



FEEDBACK 07-02-2025

FISIO FIND

Alberto Carmona Sicre, Guadalupe Ridruejo Pineda, Francisco

Mateos Villarejo, Antonio Macías Ferrera

07/02/2025

Índice

1. RESUMEN DEL FEEDBACK POR GRUPO	2
Primer grupo (Convivio):	2
Primer grupo (Convivio):	2
Segundo grupo (EZStock):	2
Tercer grupo (Eventbride):	3
Cuarto grupo (BORROO):	3
Quinto grupo (CAMYO):	4
Sexto grupo (FISIO FIND App):	4
2. ANÁLISIS DEL FEEDBACK	5
2.1. TENDENCIAS GENERALES	5
Factores comunes en los comentarios de los profesores.	5
Puntos de fortaleza general en los equipos.	5
Áreas de mejora recurrentes.	6
2.2. COMPARACIÓN DEL FEEDBACK DE NUESTRO GRUPO VS LOS OTROS	6
¿Qué estamos haciendo bien en comparación con otros?	6
¿Qué aspectos debemos mejorar respecto a los demás?	6
3. CONCLUSIONES Y OBSERVACIONES	6

1. RESUMEN DEL FEEDBACK POR GRUPO

Primer grupo (Convivio):

En la presentación de cada viernes deberemos incluir una diapositiva en la que incluyamos cómo hemos usado la inteligencia artificial durante esa semana. En la documentación semanal sí deberemos extendernos más indicando los *prompts* y justificando su uso.

Primer grupo (Convivio):

Feedback recibido (resumen de los comentarios de los profesores)

- Intencionalmente en blanco.

Puntos positivos destacados

- Intencionalmente en blanco.

Áreas de mejora sugeridas

- No han sido claros en el problema que intentan solucionar ni en el alcance del proyecto.
- No pueden asegurar que una gran comunidad haga uso de la aplicación.

Segundo grupo (EZStock):

Feedback recibido (resumen de los comentarios de los profesores)

- Venden inteligencia artificial, pero son conscientes en primer lugar que no tienen recursos para entrenarla.

Puntos positivos destacados

- Han hecho un primer estudio de mercado para ver si su negocio es viable.

Áreas de mejora sugeridas

- Idea demasiado ambiciosa. Cuidado con emplear la palabra implementación para referirse a integrar una app en el negocio.

Tercer grupo (Eventbride):**Feedback recibido (resumen de los comentarios de los profesores)**

- Intencionalmente en blanco.

Puntos positivos destacados

- También han hecho estudio de mercado.
- La presentación más completa hasta el momento. Han incluido tanto el uso de la IA como descripción de la tecnología que van a usar. Está muy bien estructurada en contenido.

Áreas de mejora sugeridas

- No se han ceñido a lo que pedían exclusivamente para la clase de hoy.
- **DEBEMOS TENER MUY CLAROS NUESTROS CASOS DE USO Y EN QUÉ NOS DIFERENCIAMOS DE LOS COMPETIDORES.**

Cuarto grupo (BORROO):**Feedback recibido (resumen de los comentarios de los profesores)**

- Intencionalmente en blanco.

Puntos positivos destacados

- Intencionalmente en blanco.

Áreas de mejora sugeridas

- Centrarse en las cosas de mejora en las presentaciones.
- Asegurarnos de que las presentaciones son visibles desde el fondo de la clase.
- Evitar vocabulario muy técnico, debe ser una presentación que pueda entender el público general.
- No estar a la defensiva en las presentaciones.
- **Invertir mucho más tiempo en un buen análisis de competidores.**

Quinto grupo (CAMYO):**Feedback recibido (resumen de los comentarios de los profesores)**

- Intencionalmente en blanco.

Puntos positivos destacados

- Intencionalmente en blanco.

Áreas de mejora sugeridas

- No han citado de forma clara cómo se diferencian de la competencia, y no han encontrado con profundidad mayor número de competencia directa.
- Realizar de mejor forma el reporte de la IA.
- Hay que aprovechar al máximo el tiempo de la presentación para obtener el mejor feedback posible.

Sexto grupo (FISIO FIND App):**Feedback recibido (resumen de los comentarios de los profesores)**

- Como cada museo tiene su aplicación, no merece la pena realizar una guía personalizada, sobre todo por los museos pequeños. Plantea realizarlo sobre guías de ciudad, ya que tiene un margen mayor de crecimiento y viabilidad.

Puntos positivos destacados

- Intencionalmente en blanco.

Áreas de mejora sugeridas

- Hay que tener cuidado con añadir información que no es relevante actualmente.
- Ha encontrado dos competidores que no habíamos encontrado por nuestra cuenta: [Orfeo](#) y [Bloomberg Connects](#). Realizar un análisis de competidores más exhaustivo.

2. ANÁLISIS DEL FEEDBACK

2.1. TENDENCIAS GENERALES

Factores comunes en los comentarios de los profesores.

- ☒ Importante el uso de sistema de gestión de tiempo (Clockify en nuestro caso).
- ☒ La velocidad de exposición se acelera un poco, tener en cuenta la eficiencia de la información.
- ☒ La identificación de los roles es importante hacerla, pero no tan detallado.
- ☒ Importante realizar un análisis del coste e incluir el TCO (PSG2).
- ☒ Es importante centrarnos en lo que se nos pide, para así evitar información que no sea importante actualmente.
- ☒ Importante diferenciar entre analizar un DAFO y presentarlo.
- ☒ Tanto los modelos de distribución del software como los casos de uso del core son importantes. Hay que tener en cuenta qué funcionalidad está dispuesto el usuario a pagar por el servicio.
- ☒ **Business Statement: Refinar la idea clave de negocio. Que quede claro el tipo de negocio.**
- ☒ Buscar usuarios pilotos que estén dispuestos a pagar por lo que se ofrece.
- ☒ Lista de competidores exhaustiva y no evidente. Los nombres en la presentación deben ser los que se puedan examinar durante esta. Es necesario usar palabras claves para su explicación.
- ☒ Debe haber al menos 12 usuarios piloto, unos 20-30 de distinto tipo. Exige un gran número de ellos y variados. Si hay problema para encontrarlos, puede que no haya mercado suficiente. Si se encuentran muchos, nuestra idea de producto es buena.
- ☒ Pensar cómo se va a comunicar con los usuarios.
- ☒ MVP: estar perfilando un **mockup** de cómo sería, se debe centrar en la funcionalidad y no en el diseño. Sirve para interactuar con los usuarios piloto. Ayuda a pivotar sobre la idea inicial.
- ☒ Casos de uso: comentar explícitamente la innovación, qué tecnologías están detrás.
- ☒ Decidir el nivel de detalle que se muestra.
- ☒ Mencionar explícitamente el CA, su contenido y su firma por parte de todos los miembros.
- ☒ Pensar en empezar un Análisis de riesgo. Analizar casos de fracaso, riesgos y contingencia.

Puntos de fortaleza general en los equipos.

- Intencionalmente en blanco.

Áreas de mejora recurrentes.

- Tener cuidado con el tiempo de las presentaciones.
- Realizar un análisis de mercado sumamente exhaustivo. Es tremendamente importante conocer si la idea que tenemos en mente es lo suficientemente innovadora y viable para llevar a cabo un proyecto de esta magnitud.
- Realizar de mejor forma el reporte de la IA.

2.2. COMPARACIÓN DEL FEEDBACK DE NUESTRO GRUPO VS LOS OTROS**¿Qué estamos haciendo bien en comparación con otros?**

- De momento, no parece que ninguno de los equipos destaque por encima de los demás en relación a aspectos positivos.

¿Qué aspectos debemos mejorar respecto a los demás?

- Hemos sido el único grupo al que han mencionado que hemos hecho mención a información que no es relevante, al menos en este momento del proyecto.

3. CONCLUSIONES Y OBSERVACIONES

- Realizar un análisis de mercado exhaustivo.
- Encontrar usuarios pilotos suficientes.
- **Análisis de coste junto a TCO.**
- Análisis de riesgos.
- Atender a todas las presentaciones, puesto que el feedback puede cambiar bastante.

Aprobado por:**Scrum Master:** Antonio Macías Ferrera**Secretario:** Alberto Carmona Sicre