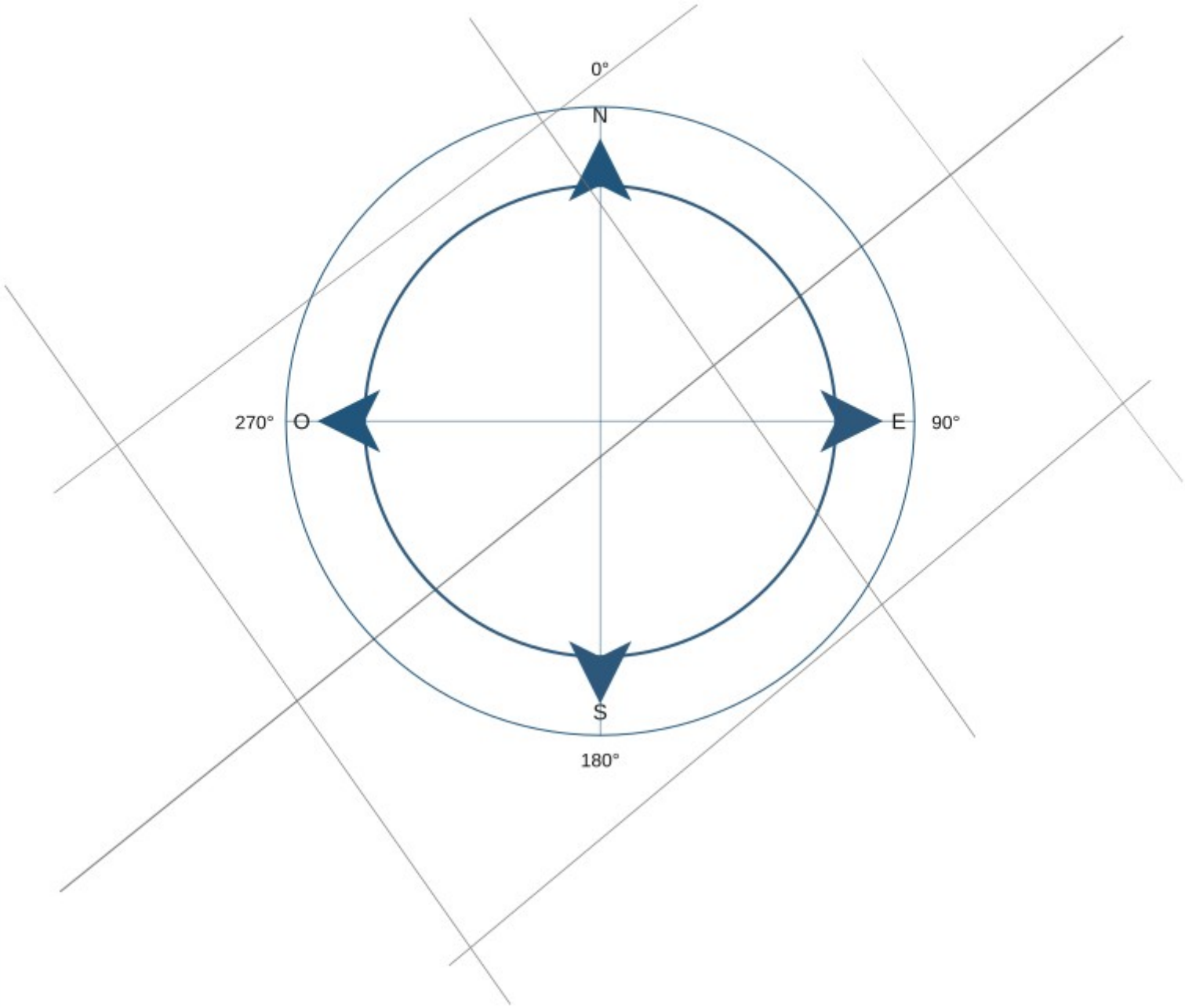

CHECKLIST DE PREPARACIÓN PARA MONETIZACIÓN

Herramienta TAI Dynamics para evitar la monetización prematura

TAI DYNAMICS

INTRODUCCIÓN

Esta checklist ha sido desarrollada por TAI Dynamics para ayudarte a determinar si tu proyecto tecnológico está realmente preparado para implementar o escalar tu estrategia de monetización. Basada en nuestra experiencia acompañando cientos de proyectos, hemos identificado los indicadores clave que señalan el momento adecuado para monetizar, evitando así caer en "La Ilusión de la Monetización Rápida".

Utiliza esta herramienta para evaluar objetivamente la preparación de tu proyecto, identificar áreas que requieren atención antes de monetizar, y planificar una implementación gradual y sostenible de tu estrategia de ingresos.

INSTRUCCIONES DE USO

1. Evalúa cada elemento de la checklist con honestidad.
2. Marca "Sí" solo cuando puedas responder afirmativamente con evidencia concreta.
3. Para elementos marcados como "No" o "Parcial", anota las acciones específicas necesarias.
4. Revisa tu puntuación total y consulta la sección de interpretación al final.
5. Utiliza los resultados para desarrollar tu plan de preparación para monetización.

1. VALIDACIÓN DE VALOR FUNDAMENTAL

Criterio	Sí	Parcial	No	Evidencia / Acciones Necesarias
1.1 Hemos validado que nuestro producto resuelve un problema real para nuestros usuarios.	☐	☐	☐	
1.2 Podemos articular claramente nuestra propuesta de valor única.	☐	☐	☐	
1.3 Tenemos usuarios activos que utilizan nuestro producto regularmente (al menos 2-4 veces al mes).	☐	☐	☐	
1.4 Recibimos feedback positivo consistente sobre el valor entregado.	☐	☐	☐	
1.5 Nuestros usuarios experimentan el "momento ¡Ajá!" donde perciben claramente el beneficio.	☐	☐	☐	
1.6 Hemos identificado y validado nuestro PMV (Producto Mínimo Viable).	☐	☐	☐	
1.7 Los usuarios recomiendan activamente nuestro producto a otros (NPS positivo).	☐	☐	☐	

SUBTOTAL: VALOR FUNDAMENTAL _____ / 7

2. MÉTRICAS DE ENGAGEMENT Y RETENCIÓN

Criterio	Sí	Parcial	No	Evidencia / Acciones Necesarias
2.1 Tenemos una base de usuarios activos estable o creciente.	☐	☐	☐	
2.2 Nuestra retención a 30 días supera el 20%.	☐	☐	☐	
2.3 Nuestra retención a 90 días supera el 10%.	☐	☐	☐	
2.4 El tiempo promedio de sesión/uso es consistente con el valor que ofrecemos.	☐	☐	☐	
2.5 La frecuencia de uso se alinea con el caso de uso principal de nuestro producto.	☐	☐	☐	
2.6 Menos del 40% de los nuevos usuarios abandonan después de la primera experiencia.	☐	☐	☐	
2.7 Tenemos métricas claras que demuestran engagement con las funcionalidades principales.	☐	☐	☐	
2.8 El número de usuarios que alcanzan los hitos clave en el recorrido del usuario es satisfactorio.	☐	☐	☐	

SUBTOTAL: ENGAGEMENT Y RETENCIÓN _____ / 8

3. DISPOSICIÓN A PAGAR

Criterio	Sí	Parcial	No	Evidencia / Acciones Necesarias
3.1 Hemos realizado investigación sobre disposición a pagar con usuarios reales.	☐	☐	☐	
3.2 Tenemos pruebas de que los usuarios perciben suficiente valor para pagar.	☐	☐	☐	
3.3 Hemos validado rangos de precio aceptables para diferentes segmentos.	☐	☐	☐	
3.4 Comprendemos las objeciones principales respecto al precio.	☐	☐	☐	
3.5 Hemos identificado las funcionalidades por las que los usuarios están más dispuestos a pagar.	☐	☐	☐	
3.6 Los usuarios han expresado explícitamente que pagarían por nuestra solución.	☐	☐	☐	
3.7 Hemos realizado pruebas piloto de monetización con un grupo selecto de usuarios.	☐	☐	☐	

SUBTOTAL: DISPOSICIÓN A PAGAR _____ / 7

4. DIFERENCIACIÓN Y POSICIONAMIENTO

Criterio	Sí	Parcial	No	Evidencia / Acciones Necesarias
4.1 Nuestra solución ofrece beneficios claramente diferenciados de alternativas gratuitas.	☐	☐	☐	
4.2 Comprendemos a profundidad el panorama competitivo.	☐	☐	☐	
4.3 Tenemos un posicionamiento claro en el mercado.	☐	☐	☐	
4.4 Podemos articular por qué nuestra solución vale más que las alternativas.	☐	☐	☐	
4.5 Nuestros usuarios pueden explicar por qué nuestra solución es única o superior.	☐	☐	☐	
4.6 Hemos desarrollado características o capacidades difíciles de replicar.	☐	☐	☐	

SUBTOTAL: DIFERENCIACIÓN Y POSICIONAMIENTO _____ / 6

5. EXPERIENCIA DE USUARIO Y CONFIANZA

Criterio	Sí	Parcial	No	Evidencia / Acciones Necesarias
5.1 Nuestra experiencia de usuario es fluida, con pocos puntos de fricción.	☐	☐	☐	
5.2 El proceso de onboarding está optimizado y es efectivo.	☐	☐	☐	
5.3 Tenemos un sistema de soporte al cliente establecido y funcional.	☐	☐	☐	
5.4 Los problemas técnicos críticos han sido resueltos.	☐	☐	☐	
5.5 El rendimiento y disponibilidad del sistema son confiables.	☐	☐	☐	
5.6 La experiencia de usuario es consistente a través de diferentes dispositivos/plataformas.	☐	☐	☐	
5.7 Hemos establecido confianza con nuestra base de usuarios.	☐	☐	☐	
5.8 Tenemos testimonios o casos de éxito documentados.	☐	☐	☐	

SUBTOTAL: EXPERIENCIA DE USUARIO Y CONFIANZA _____ / 8

6. ESTRUCTURA DE MONETIZACIÓN

Criterio	Sí	Parcial	No	Evidencia / Acciones Necesarias
6.1 Hemos definido claramente nuestro modelo de monetización (freemium, suscripción, etc.	☐	☐	☐	
6.2 Nuestra estructura de precios es simple de entender.	☐	☐	☐	
6.3 Los niveles o planes están claramente diferenciados en valor.	☐	☐	☐	
6.4 La versión gratuita (si existe) ofrece valor real y autónomo.	☐	☐	☐	
6.5 Hemos establecido un camino claro de conversión de usuarios gratuitos a pagos.	☐	☐	☐	
6.6 Los procesos de pago y facturación están completamente implementados y probados.	☐	☐	☐	
6.7 Tenemos políticas claras de reembolso, cancelación y renovación.	☐	☐	☐	
6.8 Cumplimos con regulaciones relevantes (impuestos, protección al consumidor, etc.).	☐	☐	☐	

SUBTOTAL: ESTRUCTURA DE MONETIZACIÓN _____ / 8

7. COMUNICACIÓN DE VALOR Y PRECIO

Criterio	Sí	Parcial	No	Evidencia / Acciones Necesarias
7.1 Comunicamos claramente el valor de cada nivel o plan.	☐	☐	☐	
7.2 Tenemos materiales que articulan efectivamente nuestra propuesta de valor.	☐	☐	☐	
7.3 Los beneficios están expresados desde la perspectiva del usuario, no como características.	☐	☐	☐	
7.4 La página de precios o planes es clara y persuasiva.	☐	☐	☐	
7.5 Tenemos respuestas preparadas para objeciones comunes sobre precio.	☐	☐	☐	
7.6 Podemos cuantificar el ROI o valor entregado cuando es relevante.	☐	☐	☐	
7.7 Los mensajes de conversión están optimizados y probados.	☐	☐	☐	

SUBTOTAL: COMUNICACIÓN DE VALOR Y PRECIO _____ / 7

8. PREPARACIÓN OPERACIONAL

Criterio	Sí	Parcial	No	Evidencia / Acciones Necesarias
8.1 Tenemos suficiente capital para soportar la transición a un modelo pago.	☐	☐	☐	
8.2 Contamos con los recursos necesarios para manejar un incremento en soporte al cliente.	☐	☐	☐	
8.3 Hemos implementado procesos para manejar disputas o cancelaciones.	☐	☐	☐	
8.4 Nuestro equipo está alineado con la estrategia de monetización.	☐	☐	☐	
8.5 Tenemos un plan de comunicación para la introducción de la monetización.	☐	☐	☐	
8.6 Hemos establecido métricas claras para evaluar el éxito de la monetización.	☐	☐	☐	
8.7 Contamos con un plan de acción para diferentes escenarios de respuesta del mercado.	☐	☐	☐	
8.8 Tenemos un plan para usuarios existentes (si aplica).	☐	☐	☐	

SUBTOTAL: PREPARACIÓN OPERACIONAL _____ / 8

9. SEÑALES DE MERCADO

Criterio	Sí	Parcial	No	Evidencia / Acciones Necesarias
9.1 El tamaño del mercado objetivo justifica nuestra estrategia de monetización.	☐	☐	☐	
9.2 Existe evidencia de que otros players están monetizando con éxito en este mercado.	☐	☐	☐	
9.3 Las condiciones macroeconómicas del mercado son favorables.	☐	☐	☐	
9.4 Tenemos identificados segmentos con mayor disposición/capacidad de pago.	☐	☐	☐	
9.5 El momento del mercado es adecuado (no demasiado temprano ni tardío).	☐	☐	☐	
9.6 Comprendemos los ciclos de compra y decisión de nuestros usuarios objetivo.	☐	☐	☐	

SUBTOTAL: PREPARACIÓN OPERACIONAL _____ / 6

10. PUNTUACIÓN E INTERPRETACIÓN

PUNTUACIÓN TOTAL: _____ / 65

Calcula tu porcentaje: (Puntuación Total ÷ 65) × 100 = _____%

Interpretación:

- **85-100%: LISTO PARA MONETIZAR**

  Tu proyecto muestra señales sólidas de preparación para monetización. Puedes proceder con confianza, monitoreando cuidadosamente los resultados iniciales para realizar ajustes finos.

- **70-84%: CASI LISTO - MONETIZACIÓN GRADUAL**

  Estás bien posicionado para comenzar una estrategia de monetización gradual. Enfócate en resolver las áreas marcadas como "Parcial" o "No" que tengan mayor impacto, mientras implementas fases iniciales de monetización.

- **50-69%: PREPARACIÓN MODERADA - SE REQUIERE ATENCIÓN**

  Tienes fundamentos importantes establecidos, pero existen áreas críticas que requieren atención antes de una monetización completa. Considera un modelo freemium con una versión gratuita sólida mientras trabajas en las áreas identificadas.

- **30-49%: PREPARACIÓN LIMITADA - RIESGO SIGNIFICATIVO**

  La monetización en este punto representaría un riesgo significativo. Prioriza establecer un valor claro y mejorar engagement y retención antes de implementar estrategias de ingresos más allá de pruebas limitadas.

- **< 30%: NO PREPARADO - ENFOQUE EN VALOR**

  Tu enfoque principal debe ser demostrar y validar el valor fundamental de tu solución. La monetización prematura probablemente resultará en altas tasas de abandono y limitará tu crecimiento. Establece primero una base sólida de usuarios satisfechos.

RECOMENDACIONES DE ACCIÓN

Para puntuaciones entre 70-84%:

1. Implementa monetización por fases, comenzando con funcionalidades premium selectas.
2. Establece un programa de usuarios pioneros para pruebas de precio.
3. Desarrolla un plan claro de comunicación para introducir la monetización.
4. Continúa mejorando las áreas identificadas como "Parcial"

Para puntuaciones entre 50-69%:

1. Refuerza la experiencia de usuario y el valor fundamental.
2. Realiza pruebas limitadas de monetización con segmentos específicos.
3. Desarrolla un sólido plan de preparación enfocado en las áreas débiles.
4. Establece una línea de tiempo realista para implementación gradual

Para puntuaciones entre 30-49%:

1. Prioriza mejoras en retención y engagement.
2. Fortalece la propuesta de valor y diferenciación.
3. Valida la disposición a pagar con entrevistas y pruebas limitadas.
4. Desarrolla un plan a mediano plazo para monetización.

Para puntuaciones < 30%:

1. Enfócate exclusivamente en validación de producto y problema-solución.
2. Mejora significativamente la experiencia de usuario.
3. Establece métricas claras de engagement y retención.
4. Realiza investigación para comprender mejor las necesidades del usuario.

PLAN DE PREPARACIÓN

Utiliza la siguiente plantilla para desarrollar tu plan de preparación para monetización, basado en los resultados de esta checklist:

Área de mejora	Acciones específicas	Responsable	Fecha objetivo	Métrica de éxito

Documento preparado por TAIDynamics

Contacto: webmaster@taidynamics.com.ar

www.taidynamics.com.ar

Transformamos Ideas en Proyectos Tecnológicos Viables

© 2025 TAI Dynamics. Todos los derechos reservados.