

PROPÓSITO:

Prueba paso a paso y saca conclusiones de la biblioteca de experimentos y mide el progreso.

MOTIVACIÓN:

<https://www.youtube.com/watch?v=TNI2qof-Hzw&t=5s>

EXPLICACIÓN:

Empieza a experimentar para reducir el riesgo

[DESCARGAR SESIÓN PROBANDO PV 1](#)

[DESCARGAR SESIÓN PROBANDO PV 2](#)

10 principios de las pruebas



1

Asume que los datos superan las opiniones.

Los datos (del mercado) superan sea lo que sea que piensen tu jefe, tus inversores, tú o cualquier otro.



2

Aprende más rápido y reduce el riesgo aceptando el fracaso.

Probar ideas incluye el fracaso. No obstante, fracasar por poco dinero y en poco tiempo contribuye a aprender, algo que reduce el riesgo.



3

Haz pruebas pronto y perfecciona después.

Recopila información con experimentos baratos y en su fase inicial, antes de haber pensado cada detalle o descrito tus ideas profusamente.



4

Experimentos ≠ realidad

Recuerda que los experimentos son una lente a través de la cual intentas comprender la realidad. Son un buen indicador, pero son distintos a la realidad.



5

Equilibra aprendizaje y visión.

Integra los resultados de las pruebas sin darle la espalda a tu visión.



6

Identifica aquello que se carga las ideas.

Empieza probando las asunciones más importantes: las que podrían hacer explotar tu idea.



7

Primero comprende a los clientes.

Haz pruebas de los trabajos, frustraciones y alegrías del cliente antes de probar lo que podrías ofrecerles.



8

Haz que se pueda medir.

Las buenas pruebas contribuyen al aprendizaje que se puede medir y te proporciona información que se puede aplicar.



9

Acepta que no todos los hechos son iguales.

Puede que los entrevistados te digan una cosa y luego hagan otra. Considera el grado de fiabilidad de tus datos.



10

Prueba el doble de veces las decisiones irreversibles.

Asegúrate de que las decisiones que tienen un impacto irreversible estén especialmente bien fundamentadas.

Cuando empiezas a explorar ideas nuevas, sueles encontrarte en un estado de máxima incertidumbre. No sabes si tus ideas funcionarán. Pulirlas en un plan de negocio no hará que tengas más posibilidades de tener éxito. Es mejor que hagas pruebas con experimentos baratos para aprender y reducir la incertidumbre. Después, a medida que vayas ganando certeza, puedes ir aumentando el gasto en experimentos, prototipos y pilotos. Pon a prueba todos los aspectos de los lienzos de la propuesta de valor y del modelo de negocio pasando por todos los elementos, desde los clientes hasta los socios (los socios de canal, por ejemplo).

Antes, el primer paso en cualquier aventura empresarial era redactar un plan de negocio. Ahora sabemos más. Los planes de negocio son documentos estupendos que funcionan en un entorno conocido con la certeza suficiente. Desgraciadamente, en las nuevas aventuras empresariales suele haber un alto nivel de incertidumbre. Por ello, probar las ideas de manera sistemática para descubrir qué funciona y qué no es un enfoque mucho mejor que escribir un plan. Hasta se podría afirmar que los planes maximizan el riesgo. Su naturaleza sin imperfecciones crea la ilusión de que con una buena ejecución poco puede salir mal. Aun así, las ideas cambian radicalmente desde su nacimiento hasta que están listas para salir al mercado y, con frecuencia, mueren por el camino. Debes experimentar, aprender y adaptarte para gestionar este cambio e ir reduciendo el riesgo de la incertidumbre paulatinamente. Este proceso de experimentación, que trataremos en las páginas siguientes, se conoce como desarrollo de clientes y Lean Startup.

<https://www.youtube.com/watch?v=KkNOfdVI7qo>

DESARROLLO DE CLIENTES

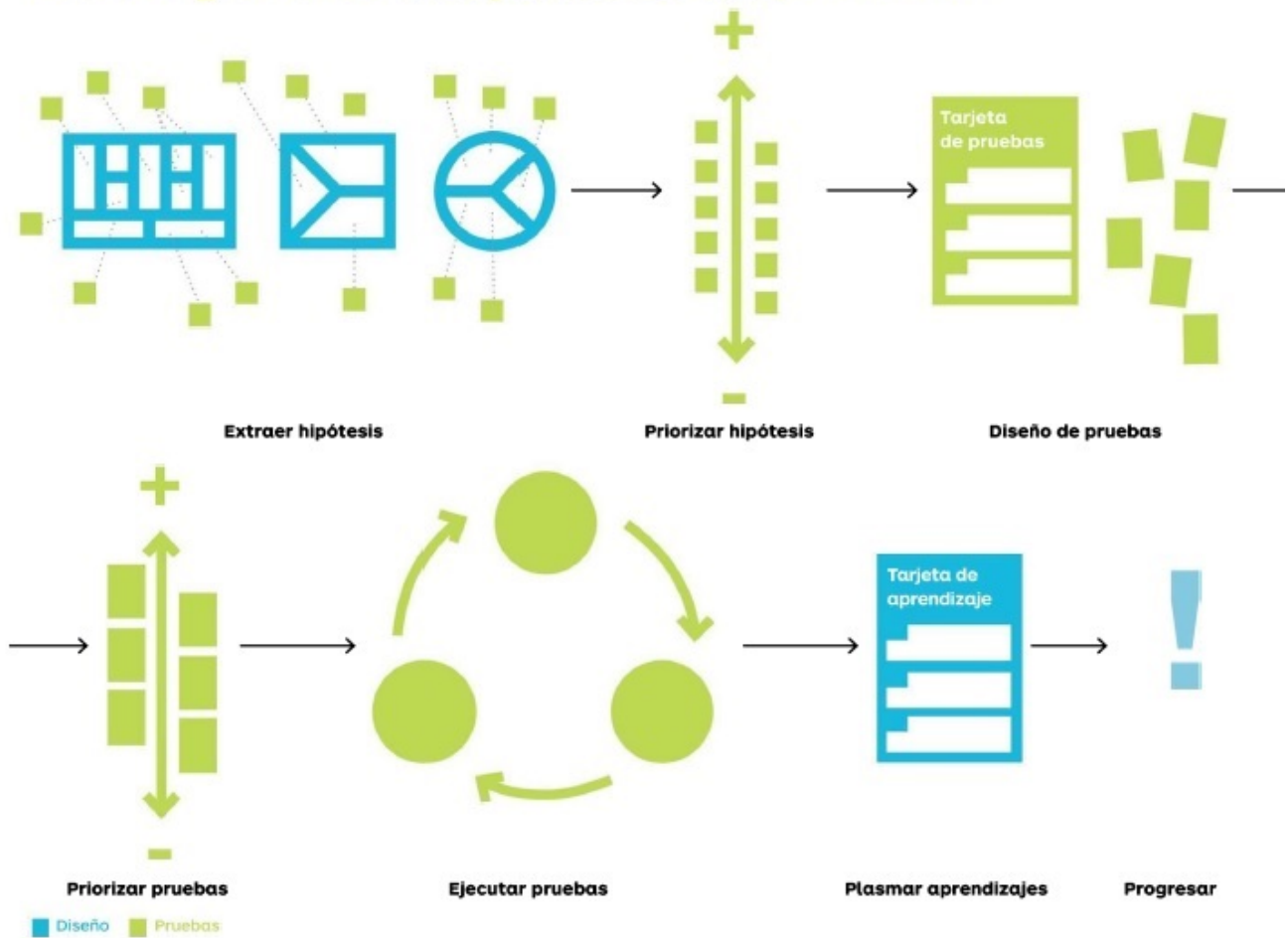
El desarrollo de clientes es un proceso de cuatro pasos inventado por Steve Blank, un emprendedor convertido a autor y educador. La premisa básica es que en la oficina no hay hechos, así que debes probar tus ideas con los clientes y las partes interesadas (por ejemplo, los socios de canal u otros socios clave) antes de implementarlas. En este libro utilizamos el proceso de desarrollo de clientes para probar las asunciones que se esconden detrás de los lienzos de la propuesta de valor y del modelo de negocio.

Aplica el ciclo construir-medir-aprender

Aplica el círculo del *Lean Startup* más allá de los productos y servicios. Utiliza los mismos tres pasos de diseñar/construir, probar/medir y aprender con todos los objetos que crees con *Diseñando la propuesta de valor*. Aplica diseñar/construir, probar/medir, aprender en tus...

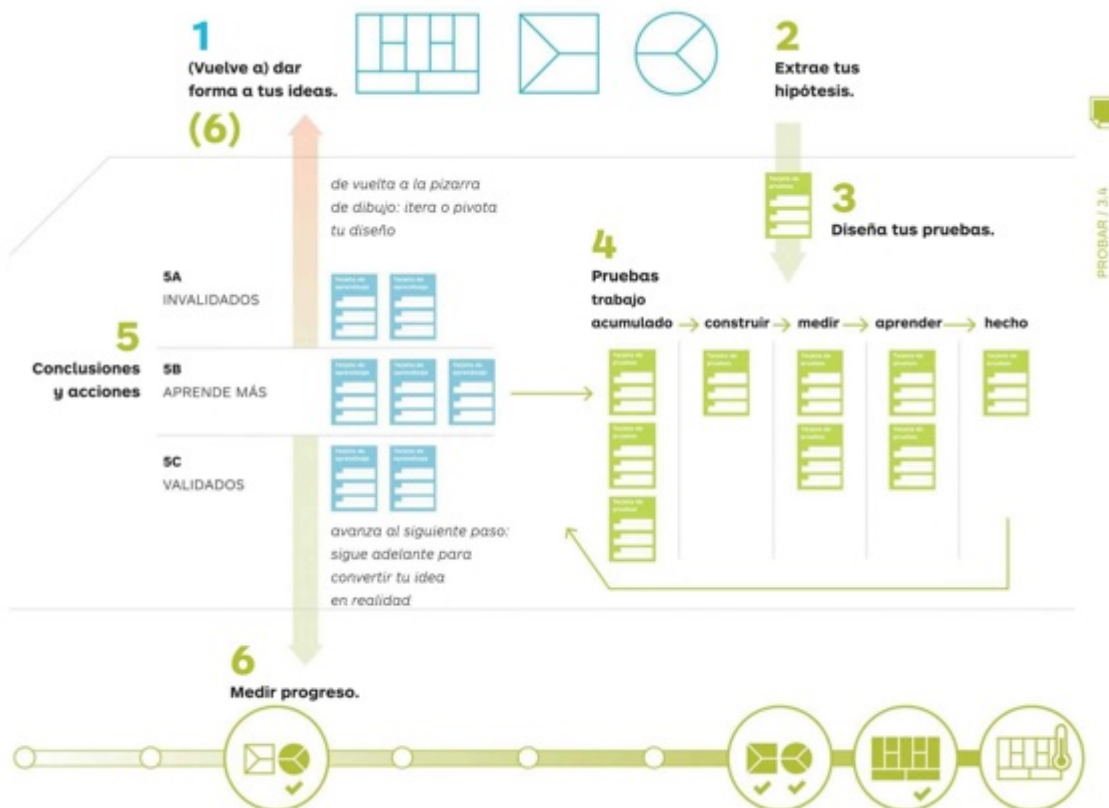


Visión general del proceso de pruebas



EJERCICIOS:

Evalúa nuevamente tus ideas



EVALUACIÓN:

BIBLIOGRAFÍA: