



Universidad Autónoma
de Yucatán

PRIMER AVANCE

IHC

Realizado por:

Irabién Rodríguez Mario.

Carlos Israel Ruz Ruz.

Cordova Martinez Ricardo.

Magaña Flores Raul Alejandro.

Pinzon Rosado Mateo Isai.

DESCRIPCIÓN DE LA APLICACIÓN.

Intención de uso

El sistema de gestión de publicidad es una plataforma diseñada especialmente para facilitar la administración de campañas publicitarias del día viernes dentro del ecosistema de una revista musical, un proceso en el cual permitirá a la organización optimizar el proceso de campañas publicitarias existente actualmente y sustituirlo.

¿Para qué servirá?

Para la organización esta plataformá servirá para administrar la alta demanda de campañas publicitarias optimizando sus recursos y aumentando su alcance en audiencias segmentadas.

¿Quienes lo utilizarán?

Agentes publicitarios de la organización, artistas independientes y marcas

JUSTIFICACIÓN DE LA APLICACIÓN

El marketing musical digital es clave para el éxito de artistas y marcas. La industria ha experimentado un crecimiento significativo, impulsado por plataformas en línea y streaming. Sin embargo, las revistas musicales enfrentan desafíos en la gestión publicitaria:

- Falta de un sistema centralizado que dificulta la administración.
- Problemas de coordinación interna que afectan la ejecución de campañas.
- Falta de transparencia en costos y disponibilidad, complicando la toma de decisiones.

Implementar un sistema de gestión centralizado optimizaría la operación, automatizaría procesos y mejoraría la eficiencia en la administración publicitaria.



FUNCIONALIDAD DE LA APLICACIÓN

Gestión de Usuarios

- Registro diferenciado para anunciantes, artistas y agentes.
- Acceso mediante invitaciones y gestión de roles.

Gestión de Campañas

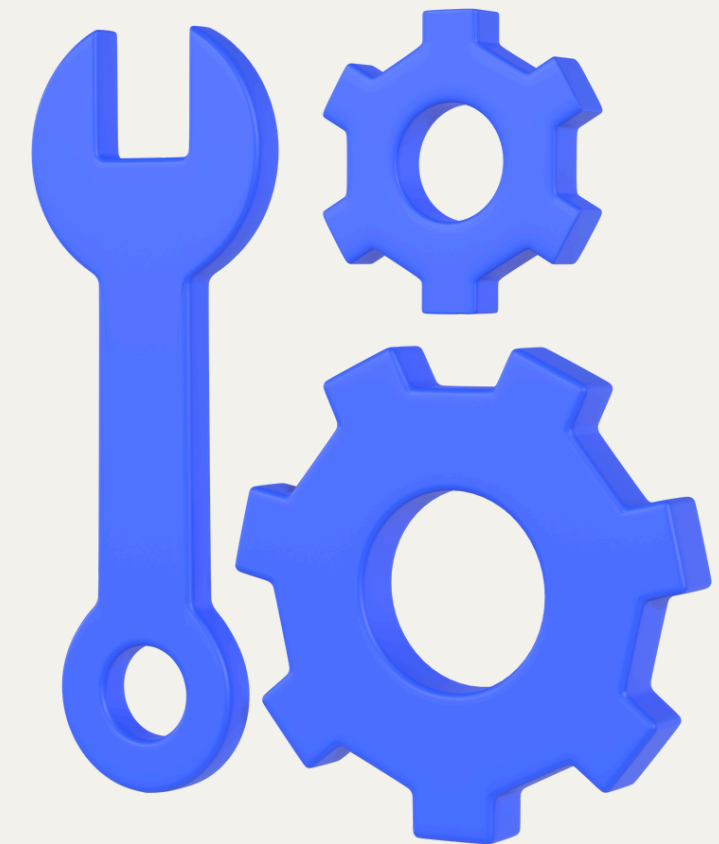
- Selección y programación de anuncios con un calendario interactivo.
- Carga fácil de contenido (imágenes, videos y textos).
- Formulario optimizado para pautas publicitarias.

Administración y Control

- Panel de administrador con vista de campañas activas.
- Configuración de precios y disponibilidad de espacios.

Pagos y Facturación

- Pasarela de pago integrada con facturación automática.
- Historial de transacciones y reportes financieros.



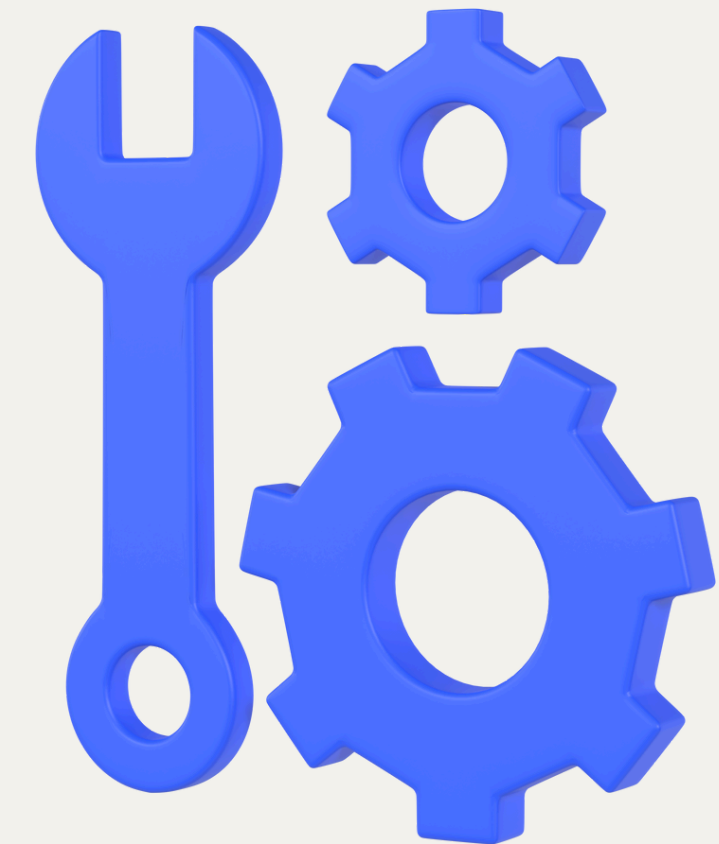
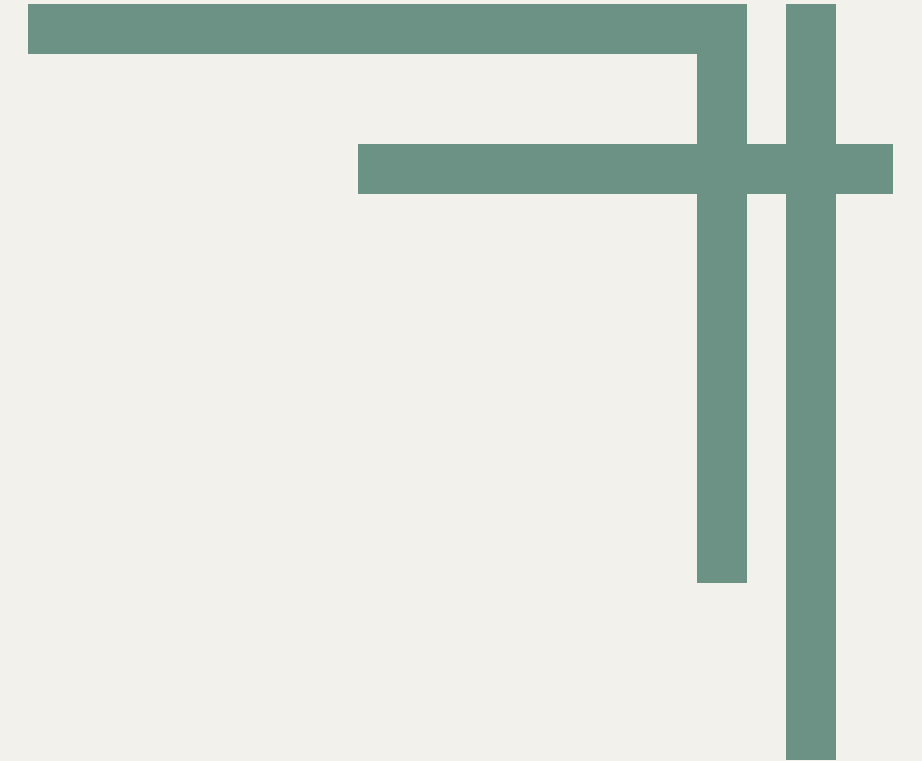
FUNCIONALIDAD DE LA APLICACIÓN

Monitoreo y Análisis

- Estadísticas de desempeño y métricas clave.
- Notificaciones automáticas sobre el estado de las campañas.

Enfoque de Diseño Centrado en el Usuario (DCU)

- Interfaces intuitivas y accesibles.
- Automatización y optimización de procesos.
- Visualización clara de datos para mejorar la toma de decisiones.



REQUERIMIENTOS DE LA APLICACIÓN.

Usuarios Participantes y Selección

Los usuarios que participarán en la recolección de requerimientos han sido seleccionados en función de su relación con la plataforma y su rol en la industria musical. Se incluirán los siguientes perfiles:

- **Agentes publicitarios:** Profesionales de relaciones públicas dentro de la industria musical que gestionan campañas.
- **Artistas independientes:** Creadores sin representación formal que buscan promover su música.
- **Administradores de la plataforma:** Responsables de la gestión de tarifas, servicios y campañas activas.
- **Marcas y patrocinadores:** Empresas interesadas en anunciarse en la plataforma.



Plantilla de encuesta

REQUERIMIENTOS DE LA APLICACIÓN.

Estrategia de Recolección de Información

Para obtener un conocimiento profundo sobre los requerimientos del sistema, se emplearán las siguientes estrategias:

1. **Encuestas en línea:** Se enviarán formularios estructurados a los usuarios clave para recopilar información cuantitativa sobre sus necesidades y expectativas.
2. **Cuestionarios:** Se elaborarán cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas para identificar patrones de uso y necesidades específicas.
3. **Entrevistas con usuarios clave:** Se realizarán entrevistas individuales con agentes publicitarios y administradores para obtener información más detallada y cualitativa.



Plantilla de encuesta

PERFIL DE USUARIO PRIMARIO

AGENTE DISCOGRÁFICO - CARACTERÍSTICAS

- **Edad:** 28 - 40 años
 - **Género:** Mixto
 - **Puesto Laboral:** Responsable de PR, Agente Discográfico, Press Manager.
 - **Nivel de Experiencia:** 5-10 años.
 - **Educación:** Licenciados en... Comunicación, Negocios del Entretenimiento o afines.
 - **Ubicación:** Zonas Metropolitanas de México (Principalmente CDMX)
 - **Conocimientos Tecnología:** Ocasionalmente conocimientos básicos en informática. Manejo básico a intermedio de plataformas de análisis de datos (Spotify for Artists, Soundcharts, etc.).
-



?

PERFIL DE USUARIO SECUNDARIO

ADMINISTRADOR - CARACTERÍSTICAS

- **Edad:** 20 - 30 años
 - **Género:** Masculino
 - **Puesto Laboral:** Dueños, Directores y Gerentes.
 - **Nivel de Experiencia:** 5-10 años.
 - **Educación:** Licenciados en... Diseño Gráfico, Marketing Digital y Publicidad
 - **Ubicación:** Mérida, Yucatán.
 - **Conocimientos Tecnología:** Conocimientos básicos en informática y administración. Manejo de plataformas administrativas en redes sociales.
-



?

PERFIL DE USUARIO TERCIARIO

LECTORES DE LA REVISTA – CARACTERÍSTICAS

- **Edad:** 18 - 35 años
- **Género:** Mixto
- **Puesto Laboral:** No Aplica.
- **Ubicación:** Latinoamérica.
- **Relación con la Plataforma:** Aunque no interactúen directamente con el sistema, este los afecta, ya que de él provendrá la publicidad que finalmente verán en sus dispositivos tecnológicos.



?



**MARIA
RODRIGUEZ**

- Edad: 35 años
- Ubicación: Ciudad de México
- Ocupación: Directora de Prensa en Warner Music.

PERFIL DE USUARIO PRIMARIO - DESCRIPCIÓN

María comenzó su carrera en una agencia de relaciones públicas, organizando eventos y promocionando nuevos talentos. Con el tiempo, se especializó en el scouting y desarrollo de artistas, trabajando para una disquera independiente antes de unirse a una multinacional.

Su enfoque está en la eficiencia y el acceso a información clara para la toma de decisiones. María cree firmemente en el valor de su labor: "Cualquiera puede lanzar una canción, pero sin una estrategia adecuada, puede pasar desapercibida. Mi trabajo es posicionarla en el momento y lugar correctos".

DOLORES Y FRUSTACIONES

- ✗ En la era digital, se espera que las canciones se viralicen rápidamente, lo que no siempre es viable.
- ✗ Gestionar múltiples artistas, campañas y plataformas al mismo tiempo puede volverse abrumador.

OBJETIVOS EN LA PLATAFORMA

- ✓ Aumentar la presencia digital de los artistas a su cargo mediante estrategias innovadoras.
- ✓ Optimizar los lanzamientos para que generen impacto en plataformas de streaming y redes sociales.



ANDRÉS IRABIEN

- Edad: 30 años
- Ubicación: Mérida
- Ocupación: Gerente del área de Publicidad

PERFIL DE USUARIO SECUNDARIO – DESCRIPCIÓN

Andrés es el Gerente del área de Publicidad de la empresa. Con una trayectoria de más de 5 años en diseño gráfico, marketing digital y publicidad, ha aprendido a moverse en un entorno dinámico donde la organización y la eficiencia son clave.

Su día a día gira en torno a verificar solicitudes de publicidad, coordinar la entrega de material al equipo de Diseño Gráfico y asegurarse de que los clientes estén satisfechos con el servicio.

DOLORES Y FRUSTACIONES

- ✗ Dar seguimiento a través de múltiples canales dificulta la organización y retrasa el trabajo.
- ✗ Gestionar la entrega de material de Diseño Gráfico sin un sistema genera errores.
- ✗ Clientes que constantemente preguntan lo mismo porque no tienen la información en un solo lugar.

OBJETIVOS EN LA PLATAFORMA

- ✓ Disminuir las llamadas y mensajes de clientes centralizando toda la información en la plataforma.
- ✓ Implementar un sistema intuitivo que permita a los clientes gestionar sus solicitudes sin necesidad de contactarlo directamente.



SOFIA ROSADO

- Edad: 22 años
- Ubicación: Guadalajara
- Ocupación: Gerente del área de Publicidad

PERFIL DE USUARIO TERCIARIO - DESCRIPCIÓN

Sofía es una apasionada de la música, aunque no se dedica a ella profesionalmente. Sigue la revista por varias razones: le encanta ir a conciertos, siempre está en busca de nuevas recomendaciones o simplemente disfruta estar al tanto de las noticias de la industria musical.

Su relación con la plataforma es más pasiva en comparación con otros usuarios, ya que no interactúa directamente con el sistema, pero el contenido generado en él termina impactándola de manera directa.

"Me encanta descubrir nueva música y enterarme de los próximos eventos. No siempre tengo tiempo para buscar, así que si la información me llega en el momento adecuado, mucho mejor."

ESCENARIOS



1. Escenario 1: María Rodríguez (Usuario Primario)

- Situación: María necesita lanzar una nueva canción de uno de sus artistas en Spotify y otras plataformas de streaming. Quiere asegurarse de que la canción tenga el mayor impacto posible en el menor tiempo utilizando campañas publicitarias.
- **Acciones:**
 - María accede a la plataforma para planificar el lanzamiento, seleccionando las redes sociales donde desea promocionar la canción.
 - Utiliza herramientas de análisis integradas en la plataforma para predecir el mejor momento y lugar para el lanzamiento.
 - Configura campañas publicitarias automatizadas para maximizar el alcance de la canción.
- **Resultado:** La campaña publicitaria se lanza en el momento óptimo, agendado con tiempo de anticipación, generando un alto número de reproducciones y engagement en redes sociales y evitando sobrecarga con otras campañas publicitarias.

ESCENARIOS



1. Escenario 2: Andres Irabien (Usuario Secundario)

- **Situación:** Andrés necesita gestionar múltiples solicitudes de publicidad de diferentes clientes, asegurándose de que cada una se entregue a tiempo y sin errores.
- **Acciones:**
 - Andrés utiliza la plataforma para centralizar todas las solicitudes de publicidad, asignando tareas a su equipo de diseño gráfico.
 - Los clientes pueden ver el estado de sus solicitudes en tiempo real, reduciendo la necesidad de llamadas y mensajes.
 - Andrés recibe notificaciones automáticas cuando una solicitud está lista para revisión.
- **Resultado:** Las solicitudes se gestionan de manera eficiente, reduciendo errores y mejorando la satisfacción del cliente.

ESCENARIOS



1. Escenario 3: Sofia Rosado (Usuario Terciario)

- **Situación:** Sofía está buscando nuevas recomendaciones musicales y quiere estar al tanto de los próximos conciertos en su ciudad.
- **Acciones:**
 - Sofía recibe notificaciones automáticas en su dispositivo móvil sobre nuevos lanzamientos y eventos basados en sus preferencias musicales.
 - Accede a la revista digital para explorar recomendaciones personalizadas y artículos sobre la industria musical.
- **Resultado:** Sofía descubre nueva música y eventos que le interesan, sin tener que buscar activamente la información.



MUCHAS
GRACIAS

PLAN DE INVESTIGACIÓN

https://drive.google.com/drive/folders/1MEEYLumt7P3lO4MHXs0fNfqEywk_ggZa9?usp=share_link