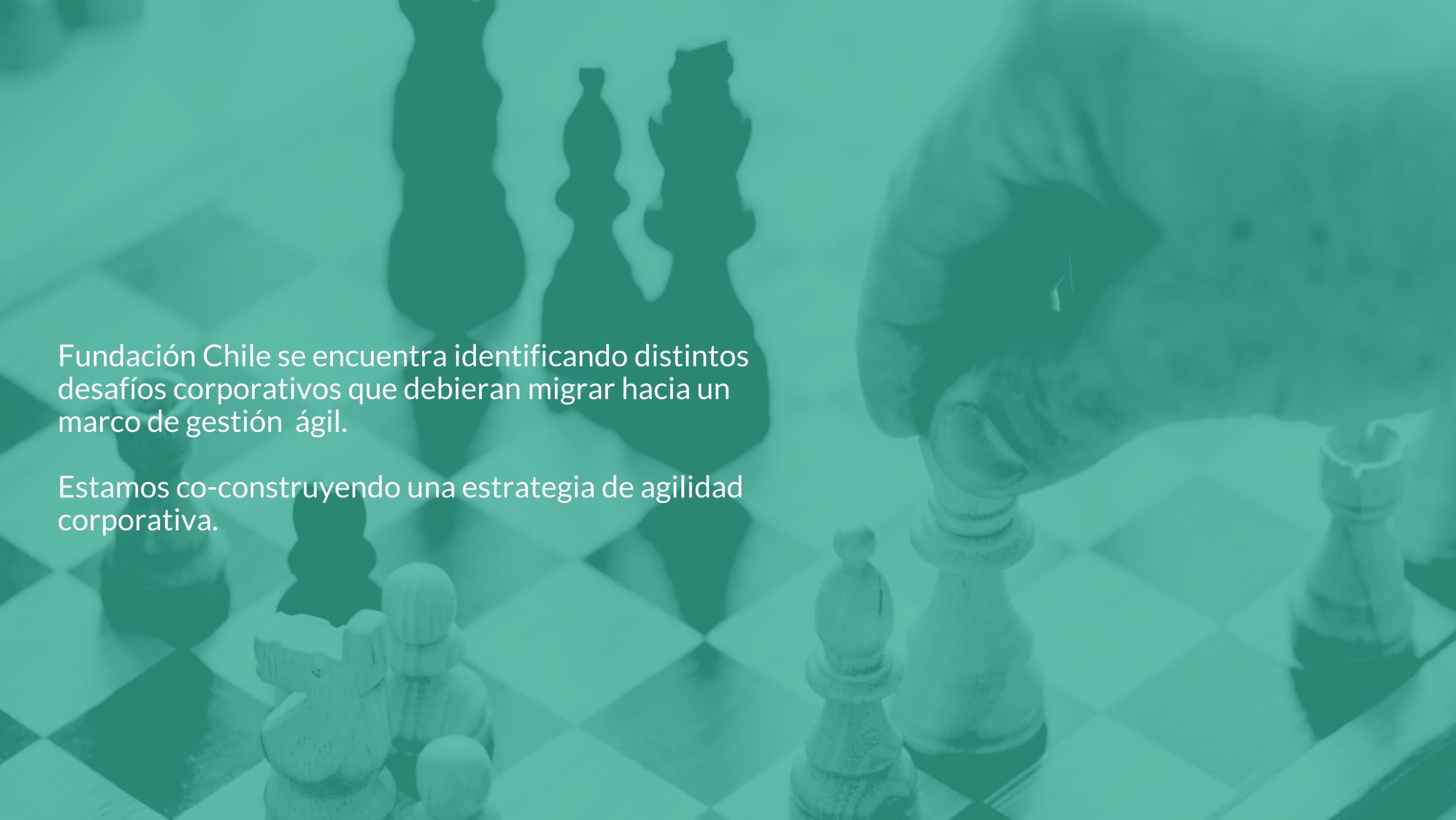


FCH

INCEPTION SSMM

INCEPTION | Marzo 2019

A hand is shown moving a white chess piece on a chessboard. The background is a teal overlay with a faint image of a chessboard and a hand. The text is white and positioned on the left side of the image.

Fundación Chile se encuentra identificando distintos desafíos corporativos que debieran migrar hacia un marco de gestión ágil.

Estamos co-construyendo una estrategia de agilidad corporativa.

Candidatos a desafíos Desafíos

- 1. SERVICIOS MEDIOAMBIENTALES: monetización productos tranque (línea cobre responsable)
- 2. ESCENARIOS HÍDRICOS: monetización productos escenarios hídricos -oferta específica.
- 3. EDUCAR CHILE: prototipos navegables para creatividad y otros.
- 4. CIRCULAR: prototipos plataforma digital servicios claves.
- 5. TALENTO DIGITAL: prototipos plataforma digital educativa alumnos TP.
- 6. PLASTIC PACT : prototipos App para hábitos de vida sustentable (reducción de plástico y co2)+ Producto Empresa.
- 7 Chile Global Venture
- 8 Ciudades Resilientes
- 9. Brilla
- 10. Aqua Advice

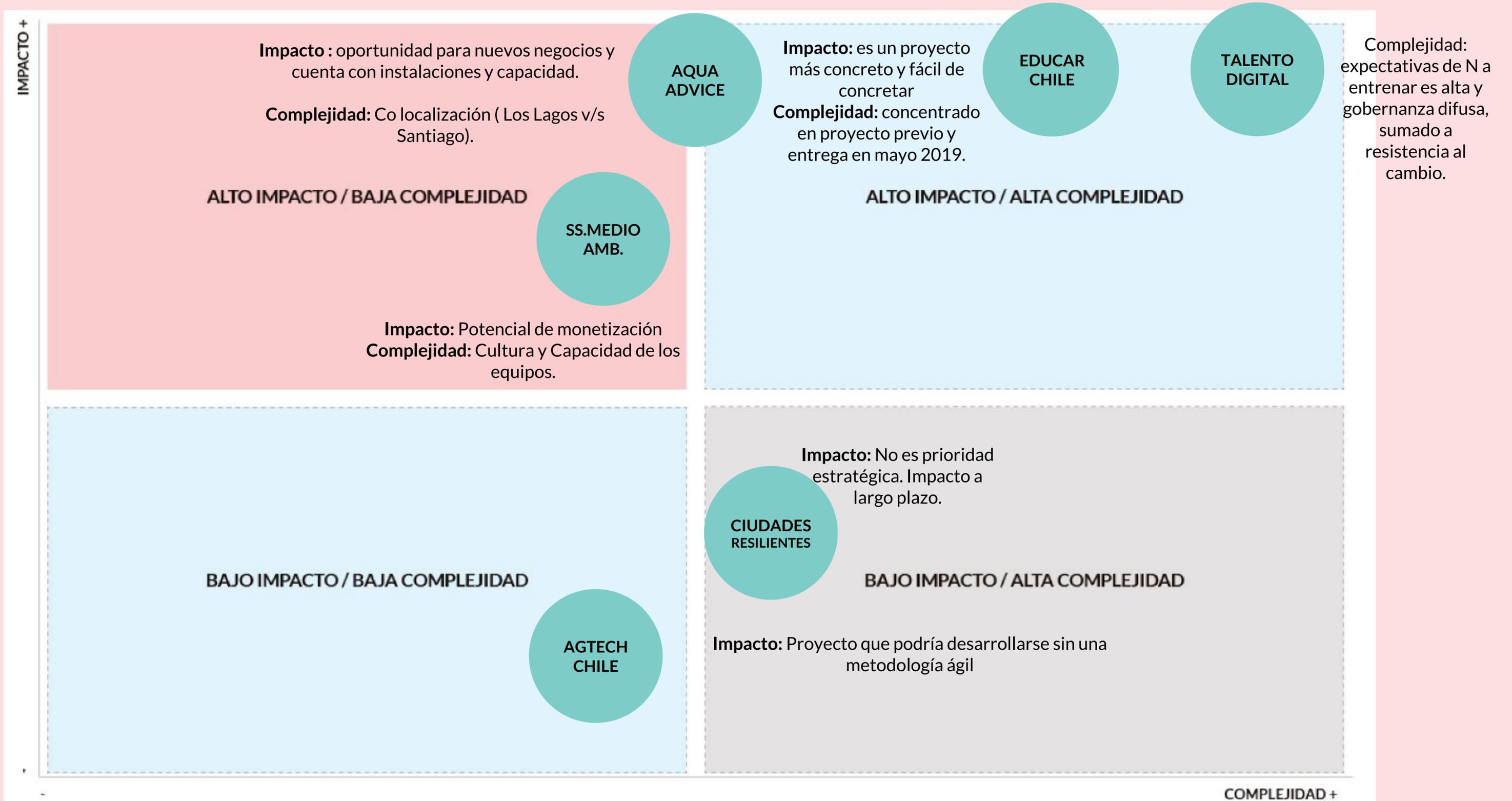
Criterios de viabilidad



| | |
|-----------------------------|--|
| DESAFÍO N°1 | EDUCAR CHILE |
| DESCRIPCIÓN | Desarrollar un prototipo navegable donde se refleje la lógica, usabilidad e interacción de una herramienta para conocer y fomentar la creatividad en la sala de clases, teniendo como usuarios foco los profesores nivel nacional, que cuenten previamente con un entrenamiento en innovación e identificados como agentes de cambio. |
| MVP | <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de prototipos desde los usuarios: Taller con los profesores en el que creen prototipos individuales. 2. Síntesis en ejes de diseño y feedback a usuarios. 3. Desarrollo prototipo navegable. 4. Testeo usabilidad usuarios y encuesta de utilidad |
| RESULTADOS ESPERADOS | 500 profesores para testear herramienta, que se sumen y nos entreguen su opinión. |
| PRODUCT OWNER | Andrea Osorio |
| EQUIPO | Susana Burgos y Victoria Medina → user experience. Fran Petrovic → proceso de creatividad e innovación en el aula. Gonzalo Moenne → facilitador de procesos. Iván → contraparte TI. (pendiente definir un encargado de logística). |
| EQUIPO EXTERNO | Experto en diseño de prototipos |
| KPI's | <p>Crear comunidad con el grupo de 500 profesores</p> <p>Lograr un 80% de respuesta en la encuesta de utilidad</p> |
| RECURSOS | Espacio físico para realizar los talleres, 10 millones + hh internas |

Ejercicio 3: Identifiquemos valor para el negocio v/s complejidad

Asocie los potenciales desafíos en la siguiente Matriz, antes defina en una tarjeta: valor para el negocio y complejidad (4 variables de la complejidad)!



EJERCICIO 1: PROFUNDIZACIÓN + DEFENSA

- > CONSTRUIR ARGUMENTOS DE POR QUÉ SE DEBE TOMAR ESTE DESAFÍO.
- > MÁXIMO 3 ARGUMENTOS POR DESAFÍO.



- 1) Es un proyecto relevante para la organización y el plan organizacional 2020, un negocio transversal que demuestra potencial.
- 2) Existen sinergias entre equipos, que puede facilitar la transferencia de la metodología ágil a equipos que están en servicios medioambientales QUW mismo tiempo trabajan en tranque o en escenario, por lo que sería más fácil plantear la metodología.
- 3) Ayudaría a relevar la importancia del área de servicios y contar con un pool de servicios más definido, ya que actualmente se tiene poca expertiz.

*Sinergia con desafío aquadvice

EJERCICIO 1: PROFUNDIZACIÓN + DEFENSA

> CONSTRUIR ARGUMENTOS DE POR QUÉ SE DEBE TOMAR ESTE DESAFÍO.

> MÁXIMO 3 ARGUMENTOS POR DESAFÍO.



- 1) Contiene relevancia e impacto para el plan operacional 2020, donde se requiere cambios profundos relativos a la urgencia financiera (de ingresos).
- 2) Hay un espacio de oportunidad para que los clientes migren hacia conversaciones más estratégicas, ya que hoy se desarrollan más a un nivel operacional. Aquadvise la ventaja de contar con muchas capacidades ya instaladas (localización, infraestructura, cartera de clientes), una base sobre la que se puede trabajar, que facilita el traspaso hacia una metodología ágil.
- 3) Se vuelve necesario “desnudar los peros”, realizar una radiografía del negocio. Crear capacidades en equipo que apunten a la mejora de planes de trabajo en regiones (territorio).

EJERCICIO 1: PROFUNDIZACIÓN + DEFENSA

- > CONSTRUIR ARGUMENTOS DE POR QUÉ SE DEBE TOMAR ESTE DESAFÍO.
- > MÁXIMO 3 ARGUMENTOS POR DESAFÍO.



- 1) Ventaja de contar con un portal que sirve como canal de distribución de contenido curricular del ministerio de educación.
- 2) Los productos que se requieren son abordables con metodología ágil, ya que existe facilidad para llegar a los usuarios y aplicar el plan piloto. Se pueden lograr los resultados esperados en 2 meses, pero la dificultad radica en que el time to market es largo.
- 3) Es necesario mejorar el proceso de feedback, hoy no existen respuestas rápidas con clientes y esto es clave para que funcione el proyecto.

EJERCICIO 1: PROFUNDIZACIÓN + DEFENSA

- > CONSTRUIR ARGUMENTOS DE POR QUÉ SE DEBE TOMAR ESTE DESAFÍO.
- > MÁXIMO 3 ARGUMENTOS POR DESAFÍO.



- 1) Es un tema de urgencia país, es preciso pasar de la ingeniería básica a la puesta en marcha. Además cuentan con recursos y equipo comprometido.
- 2) Teniendo claridad de estructura, la lógica de operación de esta iniciativa se beneficiaría, dado que los beneficiarios tendrían que navegar en este entorno.
- 3) El desafío más grande es el de destrabar ciertas cosas por la potencial incompatibilidad de agendas de los personajes que están involucrados. Hay que tener muy claro quién es el equipo, porque es un equipo en el que están involucradas dos instituciones.

EJERCICIO 2: TELESCOPING

> 1 VOTO POR PERSONA, SELECCIÓN DE UNA INICIATIVA. LUEGO EL EQUIPO NOMINA EL SCRUM MASTER DEL DESAFIO.



SCRUM MASTER
Martín Fuentes



SCRUM MASTER
Sebastián Acevedo



Proyecto más **DIFÍCIL** de
desbloquear obstáculos.



SCRUM MASTER
Victoria Medina



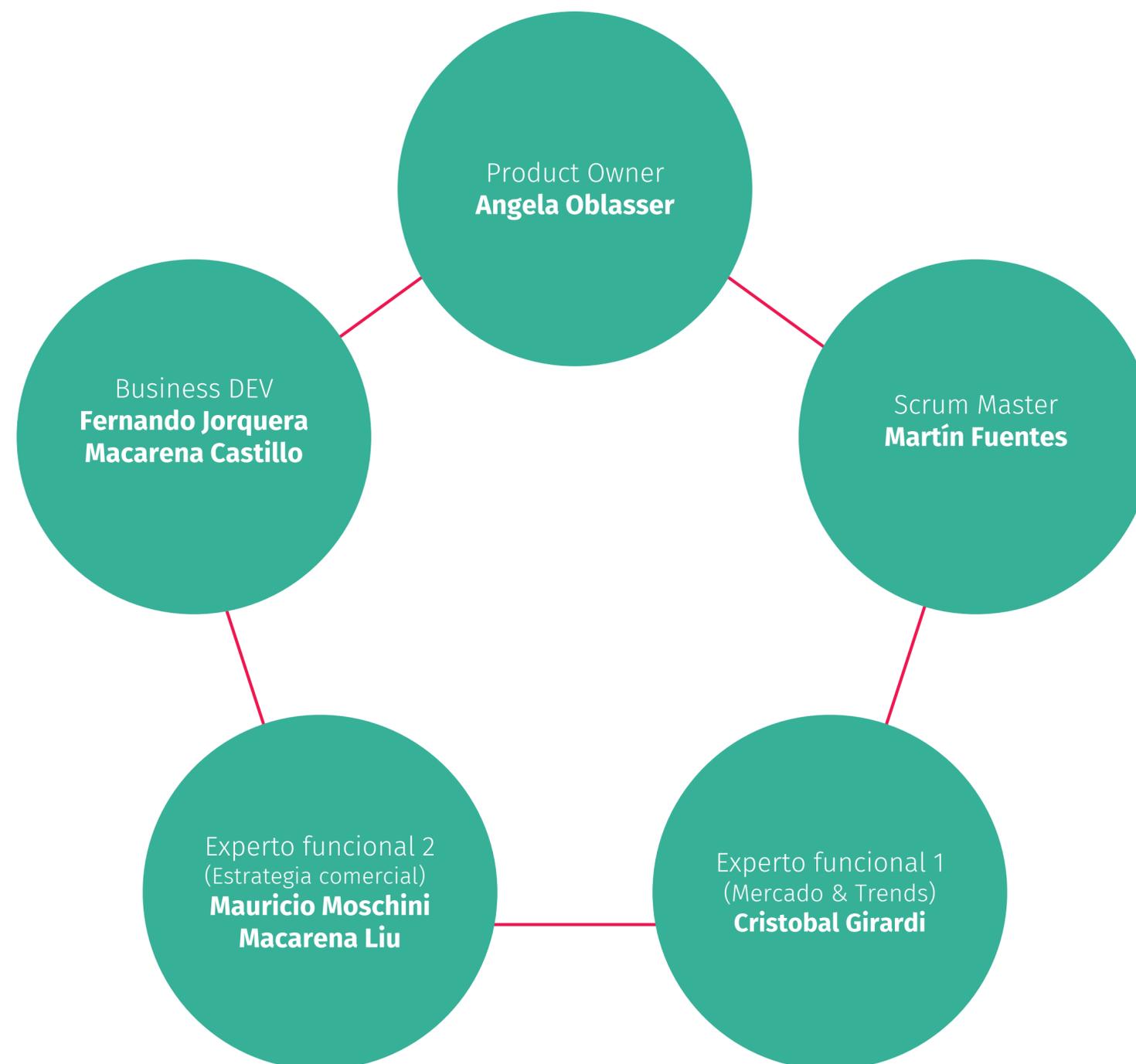
Proyecto más **FÁCIL** de
de desbloquear
obstáculos.





experiencialab.com

SSMM- CÉLULA AGILIDAD, revisemos los roles y personas



| | |
|-----------------------------|---|
| DESAFÍO N°3 | SERVICIOS MEDIOAMBIENTALES |
| DESCRIPCIÓN | Desarrollo de un modelo pool de nuevos servicios que diversificar la oferta a clientes actuales y potenciales. |
| MVP | Definición de pool nuevos servicio de alto valor en conjunto con los potenciales clientes y actores clave de la industria. |
| RESULTADOS ESPERADOS | Servicio empaquetado o pipeline. |
| PRODUCT OWNER | Angela Oblasse |
| KPI's | Venta de un servicio Estructura de pool de servicios (algo más acotado debido a la complejidad de la venta de un servicio) y cantidad de productos que están en ese pool |
| RECURSOS | HH internas Mauro M. → experiencia en proceso de venta |

AGENDA DE HOY.



Quiénes son nuestros
clientes potenciales?



Dibuja la Empresa

La empresa, su descripción

Su foco estrategico

Porque está interesada en un nuevo producto o servicio de Aqua?

Sus partners

Nombre:

Años en el mercado

Sus Personas

Clientes

Desafíos que enfrenta

Qué nuevos servicios espera, que dolores resuelve?

Qué la alejaría de Aqua?

Nivel de Digitalización/ Tech

La mejor Frase que la describe

ACTIVIDADES

ARQUETIPO EMPRESA: LA 100% DIGITAL



DESCRIPCIÓN GENERAL

- Star-ups 100% digitales
- No tienen más de 15 años en el mercado
- Multiplataformas de servicios
- Se dedican a entregar experiencias tanto a personas como a empresas utilizando nuevas tecnologías como IoT o desarrollando nuevos software

SU FOCO DE SOSTENIBILIDAD

- No se encuentra definido, están recién comenzando a establecer el negocio y este no es el core del mismo.

SU FOCO ESTRATÉGICO

- Buscan crecer y posicionarse como referentes en América Latina.
- Buscan democratizar la oferta que ofrecen
- Ofrecen experiencias diferenciadas y personalizadas.

SUS PARTNERS

- Empresas
- Universidades
- Gobierno
- Amantes de la tecnología, la transformación y el impacto

SUS CAUSAS

- Otras Start-ups
- Empoderamiento
- Ambiente (energías limpias)



PRESUPUESTO MENSUAL DEDICADO A ESTAS CAUSAS

ATRIBUTOS VALORADOS

- Transparencia
- Impacto
- Constante mejora

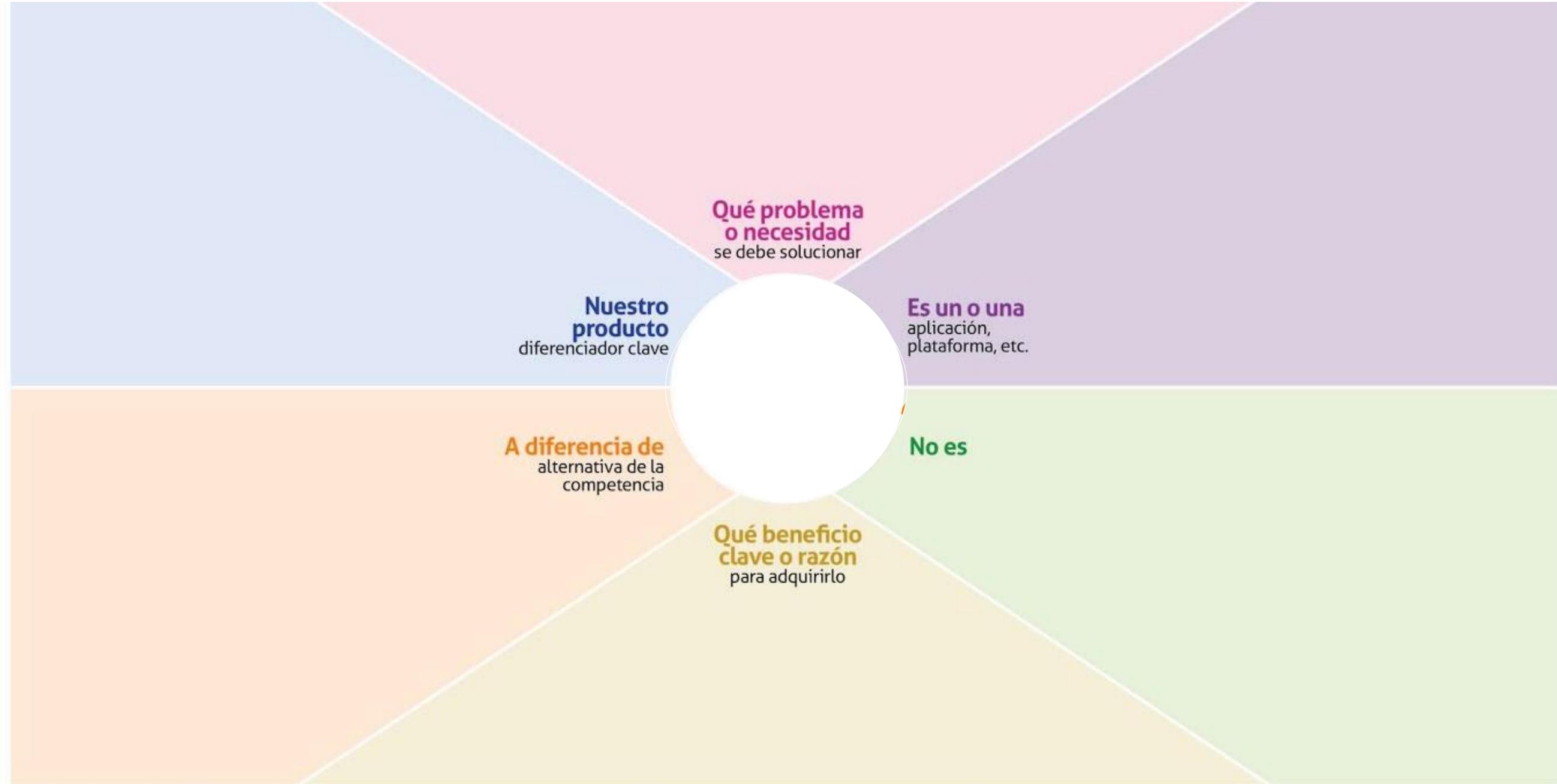
ASPECTOS RECHAZADOS

- Asociación política
- Burocracia
- Ausencia de nuevos canales

AGENDA DE HOY.



Co- Defina la visión de su desafío



Construye el prototipo que mejor representa su versión de Producto

(ejercicio individual)



Identificando las principales funcionalidades (lo último que asignas es la funcionalidad)

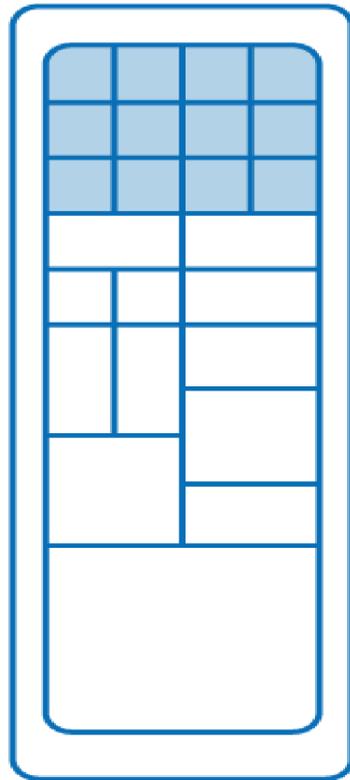
| | Funcionalidades | Necesidad /Dolor | Trend |
|-----|-----------------|------------------|-------|
| 1. | | | |
| 2. | | | |
| 3. | | | |
| 4. | | | |
| 5. | | | |
| 6. | | | |
| 7. | | | |
| 8. | | | |
| 9. | | | |
| 10. | | | |

Identificando el valor de las principales funcionalidades.

| | |
|----------------------------|--------------------------|
| Valor para el Negocio + | |
| - | + Complejidad Técnica |

AGENDA DE HOY.

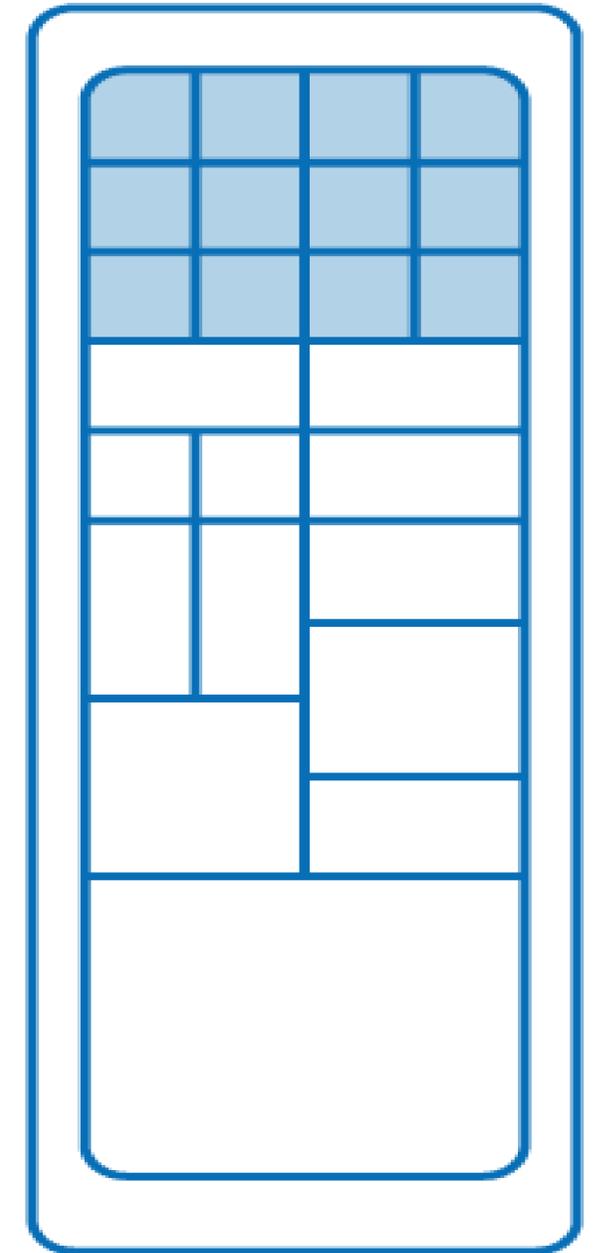




**Uno de los entregables más importantes de la
inception es el
Product Backlog**

El product Backlog contiene los requerimientos en Scrum

- Inventario de las cosas que se deben hacer
 - *Construyan lo menos que puedan*
- Ordenado en base a:
 - *ROI, valor, dependencias, riesgos*
 - *Otros factores*
- Mínimo pero suficiente
- Expresado y administrado por el Product Owner
- La única fuente de trabajo para el equipo de developers



AQUADVISE - DETALLE DESAFÍO, BACKLOG

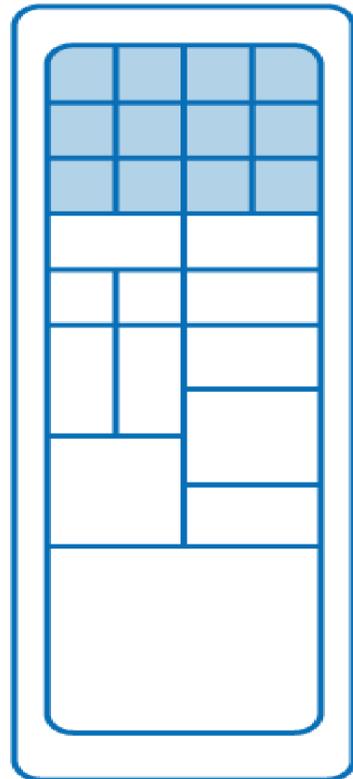
BACKLOG

HISTORIA/ÉPICA

PRIORIDAD

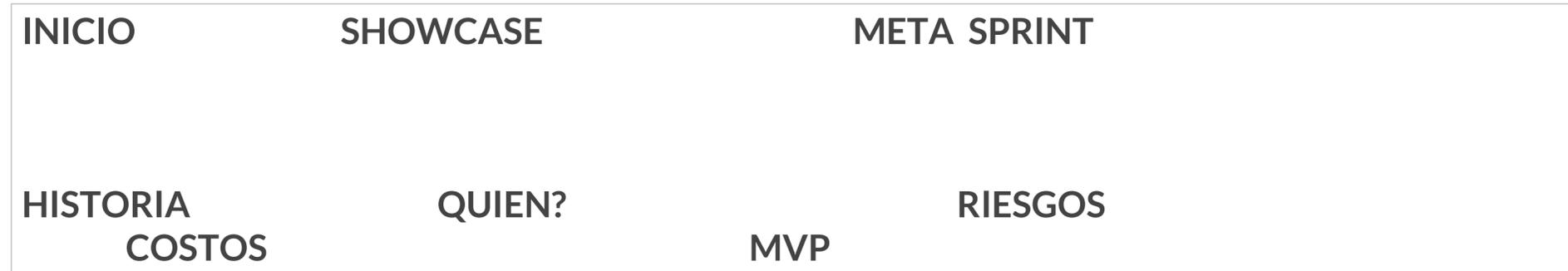
VALOR PARA EL CLIENTE

RIESGO



QUE HAREMOS EN ESTE SPRINT???

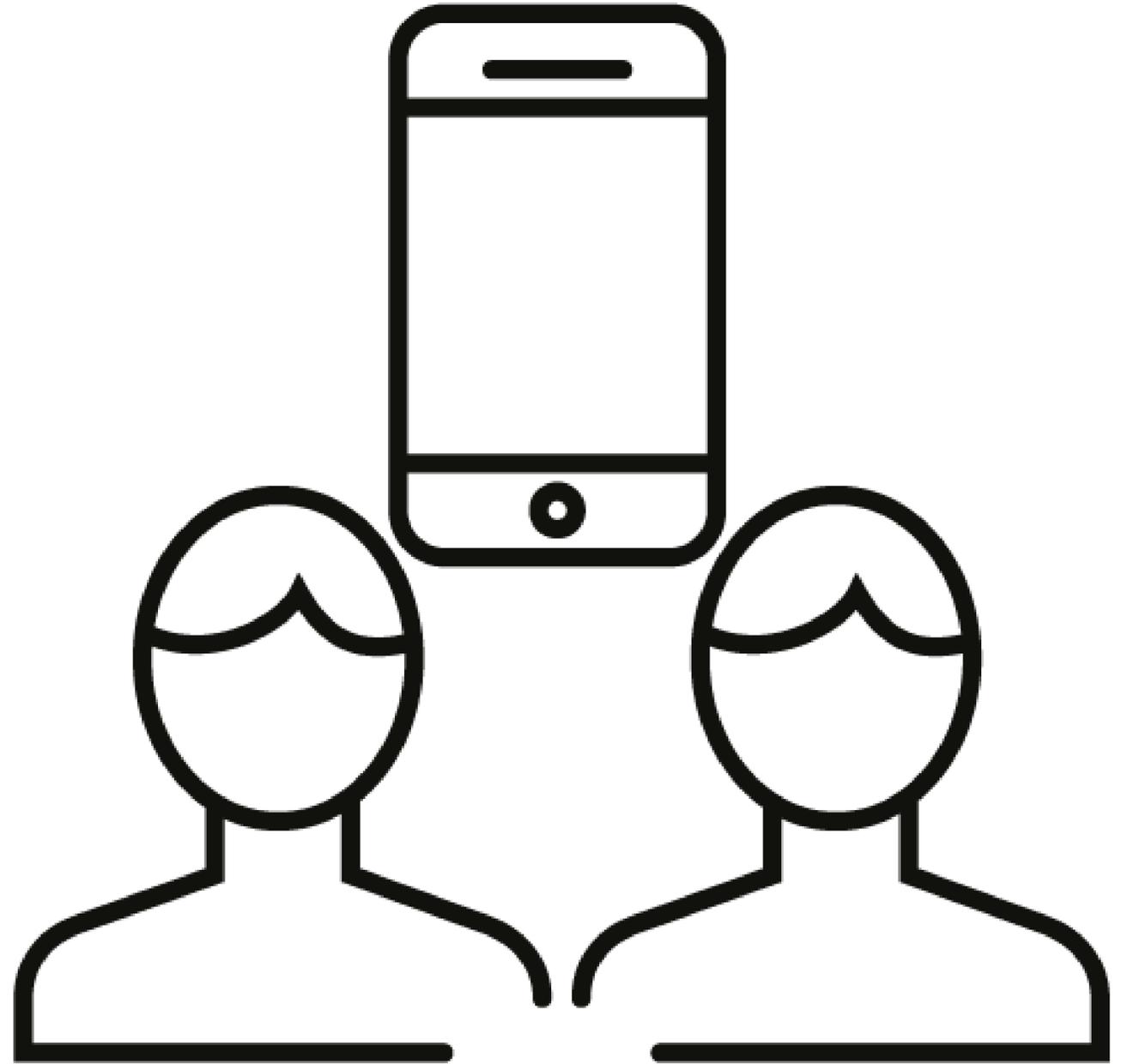
SPRINT 1



**Sprint
backlog**

ANTES DE SEGUIR, CONOCEREMOS QUE SON LAS HISTORIAS DE USUARIO Y COMO SE ESTIMAN!

**Prototipado de las
épicas e historias de
usuario + feedback
de usuarios**



**PRODUCTO DIGITAL/
TANGIBILIZAR EXPERIENCIA MOBILE**



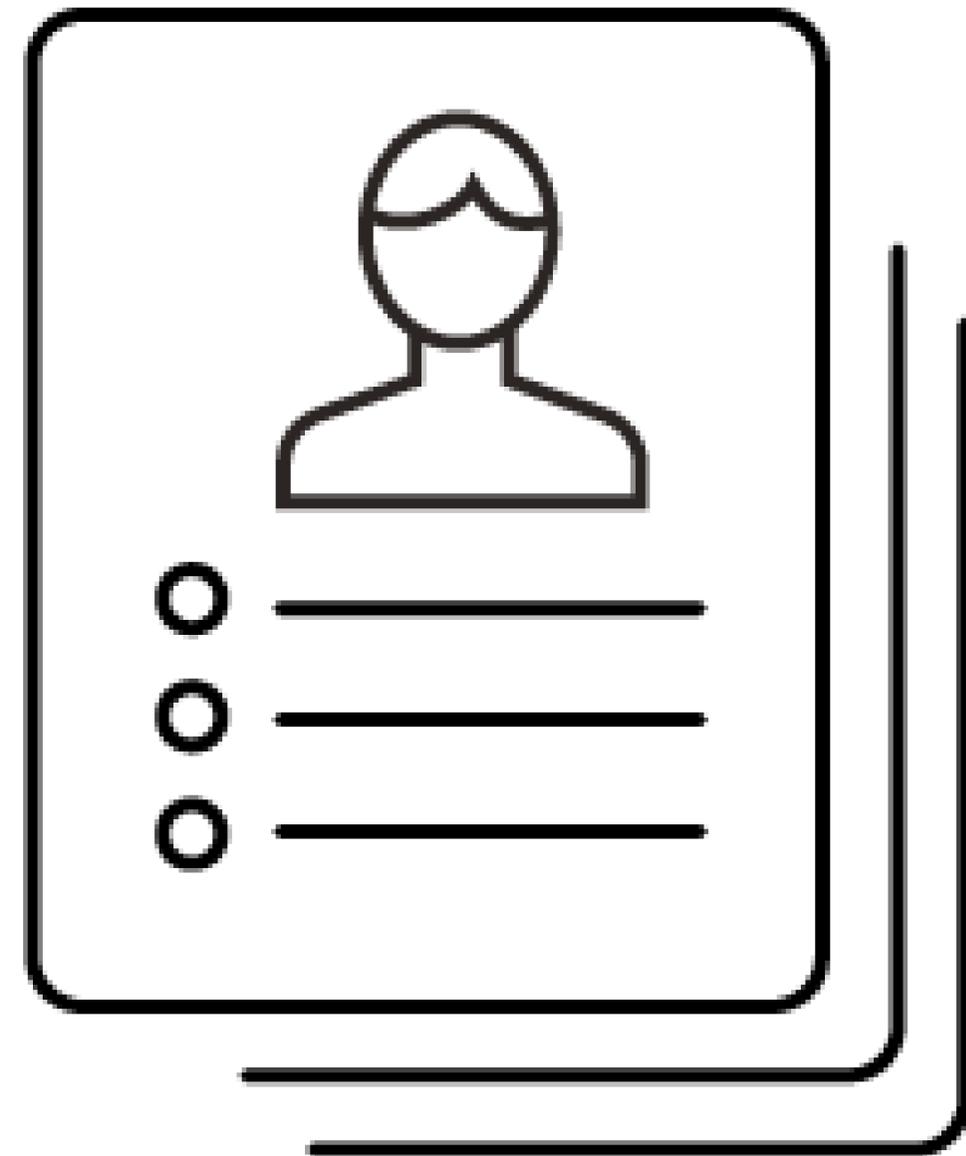
**ÉPICA
+ HISTORIAS DE USUARIO**



HISTORIAS DE USUARIO

Los que tenemos que lograr (Desafío) se descomponen en historias de usuario:

- Las historias muy grandes son conocidas como épicas. Estas se descomponen en historias más pequeñas.
- Las historias se desarrollan y hacen realidad en un sprint o iteración.



HISTORIAS DE USUARIO/ ESTRUCTURA

TÍTULO: <Descripción corta e informativa de la necesidad>.

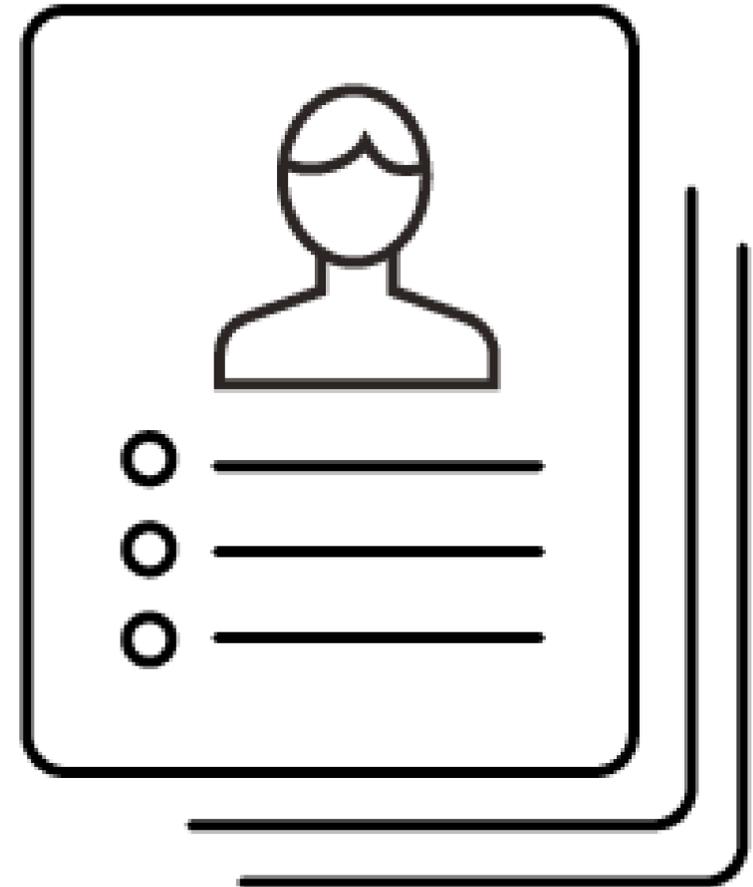
Yo/Cómo: <Rol como usuario caracterizado o usuario concreto>

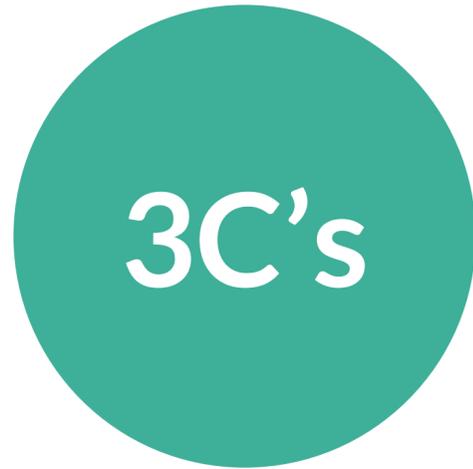
Quiero/Necesito/Deseo: <necesidad / funcionalidad>

Para: <Objetivo, beneficio, valor de negocio>

CRITERIOS DE ACEPTACIÓN

1. Listado de aspectos mínimos que debe cumplir la historia de usuario para considerarse terminada
2. Pueden ser en forma de comportamientos o restricciones.
3. Cada criterio debería cumplir el modelo SMART
4. A menos que represente explícitamente valor, no deberían incluir el cómo se hará.
5. Evitar suposiciones. Hay que aclarar todo.
6. Pueden incluir anexos de todo tipo.





Carta

- Las historias son tradicionalmente escritas en cartas o tarjetas de notas.
- Las tarjetas pueden ser anotadas con estimados, notas, etc.

Conversación

- Los detalles detrás de la historia salen a la luz durante la conversación con el cliente.

Confirmación

- Las pruebas de aceptación confirman que la historia fue codificada correctamente

3C's



| | | |
|----------|---|--------------------|
| I | → | Independiente |
| N | → | Negociable |
| V | → | Valiosa/Valorable |
| E | → | Estimable |
| S | → | Pequeña |
| T | → | Testeable/Probable |



| | | |
|----------|---|------------------------|
| S | → | Específico |
| M | → | Medible |
| A | → | Alcanzable |
| R | → | Relevante |
| T | → | Limitable en el tiempo |

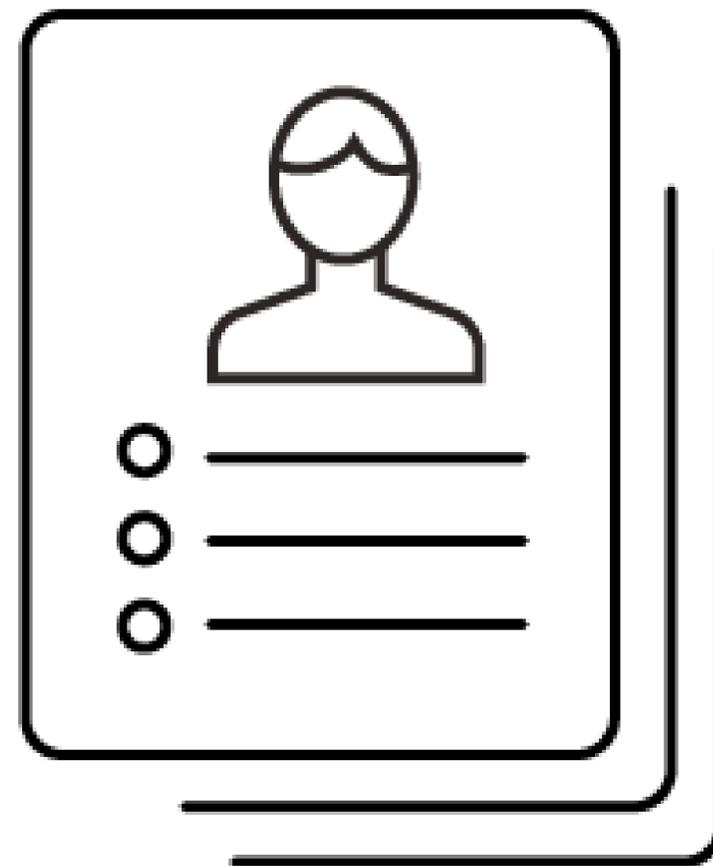
HISTORIAS DE USUARIO/ EJEMPLO: AUTO FAMILIAR

Proyecto: Auto Familiar

Descripción:

“Como conductor quiero comprar un auto de 4 puertas para mi familia. Debe ser económico y confiable”.

- 4 puertas
- Económico?
- Confiable?
- Auto Familiar?



Enmarcado como un proyecto de software, ¿qué es lo que cada uno de los stakeholders cree que va a cumplir la visión o la necesidad expresada por el conductor? ¿ y el equipo?

HISTORIAS DE USUARIO/ EJEMPLO: AUTO FAMILIAR

Cuál sería la historia de usuario que expresa la experiencia que vivirá un usuario en el uso de un auto familiar?



AHORA SI!, CONSTRUYAMOS NUESTRO SPRINT BACKLOG

SPRINT 1



**Sprint
backlog**

| | | |
|---------------|-----------------|--------------------|
| INICIO | SHOWCASE | META SPRINT |
|---------------|-----------------|--------------------|

| HISTORIA | QUIEN | RIESGOS | COSTOS | PUNTOS |
|----------|-------|---------|--------|--------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

**MANOS A LA
OBRA!**



EJERCICIO / HISTORIAS DE USUARIO (10')

Cree una historia de usuarios relativo a los desafíos en agilidad de FCH

Identifique: Contexto, Tipo Cliente, experiencia, historia y criterios de aceptación.

Historias de usuario

de

C

Conversation Confirmation

E S T

rele

ull. p...in

Testable



HISTORIAS DE USUARIO/ ESTIMACIÓN

Un punto de historia como unidad representa:

Volúmen: cuanto es?

Conocimiento: Qué sabemos?

Incertidumbre: Que ignoramos?

Los puntos de historia son relativos ; no están conectados a ninguna medida. Comparable con otras historias del mismo equipo. Una historia de 8 puntos debería tomar 4 veces más esfuerzo que una de 2 puntos.

Existen herramientas para estimaciones rápidas y relativas

Planning Poker

El juego de poker combina opciones de expertos, analogías, desagregaciones. Todos los miembros del equipo participan.

Cada
miembro
del equipo
recibe un
mazo

Leen la
historia

Estiman sin
mostrar el
valor

Se dan
vuelta las
cartas

Discuten
diferencias

Vuelven a
estimar

HISTORIAS DE USUARIO/ ESTIMACIÓN

LA ESTIMACIÓN ES TAREA DE TODO EL EQUIPO!

- Aumenta la precisión al incluir todas las perspectivas.
- Desarrolla comprensión
- Crea compromisos compartidos
- La estimación realizada por un jefe, arquitecto o un grupo selecto elimina estos beneficios

Estimación

Por puntos de
historia

12 PH

3 PH

5 PH

20 PH



ESTIMACIÓN = COMPROMISO DE LOS EQUIPOS



CLAVES DE LA ESTIMACIÓN _

- PIVOTE
- Historias cortas.
- Criterios de aceptación claro.
- Backlog priorizado.
- Pensar en la dificultad.

APRENDAMOS A UTILIZAR EL POKER PLANNING

Scrum Poker



ESTIMAR ES UNA ACTIVIDAD CLAVE DEL SPRINT PLANNING!

EL EQUIPO:

Define su velocidad y estima las historias

Descomponer historias en tareas

Define su meta del sprint

Todos se comprometen

¿CÓMO PASAR DE HISTORIAS DE USUARIO A TAREAS?

LOS EQUIPOS LO REALIZAN AL FINAL DEL SPRINT PLANNING.

De historias
de usuario



a tareas



SPRINT 1

| | | |
|--------------------|----------|-------------|
| INICIO | SHOWCASE | META SPRINT |
| HISTORIA COSTOS | QUIEN? | RIESGOS |



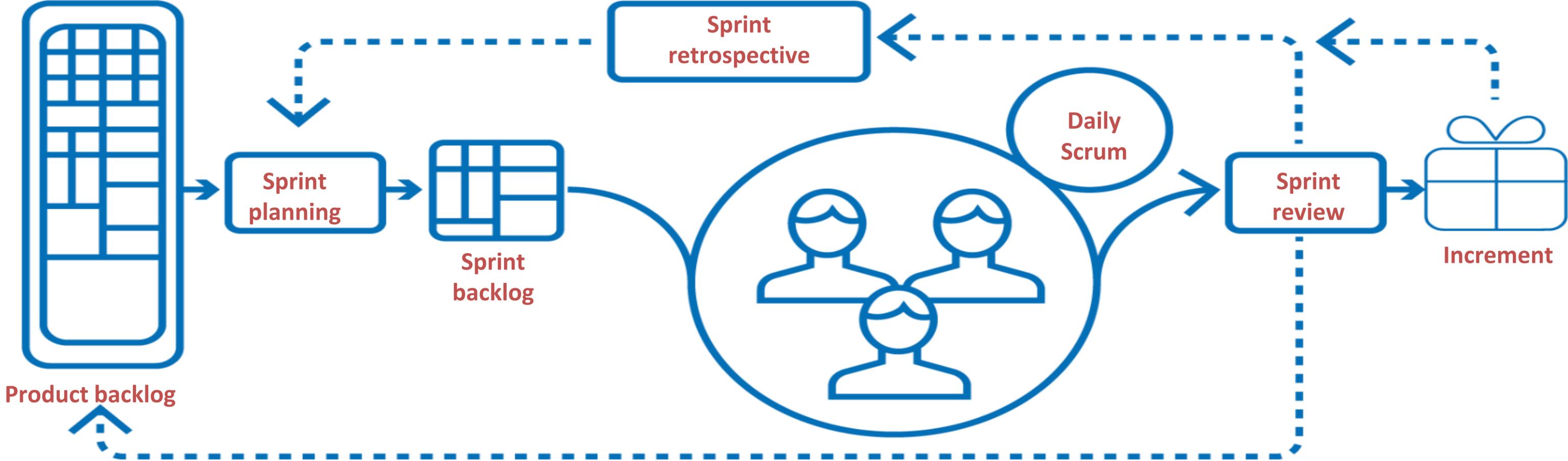
Sprint
backlog

Acuerdo, ceremonia: Scrum Diario (Stand up)

- < 15 minutos.
 - **NO** → reporte de estatus
 - **SI** → micro-planificación diaria
- TODOS participan, incluyendo al P.O.
- SIEMPRE a la misma hora y en el mismo lugar.
- 3 preguntas:
 - ¿Qué completé ayer?
 - ¿Cuál es mi meta para hoy?
 - ¿Tengo algún bloqueo?



Framework Scrum



Roles:

- Product Owner
- Development Team
- Scrum Master

Artefactos

- Product Backlog
- Spring Backlog
- Increment

Hitos/Ceremonias

- Sprint
- Inceptions
- Sprint Planning
- Daily Scrum
- Sprint Review
- Sprint Retrospective

AQUADVISE - CALENDARIO

Inception, sprint planning, daily, showcase Marzo a Mayo 2019

Gracias!
Team

experiencialab.com