



Universidad
Tecmilenio®





Product Owner

Tema 3. Gestión de producto y design thinking



Para identificar algún producto con potencial para triunfar en el mercado, antes era necesario contar con datos de evaluación del mercado o nivel de ventas.

En la actualidad debe distinguirse entre lo que el usuario necesita y lo que quiere, pues sólo de esta manera se pueden atender sus requerimientos esenciales de manera precisa.



Por esta razón, para gestionar un producto es importante resolver si el cliente lo necesita o lo desea. La respuesta se obtiene a partir de marcos de trabajo basados en datos, los cuales permiten visualizar de qué forma se puede atender la demanda del mercado objetivo.





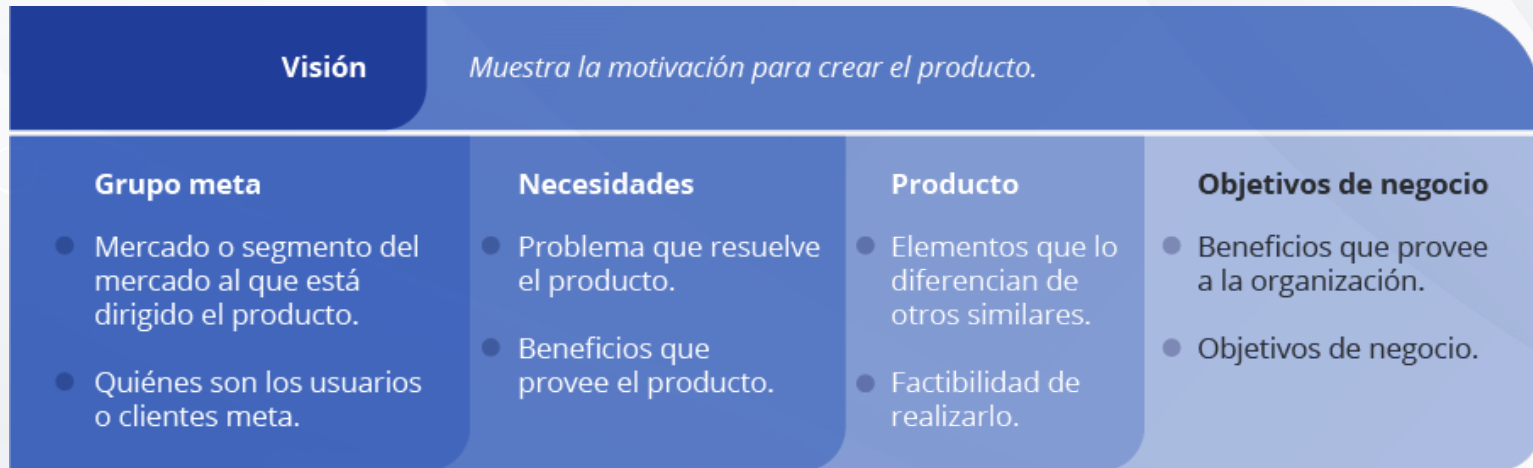
Toda organización se conforma de objetivos y de una visión, es decir, de lo que se aspira a ser en un futuro, clarificando el propósito del negocio y de los interesados. Para alcanzar dicha meta se debe determinar el valor que se entregará a los clientes a través de los múltiples productos y/o servicios que se ofrecen.

Características de la visión de producto





El *Product Owner* es el guardián de la visión del producto, pues se encarga de comunicar a todos lo que están haciendo y el porqué. En *Agile* se puede utilizar el Tablero de Visión del Producto (*Product Vision Board*), una versión del *Business Canvas Model*, para establecer de forma visual los elementos del producto a desarrollar; esto se hace con la finalidad de capturar y alinear la estrategia del producto a la visión organizacional.





Customer Centricity o Centrarse en el Cliente es una estrategia de negocios focalizada en esta figura, es decir, se esfuerza en proporcionar una experiencia positiva y construir relaciones a largo plazo. Por este motivo, es necesario ofrecer al cliente una vivencia satisfactoria en su viaje por los procesos de negocio de la organización

Para enfocarse en el cliente es importante desarrollar un conjunto de capacidades y formas de trabajar supervisadas por el Product Owner.





Centrarse en el cliente no solo es una acción, sino una estrategia en la que debe existir un rol enfocado para esta finalidad. Esta es la función del *Product Owner*, quien puede desenvolverse de tres posibles formas.

Defensor

- Este enfoque pretende entender las necesidades del cliente y asegurar que su voz sea escuchada por el equipo.
- Se enfoca en entender las características del cliente, clarificar sus necesidades y reflejar su voz en la toma de decisiones.
- Visualiza a un equipo defensor pequeño, pero adopta responsabilidades adicionales de analítica.

Orquestador

- Trabaja a lo largo del portafolio o funciones con un enfoque en el cliente y coordinan las necesidades de los mismos.
- Orquesta el trabajo para entender las necesidades del cliente y trabaja con el equipo para coordinar sus necesidades.
- Toma la responsabilidad de construir capacidades centradas en el cliente, asegurando que la experiencia de este es consistente, e implementando actividades diseñadas con enfoque en el cliente.

Entregador

- Responsabilidad directa de ventas y experiencias de servicios.
- Directa visión operativa sobre muchas funciones del cliente y otras relacionadas como servicio y marca.
- A través de este rol suelen gestionarse grandes equipos de trabajo; además, tienen diferentes responsabilidades de ventas, así como de servicios y satisfacciones del cliente.





Design thinking es un enfoque de innovación, centrado en el ser humano, con un proceso iterativo no lineal que permite a los equipos comprender a los usuarios, retar los supuestos, redefinir problemas y crear soluciones inesperadas para prototipar y probar. Permite desarrollar y refinar habilidades para comprender y dirigir rápidamente cambios en el ambiente y comportamiento de los usuarios.



Descubrir

Usar lo que se sabe.
Explorar lo que no es obvio.

Aprender profundamente de los clientes para entender el reto.

Mind map.

Tendencias del mercado global.
Tecnologías emergentes.
Entrevistas.
Mystery shopping.



Definir

Entender y resolver el problema correcto.

Determinar el problema real para los clientes y lo que vale la pena resolver.

Los cinco porqués.
Personas.

Mapa del *journey* del usuario.
Definición del problema.
Mapa de afinidad.



Idear

Generar ideas, tanto incrementales como radicales.

Crear variedad y volumen de ideas con entendimiento único de la gente.

¿Cómo podríamos?
Lluvia de ideas.
Radical, usual, diferente.
Problem reversal.
Role play.



Prototipar

Construir para pensar, interactuar, experimentar, aprender.

Comunicar la proposición de valor y obtener retroalimentación del cliente/usuario.

Muestra, no digas.
Foro de diseño.
Storytelling.



Probar

Construir una base para la implementación y escala.

Comunicar el proceso, entendimiento y visión futura con los interesados internos.

Documento.
Lean canvas.





- ¿A qué término nos referimos cuando utilizamos un enfoque iterativo centrado en el humano, colaborativo y visual, para crear experiencias memorables y con significado para el cliente?
- ¿Qué concepto relacionado con el producto debe ser aspiracional, accionable, vinculado a metas y servir como guía para el logro de los objetivos del equipo?
- ¿Qué estrategia ayuda a tener una Visión Clara del Producto?





La generación de valor puede maximizarse a través de la aplicación de la mentalidad ágil; por tanto, no solo es importante tener y/o conocer el concepto de Visión de Producto, sino comprender que esta se alcanza gracias a un Enfoque Centrado en el Cliente.





Product Owner

Tema 4. Rol de *Agile* *Product Owner*



Cuando se emplea el enfoque de agilidad o de *Agile* se conforman pequeños equipos u organizaciones que deben trabajar en conjunto para alcanzar los objetivos en cortos periodos de tiempo.



Existen roles particulares, encargados de ciertas tareas, como el Product Owner. Esta persona guiará al equipo, basado en la Visión de Producto, para desarrollar el producto y/o servicio que el cliente o usuario necesita.





El Product Owner (PO) o *Agile Product Owner* (APO) representa los intereses del cliente frente al equipo del proyecto o el producto que se desea desarrollar. Es importante recalcar que el Product Owner es un rol colaborativo estándar cuando se aplica el marco de referencia *Scrum* y, en general, se enfoca en la maximización del valor del producto.

Dependiendo de la organización pueden encontrarse diferentes tipos de Product Owner, cuyo nivel de madurez incrementa conforme obtiene experiencia. Los más comunes son los siguientes cinco:

Escriba

- Nula visión del producto, se limita a levantar requerimientos para el equipo.
- Lleva las minutas durante las juntas con el negocio.
- Tiene poco o nulo habilidad de toma de decisiones.
- Tiene poco dominio de conocimiento.
- Se involucra mucho con el equipo de desarrollo.

Representante (Proxy)

- Baja visión y representa al negocio como un gerente de producto (analista de negocios o sistemas).
- Crea direcciones innecesarias entre el equipo de desarrollo y los influenciadores reales.
- Bajas habilidades de toma de decisiones.
- Bajo nivel de conocimiento.
- Alto involucramiento con el equipo de desarrollo.

Representante de negocios

- Visión de producto media y representa al negocio mejor que el representante (Proxy).
- Demuestra compromiso desde el negocio hacia el producto.
- Tiene autonomía limitada, lo que produce retrasos.
- Tiene acceso mayor conocimiento de dominio y expectativas de interesados.
- Involucramiento medio con el equipo de desarrollo.

Patrocinador

- Posee una alta visión del producto, con pocos tropiezos, menor cambio de contexto, y flujo mejorado.
- Encabeza el caso de negocios inicial y adquirió el presupuesto.
- Tiene la confianza y el mandato de tomar decisiones financieras y de producto.
- Mayor nivel de dominio de conocimiento.
- Bajo involucramiento con el equipo de desarrollo.

Emprendedor

- Tiene una amplia visión del producto.
- Invierte sus propios recursos (dinero) para fundear el desarrollo del producto.
- Responsabilidad completa sobre las decisiones de gestión del producto, tanto de negocio como de TI.
- Tiene alto dominio de conocimiento y es la mentalidad que deberían asumir todos los product owners.
- Se involucra altamente con el equipo de desarrollo y el equipo de negocios.





Entre las responsabilidades principales de un Product Owner se encuentran las siguientes:

Establece el producto objetivo y crea la visión que este necesita.

Habilita la visión que será usada para la priorización y toma de decisiones.

Responsable de crear, gestionar y mantener el *backlog* del producto, así como de gestionar el presupuesto y coordinar el lanzamiento.

Desarrolla y comunica explícitamente la meta del producto. También define con claridad un *product backlog*, el cual consiste en requerimientos que aseguran el cumplimiento del objetivo del producto.

Ordena los elementos del product backlog, alineados a las metas organizacionales.





Las habilidades ideales de un Product Owner se resumen en esta lista:

Dominio



Gente/Liderazgo



Toma de decisiones



Responsabilidad



Estratégico



Táctico





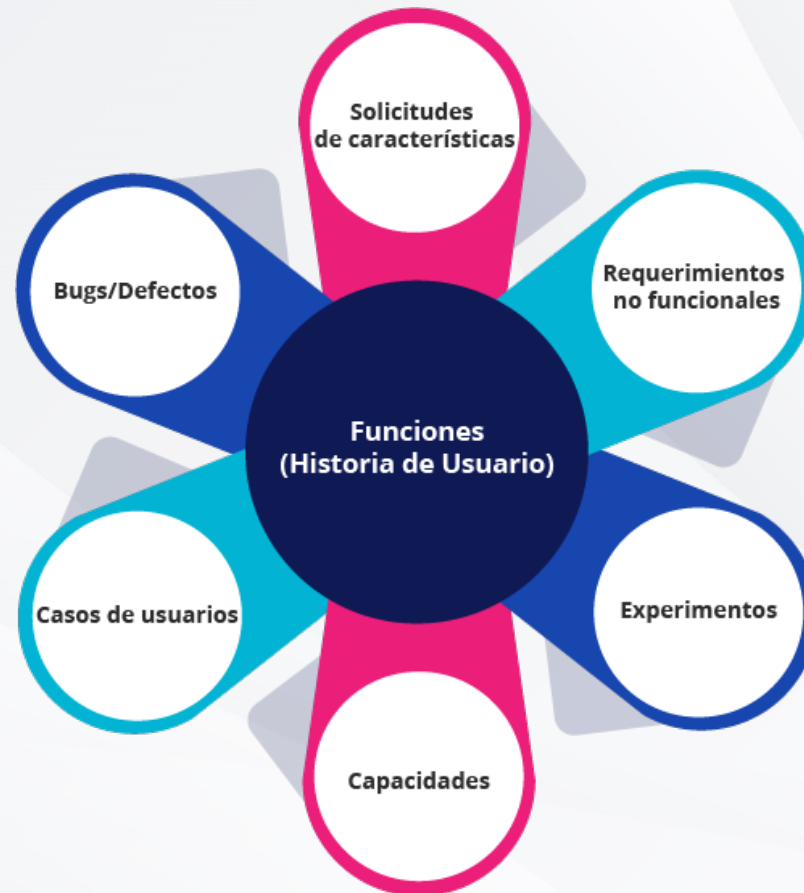
Para mejorar las habilidades de un Product Owner se recomiendan los siguientes pasos:





El Product Backlog es un artefacto abierto a cualquier tipo de trabajo. Contiene una lista ordenada de todo lo que es necesario para el producto y, de hecho, es la única fuente de requerimientos para cualquier cambio efectuado en el artículo.

El Product Backlog nunca está completo/terminado, ya que se transforma conforme se modifica el producto y el ambiente donde se usa. Es dinámico, ya que se identifican constantemente los cambios requeridos en el artículo para hacerlo adecuado, competitivo y usable.





Contesta lo siguiente:

- ¿Quién es el vínculo entre el cliente y el equipo de desarrollo?
- ¿Quién es el dueño del Product Backlog?
- ¿A qué se le conoce como lista de requerimientos, la cual muestra lo que se espera desarrollar, alineado con la visión del negocio?





La principal responsabilidad del Product Owner es generar valor para el cliente, a través del desarrollo del Product Backlog y del trabajo en equipo tanto con el *Scrum Master* como con el equipo de desarrollo. Por ello, la comunicación, trabajo en equipo, así como adoptar un tipo de liderazgo efectivo para proyectos ágiles, representan las principales competencias que debe adquirir esta figura para producir el valor requerido.

