

# SPRINT FAST

de la IDEA al MVP en 9 pasos

Natalia Echeverri Tamayo  
natalia@vixerant.com  
@nataliarocket





# SOY NATY

Natalia Echeverri Tamayo



🚀 Transformation & Innovation  
program manager

☐ Socia de Vixerant

🗣️ Facilitadora

📁 Capacitadora

🕒 Marketinera

✨ Emprendedora

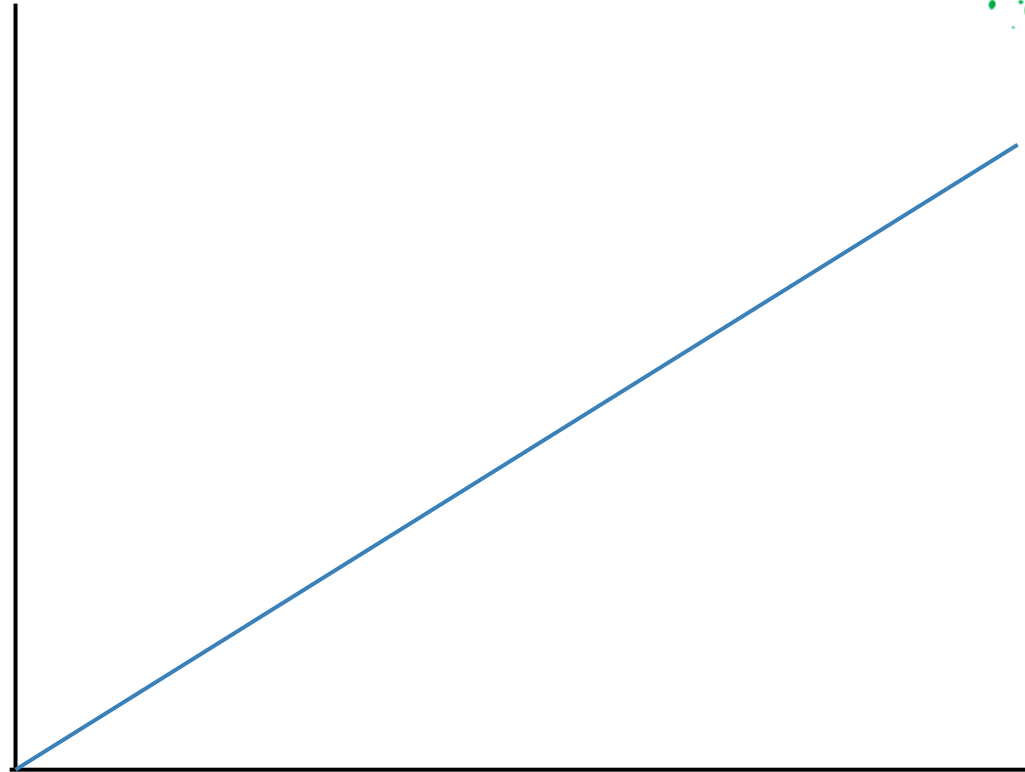






- **90%** fracasan
- **10%** sobreviven
  - **66%** lanzan un producto que nada tiene que ver con el original
  - **4%** son innovadores

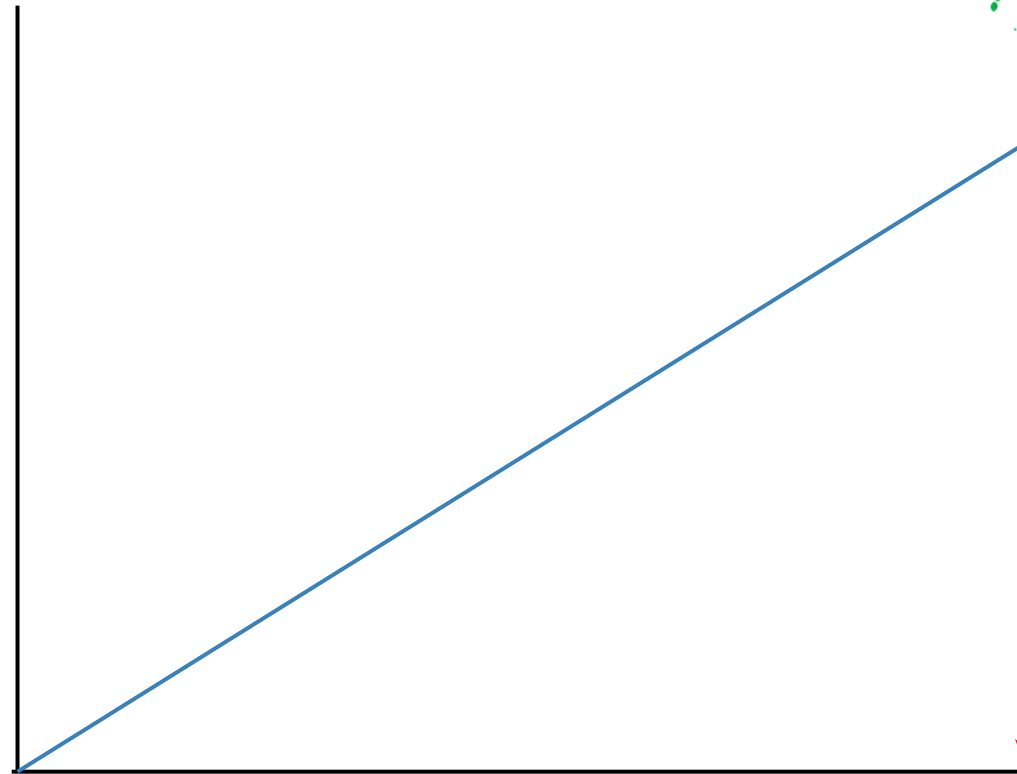
**Riesgo**



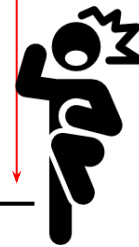
**Salida al  
mercado**

**Tiempo invertido**

Riesgo



Salida al mercado



Tiempo invertido

**OUCH !!**

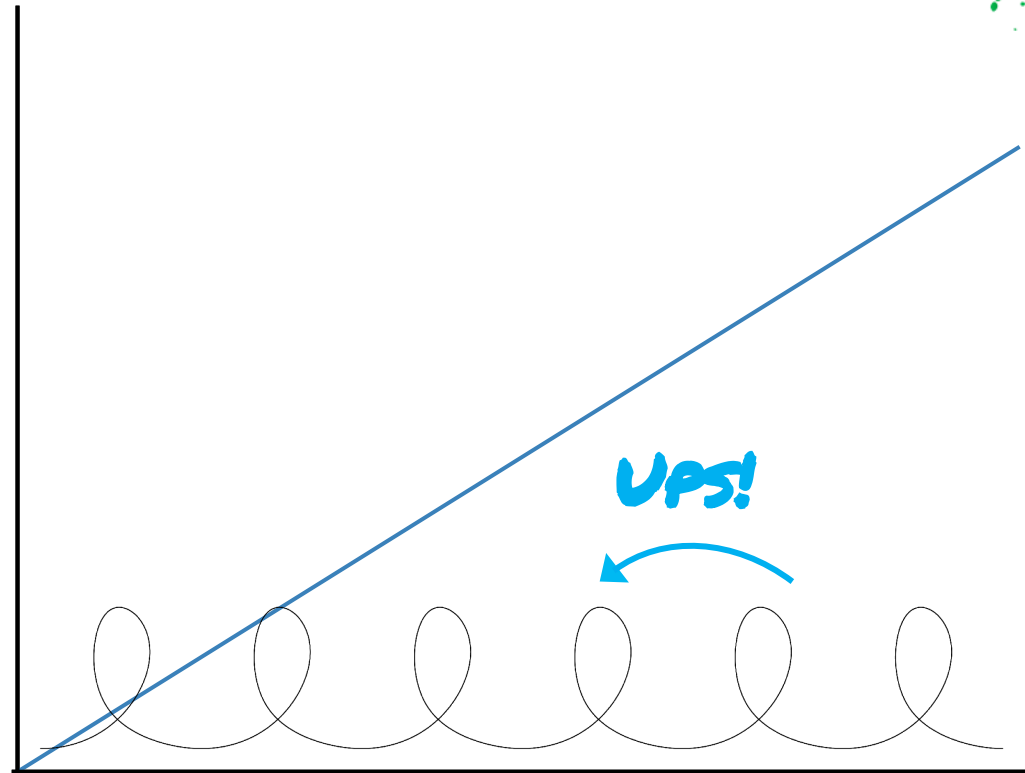


A man with a beard and sunglasses, wearing a grey suit and red tie, is sitting at a wooden table in a cafe. He is looking at a laptop. A woman with curly hair, wearing a light blue top and a necklace, is sitting next to him, also looking at the laptop. The background shows a large window with a view of green trees outside. The text "En la oficina hay opiniones, en la calle hay hechos" is overlaid on the image in white. Below the text is the name "Steve Blank".

**En la oficina hay opiniones, en la  
calle hay hechos**

**Steve Blank**

Riesgo



Salida al  
mercado

UPS!

Tiempo invertido

# **TODO ES UN RIESGO**

**“El verdadero trabajo de un emprendedor es estar sistemáticamente quitando los riesgos del modelo de negocios.”**

**Ash Maurya. Creador del Lean Canvas – Autor de «Running Lean»**





# ¿Qué es Sprint Fast?

Empatizar

Explorar

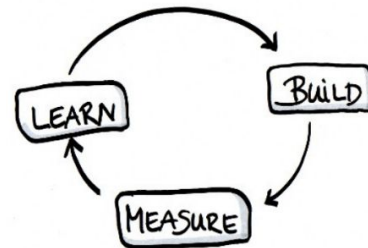
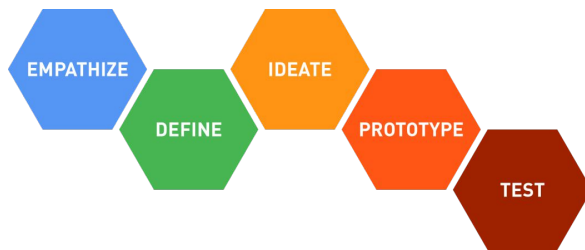
Ejecutar

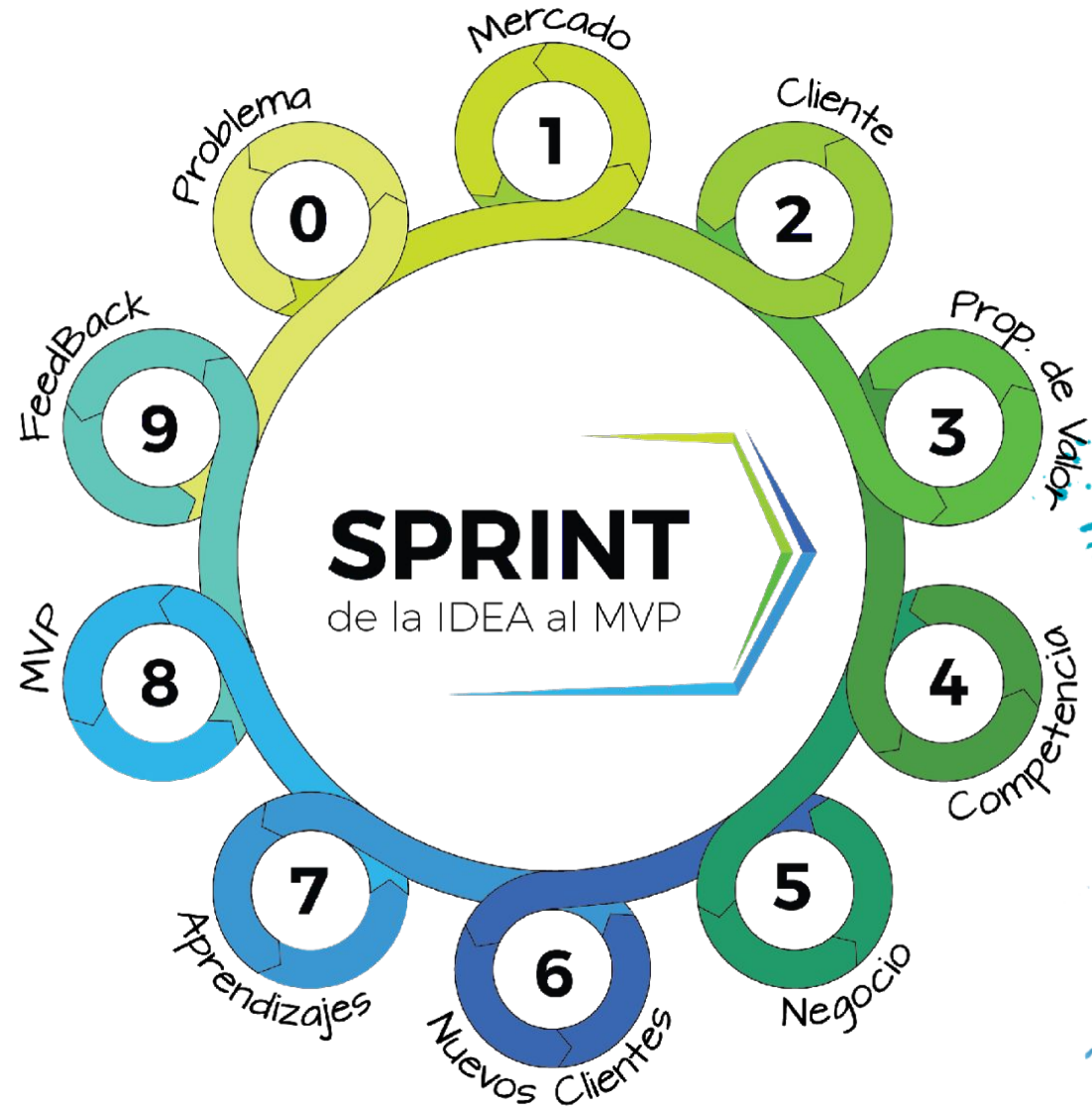


**Design Thinking**

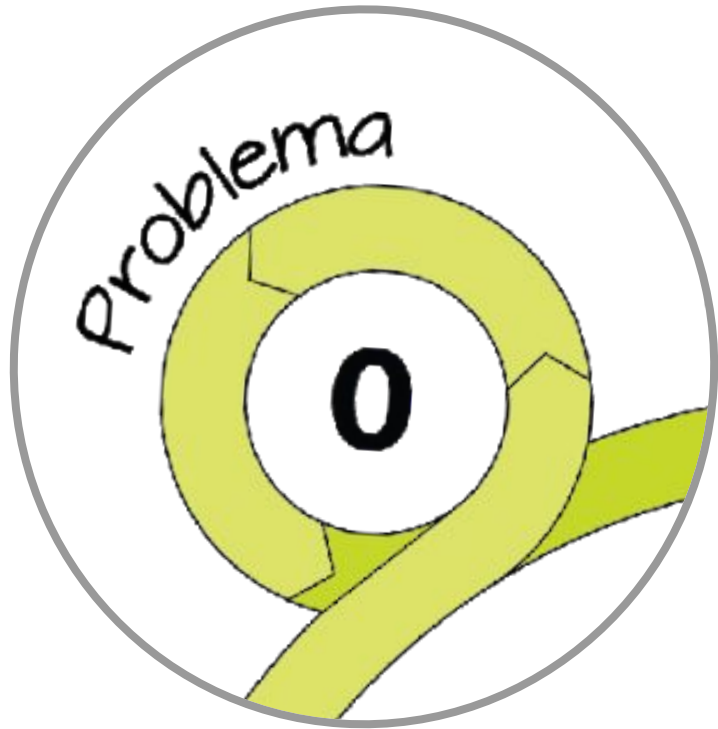
**Lean Startup**

**Scrums**









**PREVIA:**

## Tener un problema

**¿Qué hacer?**

Encontrar un  
problema

**¿Cómo hacerlo?**

- × ¿Qué problema soluciona mi idea?
- × ¿Cómo soluciona actualmente este problema?
- × ¿Es un problema fácil de resolver?



## **PASO 1:** **Definamos el mercado**

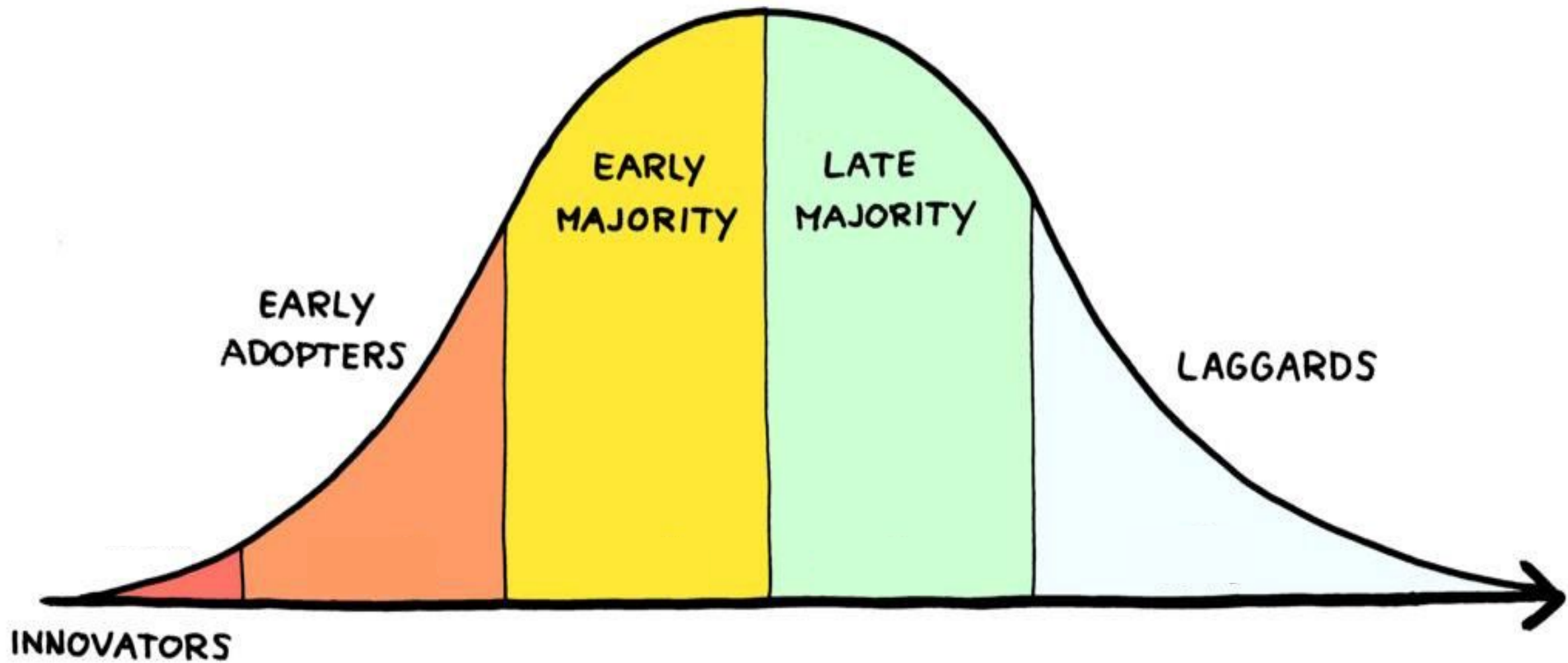
### **¿Qué hacer?**

Segmentar, segmentar y segmentar

### **¿Cómo hacerlo?**

- × Define el mercado
- × Define tu público principal
- × Define quién sería tu cliente ideal de ese público ideal







## ¿Qué hacer?

Ponernos en el zapato del nuestro cliente ideal



## PASO 1:

# Empaticemos con ese Cliente

### ¿Cómo hacerlo?

- × ¿Cómo soluciona el cliente el problema actual?
- × ¿Cómo sería la experiencia del cliente con tu solución?
- × ¿Dónde puedo encontrar este tipo de clientes?





## **PASO 3:**

# **Definamos su propuesta de valor**

### **¿Qué hacer?**

Busquemos a ese cliente ideal y comprobemos que sea real

### **¿Cómo hacerlo?**

- × Entrevistamos a posibles clientes ideales
- × Preguntemos desde la perspectiva del cliente
- × ¿Qué sería lo ideal para solucionarle?



## ¿Qué hacer?

Hacer Benchmarking

## PASO 4:

# Identificar nuestra competencia

### ¿Cómo hacerlo?

- × ¿Quiénes son nuestros posibles competidores directos?
- × ¿Quiénes son los competidores indirectos?
- × ¿Cuál es mi ventaja especial?
- × Hacete pasar por un cliente de ellos y experimenta





## PASO 5:

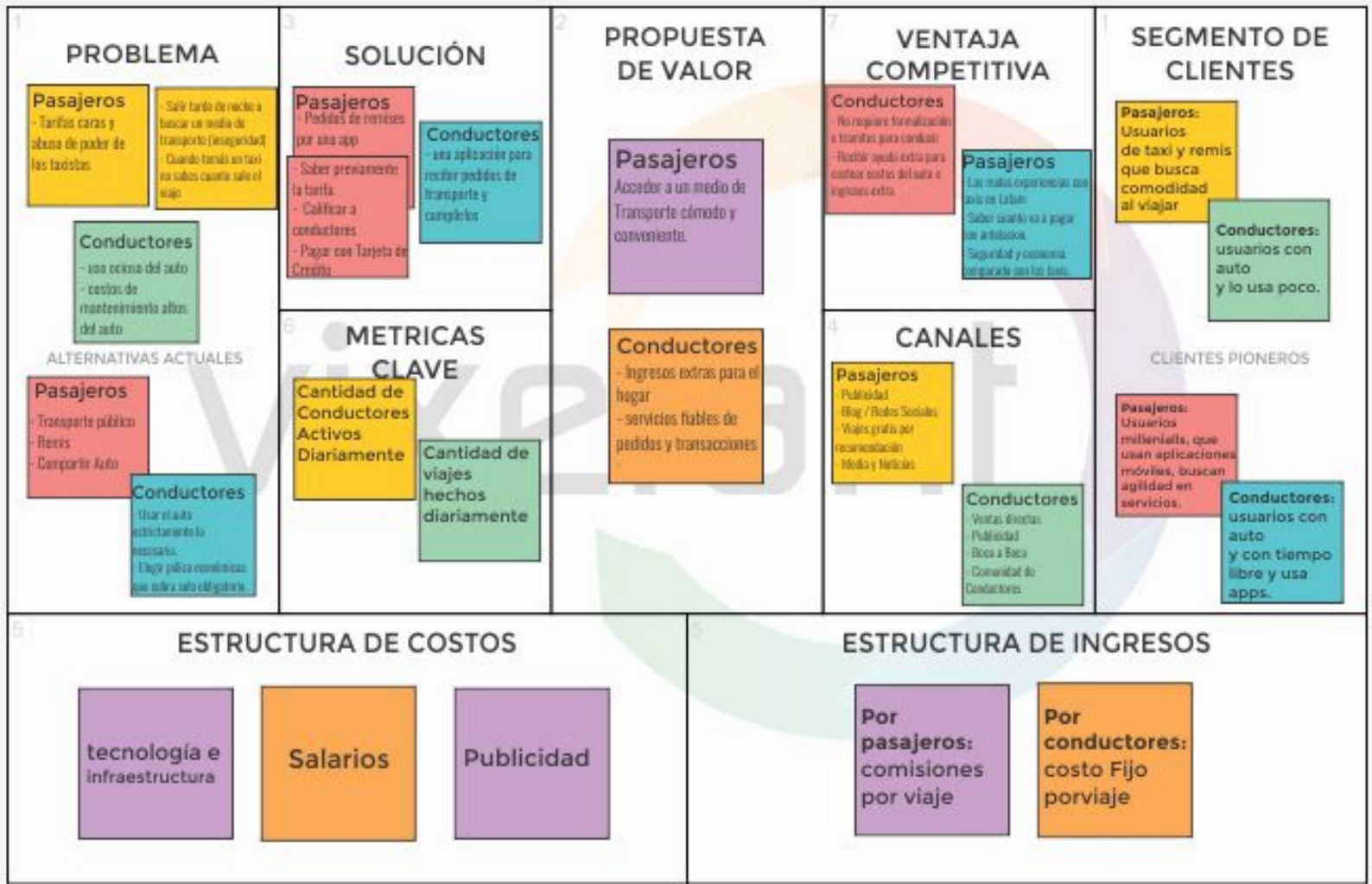
# Definimos el modelo de negocio

### ¿Qué hacer?

Hacemos Lean Canvas o Business Model Canvas

### ¿Cómo hacerlo?

- × Entra a este link donde conocerás el paso a paso de cómo completarlo
- × <http://bit.ly/vixerantleancanvas>



Lean canvas es una adaptación del Business Model Canvas (businessmodelgeneration.com) de Alex Osterwalder y está bajo la licencia "Creative Commons Attribution-share Alike 3.0 unported License" Fue adaptado por Runninglean.com prouesto por Ash Maurya y traducido al español por vixerant.com





## **PASO 6:**

# **Identificar dónde están mis clientes**

### **¿Qué hacer?**

Proceso de venta y su costo

### **¿Cómo hacerlo?**

- × Mapear el proceso de venta a un nuevo cliente
- × Calcular el costo de adquisición de un nuevo cliente
- × ¿Puedo retener ese nuevo cliente?





## PASO 7:

# Reportar aprendizajes y definir nuevos objetivos

### ¿Qué hacer?

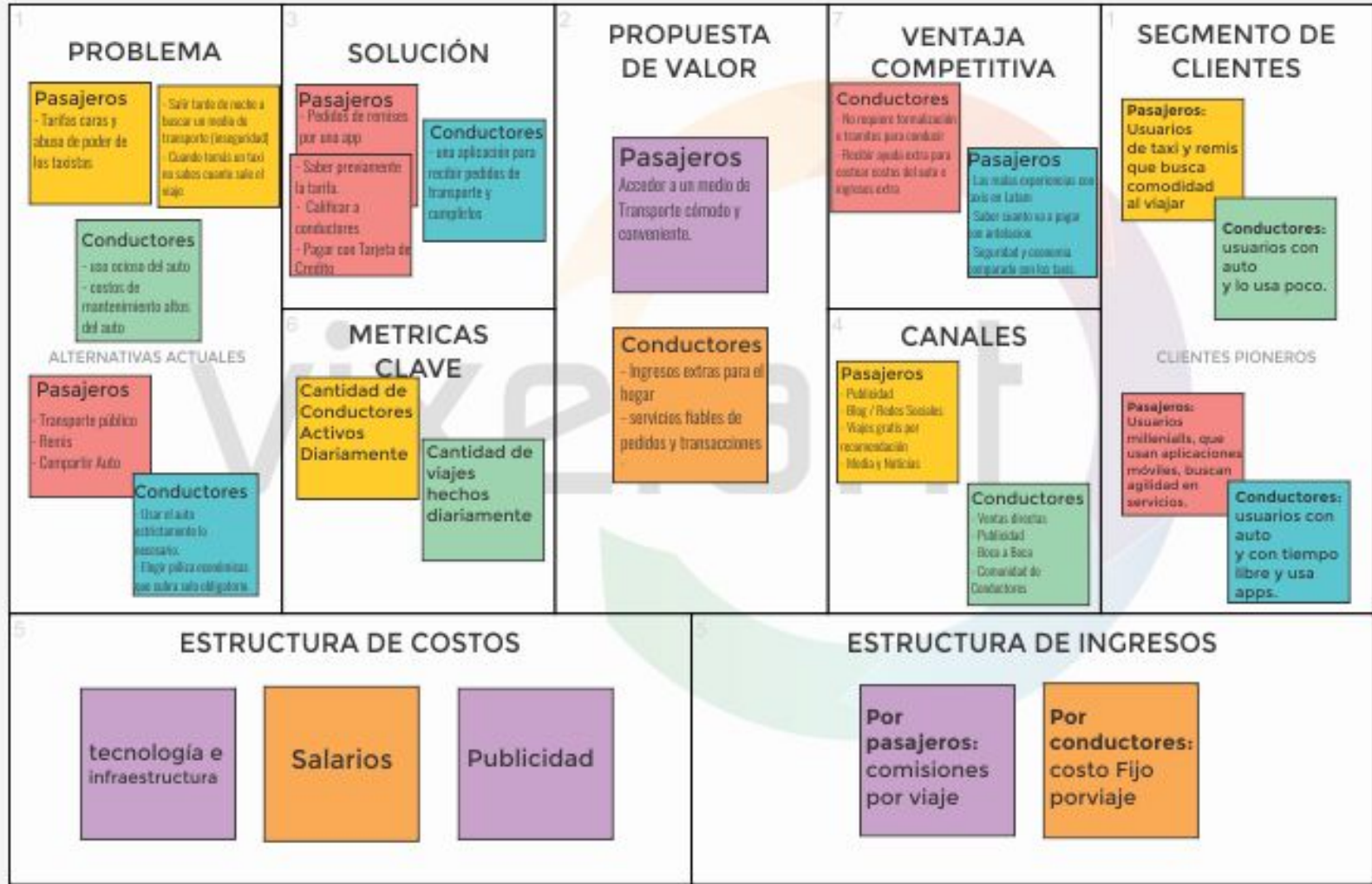
Anotar qué es todo lo que he aprendido por ahora y definir inquietudes me quedan por

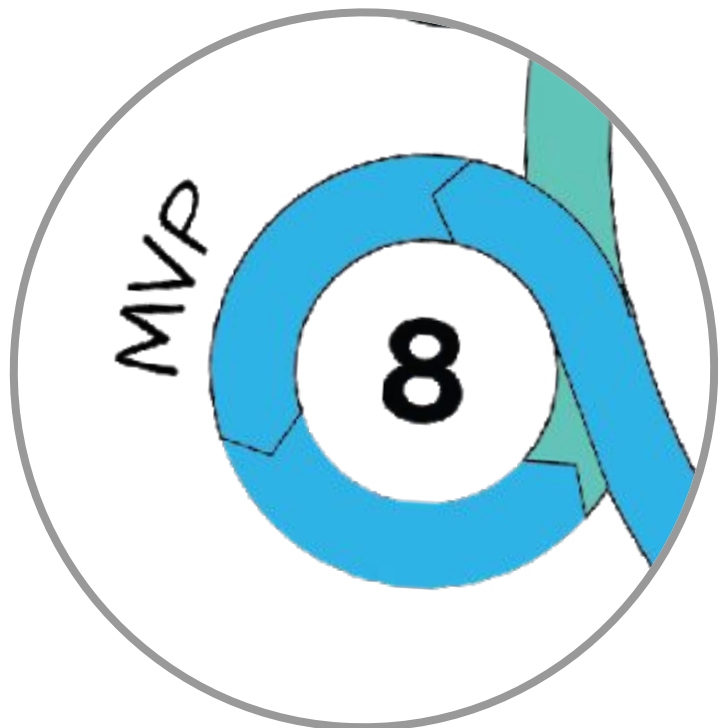
validar



### ¿Cómo hacerlo?

- × ¿Qué he aprendido hasta ahora?
- × ¿Cuáles son las dudas que me quedan todavía?
- × ¿Cómo puedo **VALIDAR** esas dudas?





## PASO 8:

# Definir mi mínimo producto viable

### ¿Qué hacer?

Definir qué quiero aprender de mi primer MVP

### ¿Cómo hacerlo?

- × ¿Qué necesito validar primero?
- × ¿Cómo lo puedo validar rápidamente?





**Zappos!**  
**.com**





**PedidosYa**  
La mejor forma de pedir comida

TOSHIBA





## PASO 9: Revisar

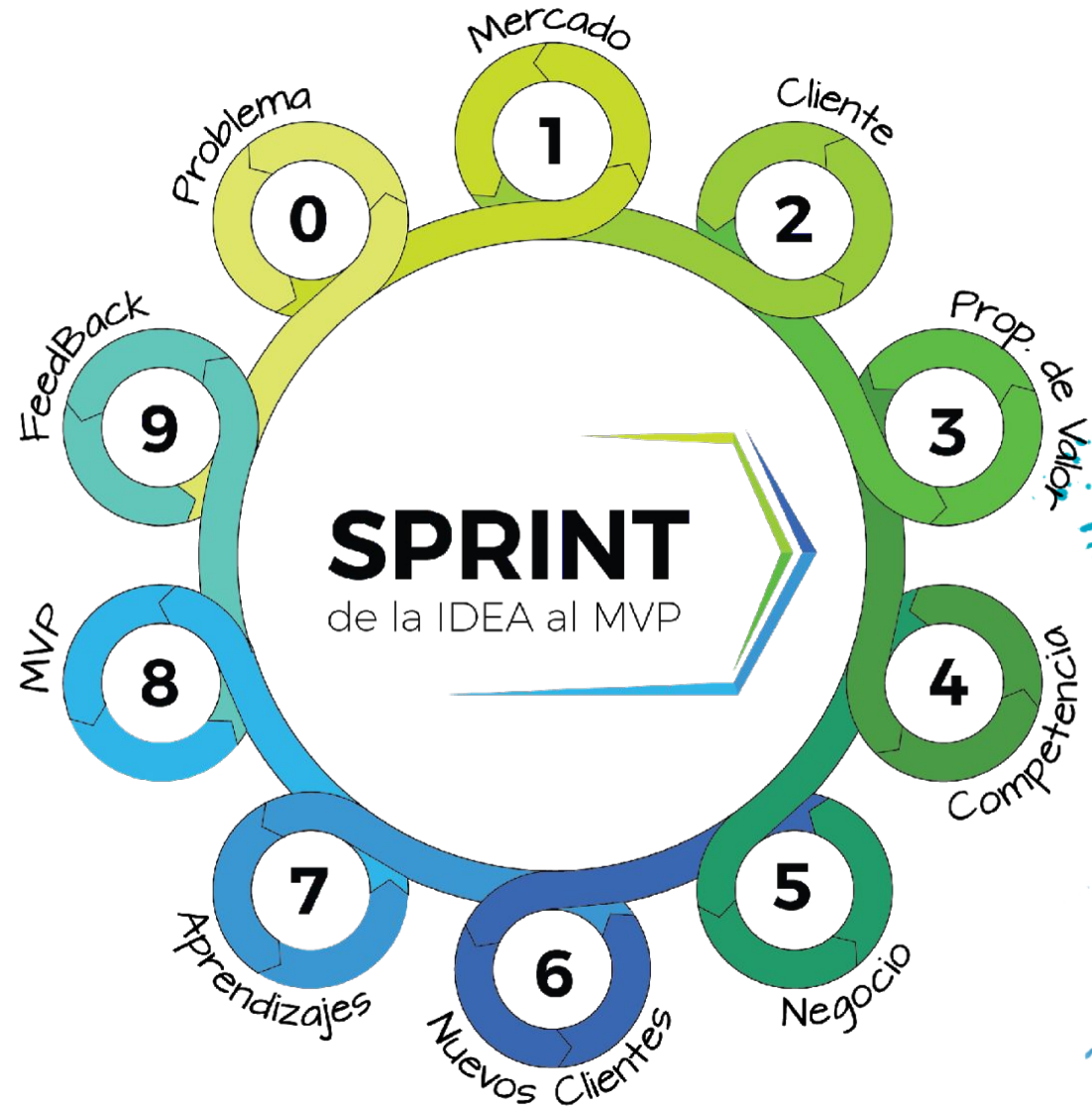
### ¿Qué hacer?

Definir que aprendí de mi MVP

### ¿Cómo hacerlo?

- × ¿Qué supuestos validé?
- × ¿Qué cambios debo hacer?
- × ¿Estos cambios son iteraciones o pivot?







¿PREGUNTAS?







MUCHAS  
GRACIAS!

Natalia Echeverri  
Tamayo

[natalia@vixerant.com](mailto:natalia@vixerant.com)