



Universidad
Tecnológico®



Creación y Desarrollo de Empresas

Dirigir: saltar



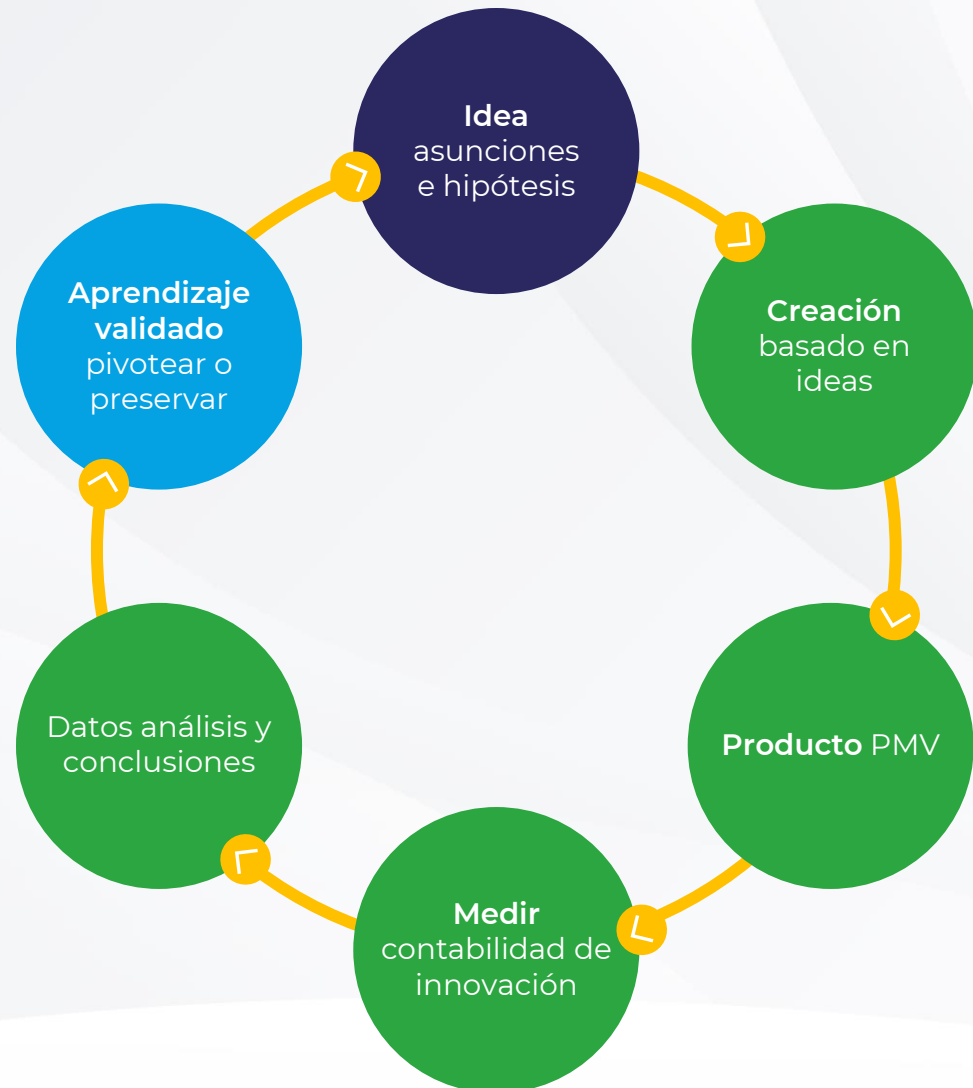


En los conceptos de aprender y experimentar pudimos ver que el método científico es de gran ayuda para poder llevar un proceso de innovación contabilizado, ahora bien, hablemos de saltar.

Saltar consiste en usar los datos y experiencia con los que contamos, donde el estudio y experiencia recopilados sobre nuestra idea de negocio también deberá realizar hipótesis sobre lo que pasará, de esta forma, podremos hacer circuitos de prueba anticipándonos al mercado.

Crear-medir-aprender

Este proceso es a lo **que llamamos circuito de pruebas**. Dentro de la metodología lean *startup* es crucial conocerlo y aplicarlo, es el proceso de validar en el menor tiempo posible.



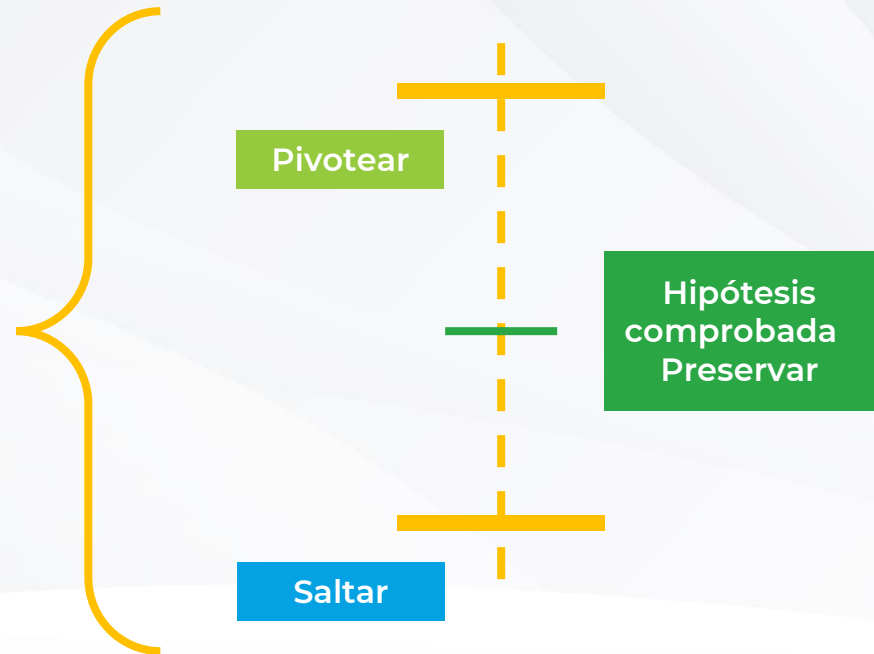
Crear-medir-aprender

Cuando tienes el proceso validado, ¿cuál es el siguiente paso?

Pivoteamos, volvemos a hacer pruebas y buscamos el resultado deseado.

Aceptamos. Tenemos la información y el resultado verificado de las hipótesis y asunciones elaboradas al inicio del ciclo.

Pruebas de circuito con PMV



Dirigir: saltar

Definamos algunos conceptos que posteriormente usaremos en nuestro desarrollo.

- **Pivotear.** Hacer cambios pequeños o radicales a nuestra propuesta referida a estrategias de diseño o características de productos o servicio, canales de distribución o la propuesta de valor.
- **Saltar.** Cuando la hipótesis resulta falsa, saltas a una nueva hipótesis.
- **Preservar.** Cuando el resultado es el desaseado y de esta forma comprobamos una hipótesis, decidimos si mantenemos el proceso igual o hacemos otro ajuste.



Dirigir: saltar

Definamos asunción: es la acción o efecto de asumir; así, tenemos dos asunciones principales para cualquier modelo de negocio:

- Asunción actual
- Asunción futura

Las startups, por lo tanto, tienen dos hipótesis que se convierten en un acto de fe, y son fundamento para la generación de **estrategias que busquen crear mayor valor** y para la creación de **estrategias con las cuales se asume que la empresa crecerá rápidamente.**

1. Quiénes son los clientes y qué les motiva.
2. Cómo vamos a llegar a ellos.
3. Qué nivel de engagement vamos a conseguir, y cómo quieren que se les venda.
4. Que las condiciones, precios y demás de nuestros aliados son ciertas y constantes en el tiempo.
5. Que la fórmula de beneficio y la estrategia de ingresos es coherente y apropiada para el cliente.

Debemos considerar algunos de los principales puntos de la visión de la Startup.



Para revisar el proceso de aprendizaje de tu idea de negocio considera lo siguiente:

1. ¿Cuántos circuitos de prueba podemos realizar con nuestro presupuesto actual?
2. ¿Identificas los PMV más críticos que puedan generar valor al cliente?
3. ¿Cuántas interacciones tienes con tu cliente?, ¿cómo comprobamos nuestras hipótesis?





Sin duda alguna, aprender a visualizar los modelos de negocio como modelos hipotéticos brinda una gran ventaja, ya que permite perfeccionarlos a través de diferentes técnicas como probar, medir y aprender. De igual manera, es necesario echar mano de la humildad para reconocer que no se sabe todo acerca del negocio que se está tratando de diseñar y su conducción al éxito.





Universidad
Tecmilenio®



Creación y Desarrollo de Empresas

Dirigir: probar



Una vez que se obtiene información suficiente en torno a la implementación de la idea de negocio, es importante probarla. ¿Cómo se puede llegar a hacer esto? Una forma exitosa es poner a consideración del mercado un producto mínimo viable. Este concepto ya se manejó previamente.

- ¿Qué elementos consideras que debe poseer un PMV para que sirva de aprendizaje?
- ¿Por qué es importante contar con un PMV?





¿Por qué probar?

Considera que un PMV no busca mejorar un producto, lo que busca es probar de forma rápida un servicio o producto y demostrar las hipótesis de valor o hipótesis de crecimiento. Recuerda que la empresa no existe aún, por lo cual es lógico poder probar los productos.

Crear-medir-aprender

Los prototipos usualmente son fabricados a mano con materiales sencillos y precios bajos, sin embargo, las características clave están ahí para poder validar si el producto soluciona la problemática de los potenciales clientes.

Recuerda que cada idea es única e irrepetible.



¿Por qué probar?

Definamos algunas de las pruebas que pueden ayudar a obtener datos para el modelo de negocio antes de invertir.

Prueba de humo



Conocida como prueba de video, consiste en lanzar un video en internet donde se describan las funciones del producto o servicio que aún no existe

Prueba del dolor



Esta se enfoca en todo aquello que causa conflicto con los clientes, lo cual también atrae mejoras inmediatas por parte del cliente.

PMV Conserje



Se prueba directamente el producto para posteriormente realizar un diseño definitivo.

PMV mago de Oz



Estrategia enfocada en subcontratar la maquila o la elaboración del PMV evitando invertir en hasta que el producto sea rentable y se invierta para poder elaborarlo.

Para revisar el proceso de aprendizaje de tu idea de negocio considera lo siguiente::

1. ¿Tienes posibilidades de subcontratar alguna parte de la elaboración del producto?
2. ¿Identifica si puedes realizar una muestra de mercado?
3. ¿Consideras que invertir en pruebas es más redituable que solo saltar?



Por otro lado, el proceso del ciclo de retroalimentación requiere paciencia y perseverancia por parte del empresario profesional. Es esencial enfocarse en obtener el tan anhelado aprendizaje validado a través de iteraciones que algunas veces serán victoriosas y llenarán de orgullo, y que en otras ocasiones serán un completo fracaso que te tentará a sentirte desanimado.

¿Cómo visualizas la relación entre la necesidad de probar, saltar y, en ocasiones, tener que iterar nuevamente, con el carácter emprendedor que debe tener todo empresario profesional?
¿Por qué consideras mejor seguir el método científico adaptado que propone Eric Ries en comparación con un enfoque de sólo hacerlo (Just do it)?

