

Sprint 1



Escuela Superior de Ingeniería Informática
Integración de Sistemas Informáticos

NAJ Technologies

Adrián Donate García

Julián Vicente García Villarrubia Naranjo

Nicolás Simarro Akhdi

1. Nombre de la compañía, grupo y roles tecnológicos.

- Adrián Donate García → Frontend
- Julián Vicente García Villarrubia Naranjo → Testing
- Nicolás Simarro Akhdi → Backend

2. Motivación

Hemos creado la empresa *NAJ Technologies* para la realización de las prácticas de la asignatura Integración de Sistemas Informáticos.

3. Objetivos y subobjetivos

El objetivo principal de la empresa es el de utilizar Twitter API y Spotify API para recoger datos sobre canciones en Spotify y comentarios en Twitter, para así poder saber la opinión de la gente sobre esas canciones o el grado de su popularidad en Spotify.

Otro objetivo que cumplir es de analizar las opiniones y la popularidad para realizar estadísticas sobre las canciones.

4. Casos de uso principales (2-3 casos de uso).

- Registrarse e iniciar sesión.
- Realizar pago a través de PayPal, tarjeta bancaria.
- Mostrar tweets sobre canciones populares en Spotify.
- Mostrar canción/es más comentada/s en Twitter.
- Mostrar canción/es más reproducida en Spotify.
- Mostrar estadísticas.

5. TAM & SAM

- **TAM:** el TAM de nuestra empresa abarcaría a personas destinadas a aceptar y utilizar nuestra tecnología de la red social. El modelo nos sugiere que los usuarios se enfrentan a una tecnología nueva, existen un conjunto de factores que influyen sobre cómo y cuándo lo utilizarán, dentro tendremos 3 tipos la utilidad percibida en el cual el usuario creará que utilizando nuestra tecnología lo destacará a él. Otra característica importante es la facilidad percibida de uso proporcionarle al usuario la mayor facilidad de utilizar el sistema, y por último que el usuario se encuentre en una actividad placentera al consultar los tweets.

Tamaño del mercado que podría utilizar nuestra aplicación

- **SAM:** el SAM de nuestra empresa abarcaría a personas de entre 15 años y 45 años que utilicen Twitter y Spotify. Esto es porque se trata de una empresa en la que se utiliza una red social como es Twitter y de una aplicación de reproducción de música online como es Spotify donde personas con una edad tan elevada no hacen uso de estas aplicaciones, al igual ocurre con niños, ya que estos no disponen aun de tecnologías como móviles u ordenadores por lo que predecimos que se use a partir de los 15 años.

6. Business Model Canvas

PLANTILLA MODELO CANVAS		Diseñado para:	Diseñado por:	Fecha:	Versión:
		ISINAJ TECHNOLOGIES	Nicolás, Adrián y Julián	24/02/2022	X
Socios clave <ul style="list-style-type: none"> -Nuestros socios clave serían los empresarios de la compañía spotify y de twitter, y el cloud service, ya que si caen ellos, pues nuestra empresa caería. -Nuestros proveedores pues serían los que suministran el acceso a internet y a una serie de servicios adicionales (aplicación de twitter, spotify, acceso a news, mantenimiento de sistemas. -Nuestros socios nos ofrecen sus propias consultorías o sw adicional como la red social twitter o la aplicación de servicio multimedia redes. -Las actividades clave que realizan los socios son la de ofrecernos su propio sw, y a su vez en twitter decimos los tweets mas comentados o con mejores reseñas, y en spotify las canciones mas escuchadas 	Actividades clave <p>Intermediario entre los que producen el tweet/las canciones.</p> <p>Usuarios.</p> <p>Poner en contacto al cliente con las canciones y los tweets en la página web</p> <p>CATEGORÍAS</p> <p>Plataforma web, Canciones</p>	Propuestas de valor <ul style="list-style-type: none"> - Consultar las estadísticas de los tweets/canciones (mas likes, que esté en tendencias, mas reseñas...) - El tweet/canción mas popular - Comodidad. 	Relación con clientes <ul style="list-style-type: none"> -Ofrecer tweets/canciones que resulten interesantes y eficaces -El cliente sabrá que va a hablar con un experto en tendencias 	Segmentos de clientes <ul style="list-style-type: none"> -Personas con edades entre los 15-45 años -Libre de ámbito geográfico 	
Recursos clave <ul style="list-style-type: none"> -Infraestructura o web local -Capital que vamos a aportar -Aportación de los socios -Aportación tecnológica -Dominio hosting Wi-Fi 		Canales <ul style="list-style-type: none"> -RRSS -Periódico -TV 			
Estructura de costos <ul style="list-style-type: none"> -Pagar al estadístico, -Pagar al diseñador web -Invertir en BBDD -Pagar al community manager, 		Fuente de ingresos <p>Pay-pal</p> <p>Tarjeta de Crédito</p> <p>Transferencia bancaria</p> <p>Airtm</p> <p>Bizum</p> <p>(Los ingresos de la compañía sería principalmente por las suscripciones)</p>			

7. Customer journey

El recorrido que nuestro cliente ideal va a realizar le va a llevar por varias etapas:

El cliente ideal va a ser una persona que se dedique al mundo de las redes sociales, como Instagram, TikTok, YouTube, Twitch, etc., por lo que en estas redes sociales va a ser necesario el uso de canciones, pero no una canción cualquiera, nuestro cliente ideal es una persona muy famosa y con miles o millones de seguidores que ven sus historias, sus publicaciones, etc., todos los días, por lo que esa canción tiene que ser perfecta. Es por esto por lo que nuestro cliente ideal va a necesitar de una herramienta que le facilite la tarea de conocer la canción o canciones más escuchadas recientemente o las más populares. A continuación, nuestro cliente pasa a la primera etapa.

- Descubrimiento:

Nuestro cliente ideal a través de un anuncio en una de las redes sociales que usa ve un anuncio de nuestra aplicación. También puede ser que como se mueve por el mundo de las redes sociales, le salga una publicación de alguien que ya está usando nuestra herramienta o directamente un “influencer” haciendo publicidad de nuestra aplicación.

- Investigación o comparación:

El cliente ideal se le está pasando por la cabeza usar nuestra herramienta, está pensando que puede ser buena idea escoger una canción que sea muy popular y ver ciertas estadísticas de las canciones. Piensa que antes lo que hacía era poner una canción que escuchaba en las redes sociales, pero no se paraba a pensar si esa canción que a nuestro cliente sí le gusta, les gustaba a sus seguidores. Entonces ve buena idea probar nuestra herramienta.

- Uso del servicio:

Nuestro cliente va a hacer una publicación y necesita urgentemente una canción y ya conoce nuestra aplicación, por lo que se dispone a utilizarla. Lo primero que hace es probarla sin iniciar sesión para comprobar que funciona. Una vez que la prueba ve que pagando una suscripción puede hacer uso de más funciones “premium”, para ello se registra en nuestra aplicación y procede a realizar el pago de la suscripción. Haciendo uso de la aplicación, visualiza que hay numerosas estadísticas en base a los tweets más recientes sobre las canciones populares en Spotify y ve que hay una canción que es bastante popular en Spotify que es la más comentada en Twitter con las mejores opiniones, esta canción se encuentra en el Top 1 de la última semana, por lo que decide usarla en sus redes sociales.

8. KPIs & OKR

KPIs:

- Número de usuarios que visitan la página al mes
- Número de usuarios que se registran al mes
- Número de usuarios que se subscriben al mes
- Número de usuarios que se eliminan su cuenta al mes
- Números de usuarios que dejan de pagar la suscripción al mes

OKRs:

- Conseguir 120.000 visitas el primer año
- Lograr 80.000 registros el primer año
- Obtener 50.000 € de suscripciones el primer año