

Cap. 3 Project Blastoff

Resultados del Project Blastoff

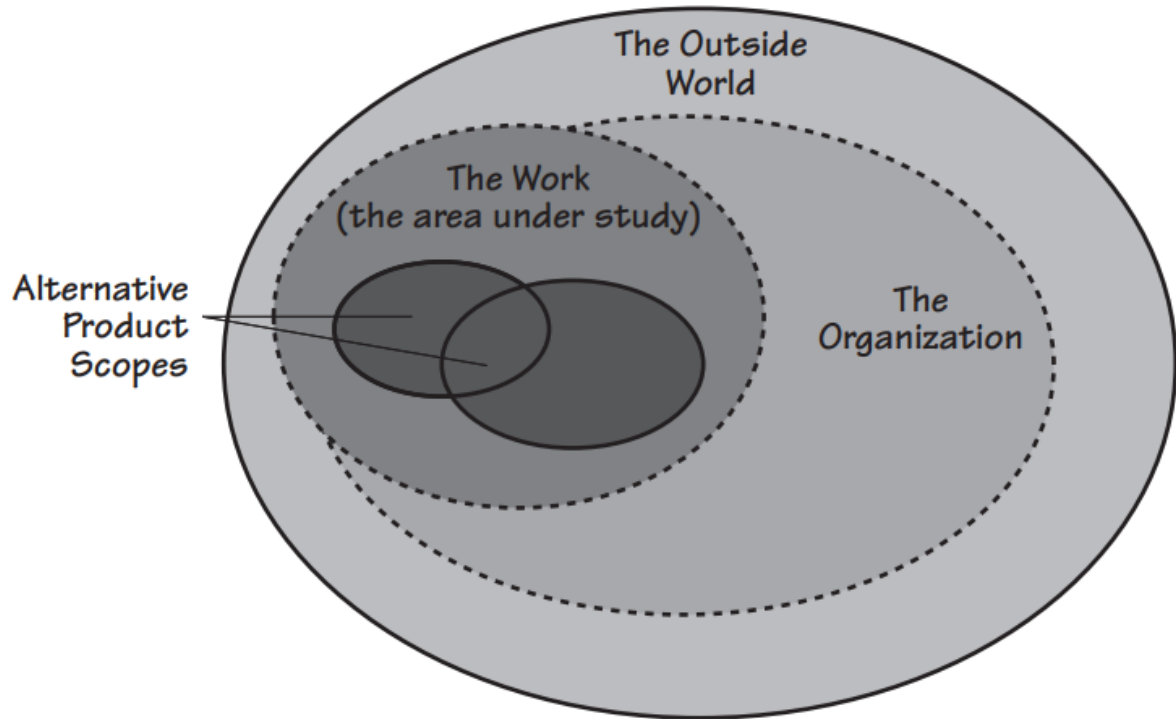
A la hora de realizar un project blastoff, su función es **delimitar el área de trabajo en el cual realizaremos nuestro producto, y determinamos la razón por la cual haremos el proyecto.**

De esta fase, deberíamos obtener estos resultados:

- **Razón del Proyecto:** Una declaración cuantificada de qué es lo que el producto hará, y qué beneficios otorga al negocio.
- **Scope:** Qué area del negocio afectará tu producto.
- **Stakeholders:** Quiénes son los interesados del producto. Cualquiera cuya vida sea afectada por el desarrollo del producto, sin importar de qué forma, es parte de los **Stakeholders**.
- **Restricciones:** Restricciones en el Scope/Estilo del producto. Incluye
 - Soluciones preestablecidas
 - Restricciones en cómo se debe cambiar el negocio
 - Tiempo y dinero
- **Terminología:** Terminología técnica que se usará en el proyecto.
- **Hechos y asunciones relevantes:** Detalles que deben conocerse acerca del proyecto o asunciones que puedan afectar el desarrollo del proyecto.
- **Costo estimado:** En base a los resultados del Blastoff, se pueden hacer estimativos del costo posible del producto.
- **Riesgos:** Análisis de los posibles riesgos que este proyecto puede atravesar.
- **Go/No Go decision:** ¿Es el proyecto viable teniendo en cuenta los costos y riesgos posibles? ¿Sería mejor esperar a conseguir más información o ya tenemos todo lo que necesitamos para hacer la decisión?

Scope

Al inicio, cuando uno se plantea la definición del scope, generalmente el scope planteado será el scope del área de trabajo planteada por el dueño del proyecto, en específico, lo que el dueño del proyecto quiere cambiar y mejorar.



Separar el área de trabajo del ambiente

El área de trabajo que el dueño del proyecto te plantea seguramente esté conectada con otras áreas de trabajo. Si no lo estuviera, el área sería efectivamente inútil ya que el trabajo generaría nada. Por ende, hay que poder discernir **qué conexiones son parte de lo que queremos manejar y cuales dejaremos por fuera del scope de nuestro trabajo.**

Para hacer esto, hay que centrarnos en el punto de que **todas las actividades manejan datos.** Estos datos pasan a otro proceso que se activa al recibirlos y los procesa y genera otros datos, los cuales irán hacia otro proceso y así sucesivamente.

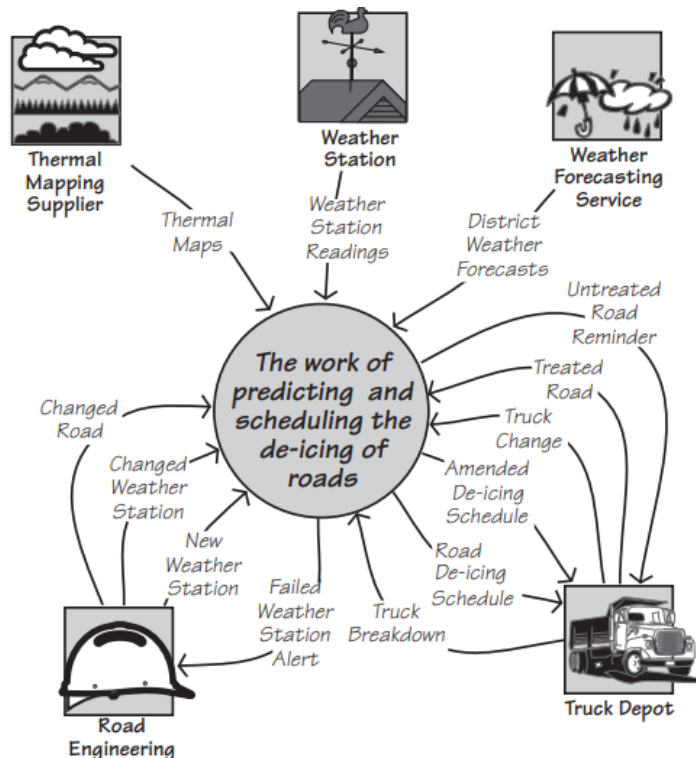
Entonces, la mejor forma de identificar qué partes del manejo de datos queremos incluir es estudiando el área de trabajo general e identificar que partes son las más significativas del área de trabajo, para otorgar un producto capaz de mejorar esta área.

Work Context

Para entender mejor cómo la parte en la cual trabajarás para mejorar se relaciona con el resto de las partes ya

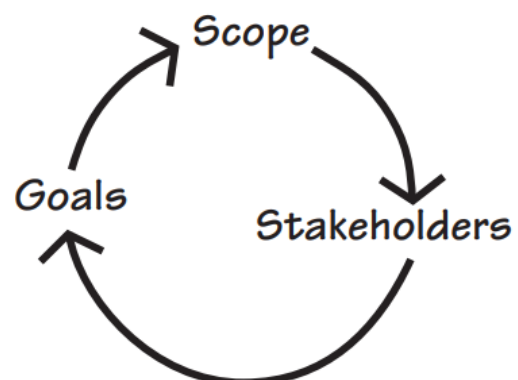
funcionales, una de las herramientas que se puede utilizar es un **work context**. Es un diagrama en el cual todo aquello en lo que trabajarás se coloca al centro y lo que está por fuera de tu scope por fuera; utilizando el flujo de datos ya existente entre las actividades para conectarlas con tu scope.

Esto nos ayuda a comprender qué responsabilidades tiene nuestro producto a la hora de armarse para mantener el flujo de trabajo estable.



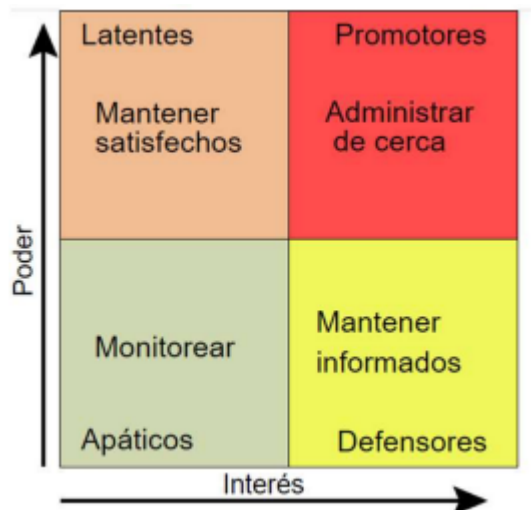
Scope, Stakeholders & Goals

La función del **scope** es la de definir qué área del trabajo el producto cambiará. Estos cambios que realizarás en el área de trabajo de los **stakeholders**, será influenciado directamente por los **goals/metás** que ellos decidirán, siendo estos las mejoras que quieren obtener cuando el producto forme parte del área de trabajo.



Stakeholders

Cualquier persona que tenga un interés o poder en lo que suceda con el producto es un **stakeholder**. Según el interés y el poder que tengan las acciones que se deberían de tomar:



Ejemplos:

- Owner: A quien el producto apunta a otorgarle la mayor cantidad de valor posible
- Sponsor: En el caso de que no pueda haber contacto directo con el dueño, por ende la mejor situación posible es la de tener a uno de los sponsors como representante directo de las opiniones del dueño. Su opinión es igual de valiosa, ya que al fin y al cabo, “money talks”, y como esto afecta su capital, le es de alto interés.
- Customer: El nuevo dueño del producto que estás produciendo. Hay que persuadirlo a que compre el producto, y para esto debemos tener una comprensión importante de lo que quieren.
- Users: Aquellos que utilizarán tu producto una vez desarrollado. Comprender quiénes son y qué quieren es clave para centrar la User Experience en satisfacer sus necesidades.

Goals

Aquello que las personas con alto interés y poder en el transcurso del proyecto establecen como lo que quieren que cambie con la implementación del producto. Se puede ver como el **requerimiento más alto existente, con todos los requerimientos que obtengas contribuyendo a llegar a este requerimiento.**

Una forma de representar los objetivos que el producto busca alcanzar es estableciendo soluciones a una situación problemática. Estas soluciones se pueden mostrar utilizando un sistema que se enfoca en **purpose, advantage & measurement.**

- **Purpose:** ¿Qué debería hacer el producto?
- **Advantage:** ¿Qué ventajas provee al negocio?
- **Measurement:** ¿Cómo mido estas ventajas?
- **Viable:** En base a las restricciones, es posible que el producto logre otorgar ventajas?
- **Feasible:** ¿En base a lo que aprendiste del blastoff, podrás construir un producto que logre lo que mides?
- **Achievable:** ¿La organización tiene lo necesario para construir y operar el producto final?

Restricciones

Son el equivalente de **requerimientos globales**. Son un tipo de requerimiento que provee una guía para determinar en qué centrar tus esfuerzos a la hora de armar requerimientos.

- Ayudan a determinar qué requerimientos pueden ser incluidos al producto.
- Afectan el **scope** al limitar los recursos que se tiene para invertir en el producto.

Dentro de los tipos de restricciones importantes, podemos encontrar:

- **Restricciones de Solución:** Restricciones que limitan de qué forma se armará el producto. Estas pueden ser tecnológicas “el producto solo se producirá para dispositivos móviles”, radicar en las apps utilizadas para el desarrollo del producto “utilizará una base SQL”, “el lenguaje de programación debe ser C#”, como ejemplos.
- **Restricciones de Proyecto:** Restricciones basadas en los recursos otorgados para realizar el proyecto (**Tiempo y Dinero**).

Terminología

Mantener registro de la terminología específica del proyecto para facilitar la comunicación.

Estimación de Costo

Para medir el costo del proyecto, se puede medir el tamaño del área de trabajo. Existen formas de medirlo, algunas basándose en un work diagram para realizar promedios en base a este (cuantos vínculos hay entre el producto y los adyacent

system en comparación con otros proyectos, cuantos BE hay entre este y otros proyectos, o medir la complejidad de los inputs y outputs que manejarás: function point counting).

Lo importante no es el método, es que se intente realizar una medición para sacar un estimativo del costo.

Riesgos

Las acciones que se toman en la vida **siempre tendran algún riesgo conectado a ellas, pero la ganancia es mayor que el riesgo presentado y por eso las tomamos**. Sería prudente realizar un análisis de riesgos previo a confirmar que se realizará el proyecto, que nos ayudará a visualizar:

- La probabilidad de que una situación arriesgada suceda.
- El impacto que esta situación pueda tener en el proyecto.
- Señales de que una situación arriesgada está por suceder.

To Go or Not To Go

Luego de este análisis, se tiene suficiente información como para determinar si el proyecto es viable y cumplirá con los objetivos de la organización o interesado. Si no, es el momento saludable para cancelarlo.

SMART:

Forma de evaluar la viabilidad del proyecto en base a cada una de las palabras del acrónimo SMART.

- **Specific/Específico:** Concreto y bien definido; **no ambiguo**
- **Measurable/Medible:** Establece criterios concretos para medir y evaluar el progreso. Por ende, un requerimiento puede responder preguntas como:
 - ¿Cuánto cuesta?
 - ¿Cuántos?
 - ¿Cómo sabre que lo he logrado?
- **Achievable/Alcanzable:** Debe ser **realista**, teniendo en cuenta las limitaciones posibles.
- **Relevant/Relevante:** Tiene sentido en el conjunto del **negocio**. Debería responder a estas preguntas:

- ¿Vale la pena ahora?
- ¿Coincide con otros esfuerzos/necesidades?
- ¿Es aplicable en el entorno socioeconómico actual?
- **Time bounded/Trazable:** Debe de establecerse en un marco de tiempo, tiene **fecha límite**. También es útil saber de **dónde surge** el requerimiento y **cómo muta** a lo largo del tiempo.