

L U M B R E



La prueba mínima: preventa, captación y prototipo sin gastar meses

Materia: Valida tu idea antes de invertir

07/10/2026

Antes de empezar

Las entrevistas prueban que el problema existe y duele; la cartera prueba que pagarían por resolverlo. Este módulo te da las tres pruebas baratas que convierten hipótesis en evidencia de compra: la preventa con anticipo real, la página de captación que mide cuánta gente deja su correo y su dinero, y el prototipo burdo que verifica que puedes prometer lo que vendes. Cada prueba con métrica, umbral y fecha: si no sabes de antemano qué número te haría continuar, todavía no sabes medir.

QUÉ APRENDERÁS

- Diseñar y ejecutar experimentos baratos que midan intención real de compra, con un umbral de éxito definido antes de correrlos.

La única validación que pesa es la que mueve

dinero, tiempo o nombre



El mejor prototipo de un negocio es una venta: todo lo demás es ensayo.

Después de veinte entrevistas sabes el dolor, el gasto actual y quién decide. Falta la pregunta que ningún «me encanta» responde: **¿pagará por tu versión de la solución?** Para eso existen las **pruebas mínimas**: experimentos que cuestan días y pesos chicos, pero producen la evidencia gorda del compromiso. Compromiso se mide en tres monedas: **dinero** (anticipo), **tiempo** (agenda una demostración de treinta minutos) o **nombre** (deja su correo y teléfono reales para ser de los primeros). Si ninguna de las tres se mueve, no hay validación, aunque haya quince pulgares arriba.

Prueba uno: la preventa. Vendes antes de tener, con entrega clara y futura: «el control semanal de insumos, arranca el 1 de marzo, 250 pesos al mes; el primer mes cuesta 150 si apartas hoy». No es engañar: es **ofrecer con fecha de cumplimiento honesta** a quien ya te confirmó en la entrevista que paga hoy por resolverlo. Diez anticipos son diez datos de pago; doscientos «me interesa» son cero datos. La preventa tiene otra ventaja cruel: si no te compran, no te quedaste con el inventario, el local ni el desarrollo a costas.

El umbral se escribe antes de correr la prueba, no después

Sin umbral previo, el ser humano le encuentra la lectura cómoda a cualquier número: con 8 correos «casi», con 12 «faltó difusión», con 3 «el mercado no está listo». La regla es **la carta a ti mismo**: antes de gastar un peso en el experimento escribes «esta prueba se considera éxito si X o más de cada cien visitantes dejan su correo con teléfono, o si consigo Y anticipos en Z días». Definido el número, corres; y si no se cumple, **se reporta el rojo sin testigos de descargo**: el supuesto se cayó, y eso es exactamente lo que la prueba compró. Cambiar el umbral después del resultado para que «salga verde» no es medir: es disfrazar, y el disfraz se paga con la siguiente inversión encima del mismo supuesto roto.

Prueba dos: la página de captación. Una sola pantalla, sin producto todavía: el problema con sus palabras (las de las entrevistas), la promesa concreta, y un solo botón: «reserva tu lugar, 100 pesos de anticipo que se devuelven si no te convence» o «déjanos tu correo y te avisamos del arranque». Se mide la **tasa de conversión** (cada cien visitas, cuántos dejan el dato o el anticipo) y de dónde vinieron: si tu cliente vive en el mercado de la zona, compárala con volantes con un código QR; no esperes que Instagram te valide un negocio de mayoreo local. **Prueba tres: el prototipo burdo.** No es «la versión lite de la app»: es la versión más fea que cumple la promesa: un cuaderno con las plantillas, un grupo de WhatsApp con reglas fijas, un archivo compartido con orden. Su pregunta no es «quién compra» (eso ya lo respondieron las primeras dos) sino «**puedo yo entregar esto, semana tras semana, sin perder dinero y sin mentir**»; el prototipo entrena la operación y revela los costos ocultos que la entrevista no ve.

El mercado no vota con opiniones: vota con su dinero, su agenda y su nombre. Si no vota, no hay elección que ganar.

— Lumbre · Empresa

Las tres pruebas mínimas: qué evidencia producen y cómo se leen

Prueba	Qué se juega el cliente	Evidencia que produce	Lectura
Preventa con anticipo	Dinero	Anticipos y promesa de compra con fecha	¿Pagaría? Solo esta pregunta responde
Página de captación	Nombre y atención	Correos o teléfonos reales por cada cien visitas	¿Le importa lo suficiente para dejarse contactar?
Prototipo burdo	Tu tiempo y el suyo	Entregas cumplidas y costos reales por semana	¿Puedes sostener lo que prometes?
Demostración agendada	Su agenda (30 minutos)	Citas que sí se presentan	Un calendario lleno de ausentes no es interés

1. Clasifica cada resultado de experimento según la evidencia que da:**Elementos:**

- Doce personas pagaron el anticipo de 100 pesos con fecha de entrega en marzo
- El grupo de WhatsApp piloto funcionó seis semanas seguidas con costo de 300 pesos por semana
- Cuarenta «me gusta» en la publicación del anuncio
- De cien visitantes a la página, nueve dejaron su correo y teléfono
- Citas agendadas para la demostración que nadie canceló y sí llegaron

Intención de pago	. . .
Capacidad de entrega	. . .
Nada: es ruido	. . .

2. Bruno montó su prueba de captación y escribió la regla: «éxito = 10% de visitantes dejan su correo». A los diez días la cifra es 4%. ¿Qué manda el método?

- ☐ Bajar el precio del anticipo a ver si con 50 pesos sube la conversión
- ☐ Reportar el rojo, leer el dato como evidencia de que el mensaje o el canal fallan (o el supuesto de valor es más flojo de lo que creía) y decidir con la carta a sí mismo, no retocando el umbral
- ☐ Repetir la prueba con el mismo umbral hasta que salga verde: pudo ser mala suerte
- ☐ Declarar éxito parcial porque 4% es más que cero

3. La preventa con anticipo solo es honesta si el producto ya existe; de lo contrario es prometer algo que no se puede cumplir.

☐ Verdadero

☐ Falso

4. Elige uno de los tres formatos según tu supuesto peligroso y escribe tu carta a ti mismo: qué se prueba, con qué moneda de compromiso (dinero, agenda o nombre), el umbral numérico, la fecha límite y qué harás con el rojo si llega. Diseña la prueba para que cueste menos de mil pesos y puedas correrla en dos semanas.

Si te tienta «lanzar la tienda completa y a ver qué pasa», eso no es un experimento: es una apuesta con el ahorro. El experimento se puede hacer con un puesto prestado.

Para dominar este tema

Lo esencial que debes saber

- Compromiso se mide en dinero, agenda o nombre; opinión no es evidencia.
- Preventa: promesa con fecha honesta y anticipo reembolsable responde «¿pagarían?».
- Página de captación: tasa de conversión por canal, medida donde vive tu cliente.
- Prototipo burdo: la versión más fea que cumple la promesa y revela costos de entregar.
- El umbral de éxito se fija por escrito antes de correr la prueba, y el rojo se reporta sin maquillar.

Preguntas clave del tema

1. ¿Qué tres monedas mide el compromiso real?
2. ¿Qué pregunta exacta responde la preventa?
3. ¿Cómo se elige el canal de la prueba de captación?
4. ¿Para qué sirve el prototipo burdo si la venta ya está probada?
5. ¿Por qué el umbral se escribe antes y no después del resultado?

Lo que debes poder hacer

- Diseñar una prueba mínima con métrica, umbral y fecha límite.

- Ejecutarla por debajo de mil pesos y en menos de dos semanas.
- Leer el resultado sin testigos de descargo y decidir la siguiente jugada.

ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE
EN LUMBRE

5. Chequeo: la prueba que no se disfraza



Siguiente: *Leer la evidencia: cuándo pivotar y cuándo aguantar* — el resultado ya está en la mesa y no es el que querías: cómo distinguir un canal equivocado de un negocio equivocado, cuántas pruebas mereces antes de soltar, y la decisión sin drama ni terquedad.

Referencia curricular

Materia:	Valida tu idea antes de invertir
-----------------	----------------------------------

Versión interactiva completa (con actividades, videos y autoevaluación):



<https://empresa.lumbre.lat/object/emp-emp-c45-m03-0a01>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat