

3.º, 4.º y 5.º grado: Educación para el Trabajo

SEMANA 28

Validamos las hipótesis del lienzo de modelo de negocios Lean Canvas: bloque Problemas

DÍAS 4 Y 5

Actividad: Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis del bloque Problemas (día 4)

Actividad: Validamos las hipótesis del bloque Problemas (día 5)

¡Hola!

Gracias por conectarte y ser parte de **Aprendo en casa**.

Con la presente guía, trabajarás validando la hipótesis del bloque Problemas de tu lienzo Lean Canvas, para lo cual utilizarás técnicas y procedimientos que aplicarás en tu proyecto de emprendimiento.

Si tienes alguna dificultad para realizar la actividad, solicita el apoyo de un familiar.

¡Empecemos!



PRIMERO, ¿QUÉ NECESITAMOS?

- Tu portafolio
- Cuaderno de apuntes u hojas, isi son de reúso, mejor!
- Un lápiz
- Un lapicero con tinta azul o negra
- Ganas, muchas ganas de hacer las actividades
- Involucrar a tu familia



SEGUNDO, ¿QUÉ HAREMOS?

Después de haber validado la semana pasada el bloque de Segmento de clientes, hoy continuaremos con el proceso de validación de las hipótesis del bloque Problemas. Para lo cual, aplicarás la técnica de la entrevista y procedimientos que debes tener en cuenta.

En la primera actividad, comprenderás el proceso de validación de las hipótesis del bloque Problemas. En la segunda actividad, tu reto será reformular la hipótesis del bloque Problemas, si es pertinente, luego de evaluar y juzgar los resultados encontrados a través de la aplicación de la técnica de la entrevista y los procedimientos adecuados.

Tienes **40** minutos para realizar cada actividad.

¿Preparada/o?

Actividad

Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis del bloque Problemas (día 4)



¡¡¡¡¡TENTA/O!, QUE AQUÍ ENTRAMOS DE LLENO AL DESARROLLO

Acomódate en el espacio de tu casa asignado para realizar con tranquilidad tus actividades. Recuerda lavarte las manos y desinfectar los materiales que utilizarás para evitar enfermarte y tener un buen estado físico y emocional.

Listas y listos

¡Nos informamos!

(Puedes leer o escuchar la siguiente situación)

Los creadores de productos y/o servicios proponen soluciones, pero la pregunta sería ¿soluciones a qué? La respuesta es a problemas que tienen las personas, también a necesidades como divertirse, jugar, pasear, etc.

En las hipótesis que planteaste, en el bloque Problemas, escribiste problemas que asumiste como supuestos, lo que ahora tendrás que ver, es si efectivamente esos problemas asumidos son aquellos que preocupan a las personas, o son las necesidades que tienen. La mayoría de las veces, cuando emprendemos, tenemos la tendencia de plantear soluciones a problemas que a nadie le interesa. Recuerda que los clientes pagarán por tu producto y/o tu servicio, solo cuando estos solucionen sus problemas. Para validar las hipótesis planteadas tienes que:

Comprender el problema, se necesita saber tres puntos importantes:

- ¿Existe un problema que merece la pena solucionar?
- ¿Cuál es el problema?
- ¿Qué alternativas de solución vienen empleando las personas para enfrentar el problema?

Para comprender el problema se necesita aplicar:

Entrevistas. Te sirven para aprender. Durante ellas puedes pedir consejos, muchas veces a la gente le encanta ayudar, cuando se lo planteas.

Debes seguir los siguientes consejos para la entrevista:

- Cíñete a un guion, la conversación debe seguir una serie de objetivos de aprendizajes específicos, debes fijar con claridad qué cosas quieres averiguar o aprender. De lo contrario, puedes terminar con una cantidad enorme de información no valiosa.
- Empieza entrevistando y vendiendo a los “*early adoptes*”, ellos aportarán mucho a tu aprendizaje, si vas vendiendo desde el inicio y hay aceptación, que se refleja en la compra, estás dando un buen paso en la validación.
- Fíjate en el lenguaje corporal, te puede dar información valiosa.
- Inmediatamente, después de la entrevista, escribe en notas autoadhesivas (*post-its*) o cartulinas pequeñas, todo lo que recuerdes de la entrevista y organízalas.

¿Qué aprender con la entrevista sobre problemas?

- ¿Qué estamos solucionando? (problema)
- ¿Cómo clasifican los clientes los tres problemas principales?

- Riesgos relacionados con el mercado: ¿quién es la competencia? (alternativas existentes). ¿Cómo resuelven los clientes esos problemas al día de hoy?
- Riesgos relacionados con los clientes: ¿quién tiene la necesidad? (segmento de clientes).

Las entrevistas sobre problemas te permitirán validar:

- Las hipótesis de los problemas que planteaste inicialmente.
- Que los usuarios utilizan una o más alternativas existentes.
- Tu segmento de clientes.

Luego de la lectura, elabora un mapa mental sobre validación del bloque Problemas.

- ¿Para qué crees que te sirve lo que has aprendido, en relación a tu proyecto de emprendimiento? ¿Por qué?

¡Muy bien!

Anota o registra la actividad realizada, que luego colocarás en tu portafolio. Estos insumos te ayudarán para realizar la siguiente actividad y las que irás desarrollando en los siguientes encuentros.

Actividad

Validamos las hipótesis del bloque Problemas (día 5)



¡TÚ MISMA/O ERES!

Acomódate en el espacio de tu casa asignado para realizar con tranquilidad tus actividades. Recuerda lavarte las manos y desinfectar los materiales que utilizarás.

¡Creamos!

Luego de haber comprendido sobre el proceso de validación del bloque Problemas, realizaremos la validación, aplicando la técnica de la entrevista y procedimientos pertinentes. Emplearemos el mismo ejemplo de la semana 27, en la que deseamos vender un *software* para padres y madres que desean compartir fotos y videos de sus hijas y/o hijos pequeños a sus familiares. Como problemas tenemos las siguientes hipótesis:

- El ritmo de vida no permite darse tiempo para los envíos, por la demora en cargar videos familiares pesados para enviarlos a la familia.
- Luego de enviar los archivos hay que enviar correos, o mensajes, notificando el envío, para lo cual, no hay tiempo.
- A veces se reenvía el mismo video a la misma persona y a otros familiares no se les envía producto de la confusión.

Procedimiento. Validación de hipótesis del bloque Problemas

1. Prepara preguntas para la exploración

A continuación, te brindamos algunos ejemplos para elaborar tus preguntas.

(Punto 1) Preguntas de entrada (te servirán para identificar que las personas tengan los rasgos de tu segmento de clientes)

Ejemplo, tu segmento de clientes validado es:

“Padres con niñas y/o niños pequeños que comparten las fotografías y videos de sus hijos, con abuelos y familiares y tienen ingresos económicos de clase media alta”.

Ejemplo de preguntas relacionadas con la hipótesis validada del segmento de clientes:

- ¿Cuál es su edad y la de su esposa?
- ¿A qué se dedican económicamente?
- ¿Cuáles son las edades de sus hijas y/o hijos menores?
- ¿Qué edad, aproximadamente, tienen las abuelas y/o los abuelos de sus hijas y/o hijos pequeños?
- ¿Comparte videos y fotos de sus hijas y/o hijos pequeños con sus familiares?

(Punto 2) Cuenta un relato de su experiencia con relación al problema

“Quisiera compartirle la experiencia que queremos mejorar: me dedico a hacer aplicativos y sucede que mi hermano mayor acaba de tener un bebé. Él me cuenta que sus familiares le piden constantemente fotos y videos del pequeño, pero mi hermano tiene dificultades para enviar este material, porque se demoran mucho tiempo en ser transferidos”.

(Punto 3) Ordenamiento según prioridad de los problemas (para conocer el problema)

Plantea tu pregunta de la siguiente manera:

“A continuación, le presento los problemas que tiene mi hermano mayor, referente al envío de los videos de su bebé, le ruego ordene las dificultades según le parezca, desde el más importante al menos importante, el primero, sería importancia alta; le sigue, importancia media; y el último, importancia baja.

- Mi ritmo de vida no me permite darme tiempo para los envíos, ya que la transferencia de archivos es muy lenta.
- Luego de enviar los archivos, tengo que enviar correos, o mensajes, notificando el envío, para lo cual, no tengo tiempo.
- A veces se reenvía el mismo video a la misma persona y, por confusión, otros familiares no reciben nada.

(Punto 4) Provoque una entrevista dialogada (preguntas para conocer el problema)

Esta parte de la entrevista es muy valiosa, tanto para comprender los problemas como para confirmar la clasificación de los mismos que hace el cliente.

Recurre a las preguntas de, ¿por qué? ¿Y qué paso?, llegó el momento de escuchar más que hablar:

- Cuénteme, seguro que sus papás se ponen muy contentos con las fotos y videos que envía de sus niños.
- ¿Por qué se siente mal de no enviar las fotos con la frecuencia que quisiera?
- ¿Se enteran sus familiares inmediatamente cuando les envías las fotos, o tiene que llamarlos por teléfono y/o enviar mensajes?
- ¿Tiene otros problemas importantes, además de lo que estamos comentando?
- ¿Qué problema de los mencionados le incomoda más? ¿Por qué?
(En ocasiones, la gente miente al clasificar los problemas, quizá por educación o por desconocimiento. Hay que estar vigilantes en ese punto. Si afirman que el problema es de “importancia alta” pero resulta que no han hecho nada para resolverlo, tenemos que observar con más detenimiento).

(Punto 5) Incluye preguntas para conocer las otras alternativas, qué conocen y qué han empleado ocasionalmente

- Cuénteme, ¿probó otras alternativas de envíos de archivos pesados de videos?
- Cuénteme, ¿por qué se quedó hasta hoy con la alternativa que me menciona?

(Punto 6) Concluye buscando lograr un nuevo cliente

Puedes cerrar la entrevista con estas preguntas:

- ¿Estaría dispuesto a ver el producto cuando tengamos algo listo?
- ¿Nos podría presentar a otros padres con niñas y/o niños pequeños?

2. Registra las respuestas

Inmediatamente después de la entrevista dedícate a organizar los resultados mientras los tienes frescos en la memoria.

- En una hoja, escribe y luego ordena todas las respuestas.
- También puedes emplear una hoja de cálculo para colocar las respuestas.
- Datos de contacto de los entrevistados (nombres, correo, celular, dónde vive, etc.), estos datos son importantes pues los podrás usar para siguientes reuniones o incluso acciones potenciales de venta cuando tu producto o servicio ya esté en funcionamiento.

3. Análisis de validación del problema

Para analizar las respuestas de la exploración en campo, usaremos 3 categorías cualitativas:

- **Importancia alta:** es un problema que desean resolver (es algo que quieren y les urge).
- **Importancia media:** es un problema, pero no urgente resolver.
- **Importancia baja:** no representa una necesidad significativa para el cliente.
- **¿De qué manera afecta no resolver ese problema?**

En esta sección colocaremos los problemas que identificamos durante la exploración con nuestro segmento de clientes (básate en la clasificación que hicieron (punto3)

pero, ten en cuenta lo que escuchaste en la entrevista en el punto 4, puede no haber coincidencia, por lo que se te pueden presentar nuevos problemas que solucionar.

Luego:

- Ordena en grado de prioridad los problemas.
- Si encontraste un problema nuevo y es de importancia para tu segmento de clientes, regístralo.
- Puedes apoyarte en el siguiente cuadro, para poder organizar la información.

Problema	Nivel del problema
El ritmo de vida no permite darse tiempo para los envíos, por la demora en cargar videos familiares pesados para enviarlos a la familia.	Importancia alta
A veces se reenvía el mismo video a la misma persona y a otros familiares no se les envía producto de la confusión.	Importancia media
Luego de enviar los archivos hay que enviar correos, o mensajes, notificando el envío, para lo cual, no hay tiempo.	Importancia baja
(Problema nuevo)	Importancia alta (si es alta, podría reemplazar al de importancia baja)

• **¿Qué alternativas existen en el mercado?**

- Registra y categoriza las opciones que usa actualmente tu segmento de clientes.
- Registra brevemente lo bueno y el porqué usan esta alternativa.

Alternativas que usan	Resumen de porqué usan esta alternativa
Programas de envío de archivos pesados.	No conocen otra alternativa.
Almacenamiento en la nube.	Les parece más práctico que subir archivos a un programa de envíos.
Editar los videos de tal manera que tengan poco peso.	Creer que es la mejor alternativa para compartir, además que realizan mejoras técnicas en el video.

• **Conclusión**

Hipótesis inicial	<ul style="list-style-type: none">• El ritmo de vida no permite darse tiempo para los envíos, por la demora en cargar videos familiares pesados para enviarlos a la familia.• Luego de enviar los archivos hay que enviar correos, o mensajes, notificando el envío, para lo cual no hay tiempo.• A veces se reenvía el mismo video a la misma persona y a otros familiares no se les envía producto de la confusión.
Hipótesis validada	<ul style="list-style-type: none">• El ritmo de vida no permite darse tiempo para los envíos, por la demora en cargar videos familiares pesados para enviarlos a la familia• A veces se reenvía el mismo video a la misma persona y a otros familiares no se les envía producto de la confusión.• Luego de enviar los archivos hay que enviar correos, o mensajes, notificando el envío, para lo cual no hay tiempo.

En este ejemplo, solo ha variado la prioridad, pero podría haber variado al aparecer un problema nuevo, en la entrevista, y desterrar al de menor prioridad.

Ahora te toca a ti, valida las hipótesis del bloque Problemas de tu lienzo Lean Canvas, guíate del ejemplo (tomando las medidas de seguridad necesarias dictadas por las normas de la “nueva convivencia”).

¡Excelente trabajo!

¡Reflexiona!

¿Crees que lo aprendido hoy, te será útil para la implementación de tu proyecto de emprendimiento? ¿Por qué?

¡Recuerda las ideas clave que aprendiste en esta guía!

- La validación de las hipótesis se logra al comprobar en “el campo” los principales problemas del segmento clientes al que nos estamos dirigiendo.
- La técnica para la validación del bloque es la entrevista.
- Para analizar las respuestas de la exploración en campo, se usa 3 categorías cualitativas:
 - **Importancia alta:** es un problema que desean resolver (es algo que quieren y les urge)
 - **Importancia media:** es un problema, pero no urgente a resolver.
 - **Importancia baja:** no representa una necesidad significativa para el cliente.
- Es importante conocer las alternativas que usan los clientes en la realidad para verificar las hipótesis.

¡Recuerda!

Siempre sé creativo y organiza lo elaborado utilizando el material que tengas a tu alcance. Asimismo, comparte tu producción final con tu familia. ¡No te olvides de guardar tu producción en el portafolio!

**Organiza tu tiempo y mantente en contacto con tus docentes, amigas y amigos.
Entre todas y todos nos apoyamos para seguir avanzando.**



ORIENTACIONES DE APOYO EDUCATIVO DIRIGIDAS A LAS Y LOS ESTUDIANTES CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

- Si presentas discapacidad visual, sería de gran ayuda contar con una grabación en audio de las consignas y procedimientos para el proceso de validación de las hipótesis del bloque de Problemas, ello ayudará a que tengas mayor autonomía para resolver los retos. Puedes registrar las respuestas de la entrevista que realizarás en el sistema braille, si es que lo vienes usando, o en su defecto también puedes grabar las entrevistas en tu celular. Si lo requieres, no dudes en pedir ayuda a alguien de tu familia.
- Recuerda que la herramienta estratégica empresarial que estás aprendiendo a aplicar, el lienzo Lean Canvas, te permite analizar de manera visual tu modelo de negocio para aumentar sus probabilidades de éxito. En las actividades de estas semanas, comprenderás el proceso de validación de las hipótesis del bloque de Problemas. En tal sentido, si tienes dificultad para recordar información o concentrarte, te sugerimos que, de manera global, observes cuáles han sido las etapas anteriores y a partir de esa revisión, sigas las consignas y los procedimientos que se te indican, dividiéndolos en pasos más cortos.
- Es muy importante te ubiques en qué parte del proceso vas, sombrea o coloca una marca cuando hayas concluido cada paso y si requieres de un descanso, hazlo por unos pocos minutos y retoma la actividad desde el punto que dejaste marcado.
- Si presentas discapacidad auditiva, ponte en la situación de que contarás con un intérprete que te apoyará para llevar a cabo las entrevistas a tus clientes potenciales. Por otro lado, trata de registrar por escrito o a través de imágenes o gráficos las ideas o respuestas a las preguntas generadoras. De ser necesario, solicita apoyo a un familiar para dicho registro.



#NosVolvemosAEncontrar

CONSULTA LAS
BASES AQUÍ:

<https://bit.ly/3kl5DAE>