



CREAR PARA INNOVAR

Desarrollando un MVP



ARIEL VILLEGAS

Co-fundador de Creators Lab. Marketing y comunicación en MicrobiAr. Consultor en estrategia de negocios e innovación. Formación en administración, agilidad, desarrollo personal y desarrollo de emprendimientos e innovación.

INSPIRAR | CONECTAR | TRANSFORMAR



El **objetivo de hoy** es conocer los conceptos básicos del desarrollo de MVP adaptado a proyectos y emprendimientos como herramienta diferencial para un emprendedor





MVP

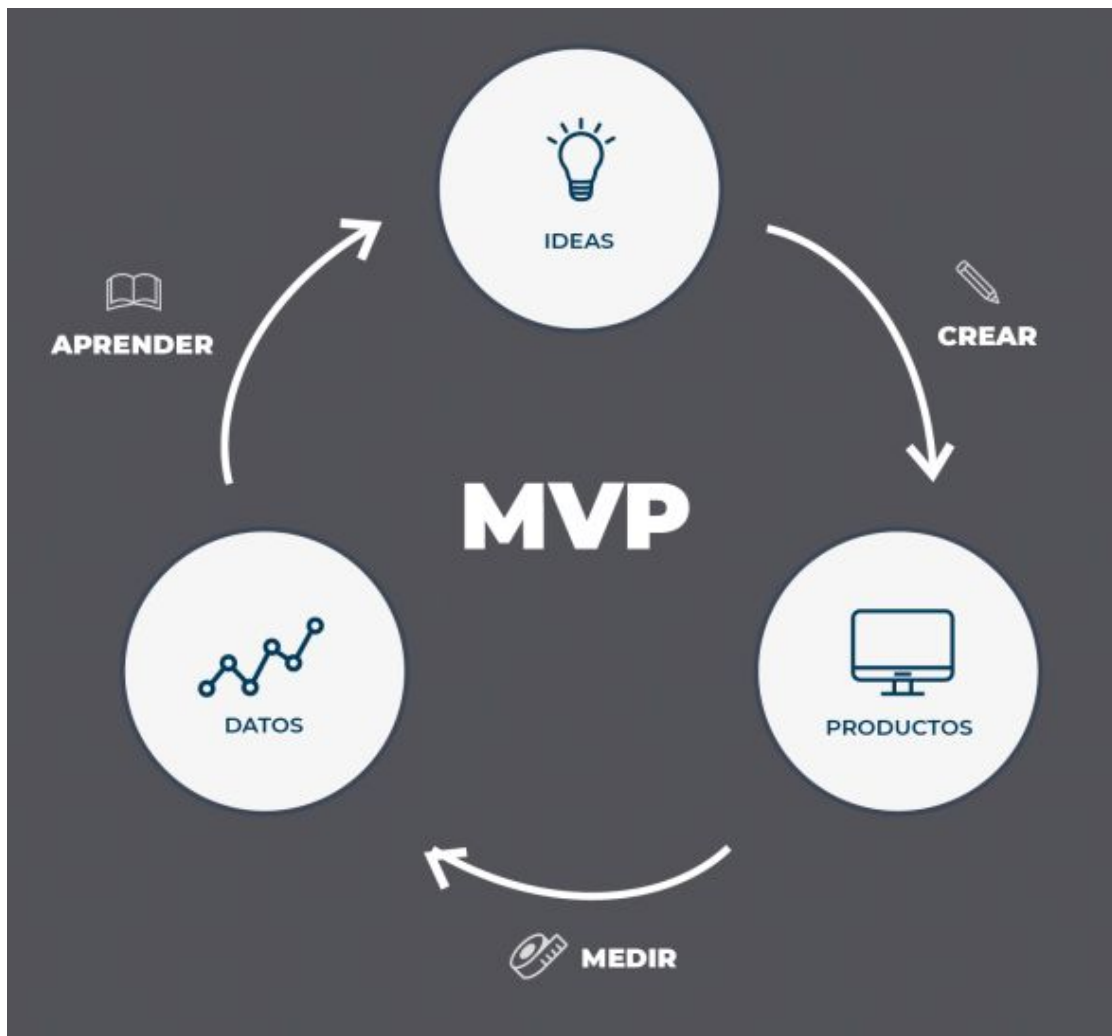
¿Que es un Producto mínimo viable?

Es la versión de tu producto que permite realizar el ciclo de **Construcción, Medición y Aprendizaje** con el **menor esfuerzo y tiempo de desarrollo** posible. El MVP carece de muchas funcionalidades que pueden ser esenciales para la continuidad del producto.

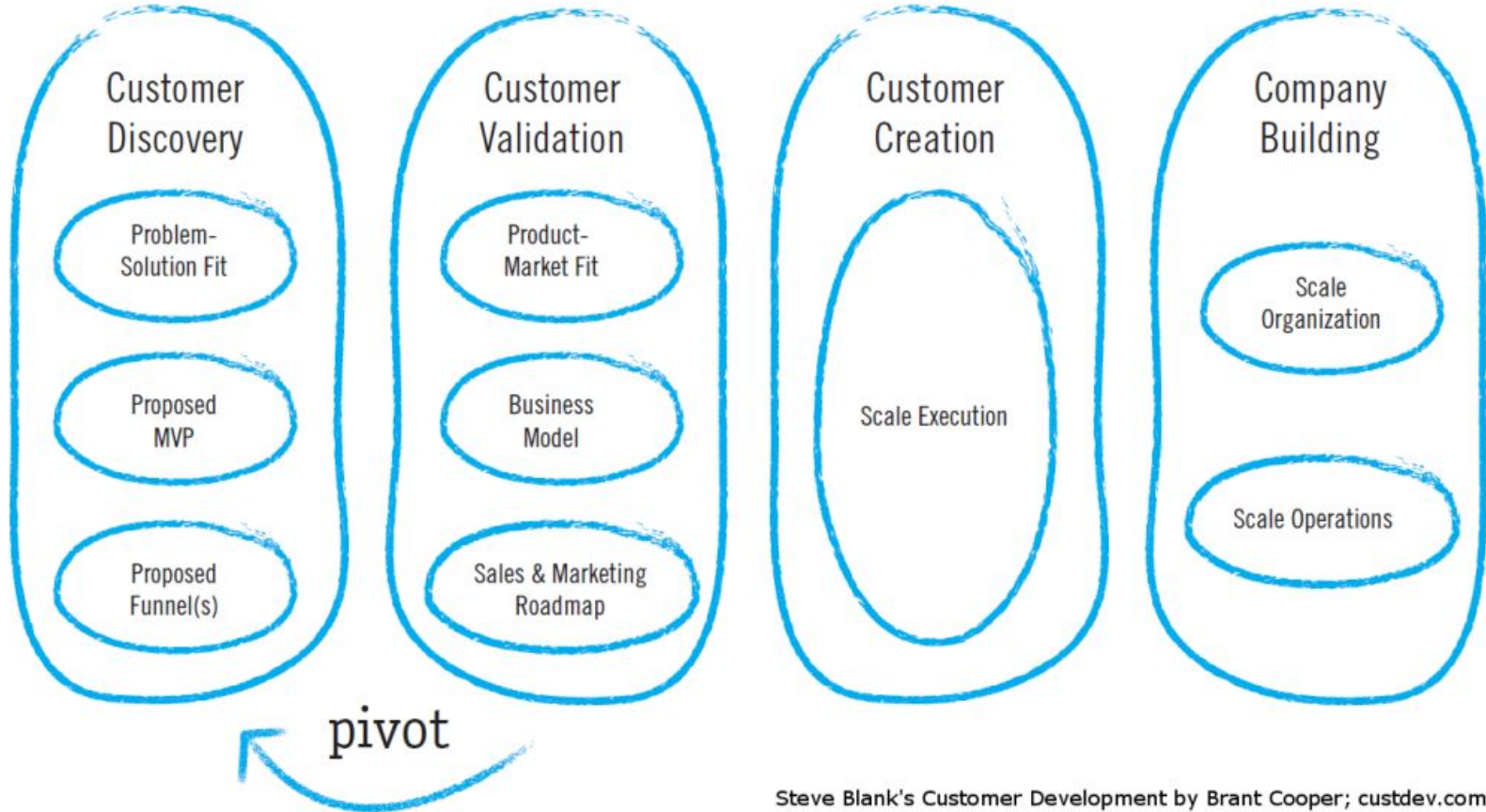
DESARROLLANDO UN MVP EN 5 PASOS

- 1) Ingresar a [menti.com](https://www.menti.com) con el código 12 17 11 8

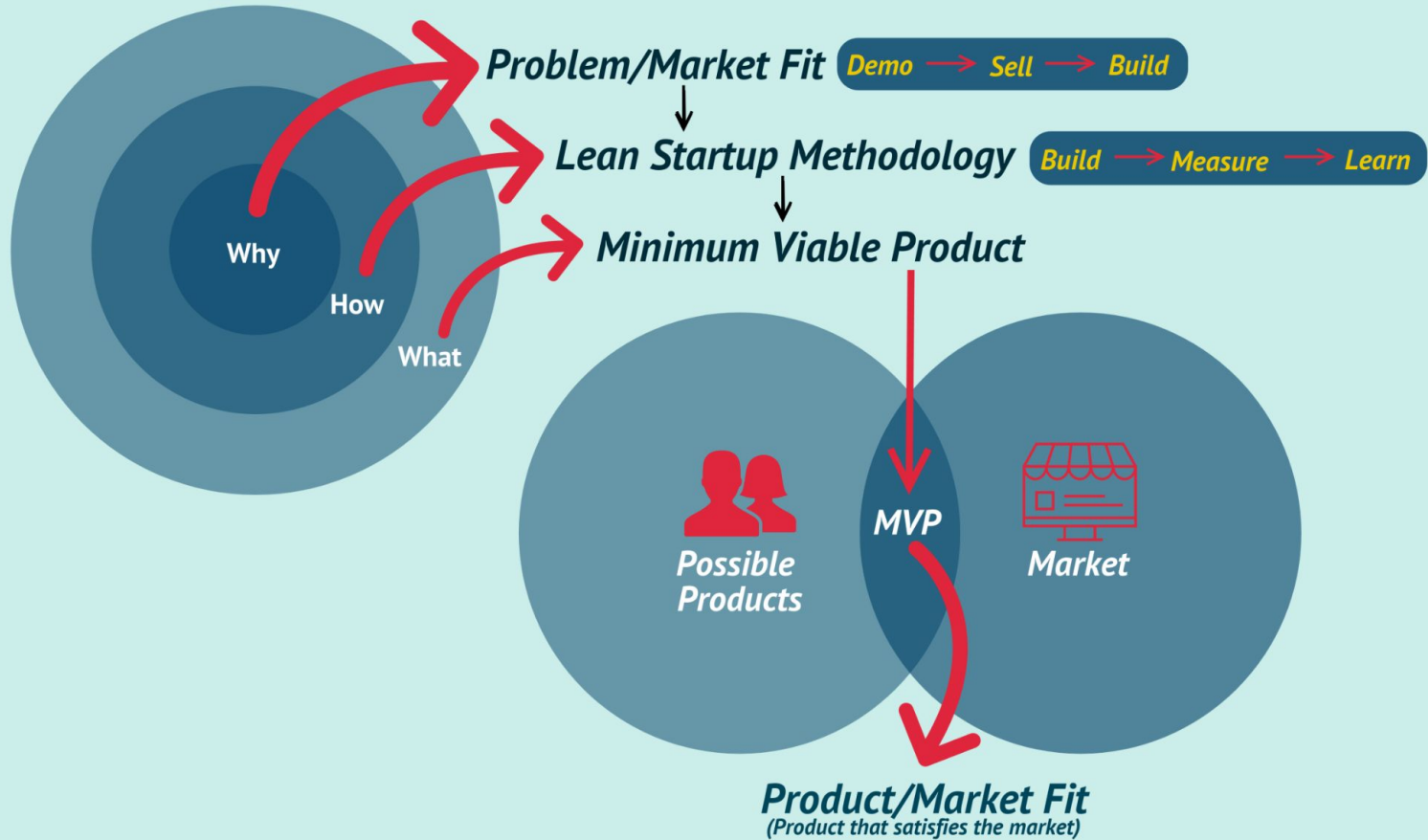


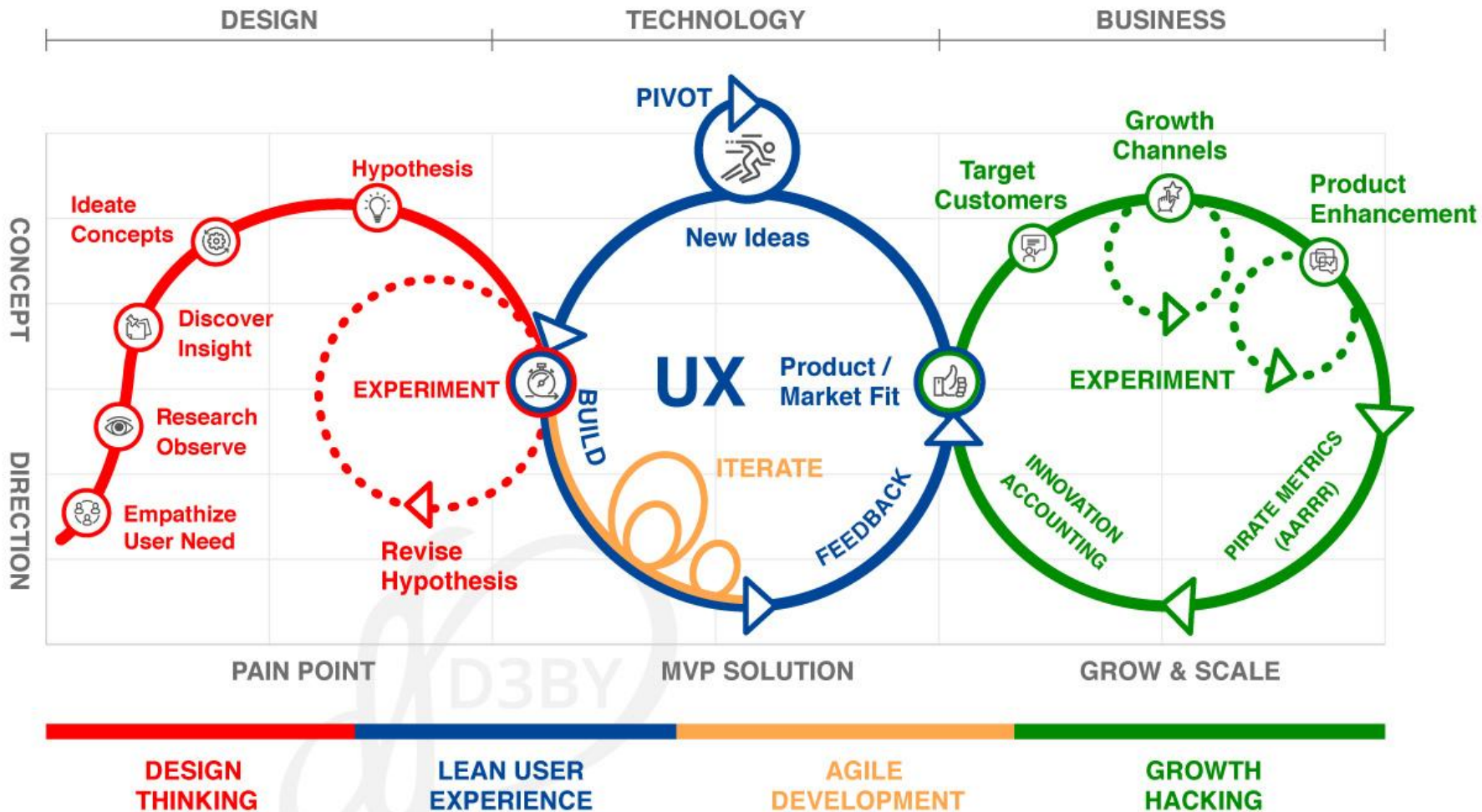


Customer Development



The Process To Product-Market Fit



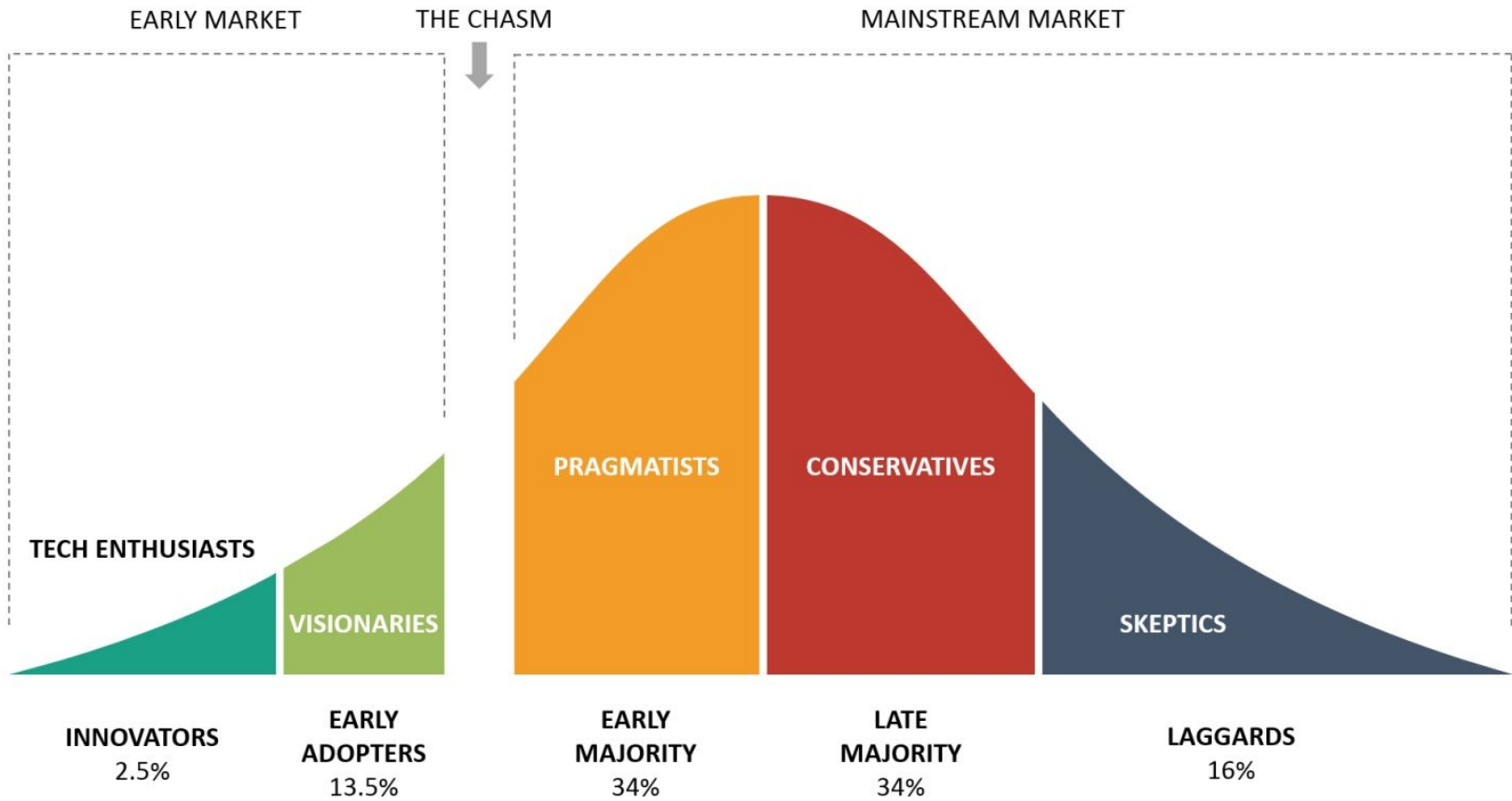


PASOS AL DESARROLLAR MVP

Existen varias formas y propuestas para desarrollar un MVP, una posible forma serían los siguientes pasos no lineales:

- Conocer al usuario (Necesidad + Problema)
- Crear el prototipo (Hipótesis de solución)
- Aprender con el usuario (Validación + medición)
- Desarrollar marca (Identidad)
- Adaptar el producto al mercado (Lanzamiento)

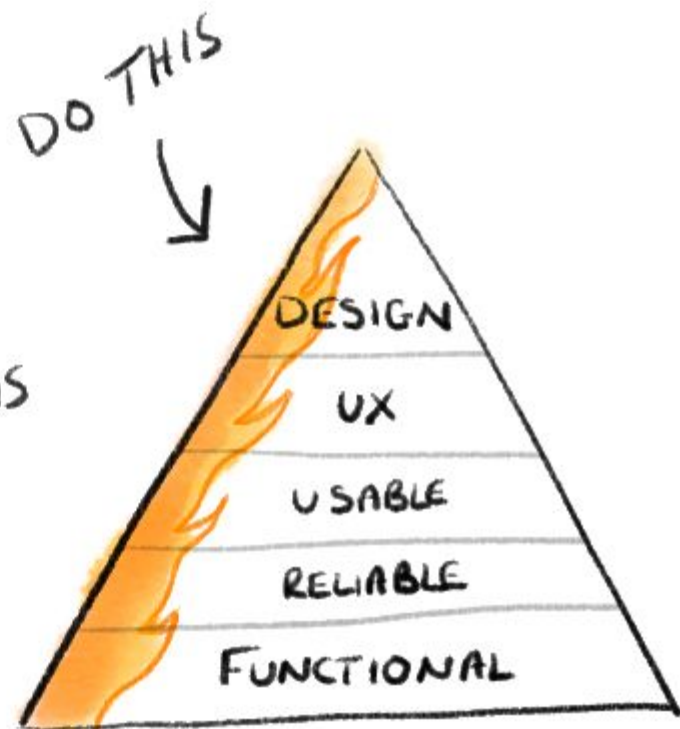
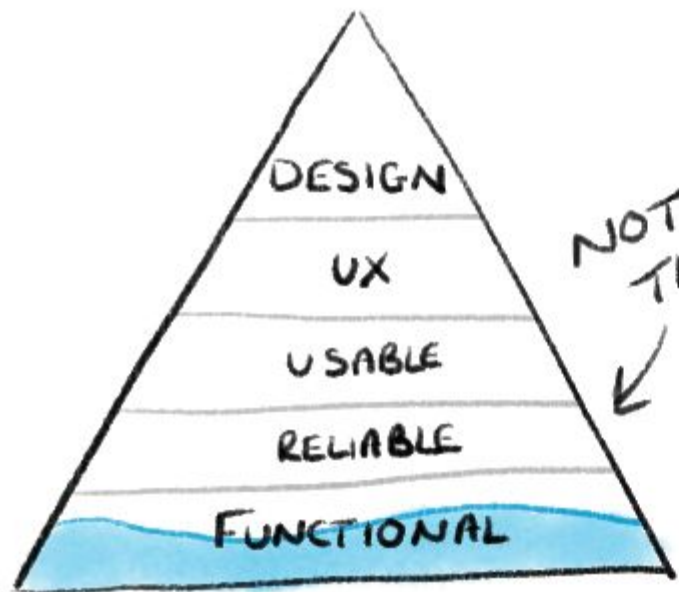




ALTERNATIVA AL MVP PRODUCTO MINIMO ADORABLE

MVP facilita a las empresas poder aprender lo máximo posible de sus usuarios potenciales con el mínimo esfuerzo, el MLP agrega la posibilidad de enamorar a los primeros usuarios que usen el producto, los early consumers.



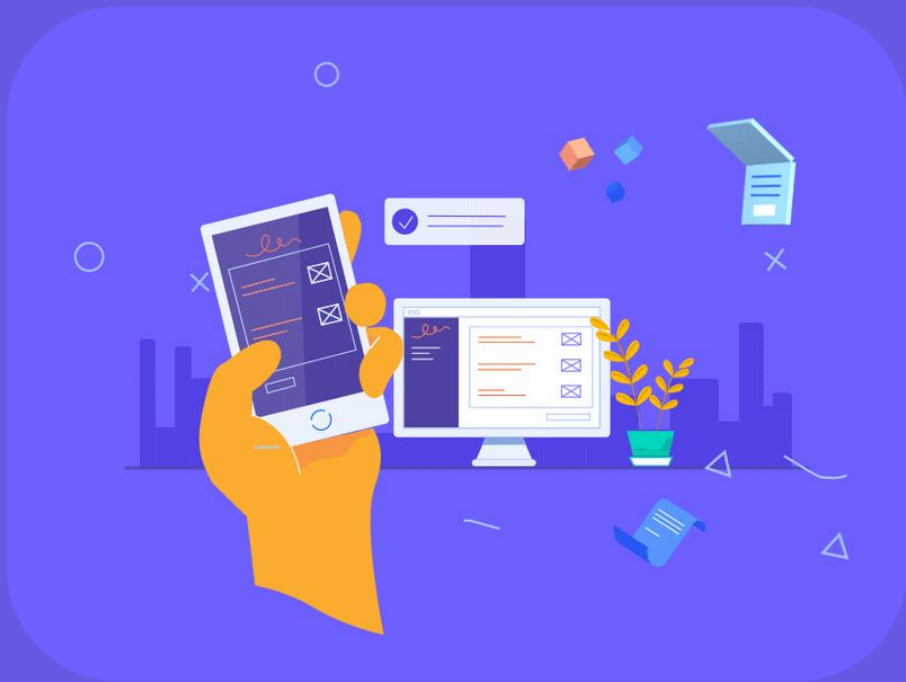




CONSULTAS O DUDAS



CREATORS
LAB



PASAR A LA ACCIÓN DE LA IDEA AL MVP

- Explicación (Presentación, website, video)
- Prototipo de baja fidelidad (Maqueta / Wireframes)
- Prototipo de media fidelidad (Prototipo website funcional, servicio funcional)
- Prototipo de alta fidelidad (Prototipo mayor funcionalidad, experiencia y diseño)

Desarrollo de valor en cada etapa y adaptabilidad a los aprendizajes registrados en cada validación

PASAR A LA ACCIÓN

HERRAMIENTAS IDEACIÓN



HERRAMIENTAS DE DESARROLLO

Mostrar resultados rápidamente

Reducir los costos del equipo técnico y facilitar el entendimiento de las funcionalidades



Validar la idea de negocio

Poner la prueba de concepto en las manos de los usuarios para verificar si funciona.



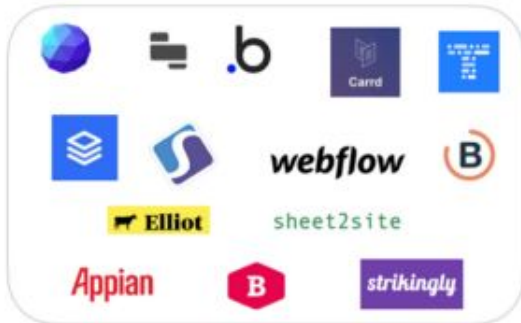
Recibir valioso feedback

Observar cómo funciona el producto/ servicios y escuchar que tienen para decir y mejorar

Aplicación de herramientas low code - no code

- Resolver necesidades rápido y responder a los cambios.
- Diseño de pruebas de concepto
- Validar idea de negocio
- Lanzar emprendimientos

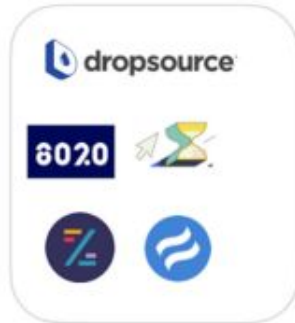
Web apps & e-commerce



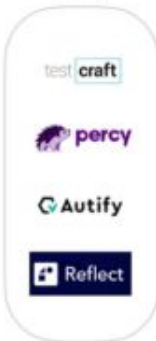
Mobile apps



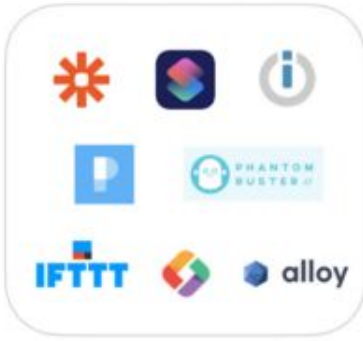
Agencies



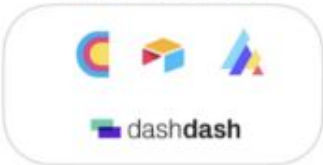
Testing



Workflow automation



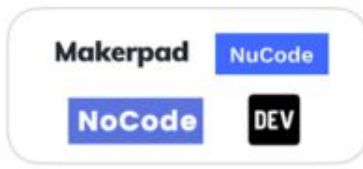
Spreadsheets & databases



Voice



Community



Superdocs



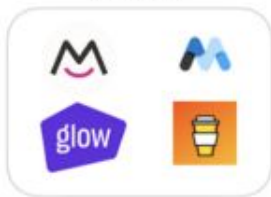
Data science



AR/3D



Monetization



Gaming





CONSULTAS O DUDAS



CREATORS
LAB



PRODUCT VISION BOARD

Herramienta práctica

THE PRODUCT VISION BOARD



VISION

What is your purpose for creating the product?

Which positive change should it bring about?

Light blue rectangular area for writing the vision.



TARGET GROUP

Which market or market segment does the product address?

Who are the target customers and users?

Light blue rectangular area for writing about the target group.



NEEDS

What problem does the product solve?

Which benefit does it provide?

Light blue rectangular area for writing about needs.



PRODUCT

What product is it?

What makes it stand out?

Is it feasible to develop the product?

Light blue rectangular area for writing about the product.



BUSINESS GOALS

How is the product going to benefit the company?

What are the business goals?

Light blue rectangular area for writing about business goals.



PASO 1: VISIÓN DEL PROYECTO

En esta fase se analizan las creencias, valores, habilidades y competencias. Se analizan las motivaciones, el diagnóstico de la situación actual, los miedos y las zonas de confort.


- ¿Cuál es el propósito central para crear este producto o servicio?
- ¿Qué cambios positivos debería traer el proyecto?
- ¿Para qué existe el proyecto?



PASO 2: PÚBLICO OBJETIVO

En esta fase se analizan las vinculaciones del mercado, para poder distinguir específicamente es tu mercado, tu segmento, clientes y usuarios.


- ¿A qué mercado y segmento de mercado apunta lo que ofreces?
- ¿Quién es tu cliente y usuario objetivo?



PASO 3: NECESIDADES A RESOLVER

En esta fase se ayuda a encontrar un camino y a trazar una ruta, entre el problema de usuario y los beneficios que puedes aportar con tu solución.

- ¿Cual es el problema que querés resolver?
- ¿Que beneficios proveer para tus clientes y usuarios?

A black and white photograph of a hand holding a glowing lightbulb, symbolizing an idea or innovation. The background is dark, and the lightbulb is the central focus, emitting a soft glow.

PASO 4: DESARROLLO DE PRODUCTO

En esta fase comprendemos que producto/ servicio ofrecemos y que necesitaremos para desarrollarlo.

- ¿Qué producto/servicio se trata?
- ¿Cómo lo voy a llevar a cabo?
- ¿Qué tan feasible es desarrollarlo?



PASO 5: OBJETIVO DE NEGOCIO

En esta fase se plantea de forma estratégica cuales son los objetivos de negocio para el desarrollo del proyecto/servicio a lograr.

- ¿Cómo el producto puede aportar beneficios a la compañía o sostenibilidad del emprendimiento?
- ¿Cuáles son tus objetivos de negocio?

THE PRODUCT VISION BOARD



VISION

What is your purpose for creating the product?

Which positive change should it bring about?



TARGET GROUP

Which market or market segment does the product address?

Who are the target customers and users?



NEEDS

What problem does the product solve?

Which benefit does it provide?



PRODUCT

What product is it?

What makes it stand out?

Is it feasible to develop the product?



BUSINESS GOALS

How is the product going to benefit the company?

What are the business goals?



Objetivos SMART

¿Cual va ser mi brujula?



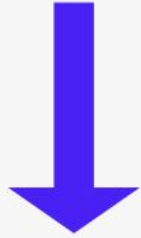
BRUJULA: Objetivos SMART

El método **SMART** ayuda a **definir las metas que debes seguir para alcanzar los objetivos** y dar forma a una estrategia. Su nombre se asemeja a la palabra en inglés “Inteligente”. Las cinco letras de SMART son las que construyen esta regla. Cada una responde a uno de los cinco principios a seguir para construir las metas.

El objetivo no puede ir por un lado y la acción por otro. Andar sin objetivos es como navegar sin brújula.



S



Specific

(Específico)



M



Measurable

(Medible)



A



Achievable

(Alcanzable)



R



Realistic

(Realista)



T



Time

(Tiempo)



BRUJULA: Ejemplo Objetivos SMART

“QUIERO VIAJAR MÁS”

¿Cuánto más quieres viajar? Decir “viajar más” es **poco concreto**.

“Voy a ahorrar el 25% de mi salario durante un año, para el próximo año hacer un viaje por Latinoamérica comenzando desde Argentina y finalizando México, con una duración máxima de un mes.”

Con ello estás dejando en claro el cómo lograrás viajar más, cuándo vas a empezar y la duración que va a tener.



"Estás vendiendo la visión y entregando el conjunto mínimo de características a visionarios, no a todo el mundo."

Steve Black



CONSULTAS O DUDAS



CREATORS
LAB

¿Qué nos llevamos?

DESARROLLO DE MVP

- Conceptos generales
- MVP vs MLP
- Herramientas diseño
- Herramientas low code + no code
- Vision product board
- Plus: Objetivos SMART





CREAR PARA INNOVAR

Desarrollando un MVP



ARIEL VILLEGAS

villegas.arielalejandro@gmail.com

Instagram: @Ariel.villegas

Linkedin: Ariel Villegas

INSPIRAR | CONECTAR | TRANSFORMAR