



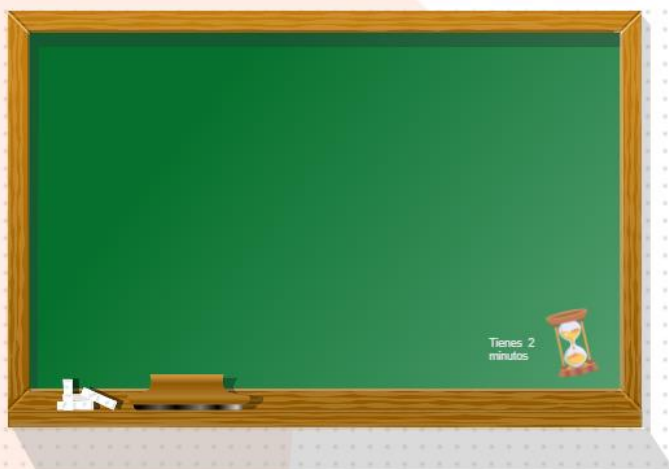
Formulación de Proyectos

MÉTODO INCEPTION

1 POR QUÉ ESTAMOS AQUÍ

Pasos para ejecución:

1. Bienvenida al espacio
2. Objetivo: se explica el propósito que tiene este paso y el porqué de alinear
3. Presentación de cada una de las personas, nombre y rol (1 min por persona)
4. Preguntar por qué creen que están en el espacio (1 a 2 min por persona), se dan dos minutos para que cada persona escriba en un post-it
5. Socializar y llegar a consenso. Para que la comunicación fluya, se utilizan técnicas de facilitación como World Coffee, entre otras.



Propósito de la técnica:

Da al equipo el contexto que necesita para tomar las decisiones necesarias y asegurar que todos los asistentes tengan un entendimiento general del proyecto.

2 ELEVATOR PITCH

Pasos para ejecución:

Define quién eres: Simplemente implica redactar una frase sobre tu ocupación. Puedes referirte a ti mismo como consultor de empresas, emprendedor, ingeniero informático y más.

Describe lo que haces: En este paso, puedes aprovechar la declaración de misión y la lista de productos o servicios del negocio como guía. Se trata de escribir un par de oraciones sobre lo que haces cada día en tu ambiente laboral y exponer brevemente cómo funcionan tus estrategias.

Detalla a tu cliente ideal: Toma como referencia al público objetivo de tu empresa para anotar 1 o 2 frases sobre el perfil de tus clientes modelo. En caso de que éstos apuesten por el team-building, se recomienda indicar cuándo y por qué podrían tener esas necesidades.

Resalta tus diferencias: Es posible que tengas una estrategia poco común o hayas superado situaciones trascendentales que vale la pena compartir. Para este paso es importante resaltar lo que te diferencia de quienes hacen lo mismo que tú. Sugiere un seguimiento. Con la idea de que el interlocutor quiera saber más sobre tu propuesta, hazle saber dónde puede encontrarte (redes sociales, web, blog, etc.). Simplemente le informas sobre los medios que puede usar para seguir la conversación o agendar una reunión más extensa.

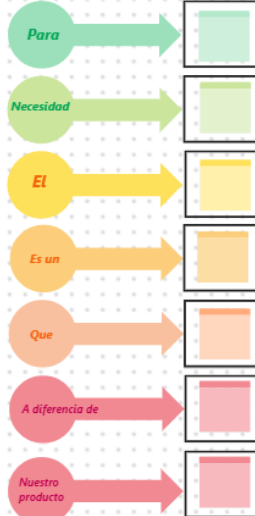
Lanza un gancho para crear más compromiso: Utilizando una o dos oraciones, explica cómo tus estrategias pueden generar ganancias. Esto implica dar algunos datos verificables sobre la rentabilidad de lo que estás ofreciendo para provocar

Propósito de la técnica:

En esta actividad realizamos una descripción breve de lo que es el producto, porque se está construyendo y para quienes está dirigido. Se utiliza el siguiente formato



Elevator pitch. Tienes 20 segundos - eduCaixa
www.youtube.com



2

ELEVATOR PITCH



Pasos para ejecución:

Define quién eres: Simplemente implica redactar una frase sobre tu ocupación. Puedes referirte a ti mismo como consultor de empresas, emprendedor, ingeniero informático y más.

Describe lo que haces: En este paso, puedes aprovechar la declaración de misión y la lista de productos o servicios del negocio como guía. Se trata de escribir un par de oraciones sobre lo que haces cada día en tu ambiente laboral y exponer brevemente cómo funcionan tus estrategias.

Detalla a tu cliente ideal: Toma como referencia al público objetivo de tu empresa para anotar 1 o 2 frases sobre el perfil de tus clientes modelo. En caso de que éstos apuesten por el team-building, se recomienda indicar cuándo y por qué podrían tener esas necesidades.

Resalta tus diferencias: Es posible que tengas una estrategia poco común o hayas superado situaciones trascendentales que vale la pena compartir. Para este paso es importante resaltar lo que te diferencia de quienes hacen lo mismo que tú. Sugiere un seguimiento. Con la idea de que el interlocutor quiera saber más sobre tu propuesta, hazle saber dónde puede encontrarte (redes sociales, web, blog, etc.). Simplemente le informas sobre los medios que puede usar para seguir la conversación o agendar una reunión más extensa.

Lanza un gancho para crear más compromiso: Utilizando una o dos oraciones, explica cómo tus estrategias pueden generar ganancias. Esto implica dar algunos datos verificables sobre la rentabilidad de lo que estás ofreciendo para provocar



EJEMPLO



Para	[los trabajadores de ESSA, clientes, posibles clientes, usuarios, comunidad, medio ambiente]
Necesidad	[quieren contar con un refrigerio sano, caliente y rico]
El	[tipo empanada horneada con rellenos diversos (veganos, proteínas saludables)]
Es un	[Snack de sal (tipo de producto)]
Que	[que les permite alimentarse sanamente y con oportunidad en el poco tiempo disponible en la jornada laboral]
A diferencia de	[las empanadas de la rotonda que no son tan saludables y no te llegan al puesto, estas se podrán pedir con anticipación]
Nuestro producto	[llega al puesto de trabajo y se puede ordenar por la app Mi Gente]

3

CAJA DE PRODUCTO

Pasos para ejecución:

1. Preparar materiales físicos para la creación de la caja de producto o un tablero digital para simularlo.
2. No hace falta obtener algo muy elaborado, simplemente preguntarse unas cuantas cosas:
 - * ¿Cuáles son las tres principales razones por las que las personas quisieran comprar este producto o servicio?
 - Nombre del producto/servicio, beneficios, impacto en el cliente
 - * Descripción del producto y funcionalidades generales
 - * Definir un slogan que capte el espíritu del producto o servicio
3. Diseñar la caja de producto, ubicando la información anterior, en las distintas caras del mismo.
4. Dejarla visible para el equipo, para cuando sea necesario revisar la visión del producto o servicio.

Propósito de la técnica:

Permite obtener una representación visual (física o digital), que transmita la visión y la esencia del producto o servicio.

BENEFICIOS / IMPACTOS

¿Cuáles son las tres principales razones por las que las personas quisieran comprar este producto o servicio?

NOMBRE PRODUCTO/SERVICIO

DESCRIPCIÓN / FUNCIONALIDADES

¿Cuáles son sus características principales?

SLOGAN

¿Cuál podría ser el slogan que represente el producto / servicio?

Pasos para ejecución

1. Dentro del alcance:

Cosas que vamos a hacer.
Características u objetivos
Es muy común que aquí se identifiquen las partes básicas del sistema como la gestión de usuarios o disponer de informes personalizados o funcionalidades automatizadas o complejas en esta fase.

2. Fuera del alcance:

Cosas que no vamos a hacer
Se harán a futuro o no están dentro del alcance.

3. Sin definir:

Cosas pendientes de decidir.

3 SECCIONES

Propósito de la técnica:

En esta actividad se delimitan las características del proyecto, indicando los ítems que definitivamente no están dentro del alcance de la solución o los que están sin resolver. Ayuda a acotar el alcance y centramos en lo que realmente es indispensable para el producto.

DENTRO DEL ALCANCE

FUERA DEL ALCANCE

SIN DEFINIR

4

QUÉ SÍ, 
QUÉ NO 

Propósito de la técnica:

Identificar los actores o áreas involucradas en el proyecto pensando además en su nivel de involucramiento con el mismo, con el fin de identificar con antelación con quiénes deben establecer relaciones, a quiénes deben informar sobre avances o cambios, y de este modo evitar impedimentos.

5

COMUNIDAD DEL PROYECTO

Pasos para ejecución:

- 1 Preparar un tablero digital o físico, con 3 círculos que se contienen uno al otro.
- 2 En la sesión de equipo, hacer una lluvia de ideas para que los asistentes identifiquen los actores involucrados en el proyecto, pueden ser personas, áreas o empresas.
- 3 Pida a los asistentes ubicar a los actores identificados, de acuerdo al grado de involucramiento en el proyecto, de la siguiente manera:
* **Centro:** Equipo de trabajo base
* **Círculos externos:** Los demás actores, teniendo en cuenta que entre más cercano al centro, más involucrados deben estar, y mientras más lejos menos involucrados estarán.



Lluvia de ideas

Bueno involucrar o informar

Necesario involucrar

Vital involucrar

Propósito de la técnica:

Identificar los actores o áreas involucradas en el proyecto pensando además en su nivel de involucramiento con el mismo, con el fin de identificar con antelación con quiénes deben establecer relaciones, a quiénes deben informar sobre avances o cambios, y de este modo evitar impedimentos.

COMUNIDAD DEL PROYECTO

Pasos para ejecución:

- 1 Preparar un tablero digital o físico, con 3 círculos que se contienen uno al otro.
- 2 En la sesión de equipo, hacer una lluvia de ideas para que los asistentes identifiquen los actores involucrados en el proyecto, pueden ser personas, áreas o empresas.
- 3 Pida a los asistentes ubicar a los actores identificados, de acuerdo al grado de involucramiento en el proyecto, de la siguiente manera:
* **Centro:** Equipo de trabajo base
* **Círculos externos:** Los demás actores, teniendo en cuenta que entre más cercano al centro, más involucrados deben estar, y mientras más lejos menos involucrados estarán.

6

HERRAMIENTAS PARA EL DESCUBRIMIENTO DEL PRODUCTO



Mapa de impacto

Propósito de la técnica:

* Técnica para la visualización de proyectos a alto nivel, ésta provee a los patrocinadores e interesados del proyecto un excelente nivel de visibilidad y ayuda a direccionar los proyectos hacia la entrega del producto adecuado.

* Los mapas de impacto ayudan a visualizar cómo las características y los entregables contribuyen a un objetivo de negocio.

* Ayudan a asegurar que un proyecto se centra en lograr el efecto deseado de negocio.

Pasos para la ejecución

1. ¿Por qué?

Visión u objetivo de negocio y los beneficios esperados.

Meta:
La visión va acompañada de una meta. La meta debe ser medible, para asegurar un entendimiento común de lo que se supone que el proyecto debe entregar.

¿Por qué hacemos esto?

¿Qué es lo que queremos lograr con el proyecto?

¿Por qué requiero una solución?

¿Para lograr qué?

2. ¿Quién?

Actores impactados:

¿Quién puede ayudarnos a alcanzar el objetivo planteado?

¿Quiénes pueden contribuir al objetivo o afectarlo?

No incluir las personas que trabajan en el proyecto.

3. ¿Cómo?

Impactos deseados en los actores.

¿Cómo pueden los actores ayudarnos a lograr el objetivo?

¿Qué impactos o comportamientos se espera de cada actor?

4. ¿Qué?

Entregables que permiten lograr los impactos/beneficios deseados.

¿Qué se puede hacer/entregar para lograr el beneficio deseado en los actores?

¿Qué entregables / actividades permiten obtener los beneficios esperados?

Propósito de la técnica:

* Técnica para la visualización de proyectos a alto nivel, ésta provee a los patrocinadores e interesados del proyecto un excelente nivel de visibilidad y ayuda a direccionar los proyectos hacia la entrega del producto adecuado.

* Los mapas de impacto ayudan a visualizar cómo las características y los entregables contribuyen a un objetivo de negocio.

* Ayudan a asegurar que un proyecto se centra en lograr el efecto deseado de negocio.

Pasos para la ejecución

1. ¿Por qué?

Visión u objetivo de negocio y los beneficios esperados.

Meta:
La visión va acompañada de una meta. La meta debe ser medible, para asegurar un entendimiento común de lo que se supone que el proyecto debe entregar.

¿Por qué hacemos esto?

¿Qué es lo que queremos lograr con el proyecto?

¿Por qué requiero una solución?

¿Para lograr qué?

2. ¿Quién?

Actores impactados:

¿Quién puede ayudarnos a alcanzar el objetivo planteado?

¿Quiénes pueden contribuir al objetivo o afectarlo?

No incluir las personas que trabajan en el proyecto.

3. ¿Cómo?

Impactos deseados en los actores.

¿Cómo pueden los actores ayudarnos a lograr el objetivo?

¿Qué impactos o comportamientos se espera de cada actor?

4. ¿Qué?

Entregables que permiten lograr los impactos/beneficios deseados.

¿Qué se puede hacer/entregar para lograr el beneficio deseado en los actores?

¿Qué entregables / actividades permiten obtener los beneficios esperados?

7

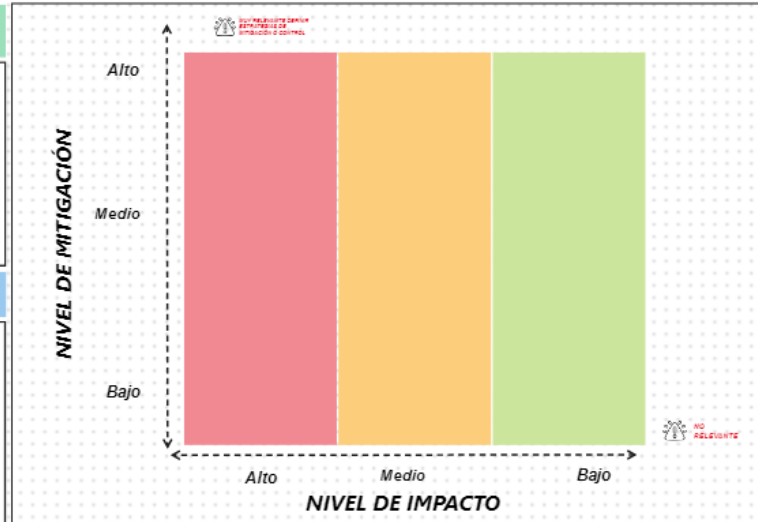
¿Qué no nos deja dormir?

Propósito de la técnica:

Identificar los posibles riesgos que pueden impedir el logro de la meta, y centrarnos en resolver aquellos en los que podemos influir, y no preocuparnos por los que están fuera de nuestro alcance (esto además nos permite ser conscientes de que estos últimos existen).

Pasos para ejecución:

1. Identificación: Listar todos los riesgos que puedan influir en el desarrollo del producto, desde todas las perspectivas posibles.
2. Clasificación: Clasificar los riesgos según probabilidad y/o impacto (alto, medio, bajo).
3. Mitigación: Definir inicialmente estrategias para mitigar o eliminar cada riesgo en la zona donde se tiene más control o influencia en su solución.
4. Seguimiento: Gestionar los riesgos durante todo el proyecto, no solo en el Inception.

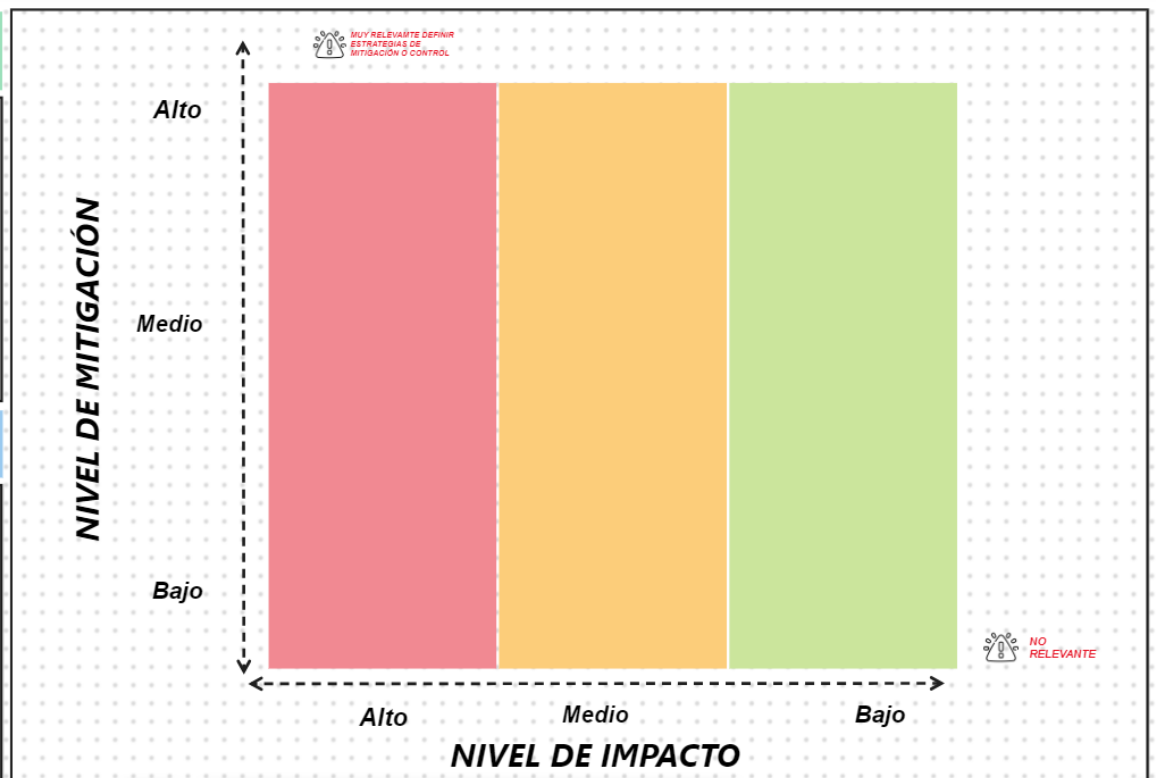


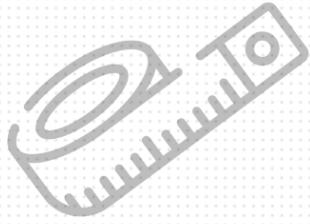
Propósito de la técnica:

Identificar los posibles riesgos que pueden impedir el logro de la meta, y centrarnos en resolver aquellos en los que podemos influir, y no preocuparnos por los que están fuera de nuestro alcance (esto además nos permite ser conscientes de que estos últimos existen).

Pasos para ejecución:

1. Identificación: Listar todos los riesgos que puedan influir en el desarrollo del producto, desde todas las perspectivas posibles.
2. Clasificación: Clasificar los riesgos según probabilidad y/o impacto (alto, medio, bajo).
3. Mitigación: Definir inicialmente estrategias para mitigar o eliminar cada riesgo en la zona donde se tiene más control o influencia en su solución.
4. Seguimiento: Gestionar los riesgos durante todo el proyecto, no solo en el Inception.





8 Midamos el proyecto

Propósito de la técnica:

Se define la duración del proyecto en 3, 6 o 9 meses, no en términos exactos. El objetivo es inferir la magnitud y ver si es costeable los recursos de los que disponemos.

Pasos para ejecución:

Previo:
Definir el product backlog o lista de requerimientos del producto, usando técnicas como: Noes, User Story Mapping, Impact Mapping.

Ahora, para poder clasificar los requerimientos, o items según su tamaño relativo se haría con la técnica de estimación de tallas de camisetas, la se explica a continuación:

1. Se deben dar las conversaciones necesarias con respecto a las funcionalidades, HU o items para generar un entendimiento general y después proceder a ubicarla en el tamaño de camiseta que se considere.
2. Estimar las HU o items del backlog:
 - * Cada miembro del equipo define la talla que considera para la HU o item
 - * Socializar la percepción de todos, si hay diferencias explicar la razón del puntaje, y volver a estimar. Se debe llegar a un acuerdo en equipo.
 - * Se debe repetir el proceso para cada uno de los items o funcionalidades.
3. Definir rangos de comparación en consenso de equipo, facilita la estimación relativa. Ejemplo: una actividad de una o dos horas se puede catalogar como "XS", si tarda medio día es "M" y si toma todo el día es "L" o "XL". Los rangos los define el equipo.
4. Asignarle un valor numérico a cada una de las tallas, por ejemplo: XS= 1 punto de historia, S= 3 PH, M= 5 PH, L= 8 PH y XL= 13 PH.

Talla XS



Tiempo:
> 1/2 sem - <= 1 sem

Talla S



Tiempo:
> 2sem - <= 3 sem

Talla M



Tiempo:
> 3 sem - <= 6 sem

Talla L



Tiempo:
> 6 sem - <= 9 sem

Talla XL



Tiempo:
> 9 sem - <= 12 sem

PIVOTE = Tramitar el permiso - 8 sem

Pasos para ejecución:

Previo:

Definir el product backlog o lista de requerimientos del producto, usando técnicas como: Noes, User Story Mapping, Impact Mapping.

Ahora, para poder clasificar los requerimientos, o items según su tamaño relativo se haría con la técnica de estimación de tallas de camisetas, la se explica a continuación:

1. Se deben dar las conversaciones necesarias con respecto a las funcionalidades, HU o items para generar un entendimiento general y después proceder a ubicarla en el tamaño de camiseta que se considere.

2. Estimar las HU o items del backlog:

* Cada miembro del equipo define la talla que considera para la HU o item

* Socializar la percepción de todos, si hay diferencias explicar la razón del puntaje, y volver a estimar. Se debe llegar a un acuerdo en equipo.

* Se debe repetir el proceso para cada uno de los items o funcionalidades.

3. Definir rangos de comparación en consenso de equipo, facilita la estimación relativa. Ejemplo: una actividad de una o dos horas se puede catalogar como "XS", si tarda medio día es "M" y si toma todo el día es "L" o "XL". Los rangos los define el equipo.

4. Asignarle un valor numérico a cada una de las tallas, por ejemplo: XS= 1 punto de historia, S= 3 PH, M= 5 PH, L= 8 PH y XL= 13 PH

Talla XS



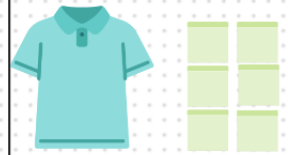
Tiempo:
> 1/2 sem - <= 1 sem

Talla S



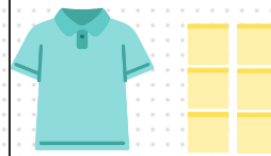
Tiempo:
> 2sem - <= 3 sem

Talla M



Tiempo:
> 3 sem - <= 6 sem

Talla L



Tiempo:
> 6 sem - <= 9 sem

PIVOTE = Tramitar el permiso - 8 sem

Talla XL



Tiempo:
> 9 sem - <= 12 sem

9 Restricciones

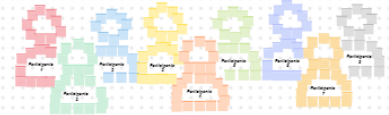
Propósito de la técnica:
Dentro de un proyecto hay varias dimensiones que pueden actuar: alcance, costo, tiempo, presupuesto. En esta actividad se establecerá sobre cuáles hay poder de negociación y cuáles pueden ser más flexibles.

Pasos para ejecución:

1. Se deben listar las variables y las categorías las cuales se van a evaluar. Cada categoría tiene un peso (de 1 a 4).
2. Listar todos los participantes del espacio y asignarles un color o identificador.
3. Cada participante va a tener la cantidad de post-it de acuerdo a la variables que existan.
4. Los participantes ubicarán sus post-it de acuerdo a su criterio como se muestra en el ejemplo del participante 1.
5. Todos los participantes deben ubicar sus votos en las diferentes variables.
6. Al final se suman los votos por las filas para saber cuál de las variables es la más flexible y cuál no se puede mover.

	Poca importancia (1)	Desable (2)	Altamente desable (3)	Clave/Crítica (4)	TOTAL
Tiempo					
Alcance					
Presupuesto					
Seguridad					
Otras variables a considerar					

Participantes



10 Plan de entregas y Costeo

Propósito de la técnica:
El objetivo principal del mapa de historias de usuario, es facilitar el descubrimiento del producto/servicio y la priorización del trabajo del equipo.

Pasos para ejecución:

1. **Definición del alcance:** Definir el alcance del proyecto como un mapa, permite visualizar lo que se pretende construir, facilitando el entendimiento del mismo.
2. **Definición de roles:** Definir los roles de los participantes en el proyecto, permite visualizar la responsabilidad de cada uno de ellos.
3. **Definición de tareas:** Definir las tareas que se van a realizar, permite visualizar el flujo de trabajo y la priorización de las mismas.
4. **Definición de entregables:** Definir los entregables que se van a generar, permite visualizar el resultado del proyecto y la priorización de las mismas.
5. **Definición de costos:** Definir los costos de cada una de las actividades, permite visualizar el presupuesto del proyecto y la priorización de las mismas.
6. **Definición de riesgos:** Definir los riesgos de cada una de las actividades, permite visualizar el nivel de riesgo del proyecto y la priorización de las mismas.

10.1 User Story Mapping

Ejemplo de Mapa de funcionalidades y plan de entregas

	Logística	Producto final	Cartera	Personal	Personal
User persona					
User stories					
User stories Release 1					
Release 2					
Release 3					

User persona					
User stories					
User stories Release 1					
Release 2					
Release 3					

Pasos para ejecución:

1. Flujo de tareas del usuario (proceso): Definir las actividades del proceso de negocio que llevará a cabo el usuario. * Se ubican de manera horizontal (según la secuencia de tareas). * De ser necesario, desagregar las actividades grandes en tareas de usuario más pequeñas.

2. Historias de usuario: Debajo de las actividades o tareas del usuario, listar las historias de usuario o funcionalidades a desarrollar para cada una (algunas serán historias Épicas). Cada funcionalidad debe entregar valor.

3. Priorización: Priorizar las historias de usuario o épicas, y ordenarlas en cada columna según su prioridad, dejando en la parte superior las más prioritarias y en la parte inferior las menos prioritarias.

4. Releases o Entregas: Definir cortes verticales sobre las historias de usuario o épicas, que se denominan Releases:

* Los Releases son una agrupación de historias de usuario o épicas, que tiene sentido o valor de negocio para los usuarios, y permiten realizar entregas tempranas; para obtener feedback del negocio/usuarios.

* En el Release 1 se agrupan aquellas historias que serán desarrolladas y entregadas al usuario en primera instancia (Release 1), dado que agregan un mayor valor al usuario o son más prioritarias.

* Las demás historias se agrupan en los Releases posteriores.

5. Product backlog: Lista de historias de usuario o épicas priorizadas (lista de producto o requerimientos)

Propósito de la técnica:

* El objetivo principal del mapa de historias de usuario, es facilitar el descubrimiento del producto/servicio y la priorización del trabajo del equipo.

* Visualizar el alcance del proyecto como un mapa, permite ver todo lo que se pretende construir, facilitando el entendimiento del mismo.

* Ayuda a diseñar el producto o servicio de manera incremental.

10.2 ¿Cuánto va a costar?

Propósito de la técnica:

El objetivo que tiene este paso es cuestionar lo siguiente ¿Cuánto tiempo y cuánto va a costar el proyecto?. Por medio de unos cálculos muy básicos se puede obtener una idea general del costo teniendo en cuenta el número de personas involucradas, capacidades y habilidades para cumplir con las necesidades en el tiempo establecido.

Pasos para ejecución:

Algunos datos se van obteniendo de los pasos anteriores como el punto 8 Medir el proyecto, con esta técnica se obtendrá un estimado de los puntos de historia y el cual permitirá obtener el costo, tiempo y las personas que participarán en el proyecto. Este paso es netamente informativo ya que tanto el costo, tiempo y personas pueden variar.

