

Product Plan | DORA

1. Estado actual del producto.....	2
1.1 Sistema multi agente (customer-facing. DORA).....	2
1.2 Plataforma de Negocio (merchant-facing).....	3
2. Product Plan.....	3
3. Prioridades.....	5
3.1 Etapas del producto (visión de alto nivel).....	5
1. Validación de Product Market Fit.....	5
2. Aggressive Growth.....	5
3. Product expansion.....	6
4. Business Suite Inteligente.....	6
3.2 Priorización de corto plazo (siguientes sprints).....	7
4. PRD (Product Requirements Document).....	8
1. Contexto.....	8
2. Objetivos de la fase.....	8
3. Alcance (in scope).....	8
4. Fuera de alcance (out of scope).....	8
5. Stack y restricciones actuales.....	8
6. Personas.....	8
7. Journeys clave.....	9
7.1 Proactivo.....	9
7.2 Analítica.....	9
8. Requerimientos funcionales.....	9
8.1 Agente de Ventas Proactivo.....	9
8.2 Plataforma de Analítica (MVP).....	10
9. Requerimientos no funcionales.....	10
10. Cambios de datos (propuesta).....	10
11. APIs y servicios (propuesta).....	11
12. UX / IA.....	11
13. Métricas de éxito.....	11
14. Riesgos y mitigaciones.....	11
15. Plan de entrega (sprints).....	12
16. Prompt engineering para testing.....	12
17. Criterios de aceptación.....	14
18. Preguntas abiertas.....	14

1. Estado actual del producto

1.1 Sistema multi agente (customer-facing. DORA)

Actualmente, DORA funciona como un **agente conversacional transaccional** enfocado en ventas.

Sus capacidades principales son:

- Conversar con usuarios de forma natural
- Guiar la conversación para facilitar la realización de pedidos
- Conocer menú, precios, promociones activas
- Contestar consultas relacionadas tomando como referencia documentos propios (ejemplo: información del local o FAQs)
- Disponibilizar documentos que sean indicados como públicos para el usuario final (ejemplo: flyers de eventos especiales)
- Gestionar un carrito por sesión:
 - Agregar / quitar productos
 - Ajustar cantidades
 - Validar aplicación de promociones
- Validar y ajustar inventario / stocks
- Realizar upselling y cross-selling
- Confirmar pedidos solicitando:
 - Método de pago
 - Método de envío
 - Nombre de contacto
- Persistir información en base de datos
 - Conversaciones
 - Órdenes

DORA cubre el **flujo completo de compra**, desde la intención hasta la confirmación del pedido.

1.2 Plataforma de Negocio (merchant-facing)

La plataforma actual permite a las empanaderías:

- Ver las conversaciones de DORA
- Clasificar automáticamente con IA las conversaciones según si:
 - Salieron bien
 - Salieron Regular
 - Salieron mal
- Acceder al historial de órdenes realizadas
- Gestionar el menú, los productos y las promociones activas
- Control de stock

El foco está puesto en **visibilidad operativa**, no aún en optimización ni automatización avanzada.

2. Product Plan

Ejes estratégicos y Objetivos	Épicas e Iniciativas principales
Mejorar Ventas <i>Lograr maximizar el impacto de Dora para generar ingresos</i>	<ul style="list-style-type: none">• Mejorar performance de Dora<ul style="list-style-type: none">○ Nuevas tools (ejemplo: ...)○ Nuevos canales (ejemplo: Instagram)• Agente Proactivo<ul style="list-style-type: none">○ Recontactar clientes recurrentes○ Sugerir promos personalizadas○ Detectar carritos abandonados○ Incentivar recompra identificando horarios y productos estratégicos• Capacidades multimodales<ul style="list-style-type: none">○ Chat de voz

<p>Ahorro de costos y eficiencia operativa</p> <p><i>Incrementar las capacidades de Dora para realizar tareas operativas que normalmente realizaría el personal</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Agente de Postventa y Soporte <ul style="list-style-type: none"> ○ Consultas de estado de pedido ○ Cambios o cancelaciones ○ Manejo de reclamos ● Agente Operativo Interno <ul style="list-style-type: none"> ○ Alertar por bajo stock ○ Detectar picos de demanda ○ Alertas por desvíos (ejemplo: tiempos de entrega o errores de cobro)
<p>Facilidad de implementación</p> <p><i>Bajar barreras de entrada para la adopción del producto</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Integración con principales sistemas de gestión gastronómicos (Fudo, Tango, apps de delivery) <ul style="list-style-type: none"> ○ Sincronización automática de menú y promociones ● Alta y setup "en un día"
<p>Ser una herramienta de analítica para facilitar la toma de decisiones y gestión del negocio</p> <p><i>Posicionarse como una herramienta clave en la gestión del negocio de nuestros clientes. Incrementar barreras de salida</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Plataforma de analítica <ul style="list-style-type: none"> ○ Seguimiento de métricas principales (chats, órdenes, inventario, ingresos, etc) ○ Medición de calidad de las interacciones por chat ○ Configuración de campañas para el Agente de Ventas Proactivo ● Agente de Analítica <ul style="list-style-type: none"> ○ Analizar patrones y obtención de insights conversacionalmente, con lenguaje natural ○ Obtener sugerencias de acciones dadas oportunidades identificadas a través de los datos. (ejemplo: actualización de precios o armado de promociones según rotación)
<p>Personalización de agente</p> <p><i>Brindar flexibilidad para que cada cliente pueda adoptar a Dora y mantenga un alineamiento con su marca</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Configuración de agentes y experiencia <ul style="list-style-type: none"> ○ Definir tono de comunicación ○ Control de reglas de negocio (qué puede / no puede hacer el agente) ○ Personalización segmentable por comercio
<p>Dora AI Capabilities</p> <p><i>Mejorar capacidades AI first y performance de los agentes.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Orquestación de agentes y manejo de contexto. ● Guardrails y validaciones de negocio (precios, stock, promos). ● Evaluación continua (evals, golden conversations, alertas). ● Optimización dinámica y routing de modelos LLM. ● Feedback loop y aprendizaje continuo. ● Observabilidad y control de costos AI.

3. Prioridades

3.1 Etapas del producto (visión de alto nivel)

Teniendo en cuenta las distintas instancias del producto, iremos poniendo el foco en ejes distintos:

1. Validación de Product Market Fit

Objetivo principal

Demostrar de forma rápida, medible y repetible que DORA genera impacto directo en ventas.

Iniciativas clave

- Agente de Ventas Proactivo
- MVP de Plataforma de Analítica

Resultados esperados y criterios de éxito

- Casos de éxito claros
- Incremento demostrable de ingresos por comercio
- Evidencia cuantitativa del valor del producto

2. Aggressive Growth

Objetivo principal

Acelerar la adquisición de nuevos clientes reduciendo fricción de adopción.

Iniciativas clave

- Integraciones con sistemas gastronómicos existentes
- Automatización de setup (alta en un día)

Resultados esperados y criterios de éxito

- Crecimiento acelerado de base de clientes
- Mayor volumen de data para iteración del producto

3. Product expansion

Objetivo principal

Profundizar el valor entregado por cliente y aumentar el LTV.

Iniciativas clave

- Agente de Postventa y Soporte
- Agente Operativo Interno
- Optimización del ecosistema de agentes

Resultados esperados y criterios de éxito

- Mejorar performance de ventas: Nuevas tools y nuevos canales (Instagram y Facebook)
- Reducción de carga operativa en los comercios
- Mayor dependencia del producto en el día a día del negocio

4. Business Suite Inteligente

Objetivo principal

Posicionar a DORA como una herramienta central de gestión y toma de decisiones.

Iniciativas clave

- Plataforma de analítica avanzada
- Agente de Analítica conversacional
- Personalización de agentes por comercio
- Mejora continua de features AI

Resultado esperado

- Producto percibido como “core” del negocio del cliente
- Altas barreras de salida

3.2 Priorización de corto plazo (siguientes sprints)

En línea con la **Etapa 1 – Product Market Fit**, los próximos sprints se enfocan exclusivamente en iniciativas con impacto directo en revenue y validación de valor.

Las decisiones de priorización se basan en:

- Impacto directo en revenue
- Velocidad de validación
- Complejidad técnica vs valor entregado
- Reutilización transversal para múltiples clientes

Iniciativas

Agente de Ventas Proactivo

- Recontacto de clientes recurrentes
- Sugerencias de promociones personalizadas
- Detección de carritos abandonados
- Incentivo de recompra según horarios y productos estratégicos

Plataforma de Analítica (MVP)

- Seguimiento de métricas principales:
 - Chats
 - Órdenes
 - Ingresos
 - Inventario
- Medición de calidad de interacciones conversacionales
- Configuración básica de campañas para el agente proactivo

El objetivo de esta fase es lograr **los primeros 10 clientes activos como casos de éxito**, con una **mejora demostrable de +15% en ventas**, en un plazo de **3 meses desde la implementación**

4. PRD (Product Requirements Document)

1. Contexto

Este PRD describe el trabajo de la etapa de Validación de Product Market Fit, con foco en impacto directo en revenue y evidencia cuantitativa.

2. Objetivos de la fase

- Conseguir 10 clientes activos como casos de éxito.
- Lograr +15% ventas por comercio en los primeros 3 meses.
- Validar que DORA puede generar recompra y mayor conversión con esfuerzo operativo bajo.

3. Alcance (in scope)

1. Agente de Ventas Proactivo.
2. Plataforma de Analítica (MVP).

4. Fuera de alcance (out of scope)

- Integraciones full con sistemas gastronómicos (Fudo, Tango, delivery apps).
- Voice/chat multimodal.
- Módulos de postventa, soporte y agente operativo interno.
- Automatizaciones avanzadas de supply/stock fuera de alertas básicas.

5. Stack y restricciones actuales

- Frontend: Next.js App Router (src/app), React 19, Tailwind CSS.
- Backend: API routes en src/app/api, AI SDK (ai, @ai-sdk/openai).
- DB: Prisma con MongoDB (src/lib/db/prisma/schema.prisma).
- Vector DB: Pinecone (para docs).
- Capas existentes: services (src/lib/services), repositorios (src/lib/repository), tools de IA (src/lib/ai/tools).
- Canales de conversación: enum actual solo contempla WEB y WHATSAPP en schema.
- No hay multi-tenancy explícita en la DB (no hay merchantId en modelos).

6. Personas

- Cliente final: compra empanadas y bebidas vía chat.
- Dueño/manager del local: busca crecer ventas y ver resultados claros.
- Operador/encargado: necesita visibilidad de pedidos y rendimiento.

7. Journeys clave

7.1 Proactivo

1. Cliente con historial y última compra > 14 días.
2. DORA detecta ventana de recompra y sugiere promoción.
3. Cliente retoma vía link a chat y completa pedido.

7.2 Analitica

1. Manager abre dashboard.
2. Ver chats, órdenes, ingresos, tasas de conversión y performance de las promos.
3. Identifica oportunidad y ajusta promo/campania.

8. Requerimientos funcionales

8.1 Agente de Ventas Proactivo

Segmentación y activación

- Segmentar clientes por:
 - Recencia (último pedido).
 - Frecuencia (cantidad de pedidos en 30/60 días).
 - Preferencias (productos top).
 - Horarios históricos de compra.
 - Carritos abandonados (orden en CART sin confirmación > 1 hrs).
- Soportar reglas simples por comercio y por campania.

Campañas

- Crear campaña con:
 - Nombre, objetivo, segmento, ventana de envío, canal.
 - Mensaje base con variables (nombre, producto favorito, promo).
 - CTA con deep link a chat.
- Estado de campaña: DRAFT, SCHEDULED, RUNNING, PAUSED, DONE.

Ejecución

- Job programado que genere "audiencias" y "envíos".
- Medir resultados por campaña: enviados, abiertos, chat iniciado, orden confirmada, revenue.

IA y recomendaciones

- Mensajes generados por LLM con plantilla controlada:
 - Debe incluir promo válida y stock disponible.
 - Nunca inventar precios ni productos.
- Sugerir promos según histórico y margen de conversión.

8.2 Plataforma de Analitica (MVP)

Dashboard principal

- Chats: iniciados, activos, cerrados, tasa de respuesta.
- Órdenes: carrito, confirmadas, AOV (ticket promedio).
- Ingresos: total, por día, por promo, por canal.
- Inventario: productos con stock bajo.

Calidad conversacional

- Score simple (0-100) por chat:
 - Conversión (compra vs no compra).
 - Sentimiento (ya existe en Conversation).
 - Resolución (pedido confirmado).

Campañas

- Listado y detalle con KPIs: conversion rate, revenue uplift, ROAS simple.

Export

- Export CSV básico (órdenes, chats, campañas)

9. Requerimientos no funcionales

- Latencia: dashboards < 2s para rangos de 30 días.
- Disponibilidad: 99% en horarios comerciales.
- Observabilidad: logs de ejecución de campañas y fallos de envíos
- Seguridad: sanitizar inputs, no exponer PII innecesaria

10. Cambios de datos (propuesta)

Agregar modelos en Prisma (MongoDB):

- Campaign: nombre, segmento, canal, status, windowStart/End, messageTemplate, stats.
- CampaignAudience: referencia a Customer o Conversation, criterios y timestamp.
- OutboundMessage: id, campaignId, status, channel, metadata, sentAt, openedAt.
- AnalyticsEvent: eventName, payload, createdAt.
- MetricSnapshot: dimensiones (dia, canal, promo) y valores agregados.

Notas:

- En PMF se puede iniciar con AnalyticsEvent + consultas agregadas y sumar MetricSnapshot solo si se necesita performance.

11. APIs y servicios (propuesta)

Crear rutas en src/app/api:

- POST /api/campaigns crear campaña.
- GET /api/campaigns listar campañas.
- POST /api/campaigns/:id/run ejecutar.
- GET /api/analytics/overview KPIs.
- GET /api/analytics/campaigns/:id detalle.
- GET /api/analytics/export CSV.

Servicios en src/lib/services:

- campaign-service.ts
- analytics-service.ts
- outbound-service.ts (genera envíos, crea eventos).

12. UX / IA

- Nuevas secciones en src/app/platform:
 1. /platform/analytics
 2. /platform/campaigns
- Flujo simple de creación de campania con 3 pasos:
 1. Segmento
 2. Mensaje
 3. Programación
- Visualización de resultados por campaña con gráfico simple.

13. Métricas de éxito

- Conversión post-campania >= 5%
- Uplift de revenue >= 15% en 3 meses.
- CTR (click a chat) >= 10% en campañas proactivas.
- Tasa de re-compra en 30 días +10%

14. Riesgos y mitigaciones

- **Calidad de datos:** conversaciones sin customerId. Mitigar con matching por teléfono/email.
- **Alucinaciones:** restringir IA a menu y promos válidas con tools existentes.

15. Plan de entrega (sprints)

1. Instrumentación + eventos + dashboard base.
2. Campañas: modelo, UI y ejecución manual.
3. Optimización: automatizar envíos y mejorar la segmentación.

16. Consideraciones para el Prompt engineering

Separación clara de roles y contexto

- Separar y estructurar explícitamente:
 - **System prompt** (rol, objetivos, reglas)
 - **Contexto dinámico** (menú, promos, stock, cliente)
 - **Input del usuario**
- Evitar prompts “monolíticos”.
- Uso de delimitadores (Dividers / Delimiters)

Estrategias de transformación del prompt

- Summarizing (para reducir historial del chat en el context window)
- Inferring (Clasificación, Detección de intención, Segmentación de usuarios)
- Expanding (Enriquecer el prompt del usuario con información relacionada para mejorar resultados del procesamiento)

Uso de formatos estructurados en outputs (JSON / schema)

- Forzar estructuras de salida cuando sea posible
- Validar outputs antes de mostrarlos al usuario.

Grounding estricto en datos reales (RAG / tools)

- El modelo **no debe razonar sobre precios, stock o promos sin tools**.
- Toda información sensible debe venir de:
 - Tools
 - Knowledge base versionada

Ejemplos (few-shot) representativos y realistas

- Incluir ejemplos reales de:
 - Conversaciones exitosas
 - Upsell correcto
 - Manejo de objeciones
- Mantener pocos ejemplos, pero de alta calidad.

Descomposición de tareas complejas (chain-of-thought)

- Dividir tareas complejas en pasos internos (Task decomposition):
 - Entender intención
 - Validar contexto
 - Decidir acción
 - Generar respuesta final
- No exponer el razonamiento al usuario final.

Prompts versionados y testeables

- Versionar prompts como código.
- Asociar cada versión a métricas:
 - Conversión
 - Abandono
 - Alucinaciones
- Testear cambios con subsets controlados (A/B).

Guardrails explícitos y manejo de fallbacks

- Incluir reglas claras de:
 - Qué hacer ante ambigüedad
 - Qué hacer si faltan datos
 - Cuándo escalar o responder con mensaje seguro
- Definir fallbacks explícitos (Definir qué responder cuando falta info, hay ambigüedad o el input es inválido)

Feedback loop basado en resultados reales

- Usar feedback implícito. Ejemplos:
 - Compra vs no compra
 - Reintentos
 - Abandono
- Ajustar prompts en función de resultados, no solo ejemplos.

17. Criterios de aceptación

- Se pueden crear y ejecutar campañas desde la plataforma.
- Se ven KPIs diarios y por campaña.
- Se demuestra uplift de ventas en al menos 2 clientes piloto.

18. Preguntas abiertas

- Canal inicial de salida: WhatsApp, email o interfaz web?
- Ventana de retargeting y reglas de frecuencia de envíos?