

Scrum: Metodología de trabajo ágil

Diseño de un roadmap de un producto



María es *product manager* de un startup que desarrolla una aplicación móvil para ayudar a las personas a mejorar económicamente, a través de permitir a los usuarios crear presupuestos, realizar un seguimiento de sus gastos y encontrar ofertas en algunos productos. Además, está encargada de desarrollar un roadmap de producto para la aplicación. El objetivo del roadmap es definir las características y funcionalidades que se desarrollarán en los próximos meses.



El desarrollo de un nuevo producto o servicio requiere una cuidadosa planificación y ejecución. Una parte clave de este proceso es el diseño de un roadmap u hoja de ruta del producto. Esta hoja de ruta sirve como guía estratégica que alinea objetivos, recursos y plazos. Es importante destacar que, diseñar un buen roadmap requiere encontrar el balance justo entre planeación y flexibilidad. Existen buenas prácticas en la realización de esta herramienta, por lo que, seguirlas puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de un lanzamiento de producto.

Es por lo anterior que, María deberá prestar especial atención al desarrollo de cada uno de los hitos del roadmap para cumplir con los requerimientos del cliente. A lo largo de este tema, aprenderás sobre los diferentes tipos de roadmaps, sus componentes y cómo te ayudará a gestionar mejor las entregas de valor del producto a tus clientes.

Explicación

Al momento de desarrollar cualquier tipo de proyecto, uno de los principales elementos es una planeación realista y bien enfocada a los criterios de aceptación del cliente, y cuando hablamos de la construcción y diseño de productos es el mismo enfoque. Por lo anterior, para poder generar las bases para el desarrollo de un producto se genera un product roadmap u hoja de ruta. Davies (2023) define el product roadmap como una fuente de verdad compartida que muestra la visión, dirección, prioridades y progreso de un producto sobre un determinado tiempo. Es importante destacar que también es considerado como un plan de acción que tiene como objetivo alinear el producto que se creará con la visión a corto y a largo plazo de la empresa.

Todos los elementos del roadmap deben de estar claramente relacionados con la estrategia del negocio y las metas que se buscan cubrir con su construcción en un periodo determinado de tiempo. Por otro lado, este también debe ser responsivo y adaptable a los cambios que puedan presentarse como parte de la retroalimentación de los usuarios y del comportamiento de las tendencias del consumidor y los movimientos o estrategias de la competencia.

Se podría pensar que el product roadmap solamente es utilizado por los equipos de desarrollo de producto o tecnología, lo cual es erróneo, a continuación, se describe sobre cuáles son los equipos que utilizan el roadmap de producto. Davies (2023), los resume de la siguiente manera:

Roadmap interno para el equipo de desarrollo

Estos roadmaps se pueden crear de varias maneras, ya que algunas versiones incluyen los detalles sobre lo que genera más valor para el cliente, en donde los desarrolladores y diseñadores priorizan lo que se entregará, las fechas de lanzamiento objetivo y los principales hitos del producto o servicio.

Como regla general, para el trabajo de desarrollo, los equipos deben crear un plan de entrega independiente que se vincule con el roadmap del producto. Dado que muchos equipos de desarrollo utilizan metodologías ágiles, estos planes a menudo se organizan por Sprint y muestran piezas específicas de trabajo y áreas problemáticas trazadas en una línea de tiempo.

Roadmap interno para ejecutivos

Estos roadmaps hacen énfasis en cómo los equipos trabajan para apoyar a un nivel más alto las métricas y metas de la compañía. Usualmente se organizan por meses, o por cuatrimestre y buscan mostrar el progreso de las tareas en comparación con las metas descritas con el programa de desarrollo de producto o servicio. Comúnmente tienen un nivel de detalle bajo respecto a las historias de usuario y tareas.

Roadmap interno de ventas

Estos roadmaps están enfocados en funcionalidades nuevas y beneficios para los clientes, normalmente incluyen clientes clave que podrían estar interesados en algunas funcionalidades para poder llevar una propuesta de ventas. Es importante destacar que usualmente evitan fechas muy comprometidas y poco realistas de parte de equipos internos.

Roadmap externo

Estos tienen como objetivo mantener el interés del cliente, puede mencionar nuevas funcionalidades, principales áreas de oportunidad que serán solucionados y aspectos que mejoraran la experiencia del usuario, estos deben ser fáciles de leer y visualmente atractivos.

Figura 1. Tipos de roadmaps.

» ¿Cómo crear un roadmap de producto?



Figura 2. Pasos para crear un roadmap.

A pesar de que cada roadmap es único, existen algunos pasos que debes de considerar al momento de desarrollarlo y alinearlos con la estrategia del negocio.

Antes de empezar a construir un roadmap, Adobe Experience Cloude Team (2022), nos comparte que lo más importante es tener una visión clara del producto y de lo que se busca lograr; por esta razón, se debe de tener un entendimiento completo del mercado meta e identificar las necesidades clave del consumidos y la propuesta de valor.

Como se comentó anteriormente, la estrategia del negocio debe regir sobre como el desarrollo del producto beneficiara a cumplir con las metas y en general los planes de la compañía donde se consideran los beneficios principales, los productos más importantes y el panorama competitivo o de entorno antes de construir el roadmap de tu producto.

Uservice (2023), define los siguientes pasos para llevar a cabo un roadmap exitoso.

Identifica a tus clientes objetivo con historias de usuario

Para crear un roadmap de producto exitoso, es importante que comprendas a tu mercado meta. Esto incluye recopilar toda la información necesaria para identificar sus necesidades, preferencias y puntos de dolor. Utilizar esta información es de gran ayuda para alimentar tu proceso de desarrollo de productos. Con toda esta información es importante crear historias de usuario. Las historias de usuario son relatos que describen las funcionalidades de un producto desde la perspectiva de un usuario. Al crearlas, puedes comprender mejor las necesidades y preferencias de tus prospectos. Esta información es de gran ayuda al momento de priorizar las funcionalidades del producto.

Prioriza tus características según las necesidades de los clientes

Cuando desarrollas un producto, es importante enfocarte en las características que más valor brindarán a tus clientes. Para priorizar las características de tu producto, debes comprender sus necesidades. Existen diferentes herramientas para recopilar información, entre las más importantes destacan las encuestas, entrevistas y otros métodos de investigación. Una vez que tengas una comprensión clara de las necesidades de tus clientes, puedes comenzar a priorizar las características de tu producto. Recuerda que lo principal es identificar las características más importantes que ayudarán a tus clientes a alcanzar sus objetivos y resolver sus problemas.

Un claro ejemplo de lo anterior es el siguiente caso, si estás desarrollando una herramienta de ventas para pequeñas y medianas empresas, es posible que quieras priorizar las características que ayuden a los equipos de ventas a generar y gestionar prospectos, entre las características más importantes pueden incluir la capacidad de importar contactos, realizar un seguimiento de las comunicaciones y administrar las oportunidades, entre otras.

Determina las métricas que más importarán para tu producto

Es importante tener en claro que cuando se construye un roadmap efectivo, se deben tener muy clara e identificadas las métricas clave que aseguran el impacto en la percepción del cliente

Por ejemplo, en una herramienta colaborativa móvil que tiene como objetivo generar un trabajo en equipo y poder alinear objetivos (Miro, Mural, Figjam, entre otras), las métricas clave podrían ser:

- Compromiso de los usuarios: número de usuarios activos, inicios de sesión diarios y tiempo medio que pasan en la aplicación los usuarios.
- Crecimiento de los ingresos: número de suscripciones pagadas o compras dentro de la aplicación.
- Satisfacción del cliente: encuestas o análisis de reseñas de la aplicación para comprender la opinión y el sentimiento de los usuarios.

Crea una línea de tiempo realista con tareas y plazos

Con la estrategia del producto y la priorización de funcionalidades correcta, lo siguiente es crear un cronograma de actividades realista, es decir, lo más apegado a la realidad posible. Se debe tener en cuenta que existe el factor humano y que indudablemente puede haber variaciones en el mismo, sin embargo, se recomienda que para la elaboración de un product roadmap efectivo se involucre en la estimación al equipo que llevará a cabo las actividades, y así evitar cualquier tipo de sesgo en la estimación.

Un ejemplo de lo anterior podría ser el desarrollo de un nuevo lenguaje de programación, las tareas podrían incluir:

- Diseñar la sintaxis y la semántica del lenguaje.
- Implementar el compilador o intérprete del lenguaje.
- Crear documentación y tutoriales para los usuarios.

Obtén información de las partes interesadas

Es importante obtener información de las partes interesadas clave durante todo el proceso de desarrollo del producto para garantizar que el producto esté alineado con las necesidades de los usuarios y las metas de la organización. Esta información puede ayudar a identificar áreas de mejora en el roadmap de producto y a tomar decisiones informadas sobre el desarrollo del producto.

- Un equipo de desarrollo de productos puede obtener información de los usuarios para comprender sus necesidades y desafíos, y para identificar las características que serían más valiosas para ellos.
- Un gerente de producto puede obtener información del equipo de ventas para comprender cómo el producto se puede vender de manera más eficaz.
- Un director ejecutivo puede obtener información de los inversores para comprender sus expectativas y asegurarse de que el producto esté alineado con la estrategia general de la empresa.
- Revisa el roadmap en función de la información recibida.

Finalmente, es importante recordar que el roadmap puede cambiar conforme se ejecute el desarrollo del producto, y esto basado principalmente en la retroalimentación de los interesados clave. Lo principal a considerar previo a cualquier ajuste, es revisar el cronograma, presupuesto y sobre todo el alcance original. Si alguna de las tres variables mencionadas se llegara a ver afectada, tendría que ajustarse el roadmap previa autorización de los interesados.



Un ejemplo de lo anterior sería si las partes interesadas dicen que el roadmap requiere demasiado presupuesto, se podría revisar la lista de funciones para incluir las más importantes y posponer el resto.

Cierre

En conclusión, el product roadmap es una herramienta clave para la planificación estratégica y el desarrollo exitoso de productos; requiere un proceso cuidadoso que comienza con una visión clara, seguido por la priorización de características valiosas para el cliente, el establecimiento de métricas de éxito, y la creación de un cronograma realista. También es esencial involucrar continuamente a las partes interesadas para obtener retroalimentación y realizar ajustes cuando sea necesario.

Un product roadmap bien ejecutado ayuda a alinear a los equipos, establecer expectativas, y finalmente llevar un producto al mercado que resuelva problemas reales de los clientes. Sin embargo, surge la pregunta: “¿Cómo mantener el enfoque en el cliente a medida que surgen obstáculos técnicos, de recursos y otros desafíos en el camino?” Equilibrar las limitaciones prácticas con la visión y necesidades del usuario es un reto constante. Un roadmap funciona mejor cuando se revisa y actualiza regularmente para adaptarse a nueva información. Con disciplina y comunicación, un negocio puede navegar este desafío y construir productos que generen valor real.

Checkpoint

Asegúrate de:

- Comprender la importancia del product roadmap dentro del desarrollo de un producto.
- Entender los diferentes tipos de roadmaps que existen dependiendo la vertical del negocio que lo maneja.
- Aprender los pasos más importantes para realizar y diseñar un roadmap exitoso.

- Davies, B. (2023), *Product Roadmap Guide: What is it & How to Create One*. Recuperado de <https://www.atlassian.com/agile/product-management/product-roadmaps#:~:text=a%20product%20roadmap%3F-,A%20product%20roadmap%20is%20a%20shared%20source%20of%20truth%20that,how%20they%20will%20be%20achieved.>
- Uservoice. (2023). *A Product Roadmap Guide: Everything You Need To Know*. Recuperado de <https://www.uservoice.com/blog/product-roadmap-guide>
- Adobe Experience Cloude Team. (2022). *Product roadmaps — what are they and how to build one*. Recuperado de <https://business.adobe.com/blog/basics/product-roadmaps-guide>

Para saber más – Recursos adicionales

Los siguientes enlaces son externos a la Universidad Tecmilenio, al acceder a ellos considera que debes apegarte a sus términos y condiciones.

Videos

- Miro. (2023, 10 de mayo). *Align around a product roadmap* [Archivo de Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=W8M6f60kGiY>
- Aha! (2022, 20 de diciembre). *Aha! Tutorial – Build your product roadmap for 2023* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=8vr6DIV9rg8>

Lecturas

- Gutiérrez, J. (2022). *Two Roadmaps Diverged: Strategic and Tactical Routes to Product Development*. Recuperado de <https://www.toptal.com/product-managers/product-management/product-roadmaps>
- Beck, C. (2022). *Guía para principiantes sobre el diseño de una hoja de ruta de producto eficaz*. Recuperado de <https://delighted.com/es/blog/product-roadmap>

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.