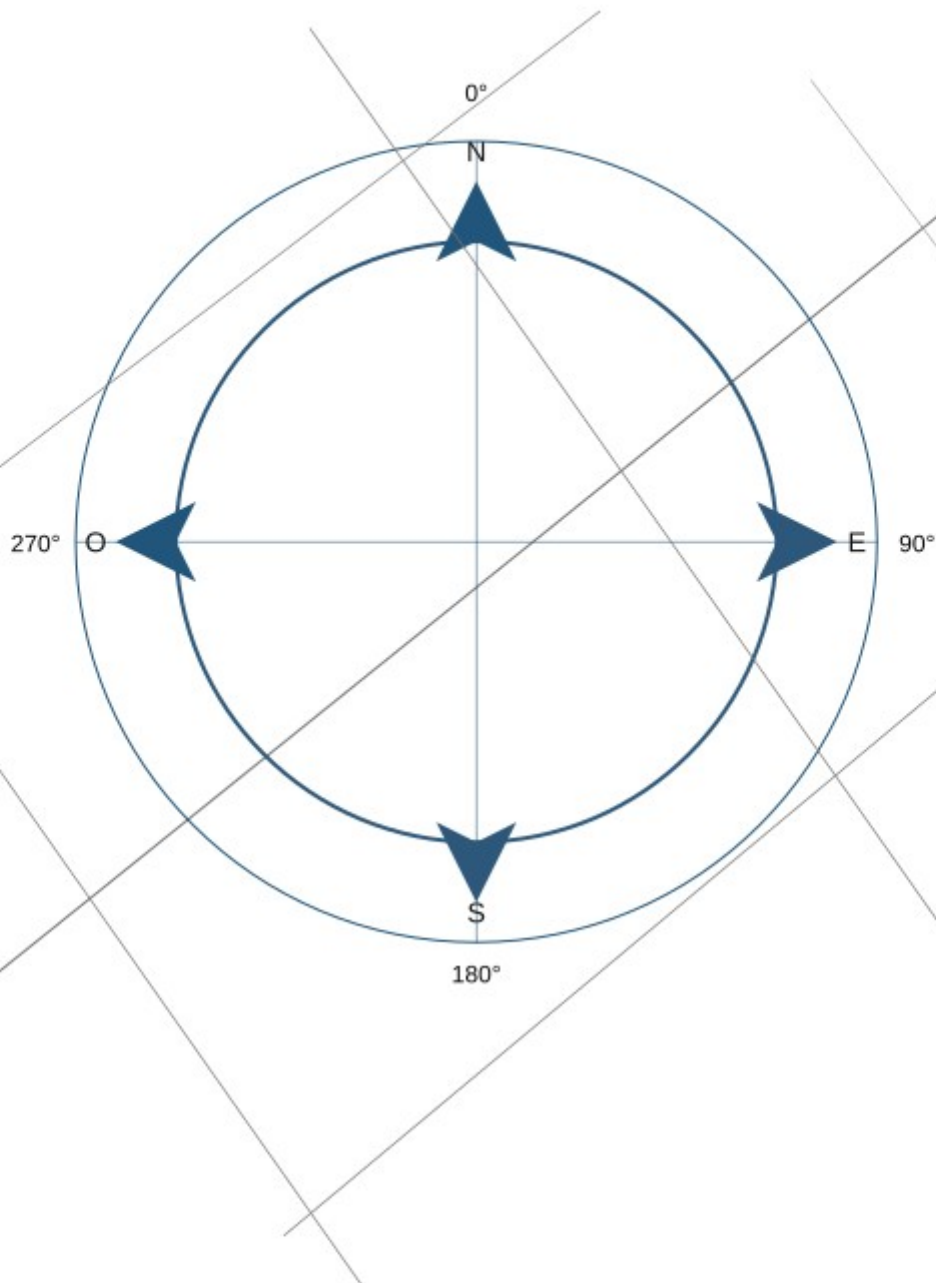




TEMPLATE DE PLAN DE MONETIZACIÓN SOSTENIBLE

Herramienta TAI Dynamics para proyectos tecnológicos viables



TAI DYNAMICS

INTRODUCCIÓN

Este template ha sido diseñado basado en años de experiencia observando patrones recurrentes en proyectos tecnológicos. La "Ilusión de la Monetización Rápida" es una trampa común donde los emprendedores priorizan ingresos inmediatos sobre la creación de valor sostenible.

Este documento te guiará para desarrollar una estrategia de monetización gradual y sólida, alineada con el valor real que ofreces a tus usuarios. Completar este template te ayudará a equilibrar la necesidad de sostenibilidad financiera con la importancia de establecer una base de valor clara para tus usuarios.

1. FUNDAMENTOS DE VALOR

1.1 Propuesta de Valor Principal

¿Cuál es el beneficio fundamental que ofrece tu producto/servicio?

[Tu respuesta aquí]

1.2 Validación de Valor

¿Qué evidencia tienes de que tu propuesta de valor es relevante?

- Problema validado: [Detalla cómo has validado que el problema existe].
- Solución validada: [Detalla cómo has validado que tu solución resuelve el problema].
- Feedback de usuarios: [Resume principales insights obtenidos].

1.3 Métricas de Valor (no monetarias)

¿Cómo mides el valor que entregas a tus usuarios?

Métrica	Objetivo	Situación Actual	Plan de Mejora
[Ej: Retención a 30 días]	[%]	[%]	[Acciones]
[Ej: NPS]	[Valor]	[Valor]	[Acciones]
[Ej: Tiempo de uso]	[Tiempo]	[Tiempo]	[Acciones]

2. ANÁLISIS DE MERCADO Y DISPOSICIÓN A PAGAR

2.1 Análisis competitivo de precios

Competidor	Modelo de Monetización	Precio	Propuesta de Valor	Diferenciación
[Nombre]	[Freemium/ Suscripción/etc]	[\$]	[Resumen]	[Diferencia vs tu solución]
[Nombre]	[Freemium/ Suscripción/etc]	[\$]	[Resumen]	[Diferencia vs tu solución]
[Nombre]	[Freemium/ Suscripción/etc]	[\$]	[Resumen]	[Diferencia vs tu solución]

2.2 Análisis de disposición a pagar

¿Qué investigación has realizado sobre la disposición a pagar de tu segmento?

- Métodos de investigación utilizados: [Entrevistas/Encuestas/Pruebas A\B].
- Principales hallazgos: [Resume los puntos clave].
- Rango de precios aceptable: [Min – Max].

2.3 Segmentación por Valor y Precio

Segmento	Necesidades Principales	Valor Percibido	Disposición a Pagar	Estrategia
[Tipo de usuario]	[Necesidades]	[Alto/Medio/Bajo]	[Rango \$]	[Enfoque]
[Tipo de usuario]	[Necesidades]	[Alto/Medio/Bajo]	[Rango \$]	[Enfoque]
[Tipo de usuario]	[Necesidades]	[Alto/Medio/Bajo]	[Rango \$]	[Enfoque]

3. ESTRATEGIA DE MONETIZACIÓN GRADUAL

3.1 Fase 1: Establecimiento de valor

Periodo donde priorizar la adopción y validación sobre el ingreso

- Duración estimada: [X meses]
- Objetivos principales:
 - [Objetivo 1]
 - [Objetivo 2]
- Métricas clave a monitorear:
 - [Métrica 1]
 - [Métrica 2]

3.2 Fase 2: Monetización inicial

Introducción de las primeras oportunidades de monetización

- Disparadores para iniciar esta fase:
 - [Métrica 1 alcanza valor X]
 - [Métrica 2 alcanza valor Y]
- Modelo(s) de monetización inicial:
 - [Modelo 1]
 - [Modelo 2]
- Pruebas a realizar:
 - [Test A/B 1]
 - [Test A/B 2]

3.3 Fase 3: Optimización y escalado

Refinamiento del modelo basado en datos

- Disparadores para iniciar esta fase:
 - [Condición 1]
 - [Condición 2]
- Estrategias de optimización:
 - [Estrategia 1]
 - [Estrategia 2]
- KPIs de monetización:
 - [KPI 1]
 - [KPI 2]

4. DISEÑO DEL MODELO FREEMIUM

4.1 Experiencia gratuita

Debe proveer valor real y autónomo, no solo una "muestra"

Funcionalidad	Valor que Aporta	Limitaciones
[Función 1]	[Valor]	[Limitación si aplica]
[Función 2]	[Valor]	[Limitación si aplica]
[Función 3]	[Valor]	[Limitación si aplica]

4.2 Niveles premium

Cada nivel debe aportar valor incremental claro

Nivel	Precio	Funcionalidades Adicionales	Valor Diferencial	Segmento Objetivo
[Nivel 1]	[\$]	[Listado]	[Valor]	[Segmento]
[Nivel 2]	[\$]	[Listado]	[Valor]	[Segmento]
[Nivel 3]	[\$]	[Listado]	[Valor]	[Segmento]

4.3 Camino de conversión

Experiencia diseñada para mostrar valor premium naturalmente

- Puntos de fricción identificados: [Listado].
- Momentos óptimos para ofrecer upgrade: [Listado].

- Mensajes clave para conversión: [Listado]

5. MÉTRICAS Y EVALUACIÓN

5.1 KPIs de monetización

Métrica	Objetivo	Situación Actual	Plan de Mejora
Tasa de conversión	[%]	[%]	[Acciones]
ARPU	[\$]	[\$]	[Acciones]
LTV	[\$]	[\$]	[Acciones]
CAC	[\$]	[\$]	[Acciones]
Retención de pagos	[%]	[%]	[Acciones]

5.2 Plan de experimentación

Pruebas para optimizar la monetización

Experimento	Hipótesis	Métrica de Éxito	Tiempo Estimado
[Experimento 1]	[Hipótesis]	[Métrica]	[Duración]
[Experimento 2]	[Hipótesis]	[Métrica]	[Duración]
[Experimento 3]	[Hipótesis]	[Métrica]	[Duración]

6. CONSIDERACIONES FINALES

6.1 Alineación con Propuesta de Valor

¿Cómo aseguras que tu modelo de monetización refuerza tu propuesta de valor?

[Tu respuesta aquí]

6.2 Feedback y ajustes

Plan para recopilar y actuar sobre feedback relacionado con precios

[Tu respuesta aquí]

6.3 Evolución del modelo

Visión de cómo evolucionará tu modelo de monetización

[Tu respuesta aquí]

Documento preparado por TAI Dynamics

Contacto: webmaster@taidynamics.com.ar

www.taidynamics.com.ar

Transformamos Ideas en Proyectos Tecnológicos Viables

© 2025 TAI Dynamics. Todos los derechos reservados.

TAI Dynamics -

Promoviendo una consciencia ágil para la creación inteligente de productos y empresas