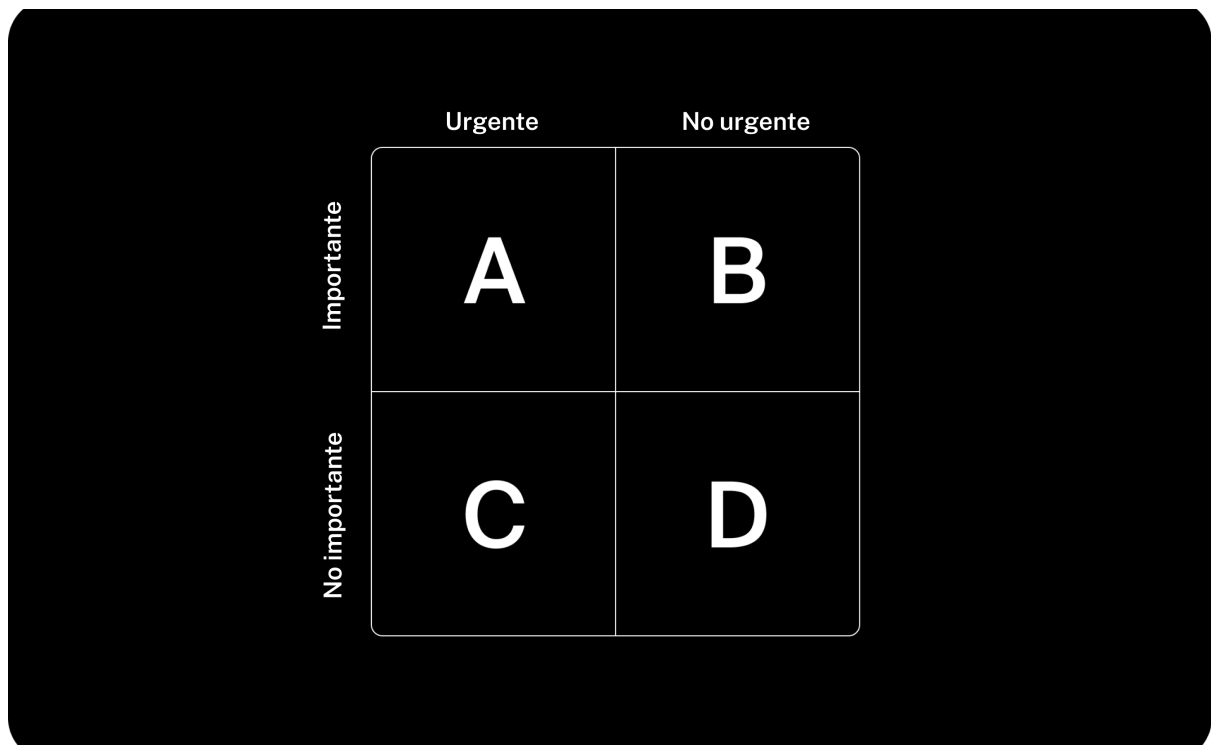


# Resumen del capítulo: Priorizar hipótesis

## 1. Cómo y por qué priorizamos las hipótesis

Para maximizar la mejora esperada de las métricas clave del negocio, tenemos que **priorizar** las hipótesis que formulamos.

### Matriz de Eisenhower



La Matriz de Eisenhower es una forma de priorizar cuando al problema se le asignan dos cualidades: importancia y urgencia. Aunque la matriz se diseñó originalmente para priorizar tareas, también funciona para hipótesis.

Cada tarea entra en uno de los cuatro cuadrantes: importante y urgente, no importante y urgente, importante y no urgente, no importante y no urgente. Las hipótesis del cuadrante A (importante y urgente) deben probarse primero. Luego se prueban las hipótesis del cuadrante B (importante y no urgente).

Para las hipótesis, no para las tareas, las que no son importantes (los cuadrantes C y D) no se prueban en absoluto. Es probable que las hipótesis urgentes pero no importantes (el cuadrante C) tengan resultados a corto plazo que no afectarán las metas comerciales a largo plazo.

## WSJF

El WSJF, Weighted Shortest Job First (el trabajo más corto ponderado primero) es un método de priorización que te permite evaluar las tareas con más detalle.

Fórmula:

$$\text{WSJF} = \frac{\text{Coste de demora}}{\text{Duración o tamaño del trabajo}}$$

El denominador contiene **Job Duration** o cuánto tiempo se espera que lleve la prueba de hipótesis. **Cost of Delay** en el numerador es la suma de varios parámetros:

$$\text{Coste de demora} = \text{Valor de negocio} + \text{Críticidad en el tiempo} + \text{Reducción de riesgos y/o habilitación de oportunidades}$$

**User-Business Value** — cuánto impulsaremos una métrica de negocio o de usuario si la hipótesis es cierta

**Time Criticality** — con qué urgencia se debe probar la hipótesis

**Risk Reduction/Opportunity Enablement** — con qué urgencia se debe probar la hipótesis

con qué urgencia se debe probar la hipótesis. Puedes elegir una escala que funcione para ti: por ejemplo, calificaciones de 0 a 10.

## ICE y RICE

Impacto, confianza, esfuerzo (**ICE**) es una de las formas más populares de priorizar problemas:  $\text{ICE score} = (\text{Impact} \times \text{Confidence}) / \text{Effort}$

También existe una forma modificada, **RICE**:  $\text{RICE score} = (\text{Reach} \times \text{Impact} \times \text{Confidence}) / \text{Effort}$ .

El RICE tiene cuatro componentes:

*Reach* (Alcance): cuántos usuarios se verán afectados por la actualización que quieres introducir

*Impact* (Impacto): en qué medida afectará esta actualización a los usuarios, su experiencia y su satisfacción con el producto

*Confidence* (Confianza): qué tan seguro estás de que tu producto les afectará de esta manera

*Effort* (Esfuerzo): cuánto costará probar la hipótesis

Aquí también puedes utilizar la escala que más te convenga: calificaciones del 0 al 10 o la secuencia de Fibonacci.

## Los parámetros alcance, impacto, confianza y esfuerzo

No es tan difícil averiguar a cuántos usuarios alcanzas. Puedes usar datos que ya tienes o evaluar competidores o volúmenes de mercado.

El parámetro de impacto muestra cuánto impacto tiene un cambio en los usuarios alcanzados. Ten cuidado de no confundir alcance e impacto: el primero es la cantidad de usuarios afectados mientras que el segundo es qué tan fuerte les afecta el cambio en una métrica.

Existen diferentes formas de medir el impacto:

- Por la proporción del espacio total de la pantalla que ocuparán los elementos modificados (%)
- Por el grado de cambio en la experiencia de usuario
- Por una estimación preliminar de importancia para usuarios
- Por el número de nuevos usuarios que atraería la actualización

El parámetro de **confianza** refleja qué tan seguro/a estás de tus estimaciones para los otros parámetros.

Por ejemplo, el nivel de confianza será alto si

- Puedes encontrar el número exacto de usuarios que se verán afectados por los cambios
- Tienes evidencia de que este cambio tendrá exactamente el impacto que has pronosticado (por ejemplo, gracias a tu experiencia previa o casos de la competencia)
- Has calculado con precisión el esfuerzo requerido y no hay riesgo de que aumente, o el riesgo es muy bajo.

El parámetro de **esfuerzo** te dice qué tan difícil es probar una hipótesis.

Para la mayoría de las empresas del mercado, el desarrollo es costoso y es un recurso clave. Si no necesitas ningún desarrollo para probar tu hipótesis, la calificación de esfuerzo disminuye significativamente.

Si necesitas desarrollo, tendría sentido pedirle a un/a desarrollador/a de software que estime cuánto trabajo se requiere. Cualquier práctica en uso en tu empresa servirá.