

Lean Startup, algo más que una metodología

Grandes empresas de industrias tradicionales compiten con startups digitales nuevas. Diferentes tecnologías cambian y avanzan a pasos acelerados y todos navegan en la incertidumbre.

Por Gabriela Rocha*

El boom de la industria tech ha dado protagonismo a una serie de metodologías empleadas por las startups exitosas. Como resultado, vemos por todos lados talleres de Agile y Design Thinking y hasta salas de juntas con nombres de terminología del mundo tech. Inspirados por los casos de éxito en la industria, empezamos a creer que esas metodologías son el camino mágico hacia la transformación digital. El problema es que estas metodologías se han puesto tan de moda, que pocas organizaciones realmente entienden su valor, o saben cuándo y cómo ponerlas en práctica.

La verdadera razón del éxito de las empresas que crecen y se mantienen competitivas en la era digital tiene que ver con cómo manejan la incertidumbre y controlan el riesgo. Al aplicar el método científico para entender sus usuarios, estos equipos prueban en chiquito, fallan rápido, iteran, y más importante aún, aprenden constantemente.

Este enfoque de experimentación, traducido en una cultura de aprendizaje, es el corazón del concepto Lean Startup. Más que una metodología, Lean Startup es una mentalidad que brinda diversos lineamientos con los cuales cualquier empresa puede empezar a transformar su negocio y cultura.

[Las metodologías ofrecen soluciones importantes](#), pero siempre y cuando puedan ser utilizadas en momentos adecuados. Dependiendo de la etapa de la iniciativa, se determina cuál metodología puede tener el mayor impacto en el negocio.

- **Design Thinking.** Identificar las necesidades y deseos que tienen los usuarios/clientes. Esta metodología de resolución de problemas invita a pensar primero en las personas. Sirve para empatizar con el usuario y buscar resolver su problema, y por eso puede ser utilizada cuando hay incertidumbre acerca de las necesidades de los usuarios. Las empresas grandes aplican esta herramienta porque muchas de ellas se han alejado del usuario y necesitan volver a conectar con ellos. Esta metodología suele aplicarse en el contexto de un laboratorio, lo que tiene sus limitaciones.

Design Thinking puede dar muchos insights, pero es importante salir del edificio también y buscar respuestas en el mundo real.

- **Lean UX y Agile.** Generar propuestas de valor para resolver las necesidades identificadas: Una vez que se conoce el problema del usuario que se quiere resolver, el siguiente paso es entender si lo que queremos construir como solución, vale la pena ser construido. ¿Cómo hago un experimento para medir si esta solución o característica de producto generará valor, sin que el cliente sepa que es un experimento? Antes de lanzarse a construir un producto que tarda años en desarrollarse porque se piensa que ésta es la solución adecuada para el problema identificado, es importante probar si hay mercado para eso. En Laboratoria, siempre recordamos la frase del co-founder de Waze, Uri Levine: “enamórate del problema y no de la solución”. Lean UX permite probar la solución propuesta y saber rápido si hay que pivotar. De la mano con eso, cuando sabemos lo que queremos construir, Agile es una cultura de trabajo cuyos frameworks (como scrum, kanban, entre otros) permiten construir productos de una manera más eficiente y con menos desperdicios. Nos permite iterar el producto hasta alcanzar el product-market fit. Puede ser extremadamente poderosa.
- **Growth Hacking.** Optimizar y escalar la iniciativa: Cuando se alcanza el product-market fit, y ya hay evidencia de que el producto responde a las necesidades del usuario, se implementan herramientas que impulsan el rápido crecimiento del producto. Growth Hacking es un proceso de experimentación rápida que permite identificar la forma más efectiva de hacer crecer el negocio. En esta etapa se deben preguntar: ¿cuáles son los mensajes que tienen mejor tracción? ¿dónde vale la pena redoblar los esfuerzos? ¿qué canales debo utilizar?

Los retos de la era digital no son menores. Grandes empresas de industrias tradicionales compiten con startups digitales nuevas. Diferentes tecnologías cambian y avanzan a pasos acelerados, y todos navegan en un ambiente de alta incertidumbre.

Las metodologías de innovación brindan herramientas útiles en diferentes etapas de una iniciativa, pero atribuirles la razón del éxito de un producto o una empresa es un error que impedirán lograr cambios estratégicos de mentalidad y cultura, que los llevarán a una transformación digital efectiva.

Hay que evitar caer en los dogmas y mejor crear una cultura de experimentación y aprendizaje que transforma el ADN de su empresa y le permite enfrentar cualquier obstáculo, sea cual sea la terminología de moda del momento.

**Socia VP of Growth de Laboratoria.*

Fuente: [Forbes México](#)