

PLAN DE PROYECTO

DSI GRUPO A.

ROAD TO THE MATCH

Enrique Ballesteros Horcajo

Emilio Chico Muñoz

Luís Federico Díaz Pérez

Gabriel Fernández Magán

David Hermoso Fernández

Sixto Jansa Sanz

Road to the match es una aplicación que permite localizar bares/restaurantes en función de la ubicación, donde retransmitan determinados eventos deportivos de nuestro interés.

Nuestra aplicación está destinada a todo tipo de personas que de forma frecuente o esporádicamente acudan a un local a ver un evento deportivo.

Con nuestra aplicación queremos que el usuario nunca más se vuelva a perder ese partido que tantas ganas tenía de ver pero no encontró un local donde lo retransmitiesen.

De la misma forma, queremos facilitar la vida a aquellas personas cuyos gustos deportivos no son comunes a los mayoritarios de la zona de residencia:

- Un amante del fútbol cuyo equipo no sea ni el Barcelona ni el Madrid.
- Un aficionado de rugby.
- Un estudiante extranjero que le gustaría ver un partido de un deporte común de su país de residencia.

Para ello vamos a investigar y profundizar en la situación en la que nos encontramos y los posibles usuarios para preparar el mejor futuro posible para nuestra aplicación.

Planificación.

Identificamos los perfiles genéricos del usuario que trabaja en un bar, usuarios interesados en utilizar la aplicación, diferenciando aquellos que sólo la utilizarán para informarse y aquellos que además de informarse quieren informar al resto.

Específicamente buscamos:

- Usuarios ocasionales.
 - Usuario que para ver un evento deportivo acude de vez en cuando a un bar.
- Usuarios habituales.
 - Usuario que no puede perderse un evento deportivo.

- Usuario Bar.
 - Usuario que utiliza la aplicación para informar de los eventos deportivos.
- Usuario conformista.
 - Usuario que da más importancia a la compañía y al ambiente que al propio evento.
- Usuario exigente.
 - Usuario que valora más la calidad del bar (precio, televisión, ambiente...).
- Usuario "Erasmus".
 - Usuario que ha cambiado su lugar de residencia y por lo tanto cambian también los equipos y deportes.

Vamos a necesitar mucha información para diseñar nuestra aplicación a gusto del consumidor y no como un diseñador informático, para ello realizaremos entrevistas, formularios y análisis de la competencia.

Las entrevistas se realizarán en parejas para que uno pueda entrevistar y otro tomar notas o si es individual se grabarán (previa autorización del entrevistado) para que no pierda detalle de las respuestas.

Los formularios servirán para complementar la información obtenida por las entrevistas ya que se recogerán datos de un número mayor de personas. Se distribuirán mediante redes sociales ("Whatsapp", "Facebook") para una respuesta más rápida.

Los datos que necesitamos recolectar se centran en los hábitos de las personas frente a eventos deportivos.

Intentaremos que sin hablar de las posibles funcionalidades, los usuarios nos expresen qué les gustaría y cómo en la aplicación.

Prestaremos especial atención en los dispositivos utilizados por los entrevistados para buscar información. Confiando en que el smartphone sea el predominante.

- Destinaremos un día para poner en común ideas para las entrevistas, así como la elaboración de un guión a seguir en las mismas.
- Una semana para realizar las entrevistas y encuestas.
- Una semana para sacar conclusiones de las entrevistas y encuestas, tales como: usuarios potenciales, posibles funcionalidades, factoides ...
- A la vez que las conclusiones se realizará un estudio de la competencia.
- Fin de semana de *Hito 1: investigación* se filtrarán todos los documentos acumulados y se organizarán para la entrega.