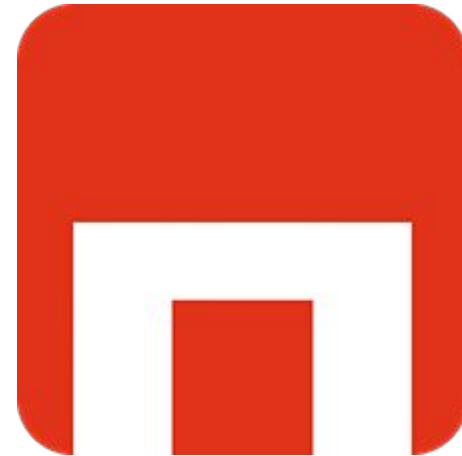


# Realizando el producto

## 08. Desarrollo

Septiembre 2022



1. [Contexto](#)
1. [Objetivo](#)
1. [Definiciones y técnicas](#)
1. [Dudas, debates y conclusiones](#)
1. [Nuestros proyectos](#)

# 01

## Contexto

Descubriremos las etapas del proceso de diseño de soluciones, para aprender cómo obtener el máximo valor en cada una de ellas.

### Identificar problemas y necesidades de usuarios

Mediante diferentes técnicas de research descubriréis cómo obtener información de los usuarios, cómo empatizar con ellos y cómo descubrir mucho más allá de lo que nos dicen. Conoceremos y trabajaremos con técnicas cuantitativas y cualitativas.

### Alinear los objetivos de la empresa con los de los usuarios

Obteniendo una propuesta de valor que los usuarios aprecien y deseen, articulándola a través de un Canvas de negocio y un Journey Map en el que identificaremos los puntos de acción principales.

### Idear desde la innovación con el usuario en el centro

Buscar soluciones a las necesidades detectadas desde la innovación y la diferenciación. Para conseguirlo tenemos muchas técnicas y dinámicas que nos descubrirán grandes ideas sobre las que seguir trabajando.

### Construir una solución tangible

Aterrizaremos las ideas, priorizando las que más valor aportan, llevándolas a un servicio con el que el usuario pueda interactuar. Nos ayudaremos de la arquitectura de información y workflows para dar coherencia y escalabilidad a nuestro producto. Esta solución será utilizada y mediremos para saber cómo mejorarla.

### Aplicar un sistema de diseño diferenciador

Utilizar el diseño visual y de comunicación no sólo para transmitir los valores y posicionamiento de la marca, sino para fomentar la usabilidad y mejorar la experiencia del usuario a través de la coherencia y estética de la interfaz y su storytelling.

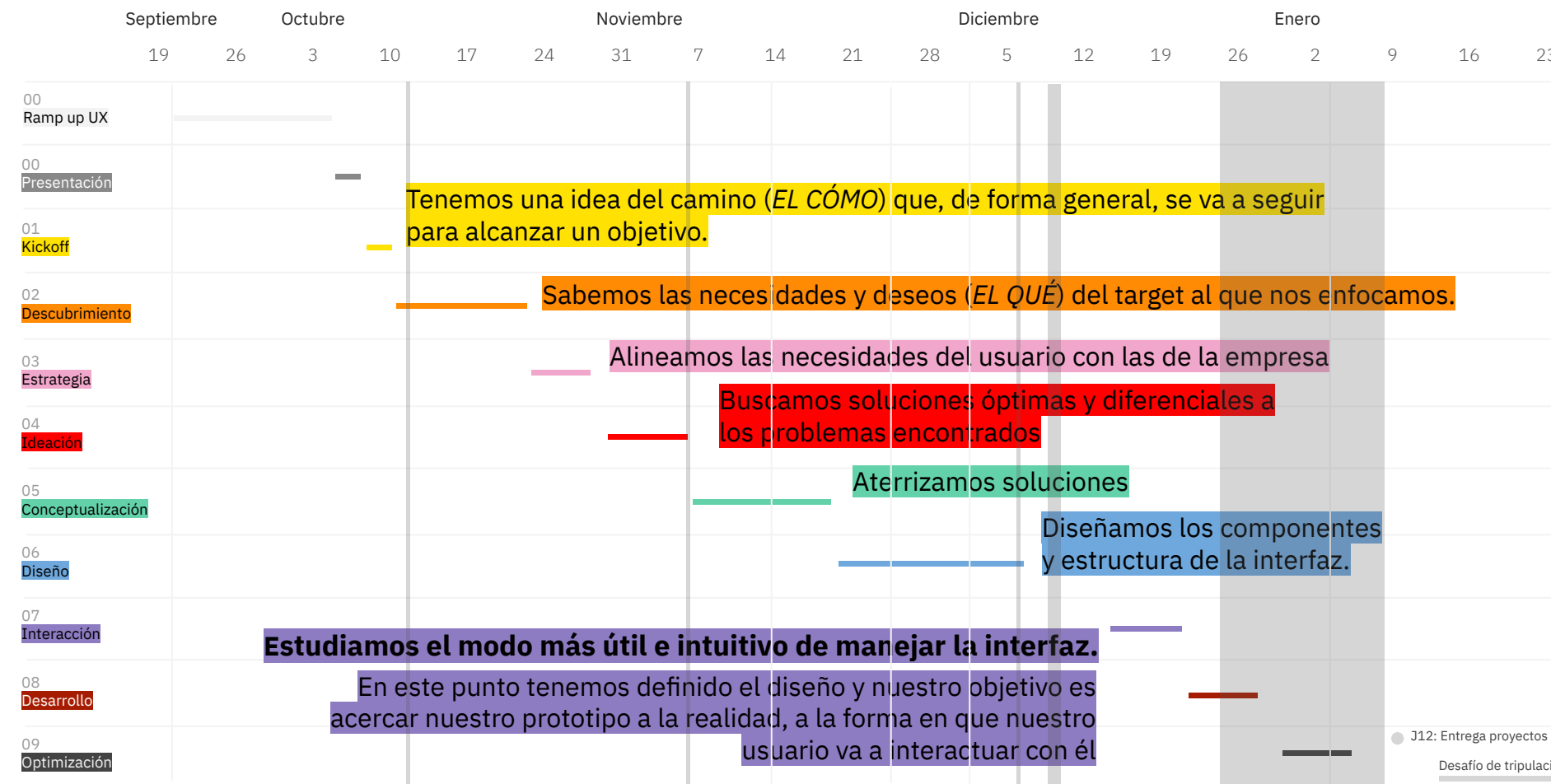
### Maquetar la interacción en la interfaz

Conocer los lenguajes de maquetación como CSS y HTML para poder implementar la interacción del usuario con nuestro producto y animaciones que complementen al diseño y hagan aún mejor y más intuitiva la experiencia del usuario.

En capítulos anteriores...

03. Desde ya, pero paso a paso.

Festivos/Vacaciones



# A estas alturas deberías tener:

Conocimientos y demostraciones en el proyecto individual y grupal:

T1. Desafío enmarcado

T4. Ideación priorizada

T6.1 Bocetos en papel

T6.2 Branding

T2. Resultados de research secundario y primario

T5. Roadmap con MVP acotado

T6.1 Wireframes en digital

T6.2. Componentes y variantes

T2. Insights e hipótesis

T5. JTBD y tareas

T6.1 Wireflow

T.7 Interacción en Figma

T2. User persona y Journey AS IS

T5. Diagramas de flujo

T6.1 Sólido manejo de Figma

T3. Propuesta de valor

T5. Arquitectura de información

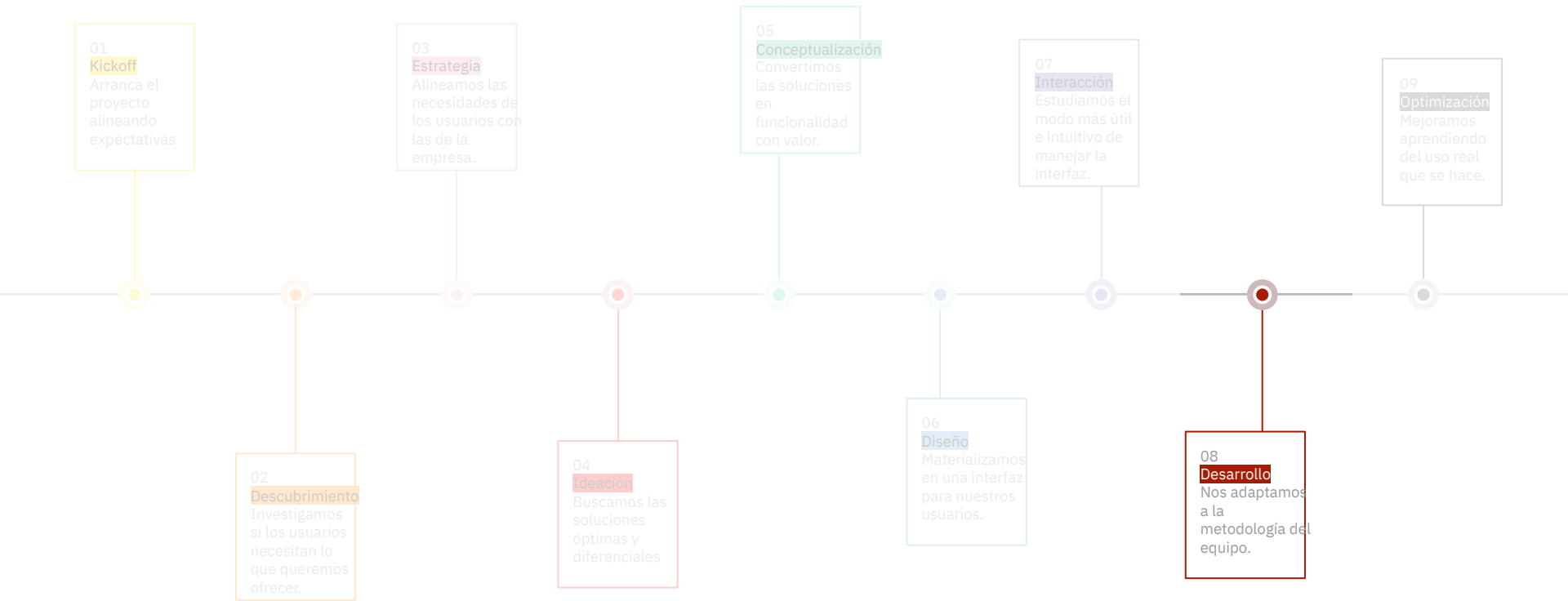
T6.2. Sistema de diseño

# 02

## Objetivo



02. Objetivo

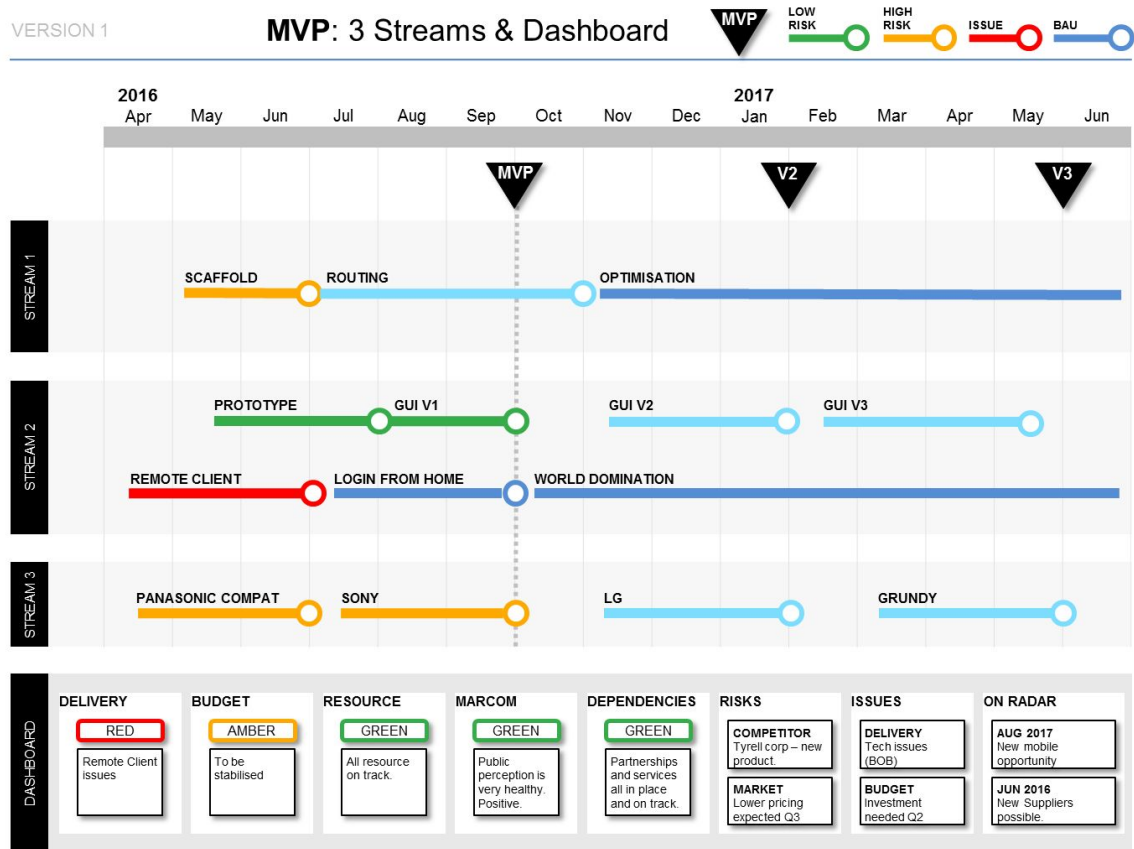


Dar vida a las soluciones creadas de modo digital,  
asegurando que el resultado final es coherente  
con lo ideado.

# 03

## Definiciones y técnicas

Ahora que tenemos la idea aterrizadas, con los básicos diseñados y un plan para crecer...



## Es el momento de hacerlo realidad

Para que lo que se haga sea una copia fiel de lo que hemos diseñado, **necesitamos que se desarrolle**, que se le de lógica y funcionalidad (**backend**) y la forma e interacción (**frontend**). Que funcione rápido, que sea seguro... en fin, que cumpla las expectativas de la experiencia de usuario. **El equipo de desarrollo NO ESTÁ EN NUESTRA CABEZA**. Necesitamos aprender a comunicarnos con ellos.

Por un lado explicándoles el objetivo, lo que se quiere conseguir (backend)

Por otro lado, los diseños y el sistema de diseño (Figma y zeroheight)

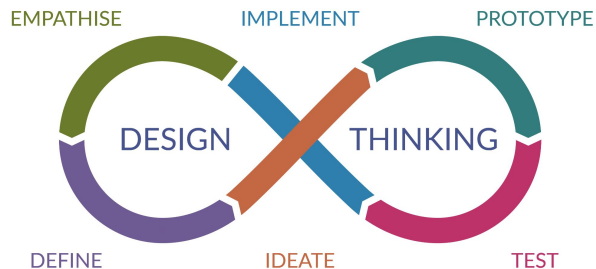
Y la descripción detallada de qué se espera que haga la interfaz.

En paralelo, no solo tenemos que dar soporte a sus dudas, sino comprobarr lo que se ha desarrollado y probablemente identificar mejoras. Además, probablemente muchas ideas y funcionalidades se hayan quedado pendientes de aterrizarse un poco más, se han quedado en forma de épicas y en una fase posterior en el roadmap.



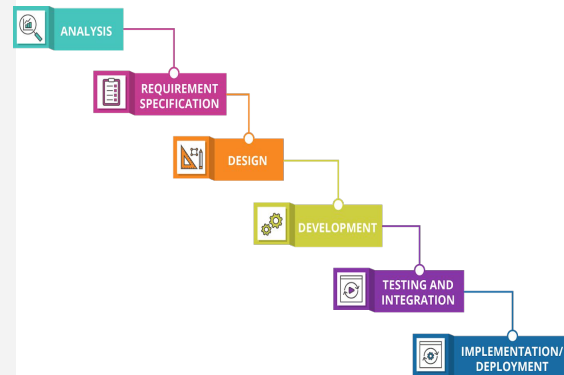
Y aunque seremos flexibles en la forma de trabajar, las metodologías siempre ayudan.

Para UX sobretodo trabajamos con **Design Thinking**, pero cuando hablamos de equipos más grandes, con desarrollo, diferenciamos dos grandes metodologías:



## Metodología en cascada

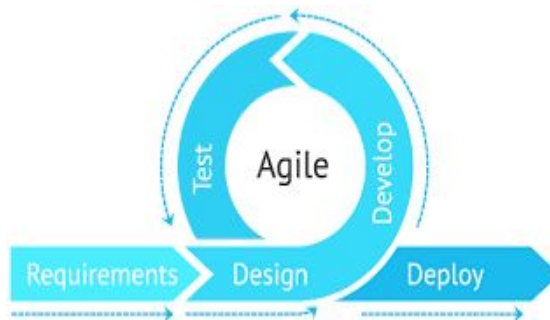
Son metodologías con etapas definidas a lo largo del proceso de desarrollo. De tal forma que el inicio de cada etapa debe esperar a la finalización de la etapa anterior. Al final de cada etapa haremos una revisión para valorar si el proyecto está listo para avanzar a la siguiente fase.



## Metodologías ágiles

Metodologías de **gestión de proyectos**, principalmente a través del esfuerzo colaborativo de equipos autoorganizados y multifuncionales y sus clientes

El proyecto se administra dividiéndolo en varias **etapas (sprints)** centrándose en la mejora continua y la **iteración en cada etapa**.



## Diferencias-Ejercicio

¿Cuáles son las diferencias entre Metodología Cascada, Design Thinking, y Agile?

Realiza una corta investigación para identificar las diferencias

La tendencia en desarrollo actualmente es trabajar con metodologías ágiles, ideales para gestionar las tareas de un proyecto que necesita flexibilidad.

#### 4 reglas vitales

- La interacción entre los individuos va por delante de los procesos y las herramientas.
- Trabajar con el software por encima de la documentación.
- Colaboración entre los usuarios y clientes antes que negociar contrataciones.
- Responder al cambio antes que negociar un nuevo plan.

#### 12 principios básicos

- Satisfacer al cliente con un suministro de trabajo continuo y de calidad.
- Dividir las tareas más complejas en pequeñas partes mucho más sencillas para poder completarlas más rápidamente.
- Reconocer que el mejor trabajo nace de los equipos bien organizados.
- Motivar a los trabajadores en un ambiente de trabajo favorable.
- Crear procesos que apoyen un desarrollo del trabajo más sostenible.
- Mantener un trabajo constante en la organización.
- Estar abiertos a recibir nuevos cambios, incluso en la recta final.
- Reunir al equipo de trabajo y directivos cada cierto tiempo.
- Por intervalos, juntar a los empleados para ajustar el comportamiento a los objetivos para ser más efectivos.
- Contabilizar el rendimiento a medida que se realiza el trabajo.
- Buscar la excelencia de una manera continua.
- Agarrarse al cambio para conseguir ser una fuerza más competitiva.



Podemos resumir en que su principio básico es la mejora continua



que provocan entregas de producto que ya aportan valor, las **releases**.

## Ventajas de las metodologías ágiles

### Mejora la calidad del producto

Fomentan el enfoque proactivo del equipo en la búsqueda de la excelencia del producto. Además, la integración, comprobación y mejora continúa mejora considerablemente el resultado final.

### Mayor satisfacción del cliente

El cliente está más satisfecho al verse involucrado y comprometido a lo largo de todo el proceso de desarrollo. Mediante varias demostraciones y entregas, el cliente vive a tiempo real las mejoras introducidas.

### Mayor motivación de trabajadores y trabajo en equipo

Los equipos de trabajo autogestionados, facilitan el desarrollo de la capacidad creativa y de innovación entre sus miembros.

Además, la división del trabajo por distintos equipos y roles junto al desarrollo de reuniones frecuentes, permite una mejor organización.

### Uso de métricas más relevantes

para estimar parámetros como tiempo, coste, rendimiento, etc.

### Mayor control y capacidad de predicción

Revisar y adaptar el producto a lo largo del proceso ágil, permite a todos los miembros del proyecto ejercer un mayor control sobre su trabajo y mejorar la capacidad de predicción en tiempo y costes.

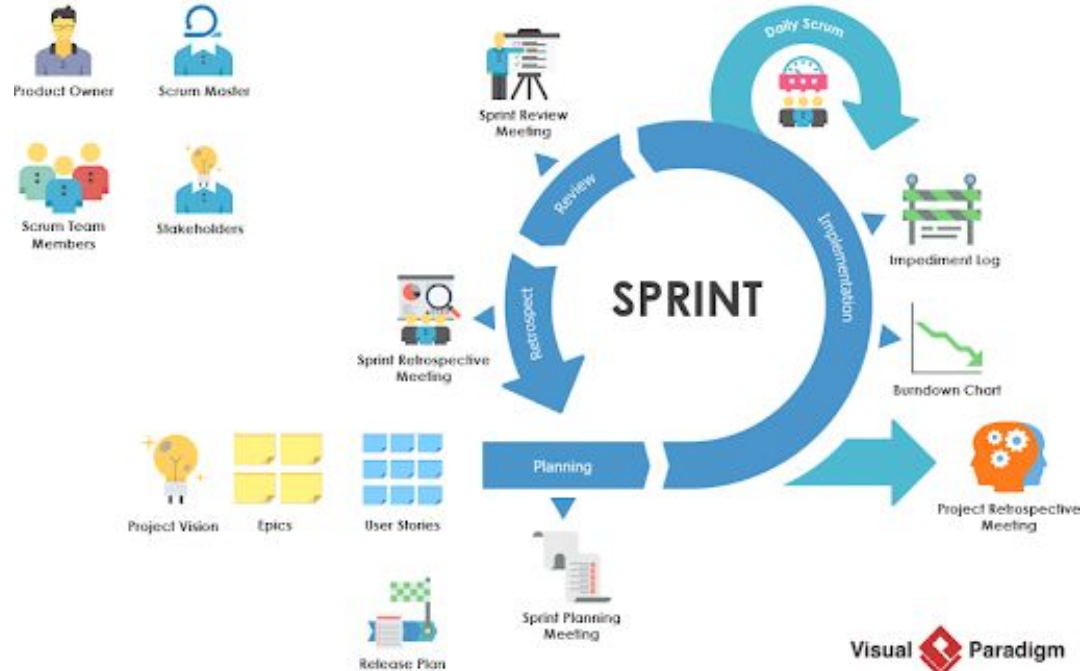
### Reducción de costes

La gestión ágil del proyecto elimina prácticamente la posibilidad de fracaso absoluto en el proyecto, porque los errores se van identificando a lo largo del desarrollo en lugar de esperar a que el producto esté acabado y toda la inversión realizada.

## Y ofrecer valor cada poco tiempo para aprender de ello

El corazón de Scrum es un **Sprint**, es un intervalo prefijado de tiempo (entre una semana y un mes) durante el cual se trabaja por un objetivo. Se crea un incremento del producto, potencialmente entregable, es decir, “logran algo de valor”. A lo largo del desarrollo hay Sprints consecutivos.

En realidad cada Sprint **se puede considerar un mini-proyecto** dentro de un proyecto mayor.



## Tenemos que conocer sus sus conceptos

En estos momentos nos comunicamos

### Reuniones

- Sprint Planning
- Daily
- Review
- Retrospectiva

Mediante esto nos comunicamos

### Herramientas

- Backlog
- Epicas
- Historias de usuario
- Criterios de aceptación

Con ellos nos comunicamos

### Roles

- Product Owner
- Scrum Master
- Equipo

En estos momentos nos comunicamos

## Reuniones

- Sprint Planning
- Daily
- Review
- Retrospectiva

### Sprint Planning

Es una **reunión al comienzo del sprint** que cuenta con la asistencia de **todo el equipo y se define el incremento de producto** "entregable" y el trabajo asignado a cada uno.

Las reuniones de planificación recogen las ideas de cualquiera de sus integrantes, de manera que el resultado final de la reunión en una suma de acuerdos con la que todos los participantes están implicados aunque con papeles diferentes.

### Review

Es una **reunión informal al final del Sprint en la que se presenta a al cliente el incremento realizado en dicho Sprint.**

Su objetivo es obtener retroalimentación, fomentar la colaboración y adaptar, si es necesario, el Product Backlog, ya que en función de las aportaciones del cliente, pueden recogerse cambios del Product Backlog para el siguiente Sprint.

**El resultado de esta reunión es un Product Backlog revisado** que define los ítems del Product Backlog de mayor valor o probables para el siguiente Sprint.

### Daily

Es una reunión de **no más de 15 minutos, de pie y a primera hora de la mañana para que el equipo se sincronice.**

Cada miembro expone **el trabajo del día anterior, lo que tiene previsto para ese día y si tiene algún impedimento.**

Mejoran la comunicación, evitan otras reuniones, identifican y eliminan obstáculos, destacan y promueven la rápida toma de decisiones, y mejoran el nivel de conocimiento del proyecto del equipo de desarrollo.

### Retrospectiva

Es la oportunidad para que el equipo se **inspeccione a sí mismo y crear un plan de mejoras para el siguiente sprint.** El propósito es:

- Revisar cómo fue el último Sprint en lo que respecta a las personas, relaciones, procesos y herramientas;
- Identificar y ordenar los temas principales que salieron bien y las potenciales mejoras, y
- Crear un plan para la implementación de mejoras con respecto a cómo el Equipo Scrum hace su trabajo.

Y después de esta última reunión, volvemos a comenzar un nuevo Sprint.

## Backlog

Es un **documento vivo con la lista del trabajo pendiente, ordenado por prioridad, en el que puede entrar o salir trabajo**.

Cada petición debe cumplir el acrónimo DEEP (Detailed appropriately, Emerging, Estimated y Prioritized) y:

- Agregar siempre valor para el cliente
- Están priorizados y, cuanto mayor sea su prioridad, más arriba deben estar en la pila. ([Priorizar, estimar...](#))
- Su nivel de detalle de cada ítem del Backlog depende de su posición: más arriba, más detallados (refinados), para abordarse antes. ([Priorizar, estimar...](#))

## Épicas

Es una **necesidad o tarea que aún no se ha detallado**, es demasiado grande o todavía presenta mucha incertidumbre y, por lo tanto, no se puede transformar en un incremento del producto. Lo épico debe separarse en historias de usuario más pequeñas.

Ejemplo: Como una persona con discapacidad visual, quiero que mi entorno de trabajo sea más accesible para no depender tanto de otras personas.

## Historias de usuario

Es el formato para escribir los **requisitos necesarios para construir un producto**. Debe ser comprensible para los clientes y consumidores, para lo cual se utiliza un convenio al describirlas, que nos recordará lo que el usuario necesita y nos ayudará a hacer las preguntas correctas.

“Como [quien/rol] Quiero [que/acción] Para [razón/beneficio]”.

Ejemplo “Como padre de familia quiero consultar los precios de los coches en el concesionario online para tener un criterio de elección de cual comprar.

## Criterios de aceptación ([Ver](#))

Son las **expectativas que debe cumplir una historia de usuario**. Mejoran y facilitan su entendimiento, porque permiten al equipo comprender como se espera que interactúe la nueva funcionalidad, cómo será integrado y cual es el resultado final. Por ello deben estar definidos antes de abordar una historia, porque optimizar la comunicación y no dan pie a interpretaciones.

Ejemplo: Que tenga 5 asientos como mínimo, donde puedan entrar 5 personas sentadas.

Mediante esto nos comunicamos

## Herramientas

- Backlog
- **Épicas**
- **Historias de usuario**
- Criterios de aceptación

## Product Owner

Es el **encargado de optimizar y maximizar el valor del producto, gestionando el Product Backlog**. Debe mantenerlo bien estructurado, detallado y priorizado, y **entender perfectamente que se desea para el producto en todo momento, debiendo poder explicar y transmitir a los stakeholders cuál es el valor del producto en el que están invirtiendo**. Por ello juega un papel crucial como interlocutor entre el equipo y los SH.

Con cada Sprint, el Product Owner debe hacer una inversión en desarrollo que tiene que producir valor. Marcar el Sprint Goal de manera clara y acordada con el equipo de desarrollo.

## Scrum Master

El Scrum Master tiene dos funciones principales dentro del marco de trabajo:

**Gestionar el proceso Scrum:** asegurando que se lleva a cabo correctamente, así como de facilitar la ejecución del proceso y sus mecánicas.

**Eliminar impedimentos:** ayudando a eliminar progresiva y constantemente impedimentos que van surgiendo en la organización y que afectan al desarrollo y/o a la metodología. Además, se encarga de las labores de mentoring y formación, coaching y de facilitar reuniones y eventos si es necesario.

## Equipo

El equipo de desarrollo suele estar formado por entre 3 a 9 profesionales auto-organizados que se encargan de desarrollar el producto.

Son los **encargados de crear un incremento terminado a partir de los elementos del Product Backlog** seleccionados (Sprint Backlog) durante el Sprint Planning.

Cómo el equipo de desarrollo decida gestionarse internamente es su propia responsabilidad y tendrá que rendir cuentas por ello como uno solo; hay que evitar intervenir en sus dinámicas. Habitualmente son equipos 'cross-funcional', capaces de generar un incremento terminado de principio a fin, sin otras dependencias externas.

Con ellos nos comunicamos

## Roles

- Product Owner
- Scrum Master
- Equipo

# Las historias de usuario es el elemento clave para comunicarnos.

*Son mucho más que un requisito, porque se centran en el valor que aportan al usuario. De ahí su estructura:*

- **“Como [perfil]”**: ¿para quién desarrollamos esto? No solo buscamos un puesto, buscamos el perfil de la persona. Max. Nuestro equipo debería comprender quién es Max. Con suerte hemos entrevistado a muchos Max. Comprendemos cómo trabaja esa persona, cómo piensa y cómo se siente. Sentimos empatía por Max.
- **“Quiero”**: aquí describimos su intención, no las funciones que usan. ¿Qué es lo que están intentando lograr realmente? Esta descripción debería realizarse con independencia de las implementaciones; si describes algún elemento de la IU y no el objetivo del usuario, estás cometiendo un error.
- **“Para”**: ¿cómo encaja su deseo inmediato de hacer algo en la perspectiva general? ¿Cuál es el beneficio general que intentan lograr? ¿Cuál es el gran problema que debe resolverse?

Title:	Priority:	Estimate:
<b>User Story:</b>  As a [description of user], I want [functionality] so that [benefit].		
<b>Acceptance Criteria:</b>  Given [how things begin] When [action taken] Then [outcome of taking action]		



## Las historias de usuario...

Para que las Historias de Usuario sean buenas, utilizamos la regla de **INVEST** de la siguiente forma:

- **I**ndependientes entre sí, para poder llevarlas a cabo en el orden que más nos convenga según las prioridades que establezca el Product Owner.
- **N**egociables con el Product Owner para establecer los límites adecuados, la parte de conversación de una historia es esencial
- **V**alor para el usuario, el PARA es fundamental. Se ha de entender la funcionalidad siempre y la tiene que entender todo el Equipo de Desarrollo
- **E**stimable. El Equipo de Desarrollo que la vaya a recoger, debe ser capaz de estimar el esfuerzo que supone realizarla.
- **S**mall de un tamaño que el equipo de desarrollo pueda asumir en un sprint. Y a ser posible que el equipo pueda asumir varias dentro del sprint.
- **T**esteable: que pueda validarse en uno o varios sprints.

## Historias usuario-Ejemplo

Como cliente potencial, quiero proporcionar *rápidamente* mi dirección para poder obtener un precio exacto y ahorrar tiempo.

### Requisitos:

- Rellenar automáticamente la dirección a medida que el usuario escribe su dirección.
- Una vez que se proporcionen los campos obligatorios (dirección, ciudad, estado, código postal), el botón Continuar se habilitará
- La ciudad, el estado y el código postal deben estar deshabilitados y no se debe permitir que se cambien una vez que la dirección se completa con la búsqueda automática.

### Criterios de aceptación

- El usuario debe seleccionar la dirección de las recomendaciones de búsqueda automática
- Una vez que se selecciona la dirección, todos los campos se completarán automáticamente y el usuario no podrá cambiar la ciudad, el estado o el código postal.
- Una vez que la dirección esté completa, el botón continuar habilitará

For example, user stories might look like:

- As Max, I want to invite my friends, so we can enjoy this service together.
- As Sascha, I want to organize my work, so I can feel more in control.
- As a manager, I want to be able to understand my colleagues progress, so I can better report our success and failures.

## Historias usuario-Ejercicio

Cuales son las diferencias entre definition of done, definition of ready y criterios de aceptación?

(<https://www.youtube.com/watch?v=vzwE8ADmccI>)

## Historias usuario-Ejercicio

Después de leer el siguiente [artículo](#) haz el mapeo de algunas de las historias de usuario de tu proyecto grupal. Puede ser muy útil que te bases en tu flujos de interacción.

# Las metodologías ágiles más utilizadas son:

## Scrum

La «metodología del caos» que se basa en una estructura de desarrollo incremental, esto es, **cualquier ciclo de desarrollo del producto y/o servicio se desgrana en «pequeños proyectos»** divididos en distintas etapas: análisis, desarrollo y testing. Se realizan en **Sprints**: entregas regulares y parciales del producto final.

Permite abordar proyectos complejos que exigen flexibilidad y rapidez. La estrategia irá orientada a gestionar y normalizar los errores que se puedan producir en desarrollos demasiado largos.

Las reuniones (ceremonias) son el pilar fundamental de la metodología, donde diferenciamos entre: reuniones de planificación, diaria, de revisión y de retrospectiva, para reflexionar y proponer mejoras en los avances del proyecto.

[Design Sprints-Google Ventures](#)

## Kanban

**Conocida como «Tarjeta Visual»**, su origen está en los procesos de producción “just-in-time” (JIT) en los que se utilizaban tarjetas para identificar necesidades de material.

Destaca por ser una técnica de gestión de las tareas muy visual, que **permite conocer a golpe de vista el estado de los proyectos y pautar el desarrollo del trabajo** de manera efectiva.

Consiste en la elaboración de un cuadro o diagrama en el que se reflejan tres columnas de tareas; **pendientes, en proceso o terminadas**. Este cuadro debe estar al alcance de todos los miembros del equipo, evitando así la repetición de tareas o la posibilidad de que se olvide alguna. Por tanto, ayuda a mejorar la productividad y eficiencia.

## Lean

Su **objetivo es eliminar actividades que no aportan valor**, para obtener un producto o servicio de mayor calidad y que mejore la experiencia de los clientes.

Se trata de **optimizar los procesos empresariales** (productivos y de gestión), **para utilizar menos recursos**. Nació en los años 80 en Japón bajo el nombre de Lean Manufacturing y con ella, Toyota consiguió optimizar los procesos, reducir los costes, establecer relaciones más fluidas con su entorno y mejorar notablemente su productividad. En definitiva, fue un éxito rotundo.

Con el paso de los años, se popularizó con el libro “Lean Startup” que propone la aplicación de la filosofía Lean al emprendimiento y a los negocios.

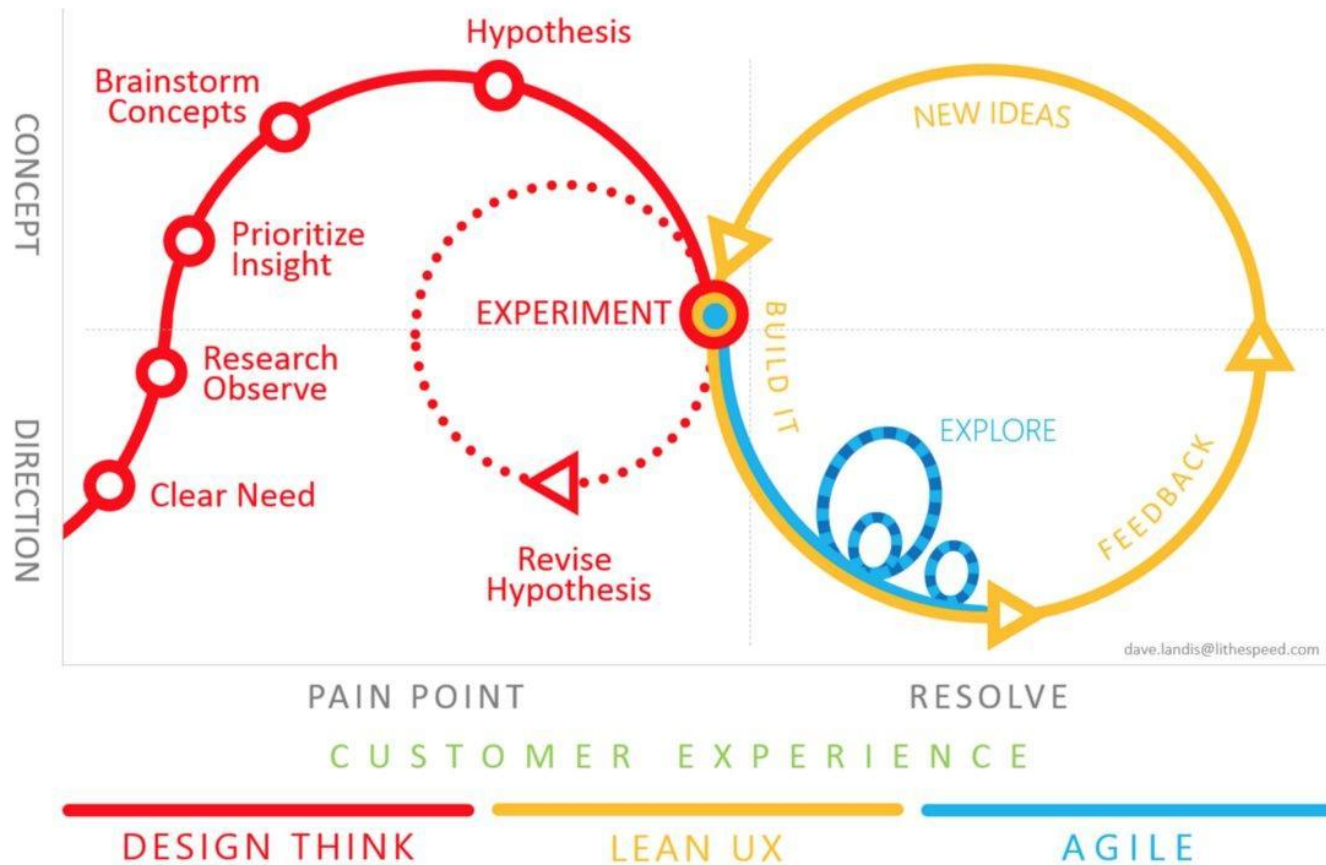
Y ya que la base es la capacidad de adaptación y flexibilidad, lo habitual es coger partes de cada una de las tres para llevar adelante el proyecto.

Que busca esa flexibilidad y adaptación con el resto de equipos y metodologías.



No son lo mismo. En [esta conferencia](#) se explican muy bien las diferencias,

Pero se  
complementan





# Design Thinking - Lean UX- Agile

Identifica las diferencias

# Pensando solo en un equipo de diseño, es habitual encontrarnos con Lean UX

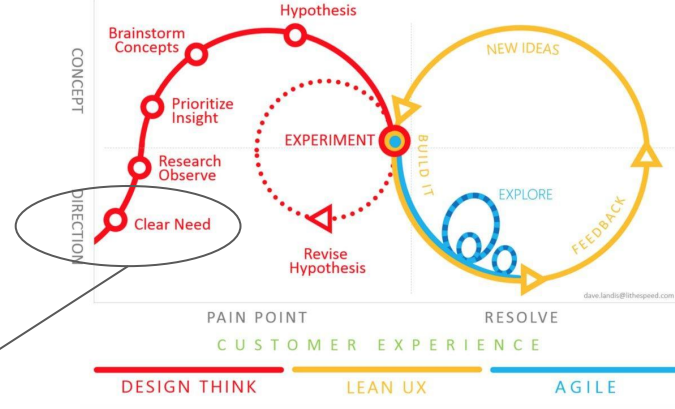
Existen muchas metodologías diferentes que pueden aplicarse a la hora de crear nuevos productos, pero **Lean UX tiene muchos beneficios alrededor de la rentabilidad y agilidad** y, además, está **basada en datos**. En un **proceso** impulsado por 3 conceptos principales:

1. **Pensar.** Crear **suposiciones** sobre cualquier problema dado y **lo que se cree que se conoce** sobre ese área en particular.
2. **Hacer.** Implica diseñar un **producto mínimo viable**, que es lo mínimo que se necesita para atraer a la audiencia y comenzar un ciclo de iteración y retroalimentación.
3. **Verificar. Se prueba el producto** mínimo viable con la audiencia para ser validado, o rechazado. Llegados a este punto, el conocimiento recién descubierto sirve para dar inicio nuevamente a la etapa de reflexión para comenzar de nuevo todo el ciclo.

En lugar de hacer conjeturas sobre posibles nuevas características o diseños, Lean UX **se basa en conocimiento para informar cualquier decisión**. Esto ayuda a descubrir qué suposiciones eran incorrectas.

[Guía metodología Lean UX](#)

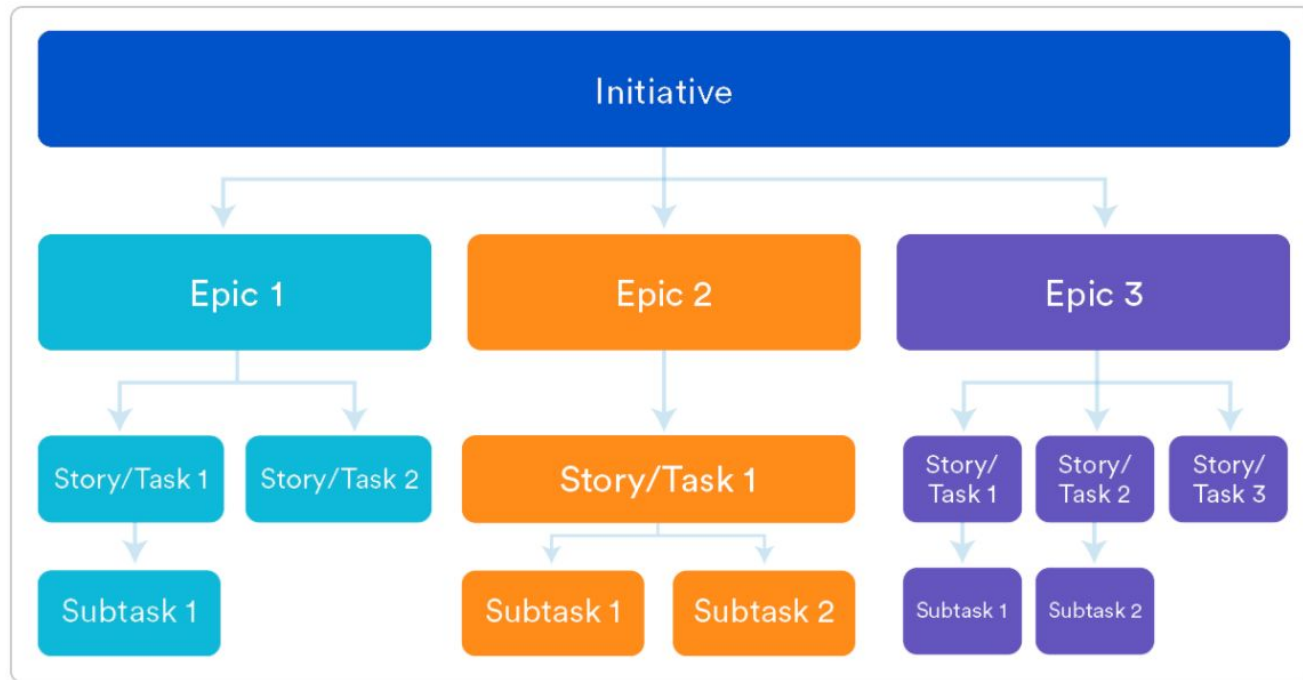
Siempre basando cada trabajo en  
querer resolver una necesidad.  
Ese es el objetivo.



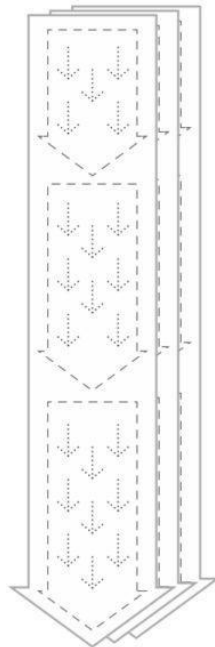
**Un problema bien planteado es un problema  
medio resuelto.**

Lo hemos remarcado durante todo el  
bootcamp: No es qué quieres hacer, sino qué  
problema quieres resolver, cuál es la  
verdadera necesidad del usuario.

## De lo más abstracto a lo más concreto



Haciendo todo con un  
objetivo: **Que alguien  
consiga algo.**



**Who is this user?**

**What makes them tick?**

**Who's an example of such a person?**

"As a [persona], • \_\_\_\_\_  
I want to [do something]  
so that I can [realize a reward]" • \_\_\_\_\_

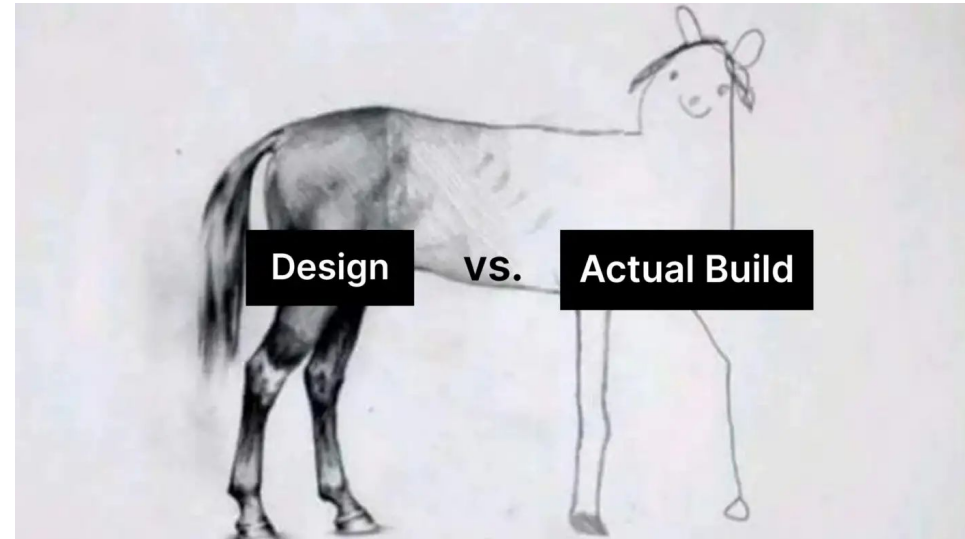
**Why do they want to do this?**

**What's the benefit/reward?**

**How will we know of it's  
working?**

Diseñamos porque hay una necesidad, y especificamos para que el equipo sepa exactamente lo que queremos.

- No dejar **nada a la interpretación.**
- Asegurarse de que lo propuesto **puede hacerse.**



Porque corres el riesgo de que ocurra esto...

The image shows a screenshot of the Renfe website's login page. A modal dialog box is centered on the screen, titled "BIENVENIDO AL ÁREA PRIVADA" (Welcome to the Private Area). The dialog contains the text: "Por favor, indica tu documento de identidad para que podamos unificar tus datos" (Please indicate your identity document so we can unify your data). Below this, there is a label "DOCUMENTO DE IDENTIDAD\*" (Identity Document\*) and a text input field containing "DN" and "50462173N". To the right of the input field is a purple button labeled "CONTINUAR" (Continue). The background of the website is dimmed, showing the navigation bar with "Viajar", "Experiencias", and "Cercanías" on the left, and "Ayuda", "Grupo Renfe", and user icons on the right. The main content area behind the modal includes a login form with fields for email (sanchezm.miriam@) and password (.....), a "¿Has olvidado tu contraseña?" link, and a large purple "ENTRAR" button. On the right side of the background, there are links for "Promociones y descuentos", "Consulta y solicita tus facturas", "Consigue viajes con tus Puntos", and "Promociones con partners (Renfe Viajes, hoteles, alquiler coche)". At the bottom, there are icons for "Servicios exclusivos" and "Conéctate a PlayRenfe y disfruta de wifi gratis y".

Viajar ▾ Experiencias Cercanías ▾

renfe

Ayuda Grupo Renfe ▾

Inicio de sesión

sanchezm.miriam@

.....

[¿Has olvidado tu contraseña?](#)

ENTRAR

BIENVENIDO AL ÁREA PRIVADA

Por favor, indica tu documento de identidad para que podamos unificar tus datos

DOCUMENTO DE IDENTIDAD\*

DN 50462173N

CONTINUAR

Promociones y descuentos

Consulta y solicita tus facturas

Consigue viajes con tus Puntos

Promociones con partners (Renfe Viajes, hoteles, alquiler coche)

Servicios exclusivos (Sala Club, Parking, wifi gratis...)

Conéctate a PlayRenfe y disfruta de wifi gratis y

Privacidad - Términos

Porque corres el riesgo de que ocurra esto...

Fechas exactas      Fechas flexibles **NUEVO**

< oct. nov. dic. 2022 ene. feb. mar. abr. mayo. jun. >

**octubre 2021**

lun.	mar.	mié.	jue.	rivalizar.	sáb.	dom.
					1	2
					3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

**noviembre 2021**

lun.	mar.	mié.	jue.	rivalizar.	sáb.	dom.
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

¿Aún no estás seguro / a de las fechas de tu viaje?  
Haz clic [aquí](#) para opciones de búsqueda de fechas más flexibles

Ahora viajar es más fácil. Aquí tienes todo lo que necesitas saber

aplicaciones Design Thinking e... IDEO is a global d... Design Kit

**RYANAIR** Preguntas más frecuentes | Tasas | C

Card number \*  
4397 7216 0147 2313

Fecha de caducidad \*  
Mes Año

enero  
febrero  
marzo  
abril  
mayonesa  
junio  
julio  
agosto  
septiembre

¿Qué es?

ninos y condiciones para obtener más

Selecciona una moneda de pago y aprovéchate de nuestro tipo de cambio garantizado.

¿Quieres saber más sobre nuestro tipo de cambio garantizado?



## Historias usuario-Ejercicio

En nuestra empresa ya está desarrollado el proceso de pago, y han seguido perfectamente el [diseño](#).

Nuestra product owner nos pasa la siguiente historia de usuario:

Como “Raúl indeciso”

Quiero “editar mi carrito”

Para “modificar cantidad y/o talla de una o más prendas que ya hay en el carrito”.

Edita la pantalla de checkout y completa la historia de usuario para especificar el comportamiento al equipo de desarrollo.

## Herramientas de organización de tareas y de equipos

A la hora de diseñar un producto se debe de tener un proceso pulido. Y para facilitar un proceso complejo, se necesita un alto nivel de organización y sistematización. Notion u otras herramientas de organización permiten que esto se haga de manera increíblemente fácil.

También podemos encontrar otras herramientas como Trello las cuales se focalizan más en la gestión de equipos.



## A la hora de organizar nuestro Notion debemos de tener en cuenta los siguientes puntos...

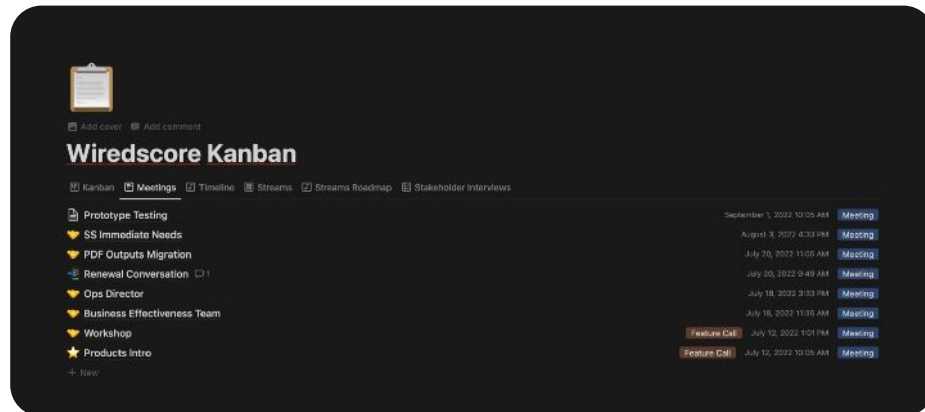
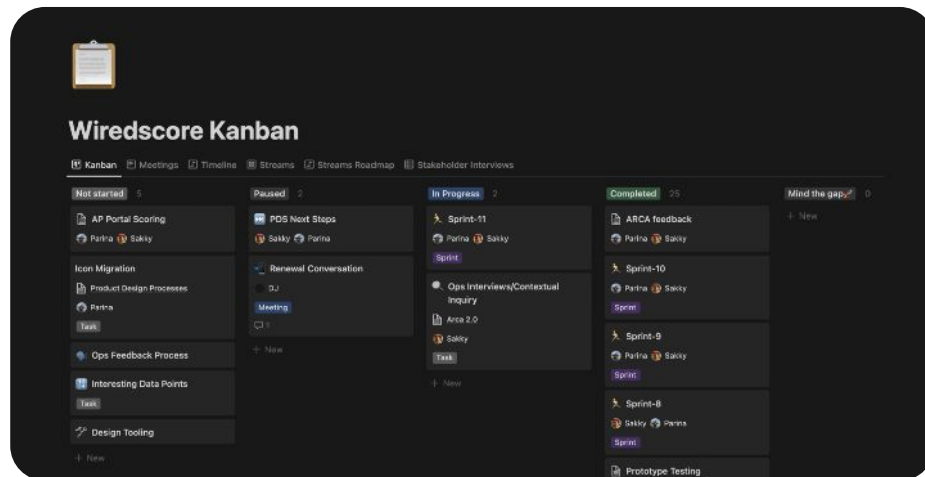
### Paso 1 - Configuración de su base de datos

Configurar la base de datos es realmente lo que te preparará para el éxito de tus objetivos. La combinación de propiedades específicas + filtros + vistas de bases de datos vinculadas es cómo vamos a crear su poderoso centro como diseñador. [Video explicativo](#).

### Paso 2 - Creación de vistas

Ser capaz de organizar tareas y ver la documentación del proyecto sin tener que entrar y salir de las páginas es un gran ahorro de tiempo y, en general, un proceso más agradable. [Video explicativo](#).

1. Crear una nueva vista usando la misma base de datos
2. Elija una vista de 'Lista'
3. Agregue un filtro para mostrar solo tarjetas cuando 'Tipo = Reunión'
4. Agregue una propiedad para mostrar la 'Fecha' y el 'Tipo de reunión'

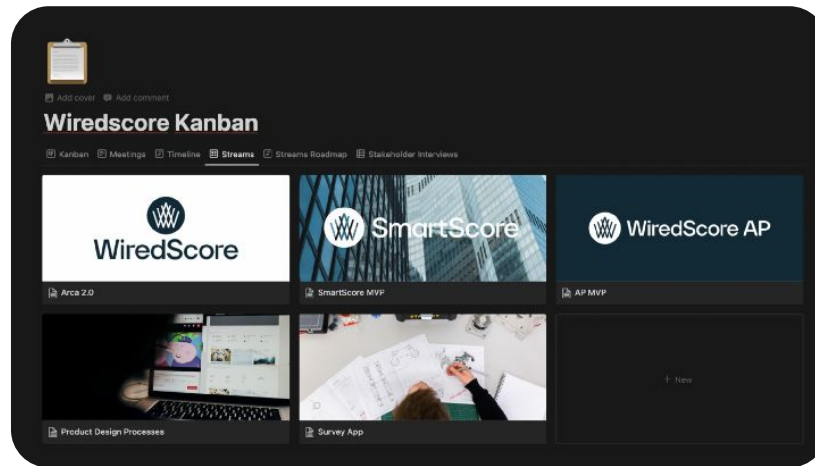


### Paso 3 - Conectar otras vistas con una base de datos vinculada

Puedes agregar esto usando una base de datos vinculada:

1. Utilice el atajo / para crear una base de datos vinculada
2. Agregue sus vistas de las Etapas 1 y 2
3. Agregue su vista de tabla de partes interesadas

De nuevo, puedes llevar esto tan lejos como quieras. [Vídeo explicativo](#).



## Notion-Ejercicio

Elige o crea una plantilla de Notion para hacer el informe del research de tu proyecto personal.

## A la hora de organizar nuestro Trello debemos de tener en cuenta los siguientes puntos...

### Paso 1 - Crea un tablero

Ve a la página de inicio en Trello y busca el enlace para crear un tablero. Dale un nombre.

Usa el menú Mostrar en la parte superior derecha para obtener acceso a Cambiar fondo.

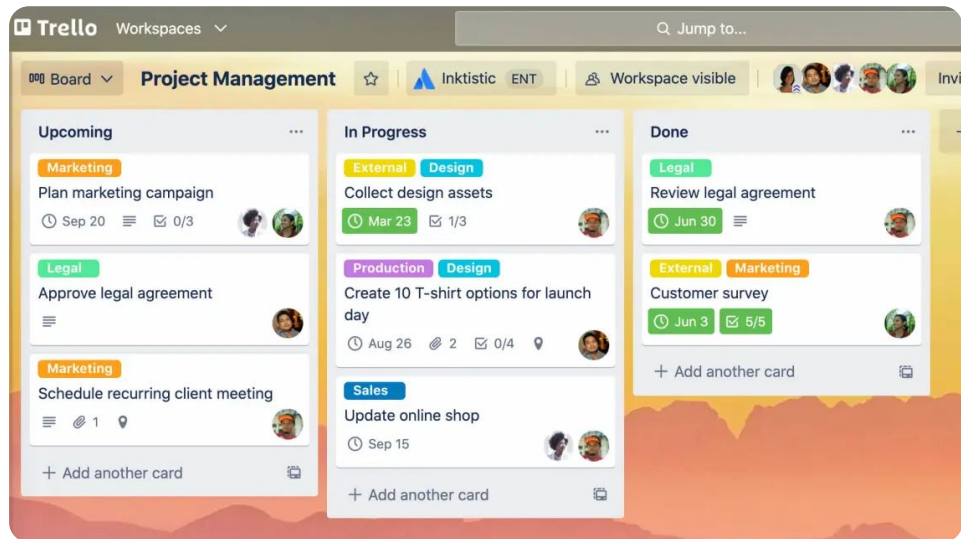
Escribe y selecciona un fondo apropiado para tu pizarra.

### Paso 2 - Invita a tu equipo

Invita a los miembros a la junta para que se les puedan asignar tareas y colaborar en la junta.

### Paso 3 - Construye un workflow

Pueden representar diferentes cosas como una colección de ideas o tareas dentro de un proyecto más grande. Lo más importante es establecer un flujo de trabajo para la forma en que trabaja su equipo.



## Paso 4 - Crea un Workspace

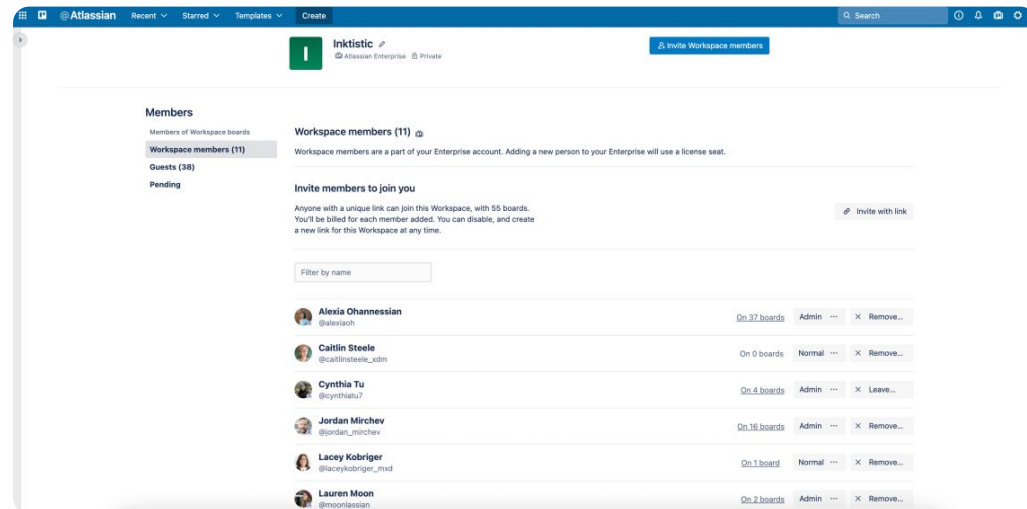
Un espacio de trabajo es el centro de navegación de tu equipo, donde todos pueden acceder a todos los tableros, miembros y vistas del espacio de trabajo del equipo. Dentro de un espacio de trabajo, tendrá todo el contexto que necesita para contribuir productivamente al esfuerzo colectivo del equipo.

## Paso 5 - Integra Trello con otras aplicaciones

Depende de la función que busques puedes enlazar Trello con herramientas como Slack, Dropbox, Google Drive...

## Paso 6 - Descubre consejos y trucos

En este [artículo](#) podrás ampliar tus conocimientos y conocer más funcionalidades para Trello.



[Introducción a Trello](#)

Es complejo integrarse a la perfección y cada equipo y en cada proyecto se adapta del mejor modo posible. Los Design Sprints ayudan.



## ¿Qué es un Design sprint?

- Es diseño para mejorar el negocio
- Es responder rápido a preguntas a través de prototipos y validaciones
- Es un proceso de cinco fases con limitaciones de tiempo que utiliza el pensamiento de diseño para reducir el riesgo de crear un nuevo producto, servicio o característica.
- Es una técnica creada por Jake Knapp en 2010 a través de Google Ventures tras haber estudiado cientos de técnicas de resolución de problemas y quedándose con las más efectivas.
- Es momento de co-creación con diferentes stakeholders de una solución basada en las necesidades del usuario

Teniendo este objetivo bien planteado, ahora hay que buscar su solución.

**En 5 días como máximo.**

Mediante la **co-creación con diferentes stakeholders** de una solución basada en las necesidades de los usuarios, combinando técnicas de Design Thinking con otras técnicas de innovación adaptadas a metodologías ágiles.

Su objetivo es **prototipar y validar ideas con usuarios finales**, reduciendo así el riesgo de la aceptación y deseabilidad de la nueva funcionalidad, producto o servicio.



## 5 días: 5 pasos

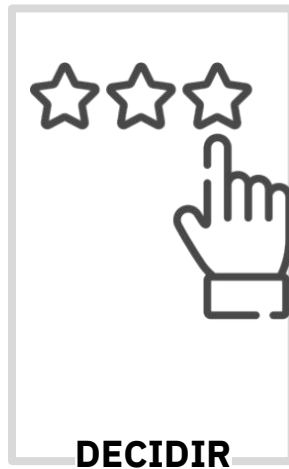
### Día 1: Lunes



### Día 2: Martes



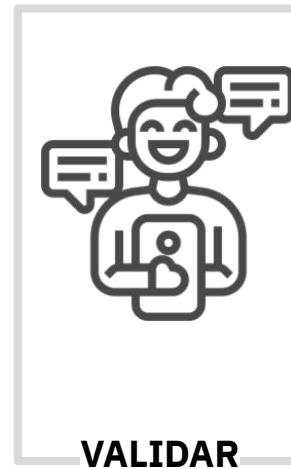
### Día 3: Miércoles



### Día 4: Jueves



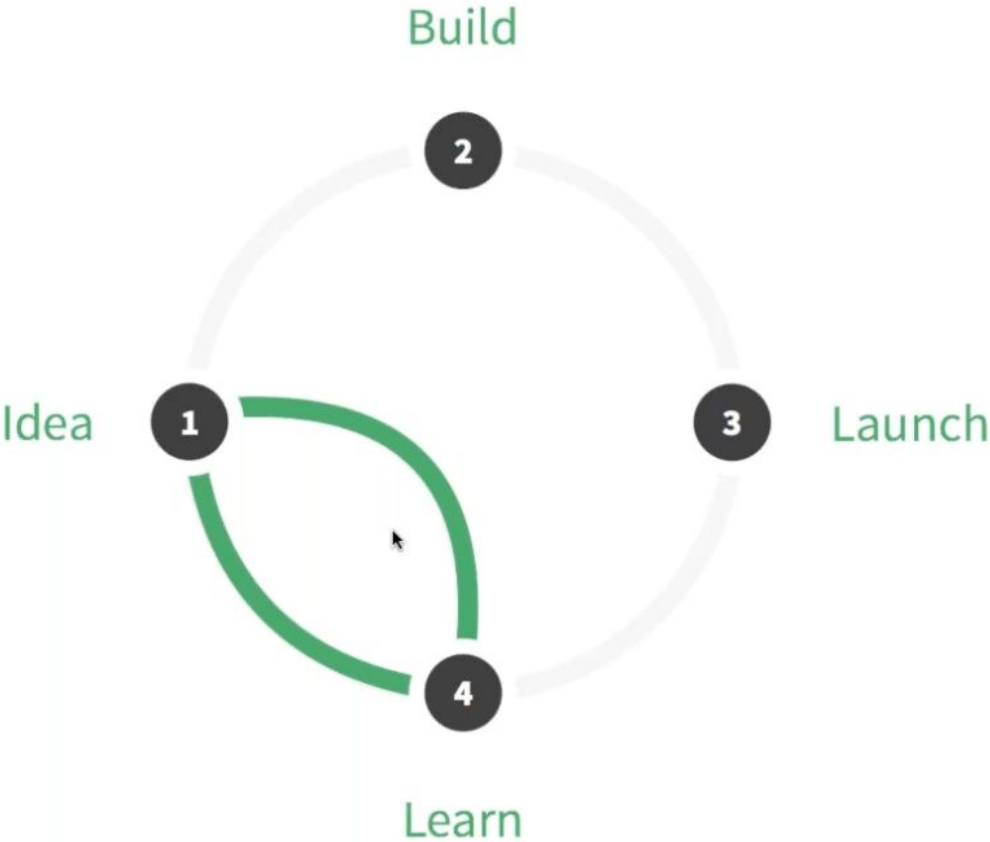
### Día 5: Viernes



Recuerda:  
Es barato fallar rápido.

Jake Knapp:

*“It’s kind of like fast-forwarding into the future so you can see how customers react before you invest all the time and expense of building a real product.”*



# 05

Dudas, referencias y conclusiones.

## Concluyendo...

- No hay metodología buena ni mala, dependerá del proyecto y de cómo la adaptemos a él.
- La comunicación es una soft skill muy muy muy valiosa, debemos trabajarla desde la humildad y pensando siempre en el bien del proyecto.
- En ocasiones el rol de diseñador de producto es ser el “traductor” entre negocio, usuario y tecnología, por lo que es muy importante saber hablar los tres idiomas.
- Dar cosas por supuestas, con margen de interpretación, es decir, documentar mal o medias, puede jugar en nuestra contra.
  
- El equipo de desarrollo NO ESTÁ EN NUESTRA CABEZA. Necesitan que le especifiquemos todo bien y que les podamos dar soporte si tienen dudas. Y todo será más fácil si aprendemos a comunicarnos con ellos.
- Al “entregar los diseños”, nosotros no hemos acabado se abren dos vías de trabajo:
  - ◆ **Velar por la calidad de lo diseñado:** soluciones, pantallas y todos los diseños se van a ir desarrollando y puede que no se parezca en nada a lo que habíamos pensado. Debemos ayudar al equipo a que entiendan qué necesidad estamos resolviendo, ser muy cuidadosos en cómo documentamos y en cómo nos comunicamos, etc.
  - ◆ **Evolucionar el producto** que se va a ir construyendo, desarrollando y avanzando en las funcionalidades del roadmap que considerábamos que tenía sentido hacer en ese orden pero... ¿estamos en lo correcto?  
Cuando el producto comienza a usarse obtenemos muchas más insights que nos dan nuevas hipótesis, nuevas oportunidades, nos desmontan el plan, nos desmienten hipótesis... Ser flexibles y ágiles a la hora de recoger este conocimiento, anticiparse y gestionar los riesgos y adaptar el roadmap e incluso funcionalidades ya definidas es clave.

## Es importante estar al tanto de otras metodologías

**Six sigma es una metodología de mejora continua**, basada en datos, que se centra en eliminar los errores en los procesos repetitivos de las empresas con el objetivo de mejorar la calidad en estos.

La gran diferencia con otras metodologías es que six sigma se centra en corregir errores antes de que se presenten. Esta metodología también se conoce como DMAIC:

**Definir:** se fijan los procesos que requieren evaluación y se decide con la dirección de la empresa

**Medir:** empezamos entendiendo el proceso actual, calificando y evaluando cada parte del proceso.

**Analizar:** se analizan y contrastan los datos que hemos sacado del momento actual, con el histórico para sacar diferencias y encontrar los principales problemas.

**Mejorar:** se ponen en marcha las acciones para mejorar el proceso.

**Controlar:** se aplican las medidas necesarias para controlar y mantener las mejoras introducidas.

# Es importante estar al tanto de otras metodologías



**Gherkin es una metodología que incluye escenarios al describir las tareas. Escenarios que** ayudan al equipo a comprender el viaje completo del usuario y cambia la conversación hacia los *resultados* en lugar de las *características* .

- **Escenario:** ¿Cuál es el comportamiento o la acción deseada?
- **Dado:** Este es el contexto o donde ocurre el entorno .
- **Cuándo:** el usuario realiza una acción específica
- **Entonces:** Ocurre el comportamiento/resultado

## Ejemplo:

**Historia de usuario:** Como cliente potencial, quiero proporcionar *rápidamente* mi dirección para poder obtener un precio exacto y ahorrar tiempo.

**Escenario 1:** dirección de búsqueda automática

**Dado:** El usuario está en la pantalla de dirección

**Cuándo:** empiezan a escribir su dirección

**Entonces:** la dirección sugerirá automáticamente opciones después de que se proporcionen 3 caracteres

**Escenario 2:** Rellenar dirección

**Dado:** el usuario escribió 3 o más caracteres de su dirección

**Cuándo:** selecciona su dirección de la lista de sugerencias

**Luego:** Todos los campos de dirección se completarán automáticamente

**Y:** el usuario no podrá cambiar manualmente la ciudad, el estado o el código postal

**Escenario 3:** Cambiar dirección

**Dado:** El usuario quiere cambiar su dirección porque cometió un error

**Cuándo:** Eliminan un carácter de la primera línea de dirección

**Luego:** Aparecerá la sugerencia automática de dirección para que el usuario pueda seleccionar una nueva dirección



## Y en una empresa real ¿sabré llevar a cabo un proyecto con Lean?

Sí, y con cualquier metodología.

No te asustes cuando te hablen de metodologías. Ni cuando te hablen de técnicas. Sabes más de lo que crees.

El bootcamp se ha preparado para que sepas trabajar en una empresa y un proyecto real.

Lee este [artículo](#) y piensa ¿hay algo que no conocieras? ¿Sabrías llevar todos los pasos y procesos adelante?



## Proceso UX/UI en equipo completo -Ejercicio

Viendo el siguiente [proceso](#), ¿dónde crees que aportarías más valor? ¿y que necesitarías reforzar?

# 06

## Nuestros proyectos

¿Algún avance en tu CV, portfolio y linkedin?



## Portfolio

Es el modo más rápido de demostrar lo que hemos hecho, de poder tangibilizarlo y que una empresa sepa si tenemos el modo de trabajar y enfoque que ellos están buscando.

**Dependiendo de cuales sean nuestras fortalezas, así será nuestro portfolio.** Es un proceso iterativo, que requiere de actualización continua.

## Artículo



## Curriculum Vitae

Es tu ficha de producto... Es lo que convencerá a una empresa para sentir que tienes todo lo que buscan y querer conocerte más.

Hacer un buen CV es una tarea compleja, que requiere que nos examinemos, no solamente lo que somos y hemos hecho, sino a **enfocarlo en función de hacia dónde queremos ir.**

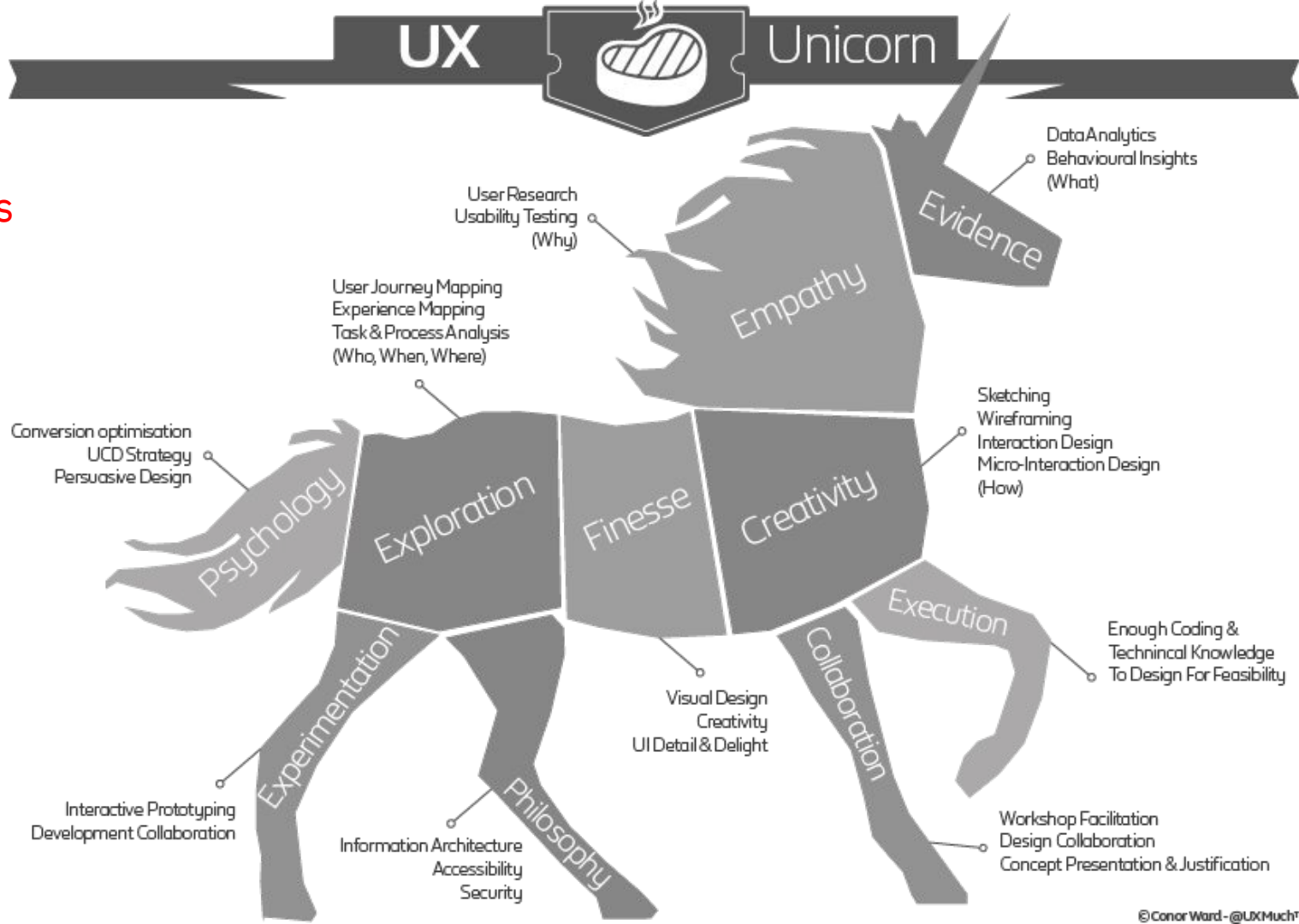


## Linkedin

Más allá de una red social, es un punto de encuentro entre profesionales. Tener un perfil completo es importante, pero el etiquetado, la actividad que tengamos y la red con la que tenemos relación también es muy importante para **darnos visibilidad** y para estar al día de tendencias y oportunidades.

[Aquí](#) tienes los diferentes roles.

Ahora que tienes  
una visión más  
amplia  
¿Dónde te ves  
más?



Muchas gracias

Miriam Sánchez  
[miriam@thebridgeschool.es](mailto:miriam@thebridgeschool.es)

[thebridge.tech](https://thebridge.tech)

