

4. EXPERIMENTACIÓN Y TESTEO



Desarrollar pruebas de validación de los nuevos modelos de negocio o estrategias para la explotación del dato.

La herramienta que abordarás en el presente capítulo será:

- Diario de experimentación





Diario de experimentación

Conceptos clave

DEFINICIÓN DE HIPÓTESIS

Se refiere a una suposición inicial que se plantea para ser probada por medio de un experimento o un proceso de investigación.

Las hipótesis pueden abordar suposiciones sobre el funcionamiento o resultados esperados de un proceso, producto, servicio o modelo de negocio.

Diario de experimentación

Introducción



60 Minutos



3 – 6 Personas



**Pensamiento
creativo**



**Pensamiento
lógico**

El "Diario de experimentación" te guía en el proceso de validación de los supuestos en los que se basa tu modelo de negocio y propuesta de valor, con el fin de reducir la incertidumbre sobre su funcionamiento y aumentar la probabilidad de un buen desempeño.

La herramienta mapea y prioriza las hipótesis clave para el funcionamiento del modelo de negocio o propuesta de valor, acompaña la selección de experimentos más adecuados para la validación y sintetiza los resultados obtenidos a través de los experimentos realizados para validar una hipótesis relacionada con la propuesta de valor o el modelo de negocio.

La herramienta se divide en 4 partes:

1. Mapeo de hipótesis que deben ser probadas para que la propuesta de valor o modelo de negocio funcione correctamente.
2. Priorización de hipótesis mapeadas de acuerdo con el nivel de impacto y nivel de evidencia con el que se cuenta para cada una de ellas.
3. Selección del experimento con el cuál se ha de validar la hipótesis priorizada.
4. Síntesis de resultados del experimento que se desarrolló para validar la hipótesis.

Al completar la herramienta, tendrás un registro de todas las acciones relevantes que te llevarán a determinar si una hipótesis es válida y las acciones a seguir para el desarrollo de tu modelo de negocio y propuesta de valor.



Diario de experimentación

Recomendaciones

Antes



Considera los distintos tipos de experimentos que puedes realizar; revisa la información adjunta sobre los experimentos.

Durante



Asegúrate de priorizar las hipótesis de mayor impacto para validar el funcionamiento de tu propuesta de valor o modelo de negocio, teniendo en cuenta los conceptos incluidos en el paso a paso.

Luego, toma un espacio independiente para construir con tu equipo de trabajo el experimento y ejecutarlo.

Después



Si es posible, valida más de una hipótesis e integra los hallazgos y aprendizajes obtenidos en nuevos experimentos, buscando la mejora continua.

Diario de experimentación

Paso a paso

Para completar la herramienta, las actividades a realizar están numeradas. Cada número en la herramienta corresponde a un paso o actividad específica que debes seguir y que se mencionan a continuación:

1. Junto con tu equipo de trabajo, identifica la mayor cantidad de hipótesis o supuestos que deban ser validados para que la propuesta de valor o el modelo de negocio funcionen adecuadamente.
2. Analiza y prioriza las hipótesis identificadas dentro de la matriz de impacto - evidencia, teniendo en cuenta las siguientes definiciones:
 - **Alto Impacto:** La oportunidad puede generar cambios positivos para el negocio y le ayudan a aproximarse a su visión futura.
 - **Bajo Impacto:** La oportunidad tiene baja incidencia en el negocio; desarrollar la oportunidad no ocasionaría cambios ni beneficios significativos para el negocio.
 - **Mucha evidencia:** Se cuenta con datos, pruebas o hechos que respaldan y aumentan la confianza en la validez de la hipótesis.
 - **Poca evidencia:** Hay escasez de datos, pruebas o hechos que respalden la hipótesis; existen varias dudas sobre la validez de esta.
3. Selecciona el tipo de experimento que servirá para comprobar la hipótesis. Existen tres tipos de experimentos:
 - **Descubrimiento:** Permite reconocer información clave o hallazgos que puede guiar el desarrollo de soluciones o nuevas alternativas para dar respuesta a un problema.
 - **Interacción:** Evaluar prototipos o versiones iniciales de un producto o servicio para recopilar retroalimentación sobre la experiencia del cliente y rendimiento del prototipo
 - **Llamado a la acción:** Medir la respuesta de los clientes a un llamado específico para realizar una acción. Puede estar vinculado a la adopción de una nueva característica, la compra de un producto o la participación en una iniciativa.

Diario de experimentación

Paso a paso

Para completar la herramienta, las actividades a realizar están numeradas. Cada número en la herramienta corresponde a un paso o actividad específica que debes seguir y que se mencionan a continuación:

- Define tu métrica de confirmación de la hipótesis, es decir, una variable cuantitativa y un intervalo de confianza bajo el cual se podría determinar que la hipótesis es verídica. Ten en cuenta el siguiente ejemplo:

Se espera que, con los cambios en el producto, se incremente el porcentaje de potenciales clientes interesados en un 15% a 20%. La métrica a evaluar será el número de clientes que manifiesten su interés. Un intervalo de confianza del 15% al 20% se establecerá como el rango dentro del cual se considerará que la hipótesis es válida si se cumple.

- Pon en marcha tu experimento, teniendo en cuenta las definiciones adjuntas de los experimentos.
- Registra los resultados y aprendizajes en el último recuadro del "Diario de experimentación". Los resultados mostrarán las características cualitativas y cuantitativas derivadas de la ejecución del experimento, mientras que los aprendizajes se referirán a los análisis que se pueden realizar a partir de los resultados obtenidos. Esto permitirá identificar retroalimentaciones y conocimientos aplicables en el futuro.
- Analiza los resultados y aprendizajes del experimento y define cuál sería el paso a seguir teniendo en consideración las siguientes definiciones:

- **Descartar:** Si los resultados muestran que la hipótesis no es válida o no cumple con las expectativas, se puede optar por descartarla y buscar nuevas oportunidades.

- **Iterar:** Si los resultados indican que la hipótesis es válida, pero presenta oportunidades de mejora, se puede iterar, es decir, realizar ajustes y volver a probarlo en un nuevo experimento.

- **Integrar:** Si los resultados demuestran que la hipótesis es válida, se puede proceder a integrarla en el flujo de trabajo o el portafolio de productos/servicios de la empresa.

- **Escalar:** Si los resultados muestran un gran potencial, se puede considerar escalar la hipótesis validada para llegar a un público más amplio o extender su alcance.

- Valida otras hipótesis importantes retomando el "Diario de experimentación" para incrementar el número de certezas sobre tu propuesta de valor o modelo de negocio.

Diario de experimentación

Herramienta

Mapeo de hipótesis clave

¿Qué hipótesis necesitan ser ciertas para que mi propuesta de valor o modelo de negocio funcione correctamente?

1

Priorización de hipótesis clave

¿Qué hipótesis suponen mayor riesgo para el éxito de la propuesta de valor o modelo de negocio?

Alto impacto en el negocio

Mucha evidencia

Poca evidencia

Bajo impacto en el negocio

2

Selección de experimento y construcción de prototipo

¿Cuál es la mejor manera de validar mi hipótesis?

Tipología de experimentos	Experimentos
Descubrimiento ☐ Descubrir información clave que pueda guiar el desarrollo de soluciones.	☐ Campaña de E-mail ☐ Ficha de datos ☐ Video explicativo ☐ Brochure ☐ Compra de una función ☐ Entrevista de validación ☐ Encuesta de validación
Interacción ☐ Evaluar prototipos o versiones iniciales de un producto o servicio para recopilar retroalimentación sobre la experiencia del cliente y rendimiento del prototipo	☐ Prototipo interactivo ☐ Producto Mínimo viable de una sola característica ☐ Tienda itinerante ☐ Test A/B
Llamado a la acción ☐ Medir la respuesta de los clientes a un llamado específico para realizar una acción. Puede estar vinculado a la adopción de una nueva característica, la compra de un producto o la participación en una iniciativa.	☐ Landing Page ☐ Crowdfunding ☐ Pre-venta ☐ Encuesta de validación ☐ Carta de intención

Métrica de confirmación de la hipótesis:

3

4

Desarrollo de experimento y aprendizajes

¿Cuales fueron los hallazgos y aprendizajes resultantes de mi experimento?

Resultados:

Aprendizajes:

Próximos pasos:

☐ Descartar
☐ Escalar

☐ Iterar
☐ Integrar

5

6

7

8



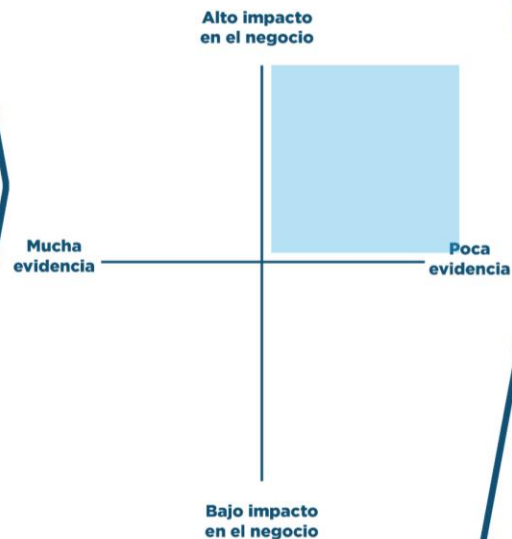
EXPERIMENTACIÓN Y TESTEO

Mapeo de hipótesis clave

¿Qué hipótesis necesitan ser ciertas para que mi propuesta de valor o modelo de negocio funcione correctamente?

Priorización de hipótesis clave

¿Qué hipótesis suponen mayor riesgo para el éxito de la propuesta de valor o modelo de negocio?



Selección de experimento y construcción de prototipo

¿Cuál es la mejor manera de validar mi hipótesis?

Tipología de experimentos	Experimentos
Descubrimiento ☐ Descubrir información clave que pueda guiar el desarrollo de soluciones.	☐ Campaña de E-mail ☐ Ficha de datos ☐ Video explicativo ☐ Brochure ☐ Compra de una función ☐ Entrevista de validación ☐ Encuesta de validación
Interacción ☐ Evaluar prototipos o versiones iniciales de un producto o servicio para recopilar retroalimentación sobre la experiencia del cliente y rendimiento del prototipo	☐ Prototipo interactivo ☐ Producto Mínimo viable de una sola característica ☐ Tienda itinerante ☐ Test A/B
Llamado a la acción ☐ Medir la respuesta de los clientes a un llamado específico para realizar una acción. Puede estar vinculado a la adopción de una nueva característica, la compra de un producto o la participación en una iniciativa.	☐ Landing Page ☐ Crowdfunding ☐ Pre-venta ☐ Encuesta de validación ☐ Carta de intención
Métrica de confirmación de la hipótesis:	

Desarrollo de experimento y aprendizajes

¿Cuales fueron los hallazgos y aprendizajes resultantes de mi experimento?

Resultados:

Aprendizajes:

Próximos pasos:

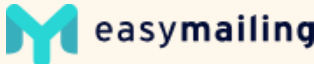
- ☐ Descartar
- ☐ Escalar
- ☐ Iterar
- ☐ Integrar

A continuación, encontrarás la definición de cada uno de los experimentos propuestos en el DIARIO DE EXPERIMENTACIÓN y una serie de herramientas y lineamientos que te ayudarán a poner en marcha los experimentos

Diario de experimentación

Experimentos

Descubrimiento

Experimentos	Herramientas
Campaña de E-mail: Consiste en el envío de correos electrónicos a un grupo específico de destinatarios con el fin de evaluar la respuesta a un nuevo proceso, producto o servicio. Se puede medir la tasa de apertura (a través de software especializados), la tasa de clics y la tasa de conversión (compra) para determinar el nivel de interés y compromiso de los destinatarios.	 Visitar sitio web  Visitar sitio web  Visitar sitio web
Ficha de datos: Una ficha de datos es un documento que proporciona información detallada sobre un proceso, producto o servicio. En un experimento, se puede presentar la ficha de datos a un grupo de participantes y recopilar retroalimentación sobre la comprensión, utilidad y percepción de la información que se presenta.	 Visitar sitio web  Visitar sitio web
Video explicativo: Por medio de la creación de un video en el que se describe y demuestra un proceso, producto o servicio, se puede medir la cantidad de visualizaciones, la duración de visualización y las respuestas posteriores al video para evaluar el nivel de comprensión y el interés generado en los espectadores.	  Visitar sitio web  Visitar sitio web
Brochure: Es un material impreso que proporciona información sobre la nueva innovación, producto o servicio. Es posible distribuir el brochure y evaluar la respuesta de los receptores, así como recopilar comentarios sobre la efectividad de la comunicación de la información.	 Visitar sitio web

Diario de experimentación

Experimentos

Descubrimiento

Experimentos	Herramientas
Compra de una función: Este experimento implica exponer a un público predeterminado un conjunto de funciones de un producto o servicio; al público se le proporcionará un presupuesto limitado de dinero ficticio para comprar las funciones que considere más importantes. El experimento permite evidenciar el valor percibido por los participantes frente a las diferentes funciones expuestas, así como la disposición de pago por ellos.	 Visitar sitio web
Entrevista de validación: Se compone de conversaciones individuales con participantes seleccionados para explorar en profundidad sus opiniones, percepciones o experiencia con respecto a un tema. Se pueden utilizar preguntas abiertas y cerradas para recopilar información cualitativa y cuantitativa.	 Visitar sitio web
Encuesta de validación: Consiste en la recopilación sistemática de respuestas a preguntas estructuradas sobre un tema específico. Las encuestas pueden medir la percepción, intención de uso, preferencias y otras métricas relevantes para validar una hipótesis.	 Microsoft Forms Visitar sitio web  Google Forms Visitar sitio web  Visitar sitio web

Diario de experimentación

Experimentos

Interacción

Experimentos	Herramientas
Prototipo interactivo: Es una representación visual y parcialmente funcional de un proceso, producto o servicio que permite a los usuarios interactuar con sus características principales. Se utiliza para evaluar la experiencia del usuario, la usabilidad y la aceptación de las características por parte participantes.	 Figma Visitar sitio web  proto.io Visitar sitio web
MVP (Producto Mínimo Viable) de una sola característica: Es una versión simplificada del producto que incluye únicamente una funcionalidad clave. Se lanza para probar la respuesta de los usuarios y validar la viabilidad y utilidad de esa característica específica.	
Tienda itinerante: Se trata de una ubicación física en donde se pone a prueba un producto o servicio a diferentes audiencias. Se puede medir la interacción, la retroalimentación y la intención de compra de los asistentes.	 Pop-Up Stores Visitar sitio web

Diario de experimentación

Experimentos

Interacción

Experimentos	Herramientas
Test A/B: Consiste en comparan dos versiones diferentes de un mismo proceso, producto o servicio para determinar cuál es más favorable para el usuario. Se divide a los participantes en dos grupos y se les presenta una versión diferente, luego se analizan las respuestas de los participantes para determinar la variante más efectiva. Este experimento también se puede recrear de manera digital.	  Visitar sitio web Visitar sitio web
Mock-up: Es una representación de un producto que muestra su estructura y diseño. Se utiliza para recopilar retroalimentación sobre la apariencia visual, el diseño y la disposición de elementos antes de la implementación.	  Visitar sitio web Visitar sitio web

Diario de experimentación

Experimentos

Llamado a la acción

Experimentos	Herramientas
Landing page: Es una página web diseñada específicamente para captar la atención de los visitantes y llevar a cabo una acción determinada, como suscribirse a un boletín, descargar un recurso, o comprar un producto. Con este experimento se busca medir la tasa de conversión de los visitantes para evaluar el interés y la viabilidad.	 Visitar sitio web  Visitar sitio web
Crowdfunding: Es un proceso en el cual se busca recaudar fondos a través de pequeñas contribuciones financieras de un gran número de personas, generalmente en línea. El crowdfunding permite medir la disposición de las personas para respaldar financieramente la idea, lo que proporciona una validación temprana del interés y la demanda del mercado. (escalar)-potenciar-para...	 Visitar sitio web  Visitar sitio web  Visitar sitio web
Pre-venta: Consiste en ofrecer un producto o servicio a los consumidores antes de que esté disponible en el mercado. Permite validar la disposición de los clientes a comprometerse con la compra antes de que el producto esté completamente desarrollado o lanzado.	 Visitar sitio web Otra guía de pre-venta

Diario de experimentación

Experimentos

Llamado a la acción

Experimentos	Herramientas
Encuesta de validación: Recopilación sistemática de respuestas a preguntas estructuradas sobre un proceso, producto o servicio. Las encuestas pueden medir la percepción, intención de uso, preferencias y otras métricas relevantes para validar la hipótesis.	 Microsoft Forms Visitar sitio web  Google Forms Visitar sitio web  Mentimeter Visitar sitio web
Carta de intención: Es un documento en el que una persona o entidad expresa formalmente su intención de participar en una transacción o acuerdo futuro. Se puede utilizar como un experimento para medir el compromiso potencial de los clientes, socios o inversores con la idea o producto, proporcionando una indicación temprana de interés y apoyo.	



Créditos de imágenes:

Foto de Freepik: https://img.freepik.com/foto-gratis/hombre-vista-lateral-escribiendo-post-su_23-2149930955.jpg?w=360&t=st=1706728978-exp=1706729578-hmac=72c9a0630a6d283a8a55eec67e0937ad8eb00207739c15b3aae633e5c8798274

Foto de Freepik: https://img.freepik.com/foto-gratis/disenadora-web-femenina-papeles-notas-oficina_23-2149749910.jpg?w=360&t=st=1706728968-exp=1706729568-hmac=6f77d0241783d29e614705ce01ddb9d0eec037fb879a67ade00f0114f0763b9c

Foto de MART PRODUCTION: www.pexels.com/es-es/foto/gente-oficina-hombres-mujer-7550298/

