

El «producto mínimo viable»

24 de enero de 2022



Autor: María del Mar Molina Parra

Miembro del equipo de trabajo del Proyecto Edufinet

Artículo publicado en el Diario Sur con fecha 06/11/2021.

Las *startups* se han convertido, en los últimos tiempos, en una de las principales manifestaciones del emprendimiento. Las empresas de *private equity* y *venture capital* han apostado por este tipo de emprendimiento.

Aunque una parte significativa de las iniciativas no llega a buen puerto, una de las vías que permite comprobar el posible funcionamiento de un producto consiste en desarrollar un producto mínimo viable, lo que nos permitirá decidir si seguimos adelante o no.

Pero empecemos por el principio. Este concepto nace de una metodología para *startups* desarrollada en 2008 por Eric Rise, llamada *Lean Startup*, que tiene como base la utilización de hipótesis y la

experimentación para la creación de empresas de éxito, de manera que podamos adaptar nuestro producto a las demandas del mercado y no a nuestra propia visión, que, en ocasiones, puede no ser la correcta. La implementación de este método implica basar la filosofía de la empresa en tres pasos: crear-medir-aprender.

Es decir, transformar las ideas en productos, medir las reacciones de potenciales clientes y aprender de ellas, de manera que podamos valorar si se continúa por la senda marcada o no.

Por tanto, si seguimos el método *Lean Startup*, la creación de un producto mínimo viable se hace trascendental. Pero, ¿qué es realmente el producto mínimo viable? Podríamos resumirlo como el prototipo del producto que queremos lanzar y que incluye las características y funciones imprescindibles para su funcionamiento.

¿Qué objetivo tiene? Aquí es donde entra en juego otra de las figuras relevantes en el proceso de puesta en marcha, el llamado *early adopter*. Estos primeros consumidores de un producto, que buscan soluciones para un problema específico, son los primeros en adquirir el mismo y en realizar la función de *testers*, esto es, prueban e indican donde están los posibles problemas, dando, en muchas ocasiones, ideas de mejora.

De ahí que lo más importante de este prototipo es que ha de ser lo más básico posible, ya que una vez probado le podremos ir añadiendo las mejoras, de acuerdo con las sugerencias recibidas. Así, una de las ventajas que aporta la creación de este prototipo es la reducción de costes, al no tener que invertir en funcionalidades innecesarias.

Por lo tanto, el producto mínimo viable ha de ser desarrollado para estos consumidores (los *early adopters*) en concreto, y no para el público en general. Estos consumidores, además de probar el producto, se podrán convertir en embajadores del mismo, recomendándolo a su círculo más cercano, lo que generará una corriente de posibles compradores.

Lo que se busca con el producto mínimo viable es tener la oportunidad de conocer las necesidades reales del mercado y si el producto cubre alguna de ellas; en este último caso, servirá para determinar hasta qué punto se necesitan mejoras o qué otras funcionalidades se le podrían añadir para perfeccionarlo.

Eso sí, no existe un producto mínimo viable único, ya que cada vez que recojamos información de mejora tendremos que ir realizando un nuevo prototipo que, a su vez, ha de ser testado y mejorado. De manera que el círculo crear-medir-aprender estará en funcionamiento hasta que consigamos el producto definitivo, que será ofrecido en el mercado para su consumo generalizado.

Y, muy importante, algo que no debemos olvidar es, en general, la necesidad de la medición. Por tanto, determinar cuáles son las métricas a tener en cuenta se convierte en un aspecto relevante, ya que un error en la determinación de estas puede llevarnos a resultados erróneos, originando que el producto no sea válido para el mercado.

Edufinet es un proyecto promovido por Unicaja Banco y la Fundación Unicaja.