

EL DECK QUE TODO PRODUCT OWNER DEBERÍA TENER ANTES DEL SPRINT 1

7 PREGUNTAS PODEROSAS PARA ALINEAR AL EQUIPO
EVITAR DESPERDICIO Y CONECTAR CON EL NEGOCIO.

AGILE
THINKING

www.agilethinking.com.mx

Ser Product Owner no es solo gestionar un backlog.

Es facilitar claridad antes de que el equipo escriba una sola línea de código.

Este Deck es una herramienta inspirada en el clásico Inception Deck de Jonathan Rasmusson, adaptado para el contexto real de los equipos ágiles de hoy.

Está compuesto por 7 preguntas poderosas que te ayudarán a:

www.agilethinking.com.mx



ALINEAR AL EQUIPO DESDE EL PROPÓSITO



EVITAR MALENTENDIDOS Y CONFLICTOS DE EXPECTATIVAS



VISUALIZAR EL PRODUCTO ANTES DE CONSTRUIRLO



REDUCIR DESPERDICIO Y RETRABAJO



CONECTAR CADA SPRINT CON EL IMPACTO DE NEGOCIO

● NO ES TEORÍA, ESTE MISMO DECK ME AYUDÓ A DISEÑAR MI CURSO DE PRODUCT OWNER. FUE LA BASE PARA ESTRUCTURAR VISIÓN, IMPACTO Y ROADMAP. ✨



¿Por qué necesitas este Deck?

MUCHOS EQUIPOS ARRANCAN PROYECTOS CON ENTUSIASMO... PERO SIN DIRECCIÓN.
NO HAY UNA VISIÓN CLARA.
NO SABEN PARA QUIÉN ESTÁN CONSTRUYENDO.
TAMPOCO QUÉ VAN A ENTREGAR NI QUÉ NO.

¿RESULTADO?

SPRINTS CAÓTICOS, RETRABAJO, FRUSTRACIÓN Y ENTREGAS QUE EL NEGOCIO NO
VALIDA.

 **70% de los productos fallan no por falta de tecnología, sino por no entender
bien el problema del cliente.** — CB Insights, Top Reasons Startups Fail

ESTE DECK FUE DISEÑADO PARA PRODUCT OWNERS QUE NO QUIEREN IMPROVISAR,
SINO ALINEAR, ENFOCAR Y CONSTRUIR VALOR DESDE EL DÍA 1.

TE AYUDA A RESPONDER LAS 7 PREGUNTAS QUE NADIE ESTÁ HACIENDO... PERO QUE
TODOS NECESITAN RESPONDER.

Las 7 Cartas que todo PO debería tener antes del Sprint 1

Este es el resumen visual de las 7 cartas que conforman tu Deck.

Cada una es una pregunta poderosa que, si se responde bien, puede ahorrarte semanas de retrabajo, confusión y frustración

1 ¿POR QUÉ ESTAMOS AQUÍ?



Conectar con el propósito y alinear intenciones

2 CAJA DEL PRODUCTO



Definir los límites y el contenido esperado

3 HAZ VER LA SOLUCIÓN



Visualizar cómo lucirá el producto o flujo

4 SÉ CLARO CON LO QUE VAS A DAR



Alinear expectativas sobre entregables y condiciones

5 ELEVATOR PITCH



Sintetizar el valor del producto en una sola frase

6 LISTA DE NO'ES



Aclarar lo que no se entregará (y evitar drama futuro)

7 QUÉ NOS QUITA EL SUEÑO



Identificar riesgos desde el arranque

EN LAS SIGUIENTES SECCIONES VEREMOS CÓMO APLICAR CADA UNA, CON EJEMPLOS REALES Y CONSEJOS DE FACILITACIÓN.

¿Por qué estamos aquí?



¿QUÉ ES?

Es la pregunta más poderosa y más ignorada.

Sirve para descubrir el propósito del proyecto: ¿Qué problema queremos resolver? ¿Qué impacto esperamos lograr?

Si no sabes por qué estás aquí, todo lo demás pierde sentido.

El backlog se vuelve un listado de tareas sin alma.



¿CUÁNDO USARLA?

Al inicio de un nuevo producto, proyecto o Sprint 0 (si existiera)

Cuando el equipo se siente desconectado o desmotivado

Al recibir una solicitud ambigua del negocio



CONSEJO CLAVE

No la respondas solo.

Facíltala como una conversación colectiva.

Cuando todos entienden el “por qué”, el compromiso y la creatividad se disparan.



¿CÓMO APLICARLA?

1. Junta a stakeholders clave y al equipo.

2. Lanza la pregunta:

“¿Por qué vale la pena dedicar tiempo, dinero y energía a este producto?”

3. Recoge respuestas en post-its o Miro/Mural.

4. Busca patrones y sintetiza en 1–2 frases poderosas.

💬 Ejemplo de resultado:

“Estamos aquí para reducir el tiempo de respuesta al cliente de 3 días a 3 horas, mejorando su experiencia y evitando cancelaciones.”

Elevator Pitch



¿QUÉ ES?

Es una frase corta y clara que explica tu producto como si tuvieras 30 segundos para venderlo.

Ayuda a que todos (equipo, stakeholders, cliente) entiendan rápidamente qué están construyendo, para quién y por qué importa.

Si tu equipo no puede explicar el producto en una frase... no está claro todavía.



¿CUÁNDO USARLA?

Al inicio del proyecto o de un nuevo producto

Cuando hay visiones distintas entre stakeholders

Para presentar el producto a personas nuevas



CONSEJO CLAVE

Haz que el equipo la escriba junto.

Evita jergas técnicas o frases vacías como “una solución innovadora”. La claridad nace de la conversación, no de PowerPoints.



¿CÓMO APLICARLA?

Usa esta fórmula simple:

“Para [usuario objetivo], que [necesidad], el [nombre del producto] es un [tipo de producto] que [beneficio clave]. A diferencia de [alternativa], nuestro producto [ventaja diferencial].”

Ejemplo:

“Para padres que trabajan y no tienen tiempo de cocinar, nuestra app de menús inteligentes es una plataforma que les permite planear comidas sanas en 10 minutos. A diferencia de apps genéricas, esta se adapta a sus gustos y horarios.”

Caja del Producto



¿QUÉ ES?

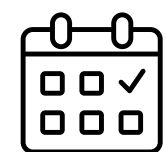
Es una metáfora visual:

Imagina que tu producto es una caja que se vende en un estante.

¿Qué pondrías en la portada? ¿Qué destacarías atrás?

¿Qué lo hace irresistible?

Esta técnica ayuda a definir el alcance, los beneficios y las promesas clave del producto de forma concreta y enfocada en el valor.



¿CUÁNDO USARLA?

Al definir qué incluir (y qué no) en la primera versión del producto

Cuando el equipo está disperso sobre qué están entregando

Al preparar una demo o presentación ejecutiva



CONSEJO CLAVE

No te tomes esta dinámica como un pitch de marketing.

Se trata de alinear percepción interna del producto, no de venderlo.

Hazla divertida: colores, íconos, hasta stickers... ¡desbloquea la creatividad!



¿CÓMO APLICARLA?

1. Dibuja una caja o usa una plantilla en Miro/Canva.
2. Divide en 3 secciones:
 - a. Frente de la caja: nombre + gancho principal del producto
 - b. Lado derecho: 3 beneficios o características clave
 - c. Parte trasera: detalles técnicos o lo que hace que funcione
3. Haz que el equipo complete juntos la caja.
4. Luego pregunta:
5. “¿Esto es algo que comprarías? ¿Qué falta? ¿Qué sobra?”

Ejemplo:

Producto: “Planifica Fácil”

Frente: “Planifica tu semana en minutos”

Lado: Notificaciones inteligentes | Tareas automáticas |

Integración con calendario

Parte trasera: Hecho para líderes de equipo remoto

Lista de NOes



¿QUÉ ES?

Es una lista explícita de lo que el producto NO va a incluir.

Sirve para prevenir malentendidos, gestionar expectativas y evitar que el backlog se llene de “caprichitos” a mitad del Sprint.

Decir “NO” a tiempo es una de las habilidades más valiosas de un PO.



¿CUÁNDO USARLA?

Justo antes de iniciar el Sprint 1

Al establecer acuerdos con stakeholders

Cuando el alcance del producto está creciendo sin control (scope creep)



CONSEJO CLAVE

La lista de NOes te da autoridad como PO.

No como alguien que limita... sino como alguien que cuida el enfoque del equipo y del producto.

Recuérdalo: “Lo que no se dice, se da por hecho.”

Evita dolores de cabeza con esta carta.



¿CÓMO APLICARLA?

1. Reúne al equipo + negocio y plantea la pregunta:
 - a. “¿Qué funcionalidades o temas no serán parte del alcance de este producto/version?”
2. Escribe sin filtros todo lo que NO se hará (por ahora).
3. Revisa si hay diferencias entre lo que el negocio esperaba y lo que el equipo entendía.
4. Valida con el Product Owner y stakeholders.

Ejemplo:

- ✗ No incluye reportes personalizados en esta versión
- ✗ No está pensado para usuarios fuera de LATAM
- ✗ No tendrá login con redes sociales

Haz ver la solución



¿QUÉ ES?

Es el momento de hacer tangible la idea del producto.

Sirve para alinear al equipo en cómo se verá, cómo funcionará y cómo interactuarán los usuarios con él.

Ver lo mismo... nos ayuda a construir lo mismo.

Puede ser un boceto, un flujo simple, un mockup o incluso una demo previa. No se trata de perfección, sino de claridad visual compartida.



¿CUÁNDO USARLA?

Justo antes de iniciar el diseño o desarrollo

Al presentar el producto a nuevos integrantes

En sesiones de refinamiento para validar comprensión del producto



CONSEJO CLAVE

Una imagen vale más que 10 reuniones.

Haz esta carta visual, colaborativa y editable.

Invita al equipo técnico, de UX y negocio a contribuir con ideas... porque todos ven cosas distintas.



¿CÓMO APLICARLA?

1. Usa herramientas como Figma, Draw.io, Miro, Canva, incluso papel.
2. Pide a alguien del equipo (o tú como PO) crear un mockup, sketch o flujo de pantallas.
3. Muéstralo al grupo y valida:
 - a. "¿Esto es lo que teníamos en mente?"
 - b. "¿Esto ayuda a entender lo que vamos a construir?"
4. Ajusten juntos si hay diferencias de interpretación.

🗨 Ejemplo:

- **Un flujo simple de cómo un usuario crea un perfil en la app**
- **Boceto de 3 pantallas clave para un MVP**
- **Un mapa de navegación con las secciones del producto**

Qué nos quita el sueño



¿QUÉ ES?

Es una conversación abierta para identificar riesgos, miedos, dudas y dependencias que podrían afectar el éxito del producto o del equipo.

Si algo te está quitando el sueño... mejor dilo antes de que se convierta en pesadilla durante el Sprint.

Esta carta fomenta la transparencia y permite crear estrategias de mitigación desde el día uno.



¿CUÁNDO USARLA?

Antes de arrancar el desarrollo del producto

Al notar señales de desconfianza o silencio incómodo en el equipo

Cuando hay presión externa por fechas, recursos o cambios



CONSEJO CLAVE

Los grandes problemas nacen de lo que no se dijo a tiempo.

... Puedes cerrar la dinámica con un mensaje como:

“Ahora que sabemos lo que nos preocupa, podemos trabajar con más foco y menos miedo.”



¿CÓMO APLICARLA?

1. Crea un espacio seguro y deja claro que aquí no se busca “culpar” a nadie.
2. Haz preguntas como:
 - a. “¿Qué es lo que más nos preocupa en este momento?”
 - b. “¿Qué podría salir mal y aún no hemos hablado?”
 - c. “¿Hay dependencias o incertidumbres que no controlamos?”
3. Registra todos los puntos y clasifícalos:
 - a. Riesgos técnicos
 - b. Riesgos de negocio
 - c. Riesgos de equipo
4. Define acciones o responsables para mitigar los principales.

... Ejemplo:

- ⚠ “El backend aún no está definido, eso puede frenar el frontend.”
- ⚠ “No tenemos contacto directo con el usuario final.”
- ⚠ “Hay presión por lanzar en una fecha fija, pero sin backlog claro.”

Sé claro con lo que vas a dar



¿QUÉ ES?

Es dejar por escrito, y en común acuerdo, qué entregables se esperan, en qué condiciones y con qué criterios de éxito.

Ayuda a alinear expectativas entre negocio y equipo desde el inicio.

Si no defines qué significa “hecho”... nunca sabrás si cumpliste.



¿CUÁNDO USARLA?

Antes de iniciar el Sprint 1

Al negociar con el cliente o sponsors

En cualquier momento donde se detecte ambigüedad sobre los entregables



CONSEJO CLAVE

Claridad no es rigidez.

Esta carta no es para encasillar al equipo, sino para establecer acuerdos realistas que permitan entregar valor con confianza.

📌 Pro tip: Usa una Definición de Done visual en Miro o Canva.

Ayuda mucho más que una lista oculta en Confluence.



¿CÓMO APLICARLA?

1. Usa esta carta para definir tres cosas:
 - a. ¿Qué se entregará exactamente? (funcionalidades, alcances, versiones)
 - b. ¿Cómo se validará? (criterios de aceptación, pruebas, demos)
 - c. ¿Con qué nivel de calidad o detalle? (Definición de Done)
2. Asegúrate de que tanto el equipo como los stakeholders entiendan y aprueben.
3. Documenta y vuelve a ella al cierre de cada Sprint.

🗨 Ejemplo:

✓ “La app deberá permitir registrar pedidos desde el móvil, incluyendo validación de stock, envío de confirmación y guardado en base de datos.”

✓ “Consideramos entregado si pasa pruebas funcionales, es navegable en Android y está documentado en Confluence.”



Bonus – Deck con ChatGPT

Tener las preguntas es poderoso.

Pero tener a alguien que te ayude a facilitarlas, convertirlas en prompts o incluso preparar tu próxima sesión... es nivel experto.

Aquí te mostramos cómo ChatGPT puede ayudarte a sacarle el máximo provecho a este Deck 🙌

AI Personal Assistant

Prompt

...

Carta	Cómo te ayuda ChatGPT
¿Por qué estamos aquí?	Te ayuda a sintetizar el propósito en frases potentes o en storytelling.
Elevator Pitch	Le das contexto y genera versiones del pitch para diferentes públicos.
Caja del Producto	Puedes pedirle que cree una descripción atractiva + beneficios + tabla técnica.
Lista de NOes	Te ayuda a redactar de forma clara y asertiva lo que está fuera del alcance .
Haz ver la solución	Le describes la funcionalidad y genera flujos de usuario o wireframes básicos.
Qué nos quita el sueño	Puedes listar tus riesgos y pedirle que los clasifique y sugiera planes de mitigación.
Qué se va a dar	Te apoya a redactar criterios de aceptación, definición de Done y acuerdos de calidad.

💬 Ejemplo de prompt sencillo:

“ChatGPT, estoy facilitando un Inception para un producto de e-learning. ¿Me ayudas a redactar la respuesta a ‘¿Por qué estamos aquí?’ desde la perspectiva del negocio y del usuario?”

¿Listo para llevar tu rol de Product Owner al siguiente nivel?

Ya tienes el Deck.

Ya sabes hacer las preguntas correctas.

Ahora es momento de convertirte en un PO estratégico que conecta negocio, equipo y valor real.

En nuestro programa Product Owner de Agile Thinking aprenderás a:

- ✓ Definir y refinar un Product Backlog enfocado en impacto
- ✓ Priorizar con técnicas probadas (WSJF, MoSCoW, RICE...)
- ✓ Conectar tu backlog con los OKRs del negocio
- ✓ Facilitar sesiones de descubrimiento como un pro
- ✓ Y sí... también a sobrevivir stakeholders intensos con gracia 😊



**RESERVA TU
LUGAR AQUÍ**



**CONTÁCTANOS
VÍA WHATSAPP**

Porque un buen backlog se escribe con el equipo...

Pero un gran Product Owner se forma con visión 💡



EL DECK QUE TODO PRODUCT OWNER DEBERÍA TENER ANTES DEL SPRINT 1