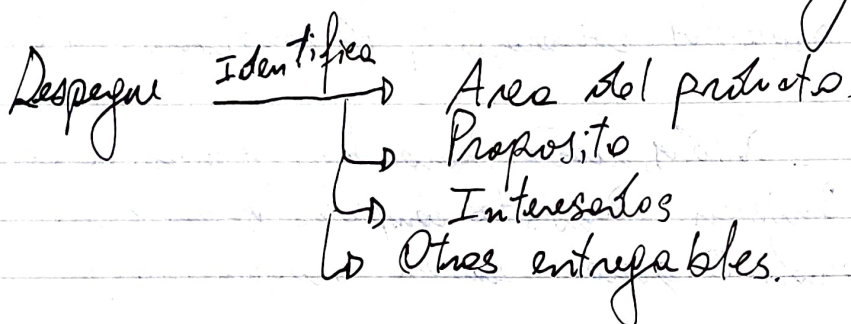


Alcance del problema del Negocio. - Cap. 3

Lanzamiento del Proyecto.



Se producen muchos entregables todos por el PM u otra persona, como:

- * proposito del Proyecto: en pocas palabras para que sirve y que reporta.
- * Alcance del Trabajo: Area del Negocio del Producto
- * Interesados:
- * Restricciones:
- * Nombres: Terminologia o ser empleado.
- * Hechos relevantes y supuestos.
- * Costo estimado
- * Los Riesgos

Fig. 3.2 P. 37

Guia de Formalidad.

Segun Analogias del Conejo, Caballo y Elefante

Conejos: → Ideales ~~reputados~~, sin cilas, con historias de uso.
→ Informales

Caballo → Son más formales
→ Se ~~se~~ registran los entregables y comunicados.
→ Con bocetos que serán testuinos tan pronto como los interesados los confirmen.

Elefante. → Claramente más formal y detallado
→ Entregables y descubrimientos se hacen en reuniones con los interesados que son claves
→ Roles adicionales son requeridos para asegurar la calidad. (QA)
→ Analisis de Riesgo y ~~ese~~ estimacion de costos son importantes

Ajustar el Alcance

Saber lo que el propietario hace y lo que quiere que hagamos.

El primer punto importante es definir precisamente el Alcance

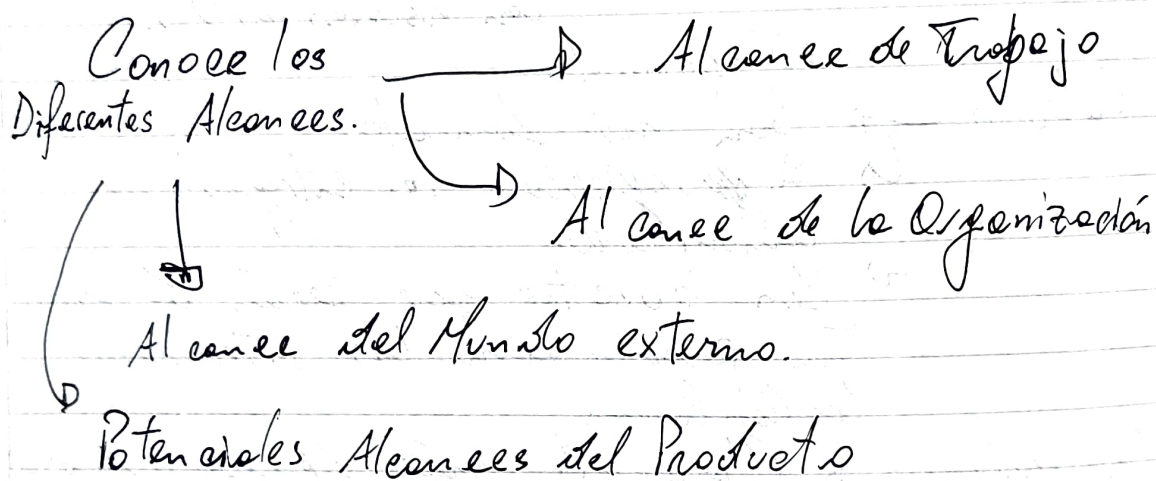
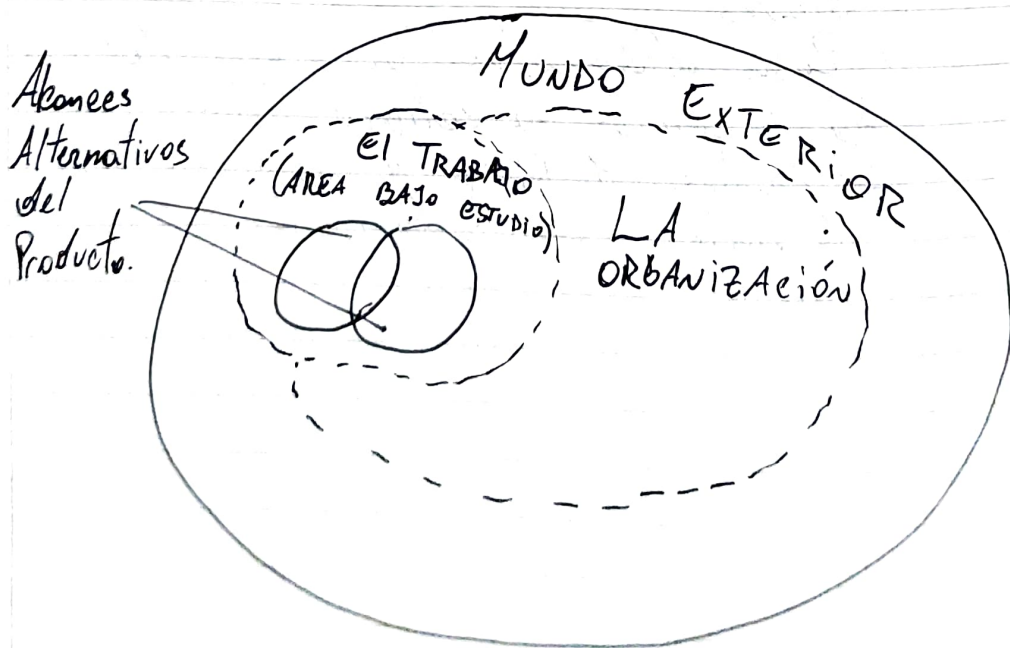
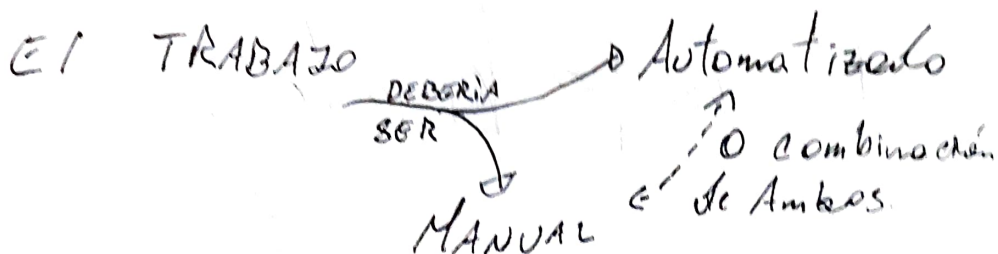


Fig. 3.3.





Separar el Trabajo de su Ambiente.

Separar el trabajo delimitando tareas de actividades, esto produce paquetes de información sencillos.

Permite tener una mirada más comprensible sobre los Años de

Entender esto de forma óptima permite decidir cuánto esfuerzo se gastará en construir el producto para mejorar el valor de parte del trabajo

Hacer análisis de flujo de datos entre actividades

El llamado DIAGRAMA DE CONTEXTO o DIAGRAMA DEL ALCANCE DEL TRABAJO.

Rompehielos.

① Lo PRIMERO ES CORTAR EL CONTEXTO DE TRABAJO (DIVIDIR)

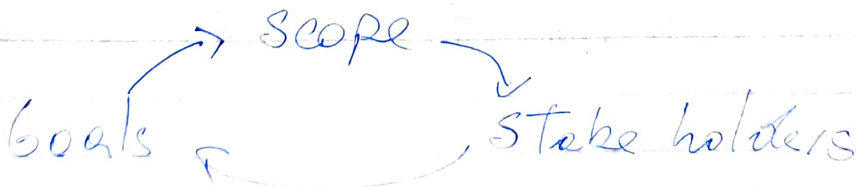
Fig 3.5

Dividir de forma tal que se pueda question el contexto.

Como regla general, si no se tiene a nadie dentro de tu contexto de trabajo, hay chances de que tu contexto de trabajo sea demasiado estrecho.

Considerar la posibilidad de aumentar el alcance del trabajo.

② ALCANCE, INTERESADOS y OBJETIVOS.



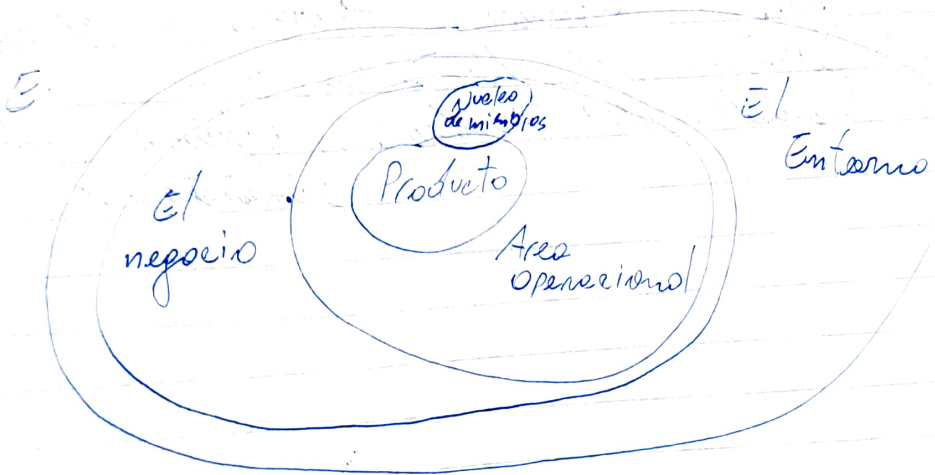
Scope es el Alcance del área de negocio afectada por el producto.

Stakeholders: los interesados.

Goals: Que mejore busque el negocio.

(A) STAKE HOLDERS

DIAGRAMA DE CEBOLLA. ilustra como
aparecen los interesados.
Fig 3.4



Area operacional:

negocio:

Ambiente:

El entorno:

Las Asociaciones mantienen relacion con el
propietario, no es el trabajador que este
debiendo el producto.

Representa los intereses del propietario
y conoce los ~~pro~~ problemas del proyecto.
Se necesita un sponsor

El sponsor es similar a un:

- * Gestión de Usuarios → operación del producto
- * Departamento de Marketing y Ventas.
- * Desarrollo del producto. → gestor de productos
gestor estratégico de programas.

Preguntas guía Entrevistas

Prog. Cuantitativas → manifestación temas ciertos
→ hipótesis desarrolladas.

ENTREVISTAS
Cualitativas

- ESTRUCTURADAS — paso a paso
- NO ESTRUCTURADAS — distendidas
- SEMI RIGIDAS — combinación de las anteriores, se guía al entrevistado (sin influenciarlo)

ENTREVISTAS
CUANTITATIVAS

- Una SIMPLE ENCUESTA — individual y con recopilación de datos
- COMPARACION DE 2 GRUPOS — entrevista a 2 grupos distintos.
- ENCUESTAS ANTES Y DESPUES. — Se realizan 2 entrevistas a un mismo grupo

¿hace cuánto tiempo tiene esta idea planeada? Kick-off.

¿Qué medios utiliza actualmente para escuchar música?

IMPORTANTE

- ① DECLARACION DE CONSENTIMIENTO
- ② POLITICA DE PRIVACIDAD
- ③ TRANSCRIPCION DE ENTREVISTA
- ④ EVITAR PREGUNTAS SUGERENTES.
- ⑤ LOS ENTREVISTADOS DEBEN SER INFORMADOS PREVIAMENTE.
- ⑥ DURACION DE LA ENTREVISTA.

IDENTIFICAR NECESIDAD DE UNA ENTREVISTA

- INTERES POR EL CONOCIMIENTO
- CONTACTO CON EL INTERLOCUTOR DE LA ENTREVISTA
- IDENTIFICAR INTERLOCUTORES (SECRETARIA, REPRESENTANTE)

FORMA DE LA ENTREVISTA.

In-situ o a distancia

Es coger un buen lugar

a Distancia → buen sonido, pocas distracciones

In situ

El ambito de trabajo del entrevistado, hace que estén más relajados y sean más abiertos.

Duración

1 a 1,5 horas, después se pierde concentración.

Grupal o Individuales.

Las entrevistas individuales suelen ser más estructuradas.

Los entrevistas en grupo se pueden hacer.