

CONSTRUIR

MEDIR

APRENDER

GUÍA PRÁCTICA LEAN STARTUP

Valida tu idea de negocio sin quemar tus ahorros

Centro Sí Emprende · Red Global MX — Nodo Michoacán

Basada en la metodología de Eric Ries y Steve Blank

1. ¿Qué es Lean Startup y por qué te conviene?

Lean Startup es una metodología para lanzar negocios reduciendo al máximo el riesgo de fracasar por construir algo que nadie quiere. En lugar de escribir un plan de negocios de 40 páginas y gastar tus ahorros en local, inventario y logotipo, Lean Startup te propone **tratar tu idea como una serie de hipótesis que debes comprobar con clientes reales antes de invertir en grande**.

“Ningún plan de negocios sobrevive al primer contacto con los clientes.” — Steve Blank

Los tres principios

- **Todo es una hipótesis.** “Las señoras de mi colonia pagarían \$80 por un desayuno saludable a domicilio” es una suposición, no un hecho, hasta que alguien te paga.
- **Aprende rápido y barato.** El objetivo de las primeras semanas no es ganar dinero: es aprender qué quiere el cliente gastando lo menos posible.
- **Itera.** Cada aprendizaje ajusta el producto, el precio o el cliente al que le vendes. Repites el ciclo hasta encontrar un modelo que funciona.

El ciclo Construir – Medir – Aprender

Es el motor de la metodología. Cada vuelta al ciclo debe ser lo más corta y barata posible:

Etapa	Qué haces	Ejemplo real
CONSTRUIR	Creas la versión más simple posible de tu idea (MVP) para poner a prueba una hipótesis concreta.	Un menú en WhatsApp con 3 desayunos y precio, sin cocina montada.
MEDIR	Defines de antemano qué número te dirá si la hipótesis es cierta.	“De 50 personas contactadas, al menos 10 piden y pagan.”
APRENDER	Comparas resultado vs. expectativa y decides: perseverar, ajustar o pivotar.	Solo pidieron 4, pero 15 preguntaron por comida corrida: pivote de producto.

2. Identifica tus hipótesis de riesgo

Antes de construir nada, escribe tu modelo de negocio en una página (usa el **Canvas de Modelo de Negocio** incluido en los descargables del Centro Sí Emprende). Después pregúntate: **¿cuál de estas casillas, si resulta falsa, mata mi negocio?** Esa es tu hipótesis de mayor riesgo y es la primera que debes validar.

Las dos hipótesis fundamentales

Hipótesis	Pregunta que responde	Cómo se valida
Hipótesis de valor	¿El producto realmente resuelve un problema por el que el cliente pagaría?	Entrevistas de problema, preventas, pedidos reales.
Hipótesis de crecimiento	¿Cómo van a llegar nuevos clientes de forma sostenible?	Midiendo recomendaciones, recompra, costo de adquisición.

Formato para escribir una hipótesis comprobable

Usa siempre esta estructura — si no tiene número, no es comprobable:

Creemos que [cliente específico] tiene el problema [problema] y pagaría [precio] por [solución]. Sabremos que es cierto si [métrica y umbral] en [plazo].

- “Creemos que dueños de fondas en La Piedad pagarían \$500/mes por un sistema de pedidos por WhatsApp. Sabremos que es cierto si 5 de 20 fondas visitadas pagan el primer mes antes del 30 de julio.”
- “Creo que a la gente le gustaría mi producto.” (¿Qué gente? ¿Cuánto pagarían? ¿Cómo lo sabrás?)

Entrevistas de problema: la herramienta más barata

Habla con 10-15 clientes potenciales **antes** de construir. Reglas de oro:

- Pregunta por su pasado y su presente, no por su futuro: “¿cómo resolviste esto la última vez?” vale más que “¿lo comprarías?”.
- No presentes tu idea al inicio; primero entiende el problema.
- Busca señales de dolor real: ya gastan dinero o tiempo tratando de resolverlo.

3. El Producto Mínimo Viable (MVP)

El MVP es la versión más pequeña de tu producto que te permite **aprender del cliente con el menor esfuerzo posible**. No es un producto malo ni incompleto: es un experimento diseñado para responder una pregunta.

Tipos de MVP (del más barato al más caro)

Tipo	En qué consiste	Ideal para
Entrevista + maqueta	Muestras bocetos, fotos o un menú y observas la reacción. Pides apartado o anticipo.	Servicios, comida, productos físicos.
Página de aterrizaje	Una página web o publicación con la oferta y un botón de WhatsApp. Mides cuántos contactan.	Validar interés y mensajes de venta.
Conserje (manual)	Entregas el servicio a mano, sin sistemas ni automatización, a tus primeros 5-10 clientes.	Apps, plataformas, suscripciones.
Mago de Oz	El cliente ve un producto “terminado”, pero detrás todo lo haces tú manualmente.	Tecnología compleja.
Preventa	Vendes antes de producir: apartados, preórdenes, primer mes con descuento.	Casi todo. El pago es la validación más fuerte.

Errores comunes al construir el MVP

- **Perfeccionismo:** pasar 6 meses puliendo antes de mostrar. Si no te da un poco de pena tu primera versión, la lanzaste demasiado tarde.
- **Validar con familiares:** tu mamá siempre dirá que sí. Valida con desconocidos que paguen.
- **Confundir opiniones con evidencia:** “me encanta la idea” no vale nada; un anticipo de \$200 vale oro.
- **Medir todo y no decidir nada:** define UNA métrica de éxito antes de lanzar el experimento.

4. Métricas que sí sirven

Evita las **métricas de vanidad** (likes, seguidores, visitas): suben siempre y no te dicen si el negocio funciona. Usa **métricas accionables**, ligadas a decisiones:

Métrica de vanidad ■	Métrica accionable ■
Me gusta en la página	Conversaciones de WhatsApp iniciadas por semana
Visitas al sitio	% de visitantes que dejan sus datos o compran (conversión)
Seguidores totales	Clientes que recompran en 30 días (retención)
"Mucha gente preguntó"	Pedidos pagados / personas contactadas

El embudo básico que todo negocio debe medir: **Contactados** → **Interesados** → **Compraron** → **Recompraron** → **Recomendaron**. Con anotar estos cinco números en una libreta cada semana ya estás por delante del 90% de los negocios pequeños.

5. ¿Pivotar o perseverar?

Cada 2-4 semanas, siéntate con tus números y decide con honestidad:

- **Perseverar:** las métricas mejoran vuelta tras vuelta → sigue optimizando el mismo camino.
- **Ajustar:** hay interés pero algo no cierra (precio, presentación, canal) → cambia un elemento y vuelve a medir.
- **Pivotar:** los datos contradicen la hipótesis central → cambio estructural manteniendo lo aprendido.

Pivotes más comunes

- **De cliente:** mismo producto, otro segmento (vendías a mamás; te compran oficinas).
- **De problema:** mismo cliente, otra necesidad (pedían desayunos; querían comida corrida).
- **De canal:** mismo producto y cliente, otra forma de llegar (de local físico a entrega a domicilio).
- **De modelo de ingresos:** de venta única a suscripción, o de producto a servicio.

Pivotar no es fracasar: es la evidencia de que estás aprendiendo más rápido que tu competencia.

6. Plantilla: tu próximo experimento

Llena esta tarjeta antes de cada ciclo Construir–Medir–Aprender:

Campo	Tu respuesta
Hipótesis (con cliente, precio y umbral)	
MVP / experimento a realizar	
Métrica de éxito y umbral mínimo	
Fecha límite del experimento	
Presupuesto máximo (\$)	
Resultado obtenido	
Decisión: perseverar / ajustar / pivotar	
Aprendizaje clave	

7. Checklist Lean del emprendedor

- Tengo mi modelo de negocio en una página (Canvas).
- Identifiqué mi hipótesis de mayor riesgo y la escribí con número y plazo.
- Entrevisté al menos a 10 clientes potenciales que no son mis amigos.
- Lancé un MVP en menos de 4 semanas y gastando menos de lo que puedo perder.
- Definí UNA métrica de éxito antes de lanzar.
- Alguien que no me conoce ya me pagó.
- Reviso mis números cada semana y decido: perseverar, ajustar o pivotar.

¿Quieres acompañamiento para aplicar esta metodología a tu negocio? Acércate a los talleres y mentorías del **Centro Sí Emprende** (Red Global MX — Nodo Michoacán).