

# Comprender el ciclo de vida del desarrollo de productos:

## *Una guía para aprender y construir su camino a través de las etapas del desarrollo de productos*

La práctica de producto

05 de julio de 2022

Presentado por Susannah Locke

---

### INTRODUCCIÓN

El ciclo de vida del producto abarca la planificación, la ejecución, el mantenimiento y el final final de su producto. Aunque no hay un número universal de pasos de principio a fin, el proceso del ciclo de vida existe como conocimiento acumulado del desarrollo de aproximadamente un millón de productos reales. Ignóralo bajo tu propio riesgo.

Tómese el tiempo para avanzar en cada paso y evitará las trampas comunes que plagan el desarrollo de productos: correr detrás de una idea equivocada que termina sin llevarlo a ninguna parte, VIPs que llegan en el último minuto y quieren cambiarlo todo, proyectos que siguen haciéndose más grandes y cada vez más retrasados, una ejecución deficiente que destruye un gran concepto e incluso tener demasiados errores en la cartera de pedidos (backlog) que impiden que su equipo desarrolle nuevas funciones y productos.

Si utiliza un estricto proceso de desarrollo de estilo cascada, las fases del ciclo de vida procederán una tras otra sin mucha superposición. Sin embargo, si su equipo trabaja en un estilo ágil con iteración continua, este llamado "ciclo" de vida puede tener muchos bucles y espirales a medida que ajusta lo que está haciendo en función de lo que está aprendiendo en el camino.

Independientemente de cuán grande o pequeño sea un proyecto, cada fase tiene un papel importante que desempeñar. Si se está embarcando en una iniciativa gigante que abarca toda la sala de redacción, cada etapa puede implicar una planificación seria y múltiples niveles de aprobación. Si está esbozando un proyecto rápido de una sola persona, piense en estas etapas como una lista de verificación útil.



## EN LA PRÁCTICA

*Utilice los consejos y conceptos de esta sección para cultivar una cultura de producto en su sala de redacción*

### Ideación

En lugar de pensar en el vacío, investigue primero a sus usuarios. La investigación no tiene que llevar mucho tiempo para ser útil. Pruebe algunas entrevistas breves o revise los conjuntos de datos existentes de los equipos de análisis de datos o marketing para obtener información.

Una vez que haya identificado el problema del usuario que desea resolver, vincúlelo a los valores y objetivos organizacionales establecidos, como los OKR (Objetivos y resultados claves, por su sigla en inglés). Una forma de comenzar a descubrir cómo resolver el problema de sus usuarios es escribir una declaración amplia de "cómo podríamos", como esta: "¿Cómo podríamos [hacer X cosas] para [resolver Y el problema del usuario]?" Luego puede enmarcar una sesión grupal de lluvia de ideas en torno a esta declaración para explorar ideas y soluciones de productos.

## Sample: How might we?



How might we  
describe the intended action

A large, empty white rectangular box intended for writing a description of the intended action.

For  
describe the user

A large, empty white rectangular box intended for writing a description of the user.

So that  
intended outcome

A large, empty white rectangular box intended for writing a description of the intended outcome.

### Descubrimiento

Este paso se trata de aprender. Haga un análisis competitivo mirando a su alrededor para ver quién ya ha intentado resolver este problema. ¿Cómo lo hicieron? ¿Cuáles eran sus fortalezas y debilidades? ¿Algo que hayan implementado puede informar su trabajo?

A continuación, aplique lo que ha aprendido para crear bocetos o prototipos, para obtener comentarios de las partes interesadas y futuros usuarios.

Y antes de sumergirse en el desarrollo, haga una lista de los requisitos del producto. Priorícelos en características "imprescindibles" y "agradables de tener", y obtenga la aprobación de las principales partes interesadas para que todos estén alineados. Documentar y acordar los requisitos del producto antes de que comience el desarrollo le permitirá mantener el alcance de su producto inicial estrictamente enfocado.

### Desarrollo

A medida que crea su producto, en un proceso ágil, se moverá a través de ciclos de aprendizaje y creación durante el desarrollo. Pruebe la versión beta de sus bocetos, maquetas y otras funciones parcialmente terminadas con un pequeño grupo de usuarios para obtener comentarios sobre qué tan bien está funcionando su diseño.



Si su investigación descubre nuevas funciones que podrían agregarse, evalúelas completamente antes de comprometerse con algo adicional. ¿Son estas características absolutamente críticas para agregar en este momento, y cuánto tiempo y trabajo llevará agregarlas? Esté atento a sus requisitos para evitar el aumento del alcance, lo que puede inflar y retrasar un proyecto, y manténgase en comunicación regular con las partes interesadas sobre el progreso y cualquier cambio en el plan inicial.

A medida que llegue a un producto casi final, tómese un tiempo para realizar pruebas de control de calidad para asegurarse de que funciona correctamente en los entornos previstos, incluso en diferentes dispositivos y navegadores.

## **Crecimiento**

Me gusta pensar en el crecimiento como dos fases: post-lanzamiento y expansión.

Cuando implemente su producto para todo su grupo de usuarios, incluso después de aplicar todas las lecciones que aprendió al trabajar con audiencias más pequeñas, espere un aluvión de nueva información sobre cómo funciona el producto para sus usuarios. Esté preparado para documentar y priorizar errores y otros comentarios. El lanzamiento del producto puede requerir estrategias de comunicación internas y externas, guías de usuario, capacitación u otro tipo de apoyo.

Durante la expansión del producto, el crecimiento del producto se controla y planifica. ¿Pero en qué dirección? ¿Qué métricas son las más importantes? Concéntrese en los usuarios (y el comportamiento de los usuarios) que son más valiosos para su organización. Si está trabajando en un marco ágil, puede continuar desarrollando su producto a medida que recibe comentarios de usuarios reales.

## **Mantenimiento**

Las cosas siempre se rompen. Y, sin embargo, el mantenimiento es una de las partes más furtivas y descuidadas del ciclo de vida del producto. Planifique el mantenimiento y prepárese para que consuma más tiempo del esperado. Algunas preguntas a tener en cuenta mientras se prepara para la fase de mantenimiento:

- ¿Quién mantendrá el producto y con qué regularidad? En algunas organizaciones, una persona o un equipo se dedica al mantenimiento. En otras, todos colaboran.
- ¿Qué documentación necesitamos para el mantenimiento del producto?
- ¿Qué constituye una emergencia de mantenimiento?
- ¿Cómo solicitaremos comentarios de nuestros usuarios y cómo compartiremos con ellos las actualizaciones relacionadas con el mantenimiento?

- ¿Cuánto tiempo dedicamos actualmente al mantenimiento frente a la fabricación de nuevos productos? ¿Debería ajustarse esto de alguna manera?

## Sunsetting

Hay muchas razones por las que podría ser el momento de decir adiós a un producto. ¿Tu audiencia ya no necesita o usa tu producto? ¿Ya no vale la pena mantenerlo? ¿Quieres liberar recursos para trabajar en otra cosa? No te sientas mal. Puede que sea el momento de archivar, pausar o finalizar su producto.

## Cementerio

Poner fin a un producto a veces puede ser tan política como la fabricación de uno, así que piense en su proceso de extinción como un mini proceso del ciclo de vida del producto en sí mismo. Comuníquese con las partes interesadas, elabore un buen plan de comunicación, informe a las personas por qué está abandonando (y por qué los beneficia), y tal vez incluso celebre el final de la vida útil de su producto, como lo hace el helado Ben & Jerry's con su [cementerio](#) de sabores discontinuados.

## TÉRMINOS

*Las definiciones de los términos de productos a los que se hace referencia en esta guía provienen del glosario de productos de fuentes de NPA.*

**Proceso iterativo:** Una serie de pasos utilizados para desarrollar y mejorar un producto a lo largo de su ciclo de vida. En el desarrollo, esto a menudo significa ciclos cortos de prueba con comentarios de la audiencia desde el principio para guiar el progreso y las actualizaciones futuras.

**Desplazamiento del alcance:** Un cambio en los requisitos, a menudo a pedido de una parte interesada, que puede resultar en tiempo o recursos adicionales necesarios para completar el proyecto.

**Gestión de las partes interesadas:** El proceso de identificar las necesidades de las partes interesadas y alinear las prioridades contrapuestas.

## LECTURAS/RECURSOS RELACIONADOS

- [Proceso de desarrollo de productos: Las 6 etapas \(con ejemplos\)](#) - Alicia Raeburn
- [Just Enough Research](#) - Erika Hall
- [Dar sentido al MVP \(Producto Mínimo Viable\) \[VIDEO\]](#) - Henrik Kniberg

## **SOBRE LA AUTORA**

Susannah Locke

[Susannah Locke](#) ha sido periodista en la intersección de editorial, diseño y tecnología durante más de 13 años. Actualmente, es editora de proyectos especiales en Vox.com y su experta interna en productos y procesos. Anteriormente reportera, editora de prensa y científica, se interesa por la investigación de usuarios, la gestión de productos y proyectos, la narración personalizada, el desarrollo de CMS y las plumas estilográficas.

---