

Go4Surprise

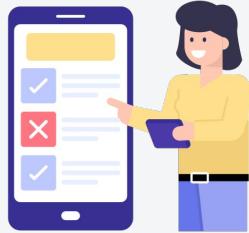
Grupo 10



¿Quiénes somos?



Nuestro Negocio



Conocemos
tus gustos



Eliges fecha
y ciudad



Descarta
categorías



Pistas 48h
antes



Disfruta la
experiencia

Análisis de competidores

Características y competidores	Go4Surprise	Waynabox	Wonderdays	Otros
Destino sorpresa	✓	✓	✓	✓
Compra de eventos	✓			
Red social interna	✓			
Pistas previas	✓	✓		
Descartar ítems	✓	✓	✓	✓
Reservar estancia y desplazamiento		✓	✓	

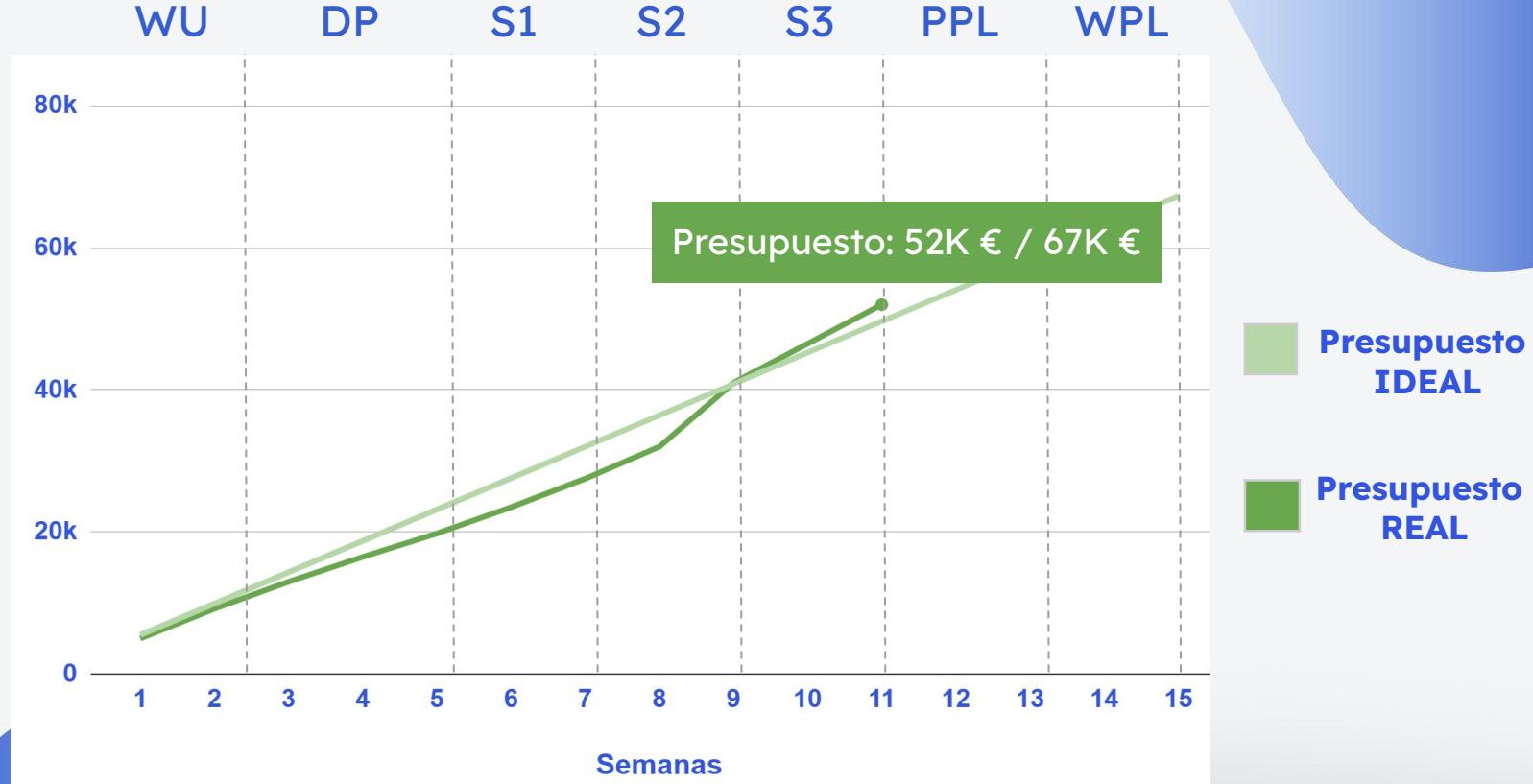
Análisis de competidores

Características y competidores	Go4Surprise	Fever	Eventbrite	Otros
Venta de entradas	✓	✓	✓	✓
Factor sorpresa	✓			
Red social interna	✓			
Descartar categorías	✓	✓	✓	✓
Recomendaciones personalizadas		✓		
Eventos para más de 2 personas	✓			

COSTES	
CAPEX	OPEX
Salarios, costes sociales, desarrollo, despliegue técnico	Mantenimiento, soporte, marketing y pasarelas de pago
66.967€	5.881€
72.848 €	

Estado del proyecto: semana 11

1K = MIL €



Mercado objetivo

Cobertura inicial: 5 ciudades clave



Datos de mercado

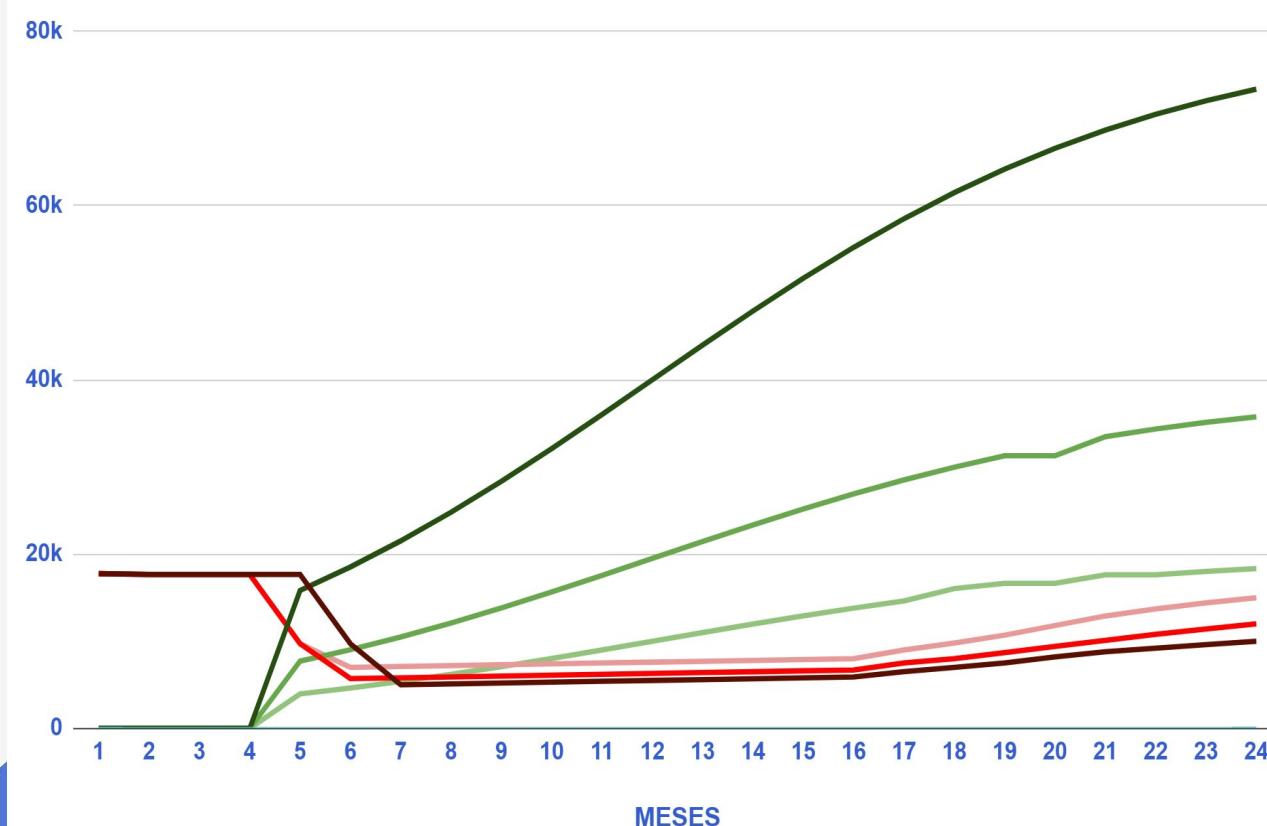
Público objetivo (18-35 años):
1.571.000 personas

Escenarios de adopción:

- Escenario pesimista (0,2%) → **3.142 usuarios**
- Escenario medio (0,5%) → **7.855 usuarios**
- Escenario optimista (1%) → **15.710 usuarios**

Estimación de ingresos: costes vs beneficios

1K = MIL €



Beneficios

- Optimista
- Esperada
- Pesimista

Costes

- Optimista
- Esperada
- Pesimista

Planificación Marketing

Estrategias de crecimiento



Marketing digital

- Redes Sociales
- Seguimiento de tendencias
- Branding y marca digital



Desarrollo del producto

- Creación de nuevas categorías
- Perfil premium



Expansión geográfica

- Ámbito nacional
- Ámbito internacional

Indicadores clave para medir el rendimiento inicial



Número de usuarios registrados



Descarte de categorías



Uso de la red social interna



Engagement en redes

Roles del equipo

Marketing



Paula
Sánchez



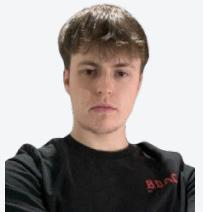
Virginia
Mesa



Rubén
Romero



José Manuel
Miret



Ramón
Vergara



Mario
Astudillo

Gestión de Proyecto y Organización



Pablo
Rodríguez



José Manuel
Miret



David
Delgado



Paula
Sánchez



Virginia
Mesa

Roles del equipo

Backend



Mohamed
Abouri



Gonzalo
Domínguez



Manuel
Chica



Pablo
Rodríguez

Frontend



Rubén
Romero



Mario
Astudillo



Paula
Sánchez

Testing



Manuel
Palacios



María
Barrancos



José Manuel
Miret



Virginia
Mesa



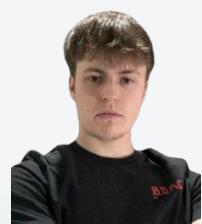
Rafael
Cabello



Alejandro
Nicolalde



David
Delgado



Ramón
Vergara

Full Stack

Story Board: Cliente



Story Board: Inversor



Demo del Sprint 3

Nuestra Aplicación



Aplicación desplegada

Sprint 3 - Semana 1

	Sábado	Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Mejoras en la aplicación	APK (Android)			Mejorar el perfil			
Sistema de reseñas	Bases de datos individuales			Devolución del dinero			
Mejoras de los usuarios pilotos	Perfil de usuario			Sistema de reseñas (Backend y Frontend)			
Testing y Depuración				Mejora de la UI/UX ordenador		Mejora de la UI/UX móvil	

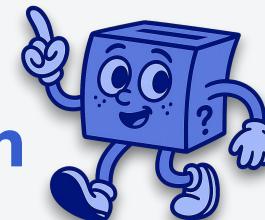
Sprint 3 - Semana 2

	Sábado	Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Mejoras en la aplicación	Calendario interno						
Sistema de reseñas	Notificaciones						
Mejoras de los usuarios pilotos	Backend y Frontend						
Testing y Depuración	Mejorar UI/UX						
	Unitarias			Rendimiento		Integración	
	Aceptación						

Retrospectiva

Sprint Retrospective

Qué ha ido bien



Organización
de tareas



Documentación



Optimización del
sistema

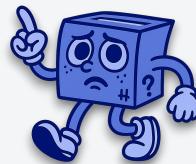


Mejora de la
interfaz



Adaptabilidad

Problema 1

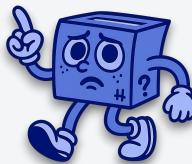


Tareas
atrasadas

Causa	Mala planificación
¿Qué se ha hecho?	Toque de atención y re-planificar 2º semana
Análisis	No abordamos la raíz del problema
¿Qué se podría haber hecho?	Mejorar la planificación inicial



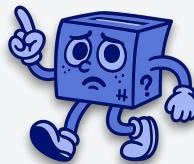
Problema 2



APP para
IOS

Causa	Gran dificultad
¿Qué se ha hecho?	Retrasar lanzamiento
Análisis	Evitamos lanzamiento apresurado
¿Qué se podría haber hecho?	Formación adicional

Problema 3

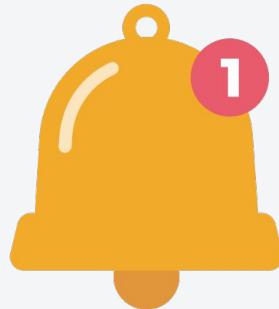
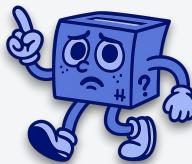


Base de datos

Causa	Problemas en cada despliegue
¿Qué se ha hecho?	Producción y despliegue por separado
Análisis	Mejor control sobre la producción
¿Qué se podría haber hecho?	Revisión de la arquitectura inicial



Problema 4

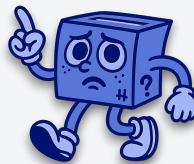


Correo y notificaciones

Causa	Llegan al Spam
¿Qué se ha hecho?	Notificar a los usuarios
Análisis	Solución temporal, no ideal
¿Qué se podría haber hecho?	Revisar configuración del correo electrónico



Problema 5



Fotos y
vídeos

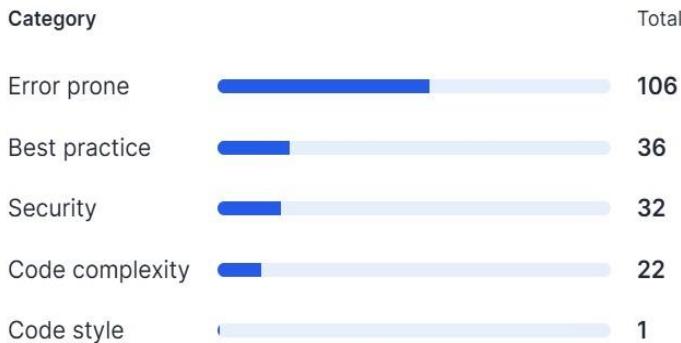
Causa	Se subían al directorio local
¿Qué se ha hecho?	 Subir archivos a la nube
Análisis	Mayor seguridad y escalabilidad 
¿Qué se podría haber hecho?	 Revisión de infraestructura

Garantía de la calidad

197 total issues

Some of the issues can be fixed right now.

 Fix issues



[See all issues](#)

Semana pasada: 160 errores

Mitad de la semana: 246 errores



Issues  ●

4.928 /kLoC  +0.63 

Complexity  ●

1 %  -1 % 

Duplication  ●

24 %  +4 % 

Plan de pruebas



Funcionalidades probadas

1. Autenticación y perfil de usuario
2. Reservas: creación, cancelación y pago
3. Reseñas y experiencias
4. Integración con servicios externos
5. Usabilidad y experiencia de usuario
6. Rendimiento bajo carga



Tipos de prueba y cobertura

- ✓ Unitarias y de integración - 75%
- ✓ Aceptación
- ⚠ Rendimiento – Pruebas con **Locust**
(0.2-0.5 req/s estables)
- ✗ Seguridad avanzada



Herramientas

Selenium, JUnit, PyTest,
Locust, Katalon, Gatling

Métricas de evaluación

Área	Actual	A alcanzar	Progreso
Calidad del producto	197 errores	23 errores	20%
Eficiencia del equipo	100% tareas	100%	100%
Customer Effort Score (CES)	100 %	100 %	100 %
Customer Satisfaction Score (CSAT)	8 estrellas	9 estrellas	87,5%

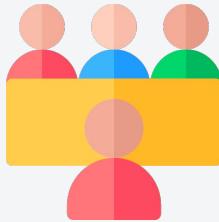
Rendimiento del equipo



Tiempo



Tareas



Reuniones



Nota
Compañeros

Puntuación Final

Tiempo: 35%

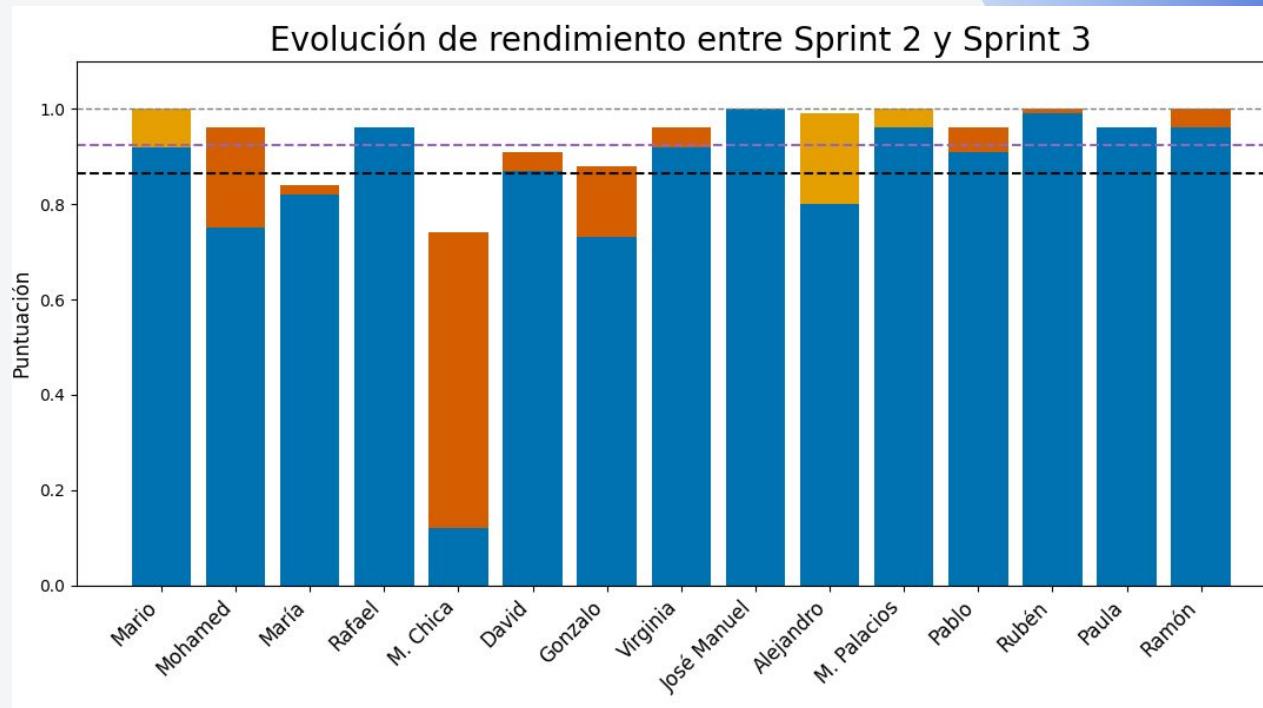
Nota Compañeros: 35%

Reuniones: 15%

Tareas: 15%

Rendimiento del equipo

- █ Mejora rendimiento
- █ Rendimiento
- █ Bajada rendimiento
- Media Sprint 2
- Media Sprint 3

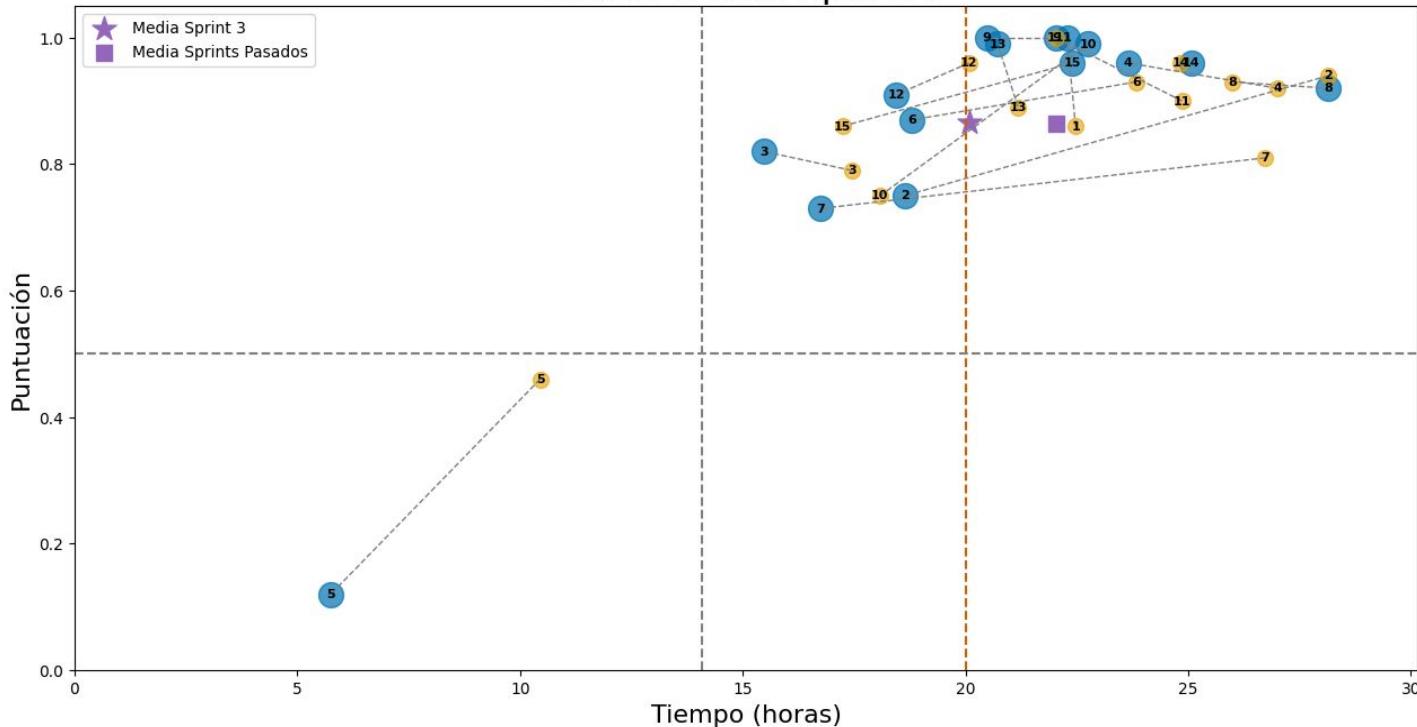


Rendimiento del equipo

Sprint 3

Media Sprints pasados

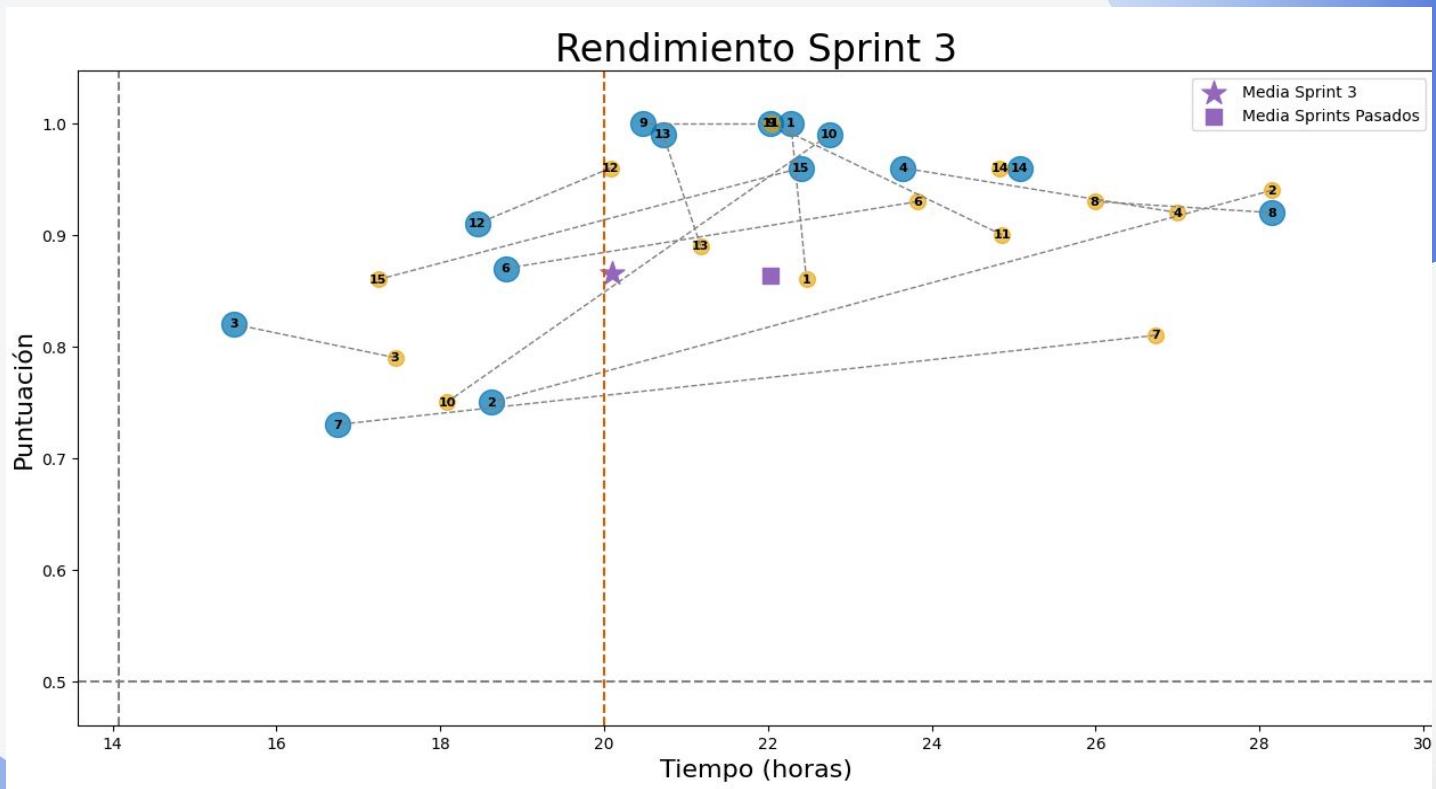
Rendimiento Sprint 3



Rendimiento del equipo

Sprint 3

Media Sprints pasados



Usuarios pilotos

Planificación de usuarios pilotos

Febrero

DP: 17 - 20

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

Marzo

SP1: 10 - 13

SP2: 24 - 27

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Abril

SP3: 07 - 10

PPL: 28 - 01

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Mayo

WPL: 19 - 22

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Priorización de feedback

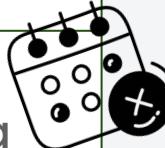


Gestión del feedback recibido

POSITIVO



Mejora validación de datos de registro



Implementación de cancelación de reserva



Fluidez y facilidad de uso



Mejora responsividad

NEGATIVO

Pocas opciones de filtrado



Recomendaciones de mejora

Avisar del correo de verificación
justo tras registrarse



Filtros de búsqueda para
experiencias u opiniones



Sistema más robusto
para las notificaciones



Planificación

Fase 1: ✓ Pre-lanzamiento

Redes sociales creadas

- 4 post Instagram 
- 2 videos Youtube 
- 1 video Tiktok 

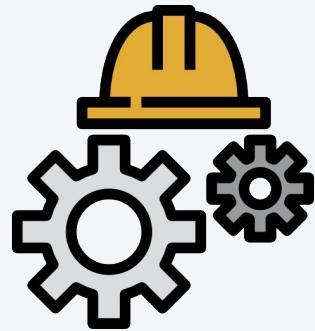
Fase 2: Marketing digital

- Shitposting estratégico según las tendencias
- Videos promocionales
- Seguir las tendencias

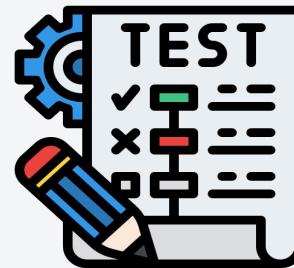


¿Y si hay un Sprint 4?

Debido a errores inesperados o nuevo feedback de los usuarios pilotos



Mantenimiento

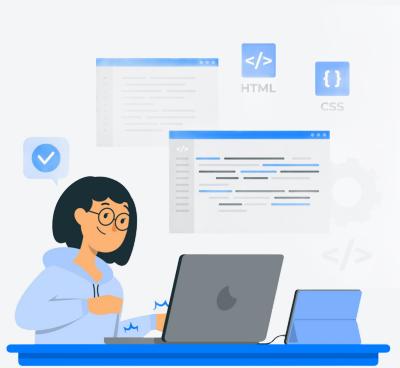


Mejoras en testeo



Expandirnos
geográficamente

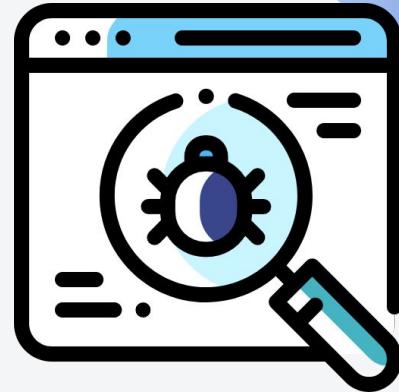
Uso de IA



Desarrollo y Optimización
de código



Apoyo y
Documentación



Resolución y mejora

Ejemplos del uso de la IA

Yo:

Nuestro escenario de ingresos actual es simplista, ya que se basa en un ingreso inicial que varía según la estimación (pesimista, medio u optimista) y crece un 20% mensual hasta el año. Quiero que me digas una estimación más realista y profesional.

ChatGPT



La fórmula puede ser demasiado simple, ya que no considera factores clave como la captación de usuarios, la estacionalidad o el marketing. Algunas alternativas más realistas podrían ser:

1. **Curva en S (Sigmóide):** Crecimiento inicial lento, aceleración en el medio y estabilización final.
2. **Crecimiento Logístico:** Representa una saturación del mercado con un tope máximo de ingresos.
3. **Crecimiento basado en Adquisición de Usuarios:** Modela ingresos en función de nuevos usuarios y su conversión.

¿Prefieres probar alguna de estas opciones o definir una tasa de crecimiento personalizada por fases?

Yo:

Vale, me voy a quedar con la función sigmoide ponme un ejemplo de la función y explícamela para poder hacer la proyección de ingresos

ChatGPT



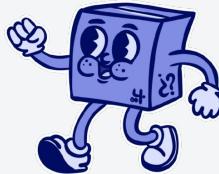
La ecuación base sigue siendo:

$$\text{Ingresos(mes)} = \frac{L}{1+e^{-K(\text{mes}-x_0)}}$$

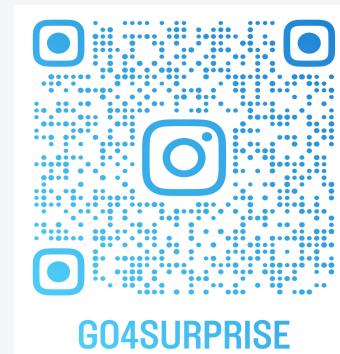
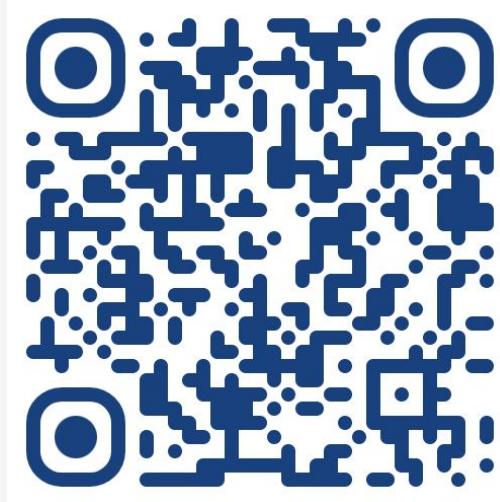
Donde:

- L = Ingreso máximo esperado al mes 12.
- k = Velocidad de crecimiento.
- x₀ = Mes en el que ocurre el crecimiento más fuerte.

La vida misma es una sorpresa



<https://go4app-landing.netlify.app>



Correo de contacto: go4surprise.ispp@gmail.com

<https://bento.me/go4surprise>