



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE COSTA RICA

ÁREA DE INGENIERÍA EN COMPUTADORES

ESPECIFICACIÓN Y DISEÑO DE SOFTWARE

Documento de Visión del Proyecto

Estudiantes:

Arturo CHINCHILLA S.
Malcolm DAVIS S.
Santiago GAMBOA R.
Juan E. NAVARRO C.

Professor:

Ing. Daniel MADRIZ

May 1, 2017

1 Requerimientos de Negocio

1.1 Antecedentes

X-FEST es una empresa líder regional en Latinoamérica, promotora de festivales musicales incluyendo conciertos entre otras actividades de entretenimiento. Dicha empresa posee un modelo de negocio el cuál está dirigido a una población con edades entre un rango de 18-30 años, donde en su mayoría son personas universitarias.

Como visión pretende: “Ser la mejor promotora de eventos musicales de Latinoamérica, especializada en eventos masivo, teniendo como base el entendimiento de nuestro público, sus gustos y preferencias”.

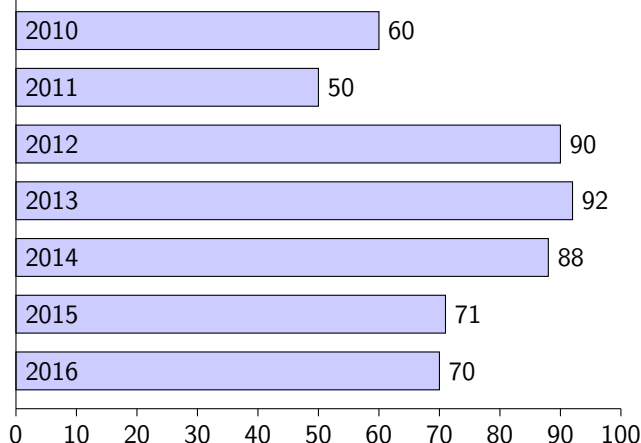
La empresa realiza cerca de 15 a 20 festivales al año además de otras actividades asociadas igualmente al entretenimiento, los tiquetes son vendidos por terceros, en este caso, X-Ticketmaster.com ofreciendo los tiquetes 60 días antes. La siguiente tabla refleja la asistencia de los fanáticos a los eventos en los últimos años.

Año	Promedio Asistencia	Mayor Asistencia	Rango de Precios
2010	18 000	20 000	\$50 - \$125
2011	20 000	25 500	\$50 - \$130
2012	28 000	33 000	\$50 - \$150
2013	30 000	33 800	\$55 - \$150
2014	32 500	36 000	\$55 - \$150
2015	35 000	40 000	\$75 - \$170
2016	35 500	40 000	\$75 - \$200

Además de los datos anteriores, la empresa posee información sobre el índice de fanáticos que afirman que retornarían a un festival organizado por la empresa.

El siguiente gráfico describe el índice de retorno por parte de los fanáticos a festivales organizados por la empresa X-Fest.

Se tiene la necesidad de que la gente regrese a los eventos, ya que aunque la cantidad de asistentes va en aumento, y las personas que no regresan pueden ser sustituidas con otras nuevas, al final se encontrará la situación de que no habrán nuevos fanáticos para reemplazar los que no vuelven.



Entre los hallazgos que la empresa ha obtenido con respecto a otros aspectos complementarios de gran importancia son que el 90% de los encuestados afirman que la ubicación de los festivales es de gran importancia. j Junto a esto el 44% de ellos han indicado que conocer nuevos artistas e información sobre ellos es gran valor.

La empresa X-Fest está distribuida a nivel internacional en Consejo de Administración General, Finanzas y Dirección Artística. Para cada país está definido con un área de Gerencia, Logística, Promoción, Prensa y socios estratégicos.

1.2 Oportunidad del Negocio/Problemática

Basado en los estudios descritos en el apartado anterior, la empresa percibe una disminución en los índices de retorno de los fanáticos a sus festivales.

Por tanto la empresa ha establecido como meta alcanzar un 90% en los índices de retorno de la asistencia de los fanáticos a sus festivales.

Actualmente existe un 20% de diferencia con respecto a los datos recolectados durante el último año.

La oportunidad de implementar un producto que sirva como canal de comunicación entre los fanáticos y la empresa X-Fest trae beneficios para ambas partes, los fanáticos tendrán la oportunidad de opinar y poder elegir las bandas de su preferencia, se sentirán escuchados por los organizadores de los eventos y tendrán la satisfacción de poder ver y escuchar y disfrutar de sus ídolos musicales. La empresa en cambio, podrá elevar los porcentajes de retorno de fanáticos para sus festivales, que aunado con el aumento de fanáticos asistentes a los festivales hará que la empresa incremente sus ingresos económicos y logre sus objetivos como empresa.

1.3 Objetivos del negocio

- Aumentar el porcentaje de fanáticos que retornan del 70% actual a un 90%.
- Reducir el monto de inversión de estudios de mercado en un 50%.

1.4 Métricas de éxito

Las métricas definen indicadores de éxito para el producto. Para nuestro producto tenemos los siguientes indicadores:

- Porcentaje de personas que retornarían a un evento. El mismo debe ser de al menos un 90%. Este porcentaje se obtiene a partir de los datos de un cuestionario que se realiza a personas que asisten a los eventos.
- Cantidad de asistentes promedio anual. Se busca que el promedio supere a los 100 000 asistentes.

1.5 Visión

Como forma de promover ser la mejor promotora de eventos musicales de Latinoamérica, especializada en eventos masivo, la aplicación pretende ayudar a alcanzar un índice del 90% de retorno de los fanáticos a los eventos producidos por X-Fest.

1.6 Riesgos de Negocio

La población que utiliza el producto no es representativa para poder tomar decisiones con respecto al rumbo del negocio y de la empresa.

Los servicios provistos por terceros (Twitter y Spotify) pueden presentar limitaciones de su uso basado en los requerimientos y necesidades del producto de X-Fest.

1.7 Suposiciones y Dependencias

- Personal de X-Fest dedicado a proveer y administrar el contenido de promoción y logística asociadas al producto.
- Se supone que con la aplicación, se logrará aumentar 30% de fanáticos que retornan.
- Existe una dependencia directa con los servicios de twitter para poder divulgar la información de la app.
- Hay una dependencia con spotify que está ligada a la funcionalidad de conocer nuevas bandas.
-

2 Alcance y Limitaciones

2.1 Funcionalidades Principales

El producto creado debe proveer un conjunto de funcionalidades que permitan que los fanáticos compartan sus gustos musicales con la empresa productora de los festivales y así lograr la creación de mejores festivales. La siguiente es una lista de las principales funcionales:

- Registro de usuarios: El producto debe permitir el registro de distintos usuarios para el sistema, donde se recolecte la principal información de los mismos (nombre, país, ubicación, universidad y entre otros), que permita tener un control sobre los datos recogidos por el sistema. Esta funcionalidad será utilizada tanto por colaboradores de la empresa como los fanáticos.
- Catálogos de bandas: X-Fest cuenta con catálogo de bandas con las cuales se tienen contratos previamente negociados y que forman parte de los festivales. El sistema debe mostrar este catálogo de las bandas con el fin de que los fanáticos puedan votar por sus bandas favoritas. Cada banda debe tener un perfil con sus datos: Nombre de la banda o Artista, lista de miembros de la banda, principales canciones, información de terceros como Spotify e información generada por la plataforma.
- Crear Cartelera: Los colaboradores de la empresa encargados de la administración de la aplicación, podrán crear un potencial festival musical, este para una ubicación dada. Para el posible evento los administradores pueden agregar las posibles bandas invitadas (la cartelera). La cartelera estará dividida en categorías de popularidad, esto para que las votaciones se hagan de una manera justa con rivales del mismo peso.
- Publicaciones en redes sociales (twitter): Una vez que una banda es agregada a la cartelera de un evento, el sistema debe generar una publicación en la red social twitter, invitando a los fanáticos a votar por esta banda.
- Votación de bandas: Sobre cada categoría de la cartelera los fanáticos podrán votar sus bandas favoritas que deseen para sus festivales. Las bandas serán votadas utilizando la estrategia de los \$100.
- Integración con Spotify: Ya que algunos artistas pueden ser desconocidos para los fanáticos, es sistema de proveer una integración con Spotify para traer información relevante como imágenes y muestras de su música.
- Estructura de la plataforma: Los fanáticos tienen la posibilidad de ingresar en la plataforma del sistema para ver los festivales que ya están definidos, además de las carteleras que siguen abiertas a la votación.
- Comentarios: Los fanáticos podrán comentar e indicar su apoyo a los artistas para elevar su popularidad.
- Crear Festival: Los administradores de la aplicación, una vez cerradas las votaciones, crearán el festival con las bandas ganadoras en cada categoría (puede haber más de una ganadora por categoría). Adicionalmente el sistema generará/agregará una banda sorpresa llamada "La recomendación del chef", la cuál será seleccionada utilizando la información de las bandas ganadoras, para seleccionar dicha banda. Esto se hará mediante "algoritmos especiales" de búsqueda. Los datos utilizados en estas búsquedas vendrán de Spotify y de los datos recolectados con el sistema.
- El sistema debe proveer un reporte de salida con los resultados del análisis y el orden de los artistas. Cuando se crea el festival este line-up se hace oficial, se publica en Twttter y no acepta mas votos.

2.2 Alcance del release inicial

Para el primer release se espera garantizar un canal de comunicación, con los promotores y los fans. Proveer al fan votar por sus grupos favoritos, y conocer nuevos grupos por medio del producto conectado a la plataforma spotify. Además hacer una recomendación especial personificada. Por ultimo informar de los proximos eventos a travez de la red social twitter.

2.3 Alcance de los siguientes releases

3 Contexto del Negocio

3.1 Perfiles de los stakeholders

3.1.1 Cliente o fanático

Cliente o fanático es aquel que desea asistir a envetos. Para el producto es la persona que vota y decide las bandas que se presentarán en los evnetos.

Comentan sus opiniones acerca de las bandas.

3.1.2 Promotores

Son los que interactúan y administran el producto, los mismos crean eventos, ingresan bandas nuevas, promocionan los espectaculos y analizan los datos.

3.1.3 Bandas

Aquellos que ofrecen el show, son directamente afectados por los comentarios de los fanáticos y son aquellos cuyos espectáculos son promovidos por X-Fest.

3.1.4 Accionistas

Aquellos que invierten y/o poseen porciones de la empresa, obteniendo ganancias que los mismos.

3.2 Prioridades del Proyecto

- Proveer un espacio de retroalimentación y votación, directo, entre fanáticos de X-Fest para las bandas que participen en los festivales que X Fest organiza.
- Proveer los mecanismos necesarios que brindan información sobre el retorno de los fanáticos a un evento organizado por X-Fest.
- Convertirse en un canal de comunicación entre los fanáticos y X-Fest

3.3 Consideraciones de deployment

- Migración de los datos, Bandas y agrupaciones, manualmente al repositorio de datos del producto.

4 Referencias

- Minutas de las reuniones del 26-04-2017 y 21-04-2017
- Especificación del Proyecto-MyConcert_v2.0.pdf.
- X-Fest Company Profile