

Validation board

 **Subetapa:**
Desarrollo / Prototipado

 **Tiempo:**
60 min

 **Dinámica recomendada:**
5 personas y/o individual

 **Materiales aplicación física:**

- Formato impreso (doble carta o rotafolio)
- Plumones de punto fino

 **Materiales aplicación digital:**

- Plantilla en Miro
- Laptops con internet

 **Enlace de descarga:**
tooltec.mx

 **Notas al instructor:**
Se debe pedir a los participantes que elijan experimentos que realmente les den información de calidad para validar o invalidar cada suposición.

Varias suposiciones se pueden validar de una sola vez, es decir a través del mismo instrumento de recogida de datos.

Validation board

ImAd · 6

Es una herramienta gráfica en formato tablero que ayuda a administrar visualmente un plan de experimentos de un modelo de negocios de una manera práctica y lógica. Diseñada por "Lean Startup Machine" para complementar las teorías de "Lean Startup" y "Running Lean".

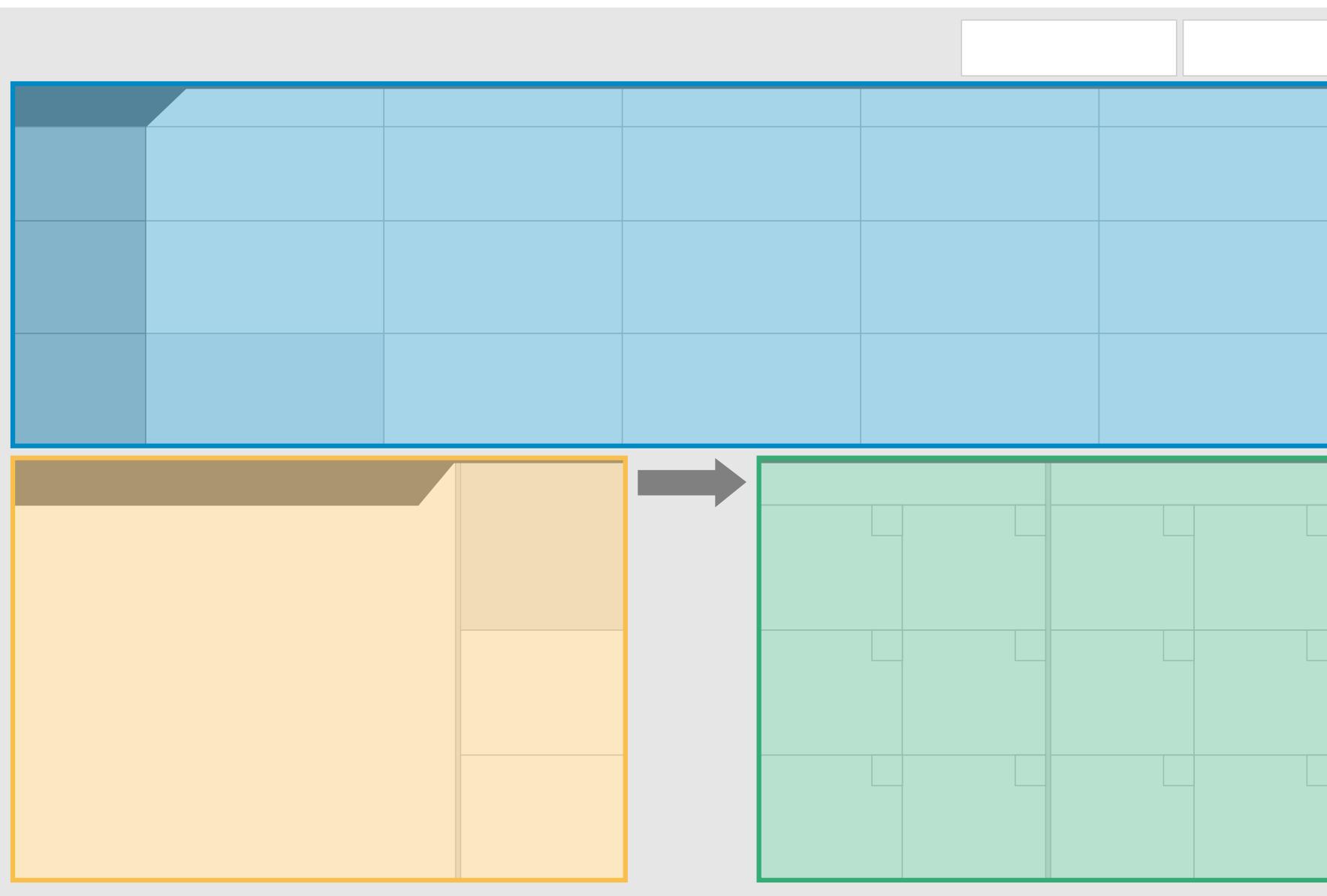
Autor:
Eric Ries

Bibliografía:
Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses* (1st Edition). Currency.

Referencias adicionales:
Maurya, A. (2012). *Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works*. O'Reilly Media.
Savioia, A. (October 2011). *Pretotype It*. Second Pretotype Edition.

Consiste en un tablero con tres partes:

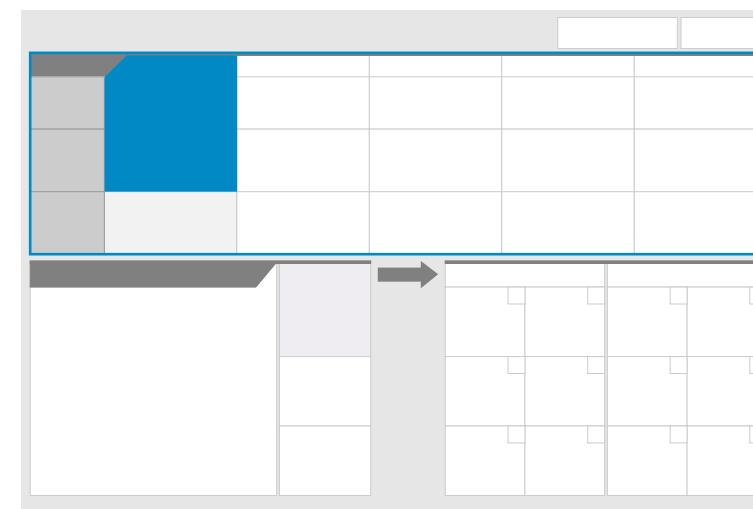
- **Zona de pivotes.** Localizada en la parte superior. Esta zona sirve para dar seguimiento a las hipótesis planteadas y de ser necesario a los pivoteos originados por el rechazo de las mismas. En este espacio se guarda un historial de las hipótesis rechazadas y validadas. Existen tres tipos de hipótesis que se agrupan en cada pivoteo.
- **Hipótesis del cliente.** Corresponde al mercado que se considera (dependiendo de la estrategia elegida) que tiene un problema específico.
- **Hipótesis del problema.** Corresponde en sí al problema que se cree que tiene el cliente.
- **Hipótesis de solución.** Consiste en la solución que se propone para resolver dicho problema.



- **Zona de diseño de experimentos.** Localizada en la parte inferior izquierda. Consiste en la zona donde se agrupan todas las suposiciones que soportan una hipótesis. Cuenta además de un espacio para colocar la suposición más crítica (la que puede invalidar las hipótesis), un espacio para determinar el método con el que se hará el experimento y un espacio donde se pondrá el criterio mínimo de éxito. Este último se refiere a la cantidad de respuestas afirmativas del total de respuestas que se tienen que dar para validar la suposición.
- **Zona de resultados.** Localizada en la parte inferior derecha. Consiste en un espacio donde se colocan las suposiciones validadas o invalidadas durante los experimentos.

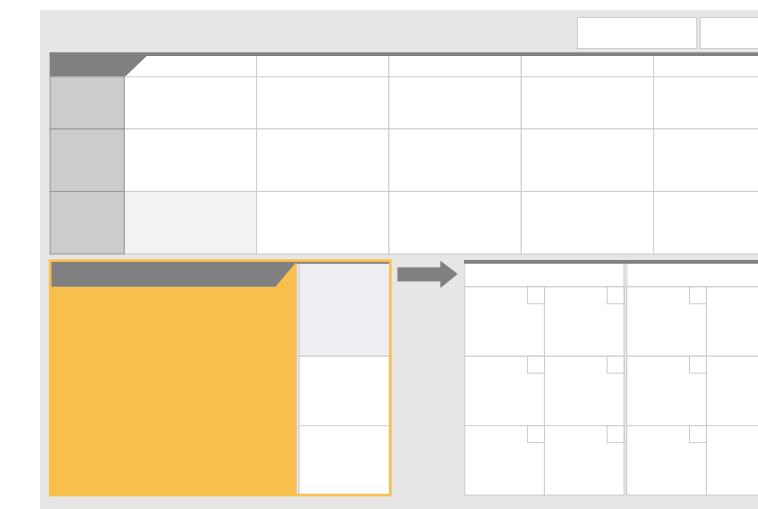
Validation board

ImAd · 6



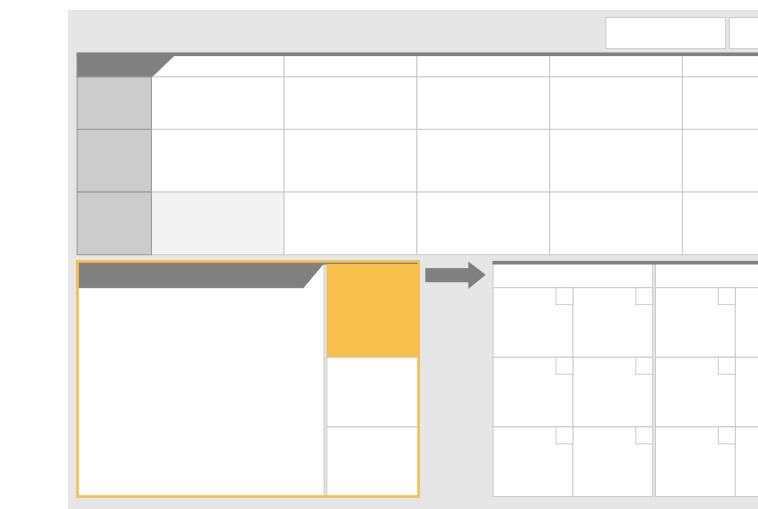
Paso 1: Escribir las hipótesis iniciales.

Se debe partir de una hipótesis inicial de quien es mercado meta y cuál es su problema. Dicho problema surge de la observación e investigación preliminar en un área de interés.



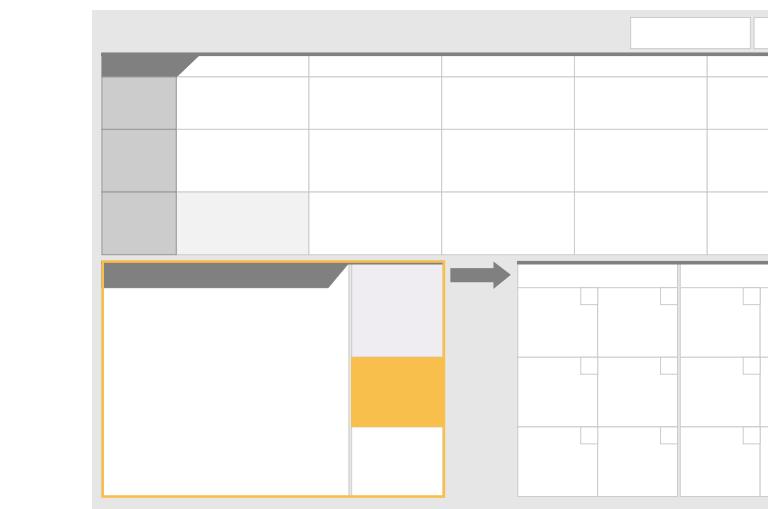
Paso 2: Listar todas las suposiciones que soportan la hipótesis.

De acuerdo con las hipótesis iniciales se deberán listar todas las suposiciones que se tienen de las mismas. Se debe comenzar por la suposición referente al problema planteado. En este recuadro se colocan las suposiciones al azar. Se pueden colocar tantas suposiciones como se crea conveniente.



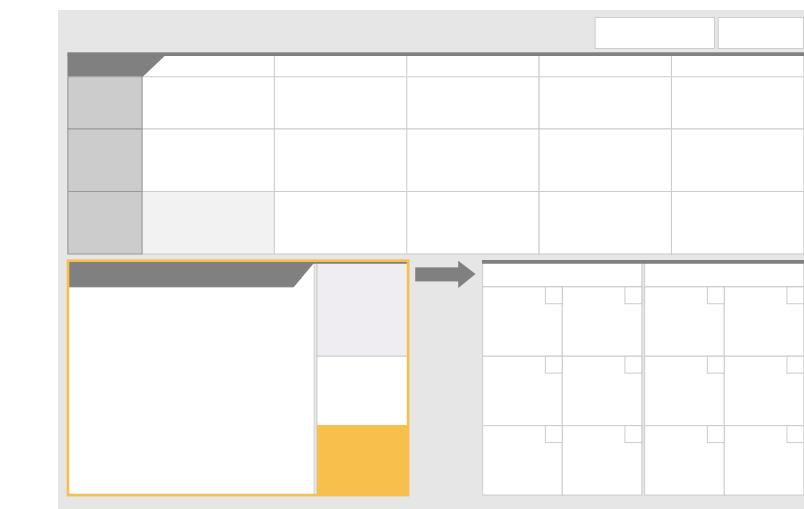
Paso 3: Elegir la suposición más crítica (riesgosa).

Se debe comenzar por cuestionar la existencia del problema y se debe continuar con las suposiciones que de ser rechazadas impliquen un cambio en las hipótesis iniciales. Por ejemplo: Si la hipótesis del problema es que "la gente no tiene alternativas de pago de sus servicios públicos" una suposición crítica es validar que las personas efectivamente quieren alternativas de pago.



Paso 4: Determinar el método de validación.

Posteriormente y de acuerdo con la etapa donde se encuentre el proceso de validación se debe escoger un método adecuado. Si no se tiene claro el problema se usa la exploración, si ya se tiene una solución, pero no un prototipo el método de pitch y si ya se tiene un prototipo el de conserje.

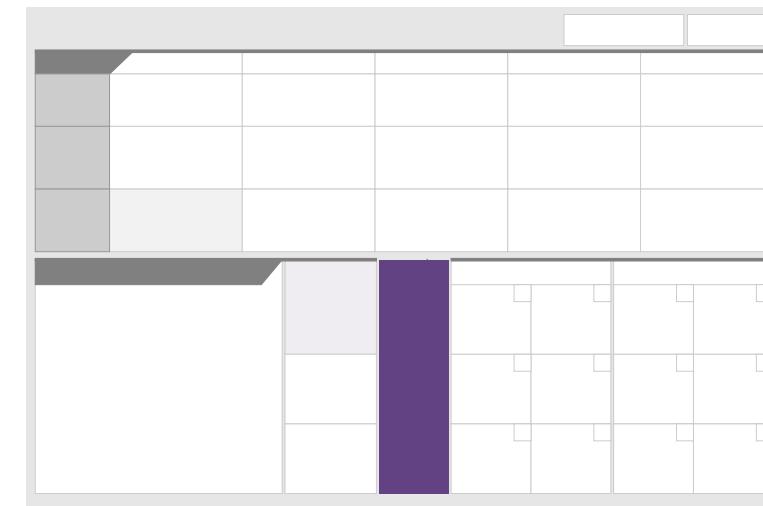


Paso 5: Determinar el criterio mínimo de éxito.

Se debe determinar cuántas personas se van a cuestionar y cuál es el número mínimo de personas que se deben cuestionar para confirmar la hipótesis.

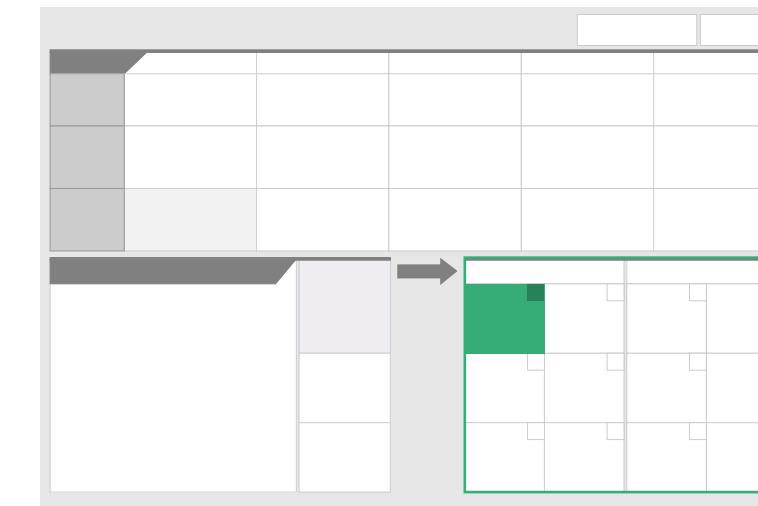
Validation board

ImAd · 6



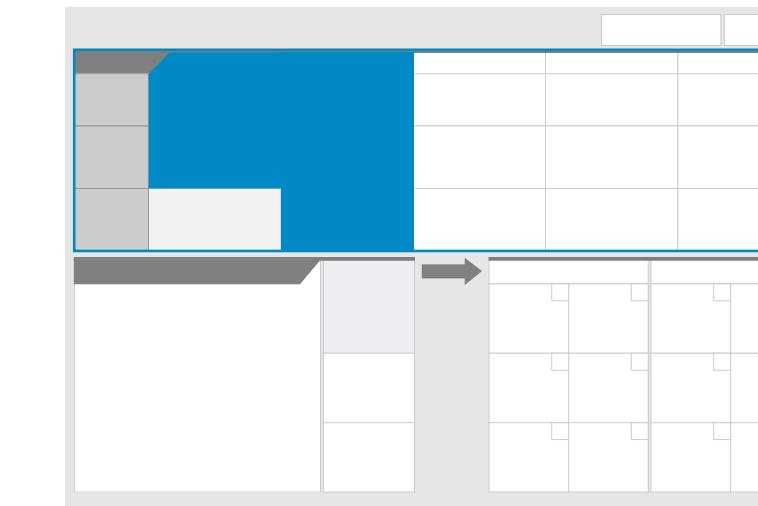
Paso 6: Realizar la validación.

Se debe salir a la calle a realizar las entrevistas, encuestas y/u observaciones. El método de recogida de datos deberá ser aplicado solo al mercado meta y a personas que no estén sesgadas por lazos afectivos con el equipo de trabajo. Se deben aplicar en el lapso de tiempo predeterminado y en condiciones de mercado donde no existan situaciones extraordinarias como por ejemplo una epidemia.



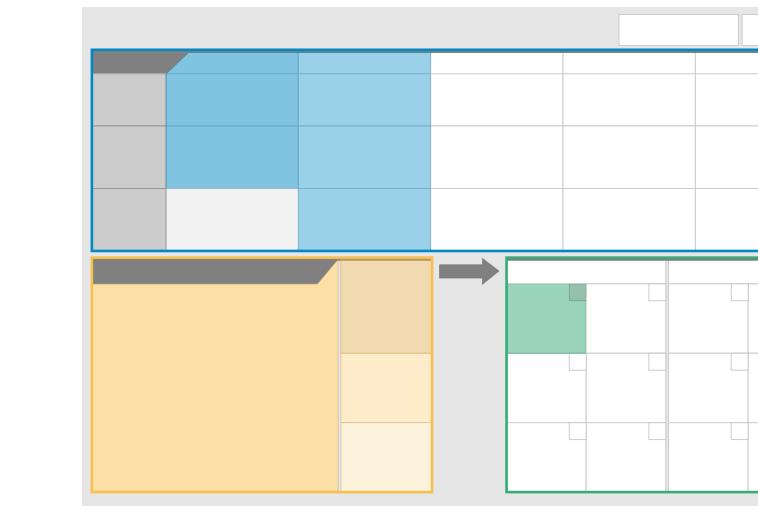
Paso 7: Validar o invalidar suposición.

Considerando el criterio mínimo de éxito se deberá validar o invalidar la suposición. La suposición se deberá colocar en la zona de resultados para poder contar con un histórico de experimentos. Se recomienda apuntar en el post it o recuadro de la validación el método que se aplicó (exploración, pith, consejo), la herramienta de recogida de datos (entrevista, encuesta, observación) y el resultado (15/20).



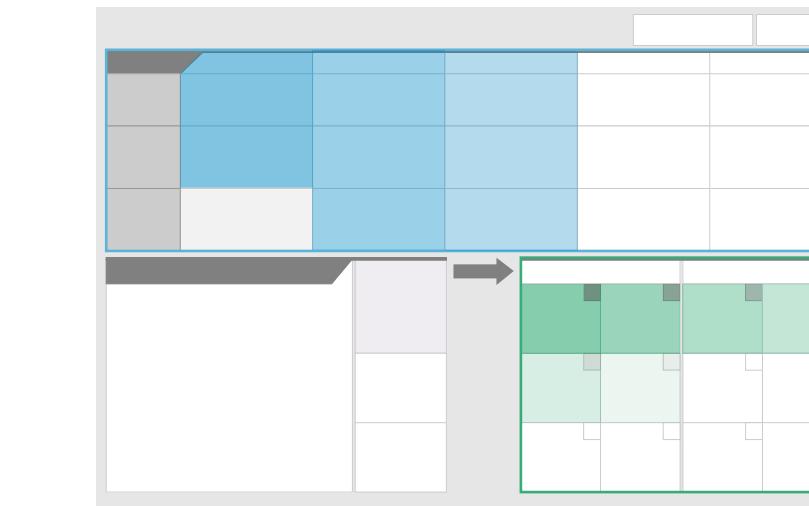
Paso 8: Continuar o replantear hipótesis.

En caso de tener una suposición invalidada se deberá replantear la hipótesis. Se debe colocar la hipótesis replanteada en la columna a la derecha de la hipótesis inicial. Además, se deberá repetir la hipótesis que no sufrió cambio. A partir del primer pivote ya se debe colocar una hipótesis de solución.



Paso 9: Proseguir con las validaciones.

Se debe repetir el proceso desde el Paso 3 hasta que se agoten las suposiciones. Durante el proceso se pueden agregar nuevas suposiciones que vayan surgiendo.



Paso 10: Concluir sobre las hipótesis finales validadas.

Las hipótesis finales validadas deben convertirse en el tema central de la estrategia del negocio. El validation board debe utilizarse tantas veces surjan nuevas suposiciones. La idea es seguir afinando la idea de negocio incluso después de haber salido a mercado. Se deberá documentar todos los resultados en una bitácora.

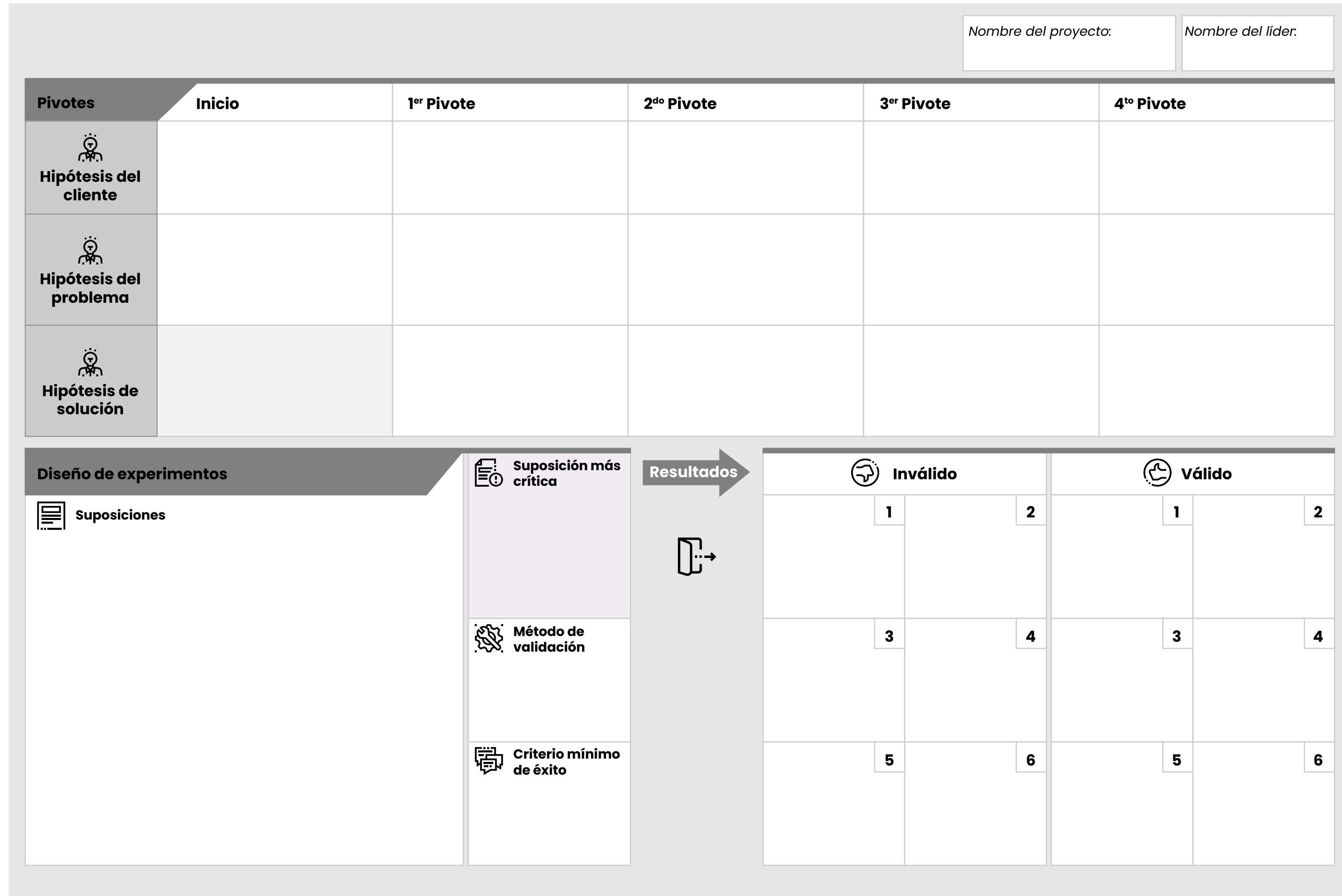
Validation board

ImAd · 6

Diseño original:

Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses* (1st Edition). Currency.

Adaptación:
ToolTec



© 2022 ToolTec.

