



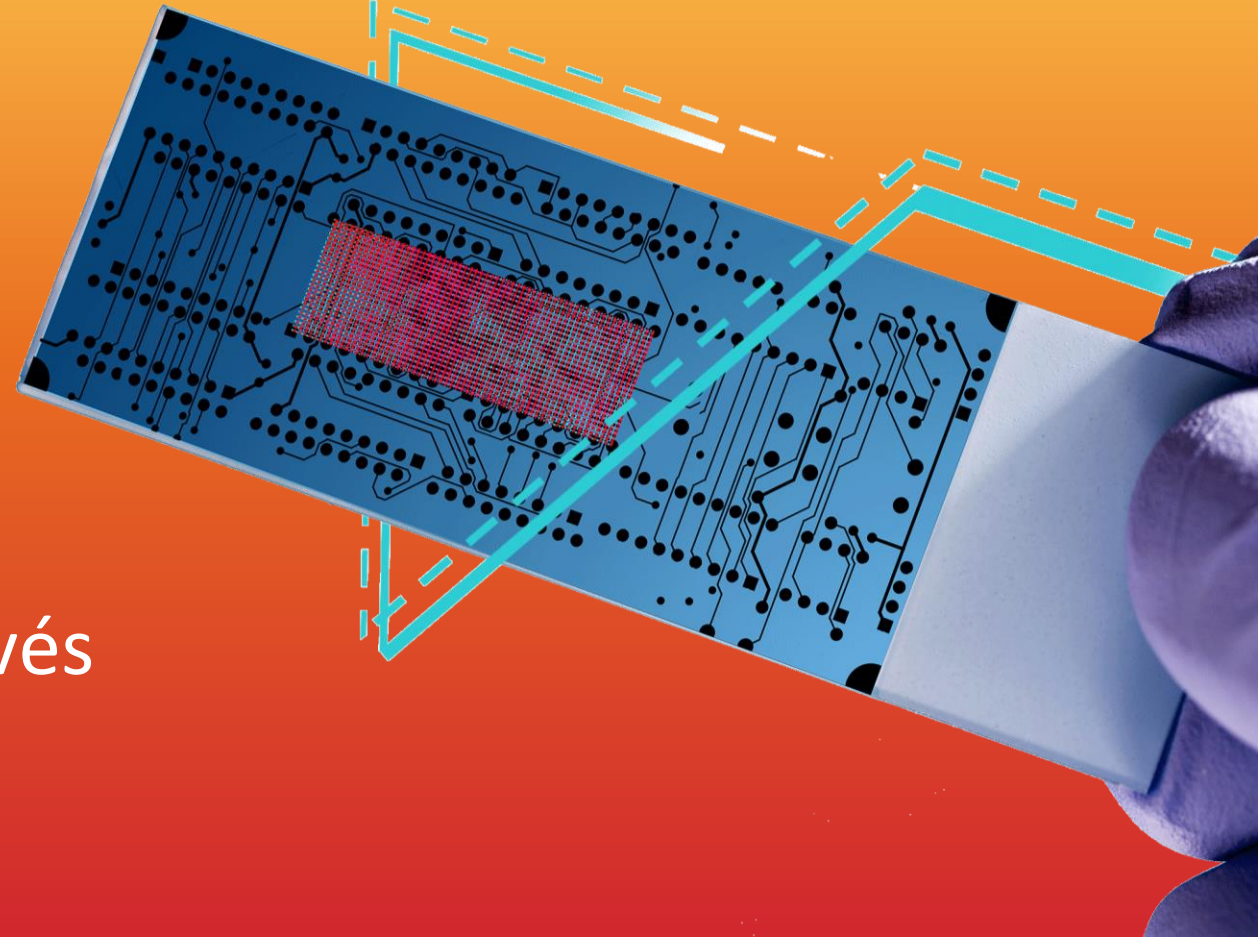
Tour Cono Sur 2019

#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

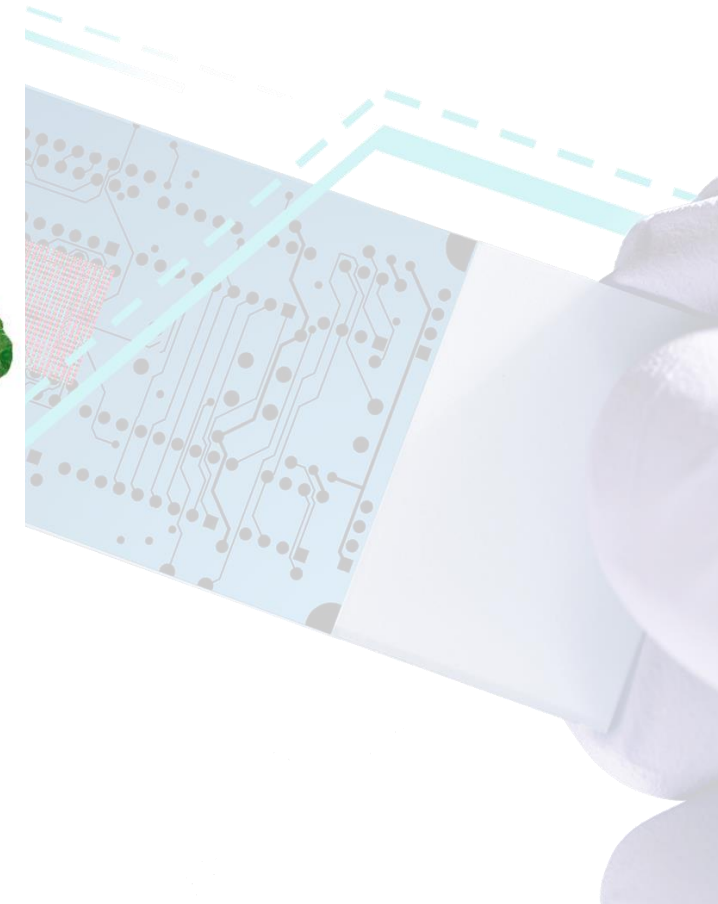




- **Protagonismo del plan.**
- **Decisiones de escritorio.**
- **Burocracia y reacciones lentas.**
- **Dependencia de súper héroes.**
- **Silos que limitan la información.**
- **Soberbia y actos de Fe.**
- **Propósito y beneficios fuera de foco.**

Orientación a productos.

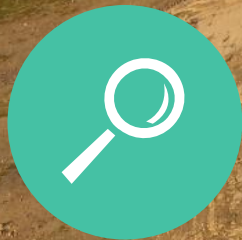
- Aprendizaje validado en campo.
- Iniciar el cambio.
- Descubrimiento del Cliente.
- Visión de equipo. Optimizar el flujo.
- Justificación comercial continua.
- Propósito omnipresente.



Índice



¿Qué es la gestión visual?



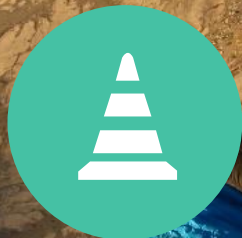
Anclajes para convertir ideas en negocios.



Gestión del ciclo de vida del producto o servicio



Avanzar sobre conocimiento validado



Gestión de proyectos de innovación



Conclusiones

¿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.



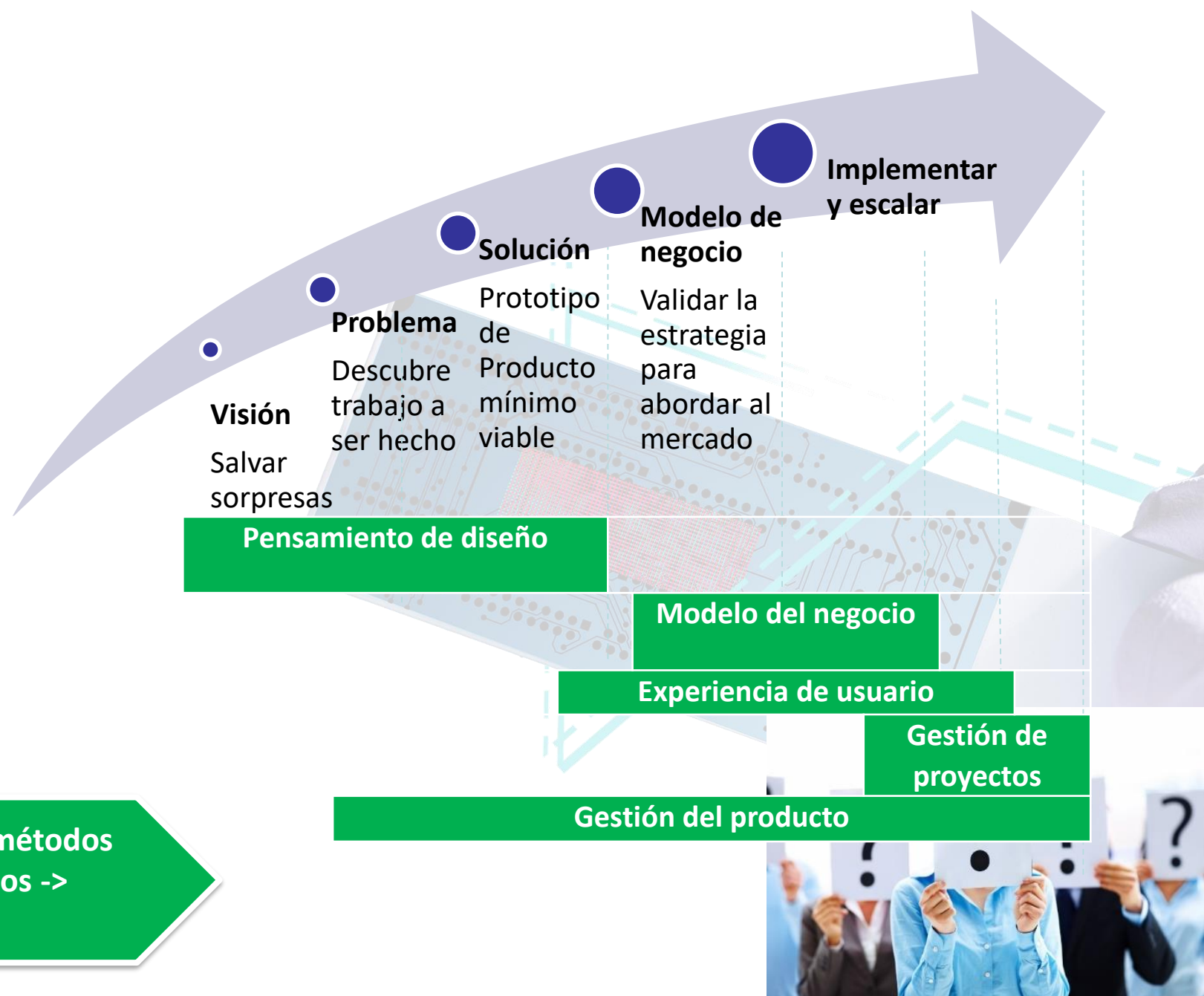
Convierta ideas en negocios

- 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.**

¿Cuáles son los retos? Retos de producto, encaje con el mercado, viabilidad tecnológica y financiera, procesos y capacidades internos, etc.



- Las empresas líderes 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 específico y complementario.**



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

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.

¿Como?

¿Que?

¿Quien?

Problema

(9)

Los 3 problemas principales

Solución

(7)

Las principales características.

Métricas clave

(8)

Propuesta única de valor

(2)

Valor, problemas, necesidades, diferencial.

Ventaja diferencial
(3)

Canales (4)

Actual, deseable

Segmentos del Cliente (1)

Como modelar los arquetipos?

Como modelar el producto?

Estructura de Costos

(6)

Flujo de Ingresos

(5)

¿Cuanto?

Producto

Mercado

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 necesidades principales y permitiendo obtener productos mínimos viables.

¿Quiénes?

¿Para qué?

Persona o segmento (1)

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

Metas generales (2)

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

Tareas y responsabilidades (3)

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

Dolores y frustraciones (4)

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

Afluencias y habilidades (5)

Atributos o capacidades diferenciadoras

Entorno (6)

Entorno en el cual el usuario necesita de lograr objetivos.

¿Qué?

Sentimientos y actitudes (7)

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

Influencias (8)

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

¿Cómo?

Entregables (9)

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

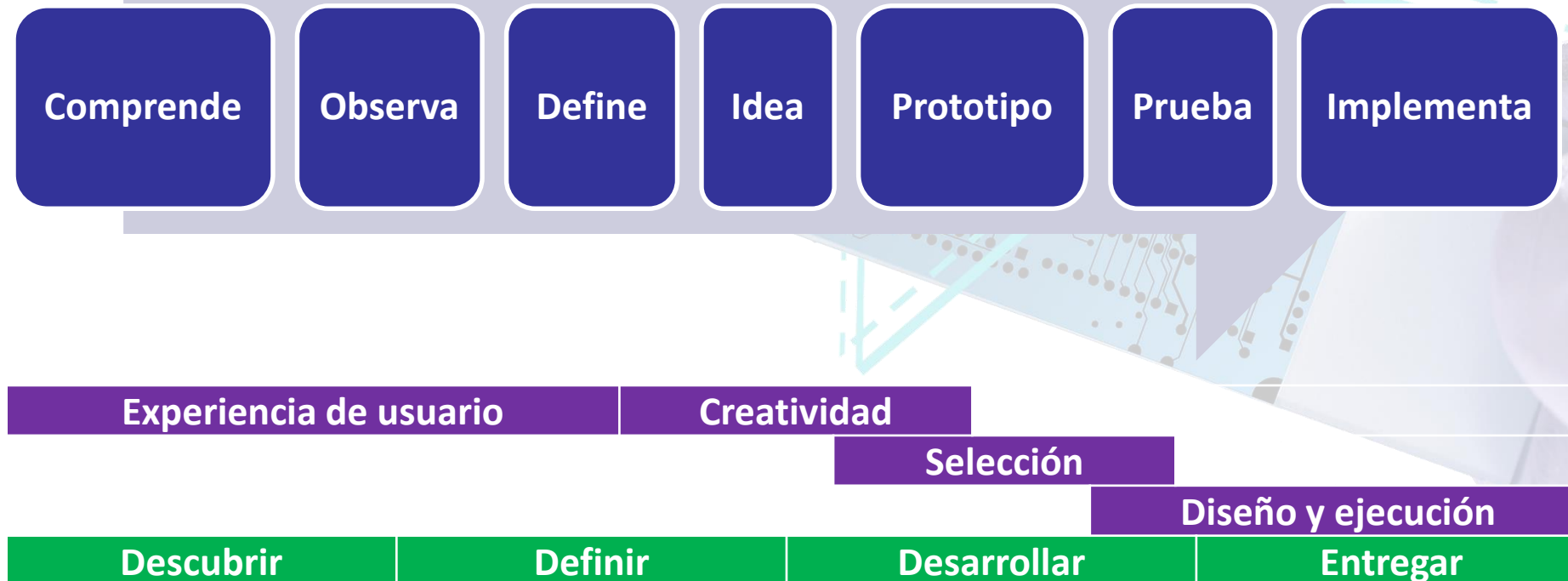
Impactos (10)

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

Gestión del ciclo de vida del producto o servicio

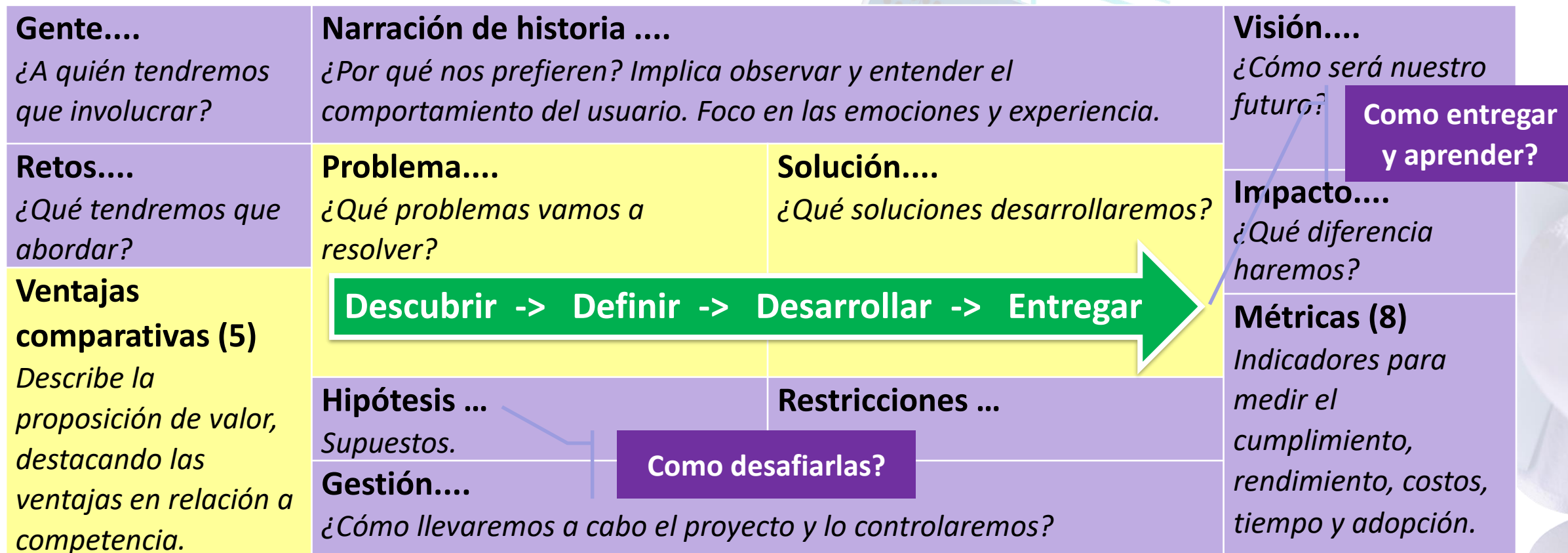
- Es necesaria una **estrategia para el producto**, su transito a través del **ciclo de vida (producto vs proyecto)** y aplicar técnicas para: construir el producto correcto, gestionar la incertidumbre, acelerar el proceso de desarrollo, focalizar en equipos, y avanzar sobre **conocimiento validado**.

Debemos hacer 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.

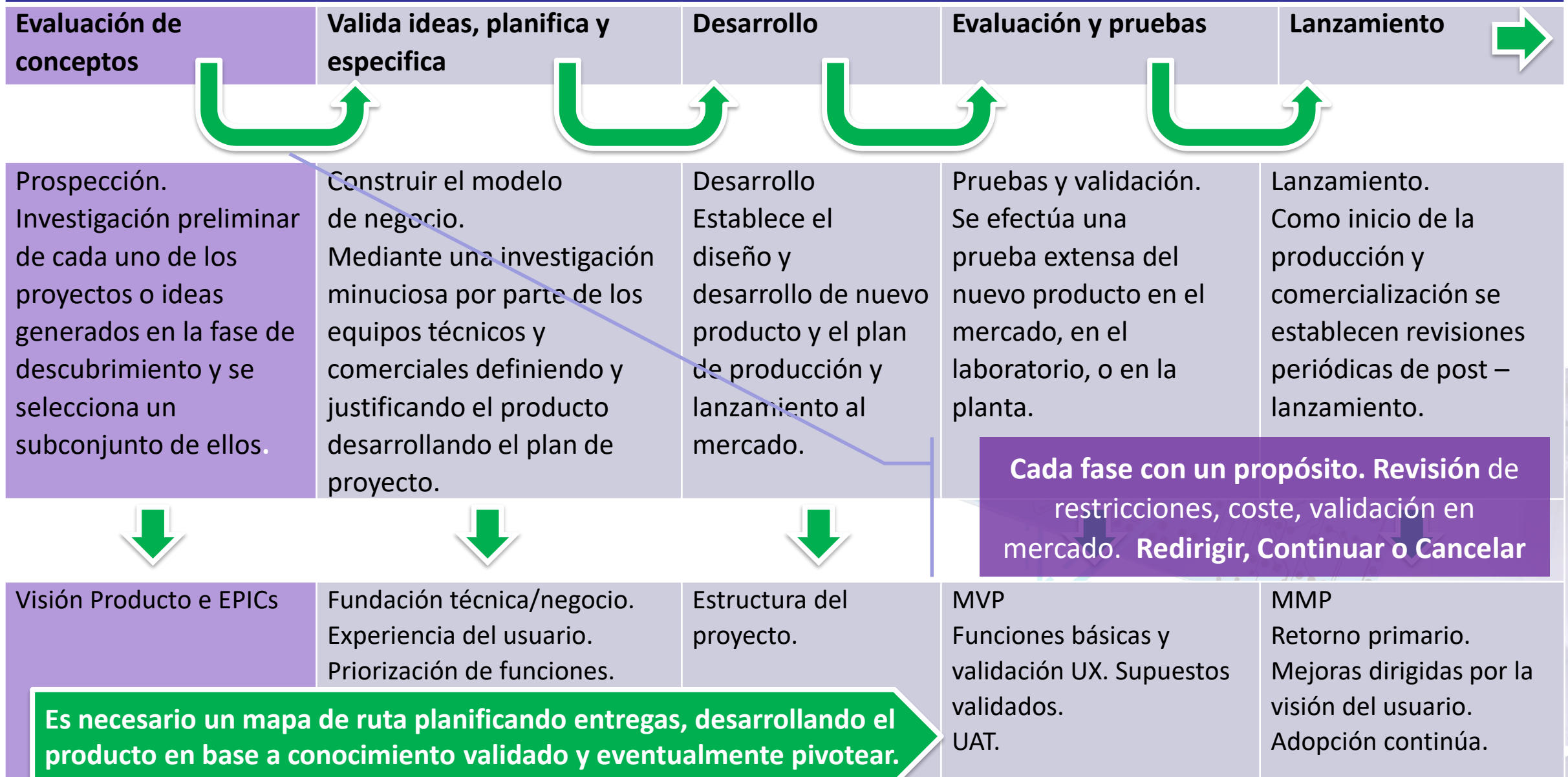


Paralelamente explorar el diseño del producto iterando y pivotando. Es clave definir una visión general a través del lienzo del producto, que permita orientar su desarrollo, el cual se desarrolle por una serie de etapas en las cuales poder validar sobre conocimiento validado.

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

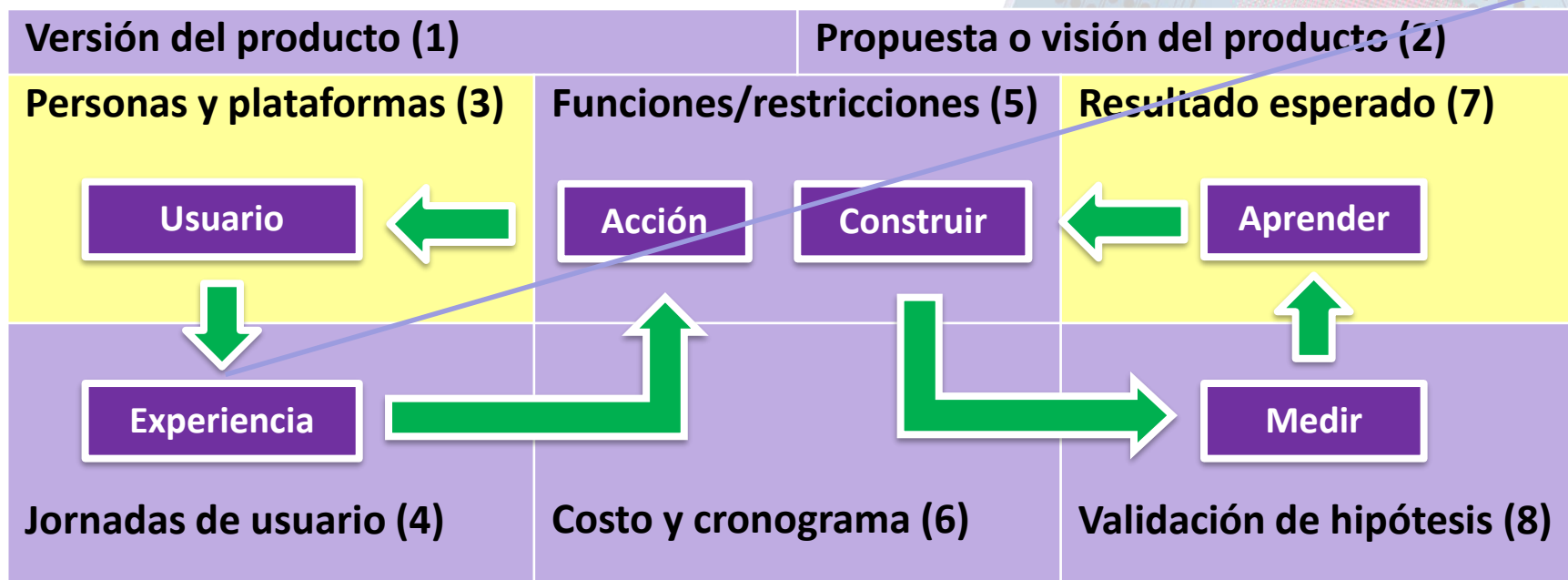


Proceso de desarrollo del producto por etapas



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 límites 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**.



Como modelar la CX?



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.

Planteamiento de hipótesis (1)

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



Tipos de Pivotes

- Zoom-In
- Zoom-Out
- Segmento de clientes
- Necesidad del cliente
- Plataforma
- Arquitectura de negocios
- Valor de captura
- Canal
- Tecnología

¿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).

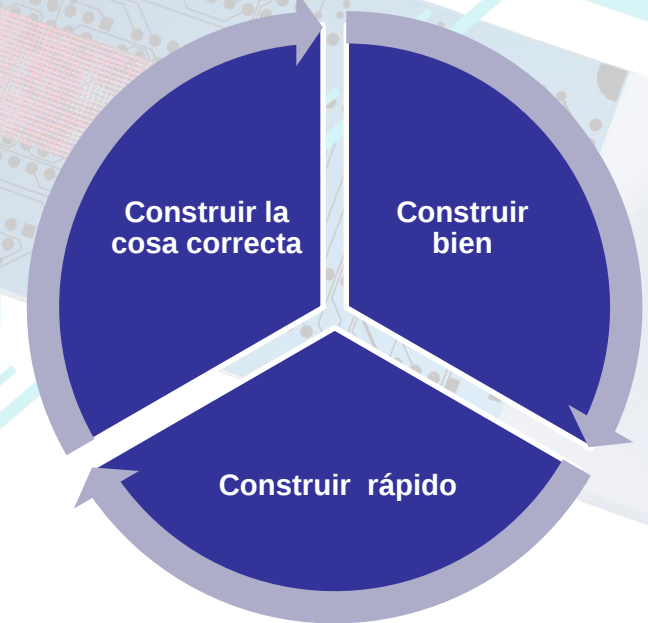
Supuestos básicos. Diseño de experimentos (2)

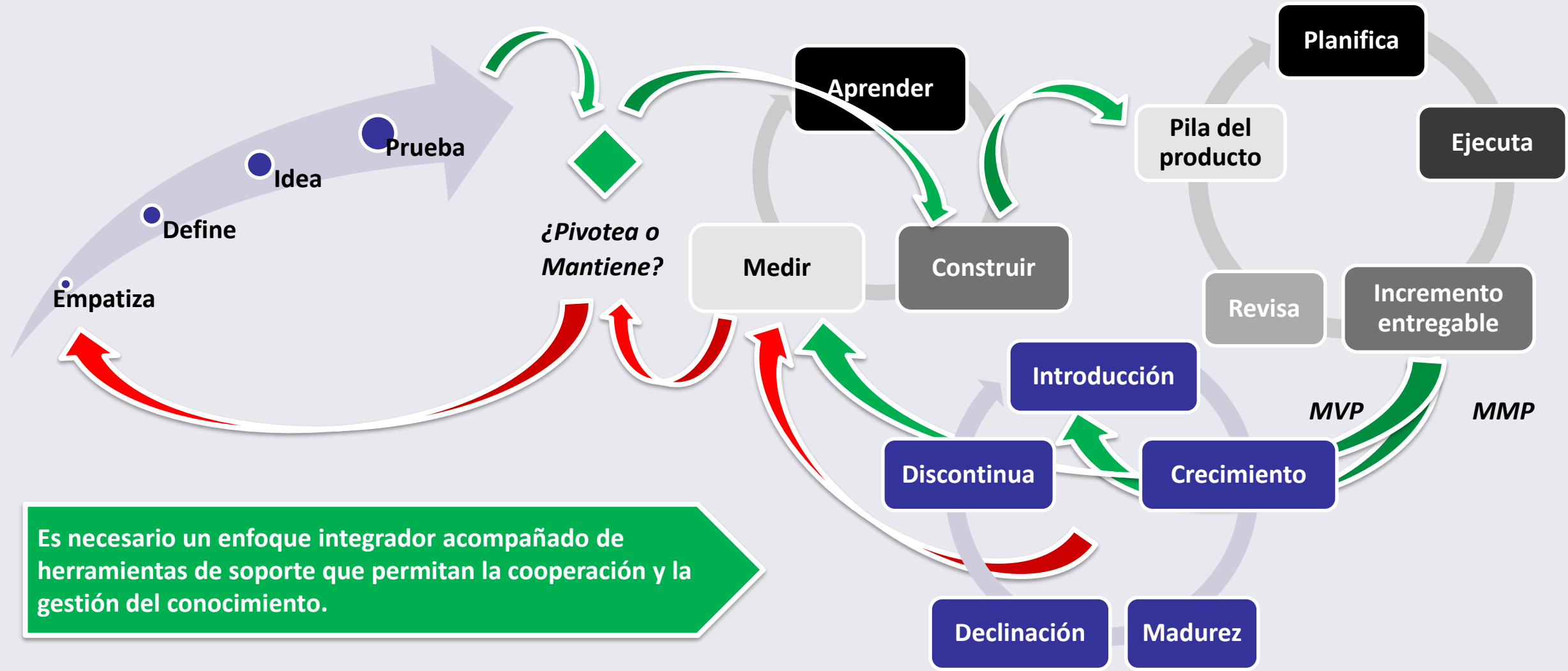
Análisis de resultados (3)

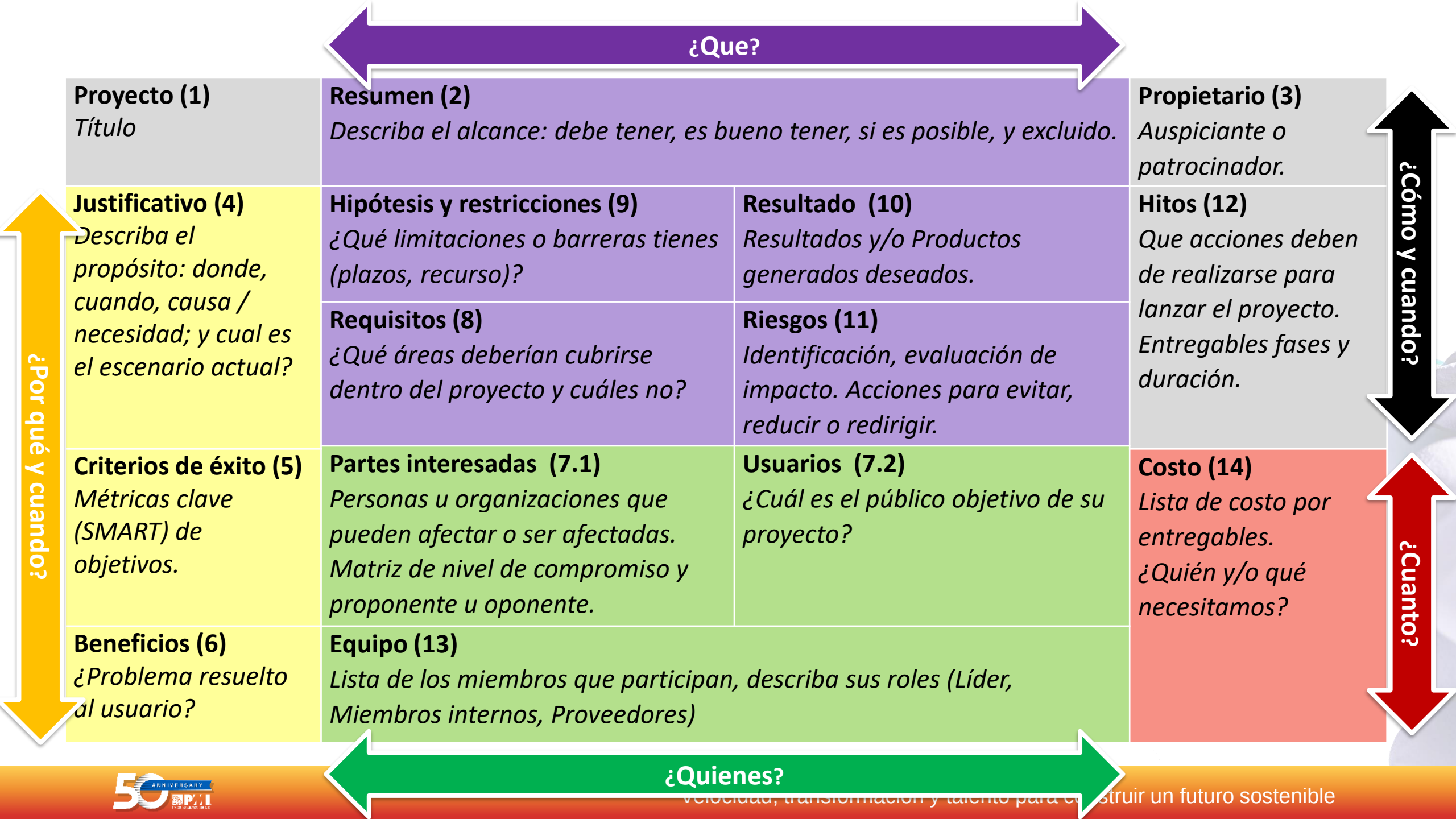
Gestión de proyectos

- 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.**

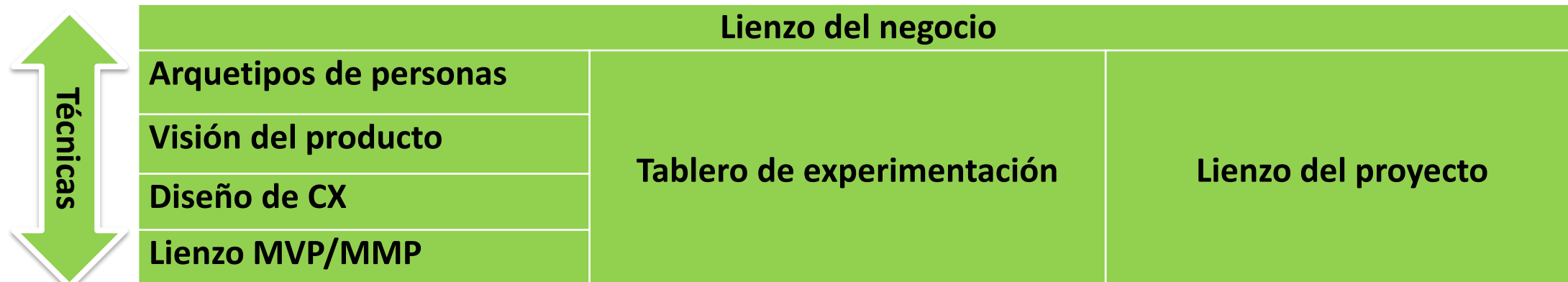
Importa cómo comunicar los proyectos, y simplificar la toma de decisiones.







Conclusiones



¿Qué se pretende conseguir con la gestión visual?		
Visión de equipo y disciplina sobre	<i>individuos e iteraciones sobre</i>	<i>procesos y herramientas</i>
Aprendizaje validado sobre	<i>productos sobre</i>	<i>documentación extensiva</i>
Descubrimiento del Cliente sobre	<i>colaboración con el cliente sobre</i>	<i>negociación contractual</i>
Iniciar el cambio sobre	<i>responder al cambio sobre</i>	<i>seguir un plan</i>
Optimizar el flujo sobre	<i>optimizar procesos sobre</i>	<i>optimizar los recursos</i>

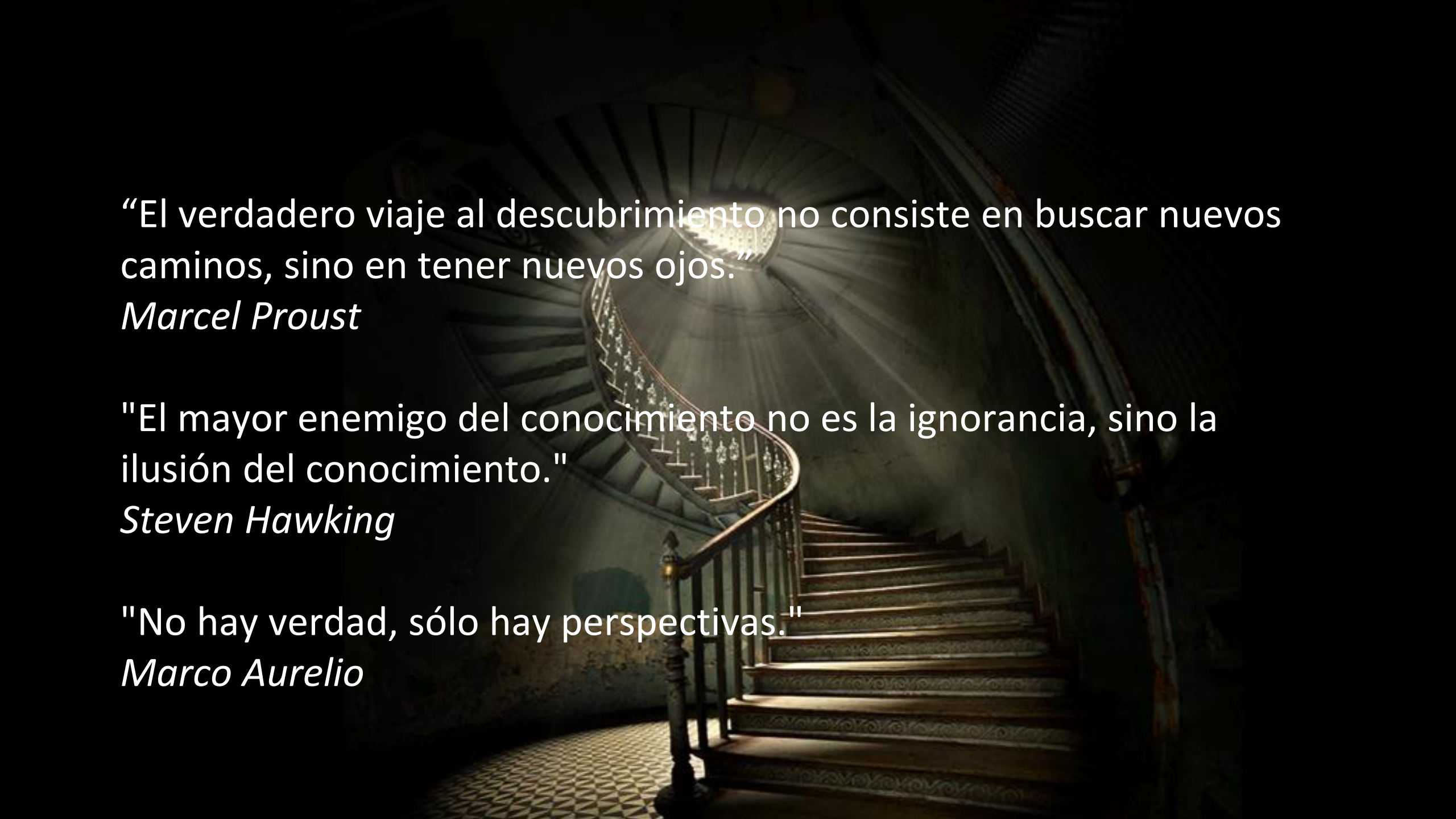
El cociente de tecnología de gestión de proyectos (PMTQ) es la capacidad de una persona para adaptar, administrar e integrar tecnología basada en las necesidades de la organización o del proyecto en cuestión. Imprescindible para lograr usabilidad y un espacio virtual de colaboración.

<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/jira>
<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."

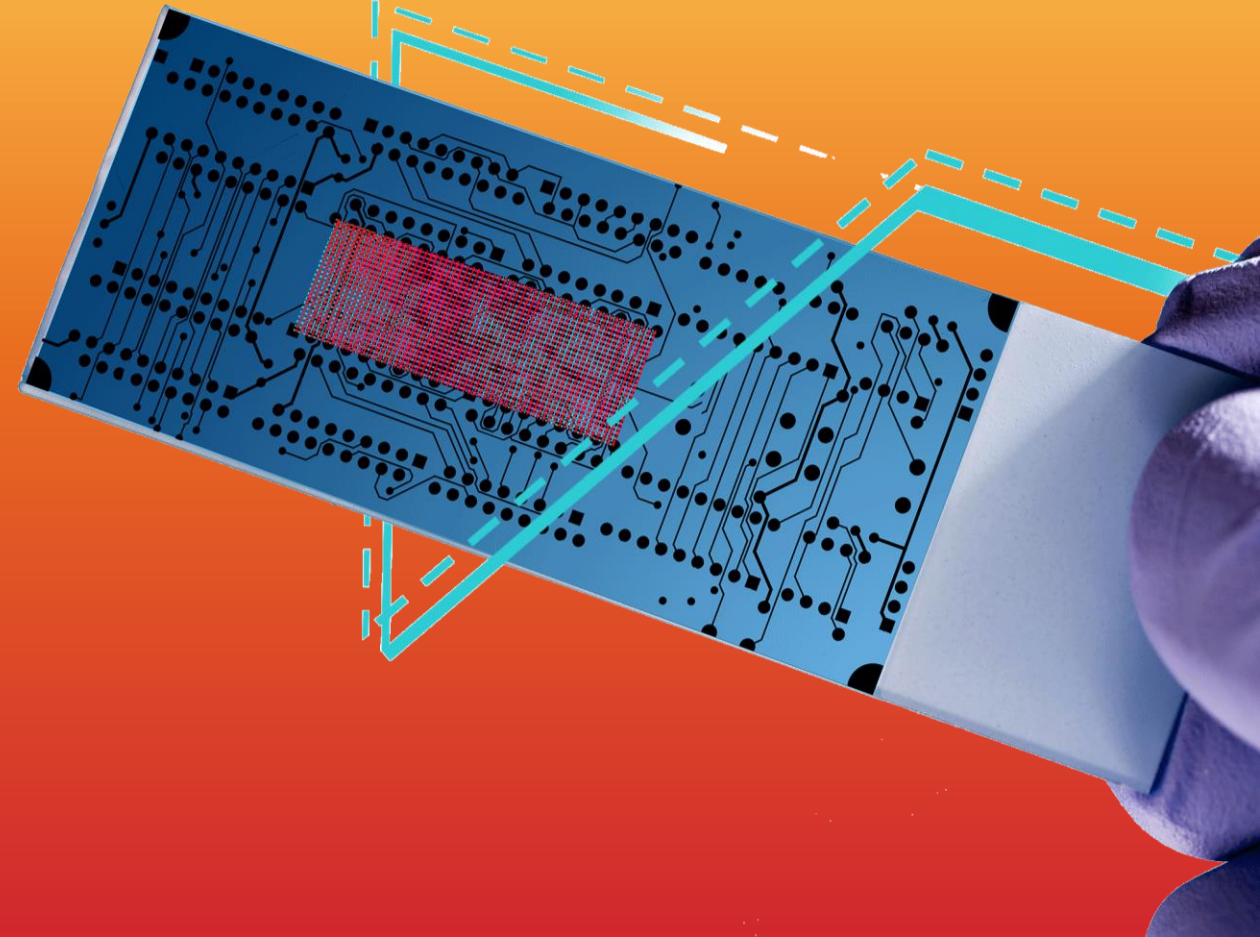
Marcel Proust

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

Steven Hawking

"No hay verdad, sólo hay perspectivas."

Marco Aurelio



Muchas gracias!

Arturo Penas Rial

arturo.penas@gmail.com

uy.linkedin.com/in/arturopenasrial/es