



*Introducción a
los productos
mínimos*

¿Qué es un MVP?

EL PRIMER PASO
EN TU
EMPRESARIATO



TABLA DE CONTENIDOS

1

Introducción

4

¿Qué es un MVP?

7

¿Por qué debería
crear un MVP?

12

El producto NO lo es
todo

16

Siguientes pasos

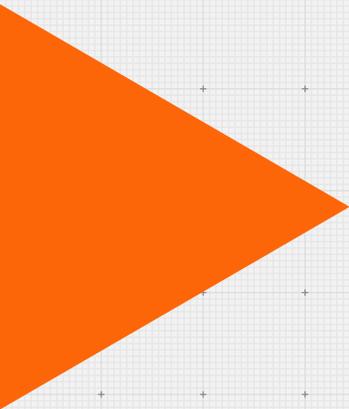


Tanto empresas como emprendedores buscamos velocidad en ejecución y la capacidad de adaptarnos a las cambiantes necesidades de nuestros clientes.

Productos digitales como Facebook , Snapchat o Rappi, que iniciaron como simples ideas de jóvenes soñadores, han podido crecer a ritmos que ni siquiera las empresas tradicionales más grandes del mundo podrían soñar.

¿Cómo lograron estas empresas su éxito? ¿Qué factores los ayudaron a conquistar sus mercados tan rápidamente, y cómo han logrado mantenerse?

Este libro no es un recetario, porque cada startup exitosa ha encontrado en su éxito muchos factores imposibles de catalogar en un paso a paso. Lo que sí es este libro, es una guía sobre uno de los conceptos más fuertes que han tenido todas estas empresas y muchas más. Un concepto tan importante que les ha permitido desarrollar productos colosales en periodos cortos de tiempo gracias a aumentos progresivos y continuos en sus desarrollos. Un concepto y una metodología que implementadas correctamente podrán llevar tu empresa o emprendimiento a un crecimiento inesperado.



Capítulo 1

¿Qué es un MVP?



El MVP es la solución con un mínimo de funcionalidades que le agregan valor a un usuario.

MVP, según sus siglas en inglés es *Minimum Viable Product*, que traducido a español significa Producto Mínimo Viable. Es uno de esos términos que se han puesto de moda en nuestra época dorada del emprendimiento y que todo aspirante a emprendedor debería saber.

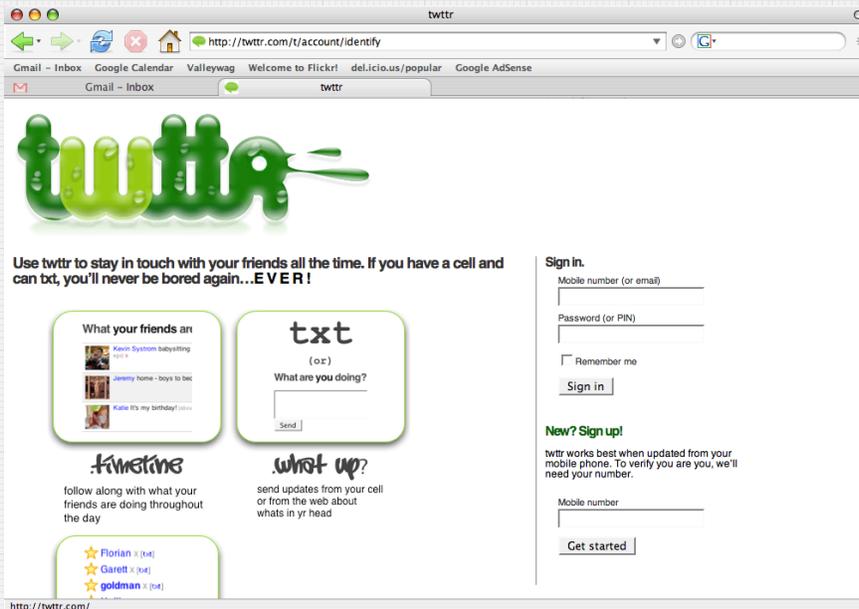
El MVP es la solución con un mínimo de características que le agregan valor a un usuario. **Es la solución más simple que podemos diseñar como emprendedores para resolverle el problema a nuestro potencial cliente.** En palabras del CEO de YCombinator (la aceleradora de emprendimientos más importante en el mundo), como emprendedores deberíamos enfocar nuestros esfuerzos en 'lanzar algo malo, rápido'. Aquí la velocidad es la clave.

Es importante señalar que un MVP puede ser cualquier tipo de producto, no se limita a productos digitales (webs, apps, contenidos multimedia), puede ser un juguete, un carro o incluso un edificio. Algunos productos se prestan para ser desarrollados como MVP más fácilmente que otros. Por ejemplo, si queremos diseñar un producto mínimo viable para una película, podemos filmar los primeros diez minutos de nuestra película, hacerle mercadeo y levantar fondos para producir la siguiente hora y media de película. Sin embargo, construir el MVP de un edificio puede ser un poco más complicado. Podemos empezar con un MVP que sea una maqueta de lo que queremos construir, pero eso no le ofrece valor a nuestro cliente, entonces debemos ser más creativos y pensar cómo podemos desarrollar ese MVP de un edificio, ¿creen que sea posible?

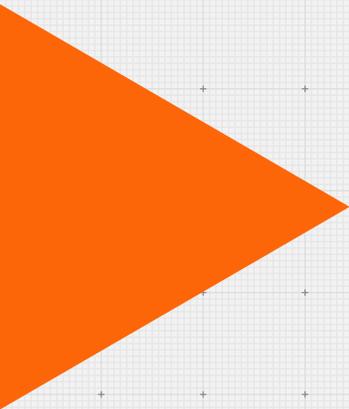
Debemos hacer énfasis en la palabra mínimo, porque si queremos desarrollar un producto gigante que abarque una gran cantidad de funcionalidades y resuelva múltiples problemas de nuestro usuario, ya no estamos hablando de un MVP, sino de un producto en el sentido tradicional de la palabra. ¿Cuál es la diferencia? Excelente pregunta. En la siguiente sección estaremos respondiéndola.



Facebook en 2004: Este es un pantallazo de Facebook, cuando recién estaba empezando. Uno de los mejores MVPs de la historia.



Twitter en 2006: Otro gigante de nuestra época, que empezó pequeño.



Capítulo 2

**¿Por qué debería
crear un MVP?**



Primero debemos analizar el MVP en contraste con el desarrollo de un producto normal. En el mundo tradicional de los negocios, las empresas grandes e incluso el estado plantean proyectos de gran magnitud con frecuencia. El proceso de un proyecto grande generalmente es el mismo: se realiza un estudio de factibilidad (para determinar si el proyecto es posible en el presupuesto y con las limitantes definidas), luego se hacen unos diseños preliminares, se realizan más estudios sobre estos diseños para identificar posibles fallas, luego se invierte una buena cantidad de tiempo en diseñar un plan de trabajo y una estructura de costos muy bien definida. Finalmente, y después de meses o incluso años de planeación, se inicia la construcción del proyecto. Después de iniciado el trabajo sobre el proyecto puede que haya demoras o puede que se cumpla con los tiempos definidos, esto depende de la habilidad del equipo que desarrolla el proyecto.

En esta forma de desarrollar productos y proyectos podemos identificar dos problemas:

- Es un proceso que toma mucho tiempo.
- En ningún punto del proceso se ha probado con clientes o usuarios reales si esta solución les resuelve el problema de manera efectiva.

El MVP busca solucionar estos dos puntos. Primero, el desarrollo de un MVP debe ser un proceso corto, que debe tomar unos cuantos meses como mucho. Segundo, el MVP no es la meta, es el punto de partida, por lo cual se debe publicar para recibir interacción de sus usuarios cuanto antes.



Si hay algo que aprender sobre MVP es que hay que lanzar algo malo, rápido.

Michael Seibel, CEO de YCombinator

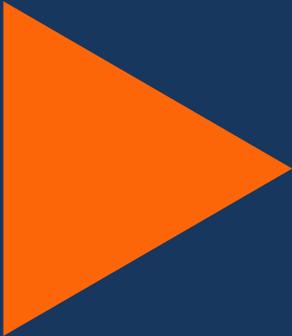


No se puede desarrollar MVPs para todos los productos.

Revisando estos puntos, es claro que no se pueden desarrollar MVPs para todos los productos, no podemos construir un puente sin realizar la totalidad de estudios preliminares y de seguridad porque en caso de que falle habrá vidas humanas en riesgo. Algo similar ocurre en la industria médica. No podemos construir MVPs de sistemas de salud pues esto pondría en riesgo la vida de las personas. En la industria médica tenemos un caso real (Theranos) que ilustra el alto riesgo que hay en crear MVPs cuando hay vidas en juego.

Theranos era una empresa estadounidense que tenía como objetivo diseñar un dispositivo que podía analizar una gota de sangre de un paciente y diagnosticar miles de enfermedades simultáneamente. La fundadora de Theranos, Elizabeth Holmes vendía su empresa como el Apple de la industria médica (ella incluso usaba un cuello de tortuga negro como Steve Jobs). Sin embargo, mucho antes de tener un producto viable, se aventuraron a realizar pruebas con usuarios reales, que le apostaron a este método innovador para obtener diagnósticos con una gota de sangre. Los resultados fueron desastrosos, muchos diagnósticos errados llevaron a que cientos de pacientes pensaran que tenían alguna enfermedad cuando en realidad ese no era el caso. Después de varios años en el mercado y recibir una valoración de más de 9 mil millones de dólares americanos, la empresa quebró por diversos escándalos y acusaciones hacia Holmes y su equipo. Les recomiendo el documental 'The Inventor' disponible en YouTube.

En la mayoría de los casos en el mundo digital hay muy poco en riesgo si un MVP falla. En el caso de una aplicación móvil para transporte de pasajeros, si hay un error en nuestro MVP y el usuario no puede pedir un servicio, no ocurre nada trascendente. Seguro perderemos un usuario, pero aprenderemos de nuestros errores para mejorar nuestro producto cada día más. Sin embargo, si estamos construyendo un carro que se maneja solo, hay un muy alto riesgo en lanzar al mercado un MVP de nuestro producto sin suficientes pruebas rigurosas.



Al desarrollar un producto digital como un MVP, una empresa puede tener tres grandes beneficios:



DISMINUCIÓN DE TIEMPOS DE DESARROLLO

En un modelo tradicional, un producto puede tardar varios años en ver sus primeros usuarios. Bajo el modelo del MVP puede tardar unos meses.



DISMINUCIÓN EN LA INVERSIÓN INICIAL

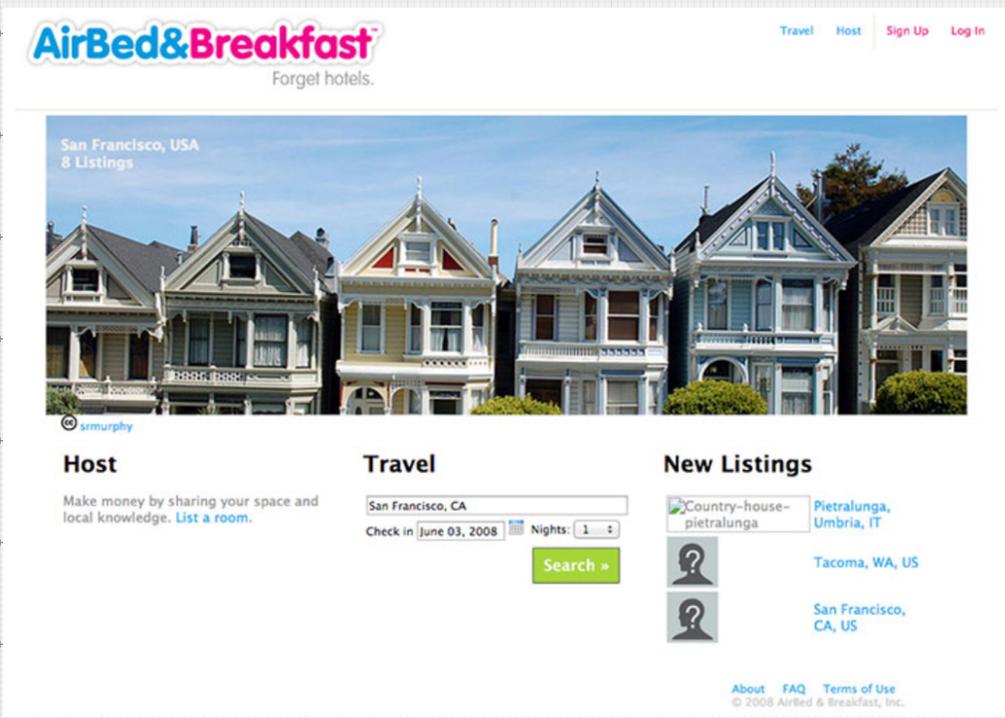
Al desarrollar productos con alcances más limitados en intervalos de tiempos más cortos, la inversión inicial para desarrollar un producto disminuye.



VALIDACIÓN REAL DE LOS USUARIOS

Al publicar un MVP velozmente, una empresa puede ganar validación del mercado en etapa temprana. Si el producto no es lo que el usuario estaba esperando, se puede adaptar y cambiar su producto fácilmente.

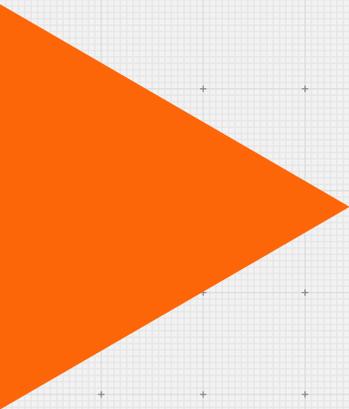




Airbnb en 2008: Este es un pantallazo de Facebook, cuando recién estaba empezando. Uno de los mejores MVPs de la historia.

Uno de los MVPs mejor conocidos de la historia es el de Airbnb, que originalmente se llamaba AirBed&Breakfast, lo que traduce 'Cama de aire y desayuno'. Podemos ver que hasta el nombre era un MVP que resultó fantástico en el largo plazo. En el año 2007, Brian Chesky y Joe Gebbi querían empezar una empresa, pero no tenían claro sobre qué querían emprender. La idea les llegó en poco tiempo, pues debido a sus escasos recursos, decidieron publicar su apartamento para recibir huéspedes para una conferencia que iba a ocurrir en su ciudad, San Francisco. Los emprendedores notaron que no había suficientes hoteles para esas fechas y decidieron aventurarse para ganarse unos dólares. Crearon su página web y seis días después tenían los primeros 3 huéspedes de Airbnb durmiendo en su piso. El resto es historia. Sobra decir que la primera versión de esta página web no tenía ningún esfuerzo de diseño, era una simple página con un formulario para recibir información de los huéspedes, sin pagos en línea, sin chat con el huésped, algo impensable para muchos emprendedores hoy en día.

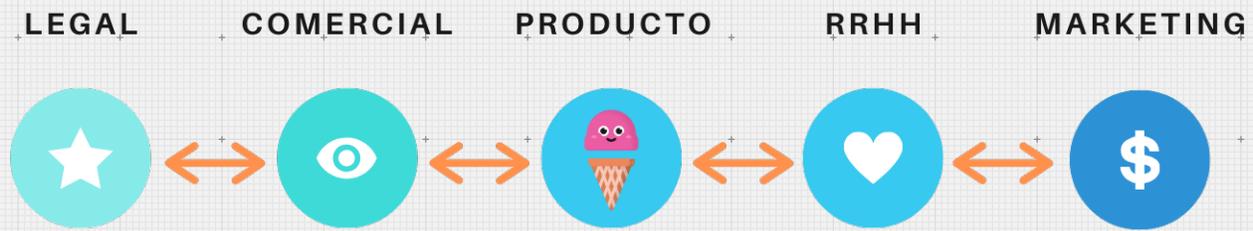
Si bien el MVP se basa en el desarrollo de nuestro producto, es importante tener en cuenta que el producto no lo es todo si se quiere triunfar en el mundo del emprendimiento.



Capítulo 3

**El producto NO lo es
todo**





Sea una empresa o un emprendedor solitario el que se embarca en el desarrollo de un MVP, es importante recalcar que el producto mínimo viable es solo una herramienta que resuelve un problema de un usuario, y no debe ser el foco de toda nuestra energía.

El desarrollo del MVP es uno de los múltiples procesos que deben ser tenidos en cuenta por la empresa o el emprendedor. Al tener un producto mínimo viable funcionando, este NO va a funcionar por si solo, los clientes no van a llover de los cielos y los ingresos no se comenzarán a dar sin esfuerzo adicional.

Nuestro producto, sea un juguete, una película o una app móvil, es solo una parte de una estructura mayor que va a permitir su funcionamiento y su crecimiento con el tiempo.

Primero que todo, debemos tener en cuenta una estructura de costos para organizar nuestro proyecto y nuestro MVP. Una vez construido, la operación de cualquier producto o servicio va a tener un costo asociado. Sean servidores, salarios de personal de atención al cliente, insumos para poder crear nuestro producto o incluso costos de mercadeo o servicios legales, debemos tener en cuenta todos estos costos para que nuestro proyecto sea exitoso.



El MVP es solo una parte de una empresa y en caso de ser un emprendimiento, todos estos aspectos deben ser tenidos en cuenta si se quiere que el MVP tenga éxito en el mercado.



Habr  muchos procesos que serán manuales al iniciar con nuestro emprendimiento y eso es normal

Primero que todo, debemos tener en cuenta una estructura de costos para organizar nuestro proyecto y nuestro MVP. Una vez construido, la operación de cualquier producto o servicio va a tener un costo asociado. Sean servidores, salarios de personal de atención al cliente, insumos para poder crear nuestro producto o incluso costos de mercadeo o servicios legales, debemos tener en cuenta todos estos costos para que nuestro proyecto sea exitoso.

Para que nuestro producto pueda crecer, debe poder ser conocido por más y más personas con el tiempo, por lo cual necesitamos diseñar y ejecutar estrategias de mercadeo.

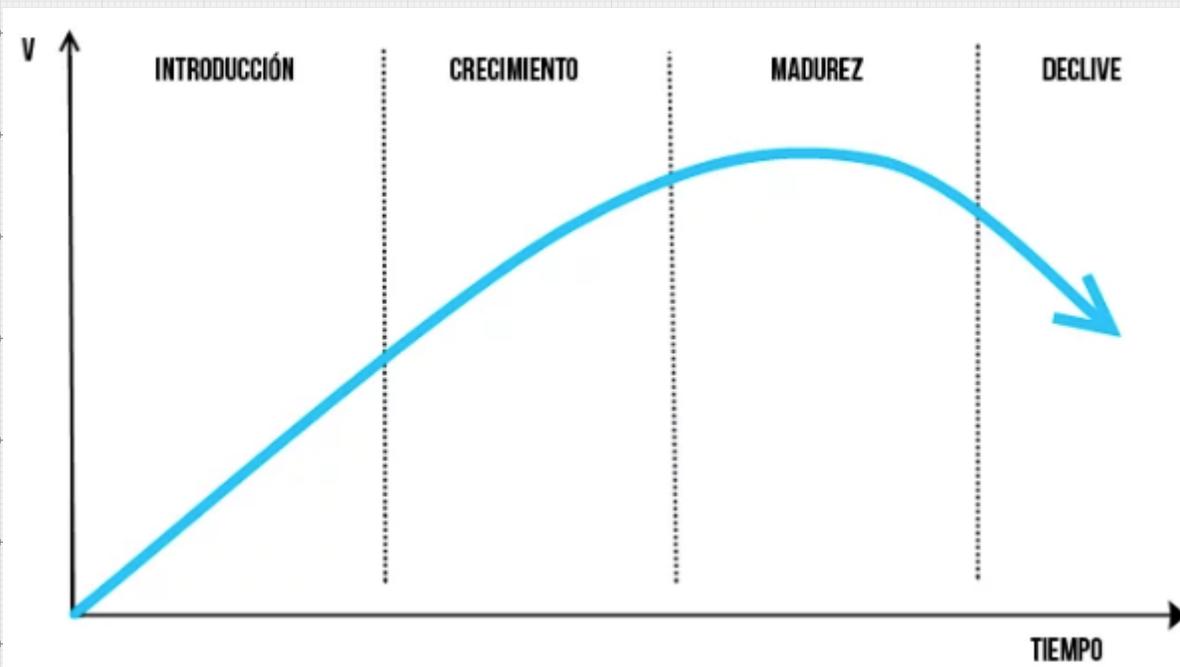
Adicionalmente, el producto debe seguir las regulaciones vigentes para poder operar sin problemas, por lo cual necesitamos tener los aspectos legales de nuestro producto muy claros. No acatar las normas locales o internacionales es una receta para el fracaso seguro, cuando aparezca en nuestra oficina una multa millonaria.

También necesitamos tener claro que los ingresos que vamos a recibir por la venta de nuestro producto o servicio tienen (o pueden que no tengan), unas cargas tributarias importantes, debemos pagar impuestos para poder operar con tranquilidad nuestro producto.

Si estamos generando ingresos por nuestro producto, debemos tener un modelo financiero claro, que nos diga si los costos que tenemos por operar nuestro producto son menores que los ingresos que recibimos.  Debemos asegurarnos de que no estamos perdiendo dinero!

Si desarrollamos un producto digital esto no significa que todos los procesos van a ser automáticos y no tendremos que preocuparnos por la operación de nuestro producto, habrá muchos procesos que serán manuales al iniciar con nuestro emprendimiento y eso es normal. Todas las grandes compañías de tecnología que funcionan con productos digitales tienen procesos manuales y cuando empezaron era más lo que debían hacer manualmente que lo que ocurría de forma automática.

En conclusión, el MVP es solo una parte de una empresa y en caso de ser un emprendimiento, todos estos aspectos deben ser tenidos en cuenta si se quiere que el MVP tenga éxito en el mercado. Por sí solo el MVP no llegará muy lejos. Debemos tener en cuenta que debe existir una estructura de soporte que permita que el MVP opere y les ofrezca el mayor valor posible a los usuarios.



Ciclo de vida de un producto: El ciclo de vida de la mayoría de productos tiene un comportamiento parecido al de esta gráfica. Al lanzar el producto tendremos un buen crecimiento en ventas, seguido de un crecimiento constante, un sostenimiento en la madurez y un posterior declive con el paso del tiempo.

¿ESTÁS PENSANDO EN DESARROLLAR UN MVP?

En Imagine Apps somos expertos en el desarrollo de productos digitales. Hemos ayudado a cientos de emprendedores y empresas a desarrollar sus productos y lanzarlos al mercado.



AGENDA UNA LLAMADA

**Escríbenos al:
+57 312 450 0412
+57 320 579 2700**