

# ISW 30-8

## Estimación

En la estimación hay un porcentaje de incertidumbre. Por ende nos centramos en predecir. Es una técnica que basa su trabajo en el porcentaje de incertidumbre. No es fija, varía, pero disminuye siempre la incertidumbre. Se estima siendo **pragmático**, no **dogmatico**.

Es la técnica que sirve como entrada para la planificación. Mas no es la entrada.

El proceso de estimar suele ser mas rico que el resultado de la misma.

## Estimación tradicional

- Las tecnicas pueden agruparse por juicio de expertos. Hay expertos dedicados a estimar.
- Por analogía entre proyectos.
- Por datos históricos.

Se recomienda usar mas de una técnica.

Cuando hablamos de estimaciones, se trabaja con estimaciones absolutas. Una fecha, un esfuerzo, un costo.

Estima primero el tamaño del producto (cant de cu, cant de lineas de codigo, cant de features). Luego se estima el esfuerzo (las horas lineales que nos lleva armar ese producto). Luego el calendario, en función de los recursos (en días). El costo (moneda)

## Estimaciones ágiles

En el agilismo, esta es relativa, depende de los equipos y solo tiene significado en el equipo que se desarrolla.

Como la medida es relativa, no se valen las medidas absolutas tradicionales, se usa la medida relativa: story point. Estos surgen a partir de la comparación, es la manera en la que predecimos o dimensionamos el tamaño de la user story, compuesto por cant de puntos de historia, o, una combinación de complejidad, esfuerzo e incertidumbre. Nos dice cuan grande

o pequeña es la user story que hay que construir, comparada con las otras users. El tamaño indica:

- Cuan compleja es una feature/story.
- Cuánto trabajo es requerido para hacer o completar una feature/story.
- Cuan grande es una feature/story.

La base está en la comparación, logrando una mejor dinámica grupal y pensamiento de equipo más que individual (pero a partir de un análisis individual).

## Tamaño vs Esfuerzo



Las estimaciones basadas en tiempo son más propensas a errores debido a varias razones.

- Habilidades
- Conocimiento
- Asunciones
- Experiencia
- Familiaridad con los dominios de aplicación/negocio



# Tamaño **NO ES** esfuerzo

## Procedimiento

1. Elegir una escala que ni cambia. Se elige un método patrón:

- Tamaño por números: 1 a 10
- Talles de remeras: S, M, L, XL, XXL
- Serie 2<sup>n</sup> : 1, 2, 4, 8, 16, 32, 64, etc.
- Fibonacci: 0, 1, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34, 55, 89, etc.

La serie fibonacci es la mas utilizada porque permite visualizar como crece una user story de manera exponencial. Se la lee en veces mas grande que una base. El story point da idea del peso de cada story y decide que tan grande o compleja es.

2. Elegir la user story canónica, la base para la comparación. Se elige aquella que podemos determinarle 1 story point. Hay alternativas que permiten elegir stories que se encuentren mas ala centro de la escala.

## Producto

Producto que satisfaga a los clientes, tener muchos usuario logueados (recolección de información), obtener mucho dinero, realizar una gran visión, cambiar el mundo.

Cuando creamos producto de software, hacemos foco en:



## MVP

### Técnica

Para comprender un producto nuevo. Parte de una idea, como la concreto con el menor costo posible.

El mvp, es una hipótesis, es el conjunto de características mínimas que debe tener el producto para que la hipótesis de la visión del producto tiene valor. Si

el producto lo van a comprar o no. Debería enfocarse en la usabilidad, la funcionalidad, la confiabilidad, la disponibilidad.

MMF, aportar valor, son las características mínimas comercializables. Se define en tiempo de comercialización

MVF, característica mínima viable.

Que sea mínimo, no deja de lado que tenga el valor suficiente para que la persona lo quiera usar, además genere retención en su uso y proporcione un ciclo de retroalimentación para guiar el desarrollo.



Confundir a un MVP, **que se enfoca en el aprendizaje**, con Característica Comercializable Mínima (MMF) o con Producto Comercializable Mínimo (MMP), ambos se enfocan en “ganar”.



El riesgo de esto es entregar algo sin considerar si es lo correcto que satisface las necesidades del cliente.



Enfatizar la parte **mínima** de MVP con exclusión de la parte **viable**. El producto entregado no es de calidad suficiente para proporcionar una evaluación precisa de si los clientes utilizarán el producto.



Entregar lo que consideran un MVP, y luego no hacer más cambios a ese producto, independientemente de los comentarios que reciban al respecto.

## Saltos de fe

**Hipótesis del valor:**

- Prueba si el producto realmente está entregando valor a los clientes después de que comienzan a usarlo
- Una métrica de prueba: tasa de retención

**Hipótesis de crecimiento:**

- Prueba cómo nuevos clientes descubrirán el producto
- Una métrica de prueba: tasa de referencia o Net Promoter Score (NPS)

