



ISPP - PÍLDORA TEÓRICA 2

FISIO FIND - Grupo 6 - #DP

Alberto Carmona Sicre, Antonio Macías Ferrera, Benjamín

Ignacio Maureira Flores, Francisco Capote García, Daniel Alors

Romero, Daniel Fernández Caballero, Daniel Ruiz López, Daniel

Tortorici Bartús, Daniel Vela Camacho, Delfín Santana Rubio,

Guadalupe Ridruejo Pineda, Julen Redondo Pacheco, Miguel

Encina Martínez, Francisco Mateos Villarejo, Pablo Fernández

Pérez, Ramón Gavira Sánchez, Rafael Pulido Cifuentes

17/02/2025

Índice

| | |
|--|-----------|
| 1. GESTIÓN DE RIESGOS | 3 |
| Identificación / Clasificación | 3 |
| Análisis / priorización | 4 |
| Mitigación | 5 |
| Monitoreo | 5 |
| 2. GESTIÓN DE USUARIOS PILOTO | 6 |
| Pilot testing vs Beta testing | 6 |
| 3. ANÁLISIS DE COMPETIDORES | 7 |
| Tipos de competencia | 7 |
| Identificación de competidores | 7 |
| Búsqueda de competidores (4Ps) | 9 |
| Elaborar perfil de competidores | 10 |
| Matriz DAFO | 11 |
| Errores comunes | 11 |
| 4. PRESENTACIONES EFECTIVAS | 13 |
| Errores comunes | 13 |
| Tips ;) | 13 |

Ficha del documento

- **Nombre del Proyecto:** FISIO FIND
- **Número de Grupo:** Grupo 6
- **Entregable:** #DP
- **Miembros del grupo:** Alberto Carmona Sicre, Antonio Macías Ferrera, Benjamín Ignacio Maureira Flores, Francisco Capote García, Daniel Alors Romero, Daniel Fernández Caballero, Daniel Ruiz López, Daniel Tortorici Bartús, Daniel Vela Camacho, Delfín Santana Rubio, Guadalupe Ridruejo Pineda, Julen Redondo Pacheco, Miguel Encina Martínez, Francisco Mateos Villarejo, Pablo Fernández Pérez, Ramón Gavira Sánchez, Rafael Pulido Cifuentes.
- **Autores:** Antonio Macías Ferrera
- **Fecha de Creación:** 17/02/2024

- **Versión:** v1.0
-

Histórico de Modificaciones

| Fecha | Versión | Realizada por | Descripción de los cambios |
|------------|---------|------------------------|--|
| 17/02/2025 | v1.0 | Antonio Macías Ferrera | Elaboración de la primera versión del documento. |

1. GESTIÓN DE RIESGOS

La gestión de los riesgos siempre pasa por estas 4 fases: **IDENTIFICACIÓN / CLASIFICACIÓN, ANÁLISIS / PRIORIZACIÓN, MITIGACIÓN, MONITOREO.**

Identificación / Clasificación

Contenido del registro de incidencias

- Tipo de incidente
- Descripción
- Prioridad
- Fecha de incidente
- Estado
- Solución
- Fecha de solución

Factores que influyen en los riesgos

- Grado de innovación tecnológica
- Baja productividad
- Cambio de requisitos
- Documentación deficiente
- Arquitectura del sistema no planificada
- Falta de compromiso
- Falta de pruebas del sistema
- Falta de comunicación
- Factor de bus
- Mala calidad del código
- Cuestiones presupuestarias
- Plazos agresivos

Clasificación de riesgos (Ejemplo)

- RIESGOS EN EL ALCANCE (RAL-000)
- RIESGOS EN EL CRONOGRAMA (RCR-000)
- RIESGOS EN LOS COSTES (RCO-000)
- RIESGOS DE CALIDAD (RCA-000)
- RIESGOS DE RECURSOS HUMANOS (RRH-000)
- RIESGOS DE COMUNICACIONES (RCM-000)
- RIESGOS EN LAS ADQUISICIONES (RAD-000)
- RIESGOS DE STAKEHOLDERS (RST-000)

Análisis / priorización

Definiciones de probabilidad

| Muy bajo (1) | Bajo (3) | Moderado (5) | Alto (7) | Muy Alto (9) |
|---------------------------|--------------------------|-------------------------|-----------------------|------------------------|
| Casi imposible que ocurra | Poco probable que ocurra | Ocurre de vez en cuando | Ocurre con frecuencia | Casi seguro que ocurre |
| $0\% < P \leq 1\%$ | $1\% < P \leq 10\%$ | $10\% < P \leq 50\%$ | $50\% < P \leq 80\%$ | $80\% < P \leq 100\%$ |

Figura 1: Tabla de definiciones de probabilidad

Definiciones de impacto

| Dimensión | Muy bajo (1) | Bajo (3) | Moderado (5) | Alto (7) | Muy Alto (9) |
|-----------|--|---|--|--|---|
| Alcance | Afecta a menos del 5 % de los paquetes de trabajo. | Afecta entre el 5 % y el 10 % de los paquetes de trabajo. | Afecta entre el 10 % y el 20 % de los paquetes de trabajo. | Afecta entre el 20 % y el 30 % de los paquetes de trabajo. | Afecta a más del 30 % de los paquetes de trabajo. |
| Tiempo | No afecta a actividades de la cadena crítica. | Afecta a actividades de la cadena crítica, pero no extiende la duración del proyecto. | Extiende la duración del proyecto menos del 2 %. | Extiende la duración del proyecto menos del 5 %. | Extiende la duración del proyecto más del 5 %. |

Figura 2: Tabla de definiciones de impacto

Matriz probabilidad x impacto

| Probabilidad | Muy bajo (1) | Bajo (3) | Moderado (5) | Alto (7) | Muy alto (9) |
|--------------|--------------|----------|--------------|----------|--------------|
| Muy alta | 9 | 27 | 45 | 63 | 81 |
| Alta | 7 | 21 | 35 | 49 | 63 |
| Moderada | 5 | 15 | 25 | 35 | 45 |
| Baja | 3 | 9 | 15 | 21 | 27 |
| Muy baja | 1 | 3 | 5 | 7 | 9 |

Figura 3: Ejemplo de matriz probabilidad x impacto

Mitigación

Elaboración de planes de contingencia: **EVITAR - MITIGAR - ACEPTAR**.

Monitoreo

Ejecución del plan de contingencia → empleo de acciones correctivas → **monitoreo de las acciones correctivas**.

Se debe controlar que las acciones de mitigación de riesgos se están cumpliendo realmente, y reelaborar el plan de contingencia y/o aplicar nuevas acciones correctivas si fuera necesario

2. GESTIÓN DE USUARIOS PILOTO

Un desempeño correcto de la gestión de los usuarios piloto debería contener:

1. **Selección adecuada de los usuarios piloto**
2. Selección adecuada de **escenarios de prueba**
3. **Planificación** de pruebas
4. Buena **comunicación**
5. **Encuestas e informes** completos
6. Registro de **feedback** / **conclusiones**

Sobre las encuestas:

- **Preguntas adecuadas** (evita la complejidad)
- Establecer **medidas de éxito**: puntuación de 1 a 5, ☐ ☐ ☐, ☐ ☐ ☐.
- Elaborar tendencias y **estadísticas** de puntuación de los usuarios piloto
- Definir objetivos **medibles**
- **¡Hay que fomentar el pilotaje!** El usuario debe sentirse escuchado, atendido y con ganas de seguir participando. Puede ser buena idea usar incentivos dentro de la aplicación.

Pilot testing vs Beta testing

| | Pruebas piloto | Pruebas beta |
|------------------|--|---|
| Hecho por | Grupo seleccionado de usuarios (Público objetivo) | Usuarios finales |
| Requiere | Solo el entorno de desarrollo | El entorno real |
| Hecho | Antes del despliegue en producción | Después de la implementación en producción |
| Realizado | En el componente del sistema o en el sistema completo | En el sistema completo |
| Para | Verificar la preparación del producto para el despliegue | Para minimizar el riesgo de fallo del producto completo y “final” |

3. ANÁLISIS DE COMPETIDORES

Un **análisis de competidores** es el proceso de identificación de competidores en un mercado y evaluarlos frente a un conjunto de negocios predeterminados.

El **objetivo** es superar a los competidores que tienen objetivos similares a los nuestros, y ofrecer un servicio diferencial

Tipos de competencia

- ☒ **Competencia a nivel empresarial:** Productos o servicios similares, Tamaño y comunidad similares.
- ☒ **Competencia aspiracional:** Marca muy superior. Comunidad muy superior.
- ☒ **Competencia de palabras clave:** Palabras clave relacionadas con el mismo modelo de negocio.

Identificación de competidores

Identificar **audiencia objetiva** → buscar palabras clave y búsqueda en redes sociales.

Herramientas para la búsqueda de competidores: [Semrush](#).

Cuadrante de crecimiento

Muestra el ritmo al que competidores similares crecen en el mercado.

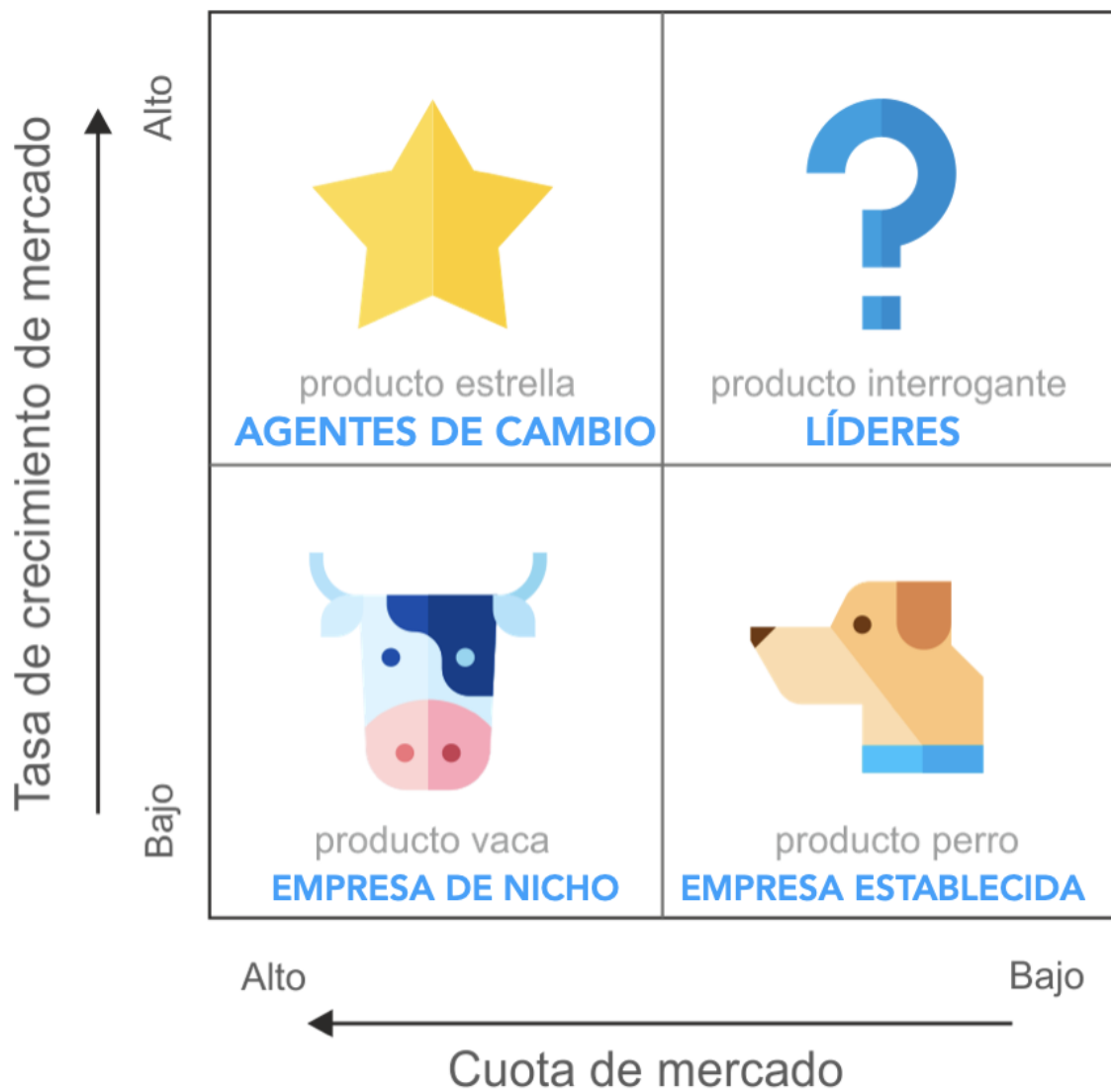


Figura 4: Cuadrante de crecimiento

Mapa de posicionamiento

Relación entre número de palabras clave comunes vs tráfico.

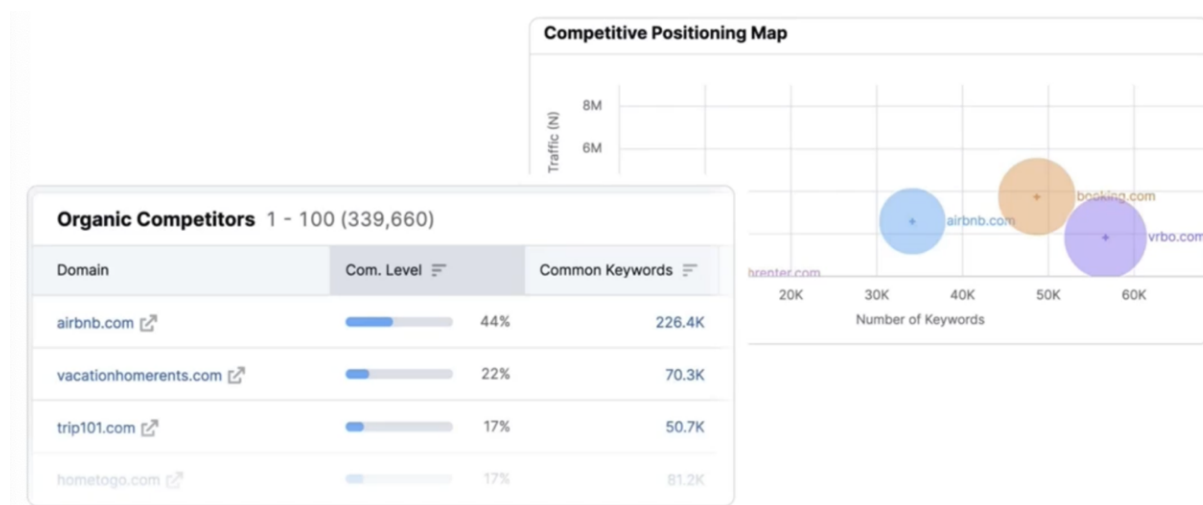


Figura 5: Mapa de posicionamiento

Búsqueda de competidores (4Ps)

☒ Producto

- ¿Cuál es su **producto** o servicio más popular?
- ¿Qué **características** ofrece el producto?
- ¿Quién es el **público objetivo** de este producto?
- ¿Qué **problema** resuelve este producto?

☒ Lugar

- ¿**Dónde compra su público** objetivo?
- ¿Qué **canales de distribución** deberías usar para llegar a tu audiencia?

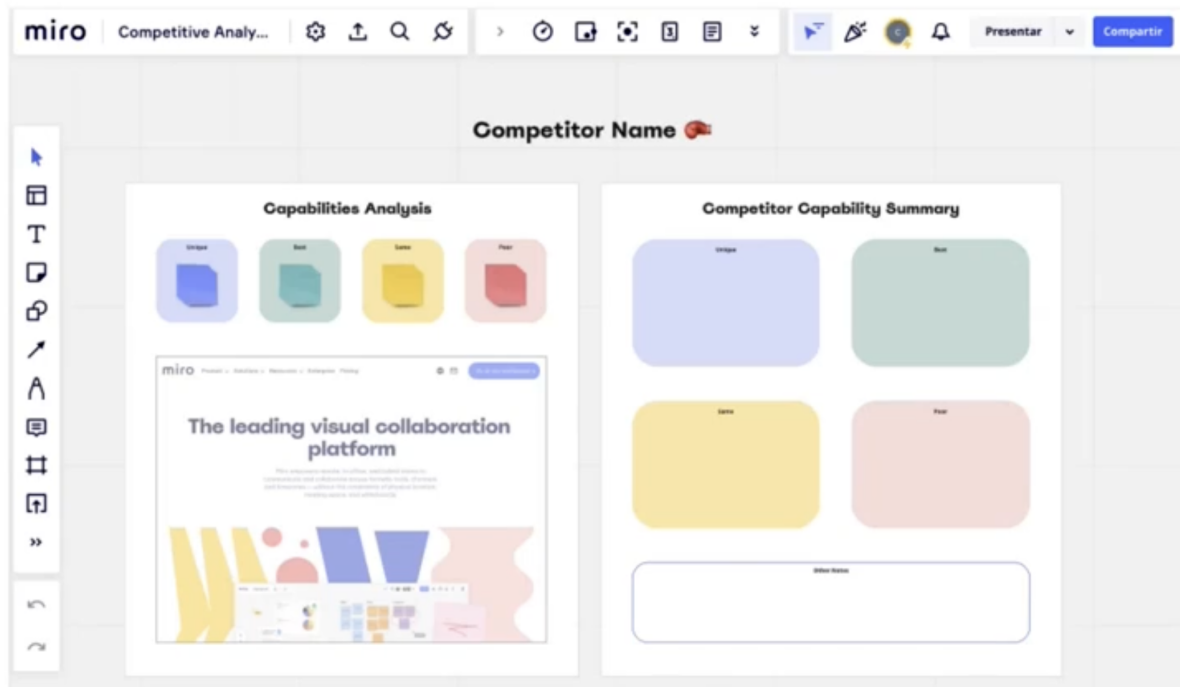
☒ Precios

- ¿**Cómo se alinean los precios** de los productos de su competidor **con productos comparables**?
- ¿Tienen **rebajas** frecuentes, descuentos u otras ofertas especiales?

☒ Promoción

- ¿Cuál de los canales promocionales de su competidor funciona mejor?
- ¿El mensaje de su marca resuena con su público objetivo?

Herramientas: [Metricool](#), [SimilarWeb](#), [ahrefs](#).

Elaborar perfil de competidores**Figura 6:** Pizarra de perfil de un competidor

Matriz DAFO**Figura 7:** Ejemplo de matriz DAFO**Errores comunes**

- No saber quiénes son **todos los competidores** o solo elegir a uno.
- No hacer investigación de **palabras clave** o monitorear el rango de búsqueda de Google.
- No seguir las **noticias** de la industria o mantenerse al día con las tendencias de la industria.

- No monitorear las noticias o **publicaciones de blog** para las menciones de los competidores.
- No reconocer **lo que sus competidores están haciendo bien**.
- **Solo lo hacen una vez** y ocasionalmente revisar y actualizar.
- **Solo compartirlo con unos pocos**.

4. PRESENTACIONES EFECTIVAS

Errores comunes

- Miedo a hablar en público
- No mantener la atención de la audiencia
- No saber qué contenido, y cuánto, colocar en las diapositivas
- Incomodidad incorporando lenguaje no verbal

Tips ;)

- Inicio efectivo
- Contar una historia
- Sonreír y mirar al público a los ojos
- Mostrar pasión
- Cuidar la presencia
- Practicar
- Respirar :D
- Regla 10-20-30



Figura 8: Regla 10-20-30 para las presentaciones