Los 4 datos que faltan

El carrusel te mostró la causa #1 de fracaso. Acá tenés el resto de los datos de CB Insights, el ranking completo de las 20 razones, la cadena causal explicada paso a paso, y el método concreto (Lean Startup) para no repetir el error en tu propio proyecto.

1. **La cadena real del fracaso.** Construís sin validar → nadie lo quiere → se acabó la plata. El "nos quedamos sin plata" que reporta el 70% de las startups es el síntoma final, no la causa raíz — es simplemente el momento en el que el problema se vuelve innegable.

2. **La causa #1 real: 43%, "no market need".** CB Insights leyó cientos de post-mortems de fundadores reales. Sin encaje de mercado es la razón más común de fracaso, por encima de plata, equipo o producto — y sigue subiendo edición tras edición del estudio.

3. **El resto del ranking, para que lo tengas completo.** #2 se quedaron sin plata / no consiguieron nueva ronda (29%). #3 no tenían el equipo correcto (23%). #4 los superó la competencia (19%). #5 problemas de pricing o estructura de costos (18%). Todas son síntomas del mismo problema raíz: construir sin haber validado la demanda primero.

4. **El costo real de construir sin validar.** Cada semana de desarrollo sin feedback real de un usuario pagando o usando de verdad es una apuesta a que adivinaste bien. Cuanto más grande el producto antes del primer feedback, más caro sale el error si adivinaste mal.

5. **El ciclo Build-Measure-Learn, explicado.** *Build*: la versión más chica que genera un aprendizaje real, no la más linda. *Measure*: elegís UNA métrica accionable antes de lanzar, no la analizás después. *Learn*: la pregunta no es "¿funcionó?" sino "¿qué aprendimos que cambia la siguiente decisión?".

6. **Qué NO es un MVP.** No es una versión fea o incompleta del producto final — es el experimento más pequeño posible que te da una respuesta real a la pregunta que más miedo te da hacer. A veces ni siquiera tiene código: una landing page, un DM manual, un Google Form.

7. **Métricas de vanidad vs. métricas que importan.** Likes, vistas y seguidores se sienten bien pero no validan nada. Lo que sí valida: alguien paga, alguien vuelve sin que lo llames, alguien lo recomienda sin que se lo pidas.

8. **Aplicado a tu producto o contenido de IA.** Antes de construir la función/curso/feature completo, mandá la versión mínima — un post, un prototipo clickeable, un DM ofreciendo el servicio a mano — y medí si alguien realmente la quiere antes de invertir la semana entera.

MINI-CASO

Un builder de IA quería lanzar una automatización completa de reportes. En vez de programarla, mandó 5 reportes armados a mano por DM a clientes reales, cobrando el precio final. Dos de cinco pagaron sin dudar — recién ahí valió la pena automatizar. El "producto" validado en una tarde, no en un mes de desarrollo.

SEGUIMOS LA CONVERSACIÓN

Comentaste LEAN en el carrusel — si te sirvió, respondeme por acá y seguimos. 🚀