

GaleGo

Priorización de Ideas

1. MoSCow

Must:

Épica	Requerimiento	Objetivo	Tipo de Requerimiento	MoSCow
1. Onboarding y Gestión de perfiles	Login seguro	Permitir que los usuarios accedan de forma segura.	Funcional	Must
	Registro de usuarios	Facilitar el acceso a nuevos usuarios y gestionar su información.	Funcional	Must
	Recuperación de contraseña	Permitir a los usuarios restablecer su contraseña en caso de olvido.	Funcional	Must
3. Reservas y Gestión de Reservas	Sistema de reservas por calendario	Ofrecer una herramienta sencilla para que los usuarios reserven y/o compren en la EOI y eventos	Funcional	Must
	Revisión de reserva y compra	Permitir que los usuarios revisen los detalles antes de confirmar.	Funcional	Must
	Confirmación de reserva y compra	Permitir que los usuarios reciban una confirmación de reserva y/o compra.	Funcional	Must
4. Catálogo	Cancelación de reservas	Evitar problemas con reservas no utilizadas que no fueron pagadas.	Funcional	Must
	Selección del número de personas para la reserva	Permitir la personalización de la reserva según el número de asistentes.	Funcional	Must
	Ver disponibilidad de las diferentes experiencias (horarios y capacidad)	Actualizar en tiempo real la disponibilidad de las experiencias para evitar sobrecargas.	No funcional	Must
5. Pagos	Ver disponibilidad de clases (horarios y capacidad)	Actualizar en tiempo real la disponibilidad de las clases para evitar sobrecargas.	No funcional	Must
	Acceso al catálogo y precios	Permitir que los usuarios vean el catálogo completo de cursos, rutas, productos y actividades culturales antes de reservar y/o comprar.	Funcional	Must
	Mostrar características de la experiencia (local, tipo de evento, tamaño, etc.)	Proveer información relevante para ayudar a los usuarios a elegir la experiencia.	Funcional	Must
2. Búsqueda Avanzada	Mostrar características de los diferentes niveles de las clases EOI (CELGA 1, CELGA 2, etc)	Mostrar detalles de los diferentes niveles para que los usuarios evalúen las opciones.	Funcional	Must
	Pagar por la app	Simplificar pagos con integración de pasarelas seguras.	Técnico	Must

Should:

Épica	Requerimiento	Objetivo	Tipo de Requerimiento	MoSCow
1. Onboarding y Gestión de perfiles	Gestión de perfiles de usuario	Should	Funcional	Should
	Registro de colaboradores en la plataforma	Expandir la base de colaboradores disponibles en la plataforma.	Funcional	Should
	Buscador de experiencias con filtros de ubicación y tipo de evento	Facilitar la búsqueda rápida de experiencias según las preferencias del usuario.	Funcional	Should
3. Reservas y Gestión de Reservas	Resultados personalizados	Mostrar recomendaciones adaptadas a los intereses del usuario.	Funcional	Should
	Historial de reservas y compra	Permitir a los usuarios ver y gestionar reservas y compras pasadas.	Funcional	Should
	Integración con sistemas de los colaboradores	Mejorar la integración y sincronización con herramientas existentes.	Técnico	Should
8. Alertas	Notificaciones sobre reservas y actualizaciones	Mantener a los usuarios informados sobre sus reservas y cambios.	No funcional	Should
	Sistema de alertas para colaboradores y usuarios	Mantener informados a los colaboradores y usuarios sobre	Funcional	Should

Could:

Épica	Requerimiento	Objetivo	Tipo de Requerimiento	MoSCow
1. Onboarding y Gestión de perfiles	Solicitud de colaboración en la plataforma	Controlar la calidad y denominación de origen de la base de datos	Funcional	Could
2. Búsqueda Avanzada	Búsqueda predictiva	Agilizar la búsqueda sugiriendo opciones mientras el usuario escribe.	Funcional	Could
	Sugerencias personalizadas	Proveer recomendaciones basadas en el comportamiento del usuario.	Funcional	Could
9. Publicidad	Ofrecer espacio publicitario	Para que los colaboradores puedan promocionar sus servicios	Funcional	Could

Won't:

Épica	Requerimiento	Objetivo	Tipo de Requerimiento	MoSCow
1. Onboarding y Gestión de perfiles	Favoritos	Centralizar en un único apartado las preferencias del usuario	Funcional	Won't
2. Búsqueda Avanzada	Mostrar resultados en un mapa con geolocalización	Permitir a los usuarios visualizar la ubicación de restaurantes cercanos de forma interactiva.	Técnico	Won't
	Ubicación geográfica y sugerencia de rutas	Guia a los usuarios hacia la localización, seleccionado con	Funcional	Won't
	Filtros avanzados de búsqueda	Hacer más eficiente la búsqueda con múltiples criterios personalizables.	Funcional	Won't
6. Valoración & Reseñas	Compartir valoraciones y reseñas de los locales	Fomentar la retroalimentación para mejorar la calidad del servicio	Funcional	Won't
	Mostrar reseñas de otros usuarios	Aumentar la confianza al mostrar experiencias de otros usuarios.	Funcional	Won't
	Opción de poner puntuaciones a las experiencias	Permitir calificaciones rápidas que ayuden a mejorar la visibilidad y las	Funcional	Won't
7. Sistemas de Puntos	Ofrecer un sistema de puntos que ofrece beneficios a los usuarios	Recompensar los diferentes tipos de usuarios en función de su comportamiento y uso de la plataforma.	Funcional	Won't

2. Matriz de Esfuerzo / Impacto

Impacto Alto – Esfuerzo Bajo	Impacto Alto – Esfuerzo Alto
(Prioridad Máxima)	(Prioridad Media)
Login seguro	Sistema de reservas por calendario
Registro de usuarios	Ver disponibilidad de experiencias y clases
Acceso al catálogo y precios	Pagar por la app
Mostrar características de la experiencia	Resultados personalizados
Revisión de reserva y compra	Buscador de experiencias con filtros
Confirmación de reserva y compra	Integración con sistemas de los colaboradores
Selección del número de personas para la reserva	Historial de reservas y compra
Notificaciones sobre reservas y actualizaciones	
Impacto Bajo – Esfuerzo Bajo	Impacto Bajo – Esfuerzo Alto
(Prioridad Baja)	(Prioridad Mínima)
Recuperación de contraseña	Favoritos
Mostrar características de los diferentes niveles de clases	Sugerencias personalizadas
Sistema de alertas para colaboradores y usuarios	Búsqueda predictiva
Mostrar reseñas de otros usuarios	Filtros avanzados de búsqueda
Opción de poner puntuaciones a las experiencias	Ubicación geográfica y sugerencia de rutas

Ofrecer espacio publicitario

Mostrar resultados en un mapa con geolocalización

Sistema de puntos

Inception Deck

¿Por qué estamos aquí?

- Razón importante #1: La poca visibilidad de la cultura gallega
- Razón importante #2: Aprovechar los recursos disponibles de la EOI y los incentivos culturales para convergerlo en facilitadores de la cultura gallega
- Razón importante #3: Conectar con la esencia de Galicia
- **Principal razón para hacer este proyecto:** Conectar la esencia de Galicia a través de su idioma y experiencias culturales.

2. Elevator Pitch

Imagina un lugar donde puedas conectar con la esencia de Galicia, no solo aprendiendo su idioma, sino también viviendo su cultura a través de experiencias auténticas. Nuestra propuesta es un portal digital que une a los amantes del gallego con actividades que fomentan el uso diario del idioma, mientras exploran la gastronomía, historia y tradiciones de esta hermosa región. Actuamos como puente entre la Escuela Oficial de Idiomas y quienes desean sumergirse en la cultura gallega, ofreciendo una plataforma intuitiva y accesible que hace fácil disfrutar y aprender al mismo tiempo. Conectamos residentes y visitantes con lo mejor de Galicia, promoviendo la identidad cultural y el conocimiento lingüístico de manera innovadora.

3. Caja de Producto

- **Nombre del producto:** GaleGO
- **Imagen representativa**



Opción 2



- **Esllogan:** ¡Conéctate con la esencia de Galicia, GO!
- **Beneficio #1:** Aprender un idioma inmerso en la cultura local.

- **Beneficio #2:** Vivir la cultura a través de experiencias.
 - **Beneficio #3:** Coste beneficio justo.

4. La lista de NO

Descripción: Define claramente lo que NO forma parte del alcance del proyecto para evitar desviaciones y gestionar expectativas.

- No incluiremos: Otros centros de aprendizajes.
 - No desarrollaremos: Una plataforma de enseñanza digital (Duolingo)
 - No somos organizadores de eventos, sí facilitadores.
 - No ofreceremos: Servicios y productos que no estén vinculados a la cultura gallega.

5. Conoce a tus vecinos

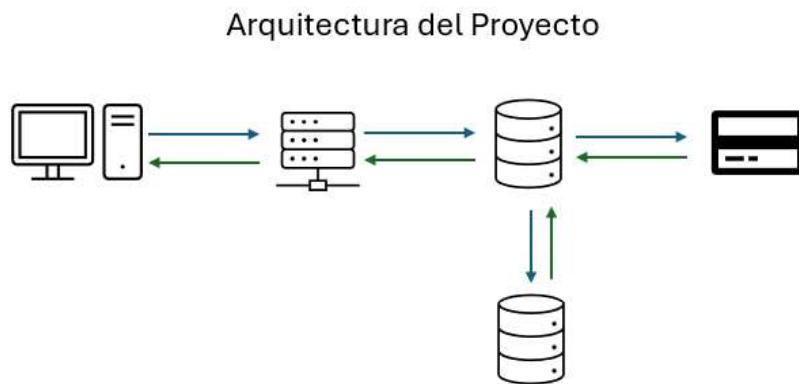
Descripción: Identifica los principales equipos y personas involucradas en el desarrollo y éxito del proyecto.

- **Empresa GaleGo:** atención al cliente, contabilidad, dep. Ventas, soporte, marketing, dep. Legal, rrhh.
 - **Colaboradores clave:**

EOI, entidades públicas gallegas y promotores culturales vinculados con Galicia ej: organizadores de actividades al aire libre, teatros, conciertos, etc.

- **Otras partes interesadas:** agencias de turismo, guías turísticos, profesores, patrocinadores, artesanos de productos gallegos

6. Solución Técnica



- **Herramientas y tecnologías clave:** Geolocalización, Navegación web, filtros, pasarela de pago, Tecnología IoT, Foros y redes sociales integradas, etc.

7. ¿Qué nos quita el sueño?

Descripción: Enumera los principales riesgos y preocupaciones del proyecto.

- **Riesgo #1:** Tener una red suficiente y diversa de proveedores(experiencias).
 - **Riesgo #2:** Tener un volumen de usuarios como para que la iniciativa fuera sostenible.
 - **Riesgo #3:** Tener un equipo con la misma orientación a los resultados y a la cultura del proyecto.
 - **Riesgo #4:** Negociaciones con los colaboradores para que los precios de lo ofertado sea inferior o igual al del colaborador.

- **Riesgo #5:** Exponer el valor y la importancia de la cultura Gallega de forma clara y atractiva (como experiencia).
- **Riesgo #6:** Que seamos capaces de transmitir las sinergias de experiencias como un valor cultural añadido.

8. Tamaño y Complejidad

Descripción: Estimación del esfuerzo, tiempo y recursos necesarios para el proyecto.

Tiempo estimado:

- 6 meses para el MVP que contempla la venta de cursos de gallego a través de EOI y la posibilidad de añadir experiencias.
- 1 año para la versión 1.0, desde que se entrega el MVP, para el incremento de funcionalidades y público. Así como la expansión de colaboradores y la venta de productos típicos.

9. Ser Claros en qué vamos dar

Descripción: ¿Cuáles son los pasos clave para entregar la primera versión funcional? Del 1 al 5 de flexibilidad.

Presupuesto - 4

Alcance – 5

Tiempo - 3

Calidad- 1

Facilidad - 2

Seguridad - 1

Simplicidad - 2

10. ¿Cuánto va a costar?

Tenemos en cuenta todo el equipo o es sólo el equipo de dev?

6 personas para en MVP a 250K 6 meses.

- 3 devs - Jornada completa
- 1 Sales Account - EOI y colaboradores
- 1 Product Owner
- 1 UX

11. Conclusiones

12. Otros

12.1 Modelo de monetización

Freemium (Publicidad): Versión gratuita para usuarios con anuncios limitados y no intrusivos.

Premium (suscripción para colaboradores): Plan de suscripción con opción de un portal de anuncios (publicar y posicionarlos).

Comisiones: Porcentaje de comisión por cada venta a través de GaleGo (entre 15% y 20% según categoría).

Incentivos del gobierno (subvenciones, plan de ayudas)

12.2 Catálogo

Tipo de experiencias	Quién las organiza	Cómo se accede a ellas	Precio
Idioma Nivel principiante	EOI	Inscripción + pago	
Idioma Nivel intermedio	EOI	Inscripción + pago	
Idioma Nivel avanzado	EOI	Inscripción + pago	
EXP. Actividad Culturales	Instituciones independientes y educativas	Inscripción + pago	
EXP. Actividad Gastronómica	Diverso	Inscripción + pago	
EXP. Actividad Deportiva	Instituciones independientes y deportivas	Inscripción + pago	
EXP. Tour Visitas Excursiones	Instituciones independientes	Inscripción + pago	

12.3 Estructura Catálogo

Clases

Nivel principiante

Nivel intermedio

Nivel avanzado

Experiencia

Exp. Gastronómicas 

Exp. Culturales 

Exp. Deportivas 

Exp. visitas y excursiones 

Packs

Packs GaleGO 

Packs Customizados 



Épicas y requerimientos

[Excel Épicas](#)

MVP				
Épica	Requerimiento	Objetivo	Tipo de Requerimiento	Orden
1. Onboarding y Gestión de perfiles	Login seguro	Permitir que los usuarios accedan de forma segura.	Funcional	1
	Registro de usuarios	Facilitar el acceso a nuevos usuarios y gestionar su información.	Funcional	1
	Recuperación de contraseña	Permitir a los usuarios restablecer su contraseña en caso de olvido.	Funcional	1
	Registro de colaboradores en la plataforma	Expandir la base de colaboradores disponibles en la plataforma.	Funcional	1
2. Búsqueda Avanzada	Buscador de experiencias con filtros de ubicación y tipo de evento	Facilitar la búsqueda rápida de experiencias según las preferencias del usuario.	Funcional	2
3. Reservas y Gestión de Reservas	Sistema de reservas por calendario	Ofrecer una herramienta sencilla para que los usuarios reserven y/o compren en la EOI y eventos	Funcional	3,1
	Revisión de reserva y compra	Permitir que los usuarios revisen los detalles antes de confirmar.	Funcional	3,1
	Confirmación de reserva y compra	Permitir que los usuarios reciban una confirmación		3,1

		de reserva y/o compra.		
	Cancelación de reservas	Evitar problemas con reservas no utilizadas que no fueron pagadas	Funcional	3,1
	Selección del número de personas para la reserva	Permitir la personalización de la reserva según el número de asistentes.	Funcional	3,1
	Ver disponibilidad de las diferentes experiencias (horarios y capacidad)	Actualizar en tiempo real la disponibilidad de las experiencias para evitar sobrecargas.	No funcional	3,1
	Ver disponibilidad de clases (horarios y capacidad)	Actualizar en tiempo real la disponibilidad de las clases para evitar sobrecargas.	No funcional	3,1
4. Catálogo	Acceso al catálogo y precios	Permitir que los usuarios vean el catálogo completo de cursos, rutas, productos y actividades culturales antes de reservar y/o comprar	Funcional	3,2
	Mostrar características de la experiencia (local, tipo de evento, tamaño, etc.)	Proveer información relevante para ayudar a los usuarios a elegir la experiencia.	Funcional	3,2
	Mostrar características de los diferentes niveles de las clases EOI (CELGA 1, CELGA 2, etc)	Mostrar detalles de los diferentes niveles para que los usuarios evalúen las opciones.	Funcional	3,2
5. Pagos	Pagar por la app	Simplificar pagos con integración de pasarelas seguras.	Técnico	3,3

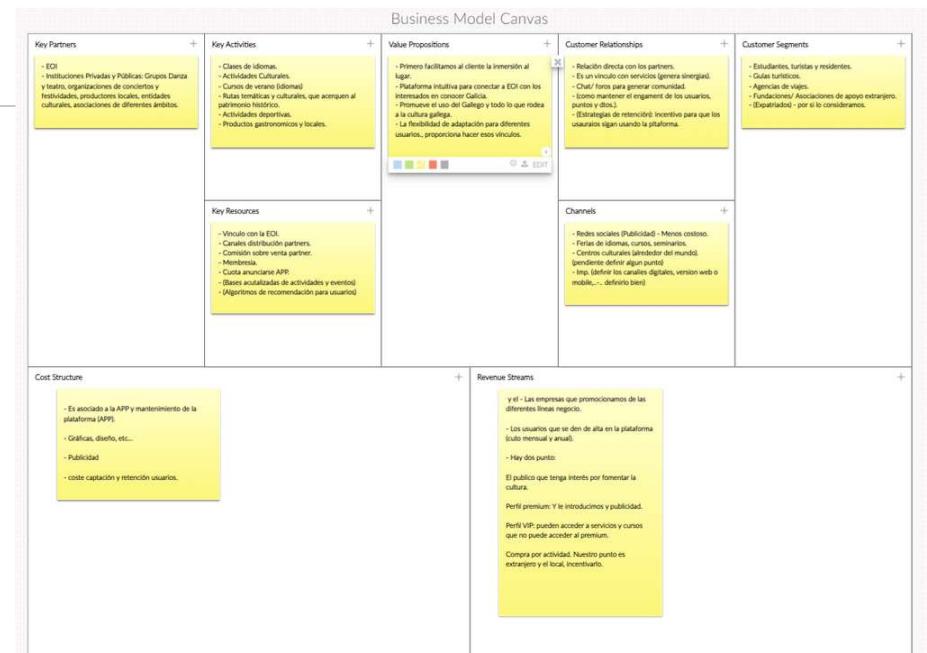
➡ Siguientes pasos soon

-  Priorización HECHO
 - Moscow
 - Matriz esfuerzo impacto
-  Mapping (customer journey) HECHO
-  Encuesta de validación (saber si hay interés)
- Prototipo: [GaleGO](#) EN CURSO

[IA para crear prototipo](#)



Business Model Canvas - GaleGo



Validación

Prompt para ChatGPT - Validación de Producto en el Bootcamp ☀

Contexto:

Estamos en un bootcamp de Product Owner donde los participantes están desarrollando un **producto digital** desde cero. Cada grupo ha trabajado en su idea utilizando herramientas como:

- **Business Model Canvas (BMC)**
- **Value Proposition Canvas (VPC)**
- **Inception Deck**

Ahora estamos en la fase de **validación con el público objetivo**. En esta etapa, queremos simular entrevistas o encuestas con usuarios potenciales para evaluar la **viabilidad, aceptación y posibles mejoras** de cada producto.

Tu rol en este ejercicio:

- Actuarás como **diferentes personas dentro del público objetivo** de cada producto.
- Responderás a los cuestionarios de cada equipo como si fueras un usuario real, con opiniones, preocupaciones y expectativas.
- Tu enfoque será **crítico, imparcial y objetivo**, evaluando el producto desde el punto de vista de un usuario común.
- También puedes hacer preguntas adicionales si consideras que falta información clave.

Cómo funcionará el ejercicio:

- 1 Cada grupo cargará su documentación (**BMC, VPC, Inception Deck**) para que entiendas bien el contexto de su producto.
- 2 Presentarán un cuestionario con preguntas diseñadas para validar su idea.
- 3 Responderás el cuestionario como un usuario representativo, adaptando tus respuestas según el tipo de público objetivo del producto.
- 4 Si ves inconsistencias o problemas en la propuesta, debes mencionarlas, pero sin dar una respuesta definitiva sobre si el producto es bueno o malo. Más bien, dales pistas sobre qué podrían mejorar.

Consideraciones clave al responder:

- **Realismo:** Responde como lo haría una persona real del mercado objetivo, con dudas, expectativas y objeciones naturales.
- **Diversidad de perspectivas y respuestas:** Si crees que hay varios perfiles de usuarios, puedes responder como distintos tipos de clientes.
- **Feedback constructivo:** Si identificas problemas en la propuesta, señala los puntos débiles, pero de manera que el equipo pueda reflexionar y ajustar su producto.

Objetivo final:

Que cada equipo reciba insights valiosos sobre su idea, los puntos fuertes y débiles de su propuesta, y posibles mejoras antes de avanzar en el desarrollo del producto.

Deepseek Respuesta: ☀

Cuestionario de Validación para GaleGO (Actualizado) ☀

1. ¿Qué te parece la idea de una plataforma que combine el aprendizaje del gallego con experiencias culturales en Galicia? ☀

Respuesta como Estudiante:

"Me parece interesante, especialmente si las clases son a través de la EOI, lo que garantiza calidad y diferentes niveles. Sin embargo, me preocupa que las actividades culturales sean muy turísticas y no me permitan conectar realmente con la cultura local."

Respuesta como Turista:

"¡Me encanta la idea! Saber que las clases son a través de la EOI me da confianza en la calidad del aprendizaje. Además, poder reservar experiencias culturales directamente en la plataforma es un plus. Me gustaría saber si las actividades están disponibles en inglés o si necesito un nivel básico de gallego para participar."

Respuesta como Residente:

"Es una buena iniciativa, especialmente porque las clases son de la EOI, lo que asegura un aprendizaje serio. Ya vivo aquí, así que me interesaría más si la plataforma ofrece actividades exclusivas o descuentos para locales."

2. ¿Qué tipo de experiencias culturales te gustaría encontrar en la plataforma? ☀

Respuesta como Estudiante:

"Me gustaría participar en talleres de cocina gallega, visitas guiadas a sitios históricos y eventos locales donde pueda practicar el idioma con hablantes nativos."

Respuesta como Turista:

"Quiero experiencias auténticas, como rutas de senderismo por lugares emblemáticos, degustaciones de productos locales y festivales tradicionales. También me gustaría que hubiera opciones para familias."

Respuesta como Residente:

"Me interesan actividades más especializadas, como talleres de artesanía, charlas sobre historia gallega o eventos culturales que no suelen promocionarse a los turistas."

3. ¿Cómo valoras la posibilidad de aprender gallego a través de esta plataforma? ☀

Respuesta como Estudiante:

"Valoro mucho la idea de aprender gallego de manera inmersiva, especialmente porque las clases son de la EOI, lo que garantiza calidad y diferentes niveles. Me gustaría saber si habrá opciones para practicar el idioma fuera del aula, como intercambios con hablantes nativos."

Respuesta como Turista:

"Me parece bien, pero no sé si tendré tiempo para aprender mucho antes de mi viaje. Preferiría un enfoque más práctico, como frases útiles para turistas, aunque sé que las clases de la EOI son más completas."

Respuesta como Residente:

"Ya hablo algo de gallego, pero me gustaría mejorar. Me interesaría que la plataforma ofreciera cursos avanzados o especializados en temas concretos, como gallego para negocios, y que las clases de la EOI estén bien integradas en la plataforma."

4. ¿Qué te preocupa o qué obstáculos ves al usar una plataforma como GaleGO? ☀

Respuesta como Estudiante:

"Me preocupa que las actividades culturales sean muy caras o que no haya suficientes opciones cerca de donde vivo. También me gustaría saber si hay flexibilidad en los horarios de las clases de la EOI."

Respuesta como Turista:

"Me preocupa que la plataforma no esté disponible en inglés o que no haya suficiente información sobre las actividades. También me gustaría saber si hay opciones de cancelación o reembolso para las clases y actividades."

Respuesta como Residente:

"Me preocupa que la plataforma se enfoque demasiado en los turistas y no ofrezca beneficios reales para los locales. También me gustaría saber si habrá descuentos para residentes en las actividades culturales."

5. ¿Qué funcionalidades adicionales te gustaría ver en la plataforma? ↗**Respuesta como Estudiante:**

"Me gustaría que hubiera un foro o comunidad donde pueda interactuar con otros estudiantes y practicar el idioma. También me interesaría tener acceso a recursos adicionales, como podcasts o videos en gallego."

Respuesta como Turista:

"Sería útil tener una sección de recomendaciones personalizadas basadas en mis intereses y la duración de mi viaje. También me gustaría poder reservar transporte o alojamiento a través de la plataforma."

Respuesta como Residente:

"Me gustaría que la plataforma incluyera eventos exclusivos para residentes, como talleres gratuitos o descuentos en actividades culturales. También me interesaría una sección de noticias sobre eventos locales."

Feedback Constructivo para el Equipo de GaleGO (Actualizado) ↗**1. Segmentación de Usuarios:**

- Aunque las clases de la EOI resuelven muchas preocupaciones sobre la calidad y los niveles, es importante segmentar mejor la propuesta de valor para cada grupo. Por ejemplo, ofrecer cursos básicos para turistas y avanzados para residentes, y asegurarse de que las actividades culturales sean relevantes para cada segmento.

2. Flexibilidad y Accesibilidad:

- Los usuarios expresaron preocupaciones sobre los horarios y los precios de las actividades culturales. Consideren ofrecer opciones flexibles, como actividades en diferentes horarios y descuentos para residentes.

3. Idioma y Localización:

- Los turistas mencionaron la necesidad de que la plataforma esté disponible en inglés. Además, asegúrense de que las actividades estén bien descritas y sean accesibles para personas con diferentes niveles de gallego.

4. Beneficios para Residentes:

- Los residentes sienten que la plataforma podría no ofrecerles suficientes beneficios. Consideren incluir descuentos, eventos exclusivos o contenido especializado para este grupo.

5. Funcionalidades Adicionales:

- Los usuarios sugirieron varias funcionalidades útiles, como foros de comunidad, recomendaciones personalizadas y reservas integradas de transporte/alojamiento. Estas podrían ser áreas de mejora para futuras versiones de la plataforma.

Conclusión ↗

El producto **GaleGO** tiene un gran potencial, especialmente con el respaldo de la EOI para las clases de gallego. Sin embargo, es importante seguir trabajando en la personalización de la propuesta de valor para cada segmento de usuarios y en la inclusión de funcionalidades adicionales que mejoren la experiencia del usuario.

Mejoras Adicionales Deepseek**1. Profundizar en la Identificación de Pains y Gains HECHO**

Mejora: Aunque los "pains" y "gains" están identificados, podrían segmentarse mejor según los diferentes tipos de usuarios (estudiantes, turistas, residentes, etc.). Por ejemplo:

Estudiantes: Podrían tener como "pain" la falta de flexibilidad en los horarios de clases.

Turistas: Podrían tener como "pain" la falta de información centralizada sobre actividades culturales.

Residentes: Podrían tener como "pain" la falta de oportunidades para practicar el gallego en contextos reales.

Beneficio: Esto permitiría personalizar mejor la propuesta de valor para cada segmento de cliente.

2. Detallar la Arquitectura Técnica PENDIENTE

Mejora: Incluir un diagrama o descripción más detallada de la arquitectura técnica del proyecto, especialmente cómo se integrarán herramientas como la geolocalización, la pasarela de pago y los foros sociales.

Beneficio: Esto ayudaría a los desarrolladores y stakeholders a entender mejor cómo funcionará la plataforma y qué tecnologías se utilizarán.

3. Plan de Mitigación de Riesgos POSPUESTO

Mejora: Desarrollar un plan de mitigación más detallado para los riesgos identificados. Por ejemplo:

Riesgo #1 (Red de proveedores): Establecer acuerdos preliminares con proveedores culturales antes del lanzamiento.

Riesgo #2 (Volumen de usuarios): Implementar una campaña de marketing agresiva para atraer usuarios desde el inicio.

Riesgo #3 (Equipo alineado): Realizar talleres de alineación y formación para el equipo.

Beneficio: Esto reduciría la incertidumbre y aumentaría la confianza en la viabilidad del proyecto.

4. Mejorar la Presentación Visual POSPUESTO

Mejora: Utilizar colores, gráficos y tipografía destacada para mejorar la legibilidad y el impacto visual del documento. Por ejemplo:

Incluir un diagrama del flujo de usuario en la plataforma.

Usar iconos para representar los diferentes servicios (cursos, experiencias culturales, etc.).

Beneficio: Esto haría el documento más atractivo y fácil de entender para todos los stakeholders.

5. Validación con Usuarios Reales HECHO

Mejora: Realizar pruebas de concepto o entrevistas con usuarios potenciales (estudiantes, turistas, residentes) para validar la propuesta de valor y los "pains" y "gains" identificados.

Beneficio: Esto aseguraría que la plataforma realmente resuelva las necesidades de los usuarios y aumentaría las posibilidades de éxito.

6. Detallar el Plan de Marketing POSPUESTO

Mejora: Incluir un plan de marketing más detallado, especificando cómo se atraerá a los usuarios (publicidad en redes sociales, colaboraciones con influencers, etc.) y cómo se retendrán (programas de fidelización, descuentos, etc.).

Beneficio: Esto aseguraría que el proyecto tenga una base de usuarios sólida desde el inicio.

7. Incluir un Plan de Sostenibilidad HECHO

Mejora: Desarrollar un plan de sostenibilidad a largo plazo, incluyendo cómo se monetizará la plataforma (suscripciones, publicidad, etc.) y cómo se mantendrá el interés de los usuarios.

Beneficio: Esto aseguraría que el proyecto sea viable no solo a corto plazo, sino también a largo plazo.

Respuestas (gemini) ☽

1. Falta de claridad en la propuesta de valor:

- **Experiencias culturales:** No queda claro qué tipo de experiencias se ofrecen, quién las organiza, cómo se accede a ellas y qué precio tienen. Es necesario definir mejor la oferta de experiencias y comunicarla de forma clara y atractiva a los usuarios. HECHO
- **Integración con los cursos de gallego:** No se especifica cómo se integran las experiencias culturales con los cursos de gallego. ¿Se ofrecen paquetes que combinen ambos? ¿Se utilizan las experiencias como complemento a los cursos? HECHO
- **Diferenciación:** ¿Qué hace que GaleGO sea único? ¿Por qué un usuario elegiría GaleGO en lugar de otras plataformas de experiencias culturales o cursos de idiomas?

2. Falta de información sobre la plataforma:

- **Funcionalidades:** No se describen las funcionalidades de la plataforma. ¿Cómo se navega por la plataforma? ¿Cómo se buscan y reservan las experiencias? ¿Cómo se interactúa con otros usuarios?
- **Diseño y usabilidad:** No se muestra ningún prototipo o diseño de la plataforma. Sería útil tener una idea visual de cómo será la plataforma y cómo se utilizará.

3. Falta de información sobre el modelo de negocio:

- **Precios:** No se especifica cómo se establecen los precios de las experiencias y los cursos. ¿Hay diferentes tarifas para diferentes tipos de usuarios? ¿Se ofrecen descuentos o promociones?
- **Colaboraciones:** No queda claro cómo se gestionan las colaboraciones con la EOI y otros promotores culturales. ¿Qué beneficios obtienen los colaboradores al participar en la plataforma?

Soluciones: ☰

1. Falta de claridad en la propuesta de valor:

- **Experiencias culturales:**
 - **Solución:** Crear un catálogo detallado de experiencias, clasificadas por categorías (gastronomía, historia, naturaleza, etc.), con información sobre la duración, el precio, la ubicación, el idioma, el nivel de dificultad y el organizador. Incluir fotos y videos de alta calidad para que los usuarios puedan visualizar la experiencia. Ofrecer filtros de búsqueda para que los usuarios puedan encontrar las experiencias que mejor se adapten a sus intereses.
 - **Ejemplo:** "Ruta de tapas por la Ribeira Sacra" - Duración: 3 horas, Precio: 30€, Ubicación: Ribeira Sacra, Idioma: Gallego/Español, Dificultad: Baja, Organizador: "Rutas con encanto". Incluir fotos de los lugares que se visitarán y de las tapas que se degustarán.
- **Integración con los cursos de gallego:**
 - **Solución:** Diseñar paquetes que combinen cursos de gallego con experiencias culturales relacionadas con el temario del curso. Por ejemplo, un curso de gallego para principiantes que incluya una visita a un museo etnográfico o un taller de cocina gallega. Ofrecer descuentos a los usuarios que reserven un paquete.
 - **Ejemplo:** "Pack Iniciación al gallego": Curso online de gallego para principiantes + Visita guiada al Museo do Pobo Galego + Taller de cocina gallega. Precio: 150€ (en lugar de 180€ si se reservan por separado).
- **Diferenciación:**
 - **Solución:** Destacar la propuesta única de GaleGO: combinar el aprendizaje del idioma con la vivencia de la cultura gallega. Enfatizar la calidad de las experiencias, la colaboración con la EOI y otros promotores culturales de renombre, y la posibilidad de interactuar con otros usuarios y expertos. Comunicar la propuesta de valor de forma clara y concisa, utilizando un lenguaje atractivo y visual.
 - **Ejemplo:** "GaleGO: Aprende gallego viviendo la cultura. Descubre experiencias auténticas y conecta con la esencia de Galicia."

2. Falta de información sobre la plataforma:

- **Funcionalidades:**
 - **Solución:** Crear un mapa de sitio o diagrama de flujo que muestre las diferentes secciones de la plataforma y cómo se navega por ellas. Describir las principales funcionalidades, como la búsqueda de experiencias, la reserva online, el pago seguro, la creación de perfiles de usuario, la interacción con otros usuarios y la comunicación con los organizadores.
 - **Ejemplo:** "En GaleGO podrás: buscar experiencias por categoría, ubicación, precio e idioma; reservar y pagar online de forma segura; crear tu perfil de usuario y conectar con otros usuarios; contactar con los organizadores de las experiencias; acceder a tu historial de reservas y valoraciones; etc."
- **Diseño y usabilidad:**
 - **Solución:** Desarrollar un prototipo interactivo de la plataforma que permita a los usuarios navegar por las diferentes secciones y probar las funcionalidades. Realizar tests de usabilidad con usuarios reales para obtener feedback y mejorar el diseño.
 - **Ejemplo:** Crear un prototipo en Figma o Adobe XD que simule la navegación por la plataforma, la búsqueda de experiencias, la reserva online, etc.

3. Falta de información sobre el modelo de negocio:

- **Precios:**
 - **Solución:** Definir una política de precios clara y transparente. Establecer diferentes tarifas para diferentes tipos de experiencias y cursos. Ofrecer descuentos a estudiantes, residentes y grupos. Crear paquetes que combinan cursos y experiencias a un precio reducido. Publicar la lista de precios en la plataforma.
 - **Ejemplo:** "Cursos de gallego: desde 50€ al mes. Experiencias culturales: desde 20€. Paquetes combinados: desde 120€."

- **Colaboraciones:**

- **Solución:** Definir un modelo de colaboración win-win para la EOI y otros promotores culturales. Ofrecer a los colaboradores una plataforma para promocionar sus experiencias y llegar a un público más amplio. Establecer un sistema de comisiones o reparto de beneficios. Proporcionar a los colaboradores herramientas de gestión y soporte técnico.
- **Ejemplo:** "GaleGO ofrece a los colaboradores: visibilidad en la plataforma, acceso a un público interesado en la cultura gallega, herramientas de gestión de reservas y pagos, soporte técnico y atención al cliente."

Pasos y links



Referencia: 2Day Languages

<https://2daylanguages.com/>



Site

Qué añadir al prompt:

apartado de servicios que se divide en experiencias, **clases** y **packs**. Una vez en la sección de experiencias se divide en ofertas de diferentes niveles: nivel principiante, intermedio y avanzado. debe indicarse el precio, qué institución la imparte (RAG, EOI, escuelas privadas), fechas, alumnos por clase y duración.

Herramienta de búsqueda donde se pueda buscar los cursos, experiencias culturales, gastronomía, packs, etc. Con filtros.



Benchmark

1. Competidores y Plataformas Analizadas ☰

Plataforma	Tipo de Cursos/Experiencias	Formato	Público Objetivo	Costo	Idioma
Aula GaliciaAberta	Cultura, folclore, cocina, actividades infantiles	Online y gratuito	Gallegos en el extranjero y residentes en Galicia	Gratis	Gallego
Teleformación Xunta	Lengua, cultura, mar	Online	Público general	Gratis	Gallego
New Wave Lingus	CELGA 1-4	Presencial y online	Estudiantes de gallego	Pago	Gallego
Classgap	Clases particulares de gallego	Online	Estudiantes y profesionales	Pago	Gallego
Superprof	Clases particulares de gallego	Online y presencial	Estudiantes y profesionales	Pago	Gallego
ADAMS Formación	Diversas áreas profesionales	Online y presencial	Profesionales y desempleados	Gratis (subvencionado)	Español/Gallego
Fundación Érguete	Cursos de formación digital	Online	Público general	Gratis	Español/Gallego
EMAO Vigo	Oficios artísticos	Presencial	Estudiantes de artes y oficios	Gratis	Gallego
Páginas Galegas	Directorio de academias	Presencial	Público general	Variable	Gallego

2. Análisis de Oportunidades ☰

Puntos Fuertes del Mercado Actual ☰

- Existen plataformas gubernamentales que ofrecen formación gratuita en gallego.
- Hay academias y plataformas privadas con oferta variada.
- Se cubren tanto cursos online como presenciales.
- Se ofrece formación en áreas profesionales, culturales y lingüísticas.

Debilidades y Oportunidades de Mejora en el mercado ☰

- Falta un **portal unificado** donde se puedan consultar y comparar todas las opciones.
- La mayoría de las plataformas están dispersas y con poca visibilidad conjunta.
- No hay una **plataforma con una experiencia de usuario optimizada** que agrupe estas ofertas.
- Algunas instituciones no tienen una plataforma de inscripción centralizada.

OKRs y KPIs

NUEVOS:

OKR 1: Validar la adopción del producto por los usuarios

- ◆ O: Determinar si el MVP genera suficiente interés y uso real.
- ◆ KR 1: Alcanzar al menos 20% de usuarios activos sobre el total de registrados en el primer mes.

Usuario activo: Usuarios que realizaron al menos una acción clave dentro de la plataforma en el primer mes.

Interacción clave (ejemplo: completar un perfil, hacer una búsqueda, ver un contenido)

Imagina que en el primer mes:

1.000 usuarios se registraron.

300 usuarios realizaron al menos una acción clave.

Entonces, la tasa de usuarios activos sería: $(300/1000) \times 100 = 30\%$

- ◆ KR 2: Obtener una tasa de conversión del 15% después del primer trimestre de uso.

*Debe incluir compra y no reservas gratuitas

- ◆ KR 3: Lograr que al menos 40% de los visitantes de la web se registren en el primer trimestre.

OKR 2: Evaluar la experiencia de usuario y la usabilidad

- ◆ O: Comprobar si la experiencia del usuario es clara, fluida y satisfactoria.
- ◆ KR 1: Obtener una puntuación media $\geq 4/5$ en encuestas de satisfacción a usuarios que hayan finalizado una reserva (NPS o CSAT).
- ◆ KR 2: Conseguir que al menos 80% de los usuarios que inician el flujo principal lo completen sin abandonar en el proceso.

inicio del flujo principal: se inicia cuando un usuario agrega al carrito un servicio.

- ◆ KR 3: Detectar y documentar las 5 principales fricciones encontradas en el flujo de uso mediante análisis de comportamiento (ej. mapas de calor o entrevistas).

OKR 3: Evaluar la viabilidad del modelo de negocio inicial

- ◆ O: Medir si el producto tiene potencial de rentabilidad y encaja en el mercado.
- ◆ KR 1: Generar al menos 125k.€ en ingresos dentro del periodo de prueba del MVP.
- ◆ KR 2: Lograr que 40% de los usuarios muestren intención de pago (por ejemplo, llegando a la pasarela de pago o suscribiéndose a una prueba).
- ◆ KR 3: Recibir feedback cualitativo positivo sobre el valor percibido en al menos Z entrevistas con clientes.

1. Onboarding y Gestión de Perfiles

Objetivo: Medir la experiencia de onboarding y gestión de perfiles para la retención de usuarios.

- KR1: Que el tiempo del onboarding no supere los 5 mins

- **KR2:** El 80% de los usuarios deben poder completar el proceso de registro con email y contraseña sin errores
- **KR3:** 95% de los usuarios deben ser capaces de iniciar sesión correctamente con su email y contraseña en su primer intento, garantizando una experiencia sin fallos.

2. Búsqueda Avanzada

Objetivo: Evaluar la búsqueda avanzada para garantizar la relevancia y precisión de los resultados.

- **KR1:** Conseguir una tasa conversión de reservas mediante filtrados de búsqueda de un 70%.
- **KR2:** Que la tasa de rebote en las páginas de resultados de búsqueda sea menor a 20%.
- **KR3:** Conseguir una tasa de satisfacción del usuario de 90% con la búsqueda avanzada (medido a través de encuestas o feedback).

3. Reservas y Gestión de Reservas

Objetivo: Evaluar el proceso de reservas y gestión para medir la conversión y la eficiencia.

- **KR1:** Conseguir una tasa de abandono de reservas menor a 20%.
- **KR2:** Lograr que el tiempo promedio para completar una reserva sea menor a 3 minutos.
- **KR3:** El tiempo de carga de la página de reservas sean 2 ".

4. Catálogo

Objetivo: Lograr optima visualización y organización del catálogo para facilitar la navegación y el descubrimiento de productos/servicios.

- **KR1:** Alcanzar la tasa de conversión de usuarios que navegan por el catálogo en un 3%.
- **KR2:** Obtener la tasa de satisfacción del usuario con la navegación del catálogo en un 25% (medido por encuestas de feedback).
- **KR3:** Lograr que el número de usuarios que interactúan con filtros avanzados llegue a un 30%.

5. Pagos

Objetivo: Reducir fricciones el proceso de pagos para mejorar la conversión.

- **KR1:** Conseguir tasa de conversión en el proceso de pago en un 10%.
- **KR2:** Tratar que la tasa de abandono del carrito de compras durante el proceso de pago inferior al 40%.
- **KR3:** Implementar un sistema de pago adicional (por ejemplo, PayPal, Apple Pay) y lograr que el 25% de los pagos se realicen a través de estas opciones.

KPIs

Para cada una de las historias de usuario (HU) mencionadas, los **KPIs** deben ser medibles y centrarse en el rendimiento de las funcionalidades específicas.

1. HU1: Login Seguro

- **KPI1: Tasa de éxito de inicio de sesión:** Porcentaje de usuarios que logran iniciar sesión correctamente en el primer intento.
- **KPI2: Tasa de intentos fallidos de inicio de sesión:** Número de intentos fallidos por usuario, que puede indicar problemas de usabilidad o seguridad.
- **KPI3: Tasa de abandono durante el inicio de sesión:** Porcentaje de usuarios que abandonan el proceso de inicio de sesión sin completarlo.

2. HU2: Registro de Usuarios

- **KPI1: Tasa de conversión del registro:** Porcentaje de visitantes que completan el proceso de registro después de comenzar.
 - **KPI2: Tasa de abandono del formulario de registro:** Porcentaje de usuarios que abandonan el proceso de registro antes de completarlo.
 - **KPI3: Tasa de verificación de correo electrónico:** Porcentaje de usuarios que confirman su dirección de correo electrónico después del registro.
-

3. HU3: Recuperación de Contraseña

- **KPI1: Tasa de éxito en la recuperación de contraseña:** Porcentaje de usuarios que completan exitosamente el proceso de recuperación de contraseña.
 - **KPI2: Tiempo promedio para recuperar la contraseña:** Tiempo promedio que tarda un usuario en recuperar su contraseña.
 - **KPI3: Tasa de clics en el enlace de recuperación:** Porcentaje de usuarios que hacen clic en el enlace de recuperación de contraseña enviado por correo electrónico.
-

4. HU4: Buscador con Filtros Básicos

- **KPI1: Tasa de uso de filtros:** Porcentaje de usuarios que interactúan con los filtros disponibles en el buscador.
 - **KPI2: Tasa de conversión a reservas y compras:** Porcentaje de usuarios que, después de usar el buscador con filtros, realizan una reserva/compra.
 - **KPI3: Tasa de clics (CTR) en los resultados de búsqueda:** Porcentaje de clics en los resultados mostrados después de aplicar los filtros.
-

5. HU5: Sistema de Reservas

- **KPI1: Tasa de conversión de reservas:** Porcentaje de usuarios que completan el proceso de reserva después de interactuar con el sistema.
 - **KPI2: Número de reservas por usuario:** Promedio de reservas realizadas por usuario durante un periodo de tiempo determinado.
-

6. HU6: Catálogo

- **KPI1: Tasa de interacción con el catálogo:** Porcentaje de usuarios que interactúan con el catálogo (por ejemplo, navegando entre categorías, seleccionando productos).
 - **KPI2: Tasa de clics en productos del catálogo:** Porcentaje de clics en los productos dentro del catálogo en relación con el total de visitas al catálogo.
 - **KPI3: Tasa de conversión del catálogo:** Porcentaje de usuarios que realizan una acción después de ver el catálogo (añadir al carrito, reservar, etc.).
-

7. HU7: Pago

- **KPI1: Tasa de conversión en el proceso de pago:** Porcentaje de usuarios que completan la transacción de pago después de iniciar el proceso.
 - **KPI2: Tasa de abandono del carrito en la página de pago:** Porcentaje de usuarios que abandonan el proceso de pago antes de completar la compra.
-

Referencia Clase:

Resumen de las diferencias:

Aspecto	KPIs	OKRs
Propósito	Medir el rendimiento de procesos específicos.	Establecer objetivos estratégicos y resultados clave.
Enfoque	Desempeño y eficiencia operativa.	Resultados desafiantes y ambiciosos.
Composición	Métricas individuales y específicas.	Objetivo cualitativo + Resultados clave cuantificables.
Medición	Medición continua y regular.	Medición en ciclos (trimestrales/anuales).
Flexibilidad	Más estático y estable.	Más flexible y desafiante.
Ejemplo	"Ventas mensuales", "Tasa de retención de clientes".	Objetivo: "Expandir nuestra presencia en 3 nuevos mercados". Resultados clave: "Abrir oficinas en 3 ciudades".



Presentación

<https://www.figma.com/slides/kk0zc40BHNBUnk5jfdoxrA/Untitled?node-id=3-125&t=HhkX4jXHf5AmLhRL-0>

1. Portada: quién somos (elevator pitch) y problema (escribirlo) HECHO

Elevator Pitch- "Imagina un lugar donde puedas conectar con la esencia de Galicia, no solo aprendiendo su idioma, sino también viviendo su cultura a través de experiencias auténticas. Nuestra propuesta es un portal digital que une a los amantes del gallego con actividades que fomentan el uso diario del idioma, mientras exploran la gastronomía, historia y tradiciones de esta hermosa región. Actuamos como puente entre la Escuela Oficial de Idiomas, la Real Academia Gallega y quienes desean sumergirse en la cultura gallega, ofreciendo una plataforma intuitiva y accesible que hace fácil disfrutar y aprender al mismo tiempo. Conectamos residentes y visitantes con lo mejor de Galicia, promoviendo la identidad cultural y el conocimiento lingüístico de manera innovadora. "

Problema- La poca visibilidad de la cultura gallega frente a todos los recursos disponibles. Los recursos no convergen, no aprovechan sinergias para potencializar el aprendizaje del idioma.

2. Solución (qué hacemos/por qué estamos aquí) HECHO

Conectar la esencia de Galicia a través de su idioma y experiencias culturales.

Estamos aquí para

#1: Enseñar un idioma inmerso en la cultura local.

#2: Vivir la cultura a través de experiencias.

#3: Proporcionar un coste beneficio justo en la inmersión del conocimiento lingüístico y de la identidad cultural.

3. Inception Deck- HECHO

a) not list

- No incluiremos: Otros centros de aprendizajes.
- No desarrollaremos: Una plataforma de enseñanza digital (Duolingo)
- No somos organizadores de eventos, sí facilitadores.
- No ofreceremos: Servicios y productos que no estén vinculados a la cultura gallega.

b) que nos quita el sueño

- **Riesgo #1:** Tener una red suficiente y diversa de proveedores(experiencias).
- **Riesgo #2:** Tener un volumen de usuarios como para que la iniciativa fuera sostenible.
- **Riesgo #3:** Tener un equipo con la misma orientación a los resultados y a la cultura del proyecto.
- **Riesgo #4:** Negociaciones con los colaboradores para que los precios de lo ofertado sea inferior o igual al del colaborador.
- **Riesgo #5:** Exponer el valor y la importancia de la cultura Gallega de forma clara y atractiva (como experiencia).
- **Riesgo #6:** Que seamos capaces de transmitir las sinergias de experiencias como un valor cultural añadido.

c) conoce a tus vecinos (los principales equipos y personas involucradas en el desarrollo y éxito del proyecto.)

- **Empresa GaleGo:** atención al cliente, contabilidad, dep. Ventas, soporte, marketing, dep. Legal, rrhh.
- **Colaboradores clave:**

EOI, entidades públicas gallegas y promotores culturales vinculados con Galicia ej: organizadores de actividades al aire libre, teatros, conciertos, etc.

- **Otras partes interesadas:** agencias de turismo, guías turísticos, profesores, patrocinadores, artesanos de productos gallegos

d) tamaño

- 6 meses para el MVP que contempla la venta de cursos de gallego a través de EOI y la posibilidad de combinar experiencias.

- Equipo:

3 devs - Jornada completa

1 Sales Account - EOI y colaboradores

1 Product Owner

1 UX

e) ser claros en que vamos a dar(¿Cuáles son los pasos clave para entregar la primera versión funcional?)

Del 1 al 5 de flexibilidad:

Presupuesto - 4

Alcance – 5

Tiempo - 3

Calidad- 1

Facilidad - 2

Seguridad - 1

Simplicidad - 2

- 4. Benchmark (qué hemos aprendido con la competencia y el estudio de mercado)

Cuadro Benchmark - Bootcamp PO 2025 - Confluence

Qué aprendimos - Que no hay una oferta, ni plataforma, consistente, atractiva y centralizada que permita complementar la enseñanza del idioma con la experiencia cultural de forma sinérgica.

- 5. BMC - Business Model Canvas - GaleGo - Bootcamp PO 2025 - Confluence HECHO

- 6. Validación HECHO

1. ¿Qué te parece la idea de una plataforma que combine el aprendizaje del gallego con experiencias culturales en Galicia? ↗

Respuesta como Estudiante:

"Me parece interesante, especialmente si las clases son a través de la EOI, lo que garantiza calidad y diferentes niveles. Sin embargo, me preocupa que las actividades culturales sean muy turísticas y no me permitan conectar realmente con la cultura local."

Respuesta como Turista:

"¡Me encanta la idea! Saber que las clases son a través de la EOI me da confianza en la calidad del aprendizaje. Además, poder reservar experiencias culturales directamente en la plataforma es un plus. Me gustaría saber si las actividades están disponibles en inglés o si necesito un nivel básico de gallego para participar."

Respuesta como Residente:

"Es una buena iniciativa, especialmente porque las clases son de la EOI, lo que asegura un aprendizaje serio. Ya vivo aquí, así que me interesaría más si la plataforma ofrece actividades exclusivas o descuentos para locales."

2. ¿Qué tipo de experiencias culturales te gustaría encontrar en la plataforma?

Respuesta como Estudiante:

"Me gustaría participar en talleres de cocina gallega, visitas guiadas a sitios históricos y eventos locales donde pueda practicar el idioma con hablantes nativos."

Respuesta como Turista:

"Quiero experiencias auténticas, como rutas de senderismo por lugares emblemáticos, degustaciones de productos locales y festivales tradicionales. También me gustaría que hubiera opciones para familias."

Respuesta como Residente:

"Me interesan actividades más especializadas, como talleres de artesanía, charlas sobre historia gallega o eventos culturales que no suelen promocionarse a los turistas."

- **Solución:** Crear un catálogo detallado de experiencias, clasificadas por categorías (gastronomía, historia, naturaleza, etc.), con información sobre la duración, el precio, la ubicación, el idioma, el nivel de dificultad y el organizador. Incluir fotos y videos de alta calidad para que los usuarios puedan visualizar la experiencia. Ofrecer filtros de búsqueda para que los usuarios puedan encontrar las experiencias que mejor se adapten a sus intereses.
- **Solución:** Destacar la propuesta única de GaleGO: combinar el aprendizaje del idioma con la vivencia de la cultura gallega. Enfatizar la calidad de las experiencias, la colaboración con la EOI y otros promotores culturales de renombre, y la posibilidad de interactuar con otros usuarios y expertos. Comunicar la propuesta de valor de forma clara y concisa, utilizando un lenguaje atractivo y visual.

Es fundamental la curaduría de los colaboradores y el detalle de la información acerca de los eventos.

La EOI es una institución seria y renombrada, se les podrá ayudar en la agilidad y simplificación de procesos y en la modernización de material de aprendizaje y plataformas a mediano plazo.

6. Value **HECHO**
7. USM (épicas, funcionalidades) **HECHO**
8. MOSCOW **HECHO**
9. Matriz **HECHO**
10. MVP **HECHO**
11. Jira (Sprints) **HECHO**
12. Road map **HECHO**
13. Prototipo (@Antón Flores (Unlicensed)) **HECHO**
14. Okrs y Kpis **HECHO**