

**LEAN STARTUP &
EMPRENDIMIENTO**

LEAN STARTUP & EMPREDIMIENTO

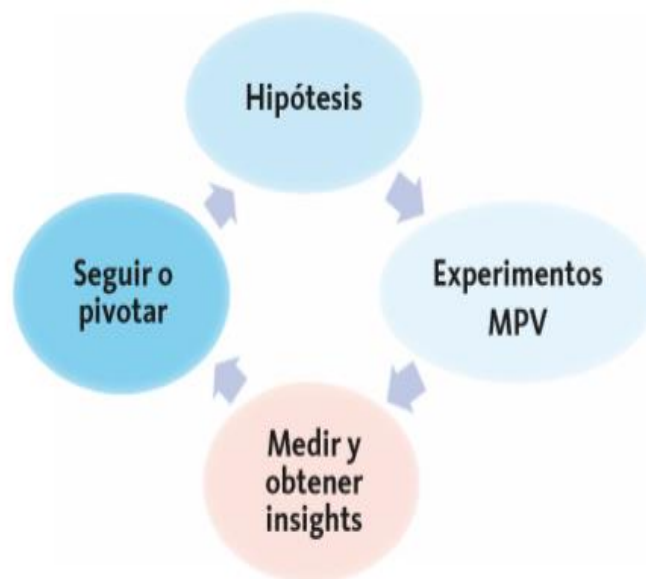


1.1. CONSEJOS PARA EMPRENDER

Esta selección de consejos parte del análisis de decenas de casos de éxito y fracaso:

1. Desenamórate de tu idea.
2. Be a lean startup.
3. No esperes a un business angel o a alguien que te ayude.
4. No te vuelvas loco con el desarrollo técnico.
5. Busca socios que te complementen.
6. Establece las relaciones por escrito.
7. Mejor si hay pocos socios fundadores.
8. Contrata despacio, despide deprisa.
9. Busca microemprendedores.
10. Rodéate de gente mejor que tú.

1.2. MÉTODO LEAN



Lo primero que debes hacer es **identificar las hipótesis** que encierra tu idea. Si no lo haces, arriesgarás mucho y probablemente acabes fracasando.

Debemos averiguar cuanto antes si nos hemos equivocado con alguna de esas hipótesis, y lo vamos a hacer mediante **experimentos rápidos y creando un MPV (mínimo producto viable)**.

Vamos a **medir los resultados y a obtener conclusiones**.

Vamos a averiguar si las **hipótesis eran correctas o tenemos que cambiarlas**.

Es decir, el enfoque es **APRENDER**, no ejecutar.

Debes ser consciente de que casi nadie lo hace así. De hecho, lo normal es hacer lo contrario.

1.3. CAMINO AL FRACASO

EL 99% DE LAS STARTUPS MUEREN EN EL PRIMER AÑO

La principal causa del fracaso de las startups es que construyen un producto que nadie quiere comprar, es decir, del que no hay necesidad en el mercado o cuyo mercado no existe.

Lo más frecuente es que, cuando tienes una idea y un buen equipo, sientes que es el momento adecuado, trabajas duro y derrochas ilusión, la gente te diga que el éxito es solo cuestión de tiempo. Pero la realidad es otra: el 90% de las startups mueren en los primeros años.

Y la principal razón por la que la mayoría de estas startups mueren es que construyen un producto que nadie quiere comprar. En otras palabras, estas startups nunca alcanzarán un product market fit, término que explicaremos más adelante.



Primer objetivo: ser capaz de construir un producto que la gente quiera comprar.

Esto parece muy fácil, pero no lo es porque nadie nos ha enseñado a hacerlo. **El management tradicional puede ser muy dañino** debido a que sus principios están pensados para otro entorno, y este fallo en origen empuja habitualmente a tomar **malas decisiones**.

Nos han “programado” para vender productos que ya sabemos que la gente quiere comprar en entornos con poca incertidumbre, y, cuando aplicamos esos principios en un entorno de alta incertidumbre, cometemos errores que nos condenan al fracaso.

Emprender consiste en la capacidad de convertir una idea en un modelo de negocio rentable en un entorno de incertidumbre.

Ahora que entiendes la filosofía lean, vamos a intentar anticipar los errores que comete casi todo el mundo.

Antes de analizarlos, tienes que saber que la **creación del producto** es muy **distinta en un entorno con o sin incertidumbre**. En entornos con **certidumbre**, habitualmente, se tiene una idea, se desarrolla y, cuando sales al mercado, **se valida**. Esto implica invertir antes de salir al mercado. Sin embargo, lo que propone lean startup es **validar esa idea antes de salir al mercado**, lo que implica ahorrarte la inversión.

Ahora que entiendes la filosofía lean, vamos a intentar anticipar los errores que comete casi todo el mundo.

Antes de analizarlos, tienes que saber que la creación del producto es muy distinta en un entorno con o sin incertidumbre. En entornos con certidumbre, habitualmente, se tiene una idea, se desarrolla y, cuando sales al mercado, se valida. Esto implica invertir antes de salir al mercado. Sin embargo, lo que propone lean startup es validar esa idea antes de salir al mercado, lo que implica ahorrarte la inversión.



ERRORES HABITUALES



- Perder mucho tiempo en hacer un business plan.
- Extraer pocas conclusiones porque el escenario está lleno de incertidumbre.
- Confiar en los “expertos” del sector y en la gente de tu entorno.
- Creer que la única información que vale es la de los clientes que están dispuestos a pagar por tu producto.
- Ejecutar el business plan antes de validar. Te vas a equivocar porque has dado por supuestas muchas hipótesis.
- Dar por hecho lo que el cliente quiere.
- Pretender que el producto sea perfecto.
- Retrasar la fecha de lanzamiento.
- Retrasar el contacto con los clientes, que es lo que realmente te va a permitir validar las hipótesis.
- Invertir en marketing antes de tiempo

1.4. CÓMO IDENTIFICAR HIPÓTESIS

El primer paso es identificar todas las hipótesis implícitas en tu idea. De ello dependerá que tu idea se convierta en un modelo de negocio rentable.

Las hipótesis son afirmaciones o asunciones acerca de lo que va a ocurrir (cómo se van a comportar los clientes, cuáles van a ser los costes, los ingresos, la respuesta de los canales, etcétera), pero que todavía no hemos comprobado.

A continuación, tienes algunos ejemplos de diferentes hipótesis:

- Mis clientes no quieren seguir utilizando determinado producto.
- El cliente va a pagar 35 € al mes por nuestro software.
- Vamos a convertir en leads un 5% de las visitas de la página web.
- Vamos a alcanzar una cuota de mercado del 2%.
- Voy a captar clientes a través de Google Adwords a un coste de 13 €.



NO TE OLVIDES

Siempre que una idea con cierto grado de innovación o incertidumbre surja en tu cabeza, lo primero que tienes que hacer es identificar las HIPÓTESIS implícitas en esa idea.

¿POR QUÉ?

Porque, en última instancia, el éxito o el fracaso dependerá de que las hipótesis resulten ser acertadas. Por eso es fundamental identificar las hipótesis más importantes.

ERROR HABITUAL

Dar por supuestas las hipótesis y lanzarse a construir el producto.

Lo primero que debes hacer es dibujar tu modelo de negocio

1.4.1. CLASIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

Eric Ries clasifica las hipótesis en **dos grandes grupos**. Esta clasificación es brillante por su simplicidad.

- **Hipótesis de valor:** incluimos todas aquellas relacionadas con nuestra capacidad de construir un producto que aporte un valor real a los clientes, que estén dispuestos a usarlo y pagar por él, que repitan, que se lo recomienden a sus amigos.

Pero esto no es suficiente para tener un gran negocio, porque, además, debemos demostrar que podemos crecer de forma sostenible y escalable.

- **Hipótesis de crecimiento:** incluimos todas las relacionadas con la capacidad para crecer: tamaño del mercado, crecimiento internacional, costes de captación, métricas, etcétera.

1.5. CÓMO VALIDAR HIPÓTESIS CON EXPERIMENTOS

Una vez que has identificado las principales hipótesis de tu modelo de negocio, debes aprender a validarlas lo antes posible y con el menor gasto.

Para ello, existen una serie de técnicas muy útiles que debes conocer.

Si eres capaz de realizar experimentos rápidos que te permitan APRENDER y validar tus hipótesis, estarás obteniendo un enorme valor.

Para validar las hipótesis, hemos separado dos conceptos (tenlo en cuenta, porque a veces se unifican):

- Por un lado, **experimentos**. Son **más incipientes y requieren menos inversión**.

Nos permiten aprender muy rápido.

Generalmente, utilizaremos los experimentos para validar las hipótesis relacionadas con el **problema y la solución**.

- Por otro lado, **el MPV o mínimo producto viable**. Una vez que hemos hecho los experimentos adecuados, deberíamos construir una primera versión de nuestro producto que nos permita avanzar en el proceso de aprendizaje.

1.6. MÍNIMO PRODUCTO VIABLE

El mínimo producto viable no es solo una primera versión de tu producto: es un enfoque distinto en la creación del producto.

Consiste en incorporar las funcionalidades de forma progresiva y siempre a partir del aprendizaje obtenido en las interacciones con los clientes.



- Que sea **mínimo**. No tengas miedo.
- Que sea **viable**, es decir, que te permita aprender. Si, a partir de las interacciones con clientes, concluyes que no es viable, solo tienes que ir añadiendo funcionalidades.
- Que te permita **interactuar** con los clientes **lo antes posible** y con el **menor coste**.



Todos tenemos tendencia a hacer lo contrario: retrasamos la salida al mercado para tener un producto lo más completo posible. Esto es un tremendo error que ha llevado a la ruina a miles de empresas.

¿QUIERES SABER MÁS DE LEAN STARTUP Y EMPRENDIMIENTO...?

MODELOS DE NEGOCIO

MARKETING DIGITAL

CONTABILIDAD Y FINANZAS

LIDERAZGO

MOTORES DE CRECIMIENTO

DESARROLLO PERSONAL

¡Y MUCHO MÁS!

Descúbrelo con ThePowerMBA

[APÚNTATE AHORA](#)