

15/8 Practico

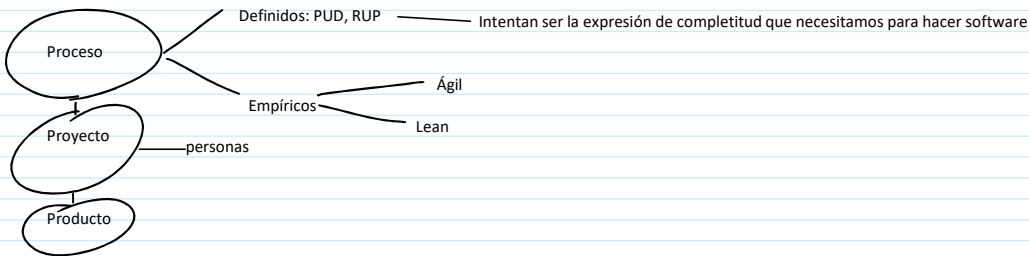
Tuesday, August 15, 2023

9:20 AM

Unidad 2: Gestion Lean Agil de productos de software

Unidad 2: Gestion Lean Ágil de productos de software

Procesos Empíricos



Los Procesos empíricos se basan en 3 pilares

- Inspección
- Adaptación
- Transparencia

Buscan obtener experiencia

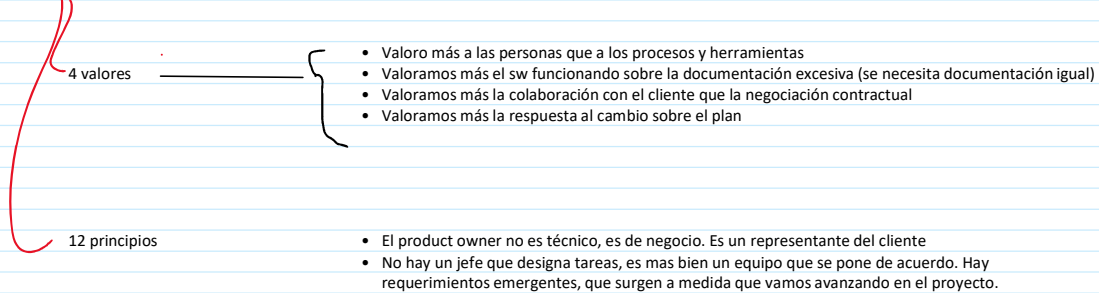
Retroalimentación

El objetivo de lo que queremos hacer tiene que estar disponible para todos en todo momento

Los ciclos de desarrollo son iterativos y cortos mediante el cual adquirimos experiencia

El empirismo decide qué proceso se va a utilizar

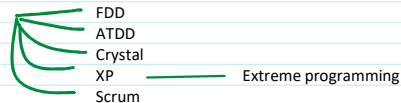
El manifiesto ágil tiene



El **desarrollo ágil de software** busca hacer un equilibrio entre poco proceso y mucho proceso. El agilismo no es la legalización del quilombo.

Lo importante no es el software, sino el valor que le entregamos al negocio

Algunos frameworks ágiles son



Requerimientos en ágil

Las historias de usuario deben ser cortas y deben describir una necesidad que tiene el usuario, si es con su terminología mejor.

Es importante priorizar, es decir hasta donde es suficiente para entregar valor al cliente.

En un producto de software suelen tener un gran desperdicio de sus características (no se usan nunca)

Los cambios son bienvenidos aun en etapas tardías del desarrollo

La priorización viene del lado del product owner

Product backlog es una lista priorizada de lo que tenemos que hacer (se encarga el PO)

Just in time: vamos a fijarnos en los requerimientos que necesita el cliente en este momento, no describir requerimiento que pueden cambiar en un futuro porque con los futuros cambios pueden que necesiten tirarse a la basura

Requerimientos de negocio
Requerimientos de usuario

Son las que abarcan las historias de usuario

Triple restricción o triángulo de hierro: dimensiones en las que se mueve un proyecto en función de las decisiones que se tienen que tomar

Tradicional

FIJO (requerimientos) ESTIMAN (recursos, tiempo)

Ágil

FIJO (recursos y tiempo (apunto a iteraciones de duración fija)) ESTIMAN (el alcance)

Principios Ágiles relacionados a los requerimientos Ágiles

NO SILVER BULLET (artículo, leer para el parcial)

Partes de una User Story CCC

Conversación
Tarieta

Es lo más importante

Partes de una User Story CCC

Conversación — Es lo más importante
Tarjeta
Confirmación

En el frente va la tarjeta y en el dorso la confirmación

El sintaxis de la user debe contestar: quién está realizando la acción, acción que realizará el sistema, porque es necesaria la actividad

"Como docente quiero registrar las notas del parcial de forma tal que los alumnos conozcan su nota"

"Como conductor quiero buscar un destino a partir de una calle y altura para poder llegar al lugar deseado sin perderme"

Frase verbal: nombre corto, tiene que ver con el qué. Permite un acceso más rápido a las user story

Las user story describen partes del producto

Las pruebas de aceptación deben hacer nose q

Hay diferentes niveles de granularidad en las user story

USER STORY son porciones verticales, es decir que debo entregarle al cliente software funcionando tiene una partecita de cada capa (GUI, Business Logic, Database)

Criterios de aceptación sirven para definir las pruebas de aceptación

Por ejemplo: el número de una casa debe ser entero

Debemos tener como mínimo una que pase la prueba de aceptación y otra que no

Los detalles no están en la carta, gran parte de ellos están en las pruebas

CRITERIOS

Definition of ready

Definition of Done

Invest

Independiente

Negociable

Valuable

Estimable (es estimable cuando puedo medirlo)

Small (consumible en una iteración o sprint)

Testable

Hay diferentes niveles de abstracción

User Stories

3 C (Card, Conversation, Confirmation)
No todo lo de la conversacion va a parar a la user story
La conversacion es la mas importante

QUE
COMO -> es el rol
PARA -> Valor de negocio que se entrega, nos ayuda a interpretar para que lo quiere
La user story implica analisis

Frase Verbal

Estimacion

COMO QUIERO PARA.....

Criterios de aceptacion
Acuerdos que relevamos en la conversacion
(se utiliza el "deben" y "pueden")
No debe haber ambigüedad

Pruebas de usuario:
El PO nos da casos para probar que la user story sirve, se deben probar todos los casos posibles (los mas simples y los mas complejos). Se debe tener en cuenta la "minima" y la "maxima". Validaciones que generen valor y fallos que se consideren importante



PRÁCTICO 1 - REQUERIMIENTOS ÁGILES – User Stories

Unidad:	Unidad Nro. 2: Gestión Lean-Ágil de Productos de Software
Consigna:	Identificar y escribir las US identificadas en el Dominio presentado para el práctico
Objetivo:	Aplicar los conceptos teóricos desarrollados en clase sobre User Stories.
Propósito:	Familiarizarse con los conceptos de requerimientos ágiles y en particular con Historias de Usuario (User Stories), Épicas y Temas
Entradas:	Conceptos teóricos sobre el tema, desarrollados en clase. Bibliografía referenciada en la modalidad académica.
Salida:	Enunciado, consigna y tarjeta de US. <ul style="list-style-type: none">Identificación de los roles principalesUS identificadas con sus tarjetas completas
Instrucciones:	Este práctico no se entrega y por lo tanto no tiene nota. El tema se evalúa en el parcial. Los docentes representarán a expertos del dominio que expresarán sus necesidades vinculadas a desarrollar un software para un servicio de transporte. Los estudiantes realizarán preguntas con el objetivo de acordar juntos el alcance del proyecto, y determinar las user stories correspondientes y definir las pruebas de aceptación de usuario para cada una. Cada grupo presentará el resultado obtenido al final de la clase al resto del curso.

Aplicación Mis Gastos Familiares

Objetivo del producto: facilitar a las personas la gestión de sus gastos cotidianos y poder acceder a información relacionada a estos.

A continuación, se transcribe parte de la entrevista realizada al experto en el dominio:
Product Owner (PO): ¿Cómo debe visualizarse la planilla de gastos?
Experto en el Dominio (ED): Similar a una tabla en Excel, con columnas donde se pueda indicar el monto, el tipo de gasto, y la fecha en que se realizó el gasto.
PO: ¿La fecha del gasto es la fecha actual? ¿Se toma automáticamente?
ED: Debería mostrar la fecha actual, pero permitir modificarse.
PO: ¿Cuáles son los tipos de gastos permitidos?
ED: Cada persona debería poder registrar sus tipos de gastos, así como indicar si el gasto es propio o de otra persona (por ejemplo, de su esposa).
PO: ¿El nombre o la relación con el usuario debe indicarse?
ED: Debe indicarse el nombre y apellido. También por defecto debe mostrarse el nombre y el apellido del usuario logueado, permitiendo modificarlo, y si alguna vez se registró el nombre y apellido que se comienza a ingresar (no importa si esta vez o una vez anterior), el sistema debería mostrar aquellos nombres y apellidos que comiencen de forma similar, como hace el Excel.
PO: Ah ¿Es decir que el usuario debe registrarse y cuando va a usar la aplicación debe iniciar sesión?, y ¿la sesión caduca en algún momento?
ED: El usuario debe registrarse para permitirle descargar la aplicación, y la primera vez debe iniciar sesión, pero luego se consideran los datos de la sesión registrados, salvo que el usuario decida de loguearse. La sesión no caduca nunca.
PO: ¿Y la planilla de gastos muestra todos los gastos? ¿Cómo se ordenan?
ED: Por defecto se deben mostrar todos los gastos del mes en curso ordenados desde el gasto más actual, pero el sistema debería permitir ver cualquier periodo que el usuario quiera, y que pueda filtrar por tipo de gasto, por responsable de gasto, por rango de montos. Además debe poder modificar el criterio de ordenamiento. Y para cada filtro que se aplique arriba se debe mostrar el total de gastos según el filtro aplicado.

User story: registrar tipos de gastos

Registrar tipo de gasto

Como ejecutor de gastos quiero registrar un tipo de gasto para clasificar los gastos

Criterios de aceptacion

- Debe ser un tipo de gasto cuyo nombre no se haya utilizado antes
- Puede ser un tipo alfanumerico
- Debe ser de maximo 20 caracteres

Pruebas de usuarios

- Probar registrar un tipo de gasto no existente (PASA)
- Probar registrar un tipo de gasto sin nombre (FALLIDO)
- Probar registrar un tipo de gasto con nombre de mas de 20 caracteres (FALLIDO)
- Probar registrar tipo de gasto con nombre duplicado (FALLIDO)

User story: registrar gastos

Registrar gasto

Como ejecutor de gastos quiero registrar un gasto para llevar un seguimiento de los gastos

Criterios de aceptacion

- Debe tener un tipo de gasto asociado
- Debe tener un responsable de gasto asociado
- Debe tener un monto mayor a 0
- La fecha no debe ser mayor a la actual
- Debe autocompletarse con la fecha actual
- Puede escribir una descripción del gasto
- Debe mostrar los nombres y apellidos cargados que coincidan con los que se van cargando

Pruebas de usuarios

- Probar registrar gasto con tipo de gasto asociado, con responsable de gasto asociado y con monto mayor a 0 (PASA)
- Probar registrar gasto sin tipo de gasto asociado (FALLA)
- Probar registrar gasto sin responsable de gasto asociado (FALLA)
- Probar registrar gasto con monto = a 0 o negativo (FALLA)

- 1 Identificar roles
- 2 Listado de user stories
- 3 Describir user story

Roles

Gestor de gasto (quien se descarga la cuenta)

User stories

- Registrar, cargar y guardar gasto
- Registrar tipo de gasto
- Visualizar gastos (aplicar filtros y ordenamiento) se puede descomponer en 2 user stories
- Crear cuenta
- Iniciar sesion
- Cerrar sesion
- Registrar usuario
- Registrar responsable de gasto o miembro familia
- Modificar datos de usuario
- Eliminar gasto
- Modificar gasto

CONSIDERACIONES

Una user story no debe estar asignada a mas de un rol

Hay tantas user stories como maneras de registrar el usuario q existan. Tambien para roles distintos (como en el caso de uber (pasajero y conductor) son dos users story distintas)

User story: registrar usuario

Registrar usuario

Como Ejecutor de gastos quiero registrarme en la aplicacion para comenzar a analizar mis gastos

Criterios de aceptacion

- Debe registrarse con un mail valido
- Debe ingresar nombre, apellido y nombre de usuario no ocupado
- Debe ingresar una contraseña de 8 caracteres, alfanumerica
- Puede agregar foto de perfil (formato jpg, tamaño no mayor a 5 MB)

Pruebas de usuarios

- Probar registrar usuario con un mail valido completando campos obligatorios (PASA)
- Probar registrar usuario con un mail invalido (FALLA)

Estas son pruebas de usuarios (no es testing) ya paso la etapa de testing, es para que el usuario pueda empezar a utilizar el software

Requerimientos Ágiles

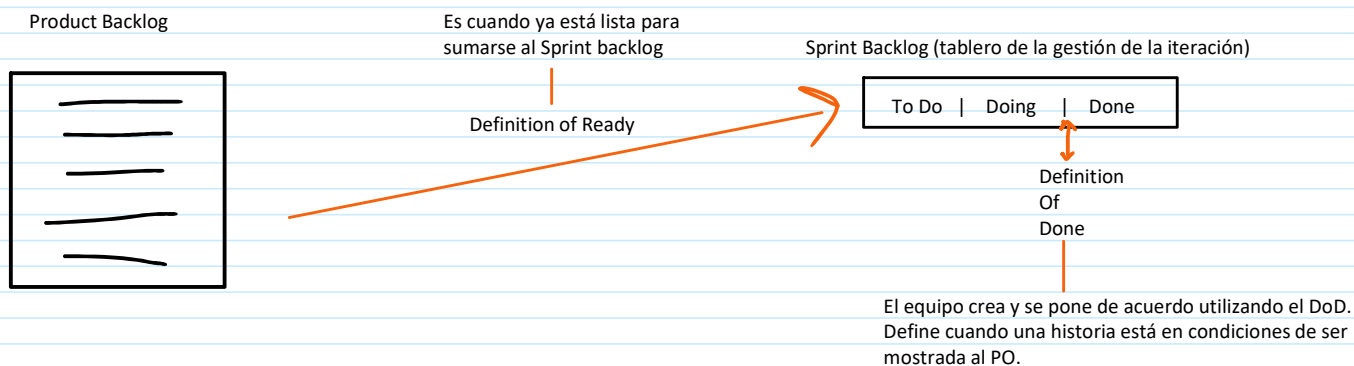
Hay que hacer foco en el **valor de negocio**. Nos define la primera visión del producto que voy a tener. Nos permite generar el product backlog, que contiene la cantidad suficiente de historias para ejecutar la 1ra iteración que nos permitirá tener una retroalimentación sobre el producto. Iteramos con procesos empíricos hasta llegar a la versión final del producto.

Just in time: debemos diferir decisiones hasta el último momento responsable ('no especificar de antemano, hacer las cosas a su tiempo').

Product backlog: es una pila o cola **priorizada**.

La mejor comunicación es cara a cara. Los mejores requerimientos emergen de equipos auto organizados.

Gestión ágil de requerimientos: se lleva adelante a través de la user story.



Deben ser productos, NO tareas.

Gestión binaria: ver que es

Si tenemos users muy grandes y no se llega a terminar, entonces no se entrega nada.

Spikes: nivel de incertidumbre tal que esa US no se puede estimar.

2 tipos de spikes que pueden estar en una misma user:

- Técnica: tiene que ver con el cómo
- Funcional o indefiniciones que vienen del negocio

No poner en el mismo sprint backlog el spike (investigación sobre una o más users) y las users relacionadas a ella. Una spike puede tener aspecto a user story

El product owner no puede realizar cambios sobre lo que se está trabajando

Como se estima en los ambientes ágiles?

Uno estima cuando hay un universo de incertidumbre. Estimar es predecir un valor en un universo donde te falta información.

Freddy Bruels. No Silver Bullets (LEER): lo más difícil es decir que software construir.

Estimaciones Ágiles

- Son relativas (no son absolutas como las estimaciones tradicionales): se apoya en la idea que los seres humanos somos mejores comparando. Hacemos estimaciones por comparación
- Se hace foco en la certeza y no en la precisión, porque la precisión es cara en recursos y tiempo. Los enfoques tradicionales hacen mucho énfasis en la precisión y luego suelen no cumplirlos.
- Diferir las decisiones: no hagamos un esfuerzo de más para estimar todo el producto. Se estima en 2 momentos:
 - o Granularidad más gruesa para generalizar: se usa el método Talle de Remera. Estimas las historias(?)
 - o Durante las planning. Estimas como se van a llevar a cabo las historias (?)
- Estima el que hace el trabajo, en las estimaciones tradicionales estima el líder de proyecto.

Las formas de estimar las US se denominan **Story Point** (Punto de Historia).

Las SP son las unidades de medida de las US, es un valor cuantificado para la user story. Representa el tamaño de la historia de usuario.

Serie de Fibonacci (0,1,1,2,3,5,8,13...) son los que se usan para asignárselos a las user story. La complejidad del software tiene un crecimiento exponencial (como la serie de fibonacci).

User Story canónica es el elemento que vamos a utilizar para comparar todas las demás US que estimamos.

Estimo todo el trabajo que tengo que realizar para cumplir con el Definition of Done (DoD), debe tener en cuenta todo, no solamente el tiempo de programación, sino también que el testing y nose q más.

El **poker planning** es una forma de estimar, donde cada uno estima las tareas por su cuenta para no estar influenciados por los otros y se pone una puesta en común donde el que más alto valor puso empieza explicando y cada uno ofrece su punto de vista. Las estimaciones tienen que ser convenientes, no debe llevar más tiempo estimar que resolver las US. Nos basamos en la US canónica a la hora de estimar por nuestra cuenta. Lo más conveniente es una Canónica de 3 (según la Meles) porque tenemos margen para arriba y para abajo, la mayoría elige de 1.

Dimensiones de una user story al momento de asignarle una story point (Las story point es un número que homogeniza las 3 dimensiones)

- Complejidad: cuan dificultoso es ————— Horas ideales: horas que efectivamente se trabaja, descontando las horas de ocio
- Esfuerzo: cuantas horas ideales necesitamos para crear.
- Duda (Incertidumbre): cuando la duda es muy grande se transforma en spike

Consulta simple → Sin gastos registrados (se considera como FALLA porque no es el camino feliz, no es lo esperado)

Consulta compleja → Filtros FALLA

Práctico 2

PRÁCTICO 2 - REQUERIMIENTOS ÁGILES – User Stories y Estimaciones

Unidad:	Unidad Nro. 2: Gestión Lean-Ágil de Productos de Software
Consigna:	Identificar y escribir las US identificadas en el Dominio presentado para el práctico
Objetivo:	Aplicar los conceptos teóricos desarrollados en clase sobre User Stories.
Propósito:	Familiarizarse con los conceptos de requerimientos ágiles y en particular con US, Épicas, Temas y MVP..
Entradas:	Conceptos teóricos sobre el tema, desarrollados en clase. Bibliografía referenciada sobre el tema. Enunciado, consigna y tarjeta de US.
Salida:	<ul style="list-style-type: none">Identificación de los roles principalesEl MVP explicando el alcance propuesto y justificando la inclusión de las User Stories seleccionadas y el porqué de aquellas excluidas en el mismoUS identificadas con sus tarjetas completasUser Story canónicaUser Stories estimadas
Instrucciones:	<p>Este práctico no se entrega y por lo tanto no tiene nota. El tema se evalúa en el parcial.</p> <p>Los docentes representarán a expertos del dominio que expresarán sus necesidades vinculadas al desarrollar un software para el servicio de Delivery de "lo que sea".</p> <p>Los estudiantes realizarán preguntas con el objetivo de acordar juntos el alcance del proyecto, determinar las User Stories correspondientes y definir las pruebas de aceptación de usuario para cada una.</p> <p>Cada grupo presentará el resultado obtenido al final de la clase al resto del curso.</p>

DeliverEat! Servicio de delivery de "lo que sea"

Hace algunos años Marcos se encontró con el problema de que algunos de sus restaurantes favoritos, entre ellos Grabeat que prepara las mejores hamburguesas de Córdoba en Derqui al 88, no tenían servicio de delivery, por lo que para poder hacerse con una de esas delicias necesitaba desplazarse hasta el lugar y esperar hasta que su pedido estuviera preparado, sin importar las condiciones climáticas o la cantidad de cuadas que tuviera que caminar. Totalmente decidido a darle una solución a su problema y viendo una profunda veta de negocios en un servicio aún no explotado en la ciudad, decidió formar un equipo y buscar financiamiento para llevar su idea a una realidad. Hoy en día su servicio es de uso corriente entre los jóvenes y también entre los negocios de comida que se han suscrito para cubrir sus deficiencias de envío a domicilio.

En una entrevista para la prensa tecnológica local, Marcos nos contó un poco acerca de cómo funciona su servicio:

Marcos: DeliverEat! es un servicio de delivery de lo que sea, es decir que podés pedir desde tu casa cualquier cosa que entre en una mochila, nosotros lo buscamos y te lo llevamos a tu domicilio. Esto aún funciona tanto para negocios de comida, como también para farmacias, negocios de ropa, tecnología y mucho más.

Martina: Actualmente DeliverEat! es muy conocida pero yo todavía no la he descargado a mi celular, cómo la podría usar?

Marcos (mostrando el paso a paso en su teléfono): El primer paso es descargar la aplicación del Store correspondiente, actualmente soportamos tanto dispositivos Android como iOS, por lo que podés descargarla desde ambas tiendas, también está disponible la versión web en nuestra página oficial. Luego vas a necesitar una cuenta de usuario: podés usar Facebook o Google para registrarte o bien mediante e-mail, en este último caso sólo debe tratarse de un e-mail válido indicando la contraseña elegida, que debe tener al menos 8 caracteres (tomamos la seguridad de nuestros usuarios muy en serio).

Martina: ¿Perfecto, y ya con una cuenta de usuario puedo llamar a los lugares para que me envíen mi pedido?

Marcos: Procesamos los pedidos internamente por lo que no es necesario que vos te pongas en contacto con el restaurante o comercio. Tenemos dos opciones para que puedas hacer tu pedido: elegir de entre nuestros comercios adheridos o realizar un pedido a un lugar no listado. Disponemos de una amplia red de comercios que ya se han sumado a nuestro servicio y esto incorpora una gran ventaja: en el momento en que haces un pedido a un comercio disponible en el listado ellos ya comienzan a prepararlo, en el mismo momento en que el cadete se prepara para retirarlo y llevarlo a tu domicilio, ¡es rapidísimo!

Martina: ¡Buenísimo! ¿Y cómo le indico al comercio cuál es el detalle de mi pedido?

Marcos: La aplicación te permite buscar en nuestra lista de comercios adheridos especificando algunos filtros como tipo de comida, tiempo promedio de entrega o si tiene seguimiento del cadete por GPS. Una vez que hayas seleccionado el comercio podrás navegar por su carta de productos en base a su categoría, por ejemplo para un negocio de comidas podrás ver "Empanadas", "Pizzas",

"Hamburguesas" mientras que para una librería podrás encontrar algo como "Novelas", "Ensayos", "Latinoamericanos", "Clásicos", entre otros.

Martina: ¿Y de esta forma puedo pedir sólo un producto? ¿Y si luego me arrepiento?

Marcos: Vas a disponer de un carrito de productos, en donde podés ir agregando diferentes productos especificando la cantidad y si es necesario alguna observación. Es importante mencionar que todos los productos deben ser del mismo comercio y que no hay límite de productos en el carrito más que el del pedido final: debe entrar en la mochila de tu cadete. En caso de que te arrepientas aún estás a tiempo porque podés modificar algún Producto del Carrito o bien quitarlo definitivamente. En el momento en que estás lista podés confirmar el Pedido indicando tu dirección, forma de pago (actualmente sólo disponemos de efectivo y tarjeta VISA pero estamos investigando la integración con otras tarjetas de crédito), cuando quieres recibirlo (por defecto es "Lo antes posible", pero también podés programar una fecha/hora de recepción) y, en caso de haber seleccionado pago en efectivo con cuánto vas a pagar. Esto nos permite indicarle al cadete el monto de vuelto que deberá llevar. Al confirmar el Pedido tanto el comercio como el cadete reciben notificaciones en sus teléfonos con toda la información para que tu pedido pueda llegar a su destino tal como lo esperas.

Martina: ¿Es posible hacer seguimiento del cadete o comunicarse con él?

Marcos: Efectivamente podés ver el estado de tus pedidos en tiempo real y seguir a tu cadete mediante un mapa de Google Maps para ver en dónde se encuentra en cada momento y así estimar mejor en qué momento lo recibirás en tu domicilio.

Martina: También me habías contado que es posible pedir el envío de algo que no esté disponible en alguno de los comercios adheridos, ¿cómo funciona?

Marcos: Efectivamente también podés realizar un pedido de "lo que sea": es muy similar al Pedido en base a un Carrito de Productos sólo que en vez de seleccionarlos desde un listado dispones de un campo de texto para indicar qué debe buscar tu Cadete con la opción de agregar una foto descriptiva. Además, debes indicar dónde debe retirarlo seleccionando un punto en un mapa interactivo o completando de forma textual la dirección del comercio. El resto (pago, confirmación y seguimiento) del Pedido son idénticos a los del Pedido a un comercio adherido.

Martina: Muchas gracias, Marcos por tu tiempo, en la próxima entrega seguramente nos podrás contar un poco más sobre el panel de administración de los cadetes y comercios, ¡hasta la próxima!

Glosario: Las **Notificaciones Push** son mensajes que se envían de forma directa a dispositivos móviles (Smartphones y/o tablets) con sistema operativo iOS y Android.

User story canónica
Story point (Esfuerzo, complejidad, incertidumbre)

Técnica → Negocio

La incertidumbre es la dimensión "principal" o "más pesada" y puede llevarnos a tener un spike (no estimable)

Poker Planning

Nula
Baja
Media
Alta

Frases verbales

Realizar un pedido a un lugar no listado "lo que sea"
Realizar un pedido a los comercios adheridos
Registrarse con Facebook
Registrarse con Usuario

Pago
Dirección de entrega
Fecha de entrega
Notificar comercio not PUSH
Notificar cadete

En este caso decidimos dividir la user story porque es muy grande, entonces podemos dividirla en 2 diferentes

Notificar comercio

Registrarse con email
Iniciar sesión con Facebook
Iniciar sesión con Google
Iniciar sesión con email
Buscar comercios adheridos mediante filtros (tipo comida, tiempo promedio de entrega, seguimiento del cadete via GPS)
Consultar carta de comercios adheridos
Ver estado de pedido
Visualizar estado de cadete
Modificar carrito
Agregar producto a carrito
Eliminar producto de carrito

Estimaciones

Eliminar y agregar al carrito son users story válidas para tomarlas como canónica.
Tomaremos como canónica

User story
Visualizar comercios adheridos
Como cliente quiero ver y filtrar los comercios adheridos para seleccionar al comercio de interés al que le quiero realizar un pedido
Criterios de aceptación
<ul style="list-style-type: none">Debe mostrar los comercios en forma de lista por defecto alfabéticamentePuede filtrarse por tipo de comida, tiempo promedio de entrega y si tiene seguimiento de cadetePuede filtrarse por nombre de comercioDebe seguir formato numérico correspondiente a minutosDebe ser minutos mayores a 0Debe diferenciar entre negocio abierto o cerrado, especificando para el cerrado el horario en el que abre
Pruebas de aceptación
<ul style="list-style-type: none">Probar visualizar comercios adheridos filtrando correctamente (PASA)Prueba visualizar comercios adheridos ingresando un tiempo de entrega negativo (FALLA)

User story canónica

Eliminar productos del carrito = 1
Esfuerzo Bajo
Complejidad Bajo
Incertidumbre nula

Estimación

Esfuerzo = medio
Complejidad = baja
Incertidumbre = nula

Story point: 2

Gestión de Productos

Práctico
Concepto muy ligado de salir del mercado con una versión funcional para evaluado

MVP: producto mínimo viable

Actualmente debemos acompañar al producto con servicio para competir en el mercado

El project manager se encarga de administrar los recursos y gestionar las personas para poder cumplir los compromisos q asumió en el proyecto. Dentro de los equipos ágiles se llama Product Owner.

En la terciarización del software surgen las consultoras como Globant, etc.
Una consultora ayuda a satisfacer la demanda de software de una empresa, en estas consultoras no hay visión del producto porque se maneja por proyectos.

- Porqué creamos productos**
- Para satisfacer a los clientes
 - Para tener muchos usuarios logueados
 - Para obtener dinero
 - Realizar una gran visión, cambiar el mundo

La mayoría de las características de software no se usan (grafico de torta)
Por esto debemos fijarnos en que características nos centramos que sean las importantes para el usuario

- Lo importante es:
- o Q sea útil
 - o Confiable
 - o Usable

Actualmente, por la alta competencia no es suficiente en el mercado de hoy por eso nos debemos enfocar también en:

- o Conveniente
- o Placentero
- o Significativo

Nos debemos focalizar en la gente y no en las tareas



El factor clave de éxito son las personas

UVP: producto único y que tiene valor para el mercado

Un producto nuevo tiene hipótesis de valor
El MVP se crea para validar una hipótesis ————— La hipótesis fundamental es que vamos a crear un producto que la gente va a querer

Muchos productos crean las necesidades, antes no necesitábamos del stream.
Una métrica que funciona ahora es la de retención, antes era más de descargas.

El MVP se le muestra a los usuarios y van haciendo crecer nuestro producto



MVF: Mínimo feature viable, es una característica mínima que usará el usuario. Es la viabilidad o hipótesis de una o más features

MMF: que el feature sea marketingeable

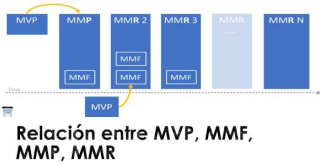
A veces el MVP es un solo MVF, hay veces que salimos con un solo MVF para ver como impacta en los usuarios o el cliente.

El MVP puede ser un video ya que quiero validar una hipótesis.
El MVP existe en el tipo de negocio que hace el producto primero para venderlo después.

Conceptos
MVP: Producto mínimo viable, es el conjunto de características que elegimos para armar una versión del producto para salir a validar la hipótesis (ver si lo que se nos ocurrió esta bueno en el mercado o no).
MVF: una característica mínima
MRF: Minimal Release Feature (Release: puesta en producción) son las características mínimas que debe tener el producto para poner en producción.
MMF: Minimal Marketing Feature, es cuando se pasa a comerciar la característica que agregamos

MVP
Es un concepto que surge en Lean Startup
UN MVP tiene el valor suficiente para que las personas estén dispuestas a usarlo, demuestra beneficio a futuro, proporciona un ciclo de retroalimentación

Valor vs Desperdicio
Todo lo que no genera valor es desperdicio
La calidad del producto final está influenciada por la calidad del proceso que utilizo para crear el producto.
Lean ágil se focaliza en la experiencia de usuario y que genere valor para el cliente y para mi negocio. No debo imponer el valor de negocio sobre el valor de mercado (del cliente), el valor de negocio es una consecuencia del otro.
No tiene sentido gestionar el valor de una empresa por las horas trabajadas, hay que fijarse en lo que generamos. El trabajo intelectual se mide por resultados concretos
Método Lean Start Up



5/9 Pract

Tuesday, September 5, 2023 11:33 AM

Un MVP suele tener mas de una user story

Definimos un MVP

Usuarios dispuestos a pedir por la App

- ~~Agregar prod corr~~
 - Realizar pedido de lo q sea (Por el momento solo se acepta efectivo)
 - Registrar usuarios con GMAIL como consumidor
 - Notificar entrega de pedido
- Necesito registrar cadetes por BD

Incluir

- Hipótesis
- User Stories incluidas
- Justificación de esas US

Cuando definimos el MVP incluimos las US que nos impliquen el menor esfuerzo posible. No voy a trabajar al vicio

Si agregamos registrar cadetes por BD nos cambia la hipótesis

Existen comercios dispuestos a ofrecer sus productos por medio de una aplicación

- Iniciar sesión con GMAIL como comerciante (o registrar con GMAIL (se pueden asumir como lo mismo))
- Registrar comercio
- Registrar producto
- Realizar pedidos a comercios adheridos
- Notificar entrega de pedido
- Visualizar comercios
- Consultar carta
- Agregar productos a carrito
- Eliminar producto de carrito
- Visualizar pedidos
- Visualizar un pedido

Va porque es lo q le da valor a la aplicación

Hacer MVP del trabajo de prendas

PRÁCTICO 3 - REQUERIMIENTOS ÁGILES – User Stories, Estimaciones y MVP

Unidad:	Unidad Nro. 2: Gestión Lean-Ágil de Productos de Software
Consigna:	Identificar y escribir las US identificadas en el Dominio presentado para el práctico
Objetivo:	Aplicar los conceptos teóricos desarrollados en clase sobre User Stories.
Propósito:	Familiarizarse con los conceptos de requerimientos ágiles y en particular con US, Épicas, Temas y MVP..
Entradas:	Conceptos teóricos sobre el tema, desarrollados en clase. Bibliografía referenciada sobre el tema. Enunciado, consigna y tarjeta de US.
Salida:	<ul style="list-style-type: none">• Identificación de los roles principales• El MVP explicando el alcance propuesto y justificando la inclusión de las User Stories seleccionadas y el porqué de aquellas excluidas en el mismo• US identificadas con sus tarjetas completas• User Story canónica• User Stories estimadas
Instrucciones:	<p>Este práctico no se entrega y por lo tanto no tiene nota. El tema se evalúa en el parcial.</p> <p>Los docentes representarán a expertos del dominio que expresarán sus necesidades vinculadas a desarrollar un software.</p> <p>Los estudiantes realizarán preguntas con el objetivo de acordar juntos el alcance del proyecto, y determinar las user stories correspondientes y definir las pruebas de aceptación de usuario para cada una.</p> <p>Cada grupo presentará el resultado obtenido al final de la clase al resto del curso.</p>

Recircula tus prendas - Cuida el planeta

Glosario:

- **Marketplaces:** es un sitio de ventas por internet que conecta compradores y vendedores.
- **Segunda selección:** se denomina así a las prendas que tienen alguna falla, mancha u otro defecto menor.
- **Pasarela de pago:** es un servicio online para el cobro de transacciones con tarjetas de débito o crédito.

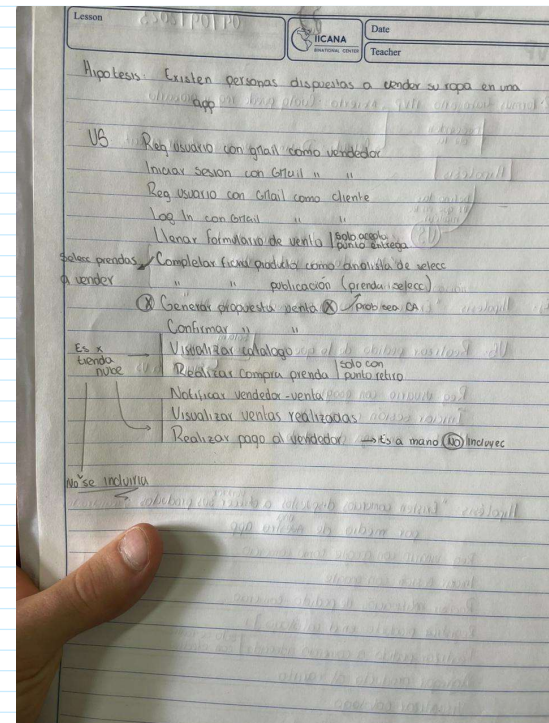
Descripción del Dominio

Un grupo de emprendedores preocupados por el alto impacto ambiental provocado por la industria textil quiere desarrollar una plataforma de moda circular y sustentable para comprar y revender prendas únicas. Los emprendedores apuestan a que existe un mercado para compradores de ropa usada, pero no saben si hay personas dispuestas a vender su ropa. A continuación, se transcribe parte de la entrevista realizada al experto en el dominio:

PO (Product Owner): Nos cuentan ¿cómo espera que funcione su idea?

ED (Experto del dominio): Bueno. Nuestra idea es que las personas puedan vender aquellas prendas que ya no usan y que están como nuevas o -incluso- aún con la etiqueta puesta. La plataforma funcionará como un Marketplaces en la cual los clientes podrán comprar prendas, aplicando filtros de búsqueda por distintas categorías (remeras, pantalones, camperas, etc.), marcas y estados (como nueva, nueva con etiqueta, segunda selección o segunda selección con etiqueta). Por otro lado, los vendedores eligen las prendas que desean vender y nos la envían a nosotros para que nos ocupemos de su comercialización. Nuestro proceso arranca desde la selección (donde elegimos la ropa a publicar bajo estrictos controles o la descartamos), fotografiado, publicación para su venta en nuestro ecommerce y, una vez que la prenda se vende, nosotros nos encargamos de la cobranza, de entregarla al cliente y, finalmente, del pago de la ganancia al vendedor. Nuestro modelo de negocio consiste en cobrar un % de comisión al vendedor según el precio de venta, por ejemplo: si el precio de venta es entre 1-\$1.000 cobramos un 50%, si es entre \$1.001 a \$5.000 cobramos un 45%, etc.

PO: ¡Buenísimo! Ahora, nos cuentan ¿cómo hago para vender mis prendas? ¿puedo vender cualquier cosa?



% de comisión al vendedor según el precio de venta, por ejemplo: si el precio de venta es entre 1-\$1.000 cobramos un 50%, si es entre \$1.001 a \$5.000 cobramos un 45%, etc.

PO: ¡Buenísimo! Ahora, nos cuentan ¿cómo hago para vender mis prendas? ¿puedo vender cualquier cosa?

ED: Ok. Si, podés vender muchas categorías de prendas, que podrás enterarte en nuestra web. El vendedor debe llenar un formulario indicando la cantidad de prendas de cada categoría que nos van a enviar para seleccionar. Ahí pero para poder completarlo, primero debe registrarse en nuestro sitio web con su email y contraseña o con su cuenta de Google, y debe completar sus datos (nombre completo, DNI, y teléfono). Es importante que nos aseguremos de que el teléfono sea real para poder contactarlo. Luego, deberíamos pedirle que indique su domicilio completo (por si tenemos que retirar sus prendas o entregarle su compra) y que nos indiquen un CBU o alias para realizar la transferencia bancaria cuando se venda su prenda. Volviendo a cómo vender, nos tienen que indicar la cantidad de cada categoría de prenda, una descripción de cada prenda a enviar (por ejemplo buzo rojo talla S) y opcionalmente una foto (de hasta 512kb), y, finalmente, la forma de envío: retirar en domicilio o llevarlo a un punto de recolección. Los puntos de recolección son distintas sucursales nuestras o comercios amigos que recolectan las bolsas de prendas. Tendremos muchos puntos en distintas ciudades del país, por ahora sólo 5 en Córdoba. Una vez elegida la forma de envío, deben confirmar el formulario de prendas a vender, y se enviará un mail al vendedor y a nosotros a modo de comprobante con el detalle de prendas. Es importante que sepan que sólo pueden enviar un mínimo de 10 prendas por cada vez que quieran vender.

PO: Clarísimo. ¿Cómo seleccionan las prendas? y ¿Cómo continúa el proceso?

ED: Primero, el Encargado de Logística se encargará de coordinar el retiro y el arribo de las bolsas con prendas para vender en nuestro Centro de Procesamiento, que es uno sólo aquí en Córdoba. Ahora sí, tenemos tres Analistas de Selección que se ocupan de revisar prenda por prenda para verificar que cumplen nuestras políticas de productos a vender. Ellos completarán la primera parte de una ficha básica del producto indicando categoría, marca, si está seleccionada o no. En caso de estar seleccionada, le debe asignar el estado (como nueva, nueva con etiqueta, segunda selección o segunda selección con etiqueta). Si es segunda selección, deben indicar un motivo para que el comprador se entere cuando mire el producto en el ecommerce, por ejemplo: "Tiene una pequeña mancha". Independientemente, de si está seleccionada o no, a las prendas se les pega una etiqueta autoadhesiva con un código QR que tiene un código de producto único y permite identificar a la prenda. Las prendas que no queden seleccionadas son separadas para luego informarle el motivo de no selección y preguntarle al vendedor que desea hacer: retirar o donarla.

Una vez seleccionadas las prendas, son procesadas por 4 Analistas de Publicación que identifican cada prenda escaneando su código QR con un lector de QR, visualizan los datos cargados por el Analista de Selección, se ocupan de tomar las fotos (máximo 5 fotos, y cada una con un peso hasta 1Mb) y de completar el resto de la ficha del producto (nombre de la prenda, peso en kilogramos, precio sugerido y atributos dinámicos que describen características de la prenda según la categoría, por ejemplo: tipo de tela, color, talla, etc.) para ser publicados en el ecommerce. El precio sugerido se calcula en base a una lista de precios por categoría, marca, estacionalidad y estado de la prenda, e igualmente podrá editarlo.

Cuando la ficha de todas las prendas recibidas de un vendedor es completada, se genera la propuesta de venta y se notifica al vendedor por email que ya la tiene disponible en la plataforma. La propuesta detalla la fecha y cantidad de prendas, el listado de todas las prendas seleccionadas con su correspondiente nombre, categoría, estado, precio sugerido y la ganancia que obtendrá al venderse; y también el listado de todas las prendas que no quedaron seleccionadas. El vendedor debe ingresar a la plataforma y confirmar si desea vender todas las prendas seleccionadas, o no vender algunas o todas y, también, definir qué hacer con las prendas que quedaron no seleccionadas (si lo retira o dona). Cuando confirma, quedan las prendas seleccionadas listas para publicarse en el ecommerce, si hay prendas no seleccionadas y/o que decidió no vender, se le envía un email informando la donación o los pasos a seguir para retirarlas.

PO: ...y ahora: ¿cómo es el proceso de venta?

ED: Bueno, acá es muy parecido a cualquier ecommerce, el cliente accede a nuestra web, mira el catálogo de productos (con su nombre, precio y ficha de producto), realiza búsquedas por nombre o filtrar por categoría, estado de la prenda, marca y talla. Una vez elegida la prenda, debe registrarse o iniciar sesión para continuar con la compra, debe elegir la forma de entrega. Si

7

Universidad Tecnológica Nacional – Facultad Regional Córdoba
Cátedra de Ingeniería y Calidad de Software – 2023
Curso: 4K1, 4K2, 4K3

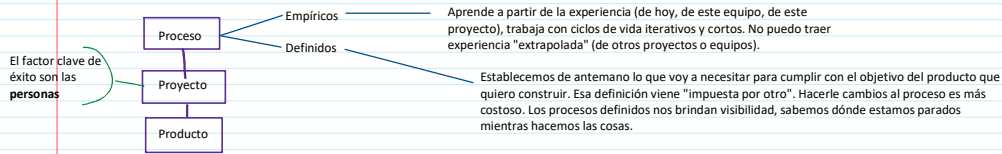
elige entrega a domicilio, se calculará un costo de envío a través de una integración con una Servicio de Entregas Online que terceriza el servicio de logística. Si elige retiro en puntos de entrega, se listarán los domicilios de nuestras sucursales/comercios amigos para que elija uno y no tendrá costo. Finalmente, debe indicar el medio de pago (tarjetas de crédito o débito) para lo cual se utilizará como pasarela de pago MercadoPago. La comercialización online de las prendas y el envío a los clientes lo vamos a realizar con una plataforma de ecommerce llamada Tiendanube hasta que podamos validar el modelo de negocio y realizar un desarrollo personalizado. Al vendedor, se le envía un email notificando de la venta con el detalle y foto de la prenda vendida, el precio de venta y la ganancia obtenida.

PO: Entonces, para cerrar el proceso, sólo falta pagarle al vendedor: ¿Cómo se realiza?

ED: Claro. Es simple, a principio de mes, el Administrador realiza las liquidaciones y pago a cada vendedor por las ventas del mes anterior que no tuvieron devolución pasado los 14 días de ocurrida la venta. El administrativo consulta todas las prendas vendidas del mes y calcula la ganancia, descontando nuestra comisión, y realiza el pago al vendedor por transferencia bancaria, registrando la misma y enviando un email con el total pagado al vendedor y el detalle de las prendas liquidadas con su ganancia.

Todo el proceso de devolución de las prendas vendidas, del envío de las prendas no seleccionadas (a donar o retirar) y del pago a los vendedores lo realizaremos inicialmente a mano.

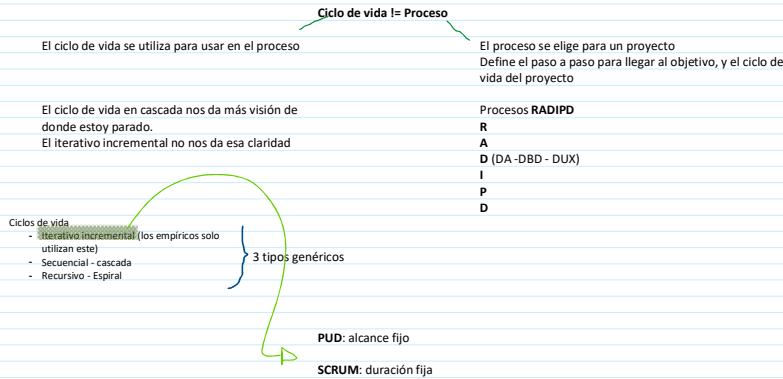
Componentes de un proyecto de desarrollo de Software



En el proceso definimos qué vamos a hacer y en el proyecto se concreta.

El ciclo de vida del producto dura más que el ciclo de vida del proyecto. → Tenemos muchos proyectos en un producto.

Iterativo incremental va entregando de a partes
 Recursivo no se entrega hasta que se termina



El proyecto es un medio de organización que nos permite administrar recursos y gestionar personas para obtener un resultado que va a ser único.

El proyecto usa procesos con un ciclo de vida para poder cumplir con el objetivo
 El proyecto tiene fecha inicio y fecha fin bien identificadas

El proceso es la descripción de lo que tenemos que hacer para cumplir el objetivo

Alcance del proyecto: todo el trabajo y solo el trabajo que hace falta hacer para cumplir el objetivo.

El proyecto y el producto, cada uno tienen su objetivo y alcance por separado

Por ejemplo

Producto (se describe en la ERS)

Objetivo: Llevar el stock de un comercio
 Lo que el producto quiere hacer
 Se lee en la ERS

El Producto se describe con las Users Stories

Alcance: Registrar adquisición y venta de productos

Proyecto

Objetivo: desarrollar un software para subir notas de alumnos
 Alcance: programar, diseñar, testear Requerimientos.... Es lo que debo hacer para obtener el objetivo
 Otro alcance puede ser:

Cuando se define un proceso nuevo debemos tener en cuenta los días de adaptación

Un **plan de proyecto** incluye:

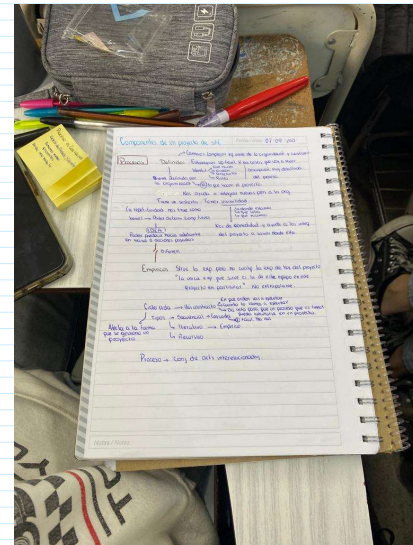
- Objetivos del proyecto (claro, alcanzable)
- Alcance del proyecto (Proceso y Ciclo de Vida)
- Estimaciones (tamaño, esfuerzo, tiempo, costo, recursos críticos)
 En este orden
- Gestión de Riesgos (Exposición de riesgos: nos permite comparar uno con otro y ver cuál es conveniente tomar).
 Un riesgo con probabilidad de ocurrencia 1 es un problema.

- Métricas
- Seguimiento

Luego definimos

Se hace después de definir el alcance del proyecto porque este nos limita (nos guía)

El multitasking es poco productivo



12/9 Pract

Tuesday, September 12, 2023 11:30 AM

Serie de Fibonacci: suma de los 2 anteriores: 0,1,1,2,3,5,8,13...

Para poder estimar nos fijamos en la user story canónica

En el parcial hay que justificar la estimación con complejidad (relacionando cantidad de transacciones, entidades, validaciones, encryptiones, llamadas a la base de datos,...) Evaluarla siempre en 3 Niveles: Alta, Media, Baja

El esfuerzo esta ligado a las horas hombre (una implementación de un criterio de pantalla es de mucho esfuerzo) Puede haber incertidumbre técnico y de negocio

Describir la US que tiene enviar prendas para vender o Llenar formulario de venta

Enviar prendas para vender

Como vendedor quiero completar un formulario para registrar prendas que ya no uso para su venta.

Criterios de Aceptación

- Debe ingresar una cantidad mínima de 10 prendas
 - Debe ingresar la cantidad de prendas para cada categoría y la descripción de la categoría
 - Deben ingresar una descripción de no más de 200 caracteres
 - Puede subir una foto de hasta 512kb y puede subir una por cada foto
 - Debe indicar la forma de envío (domicilio o punto de recolección)
 - En caso de punto de recolección debo seleccionar un punto de recolección
 - Debe ingresar su nombre completo, DNI y teléfono
 - Debe ingresar un teléfono real
 - El usuario debe estar registrado
 - Debe ingresar domicilio
 - Debe ingresar CBU o alias
 - Debe enviar mail de notificación
- Son otras user stories distintas
- Puede ir o no porque son user independientes del padre

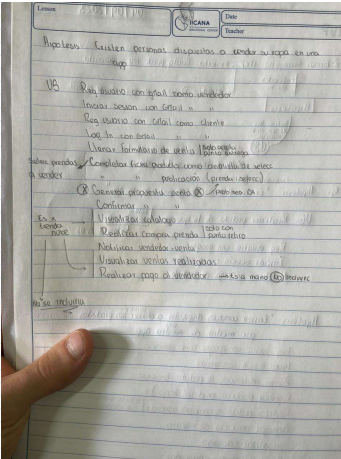
Pruebas de Aceptación

- Enviar formulario con los datos correspondientes

Recircula tus prendas - Users stories

ED: Ok. Si, podés vender muchas categorías de prendas, que podés enterarte en nuestra web. El vendedor debe llenar un formulario indicando la cantidad de prendas de cada categoría que nos van a enviar para seleccionar. Ahí pero para poder completar, primero debe registrarse en nuestra otra web con su email y contraseña o con su cuenta de Google, y debe completar sus datos (nombre completo, DNI, y teléfono). Es importante que nos aseguremos de que el teléfono sea real para poder contactarlo. Luego, deberíamos pedirle que indique su domicilio completo (por si tenemos que retirar sus prendas o entregarle su compra) y que nos indiquen un CBU o alias para realizar la transferencia bancaria cuando se venda su prenda. Volviendo a cómo vender, nos tienen que indicar la cantidad de cada categoría de prenda, una descripción de cada prenda a enviar (por ejemplo buzo rojo talla S) y opcionalmente una foto (de hasta 512kb), y, finalmente, la forma de envío: retirar a domicilio o llevarlo a un punto de recolección. Los puntos de recolección son distintas sucursales nuestras o comercios amigos que recolectan las bolsas de prendas. Tendremos muchos puntos en distintas ciudades del país, por ahora sólo 5 en Córdoba. Una vez elegida la forma de envío, deben confirmar el formulario de prendas a vender, y se enviará un mail al vendedor y a nosotros a modo de comprobante con el detalle de prendas. Es importante que sepan que sólo pueden enviar un mínimo de 10 prendas por cada vez que quieran vender.

PO: Clarísimo. ¿Cómo seleccionan las prendas? y ¿Cómo continúa el proceso?



Complejidad: Media ya que es una transacción. Hay validaciones cruzadas. Guarda la imagen en la BD y la transacción (puede ser alta tamb).

Esfuerzo: Media validaciones de los campos, persistencia de la transacción, ver como guardar y validar la imagen

Incetidumbre: Media no presenta incertidumbre de negocios pero si tecnica porque no sabemos como guardar las imagenes

Explicar el porque de cada uno

User Story Canónica

Completar ficha producto como analista de selecc → No es bueno porque estamos procesando algo en lote, estamos haciendo muchas consultas a la base, es muy complejo de hacer

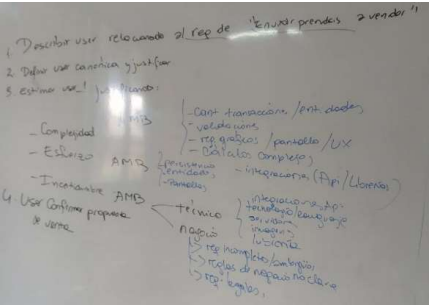
Confirmar propuesta de venta

Complejidad: Baja
Esfuerzo: Media
Incetidumbre: Baja

3

Debe tener pocas validaciones, no muchas consultas a la BD

CLAVES PARA ESTIMAR USER STORIES



TP

Armar el repositorio de todos los contenidos abarcados por la catedra (bibliografia, trabajos practicos, resolucion de trabajos practicos)

Crear las linea base cuando decimos q lo vamos a hacer

- 1) Armar estructura de carpetas
- 2) Tenemos q armar la lista de items de configuracion
 - Hacer glosario con prefijos e items
 - Archivo docx o pdf (no las dos)
 - Ubicacion fisica es la ubicacion relativa o la url en el servidor
 - Tipo de item no va en el TP
- 3) Definir criterios de cuando creamos la linea de base

MVP

Descripción (que se construye, si es aplicación mobile o web y hipótesis no es obligatoria)
Listado de user stories (separar en roles)
Criterio de porque se incluyen
Los no contemplados

De la canonica necesitamos la frase verbal, el story point, el porque lo incluimos, no debe tener incertidumbre

Puede no estar en el listado de US del MVP