O processo de design e desenvolvimento de novos produtos exige abordagens que se adequem a determinados objetivos. Escreva as principais diferenças entre um Minimum Viable Product (MVP) e um protótipo, indicando as vantagens e desvantagens de cada.

Diferenças:

Protótipo é uma visão simplificada do produto a ser desenvolvido para validar a aceitação do usuário. Podemos ter protótipos muito simples, até os mais tecnológicos e fiéis ao produto a ser entregue, porém, vale ressaltar que o protótipo não é algo funcional e por isso não pode ser comercializado como o produto.

Já o MVP é a versão mais simples e possível do produto a ser entregue, sendo um produto funcional e completo por si só. Este conceito pode ser utilizado para validar, com mais rapidez e menor custo, o fit de mercado de um produto e garantir a evolução das próximas versões baseadas no feedback de uso real dos usuários.

Vantagens Protótipo:

- Este modelo é flexível em design.

- É fácil detectar erros.

- Podemos encontrar facilmente a funcionalidade ausente.

- Existe um escopo de refinamento, o que significa que novos requisitos podem ser facilmente acomodados.

- Ele pode ser reutilizado pelo desenvolvedor para projetos mais complicados no futuro.

- Garante um maior nível de satisfação e conforto do cliente.

- Ele pode envolver ativamente os usuários na fase de desenvolvimento.

Desvantagens Protótipo:

- Possui documentação deficiente devido às constantes mudanças nos requisitos do cliente.

- Pode haver muita variação nos requisitos.

- Os clientes às vezes exigem que o produto real seja entregue logo após ver um protótipo inicial.

- Pode haver soluções abaixo do ideal devido à pressa dos desenvolvedores em construir protótipos.

- Os clientes podem não estar satisfeitos ou interessados no produto depois de ver o protótipo inicial.

- Pode haver uma análise de problema incompleta ou inadequada.

Vantagens MVP:

- facilita a proposição de valor

- acelera a evolução do produto

- otimiza custos

- reduz o trabalho.

Desvantagens MVP:

- não foca em pesquisas de mercado antes do desenvolvimento para não atrasar o processo.

- não apresenta todos os recursos de um produto. Afinal, é preciso definir o mínimo necessário. Por isso, a experiência do cliente não é completa, o que pode afetar sua percepção inicial sobre o produto e a marca.