

## Diseño de la prueba

Una vez que tengas listo tu producto mínimo viable tienes que comenzar a experimentar directamente en el mercado, así como a medir la respuesta de tus clientes potenciales.

1. Elige una de las cuatro variables de la mezcla de mercado (Producto, Precio, Distribución, Promoción) para probar con una de las características de tu producto, de preferencia la que has seleccionado como la más importante.
2. Define el número de personas con las que llevarás a cabo la prueba. Puede ser muy elevado, pero se recomienda que al menos pruebes con 15.
3. Puedes diseñar las pruebas de tu prototipo usando las técnicas que menciona Eric Ries en su libro: prueba de humo, prueba del dolor o PMV Conserje, PMV Mago de Oz. Si encuentras otra en tu lectura y te parece adecuada, no dudes en utilizarla. Establece cuál usarás.
4. Define cuál o cuáles índices considerarás para medir los resultados que obtengas de tu prueba. Recuerda que éstos deben ser accionables, accesibles y auditables.

## Inicio de prueba

1. Realiza una primera prueba con tu PMV, específicamente con la característica que consideres más importante.
2. Toma nota de todos los resultados que has obtenido en la prueba.
3. Una vez que realices la prueba, llena la siguiente tabla:

Característica, (de mayor importancia) de tu producto	Hipótesis de valor a validar	Tipo de prueba a usar	Tipo(s) de índices	Resultados de la prueba inicial	Observaciones y conclusiones de la prueba inicial
	Haz una declaración sobre el valor de la característica más importante y más riesgosa de tu producto.	Prueba de Humo Prueba del Dolor PMV Conserje PMV Mago de Oz Selecciona solo una de ellas y describe cómo vas a realizar el experimento.	Deberán ser Accionables, Accesibles y auditables. Define el o los índices que te servirán para medir.	Vacía los resultados de tu prueba.	¿Qué aprendizajes validados obtienes?

A continuación, con la finalidad de mejorar el índice, correrás la prueba de nuevo, modificando la característica que has seleccionado con base en las observaciones y conclusiones obtenidas en la primera corrida.

### ¿Perseverar o pivotar?

Gracias a la segunda prueba tendrás más información respecto a la característica que consideras más importante de tu producto o servicio. Con estos resultados tendrás que tomar una decisión.

Analiza los resultados obtenidos en las pruebas.

Con base a tu análisis y experiencia, toma la decisión de perseverar o pivotar la característica que probaste.

Llena la siguiente tabla para reportar tu decisión.

<p>Característica modificada <i>Descripción de la característica modificada con base en los aprendizajes validados.</i></p>	<p>Decisión a tomar</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Modificar nuevamente</i></li><li>• <i>Perseverar</i></li><li>• <i>Pivotar</i></li></ul>	<p>Descripción de la decisión <i>Describe las razones de la decisión tomada.</i></p>
---	--	--