

Tour Cono Sur 2019 #TCS2019

Desde el concepto al producto a través de la gestión visual del proyecto.

Velocidad y foco en la transformación deseada.

Arturo Penas Rial, MBA, MSc, PMP 12 de noviembre del 2019 Montevideo, Uruguay







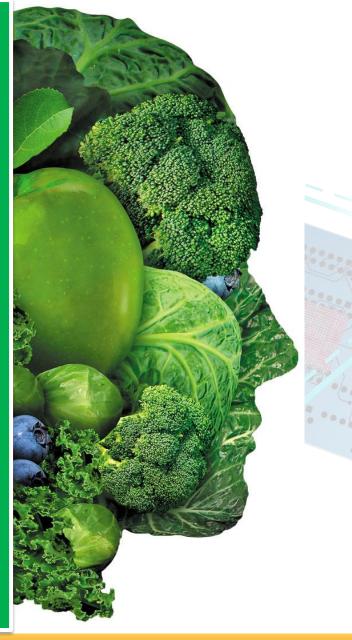
- Protagonismo del plan.
- Decisiones de escritorio.
- Burocracia y reacciones lentas.
- Dependencia de súper héroes.
- Silos que limitan la información.
- Soberbia y actos de Fe.
- Propósito y beneficios fuera de foco.



Orientación a productos.

- Aprendizaje validado en campo.
- Iniciar el cambio.

 Descubrimiento del Cliente.
- Visión de equipo. Optimizar el flujo.
- Justificación comercial continua.
- Propósito omnipresente.







¿Qué es la gestión visual?

- La gestión visual, es una estrategia de trabajo que consiste en aplicar distintas técnicas y herramientas basadas en estructuración de la información y la aplicación de elementos gráficos, de tal manera que las personas puedan comprender más rápidamente el significado, detectar relaciones y comprender la información que se quiere transmitir.
- Tiene como objetivo simplificar la comunicación, separando lo importante de lo que no lo es.
- Refiere a la capacidad que tiene un entorno para hacer posible la interacción entre las personas, la información y la habilidad de éstas para decidir y actuar de forma ágil como resultado de esa interacción.

Veremos técnicas, que pueden ser implementadas independientemente de la metodología que se utilice. Abarcaremos desde la idea al lanzamiento.



Convierta ideas en negocios

- Frecuentemente abordamos iniciativas que implican innovación.
- Un proyecto de I+D+i es un conjunto de actividades enfocada a generar un conocimiento, producto, proceso, estructura organizativa diferente a la existente.

(5) Que sistemas de gestión se requieren?

(1) Cual es nuestra aspiración ganadora?

elecciones

Negocios, Personas, Diseño de producto, Hipótesis, Entregas y exploración, CX, Proyecto

(2) Donde jugaremos?

¿Cuáles son los retos? Retos de producto, encaje con el mercado, viabilidad tecnológica y financiera, procesos y capacidades internos, etc. (4) Que habilidades tienen que operar?

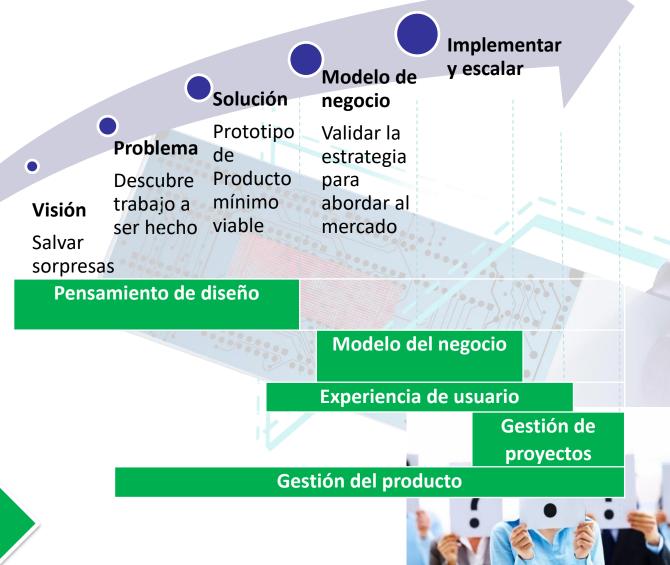
(3) Como vamos a ganar?



Las empresas lideres usan un conjunto de herramientas diferente a sus contrapartes tradicionales. Elegir la(s) técnicas de apoyo, en función a su etapa de desarrollo, resulta fundamental, ya que cada una ofrece un foco especifico y complementario.

Decisiones -> Acciones -> Resultados.

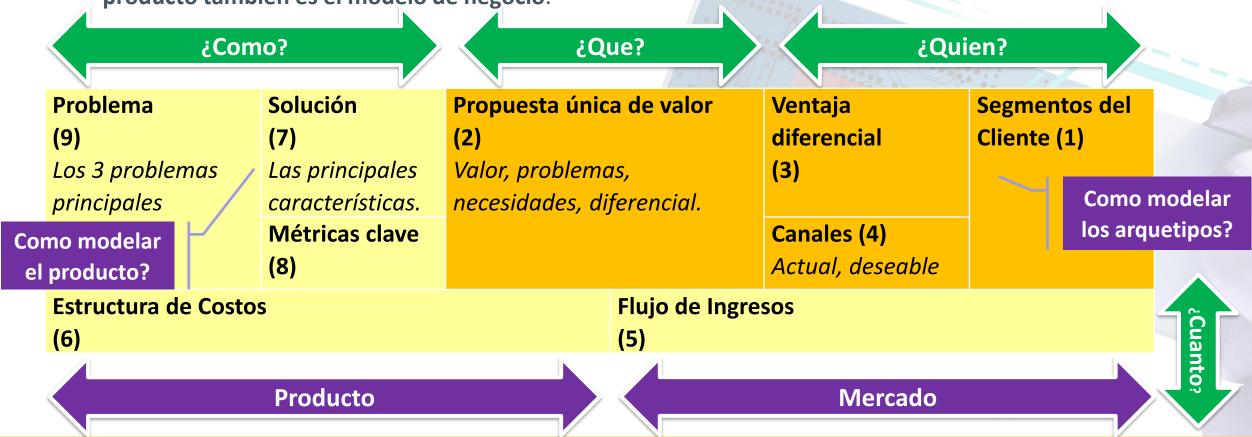
Si los resultados importan, entonces los métodos también. Cadena de afectaciones: Métodos ->





Al culminar tendremos solo suposiciones, que habrá que validar, para lo cual deberemos diseñar experimentos, realizar pruebas y adquirir conocimiento para desarrollar el producto o servicio.

• Un modelo de negocios describe la forma en que una organización crea, desarrolla y captura valor. El producto también es el modelo de negocio.





El lienzo de personas permite identificar los factores creadores de valor dependen de los segmentos objetivo y sus características distintivas. Para cambiar de un enfoque operativo a un enfoque estratégico, proyectando entregables que suplan las necesidad principales y permitiendo obtener productos mínimos viables.

¿Quienes?

¿Para que?

Persona o segmento (1)

Actor(es) involucrado(s) que reciben beneficios del producto, impactados con lo que se va a realizar.

Tareas y responsabilidades (3)

Lista las tareas y responsabilidades a ser desarrolladas a fin de lograr los objetivos o metas.

Afluencias y habilidades (5)

Atributos o capacidades diferenciadoras

Sentimientos y actitudes (7)

Lista de emociones, opiniones y deseos relevantes tanto para la actual situación como la deseada.

Entregables (9)

Se debe desarrollar para que el proyecto cumpla con beneficios que generen mayor valor.

Metas generales (2)

Se pregunta por qué se está realizando el proyecto. Describe las metas del usuario que deben de ser logradas.

Dolores y frustraciones (4)

Lista los puntos de dolor y frustraciones que son experimentados por el usuario y que quiere superar.

Entorno (6)

Entorno en el cual el usuario necesita de lograr objetivos.

Influencias (8)

Lista de personas, cosas o lugares que influencian el comportamiento y pensamiento del usuario.

Impactos (10)

Se identifican todos los impactos que puede tener cada uno de los actores respecto al producto. ¿Que?

¿Como?



Gestión del ciclo de vida del producto o servicio

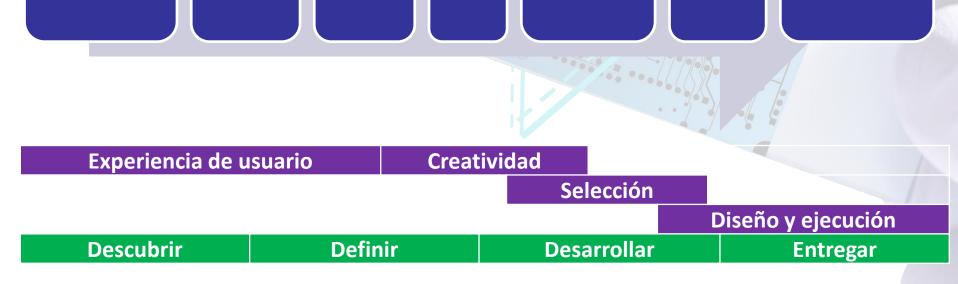
Observa

Comprende

• Es necesaria una estrategia para el producto, su transito a través del ciclo de vida (producto vs proyecto) y aplicar técnicas para: construir el producto correcto, gestionar la incertidumbre, acelerar 'oroceso de desarrollo, focalizar en equipos, y avanzar sobre conocimiento validado.

Define

coincidir las
necesidades de las
personas con lo que
es tecnológicamente
factible, y con una
estrategia viable de
negocios convertir el
valor para el cliente
en una oportunidad
en el mercado.



Idea



Prototipo

Prueba

Implementa

Paralelamente explorar el diseño del producto iterando y pivoteando. Es clave definir una visión general a través del lienzo del producto, que permita orientar su desarrollo, el cual se desarrolle por una serie de etapas en las cuales poder validar sobre conocimiento validado.

• La exploración del diseño del producto se puede realizar a través de un lienzo de pensamiento de diseño.

Narración de historia Visión.... Gente.... ¿Cómo será nuestro ¿A quién tendremos ¿Por qué nos prefieren? Implica observar y entender el futuro? que involucrar? comportamiento del usuario. Foco en las emociones y experiencia. **Como entregar** y aprender? Solución.... Retos.... Problema.... Impacto.... ¿Qué soluciones desarrollaremos? ¿Qué tendremos que ¿Qué problemas vamos a ¿Qué diferencia abordar? resolver? haremos? **Ventajas** Descubrir -> Definir -> Desarrollar -> Entregar Métricas (8) comparativas (5) *Indicadores para* Describe la Hipótesis ... Restricciones ... medir el proposición de valor, cumplimiento, Supuestos. destacando las Como desafiarlas? rendimiento, costos, Gestión.... ventajas en relación a tiempo y adopción. ¿Cómo llevaremos a cabo el proyecto y lo controlaremos? competencia.



Proceso de desarrollo del producto por etapas

Evaluación de conceptos

Valida ideas, planifica y especifica

Desarrollo

Evaluación y pruebas

Lanzamiento



Prospección.
Investigación preliminar
de cada uno de los
proyectos o ideas
generados en la fase de
descubrimiento y se
selecciona un
subconjunto de ellos

Construir el modelo de negocio.

Mediante una investigación minuciosa por parte de los equipos técnicos y comerciales definiendo y justificando el producto desarrollando el plan de proyecto.

Desarrollo
Establece el
diseño y
desarrollo de nuevo
producto y el plan
de producción y
lanzamiento al
mercado.

Pruebas y validación.
Se efectúa una
prueba extensa del
nuevo producto en el
mercado, en el
laboratorio, o en la
planta.

Lanzamiento.
Como inicio de la producción y comercialización se establecen revisiones periódicas de post – lanzamiento.







Cada fase con un propósito. Revisión de restricciones, coste, validación en mercado. **Redirigir, Continuar o Cancelar**

Visión Producto e EPICs

Fundación técnica/negocio. Experiencia del usuario. Priorización de funciones. Estructura del proyecto.

Es necesario un mapa de ruta planificando entregas, desarrollando el producto en base a conocimiento validado y eventualmente pivotear.

MVP

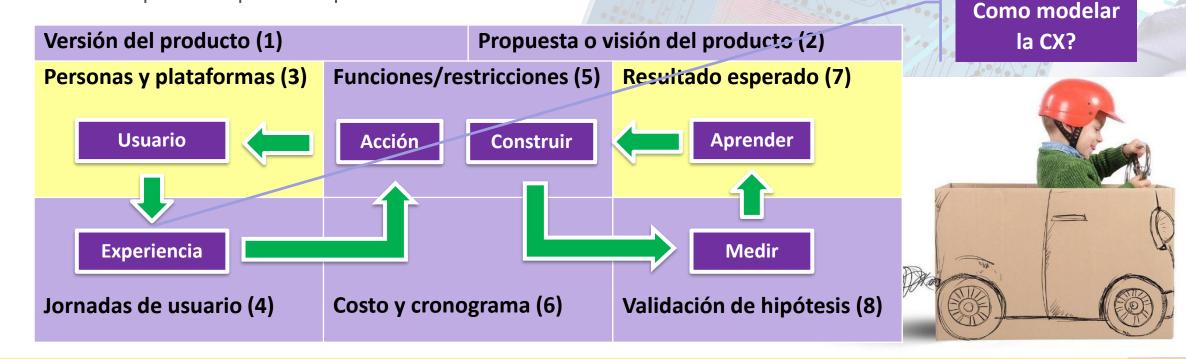
Funciones básicas y validación UX. Supuestos validados.
UAT.

MMP
Retorno primario.
Mejoras dirigidas por la
visión del usuario.
Adopción continúa.



La propuesta de valor de cada entrega es el enlace entre tu producto y el mercado. Podemos aplicar tanto el lienzo de MVP como el mapeo de historias de usuario.

Como planificar las funcionalidades de cada entrega? Agrupar las funcionalidades de manera que lo ayude a
organizar la producción, considerando limites de funcionalidad, nivel de riesgo, esfuerzo y valor de negocio. El
lienzo MVP, permite validar ideas de productos (factible, usable, valioso). Es un marco visual que relaciona
dos bucles que da respuesta a qué construir: las funcionalidades del MVP.





Fases de la relación: El descubrimiento, la consideración, y la decisión

Cliente (1)	(2)	•••	 •••	•••
Positiva (5)				
Negativa (6)				
Procesos visibles (3)				
Procesos internos (4)				

La experiencia de uso debe de ser diseñada, no alcanza con solo solucionar el problema. El objetivo es encontrar los puntos clave de interacción y definir con exactitud las motivaciones que llevan a los potenciales clientes transitar en el proceso.





Avanzar sobre conocimiento validado

• ¿Cómo validar una propuesta de valor?

- La única forma de validar una propuesta de valor es "salir de la oficina". Esto significa vamos a llevar el producto al mercado para validar la propuesta de valor y reaccionar de manera rápida ante la respuesta de los clientes.
- Debemos construir un producto mínimo viable (o servicio), llevarlo al mercado para un grupo específico de clientes y ver como éstos reaccionan ante nuestra propuesta de valor.
- Todos los cambios que los clientes perciban como necesarios deben ser evaluados por nosotros para incluirlos en la nueva propuesta de valor revisada y corregida.
- Todas las características no percibidas como generadoras de valor por parte de los clientes, serán eliminadas de nuestro producto o servicio en el caso que generen un gasto de tiempo o dinero durante la producción.





El tablero de experimentación valida o niega una hipótesis en el "terreno", y eventualmente continuar, desechar o pivotear. Identificar el supuesto más riesgoso. Determinar como probar. Determinar como medir el éxito.

¿Quién es tu cliente?

Hipótesis de Segmento de Clientes, rol frente al negocio

¿Cuál es el problema?

Descríbelo desde la perspectiva del cliente.

Define la solución solo después de validar un problema que vale la pena resolver

Supuesto más riesgoso (criticidad, incierta)

Supuestos a cumplirse, para que la hipótesis, sea verdad.

Formular Hipótesis clave Cliente / Problema.

Creo que mi cliente tiene un problema para lograr este objetivo.

Determina el método de prueba.

Define como se probara (Entrevistas, Exploración, Pre-Ventas).

Supuestos básicos. Diseño de experimentos (2)

Análisis de resultados (3)

Planteamiento de hipótesis (1)

Para iniciar sólidamente necesitamos basarnos en hechos objetivos, gestionar ciclo de hipótesis y pivotes.

Pivotes

Zoom-In

Zoom-Out

Segmento de clientes

Necesidad del cliente

Plataforma

Arquitectura de negocios

Valor de captura

Canal

Tecnología



Gestión de proyectos

- Se trata de priorizar los retos que mejor aseguren a conseguir los objetivos. Se debe de coordinar el túnel de selección vinculado al ciclo de vida del producto generado..
- El éxito ocurre cuando se logra el valor planificado del negocio dentro de las restricciones y supuestos, para un determinado entorno, cliente, organización; y viendo las necesidades a través de los ojos de los interesados y clientes.

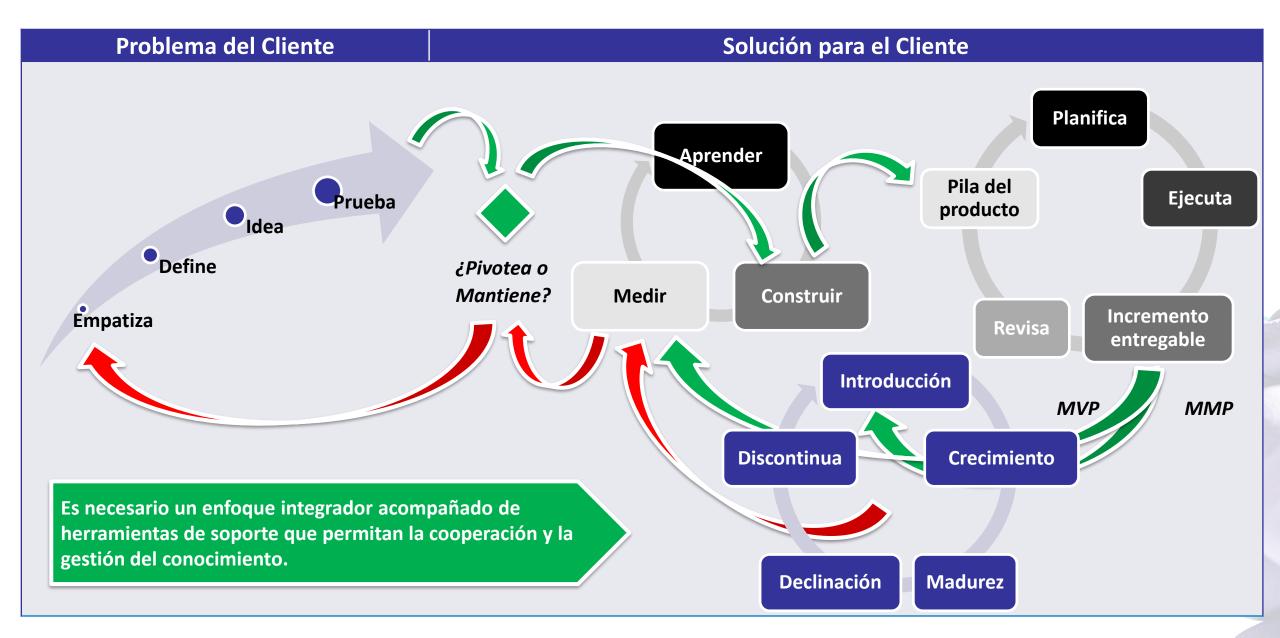
Construir la cosa correcta

Construir bien

Construir rápido

Importa cómo comunicar los proyectos, y simplificar la toma de decisiones.

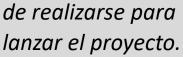






¿Que?

	343			
Proyecto (1) Título	Resumen (2) Describa el alcance: debe tener, es b	sumen (2) scriba el alcance: debe tener, es bueno tener, si es posible, y excluido.		<
Justificativo (4) Describa el propósito: donde, cuando, causa / necesidad; y cual es el escenario actual?	Hipótesis y restricciones (9) ¿Qué limitaciones o barreras tienes (plazos, recurso)? Requisitos (8) ¿Qué áreas deberían cubrirse dentro del proyecto y cuáles no?	Resultado (10) Resultados y/o Productos generados deseados. Riesgos (11) Identificación, evaluación de impacto. Acciones para evitar, reducir o redirigir.	Hitos (12) Que acciones deben de realizarse para lanzar el proyecto. Entregables fases y duración.	
Criterios de éxito (5) Métricas clave (SMART) de objetivos.	Partes interesadas (7.1) Personas u organizaciones que pueden afectar o ser afectadas. Matriz de nivel de compromiso y proponente u oponente.	Usuarios (7.2) ¿Cuál es el público objetivo de su proyecto?	Costo (14) Lista de costo por entregables. ¿Quién y/o qué necesitamos?	_
Beneficios (6) ¿Problema resuelto al usuario?	Equipo (13) Lista de los miembros que participan Miembros internos, Proveedores)	, describa sus roles (Líder,		



Costo (14)



Conclusiones

Técnicas

	Lienzo del negocio			
	Arquetipos de personas			
	Visión del producto	Tabloro do ovnorimentación	Lienzo del proyecto	
	Diseño de CX	Tablero de experimentación	Lienzo dei proyecto	
7	Lienzo MVP/MMP			

¿Qué se pretende conseguir con la gestión visual?

Visión de equipo y disciplina sobre	individuos e iteraciones sobre	procesos y herramientas
Aprendizaje validado sobre	productos sobre	documentación extensiva
Descubrimiento del Cliente sobre	colaboración con el cliente sobre	negociación contractual
Iniciar el cambio sobre	responder al cambio sobre	seguir un plan
Optimizar el flujo sobre	optimizar procesos sobre	optimizar los recursos



El cociente de tecnología de gestión de proyectos (PMTQ) es la capacidad de una persona para adaptar, administrar e integrar tecnología basada en las necesidades de la organización o del proyecto en cuestión. Imprescindible para lograr usabilidad y un espacio virtual de colaboración.

https://taiga.io/

https://wekan.github.io/

https://asana.com/es

https://www.openkm.com/es/

https://www.alfresco.com/

https://www.openproject.org/

https://www.modelio.org/

https://zapier.com/

https://rocket.chat/

http://www.talaia-openppm.com/?lang=es

https://www.mindmeister.com

https://www.lucidchart.com/pages/es/

https://www.canva.com/es_mx/graficas/mapas-

mentales/

https://www.google.com/intl/es_uy/docs/about/

https://owncloud.org/

https://canvanizer.com/

https://www.forecast.app/

https://mautic.com/

https://www.wrike.com/es/

https://monday.com/lang/es/

https://basecamp.com/

https://slack.com/

https://www.functionfox.com/

https://www.zoho.eu/es-xl/projects/

https://www.proofhub.com/

https://trello.com/

https://www.scoro.com/

https://taskworld.com/

https://www.geniusproject.com/

https://podio.com/

https://www.teamwork.com/

https://www.workzone.com/

https://www.atlassian.com/software/jir

https://www.docxpresso.com/

Gestión de procesos, repositorio de información, mapas mentales, incidencias, gestión del cambio, tableros, colaboración.



"El verdadero viaje al descubrimiento no consiste en buscar nuevos caminos, sino en tener nuevos ojos."

Marcel Proust

"El mayor enemigo del conocimiento no es la ignorancia, sino la ilusión del conocimiento."

Steven Hawking

"No hay verdad, sólo hay perspectivas."

Marco Aurelio





Project Management Institute TOUR CONO SUR

Arturo Penas Rial arturo.penas@gmail.com uy.linkedin.com/in/arturopenasrial/es