



FEEDBACK 14-02-2025

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

14/02/2025

Índice

1. Análisis y Decisiones tomadas tras el Feedback del 07/02/2025	2
Evaluación de viabilidad del proyecto	2
Redirección del proyecto	3
Estrategia de validación con usuarios piloto	3
2. RESUMEN DEL FEEDBACK	4
Primer grupo (GiBart, previamente Convivio):	4
Segundo grupo (Gastrostock, previamente EZStock):	4
Tercer grupo (Eventbride):	5
Cuarto grupo (BORROO):	5
Quinto grupo (CAMYO):	6
Sexto grupo (FISIO FIND, previamente Gallery Guide App):	7
3. ANÁLISIS DEL FEEDBACK	7
3.1. TENDENCIAS GENERALES	7
Factores comunes en los comentarios de los profesores.	7
Puntos de fortaleza general en los equipos.	8
Áreas de mejora recurrentes.	8
3.2. COMPARACIÓN DEL FEEDBACK DE NUESTRO GRUPO VS LOS OTROS	8
¿Qué estamos haciendo bien en comparación con otros?	8
¿Qué aspectos debemos mejorar respecto a los demás?	8
4. CONCLUSIONES Y OBSERVACIONES	9

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:** Daniel Vela Camacho, Delfín Santana Rubio
- **Fecha de Creación:** 14/02/2025
- **Versión:** v1.2

Histórico de Modificaciones

Fecha	Versión	Realizada por	Descripción de los cambios
14/02/2025	v1.0	Daniel Vela Camacho, Delfín Santana Rubio	Elaboración del documento de feedback de la clase del 14/02/2025.
20/02/2025	v1.1	Daniel Vela Camacho	Adición del registro de las acciones correctivas realizadas.
20/02/2025	v1.2	Daniel Vela Camacho	Corrección del formato del índice

1. Análisis y Decisiones tomadas tras el Feedback del 07/02/2025

Tras el *feedback* recibido en la sesión del 07/02/2025, se identificó como una de las tareas más relevantes el análisis de competidores de **Gallery Guide**, propuesto por el profesorado. En particular, se evaluó con mayor profundidad a **Bloomberg Connects**, un competidor que no había sido considerado inicialmente.

Evaluación de viabilidad del proyecto

Se realizó un análisis exhaustivo de la viabilidad del proyecto teniendo en cuenta la presencia de este nuevo competidor. Finalmente, la organización concluyó que no era viable posicionarse en este mercado debido a:

- La presencia de **Bloomberg Connects**, un competidor fuerte que ofrece una solución *software* gratuita tanto para museos como para usuarios.

- Aunque **Bloomberg Connects** no resolvía el problema identificado por la organización en la visita a los museos, su propuesta representaba un obstáculo importante para la adopción de una nueva aplicación.
- La situación económica de los museos, que carecen de fondos adicionales para invertir en la adquisición y mantenimiento de una nueva aplicación.

Debido a estos factores, se determinó que el proyecto tenía una viabilidad limitada, lo que llevó a la organización a reconsiderar su enfoque y optar por un cambio de rumbo.

Redirección del proyecto

Tras esta decisión, la organización se reunió para explorar y desarrollar un nuevo proyecto, esta vez priorizando la corrección y mejora de aspectos que no se ejecutaron de manera óptima en la fase anterior. Entre estos aspectos se incluyen:

- **Análisis de competidores:** Implementando una estrategia basada en *keywords* y un análisis detallado de los competidores más directos, así como la identificación de aquellos con impacto indirecto.
- **Evaluación de costes:** Estimación precisa de costos de desarrollo, mantenimiento y escalabilidad del proyecto.
- **Gestión de usuarios piloto:** Implementación de un primer sondeo mediante encuestas para recopilar información relevante sobre los usuarios pilotos.
- **Desarrollo del MVP:** Creación de una versión inicial funcional del producto para pruebas con usuarios piloto.

Estrategia de validación con usuarios piloto

Para la gestión de los usuarios piloto, se realizó una encuesta dirigida a fisioterapeutas con el objetivo de recopilar información clave sobre:

- Su interés en el desarrollo de una aplicación como **Fisio Find**.
- Su disposición a participar como usuarios piloto.
- Las aplicaciones que utilizan actualmente para prestar sus servicios de manera *online*.

Con esta información, se busca optimizar el desarrollo del nuevo proyecto y asegurar una mayor viabilidad en el mercado.

2. RESUMEN DEL FEEDBACK

Primer grupo (GiBart, previamente Convivio):

Debido a dificultades en la definición del MVP, especialmente en la selección de los casos de uso *core*, el proyecto ha sido replanteado. Ahora, su enfoque se centra en un sistema de comisiones de arte, permitiendo a artistas particulares gestionar encargos personalizados.

Feedback recibido (resumen de los comentarios de los profesores)

- Se recomienda reorganizar la estructura del contenido para seguir un orden lógico, mejorando la comprensión y coherencia en la presentación.

Puntos positivos destacados

- Intencionalmente en blanco.

Áreas de mejora sugeridas

- El problema no ha sido expuesto con suficiente claridad.
- Se han identificado errores en la ejecución de la presentación.
- **Dificultades en la legibilidad** de la presentación desde distintos puntos del aula.

Segundo grupo (Gastrostock, previamente EZStock):

Han redefinido el alcance de su proyecto, pasando de ser un sistema de gestión de stock para múltiples entornos y negocios a una solución especializada en el sector de la hostelería.

El proyecto sigue un modelo de negocio Freemium, donde la versión gratuita incluye funcionalidades esenciales como gestión de stock e integración con notificaciones relevantes. Los clientes piloto pueden influir en el desarrollo del producto, proponiendo o eliminando características según sus necesidades.

La versión de pago ofrece herramientas avanzadas de gestión, diferenciándose de la competencia por su enfoque en IA, sostenibilidad y facilidad de implementación. Además, se posiciona como una alternativa más accesible en un mercado donde las soluciones existentes son demasiado costosas.

Feedback recibido (resumen de los comentarios de los profesores)

- Existen dudas sobre la integración de IA sin conexión a Internet, lo que implicaría la necesidad de hardware de alto rendimiento.

Puntos positivos destacados

- **Buen discurso introductorio en la presentación.**
- **Fluidez en la conexión entre ideas presentadas.**
- Objetivos bien definidos y estructurados.

Áreas de mejora sugeridas

- Se recomienda evitar el uso de términos informales.
- La implementación de IA en modo offline es un desafío que requiere una evaluación cuidadosa.
- Los elementos visuales deben ser claros y legibles desde cualquier punto del aula.
- El logo podría mejorar en términos de interpretación y claridad.

Tercer grupo (Eventbride):

Han realizado un estudio de mercado que revela que la demanda de la aplicación varía según la estación del año, afectando la cantidad de eventos organizados. El análisis de viabilidad, basado en encuestas, destaca el interés de los clientes en módulos para la gestión de listas de invitados, la selección de proveedores y la accesibilidad.

Feedback recibido (resumen de los comentarios de los profesores)

- Se sugiere **omitir el índice** en la presentación para mejorar la fluidez.
- Es fundamental definir con precisión los casos de uso *core*.
- Se recomienda analizar estrategias efectivas para la búsqueda de competidores.

Puntos positivos destacados

- Intencionalmente en blanco.

Áreas de mejora sugeridas

- Presentar a los ponentes al inicio de la exposición.
- **Optimizar los colores y tamaños de fuente** para mejorar la legibilidad.
- Reestructurar el contenido para garantizar un orden lógico y claro.

Cuarto grupo (BORROO):

Implementaron un enfoque innovador al agilizar su presentación mediante recursos teatrales, lo que ayudó a captar la atención del público. Su propuesta se centra en proporcionar un servicio que

garantice la seguridad y confianza de los usuarios. Además, han desarrollado una estrategia para analizar el éxito de sus competidores y evaluar sus patrones de crecimiento.

Feedback recibido (resumen de los comentarios de los profesores)

- Se debe considerar que los competidores también pueden evolucionar y mejorar sus servicios.
- Es fundamental contar con un plan de acción en caso de que los competidores optimicen sus ofertas y condiciones.

Puntos positivos destacados

- A pesar de inconvenientes técnicos, lograron continuar con la exposición de manera efectiva.
- Uso de recursos teatrales e interacción con el público para mejorar la presentación.

Áreas de mejora sugeridas

- La matriz DAFO tiene un enfoque demasiado orientado a riesgos y oportunidades.
- Los casos de uso deben ser más claros y concisos.
- Es necesario **revisar los costos y su estructura**.
- Se debe mejorar la combinación de imágenes y texto en las diapositivas para facilitar la comprensión.

Quinto grupo (CAMYO):

Feedback recibido (resumen de los comentarios de los profesores)

- Se detectó un error en una de las cifras del TCO.
- Se recomienda considerar que competidores internacionales puedan ingresar al mercado español.

Puntos positivos destacados

- Excelente uso del teatro en la presentación.
- Buen *elevator pitch*, logrando captar el interés rápidamente.

Áreas de mejora sugeridas

- Ajustar el tamaño de los mockups.
- Ser más específicos en la definición de los casos de uso.
- Se sugiere reducir el número de diapositivas para optimizar la presentación.
- Definir claramente los usuarios piloto y sus características.

Sexto grupo (FISIO FIND, previamente Gallery Guide App):

Feedback recibido (resumen de los comentarios de los profesores)

- Se sugiere revisar el video de [Julian Treasure](#) para mejorar el flujo de exposición.
- No era necesario mencionar el cambio de idea anterior, ya que esto no aportaba valor a la presentación.
- Para atraer inversores, es clave presentar una **visión clara de las herramientas especializadas** de la aplicación.

Puntos positivos destacados

- Respuesta efectiva al feedback recibido.
- Foco bien definido en la presentación.
- Identificación y análisis de nuevos competidores.
- Calidad visual bien valorada.
- Mockups bien realizados y con buena visibilidad.
- Análisis de costos y usuarios necesario para garantizar la rentabilidad.

Áreas de mejora sugeridas

- **Documentar detalladamente los costos**, incluso si no se presentan con el mismo nivel de detalle.
- Explicar de manera más explícita cómo los costos se ajustan al mercado.
- Evaluar la forma de certificar a los fisioterapeutas que ofrezcan servicios en la aplicación.
- Análisis más exhaustivo de los riesgos, comentando causas, consecuencias y estrategias para solucionarlos. No centrarse tanto en riesgos banales.

3. ANÁLISIS DEL FEEDBACK

3.1. TENDENCIAS GENERALES

Factores comunes en los comentarios de los profesores.

- ☒ La velocidad de exposición se acelera un poco, tener en cuenta la eficiencia de la información.

- ☒ Se debe trabajar la imagen corporativa, teniendo una mejor carta de presentación de los miembros del equipo de desarrollo.
- ☒ Es importante centrarnos en lo que se nos pide, para así evitar información que no sea importante actualmente.
- ☒ Se insiste en que los casos de uso han de estar definidos de manera muy concisa.
- ☒ La visibilidad del contenido es primordial.
- ☒ Se menciona que el CA es de vital importancia que refleje de manera correcta las políticas por las que nos regimos a nivel organizacional.

Puntos de fortaleza general en los equipos.

- Uso de recursos teatrales para captar la atención del público.

Áreas de mejora recurrentes.

- Mejorar la definición de los casos de uso.
- Se debe plantear un mejor orden de las ideas expuestas para que sigan un orden lógico.
- Mejorar el CA.
- Mejorar la presentación del equipo junto a una imagen corporativa.
- Definir detalladamente las responsabilidades de cada uno de los miembros.

3.2. COMPARACIÓN DEL FEEDBACK DE NUESTRO GRUPO VS LOS OTROS

¿Qué estamos haciendo bien en comparación con otros?

- Hemos logrado gestionar eficazmente las dificultades derivadas del cambio de idea, lo que no todos los grupos que han cambiado de enfoque han conseguido hacer.
- Nuestros elementos visuales son atractivos, sencillos y, lo más importante, claramente visibles.

¿Qué aspectos debemos mejorar respecto a los demás?

- Considerar la incorporación de elementos teatrales en nuestras presentaciones para hacerlas más dinámicas y atractivas. Aunque nuestro equipo ha conseguido captar la atención de la audiencia sin recurrir a estos recursos, podría ser beneficioso explorarlos en futuras exposiciones.

4. CONCLUSIONES Y OBSERVACIONES

- Análisis de riesgos.
- Atender a todas las presentaciones, puesto que el feedback puede cambiar bastante.
- Tener en cuenta que el CA puede ser anexado con modificaciones en las políticas, o la implementación de otras no contempladas.
- Se evaluará de manera muy exhaustiva la correcta visibilidad del contenido expuesto.

Aprobado por:

Scrum Master: Antonio Macías Ferrera

Secretario: Alberto Carmona Sicre