

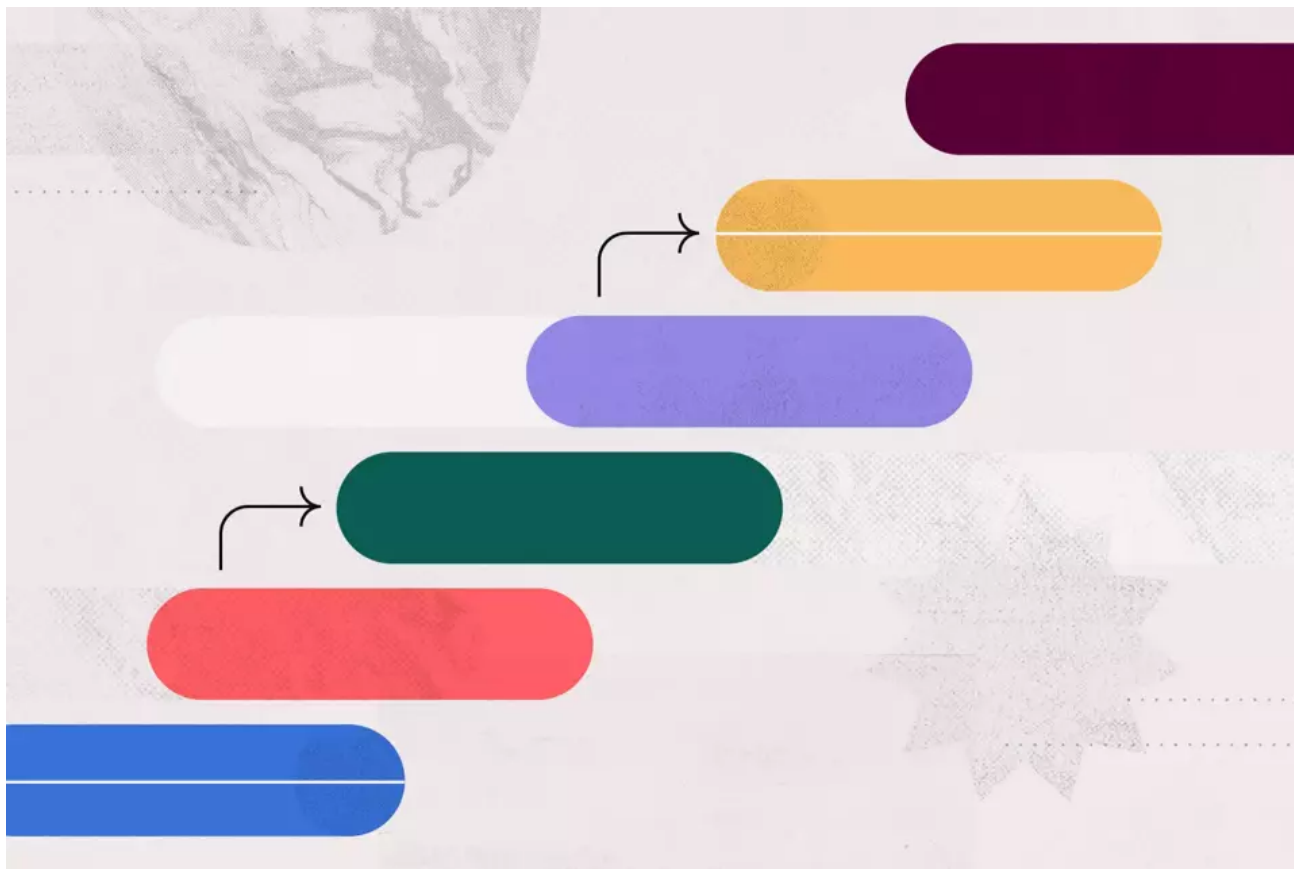
[RECURSOS](#) | [METODOLOGÍA ÁGIL](#) | [EL PROCESO DE DESARROLLO DE PRODUCTOS E ...](#)

# El proceso de desarrollo de productos en 6 etapas (incluye ejemplos)



Alicia Raeburn

1 de noviembre de 2022 • 10 min de lectura



## Plantillas →

### Resumen

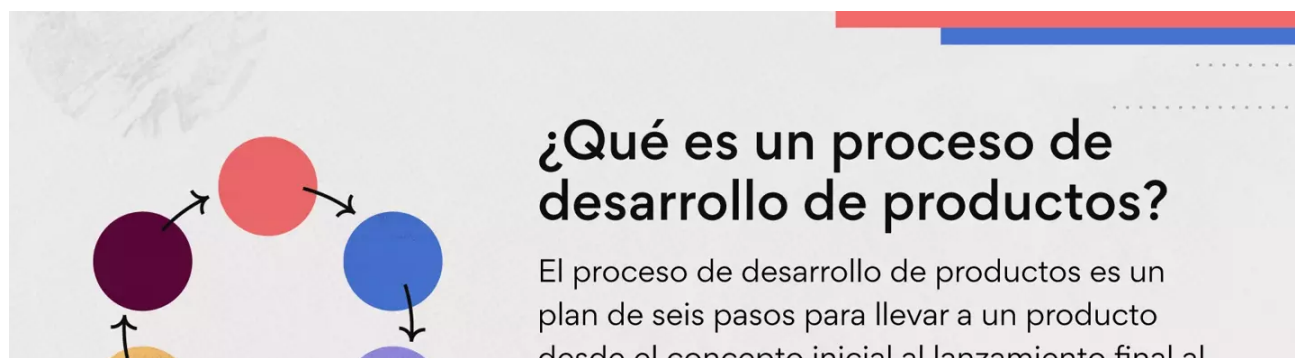
El proceso de desarrollo de productos es un plan de seis etapas que comprende tomar un producto desde su concepción inicial y llevarlo hasta el lanzamiento al mercado. Este proceso es muy útil para dividir las tareas y organizar la colaboración entre los distintos departamentos. Descubre cómo implementar las distintas fases de desarrollo de un producto. **Actualización**

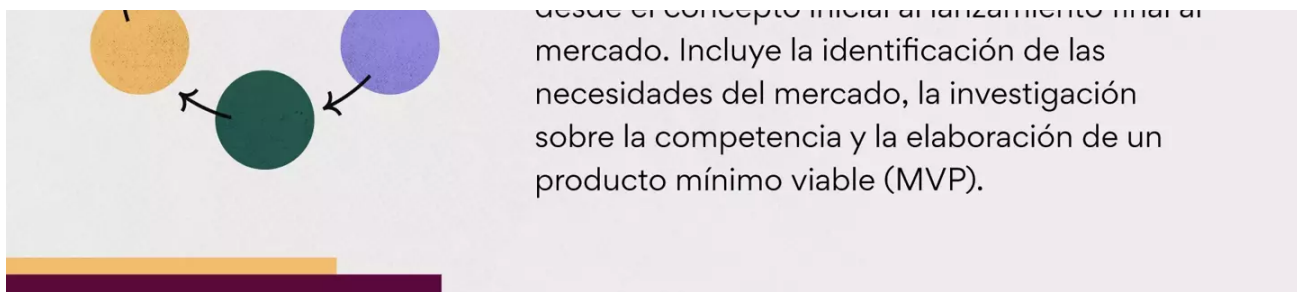
**12/01/2023:** En esta actualización hemos incluido más detalles sobre el proceso de desarrollo de productos.

El desarrollo de nuevos productos es algo que entusiasma pero que también presenta un gran desafío. Desde la ideación, pasando por las investigaciones y la elaboración del prototipo, ningún lanzamiento es exactamente igual a otro. Sin embargo, hay un sistema general que puede ayudarte a iniciar el proceso de desarrollo de un producto.

El proceso de desarrollo de producto cuenta con seis pasos necesarios para llevar a un producto desde el concepto inicial al lanzamiento al mercado. Se incluyen la identificación de las necesidades del mercado, la investigación sobre la competencia, la ideación de una solución, el desarrollo de una hoja de ruta del producto y la elaboración de un producto mínimo viable (MVP).

En los últimos años, el proceso de desarrollo de producto ha evolucionado y ahora, se aplica comúnmente dividido en seis fases separadas. Esta disposición es muy útil para organizar mejor el proceso y separar los entregables individuales en tareas más pequeñas.





Además de servir para simplificar un lanzamiento, el proceso de desarrollo de productos favorece la colaboración entre distintos equipos, ya que el trabajo en grupo y las comunicaciones están en primer lugar.

Profundicemos un poco sobre el ciclo de vida de los productos y definamos las seis fases citadas. Todo lo anterior te ayudará a lograr un excelente lanzamiento de tu próximo producto.

### Plantilla gratuita de hoja de ruta del producto

## 1. La generación de la idea (la ideación)

La etapa inicial del proceso de desarrollo de productos comienza con la generación de las ideas para el producto nuevo. La etapa de ideación inicial consiste en una lluvia de ideas acerca de los conceptos del producto basados en las necesidades de los clientes, en los precios y en las investigaciones del mercado.

Para dar inicio a la concepción de un producto nuevo, es conveniente tener en cuenta los siguientes factores:

- **Mercado objetivo:** El mercado objetivo es el perfil del consumidor para el que elaboras el producto. Es muy importante identificarlo desde el principio para desarrollar el concepto del producto orientado a ese mercado objetivo.
- **Productos que ya existen:** Una vez que tienes el concepto del producto nuevo, es muy buena idea evaluar el portafolio de los productos que ya tienes. ¿Hay productos con los que se resuelve un problema similar? De ser así, ¿el concepto nuevo es lo suficientemente diferente como para que sea viable? Si respondes a estas preguntas podrás asegurar el éxito del desarrollo de tu concepto nuevo.

de tu concepto nuevo.

- **Funcionalidad:** Si bien es cierto que todavía no necesitas contar con un informe detallado de la funcionalidad del producto, sí deberías tener una idea general de para qué funciones servirá. También piensa en el aspecto del producto y en por qué a alguien le interesaría comprarlo.
- **Análisis DAFO:** Si analizas las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del producto al principio del proceso, esto puede servirte para desarrollar una mejor versión del concepto nuevo. De este modo, te asegurarás de que el producto sea diferente del de la competencia y de que sea la solución a un vacío que hay en el mercado.
- **Método SCAMPER:** Para perfeccionar la idea, aplica métodos de lluvias de ideas como el de SCAMPER, que consiste en sustituir, combinar, adaptar, modificar, utilizar con otro fin, eliminar o reorganizar el concepto del producto.

Para validar el concepto de un producto, piensa en documentar las ideas en forma de caso de negocios. Le brindará a los miembros del equipo la oportunidad de entender con claridad cuáles eran las funciones iniciales del producto y cuáles los objetivos del lanzamiento del producto nuevo.

## 2. Definición del producto

Una vez que hayas finalizado el caso de negocios y hayan analizado el mercado objetivo y la funcionalidad del producto, el siguiente paso en el proceso de desarrollo de producto es definir el producto. A la definición también se la conoce como el desarrollo del concepto o del alcance y se centra en perfeccionar la estrategia del producto.

Durante esta etapa, es muy importante definir los detalles específicos del caso, entre ellos, los siguientes:

- **El análisis de negocios:** Un análisis de negocios consiste en establecer las estrategias de distribución y de *ecommerce*, y en llevar a cabo un análisis

más profundo de la competencia. El propósito de este paso es empezar a elaborar una hoja de ruta del producto definida con claridad.

- **Propuesta de valor:** La propuesta de valor es el problema que se resuelve con el producto. Piensa qué es lo que lo diferencia de otros productos del mercado. Este valor puede ser útil para la investigación de mercado y para desarrollar la estrategia de marketing.
- **Métricas de éxito:** Para poder evaluar y medir el éxito una vez que se lanza el producto, será esencial tener en claro cuáles son las métricas de éxito. ¿Hay métricas clave que quieres mirar? Podrían ser KPI básicos como el valor promedio de los pedidos o algo más específico como los objetivos personalizados importantes dentro de tu organización.
- **Estrategia de marketing:** Una vez que hayas identificado la propuesta de valor y las métricas de éxito, inicia una lluvia de ideas sobre la estrategia de marketing que mejor se ajuste a tus necesidades. Analiza por qué canales quisieras promocionar el producto (como en redes sociales o publicaciones en blogs). Si bien puede hacer falta revisar la estrategia dependiendo de cuál sea el producto final, siempre es una buena idea empezar a pensar en esto durante la definición del producto para planificarlo con anticipación.

Una vez que ya se hayan definido las ideas, será hora de empezar a elaborar el producto mínimo viable (MVP) con el prototipo inicial.

### 3. Elaboración del prototipo

El tercer paso del proceso de desarrollo de producto es el prototipado. Durante la etapa de elaboración del prototipo, el equipo investigará y documentará el producto exhaustivamente con la creación de un plan de negocios detallado y la construcción del producto.

Los prototipos, en las etapas iniciales, pueden ser tan simples como un dibujo o algo más complejo como una reproducción informática del diseño inicial. Estos prototipos te ayudan a identificar las áreas en riesgo antes de crear el producto.

Durante la etapa de elaboración del prototipo, trabajarás con detalles específicos como los siguientes:

- **La investigación de riesgos del mercado:** Es muy importante analizar cualquier riesgo potencial asociado con la producción del artículo antes de crearlo físicamente. De este modo, evitarás que el lanzamiento se frustre más adelante. También servirá para no olvidarte de comunicar los riesgos al equipo, ya que quedarán documentados en un registro de riesgos.
- **La estrategia de desarrollo:** A continuación, podrás empezar a trabajar con el plan de desarrollo. En otras palabras, comprenderás cómo se asignarán las tareas y cuál será el cronograma de esas tareas. Una manera en la que puedes planificar las tareas y estimar cuál será el cronograma es mediante la aplicación del método de la ruta crítica.
- **El análisis de viabilidad:** El siguiente paso del proceso es evaluar la estrategia para el producto con base en la viabilidad. Determina si la cantidad de trabajo y el cronograma estimado son realmente posibles de cumplir. De no ser así, modifica las fechas según corresponda y pide ayuda y la participación de otros integrantes.
- **El producto mínimo viable (MVP):** El resultado final de la etapa de elaboración del prototipo es el producto mínimo viable (MVP). Piensa en el MVP como en un producto que cumple con las características necesarias como para presentarlo en un lanzamiento y que no tiene nada que exceda lo que es estrictamente necesario para que funcione. Por ejemplo, una bicicleta MVP puede tener un cuadro de bicicleta, las ruedas, un asiento, pero tal vez no tenga el timbre ni la cesta. Con la creación de un MVP puedes ayudar a que el equipo elabore todas las características deseadas y evite retrasar el cronograma de lanzamiento. Las demás funciones deseadas se podrán agregar más adelante cuando haya disponibilidad horaria y de capacidad productiva.

Llegó la hora de empezar a diseñar el producto para el lanzamiento al mercado.

## Plantillas gratuitas para equipos de productos

## 4. Diseño inicial

Durante la fase de diseño inicial, los participantes del proyecto trabajan juntos para producir un modelo (*mockup*) del producto basado en el prototipo MVP (producto mínimo viable). El diseño de un producto nuevo se debería crear con una audiencia objetivo en mente y habría que complementarlo con las funciones clave del producto nuevo.

Un buen diseño de producto puede requerir de varias iteraciones hasta que quede bien. Además, también puede hacer falta comunicarse con los distribuidores para conseguir los materiales necesarios para el diseño.

Para producir el diseño inicial, harás lo siguiente:

- **Obtener los materiales:** Para el diseño del modelo inicial, la obtención de los materiales es de suma importancia. Puede implicar que haya que trabajar con muchos proveedores, hacer los pedidos de los materiales o incluso crear los tuyos propios. Como pueden provenir de distintos lugares, deberías documentar la información con respecto al uso de materiales en un espacio compartido que permita hacer consultas más adelante en caso de ser necesario.
- **Conectarte con todos los involucrados:** Las comunicaciones estrechas durante la fase de diseño son esenciales para verificar si el diseño inicial avanza por el camino correcto. Comparte informes del progreso con frecuencia semanal o diaria, para comunicar las novedades y obtener las aprobaciones que sean necesarias.
- **Recibir los comentarios iniciales:** Cuando el diseño esté terminado, pídeles a los directivos y a los demás involucrados en el proyecto que aporten sus comentarios iniciales. Después, puedes revisar el diseño del producto según sea necesario hasta que el diseño final esté listo para su desarrollo e implementación.

Una vez que el diseño esté aprobado y listo para ser entregado, avanza con la



tase de validacion para el testeo final previo al lanzamiento del producto.

## 5. Validación y pruebas

Para que el producto salga al mercado, primero hay que validarlo y probarlo. De este modo, se garantiza que todas las etapas del producto, desde el desarrollo al marketing, funcionan de manera efectiva antes de lanzarlo al público.

Para garantizar la calidad del producto, haz lo siguiente:

- **Desarrollo del concepto y pruebas:** Puedes haber diseñado con éxito el prototipo, pero aun así necesitas repasar cualquier problema que pueda surgir durante el desarrollo del concepto. Podría incluir el desarrollo de un software o la producción física de un prototipo inicial. Prueba la funcionalidad con la ayuda de otros miembros del equipo y de evaluadores de la versión beta a fin de garantizar la calidad del desarrollo.
- **Pruebas de la interfaz de usuarios (front-end):** Durante esta etapa, se prueban las funciones de la interfaz del usuario para detectar riesgos en el código de desarrollo o errores que afecten al consumidor. Se incluyen la verificación de las funcionalidades para *ecommerce* y garantizar que todo esté estable para el lanzamiento.
- **Pruebas de marketing:** Antes de empezar a producir el producto final, prueba el plan de marketing para comprobar las funcionalidades y detectar errores. También es el momento de asegurarse de que todas las campañas estén debidamente preparadas y listas para el lanzamiento.

Un vez que las pruebas iniciales se hayan finalizado, estará todo listo para empezar a producir el concepto del producto final y para presentarlo a los clientes.

## 6. Comercialización

Es el momento en el proceso de desarrollo de producto de comercializar el concepto, incluye lanzar el producto e implementarlo en tu sitio web.

Hasta ahora, has finalizado el diseño y has comprobado la calidad del desarrollo y la estrategia de marketing. Deberías sentirte confiado de que la iteración final resultará bien y estar listo para la producción final.

En esta etapa deberías trabajar con lo siguiente:

- **Desarrollo del producto:** Es la creación física del producto que se lanzará a los clientes. Para los conceptos de software puede ser necesario ocuparse de la producción o llevar a cabo algún desarrollo extra. Bríndale al equipo el prototipo final y la información sobre las iteraciones del MVP para que el producto cumpla con las especificaciones correctas.
- **Implementación de *ecommerce*:** Una vez que se haya desarrollado el producto estará todo listo para el lanzamiento. El equipo de Desarrollo pondrá los materiales de *ecommerce* en estado activo. Puede ser necesario hacer más pruebas para garantizar que el producto ya en circulación funcione como fue previsto durante la fase anterior de pruebas de la interfaz de usuarios

El producto final se ha lanzado. Lo que resta es medir los resultados con las métricas de éxito iniciales que preparaste.

### Plantilla gratuita para lanzamientos de marketing

## Ejemplos del proceso de desarrollo de producto

Ahora que entiendes cuáles son las seis etapas del ciclo de vida del producto, inspírate con ejemplos del mundo real. Descubre algunas de las estrategias más exitosas para desarrollo de productos de empresas emergentes icónicas.

## Ejemplo 1: Figma expande las funciones de su producto

- Fundada en 2012, Figma fue la primera herramienta profesional para diseño de interfaces de usuarios integrada en su totalidad en un navegador. Hoy en día, Figma ha crecido hasta transformarse en una de las empresas líderes en aplicaciones web de diseño.

Su misión es hacer que el diseño sea accesible para todos y ayudar a despertar la creatividad. Algo que han demostrado cumplir, porque agregan continuamente funciones nuevas a los productos (como las de flujos múltiples, el cronómetro para lluvias de ideas y la pizarra interactiva), por haber coordinado lanzamientos de software con éxito y por haber logrado generar confianza gracias a la transparencia con la que trabajan.

*Lee nuestro estudio de caso para entender cómo ha hecho Figma para gestionar los trabajos pendientes con Asana.*

## Ejemplo 2: Uber ofrece una solución a un nicho del mercado que estaba vacante

- Si bien es cierto que hoy en día pensamos en Uber como uno de los servicios de traslados compartidos más grandes del mundo, no siempre fue así. Ellos también empezaron con una estrategia de productos atractiva que los convirtió en la empresa innovadora que son ahora.

La estrategia de Uber comenzó por ofrecer una solución a un nicho del mercado que estaba vacante en el sector de taxis: crear un proceso de asistencia para contratar traslados con un proceso de pagos simplificado. Pero no se detuvieron allí: siguieron innovando su portafolio de productos con el desarrollo de niveles de traslados que van de lo más lujoso a lo más económico.

Si bien cada situación varía un poco, con la estrategia correcta para cada producto, tu también puedes crear un portafolio innovador.

# ¿Quiénes forman parte del equipo de

# Desarrollo de Productos?

Hay muchas personas y varios equipos que colaboran en el proceso de desarrollo de productos. El líder principal es el gerente de Producto que supervisa todas las tareas relacionadas con el producto en sí, como la ideación, las investigaciones, el desarrollo y el lanzamiento del producto.

Otros participantes importantes son los siguientes:

- **Los gerentes de Producto:** Un gerente de Producto supervisa todos los aspectos del ciclo de vida del producto y trabaja para salvar las diferencias de comunicación entre los distintos equipos internos y externos. El gerente de Producto trabaja para dar inicio a los lanzamientos de productos nuevos y

comienza con la ideación y la investigación de mercado.

- **Los gerentes de proyectos:** Un gerente de proyectos puede participar en el proceso de desarrollo de productos para ayudar a la comunicación entre distintos departamentos. También podría colaborar con la delegación de tareas y el seguimiento de los objetivos.
- **El equipo de Diseño:** El equipo de Diseño ayuda durante las fases de elaboración del prototipo y de diseño con para apoyar el concepto del producto visual. Es muy importante lograr conectar los diseños de los productos con las pautas de la marca y las mejores prácticas sobre la experiencia del usuario.
- **El equipo de Desarrollo:** El equipo de Desarrollo colabora con la implementación de productos en el sitio web. Por lo general, el equipo de desarrolladores trabaja unido para elaborar la oferta de algún producto nuevo, dependiendo de la complejidad del concepto.
- **El equipo de Marketing:** El equipo de Marketing brindará asistencia con el desarrollo de la estrategia de marketing y con las pruebas antes de que el producto salga a la venta. También medirá el éxito de las iniciativas de marketing.
- **El equipo de Ventas:** El gerente de Producto trabaja con el equipo de Ventas para llegar a una estrategia efectiva e informar las métricas de éxito después de que el producto se ha implementado.
- **Equipo directivo:** Es probable que los directivos deban otorgar la aprobación final antes de que el producto se pueda lanzar al mercado.

Además de estos roles tan importantes, hay otras personas o equipos que pueden participar, como el de Finanzas o Ingeniería. Todos pueden cumplir un rol particular en el proceso dependiendo de la complejidad del concepto .

**Lee: ¿Cuál es la diferencia entre el gerente de Producto y el gerente de proyectos?**

¿Qué es tu portafolio cruzado gracias al

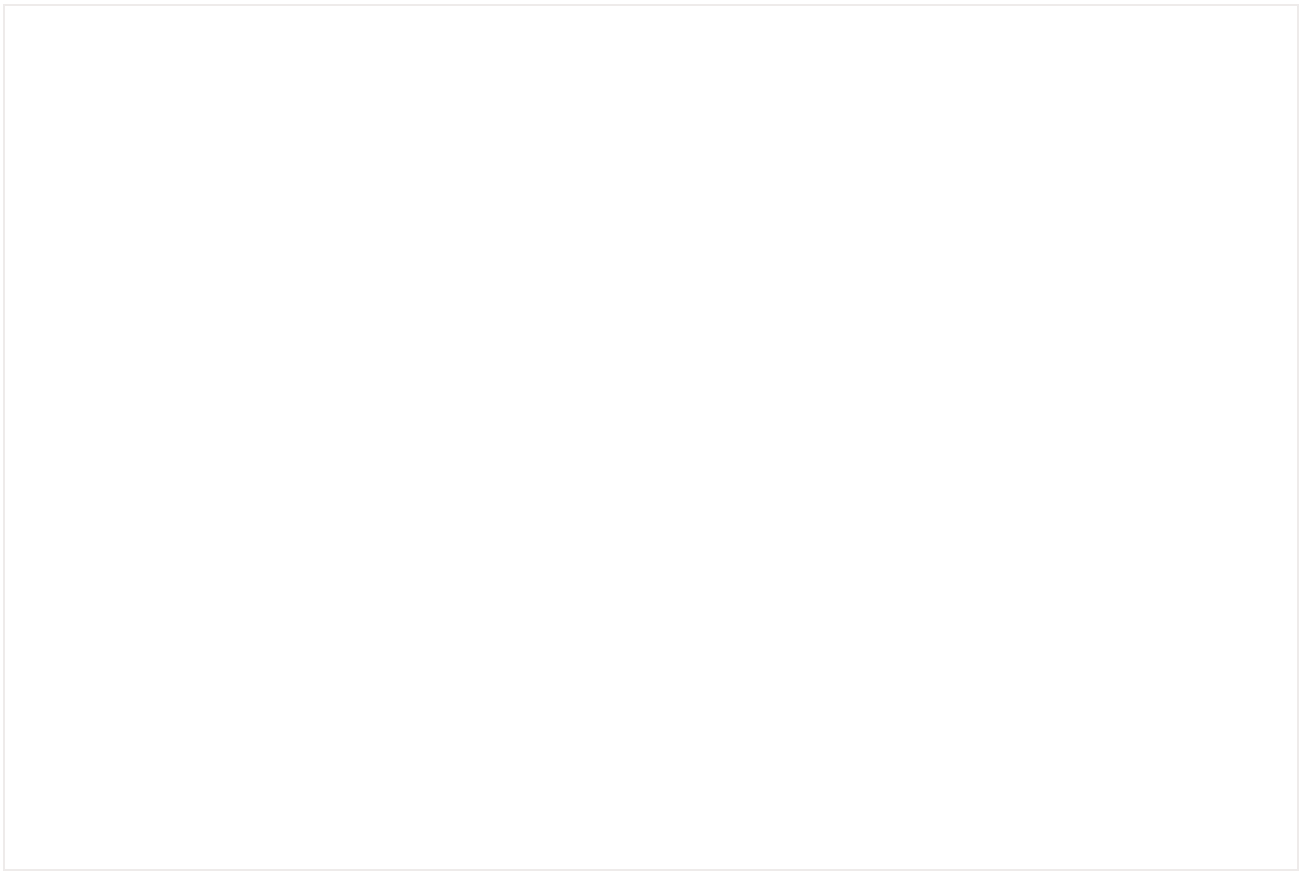
# Haz que tu portafolio crezca gracias al desarrollo de productos

El proceso correcto de desarrollo de productos puede ayudarte a optimizar cada paso con tareas organizadas y colaboración en equipo. Las seis etapas descritas anteriormente servirán para guiar al equipo a través de los pasos del proceso, desde el análisis de las ideas iniciales a la fase de desarrollo.

Coordina las tareas y organiza el proceso de desarrollo de productos con Asana para la gestión de productos. Asana te permite colocar los productos en el mercado más rápido gracias a que puedes dar seguimiento a la gestión de recursos y aplicar la planificación simplificada.

**Prueba Asana para gerentes de productos**

## Recursos relacionados

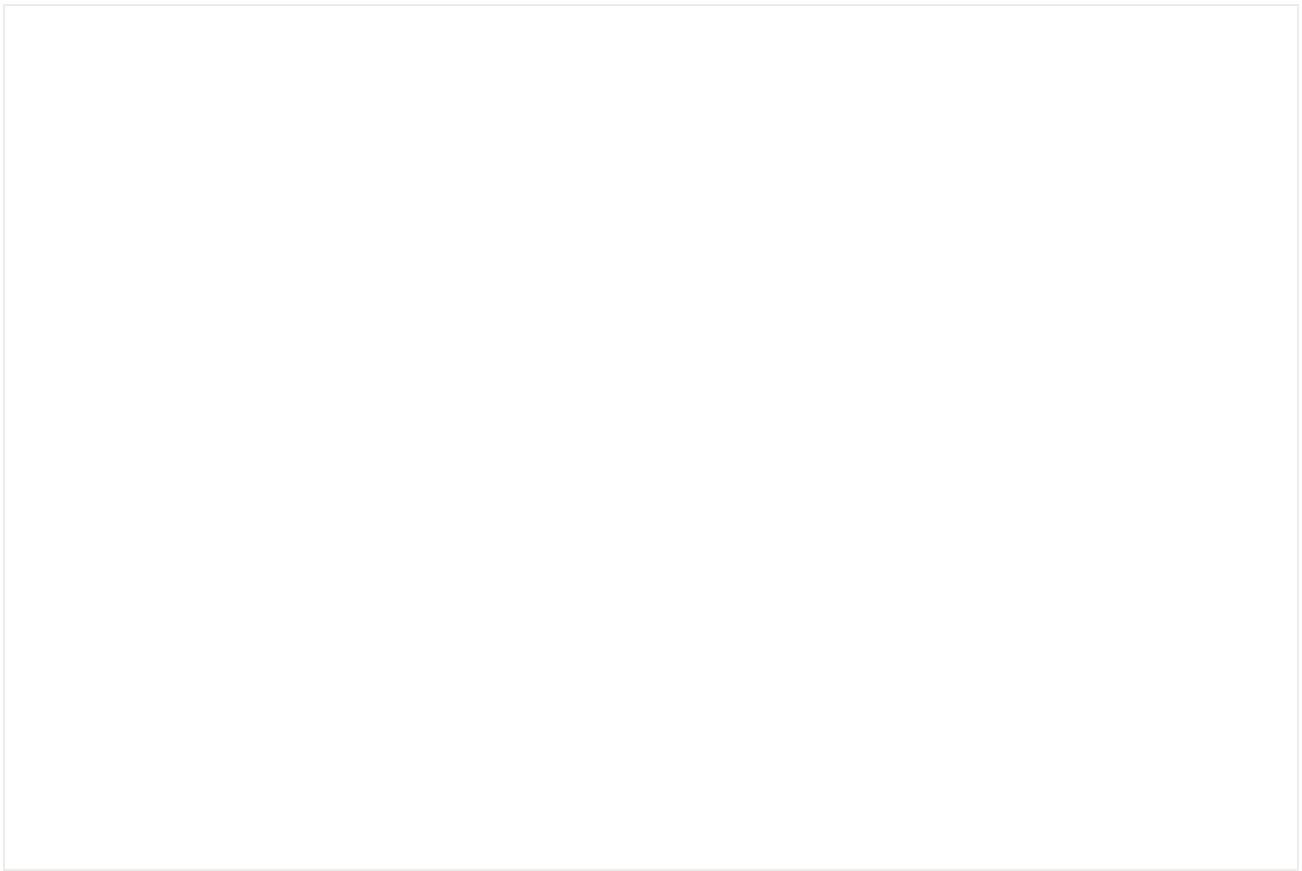


ARTÍCULO

## Conoce a fondo las 4 ceremonias ágiles

Sarah Laoyan

6 de enero de 2023 • 7 min de lectura



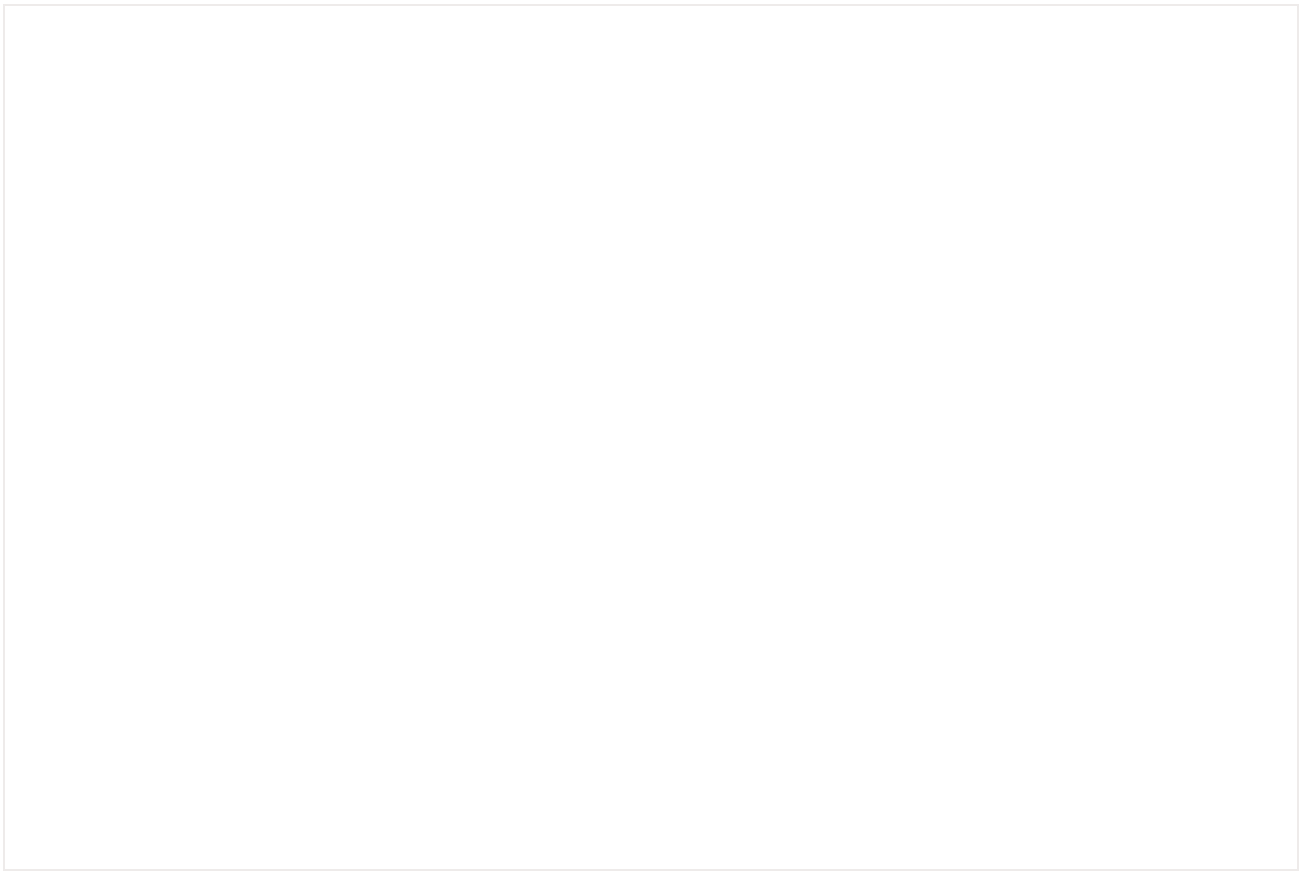
ARTÍCULO

## 5 responsabilidades clave del Product Owner

Caeleigh MacNeil

3 de enero de 2023 • 11 min de lectura



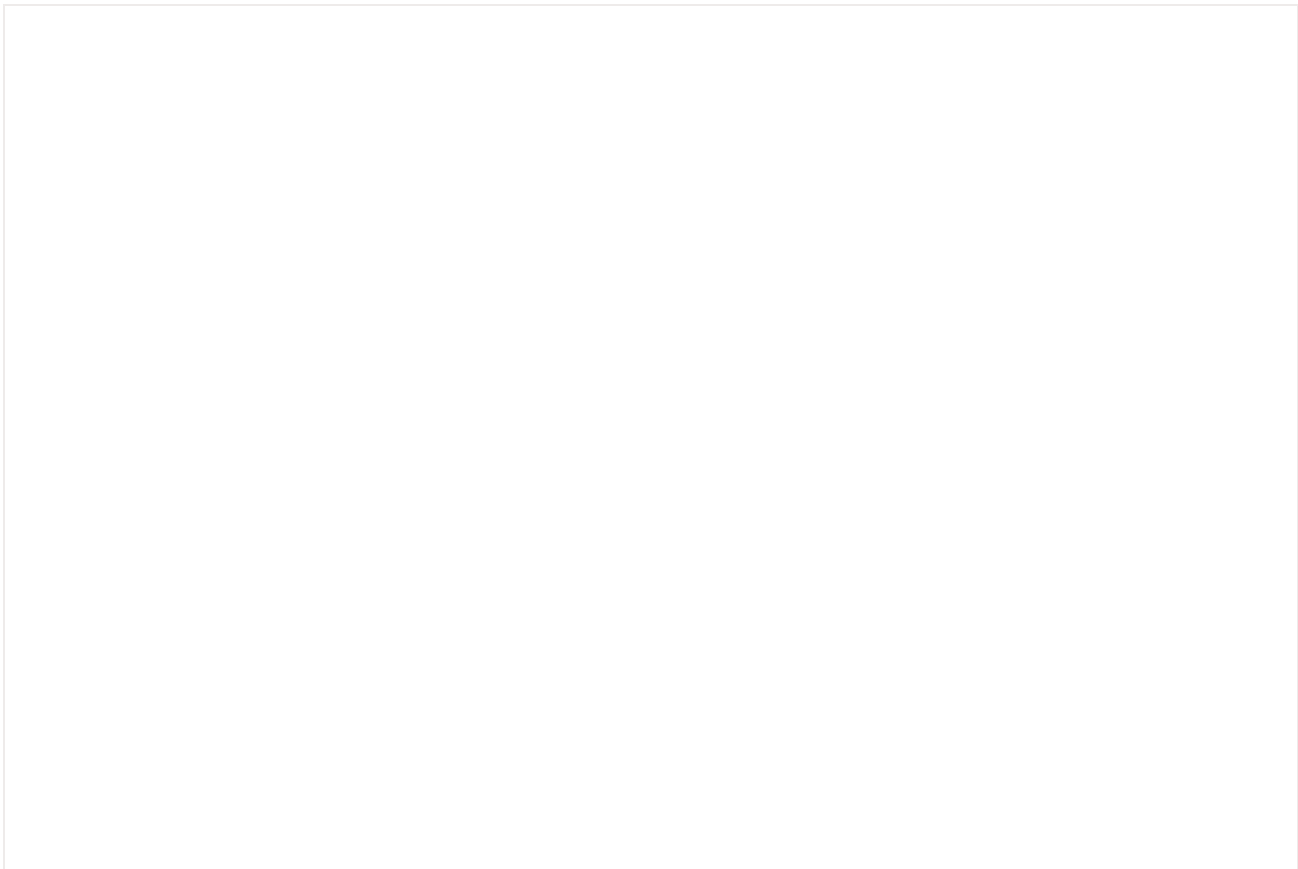


ARTÍCULO

## Planning poker: la estrategia integral para la estimación ágil

Sarah Laoyan

19 de diciembre de 2022 • 4 min de lectura



ARTÍCULO

## What is an Agile epic? Do you need one?

Alicia Raeburn

10 de diciembre de 2022 • 6 min de lectura