fecha límite el día 14 de Septiembre de 2015 hasta las 11:59 horas.

El Comité organizador se reserva el derecho de extender la el plazo de postulación así como el de la entrega de los resultados.

### 4.2. Taller de Canvas

Los equipos conocerán la metodología Customer development y Modelo de Negocios Canvas. Trabajarán la problemática de su proyecto, generarán hipótesis de su problema y de usuarios. aplicando Canvas en su primera iteración.

Esta etapa de la competencia no es eliminatoria por considerarse de entrenamiento y aprendizaje. (Ver apartado [Recursos Adicionales](#))

### 4.3. Taller de Validación de Canvas

En esta etapa los equipos mostrarán los supuestos e hipótesis y posibles soluciones al problema planteado, una primera propuesta de valor para el modelo de negocios. por su parte el panel de Mentores expresaran su opinión de aquellos puntos que consideren vitales en la idea de negocio.

Esta propuesta de valor debe ser validada en terreno con posibles clientes, usuarios o expertos en el tema, con el objetivo de recibir feedback y generar aprendizajes para co-crear una solución con ellos.

A partir de esta validación se espera el desarrollo de un modelo de negocios simple y en el diseño de experimentos.

Esta etapa de la competencia no es eliminatoria por considerarse de entrenamiento y aprendizaje. (Ver apartado [Recursos Adicionales](#))

### 4.4. Desarrollo de Prototipos, Demos o MVP:

En esta etapa los proyectos trabajarán en el desarrollo de un modelo de negocios simple y en el diseño de experimentos que les permitan validar estos modelos de negocios enfrentándose a clientes reales. Este MVP(producto mínimo viable) depende de la complejidad de su propuesta, va desde diseños en papel, Videos (describiendo el core del producto o servicio) hasta prototipos funcionales con algunas de las características importantes.

Se espera que los equipos puedan medir y documentar estos experimentos y determinar su éxito. (ver apartado [Recursos Adicionales](#))

### 4.5. Taller de Pitch

El objetivo de este último taller es identificar los puntos claves para de su idea de negocio, para exponerlas frente a un panel de inversores. Para ello conoceremos los fundamentos de Elevator pitch y cómo estructurar una presentación de su idea en el menor tiempo posible.

### 4.6. Presentación de Proyectos

En esta etapa los equipos tendrán cinco(5) minutos para exponer sus proyectos. Se espera que los equipos envíen via email lo siguiente:

1. Los **Slides**, de su presentación con un máximo de 20 slides y un mínimo de 10. En formato ppt, pdf, swf o prezi. ver [Directrices para la presentación de slides](#) en el Apartado Anexos.



2. Un **Video**, de no menos de 2 minutos y no más de 5, ver [Directrices para la presentación de videos](#) en el Apartado Anexos.
3. Un **Resumen ejecutivo**, en formatos .pdf .doc, ver [Directrices para la presentación de Resumen Ejecutivo](#) en el Apartado Anexos.
4. Un **link** donde se pueda apreciar el MVP desarrollado hasta el momento. ver [Directrices para la presentación de Prototipos](#).

Estos requisitos deben ser enviados hasta las **23:59 horas del 21 de Octubre** vía email de los organizadores, ver [Datos de Contacto](#) en el apartado Anexos.

la presentación se llevará a acabo el dia 22 y 23 de Octubre, el lugar y hora serán publicados en la página oficial del evento y en la página de Facebook de la UCSP.

El orden de exposiciones será comunicado vía email a cada representante de equipo el dia 20 de Octubre.

Cada integrante tendrá la posibilidad de invitar hasta 3 personas al evento ya sean amigos o familiares. para ellos el representante de cada equipo nos hará llegar vía email una lista con los nombres completos para permitir su entrada a la universidad.

Esta etapa es eliminatoria, por ello se espera que del total de proyectos presentados, se seleccionen a 20 equipos, ver [Criterios de Evaluación del Panel de Jurados](#)

La publicación de los equipos clasificados a la siguiente etapa se realizará vía email a los representantes de cada equipo el 31 de Octubre.

Cada equipo recibirá individualmente algunas anotaciones del jurado evaluador.

El equipo clasificado tomará las recomendaciones del jurado y las aplicará para la presentación a la siguiente etapa.

#### 4.7. Semifinal

Los equipos clasificados a esta etapa tendrán cinco(5) minutos para exponer nuevamente sus proyectos con las indicaciones de mejora de la anterior etapa. Nuevamente los equipos enviarán vía email lo siguiente:

1. Los **Slides**, de su presentación con un máximo de 20 slides y un mínimo de 8. En formato ppt, pdf, swf o prezi. ver [Directrices para la presentación de slides](#) en el Apartado Anexos.
2. Un **Video**, de no menos de 2 minutos y no más de 5, ver [Directrices para la presentación de videos](#) en el Apartado Anexos.
3. Un **Resumen ejecutivo**, en formatos .pdf .doc, en el documento debe constar el Nombre del Equipo, ver [Directrices para la presentación de Resumen Ejecutivo](#) en el Apartado Anexos.
4. Un **link** donde se pueda apreciar el MVP desarrollado hasta el momento. Ver [Directrices para la presentación de Prototipos](#).

Estos requisitos deben ser enviados hasta las **23:59 horas del 10 de Noviembre** vía email de los organizadores, ver [Datos de Contacto](#) en el apartado Anexos.

la presentación se llevará a cabo el día 12 de Noviembre, el lugar y hora serán publicados en la página oficial del evento y en la página de Facebook de la UCSP.

El orden de exposiciones será comunicado vía email a cada representante de equipo el día 10 de Noviembre.

Cada integrante tendrá la posibilidad de invitar hasta 3 personas al evento ya sean amigos o familiares. para ellos el representante de cada equipo nos hará llegar vía email una lista con los nombres completos para permitir su entrada a la universidad.

Esta etapa es eliminatoria, por ello se espera que del total de proyectos presentados, se seleccionen a 10 equipos, ver [Criterios de Evaluación del Panel de Jurados](#)

La publicación de los equipos clasificados a la siguiente etapa se realizará vía email a los representantes de cada equipo el 12 de Noviembre.

Cada equipo recibirá individualmente algunas anotaciones del jurado evaluador.

#### **4.8. Final UCSP**

Los equipos clasificados a esta etapa tendrán diez(10) minutos para exponer nuevamente sus proyectos.

la presentación final de la etapa universitaria se llevará a cabo el día 13 de Noviembre, el lugar y hora serán publicados en la página oficial del evento y en la página de Facebook de la UCSP.

Cada integrante tendrá la posibilidad de invitar hasta 6 personas al evento ya sean amigos o familiares. para ellos el representante de cada equipo nos hará llegar vía email una lista con los nombres completos para permitir su entrada a la universidad.

El anuncio de los 3 ganadores de esta etapa serán anunciados después de las exposiciones.

#### **4.9. Final Nacional**

La premiación para los ganadores de la etapa universitaria UCSP, se realizará el día 27 de Noviembre en Lima, la hora y lugar exactos serán comunicados vía email a los representantes de cada equipo.

El ganador del primer lugar de la etapa universitaria en UCSP tendrá el derecho a sustentar su proyecto, frente a un jurado nacional para optar por el premio de participar en la Final Internacional en Estados Unidos Stanford 2016.

## 5. Criterios de Evaluación del Panel de Jurados

- ¿El equipo utiliza el Business Model Canvas o una herramienta similar para identificar y realizar un seguimiento de los supuestos?
- ¿El equipo indica claramente sus supuestos / hipótesis?
- ¿El equipo identifica los supuestos más cruciales para probar primero (aquellos que son críticos en su negocio)?
- ¿El equipo diseñó pruebas para sus hipótesis a bajo costo y rápido, pero confiables?
- ¿El equipo realizó las pruebas de manera confiable?
  - **Número de pruebas** : debe ajustarse para la industria, tipo de producto (web vs producto físico), y el tipo de negocio (B2B vs B2C)
  - **Calidad de las pruebas**: entrevistas son de alta calidad, encuestas y focus group son de calidad muy inferior (usted no sabe qué preguntas hacer) a menos que las entrevistas se hayan realizado primero.
- ¿El equipo indica claramente lo que han aprendido y cómo ese aprendizaje les informó de un pivote(mejora o cambio)?
- Fue el pivote, realizado por evidencia o el Equipo no pudo pivotar cuando la Evidencia claramente lo mostraba?
- ¿El equipo ha desarrollado un prototipo o producto viable mínimo (queremos premiar prototipos más que productos completos a menos que el producto es el resultado de muchos prototipos probados con sus clientes, en otras palabras, queremos premiar ideas que hayan hecho sus prototipos, los validen y mejoren cada vez hasta llegar a un producto)?
- ¿Está el equipo resolviendo un problema importante (definido en términos de dinero o de impacto)?
- ¿El equipo tiene evidencia significativa de que la solución está validada (incluye cartas de intención, contratos de compra, ventas y/o socios)?

## 6. Premios

Los ganadores de la fase Universitaria se hará acreedor de los siguientes premios y serán entregados en la Fase Nacional en Lima.

- 1er Lugar USD \$5000.00 y derecho a participar en la Final Nacional
- 2do Lugar USD \$2000.00
- 3er Lugar USD \$1000.00

## 7. Consultas

Las consultas sobre las presentes bases y el concurso en general pueden dirigirlas a los siguientes emails:

- [fvilca@gmail.com](mailto:fvilca@gmail.com)
- [cbegazo@ucsp.edu.pe](mailto:cbegazo@ucsp.edu.pe)

# ANEXOS

## 1. Recursos Adicionales

Formas de probar un MVP

<https://gremyo.com/blog/probar-tu-producto-minimo-viable-mvp/>

Business Model Canvas

<https://drive.google.com/previewtemplate?id=102mOZQmMxs0CslmNsPZ5KCNQwAlh9rh4baYgT0VWNA&ddrp=1#>

Ejemplos de Videos y Slides y Pitch.

[businessmodelcompetition.com/preparing-your-submission.html](https://businessmodelcompetition.com/preparing-your-submission.html)

<https://www.youtube.com/watch?v=wZLo1kayiMw>

<https://www.youtube.com/watch?v=di8XxBVGvdk>

## 2. Directrices para la presentación de slides:

los slides deben presentar la siguiente información:

- **El Problema:** identificar de dónde o cómo surge el proyecto. Debe ser un problema o necesidad relevante que posee un segmento de cliente. Indiquen qué lo provoca y por qué no se soluciona actualmente.
- **Cliente:** cuál es el segmento de cliente específico y validado que tiene el proyecto. Te sugerimos separar usuarios de clientes si es necesario.
- **Solución:** explicar de qué manera el proyecto soluciona el problema y cuál es el producto/servicio que ofrecen. Te sugerimos considerar que la solución contenga los factores de deseabilidad, viabilidad y factibilidad.
- **Supuestos:** ¿Cuáles fueron sus hipótesis iniciales? ¿Sabía usted identificar un problema del cliente? ¿Cuáles fueron las hipótesis clave sobre el modelo de negocio?
- **Acciones:** ¿Cómo probar estas hipótesis? ¿Qué pruebas específicas usted realizó? ¿Qué descubrieron? ¿Qué hechos se descubrieron? ¿Qué hechos aún no se han descubierto? Uno de los principales propósitos de la competición es ver si realmente han ubicado el Problema, pero qué datos tiene usted?
- **Modelo de Negocio Validado:** Diagrama de su modelo de negocio y presentar los hechos? ¿Cómo el negocio hace y ofrecer valor?
- **Equipo:** Al final pueden mencionar quiénes componen su equipo (habilidades, motivaciones, experiencia).
- Desarrollar los puntos de Business Model Canvas.

## 3. Directrices para la presentación de videos:

Aunque no hay un formato para los modelos exitosos, nos sugieren que las presentaciones de modelo de negocio contienen ciertos componentes para comunicarse con eficacia:

- **Título:** ¿Quién es usted y qué hace el negocio(el problema y la solución)?

- **Supuestos:** ¿Cuáles fueron sus hipótesis iniciales? ¿Sabía usted identificar un problema del cliente? ¿Cuáles fueron las hipótesis clave sobre el modelo de negocio?

Recuerda algunas de sus hipótesis más importantes son sobre el problema del cliente y su solución a ese problema.

- **Acciones:** ¿Cómo probar estas hipótesis?

¿Qué pruebas específicas usted realizó? ¿Qué descubrieron? ¿Qué hechos se descubrieron?  
¿Qué hechos aún no se han descubierto?

Uno de los principales propósitos de la competición es ver si realmente han ubicado el Problema, pero qué datos tiene usted?

- **Pivote:** ¿fueron sus supuestos iniciales probados bien o mal? Qué pivotes hiciste?

- **Modelo de Negocio Validado:** Diagrama de su modelo de negocio y presentar los hechos? ¿Cómo el negocio hace y ofrecer valor? Considere los siguientes puntos críticos para comunicarse:

- Diapositivas de la Solución: Explique su actual solución al problema del cliente. ¿Qué pruebas tiene usted de esta solución (declaraciones de los clientes, compromisos de compra, suscripciones, reservas, órdenes de compra?)
- Estrategia Go-to-Market: Indique quienes deciden o influyen al momento de concretar una venta. Comparte los hechos y opiniones que han conseguido de los clientes que muestran que tú los entiendes y que se comunican de manera convincente con ellos.
- Tamaño de Mercado: Ser capaz de mostrar TAM, SAM, su mercado objetivo(target), y el punto de inicio para entrar en el mercado.

- **Lecciones aprendidas:** Asegúrese de comunicar las lecciones aprendidas, incluyendo pivotes y el fracaso.

- **Apéndices:** Apéndices deben incluirse solamente cuando apoyan el cuerpo de la modelo. Estas diapositivas adicionales deben estar disponibles para dar contexto y para responder a las preguntas jueces puedan tener. Debido a que los jueces no podrían leer todo el material de los apéndices, el cuerpo de la modelo debe contener toda la información pertinente para el modelo.

#### 4. Directrices para la presentación de Resumen Ejecutivo:

El contenido de este documento debe contener los siguientes puntos:

- Nombre del proyecto
- El Problema
  - ¿Cuál es el problema/necesidad social o de mercado que los motiva a emprender?
  - ¿Cuáles son las principales causas del problema?.
  - Menciona a quiénes afecta más el problema,
  - ¿Porqué es importante resolverlo para ellos ?
  - ¿Porqué es importante resolverlo para la sociedad en general.?

- Cliente y/o usuarios
  - Describe detalladamente quiénes serán tus PRIMEROS clientes, es decir quienes pagarán por tu producto o servicio y quiénes serán tus primeros usuarios, es decir quienes usarán tu producto/servicio (Si es que fueran distintos del cliente).
  - Detalla cuáles son sus intereses, preferencias y conductas en relación con el problema u oportunidad que mencionaste antes.
  - Describe también algunos de sus aspectos demográficos (si son personas) o sus características (si son empresas).
  - ¿Qué otros grupos de clientes puedes identificar? - ¿Cómo resuelven actualmente tus clientes su problema?
- Propuesta de solución
  - ¿Cómo piensan resolver el problema del cliente?
  - Menciona aquí una propuesta de solución.
  - Explica detalladamente cómo tu propuesta aborda las causas del problema (recursos o redes, acceso a la solución y/o carencia de competencias necesarias para resolverlo).
  - Considera que es mejor resolver bien solo una causa del problema que intentar trabajosamente abordarlas todas.

## 5. Directrices para la presentación de Prototipos:

Un producto mínimo viable (MVP) en términos simples es una demo que permite realizar experimentos sobre tu idea e ir evaluando midiendo y aprendiendo,

“Fallar rápido para aprender rápido”

El criterio para elegir construir un MVP depende de la complejidad en tiempo y funcionalidad de su idea de negocio, estos MVP van desde Simulaciones en papel hasta prototipos funcionales.(entrevistas de profundidad, Croquis, Mockups, Campaña de Anuncios, Videos, prototipos de Software, simulaciones, etc.)

Una vez desarrollado nuestro MVP se espera crear una serie de experimentos, escenarios de uso de nuestro MVP, con usuarios reales, para conocer sus expectativas frente a nuestro producto o servicio.

Existe un amplio abanico de métricas, entre las que destacan: el número de activaciones, el número de usuarios registrados, la frecuencia con la que los clientes potenciales se han interesado por el MVP, etc

El ciclo de la Metodología Lean Startup consta de tres pasos que conforman un sencillo **ciclo de aprendizaje continuo**, enfocado a la experimentación, que se debe realizar en el menor tiempo posible:

1. **Construye:** dale forma a tus ideas e hipótesis y construye tu producto mínimo viable o versión de prueba centrándote en las funcionalidades básicas.
2. **Mide:** sal a la calle, enseña a tus clientes tu producto mínimo viable y mide sus reacciones, sabiendo diferenciar bien causas y efectos. Y trabaja con las métricas que te permitan tomar decisiones objetivas, casi científicas.
3. **Aprende:** analiza los datos recabados, diferencia lo que crea valor para tu cliente y lo que no. En función de ello, **persevera o “pivota”** es decir, sigue adelante o cambia. Y se puede pivotar en las características básicas del producto, el segmento de mercado al que te

diriges, la tecnología que empleas, la arquitectura del negocio o los motores de crecimiento. Teniendo en cuenta que es mejor ir haciendo pequeños cambios que uno grande de golpe.

Este ciclo se debe ir repitiendo a medida que se van introduciendo mejoras en el producto mínimo viable hasta llegar a dar con el producto que el mercado quiere. Y ese será el momento adecuado para hacer inversiones y conseguir la financiación necesaria para ello. Y también sirve para probar variantes y nuevas funcionalidades.

ver [Recursos Adicionales](#) para conocer formas de testear tu MVP.

## 6. Links de Interés:

Página Oficial

[rics.ucsp.edu.pe/eventos/business-model-competition.html](https://rics.ucsp.edu.pe/eventos/business-model-competition.html)

Página Internacional

[businessmodelcompetition.com](https://businessmodelcompetition.com)

Inscripción Oficial

[https://docs.google.com/forms/d/1ORtAX7AJ4B9JNQ3DQUMbo5Tw1s3X\\_nx4iRBBgspp0po/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1ORtAX7AJ4B9JNQ3DQUMbo5Tw1s3X_nx4iRBBgspp0po/viewform)

Inscripción a Talleres:

[https://docs.google.com/a/ucsp.edu.pe/forms/d/1CuqO91W3rAoEWn6gmioi\\_fhSdxeqi-g4CipNT5005N4/closedform](https://docs.google.com/a/ucsp.edu.pe/forms/d/1CuqO91W3rAoEWn6gmioi_fhSdxeqi-g4CipNT5005N4/closedform)