



KUBADILI

¿Qué es un Producto Mínimo Viable (MVP)?

Un producto mínimo viable (MVP por sus siglas en inglés Minimum Viable Product) es un concepto de Lean Startup que enfatiza el impacto del aprendizaje en el desarrollo de nuevos productos. Eric Ries, definió un MVP como la versión de un nuevo producto que permite a un equipo recopilar la máxima cantidad de aprendizaje validado sobre los clientes con el menor esfuerzo. Este aprendizaje validado viene en forma de si sus clientes realmente comprarán su producto.

Como su nombre lo explicita, el MVP, es la creación más simple de un producto que pueda ser lanzado al mercado con la finalidad de recibir información de los usuarios para validar la idea y, de ser necesario, adaptar la dirección del producto de acuerdo a los datos obtenidos. No importa qué tan grande sea el producto final, el producto mínimo viable será de gran valor para continuar por el camino trazado o pivotar.

Por poner un ejemplo, supongamos que el producto final es una bicicleta. Para construirla se necesitan bastantes piezas. Antes de la aparición de Agile en el mundo, lo más común era que los proyectos se trabajaran con lo que se conoce como «cascada», lo que conllevaba construirlo todo de principio a fin y entregarlo una vez completo.

Lo que es muy diferente a hacerlo bajo la metodología ágil, ya que se tiene la idea del producto final (un medio de transporte), pero tratamos de salir lo más rápido a mercado para obtener retroalimentación; así podríamos entregar un producto más simple, y quizá darnos cuenta que eso es lo que quiere el cliente o que lo que quiere no es una bicicleta y adaptar el producto para tener el mínimo desperdicio.

Así el MVP en nuestro ejemplo podría ser una patineta, lo que conlleva muchas menos piezas que una bicicleta, y sería una versión más sencilla y rápida de lanzar, pero que aún así cumpliría con nuestra idea del producto final (un medio de transporte).

De esta manera, las personas a quienes va dirigido nuestro producto pueden hacer uso de él y decidir si es lo que necesitan o no, a través de su uso y experimentación. Incluso se podrían lanzar varios tipos de patinetas: grande, pequeña, con bastón integrado, etc. Lo que permitiría dirigir de mejor manera nuestro producto.

Feedback y aprendizaje: objetivo del MVP

El feedback obtenido por parte de las personas, luego de lanzar nuestro MVP, es indispensable para tomar decisiones acerca del curso del producto o negocio. También hay que tomar en cuenta que nos es necesario lanzar miles de productos, nos podemos enfocar en un grupo reducido de personas que nos permita experimentar de forma rápida y barata.

Una vez obtenida la retroalimentación por parte de las personas que hicieron uso de nuestro producto, podemos evolucionar nuestro MVP. Aprendiendo, validando e incrementando las funcionalidades hasta llegar al producto final.

Algo que es de suma importancia en el concepto de la palabra **viable**. Nuestro producto puede no estar del todo pulido, sin embargo debe ser funcional y utilizable. De lo contrario, si no funciona, puede ser desastroso y terrible para el negocio de nuestra organización.

Para considerar que nuestro MVP ha sido exitoso, debe cumplir con cuatro premisas:

- Ser valioso
- Ser factible
- Ser usable
- Contar con un factor diferencial o innovador (el Iphone, Facebook y EasyTaxi fueron todos a la vez, incluso en sus versiones más simples. No puede elegir ser primero valioso y luego utilizable. Todas estas características deben estar presentes al mismo tiempo)

Cómo hacer un Producto Mínimo Viable

- **Construir**

Lo primero que tenemos que construir es la premisa que deseamos comprobar, no sin contar con las métricas necesarias para obtener la información que nos ayude a lograrlo. Con esto obtendrás el Producto Mínimo Viable que necesitas para medir, aprender sobre tu hipótesis y repetir el proceso. Debes asegurarte que el producto que vas a lanzar es mínimo y viable, ambas características a la vez. Pero no por ello carecer de los aspectos necesarios para resolver el problema que queremos abordar en el mercado

Para determinar si el producto que vas a lanzar es mínimo y viable a la vez, **asegúrate de que la versión de tu producto cuenta con las características necesarias para solucionar el problema que afecta tu mercado.** Para que tu producto o servicio sea viable debe tener una interacción real con el mercado.

En el caso de la bicicleta, lanzar un par de ruedas no resuelve ninguna necesidad, ni mucho menos reúne las características mínimas para validarlo.

En esta etapa, genera lotes pequeños y produce continuamente. Tus hipótesis deben ser variadas, empieza por responder si existe un grupo de usuarios con el problema que tu producto soluciona.

Si la respuesta es negativa, tu organización tiene un problema. Por lo tanto debes replantear todo. Si la respuesta es positiva, has subido el primer escalón para alcanzar el éxito.

Algunas herramientas que puedes utilizar son:

- Una landing page donde llames la atención de ciertos usuarios
- Pruebas A/B que te ayuden a elegir las características de tu producto que funcionan mejor
- Entrevistas a clientes donde te den información cualitativa valiosa
- Maquetas que recreen tus productos y que den una idea más precisa a un grupo de usuarios de prueba acerca de su funcionamiento.

- Videos explicativos donde muestres tu producto.
- Plataformas de crowdfunding que te ayuden a llevar una versión prueba a un público altamente interesado.

- **Medir**

Establece las métricas necesarias para evaluar los resultados de las hipótesis. Medir y analizar es fundamental para el éxito del MVP y del negocio, así que en esta etapa realiza pruebas de tu producto para verificar tus hipótesis. Contar con métricas que te aporten datos de valor, te permitirá aprender muchísimo. Elige métricas que muestren claramente la relación directa entre causa y efecto, y que sean adecuadas para tu tipo de proyecto. Algunas métricas que puedes utilizar son las siguientes:

- Para contenidos generados por el usuario: contenido/spam, veces que se compartió una publicación y analíticas de usuarios
- Para contenidos: tráfico, viralidad y las veces que los usuarios vieron el contenido

- **Aprende y acelera (o pivota)**

Como resultado de la medición, el MVP te permite reflexionar y hacer un análisis sobre los resultados y así, crear una nueva iteración. Por eso es que si los resultados fueron exitosos (ya que validaron tu hipótesis), se puede acelerar un conjunto de características que dan el mayor valor al destinatario. También es posible escalar, para alcanzar un mayor número de personas o bien, nuevos perfiles. En cambio, si los resultados no validaron tu hipótesis, también hay una ganancia ya que el aprendizaje te llevará a plantear nuevas hipótesis y pivotar. Además, esto representa un ahorro de tiempo y recursos al no crear un producto que no resuelve ninguna necesidad.

Conclusión

El MVP te invita a lanzar tu producto lo más pronto posible y relanzarlo continuamente para satisfacer las necesidades de tus destinatarios. En cuanto antes aprendas qué es lo que quiere y necesita tu público, menos esfuerzo y dinero invertirás. Así trabajarás más inteligentemente ya

que entenderás cada vez más a tu público y podrás crear los productos y servicios que realmente les aportan valor. La retroalimentación y la reflexión para aprender se convierte en más que una metodología, en una forma de pensar y actuar.

En general, un MVP te ayudará a:

- Lanzar tu producto al mercado en el menor tiempo posible.
- Reducir los costos de implementación.
- Probar la demanda de tu producto (antes de lanzar tu producto completamente desarrollado).
- Evitar fracasos y grandes pérdidas de capital.
- Obtener valiosos hallazgos de lo que funciona y lo que no.
- Trabajar directamente con tus clientes y analizar sus comportamientos y preferencias.