

# GigMate | Unidos por la música

Diseño y conceptualización de una *match app* para conectar a personas que comparten la pasión por los eventos musicales y los festivales



**Andrea Castellví Mitjavila**

Máster universitario de Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario





Esta obra está sujeta a una licencia de  
Reconocimiento-  
NoComercial-SinObraDerivada 3.0  
[España de Creative Commons](#)

Foto de portada de [Danny Howe](#) en [Unsplash](#)



## FICHA DEL TRABAJO

### Título del trabajo

#### **GigMate | Conectados por la música**

Diseño y conceptualización de una *match app* para conectar a personas que comparten la pasión por los eventos musicales y los festivales.

### Nombre de la autora

**Andrea Castellví Mitjavila**

### Tutor de TFM

**Sebastián Marichal Baráibar**

### PRA

**Ferran Gimenez Prado**

### Fecha de entrega

**10/06/2024**

### Titulación o programa

**Máster universitario de Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario (UX)**

### Área del Trabajo Final

**Experiencia de Usuario**

### Idioma del trabajo

**Castellano**

### Palabras clave

**#UX #aplicación #música #conectar**

## RESUMEN

GigMate es una *match app* diseñada para quienes comparten la pasión por la música, desde los eventos, conciertos y festivales hasta encontrar otros músicos con quien formar proyectos musicales. En base a una variedad de funcionalidades, la plataforma permite a los usuarios crear nuevas conexiones y amistades. GigMate no sólo es una *match app*, es también un medio para el *music event discovery* que además promueve el compromiso cultural conectando a los usuarios tanto a nivel personal como profesional.

Este proyecto se enfoca en desarrollar esta idea innovadora, utilizando la metodología del Diseño Centrado en el Usuario (DCU). Teniendo en cuenta las necesidades de su público objetivo, se ha diseñado un prototipo del producto y se ha testado con potenciales usuarios.

## ABSTRACT

GigMate is a match app designed for those who share a passion for music, from events, concerts and festivals to finding other musicians to form music projects with. Based on a variety of features, the platform allows users to create new connections and friendships. GigMate is not only a match app, it's also a platform for music event discovery that promotes cultural engagement by connecting individuals both on a personal and professional level.

This project is focused on developing this innovative idea, utilizing the User-Centered Design (UCD) methodology. Taking into account the needs of its target audience, a product prototype has been designed and tested with potential users.



# ÍNDICE

<b>1. Introducción</b>	
<b>1.1 Contexto y Justificación</b> .....	7
1.1.1 La creciente demanda de la música en directo	
1.1.2 La música como punto de conexión	
1.1.3 Cambio de paradigma. Enfoque holístico	
<b>1.2 Objetivos</b> .....	8
1.2.1 Objetivos primarios	
1.2.2 Objetivos secundarios	
<b>1.3 Enfoque, etapas y métodos a seguir</b> .....	9
1.3.1 Diseño centrado en el usuario (DCU)	
1.3.2 Modelo <i>Double Diamond</i>	
<b>1.4 Planificación del trabajo</b> .....	10
1.4.1 Etapas	
1.4.2 Descripción de los capítulos de la memoria	
1.4.3 Diagrama de Gannt	
<b>2. Investigación</b>	
<b>2.1 Desk Research</b> .....	13
2.1.1 La pasión por la música en directo es evidente	
2.1.2 La generación Millennial lidera en asistencia a conciertos y festivales de música	
2.1.3 El descubrimiento de los eventos de música en directo	
2.1.4 Definición del término <i>match app</i> y justificación	
2.1.5 Motivaciones clave de los usuarios para el uso de las <i>match apps</i>	
2.1.6 Limitaciones y barreras	
2.1.7 Conclusiones	
<b>2.2 Benckmarking</b> .....	17
2.2.1 Criterios de análisis	
2.2.2 Selección de competidores	
2.2.3 Tabla comparativa	
2.2.4 Conclusiones	
<b>2.3 Encuestas</b> .....	20
2.3.1 Metodología	
2.3.2 Objetivos	
2.3.3 Análisis de los resultados	
2.3.4 Conclusiones	
<b>2.4 Entrevistas</b> .....	22
2.4.1 Proto-persona	
2.4.2 Metodología	
2.4.3 Objetivos	
2.4.4 Participantes	
2.4.5 Preguntas de investigación	
2.4.6 Análisis de los resultados	
2.4.7 Conclusiones	
<b>3. Definición</b>	
<b>3.1 Perfil de usuario</b> .....	28
<b>3.2 User Persona</b> .....	29
3.2.1 <i>User Persona</i> 01 - Sanja	
3.2.2 <i>User Persona</i> 02 - Miquel	
3.2.3 <i>User Persona</i> 03 - Marta	
<b>3.3 Escenarios</b> .....	33
3.3.1 Escenario 01 - Sanja	
3.3.2 Escenario 02 - Sanja	
3.3.3 Escenario 03 - Marta	
3.3.4 Escenario 04 - Miquel	
<b>3.4 User Journey</b> .....	36
3.4.1 <i>User Journey</i> 01 - Sanja	
3.4.2 <i>User Journey</i> 02 - Sanja	
3.4.3 <i>User Journey</i> 03 - Marta	
3.4.4 <i>User Journey</i> 04 - Miquel	
<b>3.5 Propuesta de Valor</b> .....	41
3.5.1 <i>Value Proposition Canvas</i>	
<b>3.6 Requisitos de diseño</b> .....	43
3.6.1 Lista de requisitos	
<b>3.7 Conclusiones</b> .....	44
<b>4. Prototipado</b>	
<b>4.1 Inventario de contenidos</b> .....	46



<b>4.2 Card Sorting</b> .....	53
4.2.1 Metodología	
4.2.2 Análisis de los resultados	
<b>4.3 Árbol de contenidos</b> .....	56
<b>4.4 Diagramas de flujo</b> .....	58
4.4.1 Diagrama de flujo 01 - Sanja	
4.4.2 Diagrama de flujo 02 - Sanja	
4.4.3 Diagrama de flujo 03 - Marta	
4.4.4 Diagrama de flujo 04 - Miquel	
<b>4.5 Sketching &amp; Wireframing</b> .....	63
4.5.1 Bocetos	
4.5.2 Wireframes	
4.5.3 Metodología	
<b>4.6 UI KIT/ Guía de estilo</b> .....	65
4.6.1 Colores	
4.6.2 Tipografía	
4.6.3 Botones	
4.6.4 Controles	
4.6.5 Iconos	
4.6.6 Logotipo & Slogan	
<b>4.7 Prototipo de alta fidelidad</b> .....	66
4.7.1 Metodología	
4.7.2 Conclusiones	
<b>5. Evaluación</b>	
<b>5.1 Evaluación Heurística</b> .....	69
5.1.1 Lista de heurísticas	
5.1.2 Conclusiones	
5.1.3 Modificaciones	
<b>5.2 Test con usuarios</b> .....	71
4.6.1 Metodología	
4.6.2 Escenarios	
4.6.3 Análisis de los resultados	
4.6.3 Conclusiones	

<b>5.3 Actualización del prototipo</b> .....	74
<b>5.4 Conclusiones</b> .....	78

**6. Bibliografía**

<b>6.1 Referencias bibliográficas</b> .....	80
<b>6.2 Ilustraciones y fotografías</b> .....	82
<b>6.3 Gráficos y tablas</b> .....	83

**7. Anexo**

<b>7.1 Benchmarking - Fichas de competidores</b> .....	85
<b>7.2 Resultados de la encuesta</b> .....	89
<b>7.3 Consentimiento informado (entrevistas)</b> .....	94
<b>7.4 Guión y transcripción de las entrevistas</b> .....	96
<b>7.5 Mapa de afinidad</b> .....	102
<b>7.6 Consentimiento informado (test con usuarios)</b> .....	105



# 1. INTRODUCCIÓN

---





## 1.1 CONTEXTO Y JUSTIFICACIÓN

### 1.1.1 La creciente demanda de la música en directo

El contexto actual en el mundo de la música se caracteriza por un notable crecimiento y expansión. Las proyecciones indican que el mercado musical aumentará de 28,29 mil millones de dólares en el año actual a 42,62 mil millones de dólares en los próximos cinco años, marcando una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 8,54%. La industria de la música ha experimentado un avance significativo hacia la internacionalización, impulsando la interconexión digital y creando una comunidad global más conectada que nunca, lo que permite que tanto los fans como los artistas interactúen de maneras que antes no eran posibles.<sup>[1]</sup>

En un mundo con diversas opciones de entretenimiento, la pasión del público por la música en directo es evidente. El año 2023 fué excepcional con una venta de entradas proyectada en 9,5 mil millones de dólares al final del año y estimadas en alcanzar los 10,5 mil millones de dólares en el 2027. La asistencia a eventos de música en vivo ha superado incluso los niveles anteriores a la pandemia del 2019, demostrando la resiliencia y la atracción duradera de estas experiencias. La motivación principal para asistir a estos eventos es el deseo de los fans de ver sus artistas favoritos, pero también se destaca la importancia de la experiencia en comunidad y el evadirse de la rutina diaria.<sup>[2]</sup>

Live Nation, indiscutiblemente la principal promotora de conciertos y festivales a nivel mundial, ha anunciado que el año 2023 batió récord tanto en asistencia como en venta de entradas. Según detallan en su informe de cierre de año, 145 millones de personas participaron en alrededor de 50,000 eventos en todo el mundo. En comparación con los datos de 2022, esto representa un aumento del 20% en asistencia.<sup>[3]</sup>

GigMate se alinea con el crecimiento de la industria de la música mediante funcionalidades que permiten al usuario descubrir eventos musicales y conectarse con otros usuarios. La plataforma aprovecha el auge de los eventos en directo ofreciendo un servicio tanto para las personas que buscan experiencias musicales compartidas como para los artistas y organizadores de eventos que buscan promover sus actividades.

### 1.1.2 La música como punto de conexión

La música es una de las pocas formas de entretenimiento que ha permanecido como una parte significativa de la vida cotidiana durante miles de años. Más que simple entretenimiento, la música es una forma de arte y un medio crucial para el intercambio cultural. Su capacidad para evocar emociones y construir puentes entre culturas la hace única en su habilidad para conectar a las personas.

GigMate no sólo facilita el *event discovery* si no que permite a los usuarios compartir experiencias y crear recuerdos, fortaleciendo la comunidad en torno a la música.

### 1.1.3 Cambio de paradigma. Enfoque holístico

Tradicionalmente, las *match apps / date apps*, se han centrado en la compatibilidad romántica, utilizando algoritmos para emparejar a los usuarios en función de sus preferencias y perfiles. Sin embargo, el cambio de paradigma actual reconoce que las relaciones humanas son multifacéticas y que las personas buscan más que solo encuentros románticos. En consecuencia, están comenzando a ofrecer maneras de conectar a las personas basadas en intereses comunes, actividades y pasiones, como la música, el arte, los deportes y más.

Este enfoque más holístico permite a los usuarios formar amistades, colaboraciones profesionales y expandir sus redes sociales, además de sus relaciones románticas. Las plataformas que adoptan este nuevo paradigma están diseñadas para ser más inclusivas y reflejar mejor la diversidad de las interacciones humanas en la vida real.

Además de Bumble, que ha sido pionero en este cambio de paradigma con su modalidad Bumble BFF<sup>[4]</sup>, una plataforma diseñada para hacer nuevas amistades, existen otros productos que también han innovado en la forma de conectar a la gente, como por ejemplo; Badi<sup>[5]</sup>, que destaca la importancia de encontrar el compañero de piso ideal y no solo un lugar donde vivir, o Joppy<sup>[6]</sup>, que conecta a profesionales del sector tecnológico con oportunidades de empleo que se alinean 100% con sus habilidades, experiencia y necesidades. Todos estos productos se enfocan en la calidad de las conexiones rompiendo con los modelos tradicionales de sus respectivos sectores.

GigMate busca formar parte de este cambio de paradigma, ofreciendo una plataforma dónde la música sea un punto de conexión, permitiendo a los usuarios crear conexiones genuinas y amistades basadas en intereses musicales compartidos.



## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivos primarios

#### Diseño de una aplicación

El objetivo principal de este proyecto es el diseño y conceptualización de una aplicación que permita al usuario crear nuevas conexiones/ amistades, descubrir eventos musicales a los que poder asistir en grupo o individualmente y la oportunidad de conectar con otros usuarios para crear proyectos musicales.

#### Descubrir eventos - GigMate

Ofrecer una plataforma para el descubrimiento de eventos musicales, desde pequeños conciertos a grandes festivales, permitiendo al usuario estar al día de la escena musical, participar activamente en ella y compartir la experiencia con nuevas conexiones.

#### Colaboración musical - BandMate

Crear oportunidad para que los músicos encuentren otros con intereses similares para colaborar, formar grupos o trabajar en proyectos musicales.

#### Innovar en la forma en que se conectan las personas

GigMate busca crear un espacio donde la música no sea solo un fondo, sino el eje central que impulse nuevas formas de interacción y descubrimiento social.

#### Interfaz intuitiva y funcional

Diseñar una aplicación siguiendo la metodología de diseño centrado en el usuario, garantizando una buena usabilidad y cómo resultado una interfaz intuitiva que permita a los usuarios navegar eficientemente entre las diferentes funcionalidades.

#### Accesibilidad e inclusión

Garantizar que todos los usuarios, independientemente de sus habilidades, capacidades, origen, identidad o cultura, tengan la oportunidad de participar plenamente en la experiencia que ofrece la aplicación. Aseguramos este objetivo cumpliendo con los estándares de accesibilidad, incorporando los principios de diseño inclusivo y testeando el producto para adecuarlo a las necesidades de todos los posibles usuarios.

#### Conexión a través de la música

Facilitar la conexión entre individuos que comparten intereses musicales, fomentando los encuentros y las experiencias compartidas.

#### Experiencia personalizada

Implementar algoritmos que personalicen las recomendaciones de eventos musicales y conexiones entre usuarios basadas en las preferencias de cada uno.

### 1.2.2 Objetivos secundarios

#### Integración con plataformas de música

Colaborar con servicios de *streaming* y otras plataformas de música para integrar funcionalidades que enriquezcan la experiencia del usuario.

#### Fomento de la cultura musical

Promover el compromiso cultural con el *event discovery* donde artistas emergentes y establecimientos puedan quedar expuestos a más asistentes.

#### Promoción de la diversidad musical

Asegurar que la plataforma represente una amplia gama de géneros musicales y culturas, reflejando así la diversidad de la comunidad musical. Para lograr este objetivo queremos abarcar un catálogo de eventos musicales diverso e inclusivo interactuando activamente con la comunidad, usando los datos para informar nuestra selección de contenido y estableciendo colaboraciones con artistas de diversos orígenes. Todo esto, mientras garantizamos que la plataforma sea accesible y educativa para todos los usuarios.

#### Apoyo a la industria musical

Contribuir al crecimiento y la vitalidad de la industria musical al apoyar a los eventos en directo y la difusión/ creación de nueva música.



## 1.3 ENFOQUE, ETAPAS Y MÉTODOS A SEGUIR

### 1.3.1 Diseño centrado en el usuario (DCU)

Para lograr una conceptualización y diseño efectivos de la aplicación GigMate, se seguirá el proceso estructurado de diseño centrado en el usuario<sup>[7]</sup>. Esta metodología nos permitirá involucrar a los usuarios en todas las fases del desarrollo, asegurando un producto que se adapte a sus necesidades específicas, limitaciones, deseos y contexto. Al enfocarnos en las personas y sus experiencias con la música, no solo logramos crear una aplicación intuitiva y funcional, sino que también establecemos conexiones significativas y enriquecedoras. Este enfoque va a ser importante tanto para la planificación del proyecto como para la selección de los métodos y técnicas a utilizar.

El proceso de desarrollo se divide en cuatro fases que se trabajarán de forma iterativa. Las fases de investigación y definición y posteriormente las fases de generación y evaluación.

#### Investigación

En esta etapa, el objetivo es comprender profundamente el mercado, el público objetivo y las tendencias actuales en la industria de la música y de aplicaciones de citas, para definir el problema a resolver.

#### Definición

Con la información recopilada, procederemos a definir claramente los objetivos del proyecto, el público objetivo y las características clave de la aplicación.

#### Generación

Esta etapa se centra en la creación de prototipos de baja y alta fidelidad de la aplicación, lo que permitirá visualizar y probar las ideas de diseño antes de la implementación.

#### Evaluación

Después de probar los prototipos, se evalúan los resultados para identificar áreas de mejora y se valida la dirección del proyecto.

### 1.3.2 Modelo *Double Diamond*

Como modelo a seguir utilizaremos el modelo *Double Diamond*. Un proceso de diseño que se utiliza para abordar problemas complejos y desarrollar soluciones innovadoras. Fue popularizado por el *British Design Council* y se ha convertido en una metodología estándar en la industria del diseño.<sup>[8]</sup>

El modelo se divide en cuatro fases principales, organizadas en dos “diamantes”, que representan la divergencia y la convergencia del proceso de pensamiento en cada etapa.

#### Primer Diamante: Descubrir y Definir

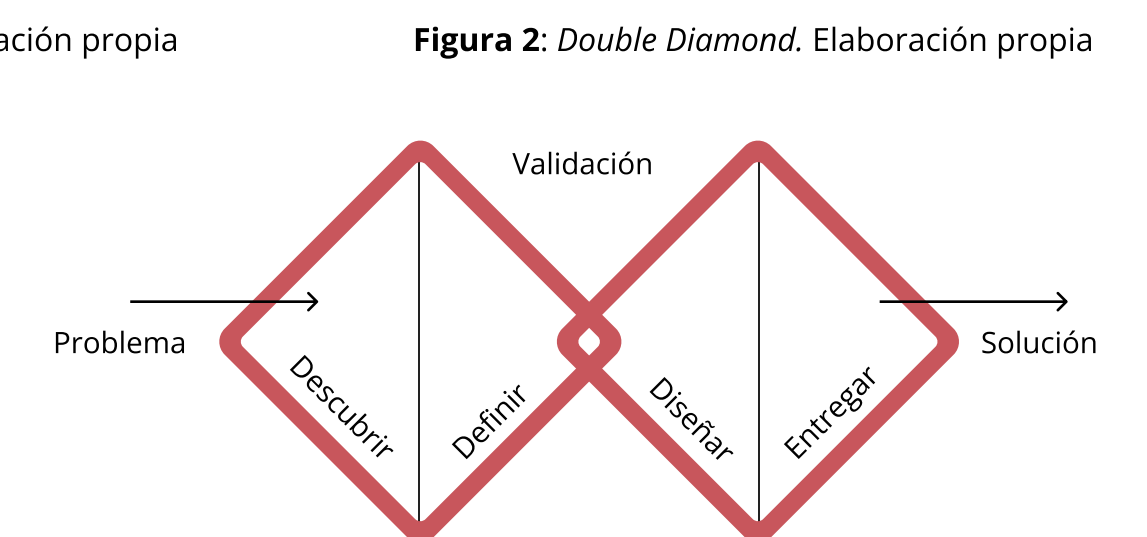
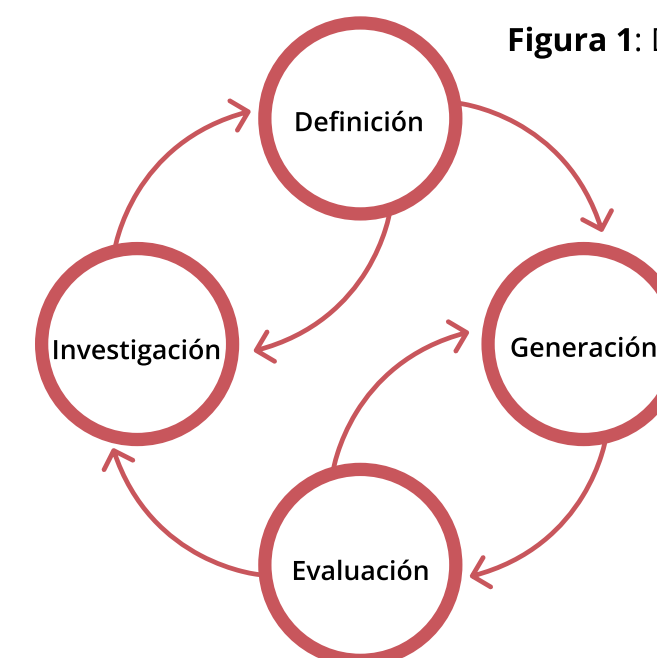
Empezaremos con una fase divergente y de exploración donde se busca entender el contexto del problema, las necesidades de los usuarios y las oportunidades de innovación. Utilizaremos métodos como el *desk research*, *benchmarking*, encuestas y entrevistas. Ante todo se busca empatizar con el usuario para obtener una comprensión profunda de sus experiencias y perspectivas.

Seguidamente, se analiza y sintetiza la información recopilada para identificar patrones y factores clave. Se define claramente el problema a resolver, estableciendo límites y especificaciones para el proyecto. Esto guiará las decisiones en las siguientes etapas.

#### Segundo Diamante: Desarrollar y Entregar

En esta fase se generan tantas ideas como sea posible, buscando soluciones creativas y fuera de lo común. Seleccionando las ideas más prometedoras se crean prototipos que nos servirán para explorar cómo podrían ponerse en práctica. Aquí entramos en un proceso de iteración, probando y refinando los prototipos, iterando el diseño en respuesta al *feedback* de los usuarios y otras personas, hasta dar con la solución final incorporando todas las mejoras y aprendizajes obtenidos a lo largo de todo el desarrollo.

El modelo *Double Diamond* es altamente valorado por su enfoque centrado en el usuario y por su estructura flexible, que permite adaptarse a diferentes tipos de proyectos y sectores. Su aplicación en el desarrollo de GigMate ayudará a asegurar que la plataforma sea innovadora, relevante y centrada en las necesidades y deseos de los usuarios.





# 1.4 PLANIFICACIÓN DEL TRABAJO

## 1.4.1 Etapas

Las etapas se desglosan mediante una lista de métodos o herramientas que se emplearán a lo largo de este proyecto, el cual requerirá aproximadamente 300 horas de trabajo. Es importante tener en cuenta que el plan de trabajo es una guía que podría experimentar modificaciones debido a la naturaleza iterativa del modelo empleado. Por lo tanto, algunos métodos podrían cambiar o prolongarse en el tiempo.

En la planificación del calendario se han establecido varias fechas fijas asociadas a las entregas de cada una de las actividades. Estas entregas también servirán para dividir el proyecto en diferentes fases:

- Plan de trabajo (R1)
- Investigación, definición e ideación (R2)
- Prototipado (R3)
- Evaluación, fase final y memoria (R4)
- Vídeos de presentación (R5)
- Defensa y Comisión Evaluadora (R6)

## 1.4.2 Descripción de los capítulos de la memoria

### Capítulo 1: Introducción

En este primer capítulo, se desarrolla la introducción inicial de la temática seleccionada para el proyecto, abordando el contexto y justificación del tema. Además, se definen los objetivos, se establece un enfoque, se describe la metodología a seguir y se elabora un calendario de trabajo que guiará el desarrollo de las distintas etapas.

### Capítulo 2: Investigación

El segundo capítulo aborda la fase de investigación, donde se realiza un *desk research* y *benchmarking* para comprender a fondo la situación actual y sus desafíos, así como el mercado y sus competidores. Se elabora un plan de investigación para identificar al público objetivo y se llevan a cabo entrevistas y encuestas con personas que se ajusten al perfil de usuario definido.

### Capítulo 3: Definición

En este tercer capítulo, consolidamos la información recopilada hasta ahora y definimos al público objetivo mediante la creación de personas. A través de la elaboración de los escenarios y *User Journeys*, exploramos en profundidad el proceso de interacción del usuario al usar la plataforma. Así, será posible concretar la propuesta de valor del producto y establecer los requisitos de diseño.

## Capítulo 4: Prototipado

En el tercer capítulo, iniciamos la fase de desarrollo de prototipos, alineándose a partir de la lista de requisitos y las funcionalidades del producto recopiladas en las fases anteriores. Emplearemos herramientas como el *Card Sorting* y la creación de un Árbol de Contenidos para establecer su arquitectura y explicaremos de manera más detallada el proceso de interacción, creando y examinando sus diagramas de flujo.

## Capítulo 5: Evaluación

En esta fase final, llevamos a cabo una evaluación del producto en colaboración con expertos y usuarios. Implementamos las modificaciones necesarias y perfeccionamos la versión final del prototipo interactivo.

## 1.4.3 Diagrama de Gannt

Para una gestión de proyecto más visual y eficiente, se ha implementado un diagrama de Gantt. Este diagrama permite organizar y estructurar cada fase, estimando el tiempo y esfuerzo requeridos para cada una de las actividades.

Link: <https://plan.tomsplanner.com/public/tfmandreacastellvi>

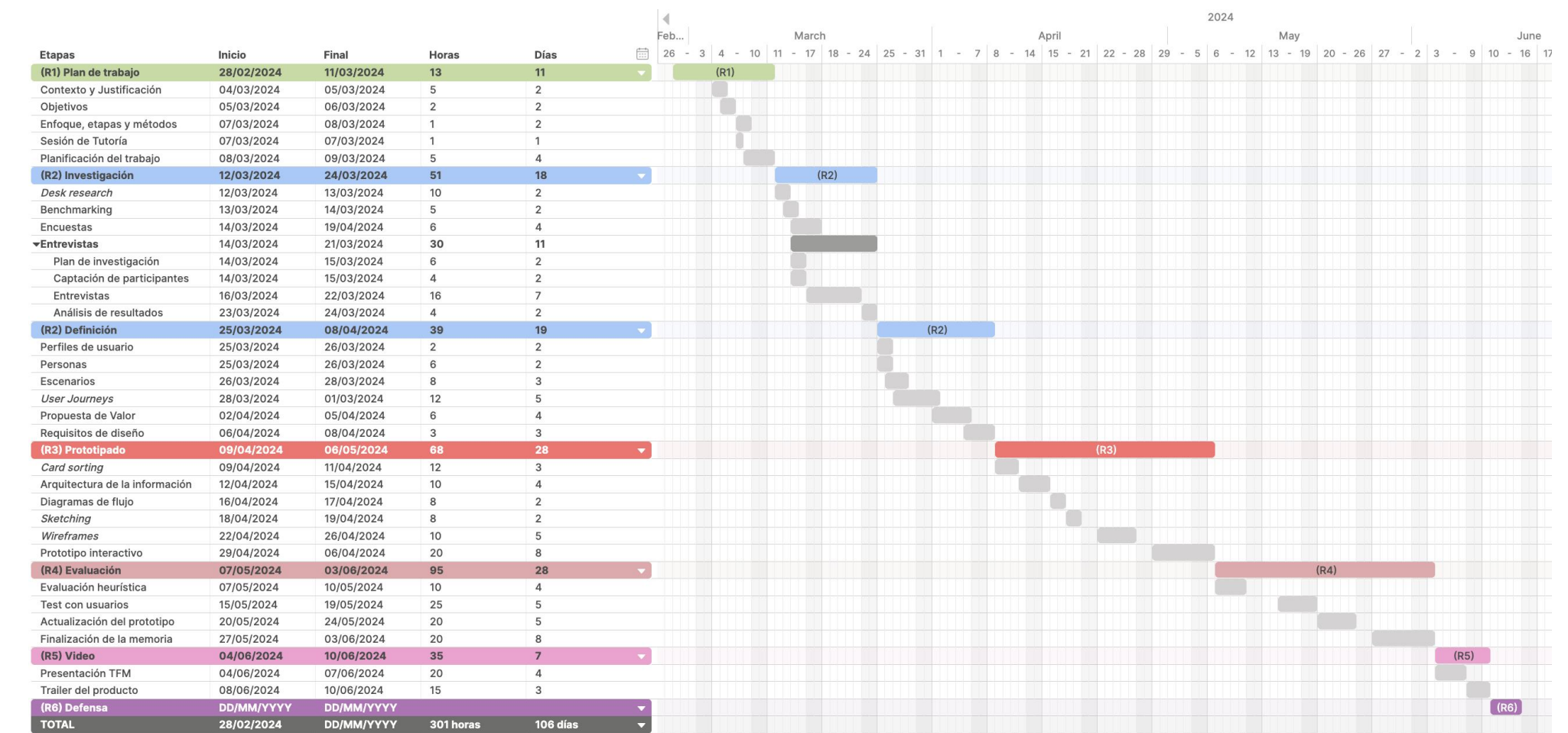


Figura 3: Planificación del trabajo. Diagrama de Gannt. Elaboración propia. Herramienta: Tom's Planner



Figura 4: Ampliación. Planificación del TFM. Elaboración propia. Herramienta: Tom's Planner

Etapas	Inicio	Final	Horas	Días	
<b>(R1) Plan de trabajo</b>	<b>28/02/2024</b>	<b>11/03/2024</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	▼
Contexto y Justificación	04/03/2024	05/03/2024	5	2	
Objetivos	05/03/2024	06/03/2024	2	2	
Enfoque, etapas y métodos	07/03/2024	08/03/2024	1	2	
Sesión de Tutoría	07/03/2024	07/03/2024	1	1	
Planificación del trabajo	08/03/2024	09/03/2024	5	4	
<b>(R2) Investigación</b>	<b>12/03/2024</b>	<b>24/03/2024</b>	<b>51</b>	<b>18</b>	▼
<i>Desk research</i>	12/03/2024	13/03/2024	10	2	
Benchmarking	13/03/2024	14/03/2024	5	2	
Encuestas	14/03/2024	19/04/2024	6	4	
▼Entrevistas	14/03/2024	21/03/2024	30	11	
Plan de investigación	14/03/2024	15/03/2024	6	2	
Captación de participantes	14/03/2024	15/03/2024	4	2	
Entrevistas	16/03/2024	22/03/2024	16	7	
Análisis de resultados	23/03/2024	24/03/2024	4	2	
<b>(R2) Definición</b>	<b>25/03/2024</b>	<b>08/04/2024</b>	<b>39</b>	<b>19</b>	▼
Perfiles de usuario	25/03/2024	26/03/2024	2	2	
Personas	25/03/2024	26/03/2024	6	2	
Escenarios	26/03/2024	28/03/2024	8	3	
<i>User Journeys</i>	28/03/2024	01/03/2024	12	5	
Propuesta de Valor	02/04/2024	05/04/2024	6	4	
Requisitos de diseño	06/04/2024	08/04/2024	3	3	
<b>(R3) Prototipado</b>	<b>09/04/2024</b>	<b>06/05/2024</b>	<b>68</b>	<b>28</b>	▼
<i>Card sorting</i>	09/04/2024	11/04/2024	12	3	
Arquitectura de la información	12/04/2024	15/04/2024	10	4	
Diagramas de flujo	16/04/2024	17/04/2024	8	2	
<i>Sketching</i>	18/04/2024	19/04/2024	8	2	
<i>Wireframes</i>	22/04/2024	26/04/2024	10	5	
Prototipo interactivo	29/04/2024	06/04/2024	20	8	
<b>(R4) Evaluación</b>	<b>07/05/2024</b>	<b>03/06/2024</b>	<b>95</b>	<b>28</b>	▼
Evaluación heurística	07/05/2024	10/05/2024	10	4	
Test con usuarios	15/05/2024	19/05/2024	25	5	
Actualización del prototipo	20/05/2024	24/05/2024	20	5	
Finalización de la memoria	27/05/2024	03/06/2024	20	8	
<b>(R5) Video</b>	<b>04/06/2024</b>	<b>10/06/2024</b>	<b>35</b>	<b>7</b>	▼
Presentación TFM	04/06/2024	07/06/2024	20	4	
Trailer del producto	08/06/2024	10/06/2024	15	3	
<b>(R6) Defensa</b>	<b>DD/MM/YYYY</b>	<b>DD/MM/YYYY</b>			▼
<b>TOTAL</b>	<b>28/02/2024</b>	<b>DD/MM/YYYY</b>	<b>301 horas</b>	<b>106 días</b>	▼



## 2. INVESTIGACIÓN

---





## 2.1 DESK RESEARCH

En la primera etapa de nuestra investigación, se ha realizado una búsqueda exhaustiva de datos y estadísticas con el objetivo de obtener una comprensión más profunda del perfil de usuarios al que dirigimos nuestro producto.

Este *desk research* se ha enfocado en dos aspectos principales. Por un lado, se ha abordado la situación de crecimiento constante en popularidad de los eventos en directo, analizando en detalle su audiencia. Por otro lado, se ha explorado el cambio de paradigma actual de las *match apps*, que están evolucionando hacia formas de conectar a las personas basadas en intereses comunes, actividades y pasiones.

Nuestro usuario objetivo se define como una persona que considera la música entre sus *hobbies* principales, mostrando disposición hacia la tecnología y a la conexión social a través de *match apps*. Para profundizar en las características demográficas, motivaciones y limitaciones a la hora de conectar con otras personas, nos apoyamos tanto en estadísticas relevantes sobre la industria musical como en datos actuales sobre el uso de *match apps*.

### 2.1.1 La pasión por la música en directo es evidente

Según estudios de UTA, en 2023 los conciertos fueron el evento de entretenimiento más concurrido entre los consumidores entre 15 y 69 años, con uno de cada tres asistiendo al menos a un concierto. A pesar de los desafíos económicos y el aumento de los precios de las entradas, el aumento en número de asistentes tiene mucho que decir sobre la atemporalidad y el amor universal por la música.<sup>[2]</sup>

Uno de cada tres amantes de la música indica que asistir a conciertos y festivales se ha vuelto más importante para ellos desde la pandemia. También es muy probable que los usuarios sigan incrementando el valor por estas experiencias compartidas a medida que el mundo se vuelve cada vez más virtual.

Además de asistir a más conciertos, los usuarios muestran un mayor interés por géneros más diversos. Desde el pop, hip-hop/rap, música latina y K-pop por los Gen Z (nacidos entre 1997 y 2012) y los Millennials hasta el rock/metal/punk y el country para los Gen X (nacidos entre 1946 y 1964).<sup>[2]</sup>

### Event Attendance

Among U.S Consumers 15-69

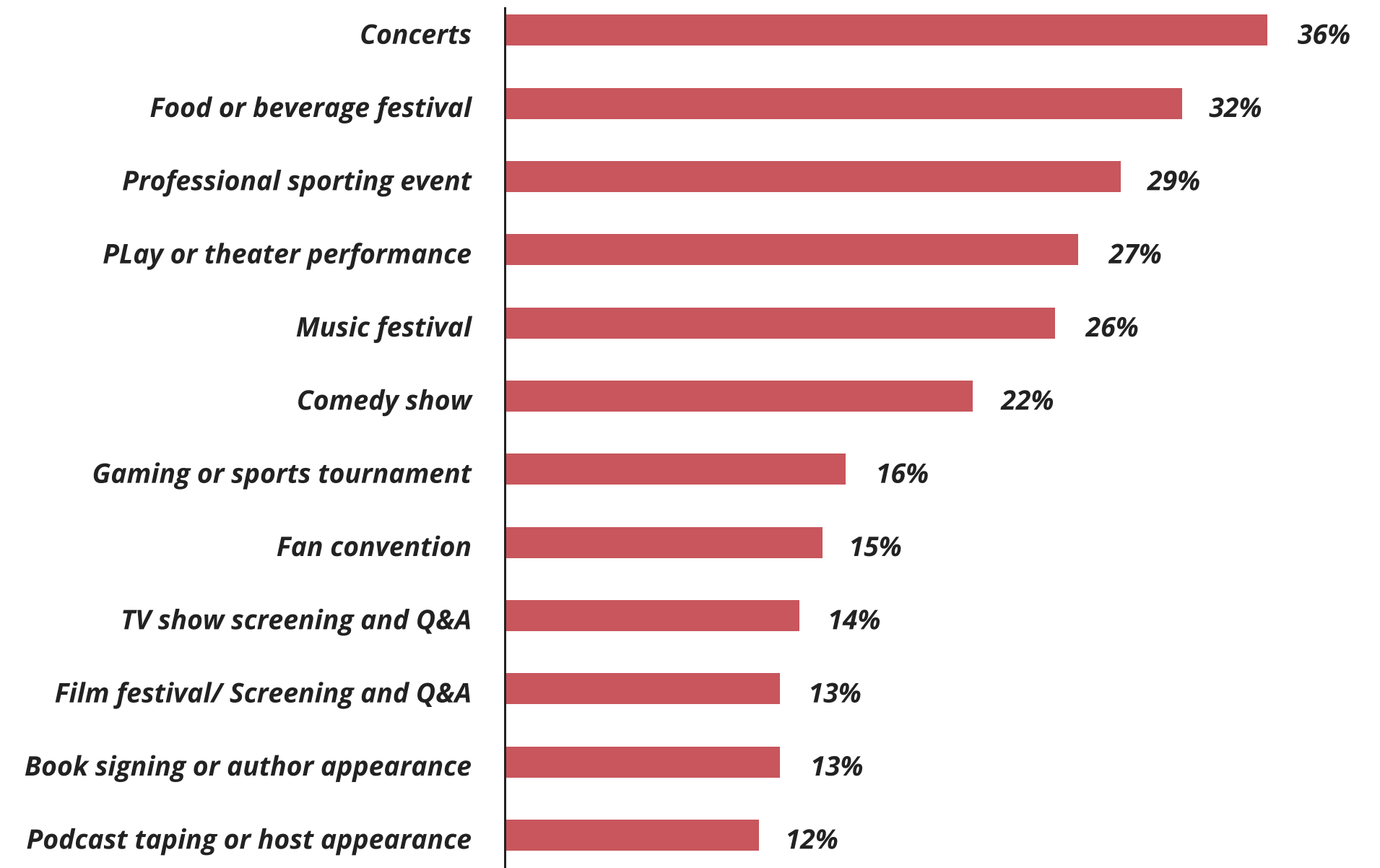


Figura 5: Gráfico. Event Attendance. UTA Study. Among U.S Consumers 15-69. Elaboración propia

### 2.1.2 La generación Millennial lidera en asistencia a conciertos y festivales de música

Los estudios de UTA demuestran de manera consistente que la generación Millennial ha priorizado las experiencias sobre los bienes materiales desde su juventud. A medida que esta generación envejece y alcanza sus años de máximos ingresos, retrasa momentos significativos como la compra de vivienda o la paternidad y apuesta por invertir en experiencias. Por lo tanto, los Millennials (nacidos entre 1981 y 1996) son la fuerza que impulsa el resurgimiento post-pandémico de la industria de la música en directo, con más miembros asistiendo a un concierto o festival en los últimos 12 meses que cualquier otra generación.

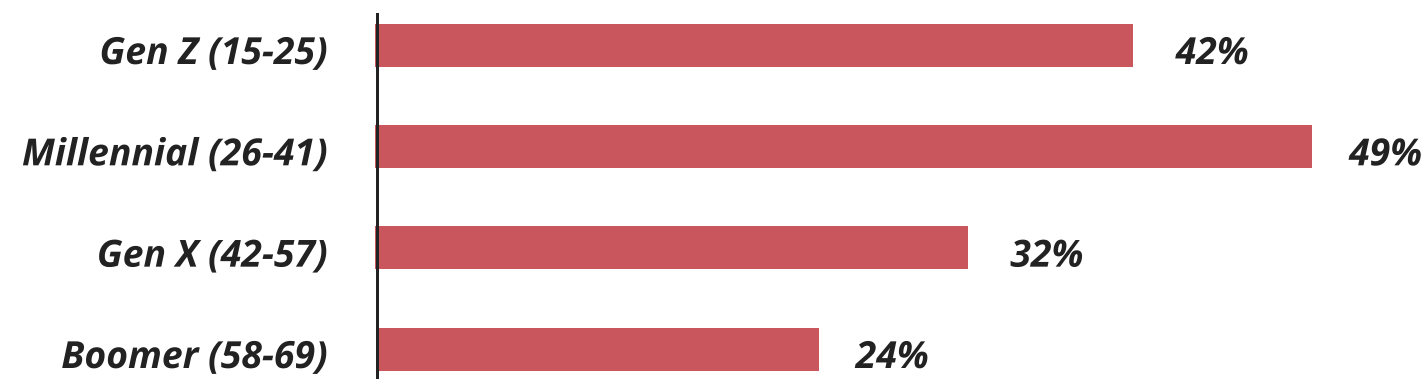


En este último año, los Millennials asistieron a un promedio de 5.7 conciertos y 6.1 festivales, mientras que los fans de la música en general asistieron a un promedio de 4.5 conciertos y 4.8 festivales.<sup>[2]</sup>

**Concert and Festival Attendance by Generation**

Among U.S Consumers 15-69

**Concert**



**Music Festival**

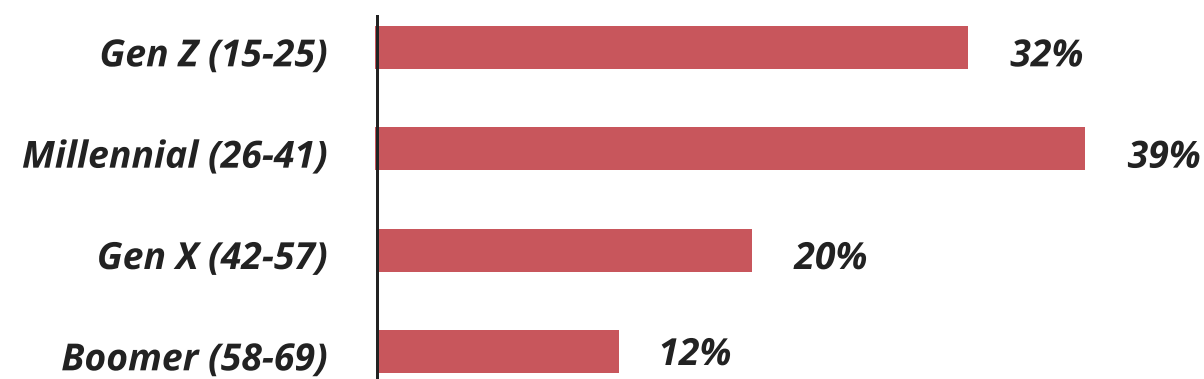


Figura 6: Gráfico. Concert and Festival Attendance by Generation. UTA Study. Among U.S Consumers 15-69. Elaboración propia

**2.1.3 El descubrimiento de los eventos de música en directo**

Las estadísticas de UTA muestran que la gran mayoría de los fans de la música descubren conciertos y festivales a través de recomendaciones de otras personas. Además de familiares o amigos, por lo general esta información se obtiene a través de conexiones en redes sociales o directamente de los artistas. Cabe destacar que seis de cada diez personas descubren los eventos directamente de publicaciones de los artistas, subrayando la necesidad de que los intérpretes construyan y mantengan fuertes las conexiones con sus fans.<sup>[2]</sup>

Casi dos tercios descubren los eventos a través de búsquedas en internet, lo que indica que ponen

esfuerzo en encontrar información sobre giras en lugar de dejar que las noticias los “encuentren”.<sup>[2]</sup>

Algunas actividades tradicionales de promoción como la radio o la prensa siguen siendo efectivas para llegar a los posibles compradores de entradas; sin embargo, tácticas como vallas publicitarias y anuncios en línea están impactando cada vez menos en general.<sup>[2]</sup>

**Discovery of Live Music Events**

Among U.S Consumers Who attended a Concert or Music Festival in the past 12 months

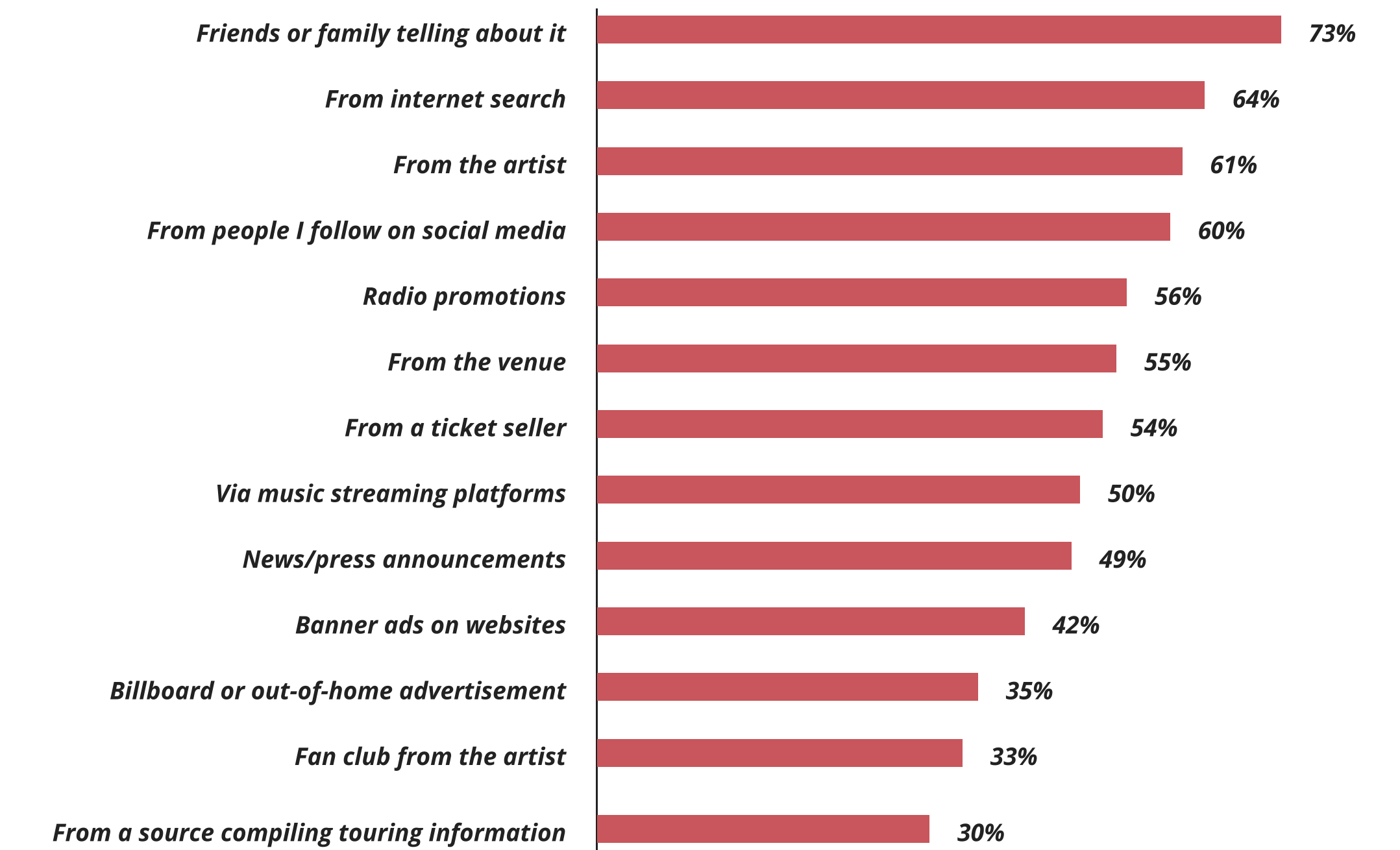


Figura 7: Gráfico. Discovery of Live Music Events. UTA Study. Among U.S Consumers 15-69. Elaboración propia



### 2.1.4 Definición del término *match app* y justificación

Una *match app*, por lo común conocida como *date app*, es un tipo de plataforma digital que facilita la conexión entre personas, ya sea para citas, relaciones románticas o amistades. Estas aplicaciones suelen utilizar una variedad de algoritmos para sugerir posibles *matches* basados en criterios como ubicación geográfica, intereses, preferencias, etc. Los usuarios pueden deslizar hacia la derecha o hacia la izquierda, o utilizar otra forma de interacción para indicar interés o desinterés en las coincidencias sugeridas. Cuando dos usuarios expresan mutuamente interés, se considera un *match* (coincidencia), y la aplicación les permite iniciar una conversación y potencialmente encontrarse en persona.

Desde hace años, las *match apps* se han convertido en una forma popular para que las personas se conecten, ofreciendo espacios que promueven la interacción social y fomentan la creación de nuevas relaciones. Aprovechando el nuevo enfoque que algunas *match apps* plantean, ubicamos este proyecto dentro de esta categoría pero con la premisa de conectar a las personas no necesariamente para citas románticas, sino para compartir experiencias musicales y crear conexiones significativas.

### 2.1.5 Motivaciones clave de los usuarios para el uso de las *match apps*

Teniendo como referencia a Bumble BFF como pionero de este nuevo enfoque de interacción, las principales motivaciones de los usuarios que buscan conectar más allá de lo romántico, incluyen la creación de amistades significativas, la expansión de círculos sociales, la búsqueda de compañeros de actividades, formar parte de comunidades seguras y la organización de eventos para los encuentros en persona.<sup>[4]</sup>

### 2.1.6 Limitaciones y barreras

Los resultados de las encuestas de *Pew Research Center*, muestran que dentro del mundo de las *match apps* existe una clara preocupación por la privacidad de la información personal en los perfiles de usuario. Un 57% de los usuarios que usan estas aplicaciones reportan estar muy o algo preocupados por la cantidad de datos que estos servicios recopilan de sus perfiles. Las generaciones Gen X y Boomer consideran este factor mucho más preocupante que las generaciones Gen Z y Millennial las cuales lo consideran algo preocupante. También hay diferencias por género, siendo las mujeres (61%) las que muestran más preocupación que los hombres (54%).<sup>[9]</sup>

Según una encuesta de *Statista*, dentro de las actividades más comunes realizadas por los usuarios antes de quedar con una persona que han conocido a través de la plataforma, destaca que un 44%

buscaron el perfil de la persona en redes sociales<sup>[10]</sup>. Este dato indica que existe también una preocupación por la seguridad y la autenticidad de los usuarios.

### Common activities prior to physically meeting someone they met on match apps

Among U.S consumers 18 and older

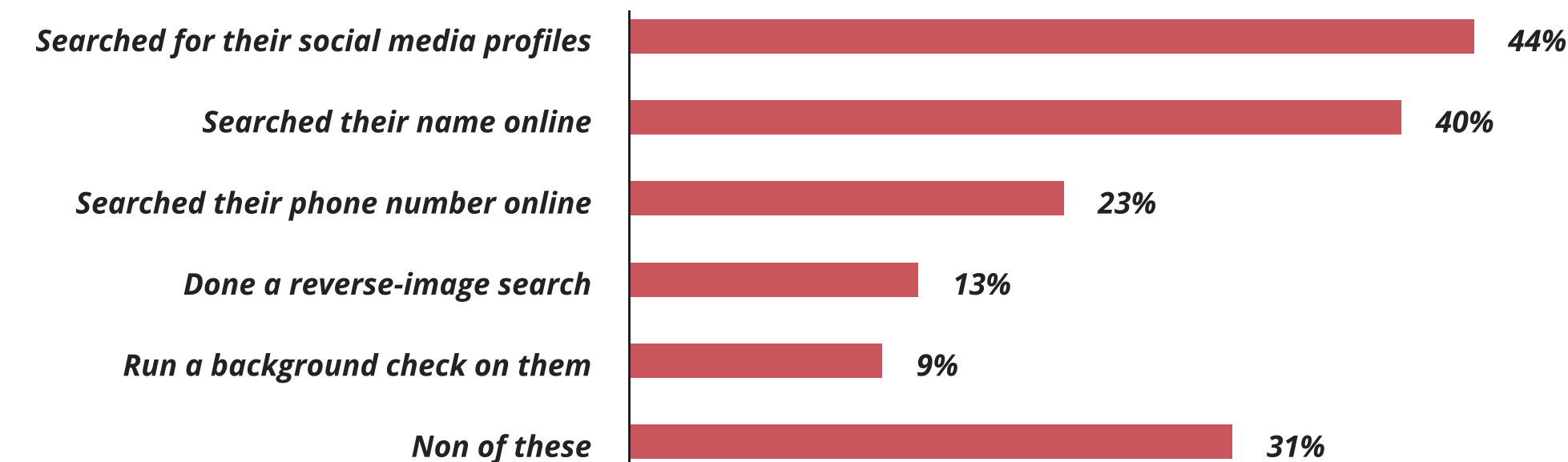


Figura 8: Gráfico. Common activities prior physically meeting someone. Statista. Among U.S Consumers 18 and older. Elaboración propia

### 2.1.7 Conclusiones

En resumen, **la música en directo sigue siendo una fuerza dinámica que une a las audiencias en todas sus categorías**. Aunque los **Millennials** son la generación que lidera en asistencia, el rango de edad se define entre 18-69 años.

**El event discovery** se contempla como una funcionalidad de peso dentro de nuestro proyecto, siendo uno de los puntos de conexión entre los usuarios de la plataforma. Por lo tanto, queda validado que los eventos de música en directo son una herramienta de *engagement* poderosa, con predicciones de continuo crecimiento en número de asistentes y que su promoción como punto de encuentro podría funcionar perfectamente como parte central de nuestro proyecto.

GigMate se posiciona en el contexto actual, donde las *match apps* están expandiendo sus características con **el objetivo de ampliar las posibilidades de conexión humana**. Al centrarse en la música como principal punto de encuentro, este proyecto tiene potencial para crear una comunidad vibrante y segura donde las personas puedan establecer vínculos significativos y descubrir nueva música, nuevas conexiones y nuevas oportunidades al mismo tiempo.



Sin embargo, es importante destacar la necesidad de abordar de manera proactiva las **preocupaciones sobre la privacidad, seguridad y autenticidad de los datos**. Planteándose el reto de encontrar un equilibrio entre proporcionar seguridad y mantener la privacidad, garantizando así una experiencia positiva y segura para todos los usuarios.



## 2.2 BENCHMARKING

En esta parte del proceso de investigación se ha realizado un análisis comparativo detallado de diversas plataformas que comparten similitudes con nuestra idea de aplicación. Este análisis ha permitido no solo identificar las características clave de los competidores, sino también extraer aprendizajes y posibilidades de mejora.

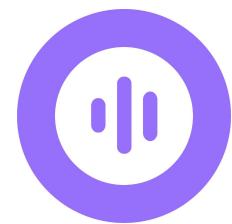
### 2.2.1 Criterios de análisis

Entre la selección de aplicaciones se han incluido ejemplos de *match apps* que, al igual que GigMate, buscan conectar a las personas a través de la música. También hemos incluido ejemplos de otras aplicaciones que tienen como objetivo principal conectar a las personas pero con otros fines, como por ejemplo hacer amistades significativas, conectar profesionalmente o encontrar compañero de piso.

### 2.2.2 Selección de competidores

A continuación se detalla brevemente cada una de las aplicaciones seleccionadas. Para más información consultar las [fichas de competidores](#) incluidas en el Anexo.

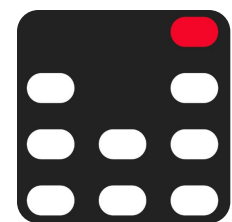
#### Competidores directos



**BeatMatch**<sup>[11]</sup> es una aplicación social *offline* diseñada para amantes de la música que facilita conexiones entre usuarios que asisten a los mismos conciertos, fiestas y festivales de música. Los usuarios pueden planificar encuentros en la vida real al navegar por una lista de eventos musicales, descubrir quién más quiere asistir y comprar entradas a través de links facilitados en la aplicación.



**POM (Power of Music)**<sup>[12]</sup> es una aplicación que conecta a las personas a través de su gusto musical. Se centra en la música como un punto de partida para la conversación y la conexión, permitiendo a los usuarios descubrir y asistir a eventos musicales.



**Tastebuds**<sup>[13]</sup> es una *match app* y una red social, que conecta a las personas a través de su amor compartido por la música. Los usuarios pueden encontrar compañeros de concierto, amigos y *matches* potenciales basándose en sus gustos musicales.



**Vinylly**<sup>[14]</sup> es una aplicación que utiliza las preferencias de música en vinilo y de *streaming* para emparejar a los usuarios. Se centra en la compatibilidad musical para formar conexiones significativas.



**Bumble BFF**<sup>[4]</sup> es una extensión de la conocida aplicación de citas Bumble, diseñada específicamente para hacer nuevos amigos. Los usuarios pueden conectar con personas que tienen intereses similares y crear amistades genuinas. Se pueden crear grupos y eventos a los que el usuario puede unirse y participar en los planes sugeridos.

#### Competidores indirectos



**Badi**<sup>[5]</sup> es una plataforma para encontrar compañeros de piso y habitaciones en alquiler. Utiliza un sistema de emparejamiento basado en IA para conectar a los buscadores de habitaciones con opciones compatibles.



**Joppy**<sup>[6]</sup> es una plataforma que conecta a profesionales de la tecnología con oportunidades de trabajo. Es una herramienta de reclutamiento y de *match* profesional.



2.2.3 Tabla comparativa

FEATURES	BeatMatch	POM	TasteBuds	Vinylly	Bumble BFF	Joppy	Badi
<b>SignUp</b>	Creación de la cuenta usando las cuentas de redes sociales para un proceso más rápido	Solo permite registrarse via Facebook o con tu número de móvil	Solo permite registrarse via Facebook	Registrarse via Spotify o con tu email	Permite registrarse via Facebook, Apple o con tu número de móvil	Permite registrarse via LinkedIn o con tu email	Permite registrarse via Facebook, Google, email o Apple
<b>Sync Options</b>	Spotify o Apple Music	Spotify o Apple Music	Spotify o Apple Music	Spotify	-	LinkedIn	-
<b>Event Discovery</b>	Posibilidad de buscar eventos juntamente con tu <i>match</i>	Puedes ver los eventos a los que van a ir otros usuarios	-	Visualización de un calendario de eventos y habilidad para sugerir conciertos a tu <i>match</i>	Acceso a una lista de posibles planes, entre ellos ir a un concierto	Dedicada a <i>job offer discovery</i>	Dedicada a encontrar piso compartido
<b>Matchmaking</b>	Según tus preferencias de música y eventos	Según los preferencias de música	Según tu artista o grupo de música favorito	Según tu lista de <i>streaming</i> de Spotify	Según tus filtros de búsqueda adaptados a tus preferencias	Según tus habilidades profesionales	Compatibilidad de preferencias de tu perfil
<b>Interacción social</b>	Promueve <i>real-life meetups</i> . Chatear y compartir canciones	Promueve noches de nuevos artistas y eventos en directo gratuitos	Crear comunidad para hacer nuevos amigos Enviar canciones	Promueve <i>real-life meetups</i>	Promueve <i>real-life meetups</i>	Chatear y programar entrevistas	-
<b>Perfil</b>	Hay que subir un mínimo de 6 fotos	Hay que subir al menos 2 fotos	Perfiles muy detallados	Solo pide subir una foto de perfil	Puedes subir un máximo de 6 fotos	Perfil experiencia profesional	Perfil detallado
<b>Features especiales</b>	Proporciona enlaces para comprar entradas. Permite la organización de planes y unirse a los que ya estan organizados.	Máximo de 10 likes al día. Mandar una canción por día a otro usuario	Participación en <i>threads</i> y grupos. Modo oculto para premium Añadir tu canción favorita en el perfil	Permite ver los conciertos en <i>streaming</i> . Comprar entradas directamente a través de la aplicación	Permite organizar planes y quedar en grupo Chat solo para <i>matches</i>	Como candidato puedes decidir quien puede hablar contigo Ofrece recompensas por referencias y logros	Puedes ver el perfil de los arrendadores y si se alinea con tu persona
<b>Seguridad &amp; Privacidad</b>	Verificación de usuario	Proceso de registro y verificación muy estricto y largo	Verificación de usuario	No pide verificación de usuario. Hay muchos usuarios falsos	Verificación de usuario. Una vez registrado permite activar Face ID	Verificación de usuario	Verificación de usuario
<b>Target Persona</b>	Gen Z (+18)	Gen Z (+18) y Millennials	A partir de 18 años	Gen Z (+18)	A partir de 18 años	Techies y IT Talent	A partir de 18 años
<b>Disponibilidad</b>	Solo disponible en los Ángeles, NY y Seattle	Solo disponible en UK	Mundial. Solo para iOS	Solo disponible en USA y Canadá	Mundial	Solo disponible en España	Solo disponible en España
<b>Subscripción</b>	-	Completamente gratuita	Plan gratuito y Premium	Completamente gratuita	Plan gratuito muy limitado	Plan gratuito para candidatos	Plan gratuito y Premium
<b>Objetivos</b>	Conectar a los amantes de la música con personas que asisten a los mismos conciertos, fiestas y festivales de música	Conectar a la gente en función de sus gustos musicales	Unir a la gente a través de la música	Conectar a la gente a un nivel más profundo a través de la compatibilidad musical	Cambio de paradigma de las <i>match apps</i> . Simplifica la manera de cómo creamos amistades significativas	Encontrar el mejor desarrollador para el puesto de trabajo y la mejor oferta de trabajo para el candidato	Encontrar compañero de piso más afín

Figura 9: Tabla comparativa. Elaboración propia.



### 2.2.4 Conclusiones

Después de analizar detenidamente la selección de competidores, se ha podido comprobar que existen algunas soluciones que comparten objetivos similares a los de GigMate. Además, hemos identificado oportunidades de mejora que podrían enriquecer nuestros objetivos principales.

Plataformas como BeatMatch<sup>[11]</sup> destacan no solo por **promover la conexión entre usuarios a través de la música** sino que además ofrece la posibilidad de **hacer *match* con las personas que asistirán a los mismos eventos, promoviendo los encuentros *offline*.**

Entre las funcionalidades más atractivas encontramos el poder **compartir canciones**, comprar entradas a través de la aplicación, visualizar conciertos en *streaming* y la organización de planes para que otros usuarios puedan unirse.

En todos los casos de competidores directos, se contempla una **conexión más allá de lo romántico** y como punto central, **conectar a través de la música**. Lo que demuestra un interés claro por el actual cambio de paradigma dentro del nicho de este tipo de aplicaciones. La gran mayoría utiliza **algoritmos para emparejar a los usuarios** según sus preferencias musicales o eventos a los que asistirán. Otras como Vinyly, conecta a los usuarios dependiendo de la música que escuchen en Spotify o Apple Music.

Sin embargo, y aunque existe un reconocimiento de la importancia de otros factores como los intereses compartidos, valores y gustos musicales, la **atracción física generada por las grandes fotografías** de perfil es clara. Se ha podido comprobar que muchas de las plataformas tienen como paso obligatorio subir un mínimo de fotografías y que el proceso de interacción a la hora de buscar otros usuarios **sigue estando muy ligado a la manera tradicional/ estándar**, donde la primera impresión es la fotografía y a partir de allí, el usuario decide si aprueba o descarta.

Por otro lado, y aun existir el proceso de verificación de usuario, se observa que casi todas las aplicaciones lo tienen como paso opcional una vez se ha creado el perfil. Por lo contrario, aplicaciones como POM<sup>[12]</sup>, ofrecen un **proceso de registro y verificación muy estricto pero sacrifican la simplicidad y sencillez** ideales para este tipo de *flow*.

Este análisis también revela que los eventos de música en directo son la única forma de conexión en persona que se ofrece, dejando **otras actividades relacionadas con la música sin explorar**. La mayoría de estas plataformas continúan centrándose en la fiesta, la vida nocturna y el entretenimiento de consumo masivo y, aunque GigMate no se aparta completamente de esta

tendencia, **nuestra idea de proyecto va más allá buscando otras formas significativas de conexión alrededor de la música.**



## 2.3 ENCUESTAS

Para diseñar una solución óptima es necesario conocer en profundidad a nuestro público objetivo. Tras completar la primera etapa de investigación, donde hemos analizado el mercado actual y nuestros posibles competidores, nuestro siguiente paso consiste en seguir recopilando información y, sobre todo, validar nuestros hallazgos anteriores y reforzar nuestras conclusiones.

Las encuestas son una técnica cuantitativa fundamental que nos permite llegar a un gran número de participantes y recopilar información sobre su demografía, experiencias, expectativas, necesidades y motivaciones.

### 2.3.1 Metodología

#### Diseño del cuestionario

Utilizamos la herramienta Google Forms<sup>[15]</sup> para la creación de nuestra encuesta. La participación estuvo abierta durante 3 días y se hizo difusión del enlace a través de otras plataformas como WhatsApp, Slack y Telegram.

#### Selección de la muestra

El grupo de personas que participaron en la encuesta debía de aproximarse a nuestro público objetivo. Aunque nuestro producto esté dirigido mayormente a la generación Millennial, abrimos el rango de edad delimitándolo entre 18-69 años.

Link: <https://forms.gle/2ExaZoan1WL1XjPH7>

### 2.3.2 Objetivos

- Confirmar el perfil de nuestro público objetivo
- Validar la información, las suposiciones y las conclusiones reunidas hasta ahora
- Recopilar información sobre la experiencia y el uso de *match apps* y aplicaciones de música
- Averiguar qué características son las más valoradas
- Entender que tan importante es crear una comunidad segura y dinámica entorno a la música
- Descubrir qué factores podrían influir en la decisión de uso de nuestra aplicación
- Obtener ideas y sugerencias

### 2.3.3 Análisis de los resultados

Durante 3 días la encuesta recibe 68 respuestas de participantes con edades entre 18-69 años. Una vez analizadas las respuestas presentamos los siguientes resultados:

#### Perfil de usuario

La mayoría de los encuestados se concentra en dos grupos de edad principales, los de 25-34 y 35-44 años, la distribución de género muestra una ligera inclinación hacia las mujeres y la ubicación de los encuestados es predominantemente urbana.

#### Uso de aplicaciones

El uso de *match apps* se muestra claramente dividido, con una mayor parte de los encuestados (37) que no las han utilizado, frente a 25 que sí. En cuanto a las aplicaciones de música, hay una fuerte tendencia hacia su uso diario.

#### Eventos musicales y comunidad

La asistencia a eventos de música en directo es alta y la importancia de una comunidad segura y dinámica es un factor clave.

#### Motivaciones y preocupaciones

La principal motivación para usar GigMate es el *music event discovery* y el mantenerse actualizado. También destaca un interés claro por conectar con gente que comparta las mismas preferencias musicales y una motivación para usar la plataforma como puente para formar proyectos musicales.

#### Sugerencias

Los resultados subrayan una clara preferencia por destacar los gustos musicales, las actividades musicales recientes y los intereses y pasatiempos relacionados con la música por encima de la apariencia física.

Para más información consultar los [resultados de la encuesta](#) en el Anexo.

### 2.3.4 Conclusiones

Los resultados de la encuesta han revelado **patrones significativos** en las preferencias y comportamientos de los usuarios que son fundamentales para el desarrollo de nuestro producto.

La demografía de los encuestados confirma que el **perfil de usuario objetivo** al que debemos dirigir la aplicación es la **generación Millennial** que vive en los núcleos urbanos.

Es interesante destacar la posibilidad de enfocar la aplicación a **dos tipos de usuario**; la persona **aficionada a la música**, que quiere mantenerse actualizada sobre los eventos musicales y conectar

con perfiles afines y, la persona que forma parte del mundo de la música como **artista** o **promotor** y quiere promover su actividad a la vez que conecta con la comunidad.

La división en el **uso de match apps** nos sugiere que existe la oportunidad de atraer a aquellos usuarios que están interesados en establecer relaciones **basadas en intereses compartidos más allá del contexto romántico tradicional**. Por otro lado, **introducirse en los hábitos musicales** de los usuarios, especialmente aquellos que utilizan aplicaciones de música con frecuencia, puede ser un **punto clave para que GigMate se convierta en una parte esencial de la experiencia musical**.

La asistencia a eventos de música en directo es una actividad muy común entre los encuestados, lo que indica que **funcionalidades la creación de eventos** y el **event discovery** quedan confirmadas dentro de nuestra aplicación. Estos números también indican que existe una base de usuarios potencialmente comprometidos que podrían estar interesados en una plataforma como GigMate.

Además, **la seguridad** y la **creación de una comunidad segura y dinámica** son aspectos altamente valorados por los usuarios, lo que indica que debemos priorizar la seguridad y la privacidad dentro y fuera de nuestra aplicación, fomentando la posibilidad de crear una comunidad musical activa y comprometida.

Finalmente, la **importancia por visualizar la compatibilidad musical y las experiencias en los perfiles** de usuario es evidente. GigMate debe asegurarse de que los perfiles de usuario reflejen con precisión los gustos musicales y las actividades recientes, y que la interfaz esté diseñada para resaltar los intereses musicales sobre la apariencia física. Esto podría **facilitar las conexiones más profundas y significativas** entre los usuarios, basadas en intereses comunes y en la pasión compartida por la música.

Esta es la visión que los resultados de la encuesta nos invitan a perseguir, y es una visión emocionante. Con cada paso que damos hacia este futuro, GigMate no solo se acerca a sus usuarios, sino que también les ofrece un **lugar donde la música y la amistad se encuentran**.



## 2.4 ENTREVISTAS

Después de haber recabado información cuantitativa, el siguiente paso implica la recopilación de datos cualitativos mediante entrevistas con individuos que se ajusten al perfil de proto-persona. Este enfoque nos brinda la oportunidad de obtener una comprensión más profunda y personal de las necesidades, experiencias y expectativas de nuestro público objetivo.

### 2.4.1 Proto-persona

Basándonos en las conclusiones obtenidas después del análisis de los resultados de las encuestas, hemos perfilado dos proto-personas que reflejan todos los *insights* recogidos. Estos perfiles representan a dos usuarios arquetipos de GigMate, basándose en las preferencias y comportamientos identificados. Especialmente enfocándose en la generación Millennial que vive en núcleos urbanos, con un interés en establecer conexiones basadas en intereses musicales compartidos.



#### **Valentina**

**Edad:** 32 años

**Género:** Femenino

**Ubicación:** Berlín, zona urbana con una activa escena musical

**Ocupación:** *Community Manager* y bajista en un grupo de música

**Nivel Educativo:** Grado en Comunicación y Medios Digitales

#### **Hábitos y Preferencias**

##### **Uso de tecnología**

Valentina está inmersa en el mundo digital, utilizando plataformas sociales para promocionar su banda y conectar con la comunidad. Es experta en crear contenido atractivo y en gestionar comunidades online.

##### **Aplicaciones de música**

Es usuaria de plataformas como Spotify para investigación de mercado y Bandcamp para apoyar y promocionar música independiente. También utiliza estas plataformas para descubrir nuevos sonidos y mantenerse al día con las tendencias musicales.

#### **Eventos de música en directo**

La música en vivo es una parte integral de su vida social. Como bajista, actúa regularmente en locales de Berlín. Además, asiste a conciertos de otros grupos para apoyar la escena local y buscar inspiración.

#### **Match Apps**

Valentina busca plataformas que ofrezcan más que citas; quiere conectar con personas que tengan intereses similares en la música y la cultura alternativa, y que puedan colaborar en proyectos musicales.

#### **Necesidades y Expectativas**

##### **Conexión basada en intereses**

Valentina desea una plataforma que le permita encontrar y conectar con otros músicos, organizadores de eventos y entusiastas de la música que compartan su pasión.

##### **Seguridad y Privacidad**

Valora un entorno seguro donde pueda compartir su música y experiencias sin comprometer su privacidad personal o la de su banda.

##### **Comunidad musical**

Anhela una comunidad donde pueda promocionar a su banda, recibir *feedback* y encontrar oportunidades para tocar en directo y colaborar con otros artistas.

##### **Visualización de la compatibilidad musical**

Espera que su perfil en GigMate destaque su identidad musical, mostrando su discografía, influencias musicales, y próximos eventos, facilitando así la conexión con personas de gustos similares.

Figura 10: Ilustración de [pikisuperstar](#) en [Freepik](#)



**Matias**

**Edad:** 33 años

**Género:** Masculino

**Ubicación:** Barcelona, corazón de una escena musical activa

**Ocupación:** Agente de *booking* en una agencia de música

**Nivel Educativo:** Máster en Marketing Digital

**Hábitos y Preferencias**

**Uso de tecnología**

Matias está constantemente conectado a través de su smartphone y redes sociales, buscando tendencias y conectando con su comunidad.

**Aplicaciones de música**

Utiliza plataformas como Spotify y BandCamp para reproducir su música favorita y descubrir nuevos lanzamientos, pero también asiste a tiendas de discos locales para comprar vinilos.

**Eventos de música en directo**

La música en directo es una parte integral de su vida social y profesional. Asiste regularmente a conciertos, disfrutando de la energía y la comunidad que se forma en estos eventos.

**Match Apps**

Ha experimentado con aplicaciones de citas pero se sentiría más cómodo usando plataformas que faciliten la conexión a través de intereses comunes.

**Necesidades y Expectativas**

**Conexión basada en intereses**

Matias busca una plataforma que facilite la conexión con otros artistas, promotores y amantes de la música.

**Seguridad y Privacidad**

La seguridad es crucial para él. Espera altos estándares de privacidad y un entorno seguro para interactuar en línea.

**Comunidad musical**

Desea ser parte de una comunidad activa donde pueda compartir experiencias, crear oportunidades y participar en actividades y discusiones sobre la música.

**Visualización de la compatibilidad musical**

Le gustaría que GigMate permita mostrar su identidad musical en su perfil, destacando su colección de vinilos, asistencia a conciertos y bandas favoritas.

Figura 11: Ilustración de pikisuperstar en Freepik



### 2.4.2 Metodología

#### Diseño de la entrevista

Las entrevistas se han realizado individualmente, alternando entre videollamadas a través de Google Meet<sup>[16]</sup> y sesiones presenciales, según la disponibilidad y preferencia de los participantes. Cada entrevista tubo una duración aproximada de 45 a 60 minutos.

#### Muestra

La muestra consistió en entrevistar a 5 personas. Se seleccionaron cuidadosamente reflejando los perfiles de nuestras proto-personas.

#### Acciones importantes

Antes de iniciar cada entrevista, se obtuvo el consentimiento informado de los participantes. Este documento explica el propósito de la entrevista, los procedimientos de grabación y el uso de los datos recopilados. Asegura a los participantes que su participación es completamente voluntaria y que pueden retirarse en cualquier momento.

Para más información consultar el [consentimiento informado](#) incluido en el Anexo.

#### Estructura

Con el objetivo de guiar la conversación de manera efectiva y garantizar la obtención de información relevante, se diseña un guión semiestructurado. Este guión contiene una serie de temas y preguntas generales que sirven como puntos de partida, pero también se deja espacio para seguir el flujo natural de la conversación y explorar temas emergentes.

### 2.4.3 Objetivos

Estos objetivos se centrarán en comprender las necesidades y las expectativas de los usuarios, así como en identificar cómo GigMate puede satisfacer estas necesidades y mejorar la experiencia de conexión a través de la música de sus usuarios.

- Entender cómo las personas descubren y participan en eventos de música en directo y cómo podemos enriquecer esta experiencia
- Investigar cómo GigMate puede servir tanto a aficionados de la música que buscan mantenerse actualizados y conectar con perfiles afines, como a aquellos involucrados en proyectos musicales que buscan promoción y conexión con la comunidad
- Determinar cómo podemos establecer conexiones basadas en intereses compartidos

- Profundizar en cómo los usuarios valoran la seguridad y la privacidad y sus posibles características
- Determinar cómo los usuarios prefieren visualizar sus perfiles y cómo se pueden mejorar las conexiones
- Recoger opiniones sobre las funcionalidades que planteamos y sugerencias

### 2.4.4 Participantes

- **Diego**, 38 años. Organizador de eventos y aficionado a la música
- **Liz**, 38 años. Defensora de la privacidad y aficionada a la música
- **Josi**, 34 años. Aficionada a la música
- **Nici**, 35 años. Músico emergente y aficionado a la música
- **Sanja**, 36 años. Toca en una banda y aficionada a la música

### 2.4.5 Preguntas de investigación

Las preguntas de investigación abordan los aspectos clave que queremos explorar:

#### Experiencia en eventos de música en directo

- ¿Qué procesos siguen los usuarios para mantenerse informados sobre eventos de música en vivo y cómo podrían ser estos procesos más intuitivos y eficientes?

#### Conexiones basadas en intereses compartidos

- ¿Qué experiencias previas han tenido los usuarios al formar conexiones a través de la música y qué podemos hacer para mejorarlas?

#### Servicio para el usuario

- ¿Cuáles son las frustraciones comunes que las personas experimentan al usar *match apps* al interactuar con otros usuarios que parecen ser compatibles?
- ¿Qué herramientas específicas necesitan los usuarios para mejorar su interacción y visibilidad?

#### Importancia de la seguridad y la privacidad

- ¿Qué expectativas tienen los usuarios sobre las medidas de seguridad y privacidad y cómo podemos superarlas?

#### Diseño de perfiles

- ¿Qué información y características consideran los usuarios que son cruciales para representar su identidad musical?

**Feedback sobre las características de GigMate**

- ¿Qué características actuales de GigMate generan más interés y qué sugerencias tienen los usuarios para mejorar la plataforma?

**2.4.6 Análisis de los resultados**

Para más información consultar [el guión y transcripción de las entrevistas](#) incluido en el Anexo.

Después de analizar los resultados de las entrevistas, utilizamos el mapa de afinidad como herramienta para organizar y sintetizar la información recopilada. El objetivo principal del mapa de afinidad es identificar patrones, áreas de interés y posibles soluciones o *insights*.

Para más información consultar [el mapa de afinidad](#) en el Anexo.

**Hábitos de descubrimiento de eventos**

- Los usuarios descubren los eventos de música a través de una variedad de canales, tanto *online* como *offline*
- Las plataformas de redes sociales como Facebook y aplicaciones de mensajería como Telegram son populares para el *event discovery*
- Métodos tradicionales como el boca a boca, carteles en la calle y *flyers* siguen siendo utilizados
- Las recomendaciones personales de amigos son muy valoradas

**Posibles mejoras de la experiencia de descubrimiento de eventos**

- Los usuarios muestran interés en descubrir eventos que se adecúen a su historial musical y sus experiencias previas en conciertos
- Existe la necesidad de estar continuamente informado sobre los eventos musicales
- Hay una curiosidad por descubrir eventos que se encuentren en los alrededores
- Se valora la necesidad de acceder a una plataforma que centralice toda la información
- Los usuarios valoran poder organizar y planificar su asistencia a eventos
- Los usuarios muestran deseo de tener acceso a una visión general de las actividades disponibles

**Hábitos de conexión**

- Las conexiones ocurren tanto *online* como *offline*, pero existe una clara preferencia por las conexiones en persona en los conciertos
- Las plataformas de redes sociales facilitan un inicio de conexión, pero el valor real está en las interacciones cara a cara

- Estar de gira es una oportunidad primordial para expandir la red de contactos

**Aspectos valorados de la conexión**

- La pasión compartida por la música fomenta el diálogo y el descubrimiento de nueva música y artistas. Aficiones como coleccionar vinilos también une a los usuarios
- La moda y los accesorios sirven como punto de partida para conversaciones, revelando los gustos musicales y sus tendencias
- Aprender del otro e intercambiar anécdotas y vivencias dentro de la escena musical está altamente valorado, fomentando la idea de comunidad
- Hablar de metodologías, técnicas y equipos utilizados en la música permite intercambio de conocimiento y experiencia

**Frustraciones de uso de las *match apps***

- Los usuarios se enfrentan a situaciones donde la comunicación se interrumpe y el contenido inapropiado prevalece, lo que puede llevar a una sensación de interacción superficial o poco sincera
- Iniciar una conversación se percibe como un reto y mantenerla puede resultar difícil, lo que sugiere una necesidad de facilitar el diálogo
- Resalta la importancia de confianza y transparencia detrás de la vulnerabilidad en cuanto a seguridad y honestidad de conexión

**Oportunidades de mejora de la conexión**

- Se identifica la importancia de ofrecer un perfil de usuario detallado para mejorar la compatibilidad
- La música como medio de conexión resalta el deseo de relacionarse con otros que comparten sus gustos musicales
- La importancia de conectar a los usuarios por haber asistido a los mismos eventos se destaca como punto clave
- Se detecta un interés en recibir recomendaciones que estén alineadas con las preferencias de cada usuario

**Promoción, apoyo y crecimiento**

- Los usuarios están interesados en una plataforma que les permita mostrar su arte y su trabajo, facilitando así la conexión con otros artistas y promotores
- Existe el deseo de poder conectar con otros usuarios fuera de su área local
- Los artistas desean compartir sus itinerarios para poder conectar con otras audiencias fuera de su ciudad



### Seguridad y privacidad

- Los usuarios expresan inquietudes sobre la privacidad de sus datos y el uso indebido de su información personal. Apostar por la ley de privacidad europea GDPR .
- Se percibe la necesidad de tener un mayor control sobre las configuraciones de privacidad y la capacidad de bloqueo de interacciones no deseadas de manera eficiente

### Preferencias en el diseño de perfiles

- Los usuarios desean mostrar sus preferencias musicales y su vinculación con el mundo de la música
- La posibilidad de integración con otras plataformas relacionadas con la música es un aspecto muy valorado de cara a enriquecer la experiencia del usuario
- Importante destacar elementos en el perfil que sirvan para iniciar conversaciones

### 2.4.7 Conclusiones

Dentro de la escena musical, **tanto los aficionados como los profesionales** navegan por un ecosistema diverso en busca de eventos y posibles conexiones que resuenen con su pasión por la música. Tras analizar los datos cualitativos hemos podido contrastar y confirmar la información de las fases anteriores.

Si bien las plataformas como Facebook y Telegram son herramientas populares para el descubrimiento de eventos, **los métodos tradicionales y las recomendaciones de amigos mantienen su lugar como fuentes de confianza**. Esto refleja una comunidad que valora tanto la innovación tecnológica como las interacciones humanas.

Los usuarios apuestan por **sugerencias musicales** que no solo se **alineen con sus gustos musicales** sino que también les **presenten oportunidades** para expandir su repertorio. **Estar al día a través de información actualizada y accesible** es clave, y la posibilidad de **encontrar eventos cercanos y sincronizarlos con la rutina diaria** se convierte en un aspecto esencial para mejorar la experiencia de los usuarios.

En cuanto a las conexiones, la escena musical se percibe como una **red de relaciones que se fortalece interactuando cara a cara**, especialmente *insitu*. Las giras y los conciertos se proyectan como las mejores oportunidades para expandir esas redes de contactos y compartir experiencias, anécdotas y conocimientos que enriquezcan a los individuos.

La creación de **perfiles detallados y la conexión a través de necesidades e intereses musicales** compartidos son claras oportunidades para mejorar la calidad de las interacciones.

**La promoción y el crecimiento personal y profesional** también son de gran importancia. Observamos un **claro deseo por aumentar la visibilidad y expansión** más allá de las fronteras locales.

Las frustraciones encontradas resaltan una clara oportunidad para crear de un **espacio seguro y auténtico**. La **seguridad y la privacidad** son preocupaciones críticas y se busca tener un control más riguroso sobre la información personal. Los usuarios desean un **entorno digital que inspire confianza y respeto**.

En conclusión, las entrevistas han formado una imagen clara de una **comunidad que busca autenticidad, seguridad y conexiones significativas**.



# 3. DEFINICIÓN

---





## 3.1 PERFIL DE USUARIO

Uno de los principales objetivos del proyecto es garantizar que la aplicación sea accesible para una amplia audiencia, permitiendo que cualquier usuario pueda mejorar su experiencia mediante su utilización. No obstante, es fundamental dirigir nuestros esfuerzos específicamente hacia el público objetivo para asegurar que nuestro producto satisfaga al menos las necesidades principales de este grupo.

Con el fin de elaborar el perfil de usuario, hemos sintetizado las características clave recogidas durante la fase inicial de investigación:

- Personas entre 25 y 44 años, con un enfoque particular en la generación Millennial
- Usuarios que integran la tecnología en su vida diaria, interactuando constantemente con *smartphones* y ordenadores
- Usuarios que no solo escuchan música, sino que también exploran activamente nuevos géneros y artistas, crean y comparten listas de reproducción y asisten a eventos de música en directo
- Usuarios que están familiarizados con la dinámica de las redes sociales y *match apps*, y que valoran las funcionalidades que promueven interacciones más profundas y significativas
- Fuerte conexión con la música como parte de su identidad, asistiendo regularmente a conciertos y festivales, y participando en comunidades musicales tanto *online* como *offline*
- Interés en construir una red de contactos dentro de la industria musical, buscando mentores, colaboradores y oportunidades de crecimiento
- Deseo de enriquecer su vida personal a través de experiencias compartidas y descubrimientos culturales que la música facilita
- Esperan recomendaciones personalizadas basadas en su historial, preferencias musicales y eventos asistidos
- Alta sensibilidad hacia la seguridad de sus datos y la privacidad dentro de la aplicación, esperando transparencia y control sobre su información personal
- Prefieren una interfaz elegante, moderna y fácil de usar que les permita navegar de manera intuitiva y eficiente
- Buscan una plataforma que centralice toda la información relevante para sus intereses
- Buscan oportunidades para expandir su carrera, ya sea encontrando nuevos proyectos, colaborando con otros profesionales o descubriendo caminos alternativos dentro de la industria musical
- Desean formar parte de una comunidad que valore la diversidad y promueva el intercambio cultural a través de la música

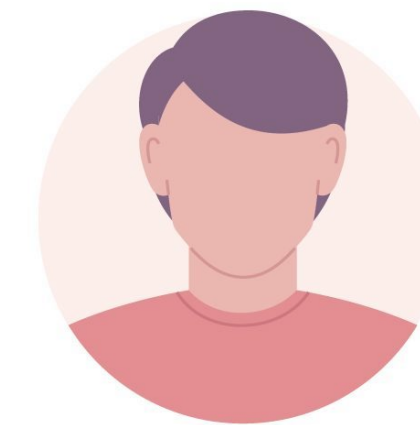
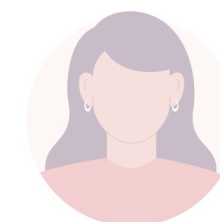
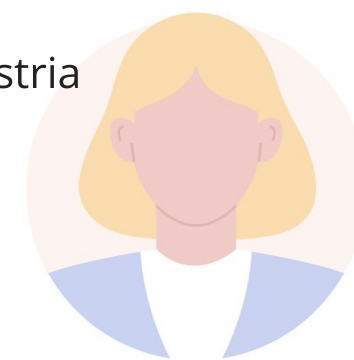


Figura 12: Ilustraciones de [pikisuperstar](#) en [Freepik](#)

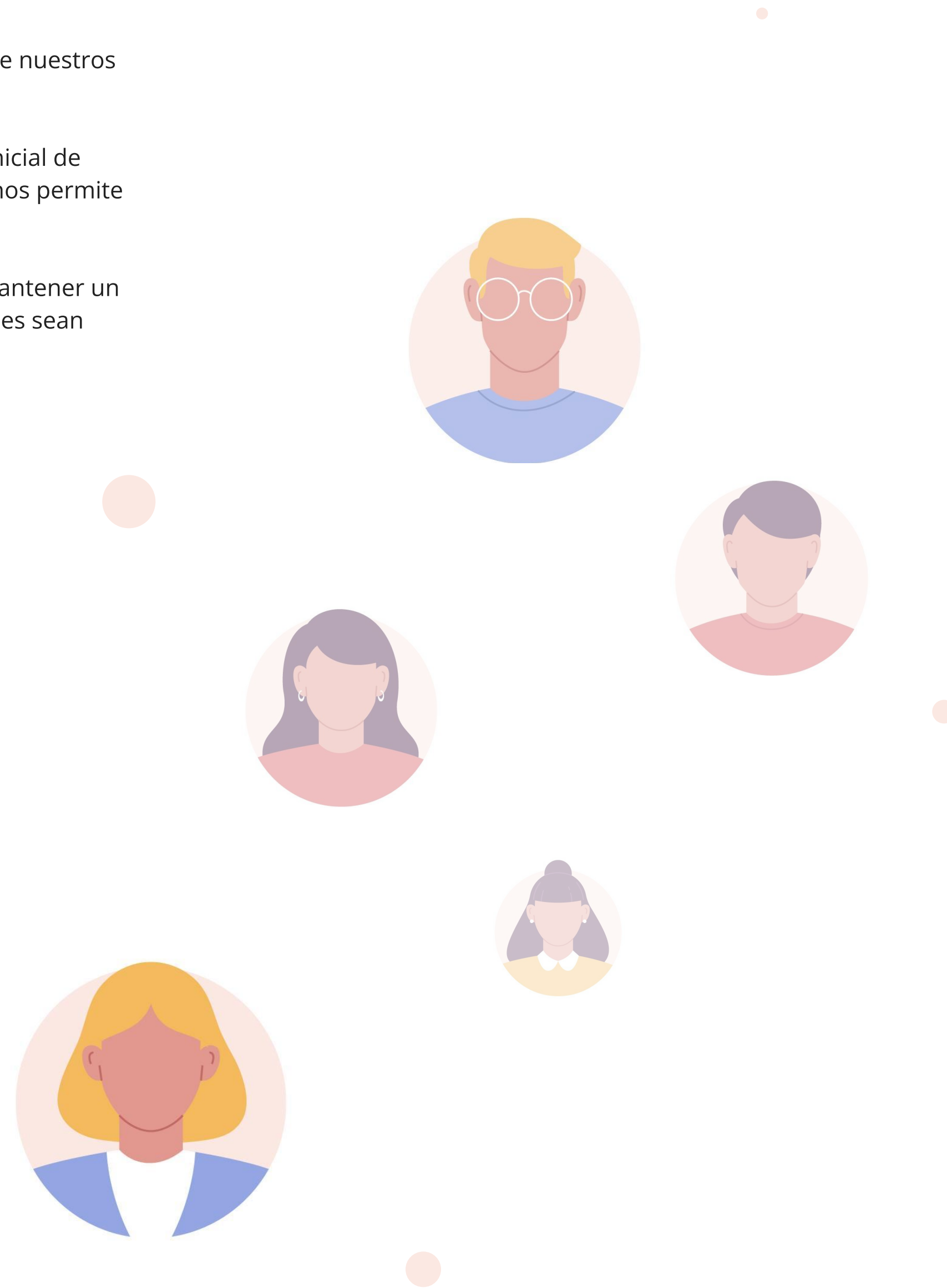
## 3.2 PERSONAS

Para garantizar que nuestras soluciones queden ligadas a las necesidades y deseos reales de nuestros usuarios, hemos elaborado tres perfiles de *user persona*.

Estos perfiles son el resultado de la síntesis de las percepciones obtenidas durante la fase inicial de investigación. Representan arquetipos detallados de nuestros potenciales usuarios, lo que nos permite tener una visión clara de a quiénes nos dirigimos.

Al integrar estas *user persona* en cada etapa de nuestro proyecto, nos comprometemos a mantener un enfoque empático y centrado en el usuario, asegurando que nuestras estrategias y soluciones sean adecuadas y valiosas para aquellos a quienes se dirige nuestro producto.

**Figura 13:** Ilustraciones de [pikisuperstar](#) en [Freepik](#)





### 3.2.1 Sanja - User Persona 01



**Edad:** 36 años

**Ocupación:** *Software Engineer*, activista y miembro de una banda

**Ubicación:** Berlín, Alemania

#### Apps



**Uso de la tecnología:** Conectada constantemente a través de su smartphone y laptop, utiliza la tecnología para promover su música y apoyar causas sociales

#### BIO

Sanja es una ingeniera de *software* con un corazón que late al ritmo del activismo y la música. Vive en Berlín, una ciudad conocida por su vibrante escena cultural y su rica historia de movimientos sociales. Su ubicación es un perfecto escenario donde encuentra el equilibrio perfecto entre su carrera tecnológica y sus pasiones.

Como vocalista y guitarrista en una banda emergente, Sanja canaliza su creatividad y su mensaje a través de melodías y letras que resuenan con su audiencia. Fuera del escenario, Sanja es una activista incansable, dedicada a organizar eventos que reflejan la energía de su música.

Su vida es un equilibrio constante entre ensayos en sótanos de la escena underground y manifestaciones en las plazas de la ciudad.

***“Me encanta cómo la música me conecta con otros, pero las plataformas actuales rara vez ofrecen la conexión auténtica que busco.”***

Figura 14: Imagen creada con AI. Elaboración propia

#### Contexto

En el corazón de Berlín, Sanja se mueve en una comunidad que valora tanto la innovación tecnológica como el compromiso social. La ciudad le ofrece un escenario único donde la música y el activismo se entrelazan, permitiéndole actuar en conciertos que son tanto manifestaciones de arte como de ideales.

#### Objetivos y necesidades

- Busca constantemente nuevas influencias musicales que enriquezcan su sonido y amplíen su repertorio
- Aspira a encontrar una plataforma que mejore su experiencia de descubrimiento y conexión con otros artistas dentro de la escena musical
- Está en la búsqueda de colaboraciones significativas que puedan llevar su música a nuevos horizontes
- Anhela crear y participar en eventos que no solo entretengan, sino que también eduquen y movilicen
- Busca una herramienta que le permita mostrar sus preferencias musicales y su vinculación con el mundo de la música

#### Frustraciones

- Como ingeniera de *software*, Sanja es muy consciente de la importancia de la seguridad de los datos y se frustra con las aplicaciones que no son transparentes sobre cómo se utilizan y se protegen sus datos personales
- Prefiere plataformas con una interfaz moderna y fácil de usar, y se siente frustrada con aplicaciones que no facilitan una navegación intuitiva y eficiente
- Sanja está siempre en busca de expandir su carrera y se siente frustrada por la escasez de oportunidades claras para colaborar en proyectos que alineen con sus intereses musicales y su activismo
- Se siente frustrada por la dificultad de establecer conexiones auténticas en las redes sociales, donde las interacciones suelen ser breves y superficiales. A pesar de su uso constante de estas plataformas, le resulta complicado encontrar conversaciones significativas que vayan más allá de las interacciones *online*

### 3.2.2 Miquel - User Persona 02



**Edad:** 38 años

**Ocupación:** Arquitecto y promotor de eventos de música

**Ubicación:** Barcelona, España

**Apps**



**Uso de la tecnología:** Utiliza su smartphone para estar conectado con las últimas tendencias musicales y su *laptop* para planificar y promover eventos

#### BIO

Miquel vive en Barcelona, donde su día a día como arquitecto se complementa con su pasión por la música electrónica. En una ciudad conocida tanto por su arquitectura como por su vibrante escena musical, ha encontrado la manera perfecta de fusionar sus dos grandes pasiones.

En su tiempo libre, Miquel se transforma en un promotor y dedica su tiempo libre a organizar eventos de música electrónica, creando experiencias donde los asistentes pueden descubrir nuevos géneros y artistas. Regularmente asiste a conciertos y su objetivo es construir una red de contactos en la industria musical, buscando mentores y colaboradores que compartan su visión.

Su dedicación ha comenzado a dejar marca en la escena local, promocionando a artistas emergentes y ofreciendo a los aficionados experiencias memorables.

***"Me encanta unir a la gente a través de la música con mis eventos; encontrar la manera de destacar entre tantas opciones es mi verdadero reto."***

Figura 15: Imagen creada con AI. Elaboración propia

#### Contexto

Después de horas de diseñar y construir, Miquel se sumerge en la escena musical local, buscando talentos emergentes y organizando eventos que reflejen su gusto ecléctico y su deseo por ofrecer algo más que solo una noche de entretenimiento.

#### Objetivos y necesidades

- Encontrar y compartir nuevos géneros y artistas, manteniendo su lista de hallazgos fresca y relevante
- Construir una red sólida de contactos en la industria musical que incluya mentores, colaboradores y oportunidades de crecimiento profesional
- Enriquecer su vida personal asistiendo a conciertos y festivales, y participando en la comunidad musical de su ciudad
- Participar en nuevos proyectos y colaboraciones, explorando caminos alternativos en la industria musical
- Ser parte de una comunidad diversa que promueva el intercambio cultural a través de la música
- Anhela un servicio de recomendaciones personalizadas basadas en su historial, preferencias musicales y eventos asistidos

#### Frustraciones

- La promoción de eventos requiere navegar a través de un entorno competitivo donde es difícil captar la atención del público
- A pesar de su deseo de establecer conexiones profundas, a menudo se encuentra con interacciones superficiales tanto en las redes sociales como en *match apps*
- A veces se siente abrumado por la cantidad de nueva música y artistas, lo que hace difícil filtrar y encontrar verdaderas joyas
- A veces se siente frustrado por la falta de espacios que fomenten genuinamente el intercambio cultural y la diversidad dentro de la comunidad musical



### 3.2.2 Marta - User Persona 03



**Edad:** 34 años

**Ocupación:** Periodista y fotógrafa aficionada a la música

**Ubicación:** Madrid, España

#### Apps



**Uso de la tecnología:** Usa su smartphone como herramienta para documentar conciertos y actualizar su blog y su *laptop* para la edición de contenido y fotografía

#### BIO

Marta es una periodista con una pasión paralela por la fotografía y la música en directo. Reside en Madrid, un epicentro de cultura y arte donde su carrera y sus intereses personales se entrelazan.

Durante el día, Marta se sumerge en el mundo del periodismo y en su tiempo libre, su amor por la música la lleva a los numerosos conciertos de la ciudad, donde captura la esencia de la escena musical a través de su cámara. Estas experiencias enriquecen su blog personal, donde comparte sus aventuras y fotografías con una comunidad *online*.

La ciudad es su estudio y su sala de conciertos, proporcionándole historias y escenas que documentar y compartir. Su blog es un recurso valioso para aquellos que buscan recomendaciones honestas y perspectivas sobre la escena musical actual.

***"La música y la imagen son mis herramientas para contar historias; necesito estar conectada con cada evento musical que Madrid ofrece."***

Figura 16: Imagen creada con AI. Elaboración propia

#### Contexto

Marta está siempre en movimiento, asistiendo a eventos y entrevistando artistas, con el objetivo de capturar la esencia de la música en directo.

#### Objetivos y necesidades

- Marta busca constantemente nuevos géneros y artistas, deseando una plataforma que le ofrezca recomendaciones personalizadas basadas en sus gustos y previa asistencia a eventos
- Marta quiere forjar relaciones significativas con otros aficionados a la música y profesionales del sector, más allá de las interacciones superficiales
- Aspira a expandir su carrera periodística y fotográfica mediante la colaboración en proyectos que unan música, cultura y tecnología
- Aspira a encontrar una plataforma que mejore su experiencia de descubrimiento y conexión con otras personas dentro de la escena musical y que también sirva como escaparate para su trabajo periodístico y fotográfico, aumentando su exposición y reconocimiento
- Busca fortalecer su red profesional, conectando con otros periodistas, músicos y entusiastas que puedan abrir puertas a nuevas oportunidades y colaboraciones

#### Frustraciones

- Se siente abrumada por la cantidad de eventos y noticias musicales, y le frustra no tener una forma eficiente de filtrar y acceder a la información más acorde con sus preferencias
- Marta lucha por diferenciar su trabajo y encontrar canales efectivos para mostrar sus historias y fotografías
- Como usuaria consciente, le preocupa la privacidad de sus datos personales y busca plataformas que ofrezcan transparencia y control
- Se siente frustrada cuando las aplicaciones son poco intuitivas, y valora las interfaces elegantes y fáciles de usar

## 3.3 ESCENARIOS

Para sumergirnos en la vida de nuestros usuarios y comprender cómo GigMate se integra en su día a día, hemos creado cuatro escenarios. Estos relatos no son simples ejemplos; son narrativas que nos permiten asomarnos a las experiencias reales de nuestros usuarios, capturando sus desafíos y aspiraciones de manera precisa.

Al explorar cómo cada persona utiliza la plataforma para lograr sus metas, obtenemos perspectivas valiosas que nos guían en el desarrollo de nuestra aplicación para que tenga un impacto auténtico y significativo.

A continuación se presentan los cuatro escenarios:

**Escenario 01 - Sanja**  
Creación de perfil

**Escenario 02 - Sanja**  
Hacer *match*

**Escenario 03 - Marta**  
Buscar evento

**Escenario 04 - Miquel**  
Crear un evento



## 3.3.1 Escenario 01



## Empieza a usar GigMate creando su perfil de usuario

Sanja se despierta con la melodía de su canción favorita, aún resonando en su mente desde el concierto de anoche. Mientras toma su café matutino, recuerda la conversación con Marco. Él mencionó algo sobre GigMate, una app que parecía hecha a medida para alguien como ella, que vive y respira música. La idea de una plataforma que no solo conecta a las personas a través de la música sino que también ayuda a descubrir eventos y proyectos musicales le intriga.

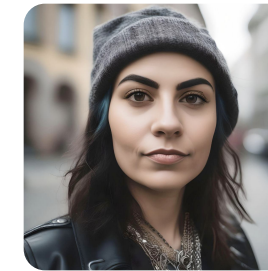
Sanja se pregunta si GigMate realmente podría ofrecerle algo diferente. Ha probado otras aplicaciones de música y *match apps*, pero ninguna ha logrado capturar esa sensación de comunidad y conexión que ella busca. "¿Podría GigMate ser la respuesta?", piensa.

Curiosa, toma su *smartphone* y busca GigMate en la tienda de aplicaciones. Las reseñas son positivas y las capturas de pantalla muestran una interfaz atractiva y prometedora. Con un toque, descarga la app.

Al abrir GigMate, se encuentra con un proceso de registro sencillo acompañado de una cálida bienvenida que resalta el concepto de comunidad y el propósito de GigMate. Introduce su nombre, edad, ubicación y una foto donde se ve con su guitarra eléctrica y otra con su camiseta de punk favorita. Selecciona sus géneros favoritos, instrumentos y habilidades, y también indica su interés por descubrir música nueva. Como vocalista y compositora, Sanja describe su experiencia, influencias y aspiraciones. Quiere encontrar músicos con quienes colaborar y GigMate parece ser el lugar perfecto para hacerlo.

Un número, un correo electrónico, una verificación rápida y su perfil está asegurado. Ajusta sus preferencias de privacidad con facilidad, sabiendo que GigMate valora y protege su información. Con un toque final, su perfil está completo. Un tutorial interactivo la guía a través de las características de la aplicación, mostrándole cómo buscar eventos, explorar perfiles y personalizar su experiencia.

## 3.3.2 Escenario 03



## Hace *match* con una persona que puede sustituir al baterista de su banda

Sanja siente una mezcla de nerviosismo y emoción mientras su dedo se desliza por la pantalla de su teléfono explorando los perfiles de otros usuarios. La necesidad de encontrar un baterista para el concierto de la próxima semana pesa sobre ella; su banda no puede permitirse cancelar otro *show*.

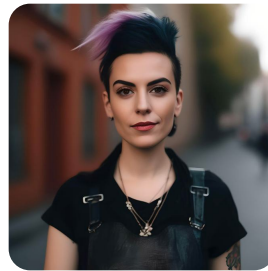
La interfaz de la aplicación es intuitiva y Sanja se dirige directamente a la función de búsqueda avanzada. Filtra por "bateristas", "abierto a colaboración" y "punk", su género de elección. La lista de perfiles aparece y ella los examina, escuchando sus canciones destacadas en la biografía y leyendo sobre sus experiencias.

Entonces un perfil le llama la atención. Kai, un baterista con una impresionante lista de influencias que coinciden con las suyas, y lo más importante, está abierto a colaboraciones. Sanja explora la sección de enlaces en el perfil de Kai y sus videos de YouTube muestran una técnica impecable, encajando perfectamente con el espíritu de su banda.

Con un toque, Sanja manda su propósito de conexión que indica su situación urgente. La respuesta es casi inmediata; Kai está interesado y emocionado por la oportunidad de tocar en un concierto. Intercambian mensajes, números y acuerdan una videollamada.

La videollamada es un torbellino de planes y risas nerviosas, hablando de música, influencias y detalles del evento. Quedan para un ensayo esa misma tarde.

## 3.3.3 Escenario 03



## Busca eventos y planifica su calendario

Marta se sienta en su escritorio, la luz de la tarde baña su espacio de trabajo con tonos dorados. Con su *smartphone* en mano, abre GigMate, lista para sumergirse en la búsqueda de su próxima aventura musical por Madrid.

La app, inteligente y atenta a sus preferencias, le presenta una selección de eventos de música, destacando aquellos a los que asistirán usuarios con los que ha hecho *match* previamente. La interfaz se ilumina con opciones, y ella sonrío al ver que la app ha organizado los eventos en categorías intuitivas y sabiendo que estos eventos no solo prometen buena música, sino también la oportunidad de encontrarse con caras conocidas.

Marta explora la sección “Este fin de semana” y encuentra un concierto de un grupo de indie rock que ha descubierto recientemente. Explora los detalles del evento y ve que un fotógrafo con el que hizo *match* también asistirá y se imagina las posibilidades creativas de combinar sus talentos. A través de un enlace compra su entrada y con un toque, añade el evento a su calendario de GigMate, asegurando no perderse el momento.

También explora la sección “próximos eventos” y encuentra un evento de música experimental que le pica la curiosidad. Rápidamente guarda el evento en su calendario.

A la semana siguiente, mientras Marta edita las fotos de su última aventura musical, su teléfono emite una melodía suave. Una notificación de GigMate aparece: “¡Recuerda! El evento de música experimental es mañana y aún no tienes entrada. Haz click aquí para asegurar tu lugar”. Marta agradece el recordatorio y, aunque esta vez no podrá asistir, siente la emoción dentro de ella. GigMate se ha convertido en el compañero fiel que siempre le recuerda los próximos eventos, asegurando que no se pierda ni un solo acorde por fotografiar.

## 3.3.4 Escenario 04



## Crea un evento y conecta con potenciales colaboradores

Miquel se sienta en su estudio. La pantalla de su *laptop* ilumina su rostro concentrado. La aplicación de GigMate está abierta, lista para ser la plataforma a través de la cual su evento cobrará vida. *#HarmonicHabitat* no solo es un evento, es la manifestación de su pasión por la música y la arquitectura. Se siente inspirado por la promesa de la aplicación; no solo anunciar eventos, sino crear conexiones significativas entre artistas y aficionados. Decidido, Miquel se toma su tiempo para asegurarse de que todo esté perfecto.

Selecciona los géneros y subgéneros que mejor representan la atmósfera que desea crear, desde el *techno* hasta el *ambient*, pasando por el *house*. Describe los detalles del evento, destacando cómo la arquitectura del lugar complementará la experiencia musical, mezclándose de manera única.

Añade imágenes que capturan la esencia del lugar y selecciona etiquetas que asegurarán que su evento sea descubierto por aquellos cuyas preferencias musicales y estéticas resuenen con *#HarmonicHabitat*.

Una vez satisfecho con el resultado, Miquel publica el evento. Es un momento de emoción, sabiendo que ahora su creación está ahí fuera, esperando ser descubierta por la comunidad de GigMate.

No pasa mucho tiempo antes que la magia surja efecto. Miquel empieza a recibir notificaciones de gente interesada en el evento. También empieza a recibir propósitos de conexión. Entre ellos, hay una propuesta de colaboración. Alex Echoes, un artista local cuyo estilo experimental y visión encajan perfectamente con el concepto del evento.

Miquel se siente emocionado y agradecido. La posibilidad de esta colaboración espontánea es algo que había imaginado al usar GigMate. Responde al mensaje de Alex, entusiasmado por explorar cómo pueden unir fuerzas para hacer de *#HarmonicHabitat* una experiencia inolvidable.



## 3.4 *USER JOURNEYS*

A partir de la construcción de los cuatro escenarios, hemos desarrollado y planteado un recorrido detallado basado en cada uno de ellos.

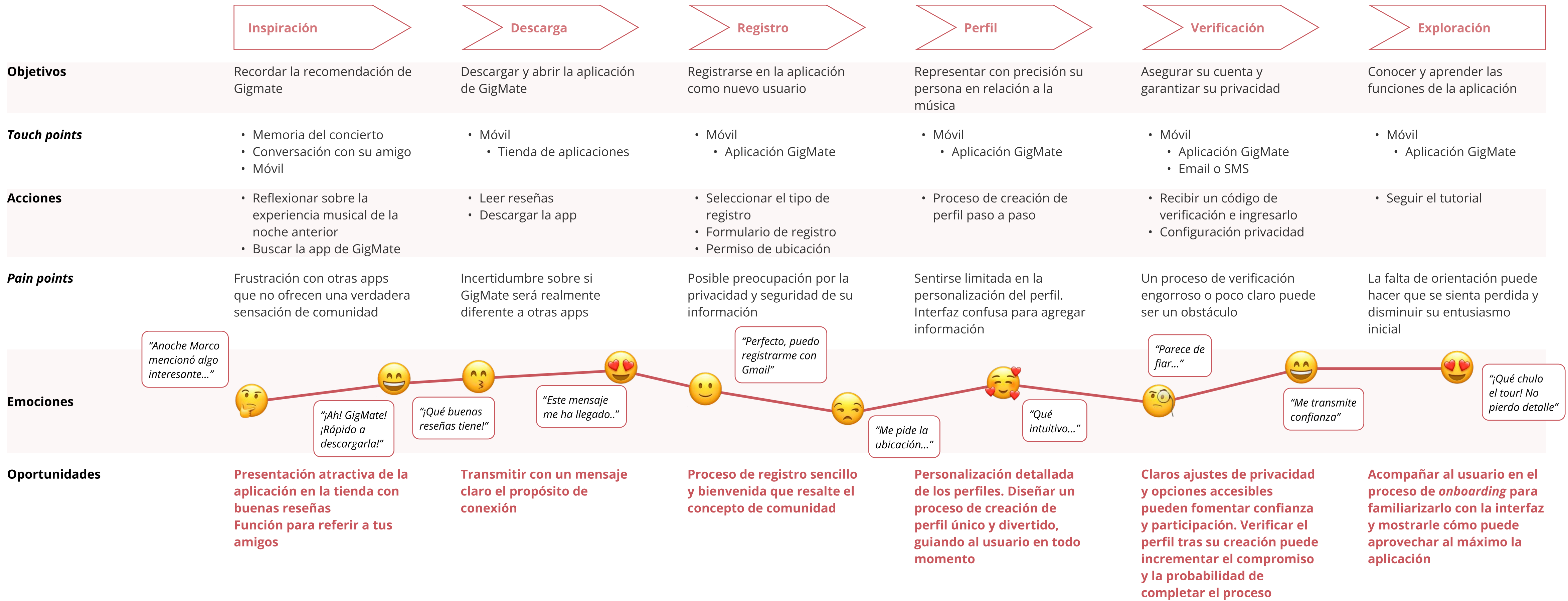
Este recorrido ofrece una visión paso a paso de la interacción de los usuarios con la aplicación, desglosando las emociones y reacciones en cada punto de contacto.

Este enfoque metodológico nos permite comprender profundamente cómo cada persona se relaciona con la aplicación, así como identificar los puntos críticos donde podemos anticipar problemas o aprovechar oportunidades a lo largo de la experiencia.

3.4.1 User Journey 01

Sanja

Empieza a usar la aplicación de GigMate y crea su perfil de usuario

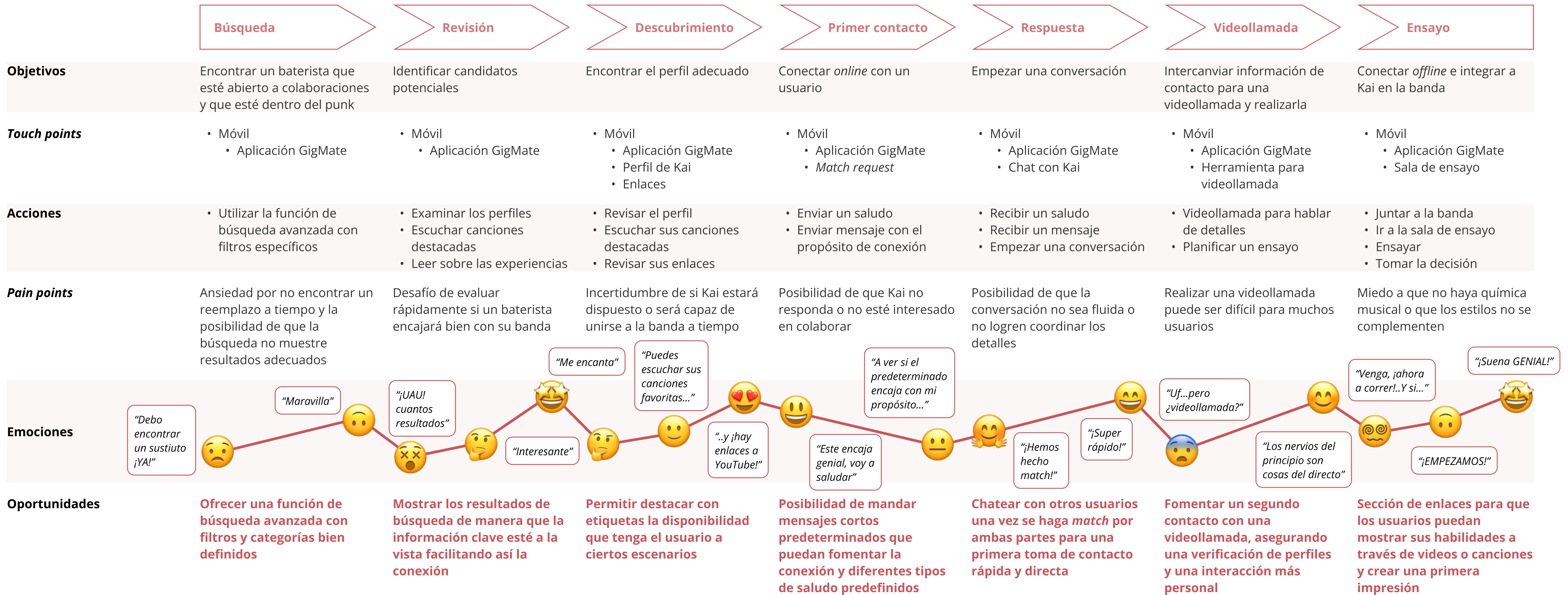




3.4.2 User Journey 02

Sanja

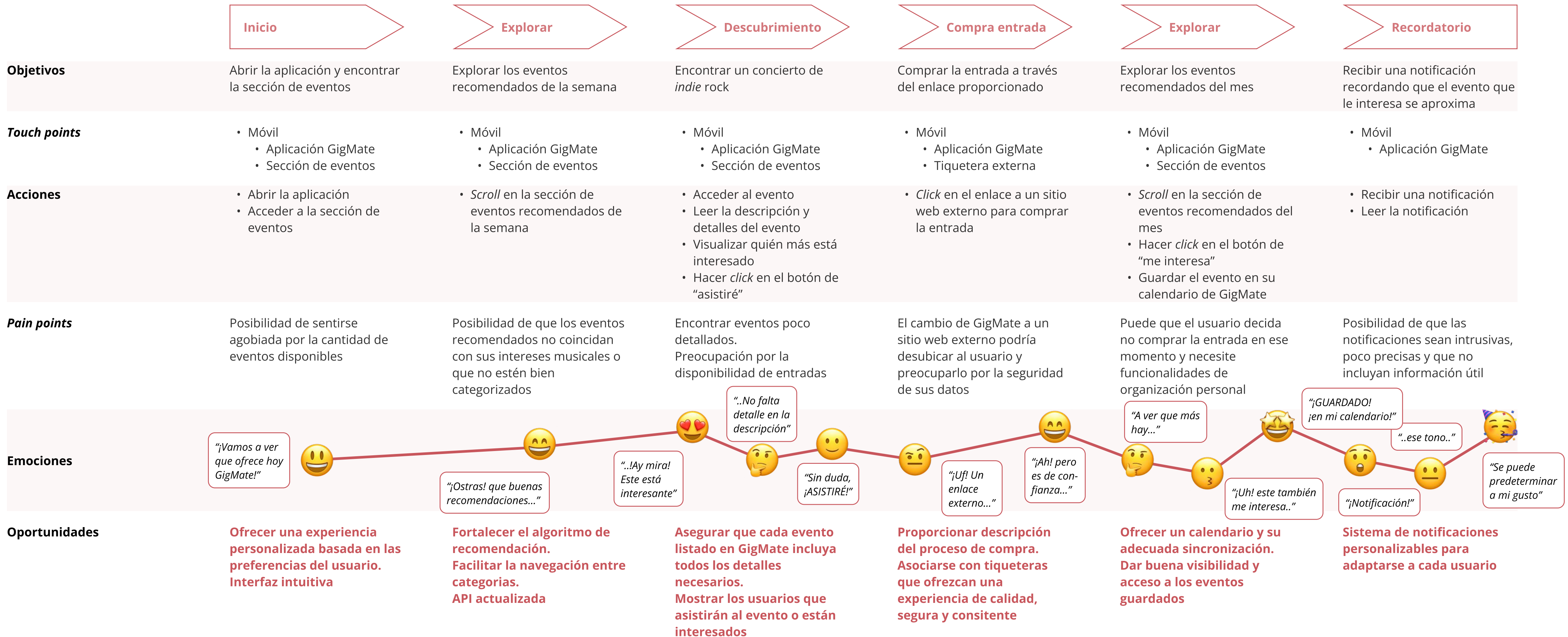
Hace *match* con una persona que puede sustituir al baterista de su banda



3.4.3 User Journey 03

Marta

Busca eventos y planifica su calendario

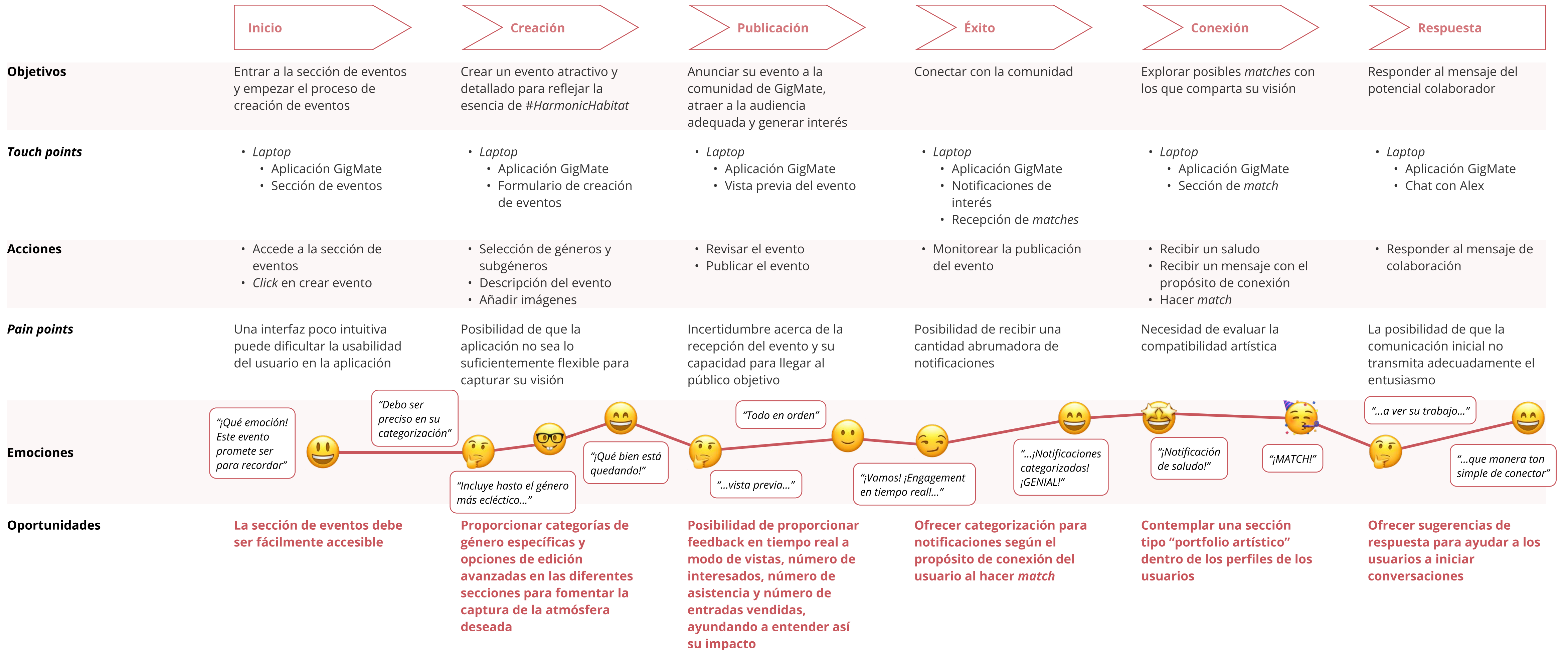




3.4.4 User Journey 04

**Miquel**

Crea un evento y conecta con potenciales colaboradores



## 3.5 PROPUESTA DE VALOR

Tras una investigación exhaustiva para comprender a las personas usuarias, hemos consolidado nuestro conocimiento en forma de perfiles representativos que reflejan distintos tipos de persona dentro de la comunidad musical. Estos perfiles se han desglosado en tres características fundamentales: *gains*, *pains* y *job-to-be-done* que son esenciales para entender la experiencia y las expectativas del usuario objetivo.

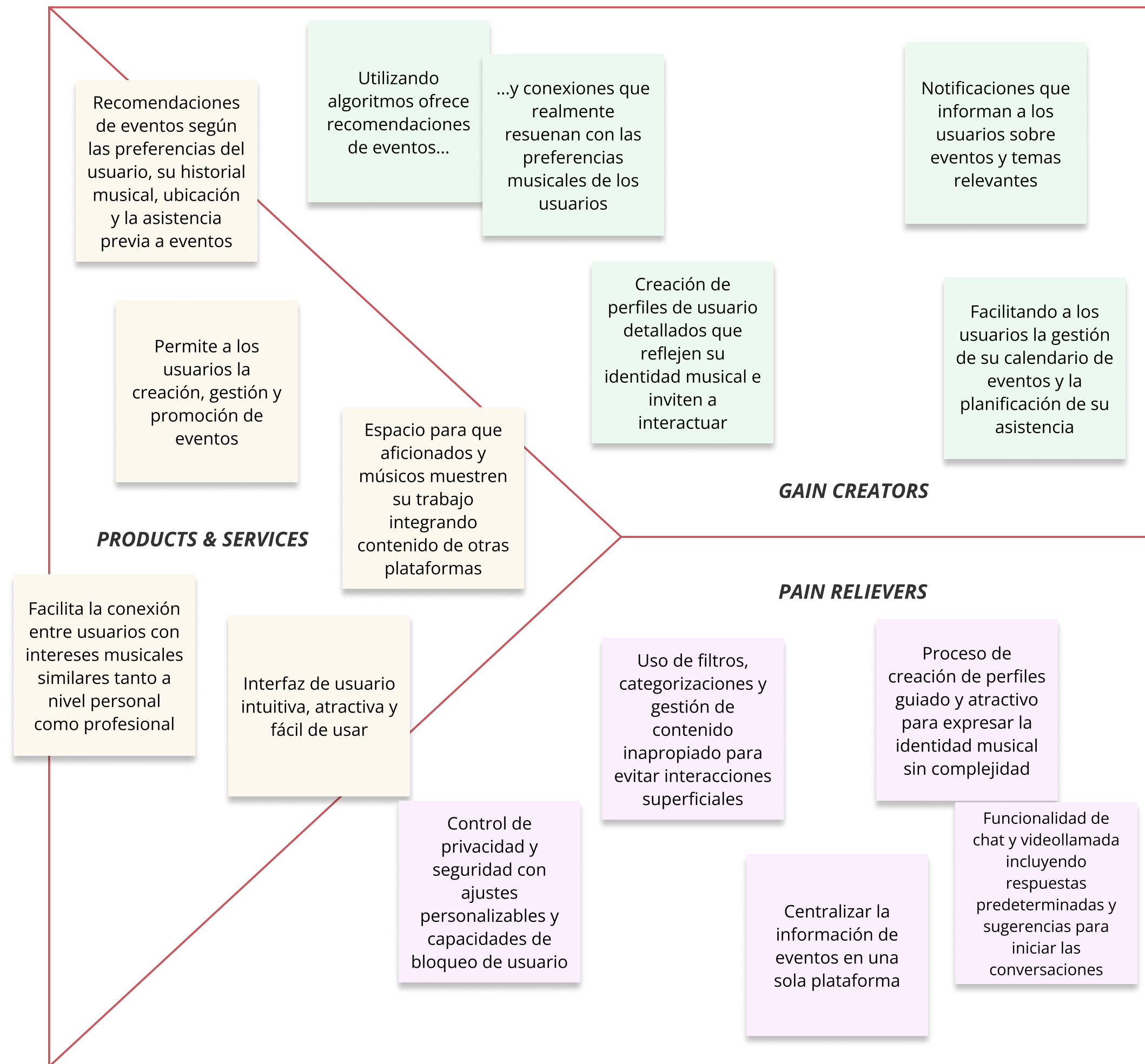
Con la idea de producto definida, empezamos a organizar y detallar los beneficios que GigMate aportaría a la experiencia de los usuarios. El *Value Proposition Canvas* que presentamos a continuación recoge los hallazgos y conclusiones generados a lo largo de la investigación.

Los elementos identificados en cada categoría serán cruciales para detectar los puntos en común entre el usuario y el producto, asegurando que GigMate proporcione beneficios reales y tangibles, garantizando que cada interacción sea una experiencia enriquecedora y acorde con la comunidad.

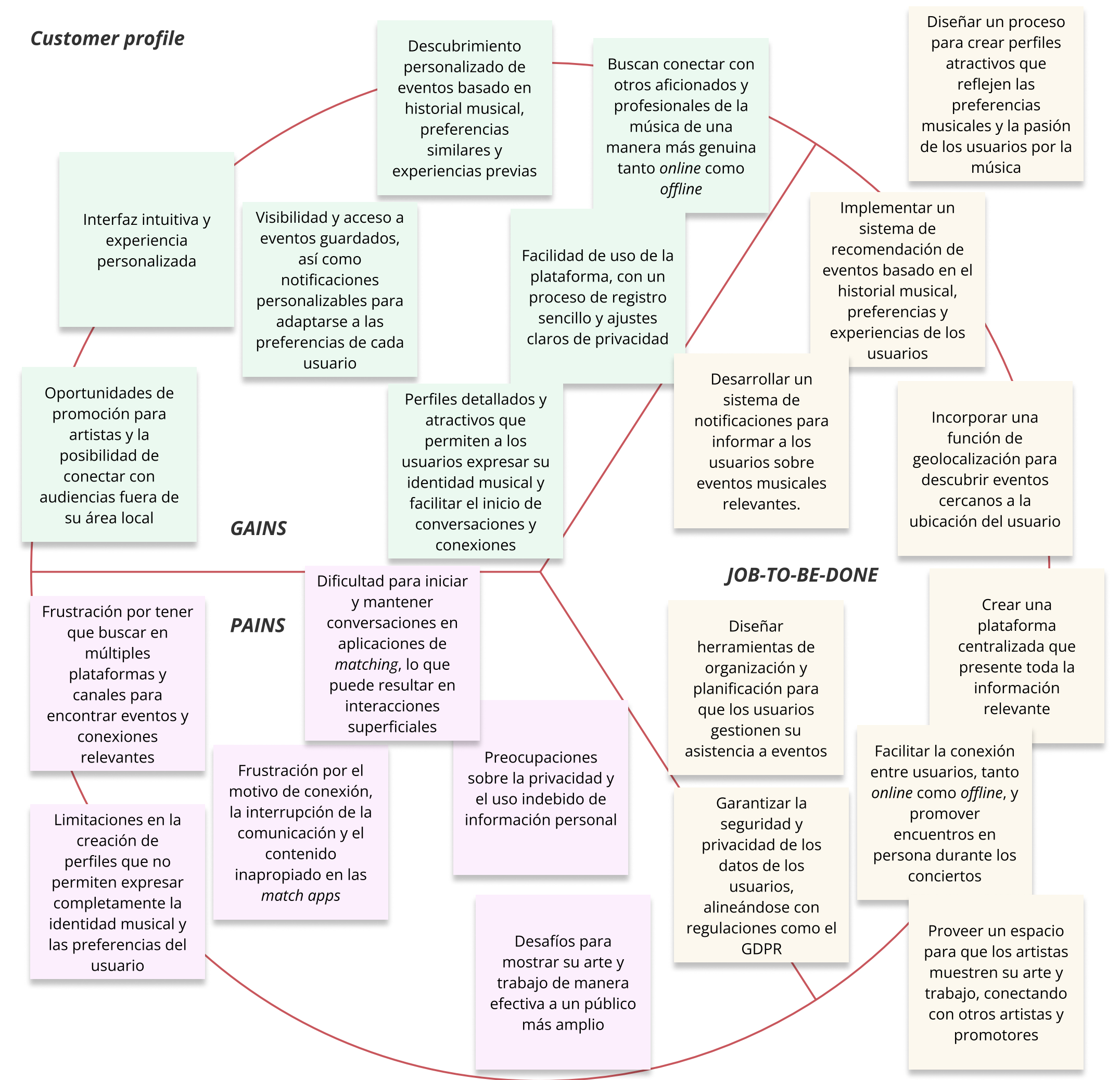


3.5.1 Value Proposition Canvas

Value map



Customer profile



## 3.6 REQUISITOS DE DISEÑO

Para concluir la fase de definición del proyecto, es crucial definir los requisitos del mismo basándonos en los hallazgos y oportunidades encontradas, así como en las preferencias de los usuarios y las necesidades identificadas. Estos requisitos son fundamentales para garantizar que la aplicación responda adecuadamente a las necesidades y objetivos de las personas usuarias, así como para asegurar su usabilidad y accesibilidad.

### 3.6.1 Lista de requisitos

#### 1. Registro y perfil de usuario

- Proceso de registro sencillo con opciones de inicio de sesión a través de redes sociales y correo electrónico
- Creación de perfiles detallados que permitan a los usuarios expresar sus preferencias musicales, historial de eventos y vínculos con la música
- Integración con otras plataformas musicales para enriquecer la experiencia del usuario
- Configuraciones de privacidad claras y accesibles que permitan a los usuarios controlar qué información comparten y con quién

#### 2. Creación de eventos e *event discovery*

- Búsqueda avanzada de eventos con filtros y categorías
- Característica de creación de eventos
- Notificaciones personalizadas sobre eventos relevantes basadas en las preferencias del usuario
- Eventos detallados, incluyendo información sobre artistas, ubicación, fotografías, enlaces para compra de entradas, etc.

#### 3. Conexión entre usuarios

- Función de *match* basada en la compatibilidad de perfiles detallados, historial de eventos y preferencias musicales
- Posibilidad de iniciar conversaciones y chatear con otros usuarios después de un *match*
- Opción de realizar videollamadas integradas en la plataforma para una interacción más personal y verificación de perfiles
- Sección de enlaces para mostrar habilidades artísticas
- Categorización de notificaciones según el propósito de conexión del usuario al hacer *match*

#### 4. Interacción con eventos

- Implementación de un calendario integrado que permita a los usuarios sincronizar los eventos que han guardado y recibir recordatorios
- Feedback en tiempo real (para los creadores de eventos), incluyendo número de vistas, de interesados, asistencia y ventas de entradas
- Visualización de usuarios interesados o que asistirán a un evento específico, permitiendo a los usuarios conectarse antes del evento

#### 5. Personalización y recomendaciones

- Experiencia personalizada basada en las preferencias musicales y el historial de eventos del usuario
- Algoritmos de recomendación para sugerir eventos relevantes y usuarios compatibles

#### 6. Navegación y usabilidad

- Interfaz intuitiva con navegación clara entre categorías y secciones de la aplicación
- Proporcionar categorías de género específicas y opciones de edición avanzadas para capturar la atmósfera deseada durante la creación de eventos
- Sugerencias de mensajes y ayuda contextual para iniciar conversaciones entre usuarios

#### 7. Privacidad y Seguridad

- Cumplimiento de normativas de privacidad como la ley europea GDPR
- Verificación de perfiles mediante procesos de autenticación en dos pasos
- Debe haber funciones de bloqueo de usuarios y denuncia de comportamiento inapropiado para garantizar un entorno seguro y respetuoso

#### 8. Feedback

- Permitir a los usuarios referir la aplicación a amigos o contactos a través de un sistema de referral



## 3.7 CONCLUSIONES

Esta primera fase de la investigación ha permitido **enriquecer nuestra idea de proyecto**. Lo que en un principio se visualizaba como un servicio que busca conectar a los usuarios a través de la música con el fin de crear nuevas amistades, los hallazgos claramente sugieren **la posibilidad de ir más allá**.

Aprovechando las oportunidades de este cambio de paradigma dentro del mundo de las *match apps*, y sobretodo la necesidad dentro de la escena de crear conexiones ya no solo a nivel personal, enfocamos a GigMate como una **herramienta con capacidades para conectar a los usuarios según sus preferencias, tanto a nivel personal como profesional**.

# 4. PROTOTIPADO

---





## 4.1 INVENTARIO DE CONTENIDOS

Basándonos en los hallazgos de las etapas de investigación y definición de requisitos, se ha elaborado la estructura de la aplicación en su totalidad, detallando los contenidos y funcionalidades que se esperan incluir.

Esta estructura se organiza en forma de tabla con múltiples niveles de profundidad, proporcionando una visión detallada de la posible solución. El propósito principal es detectar posibles problemas, redundancias o carencias en el diseño.

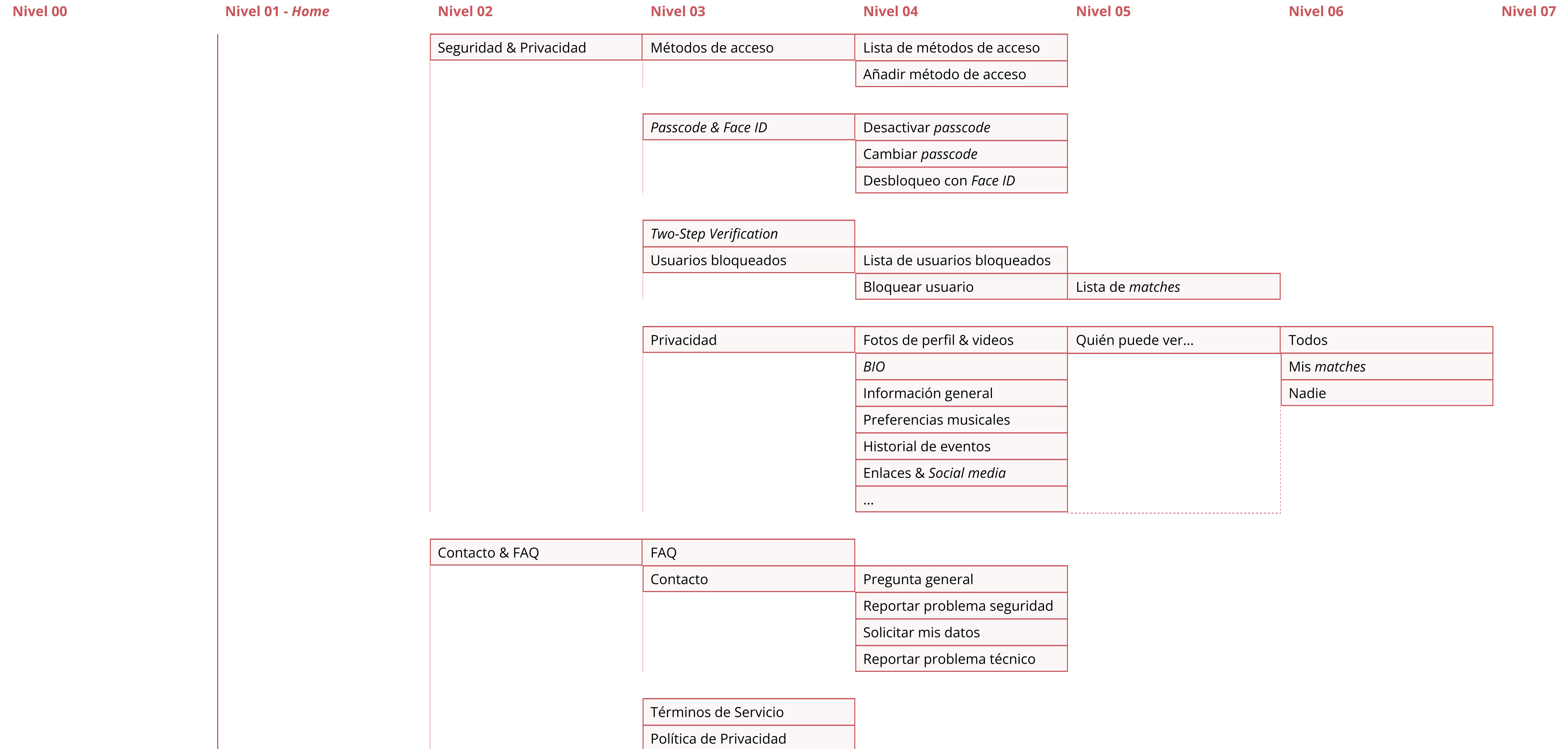
Es importante subrayar que este inventario está sujeto a actualizaciones y validaciones por parte de los usuarios, quienes tendrán la oportunidad de enriquecerlo mediante otras técnicas a medida que avance el proceso de desarrollo. La participación activa de los usuarios garantizará que la solución final satisfaga plenamente sus necesidades y expectativas.

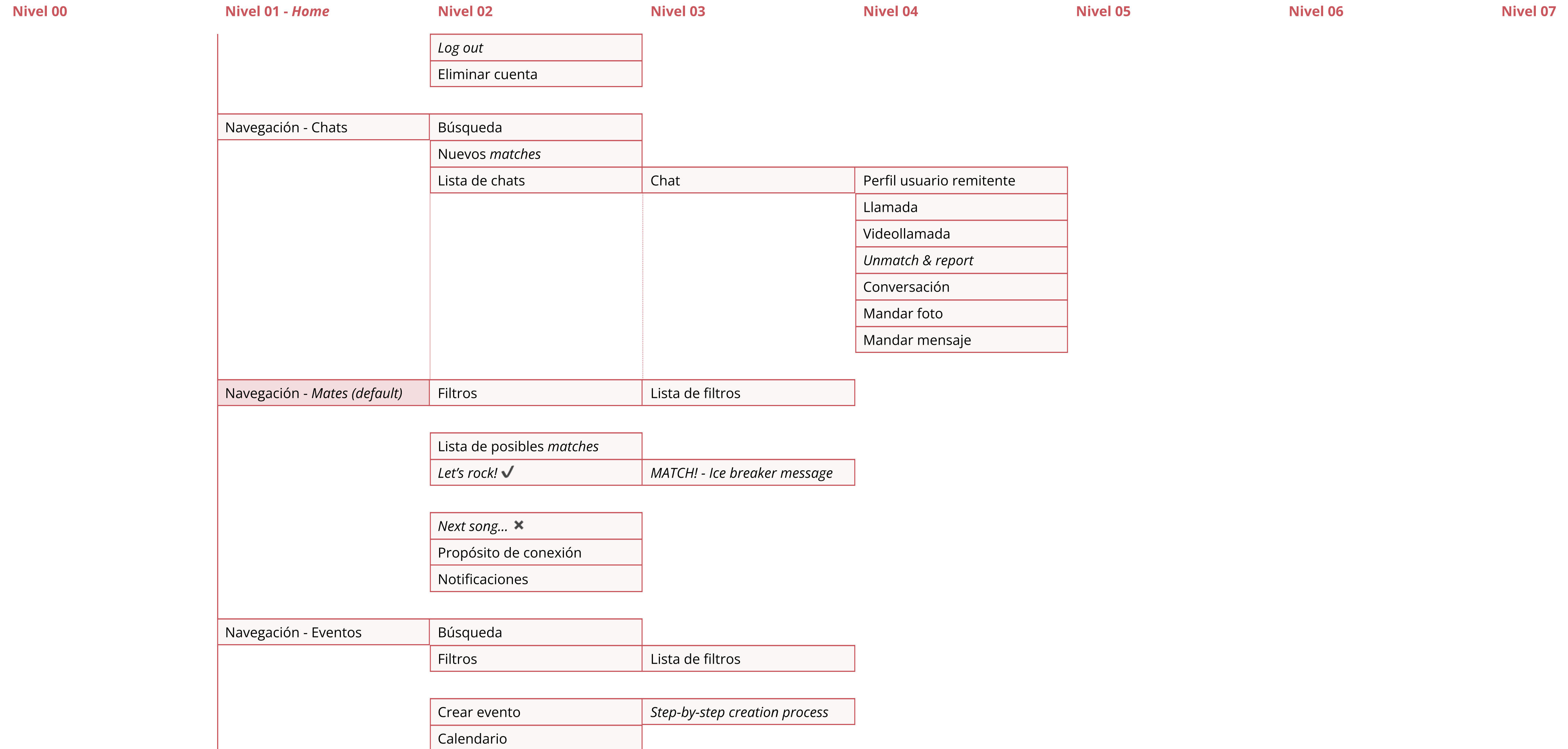
A continuación presentamos la tabla de contenidos:

4.1.1 Tabla de contenidos

Nivel 00	Nivel 01 - Home	Nivel 02	Nivel 03	Nivel 04	Nivel 05	Nivel 06	Nivel 07
Splash screen							
Bienvenida - Log in / Sign up							
Creación de perfil							
	Navegación - Settings	Snooze					
		Modo incognito					
		Ubicación					
		Notificaciones	Mensajes	Push notification			
				In-app notification			
				Sound	Upload sound		
					Lista de sonidos		
			Matches	Push notification			
				In-app notification			
				Sound	Upload sound		
					Lista de sonidos		
			Eventos	Push notification			
				Sound	Upload sound		
					Lista de sonidos		
			Investigación & Encuestas	Push notification			
				In-app notification			
				Email			











Nivel 00

Nivel 01 - Home

Nivel 02

Nivel 03

Nivel 04

Nivel 05

Nivel 06

Nivel 07

Información general	Puesto de trabajo	Puesto de trabajo	
		Añadir puesto de trabajo	Título
			Empresa
			Añadir
			Eliminar puesto de trabajo
	Educación	Título	
		Añadir educación	Institución
			Año de graduación
			Añadir
			Eliminar educación
	Género	Lista de opciones de género	
		Mostrar en el perfil	
		Guardar y cerrar	
	Ubicación	Búsqueda	
		Lista de ciudades	
	Hometown	Búsqueda	
		Lista de ciudades	
	Idiomas	Búsqueda	
		Lista de idiomas	



Nivel 00

Nivel 01 - Home

Nivel 02

Nivel 03

Nivel 04

Nivel 05

Nivel 06

Nivel 07

Me & Music	My favorite artists	Búsqueda	
		Lista de artistas	
		Seleccionar	
	My top 3 songs	Búsqueda	
		Lista de artistas	
		Seleccionar	
	My top 3 albums	Búsqueda	
		Lista de álbumes	
		Seleccionar	
	Géneros	Lista de géneros	
	Buscando	Lista de opciones	
	Calendario	Mostrar/ No mostrar en perfil	
	Portfolio	Enlaces	Añadir
	Cuentas asociadas	Bandcamp	
		Vimeo	
Behance			
Discogs			
YouTube			
Dribbble			

## 4.2 CARD SORTING

En el vasto universo del diseño de experiencias de usuario, entender cómo los usuarios perciben, clasifican y navegan la información es fundamental. Es aquí donde el *card sorting* emerge como una herramienta esencial, permitiéndonos adentrarnos en la mente de nuestros usuarios para crear interfaces intuitivas y eficientes. Este método, centrado en la participación activa de los usuarios, nos ayuda a organizar el contenido de manera que refleje el pensamiento y las expectativas de nuestro público objetivo.

El *card sorting*, o clasificación de tarjetas, es una técnica de investigación cuantitativa que se emplea para diseñar o evaluar la arquitectura de información de un sitio web, aplicación o producto digital. A través de sesiones interactivas, los participantes organizan temas en categorías que tienen sentido para ellos, revelando insights sobre su modelo mental. Este proceso no solo facilita la creación de estructuras de navegación lógicas y categorizaciones intuitivas, sino que también promueve una mayor coherencia y accesibilidad en el diseño.

### 4.2.1 Metodología

#### Diseño del *card sorting*

Para nuestro estudio hemos elegido la herramienta en línea de Optimal Workshop<sup>[17]</sup>, que nos permite realizar un análisis detallado y recoger datos de manera eficiente. El diseño de nuestro *card sorting* se ha estructurado de la siguiente manera:

- Seleccionamos un conjunto representativo de tarjetas que reflejan el contenido y las funcionalidades de la plataforma. Cada tarjeta está etiquetada con un término o concepto clave
- Realizamos un estudio tipo mixto, con algunas categorías predefinidas basadas en nuestra comprensión inicial de la arquitectura de información. Sin embargo, los participantes también tienen la libertad de crear nuevas categorías, permitiéndoles expresar su propio modelo mental

La participación estará abierta durante 3 días y se hará difusión del enlace a través de otras plataformas como WhatsApp, Slack y Telegram.

#### Selección de la muestra

El grupo de personas que participarán en la encuesta debe de aproximarse a nuestro público objetivo. Aunque nuestro producto esté dirigido mayormente a la generación Millennial, abriremos el rango de edad delimitándolo entre 18-69 años.

Link: <https://app.optimalworkshop.com/optimalsort/v02hm54v/wucveo7o/shared-results/edgx7kvniibynnoqbkfk1zc73stqynig>

### 4.2.2 Análisis de los resultados

Durante 3 días el estudio recibe 40 participaciones. Los datos obtenidos se han analizado con la herramienta utilizada, la cual presenta los resultados de manera organizada en secciones y gráficas.

#### Matriz de similitud

La matriz de similitud presenta las tarjetas a lo largo de una tabla en forma de escalera. Muestra la proporción de participantes que vincularon dos tarjetas en la misma categoría y nos permite ver asociaciones y posibles agrupaciones en tonos azul oscuro.

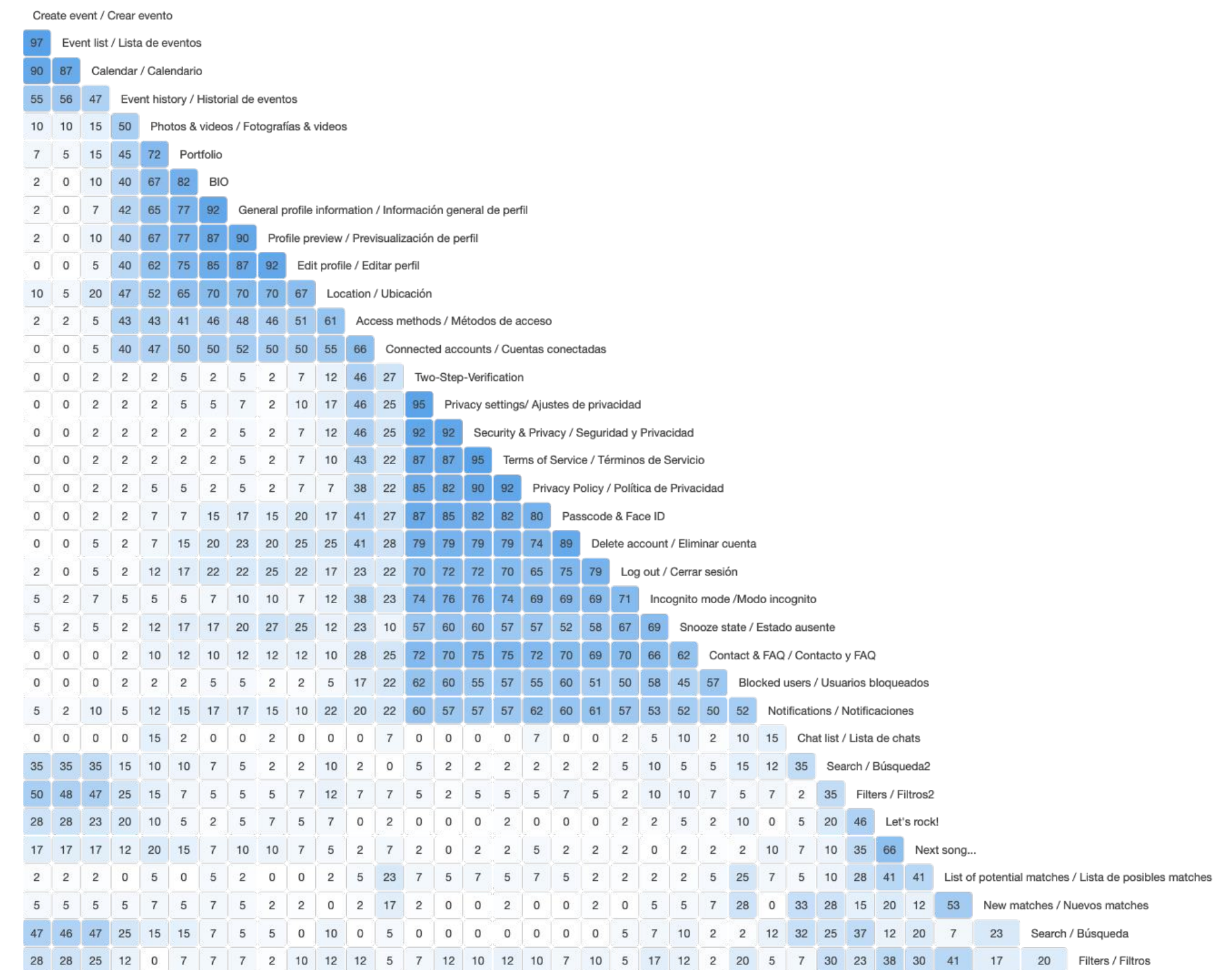


Figura 17: Matriz de similitud. Herramienta: Optimal Workshop



En este caso, observamos que hay un alto porcentaje de participantes que coinciden al agrupar las tarjetas en las categorías de Eventos, Perfil y Ajustes, pero la categorización parece un poco más dispersa para las categorías de Chat y *Mates*.

**Dendograma**

Hemos utilizado el *actual agreement method* o dendograma escéptico al haber obtenido más de 30 participaciones. Este gráfico nos muestra qué porcentaje de participantes estuvo de acuerdo con la agrupación de las tarjetas y muestra exclusivamente las relaciones respaldadas por los datos.

Como se ha observado en la matriz de similitud, vemos que un 40% de los participantes está de acuerdo con las agrupaciones de tarjetas en las categorías de Eventos, Perfil y Ajustes. De igual manera, el contenido de las categorías de Chat y *Mates* sigue apareciendo como más difícil de clasificar, mostrando cierta confusión entre los participantes.

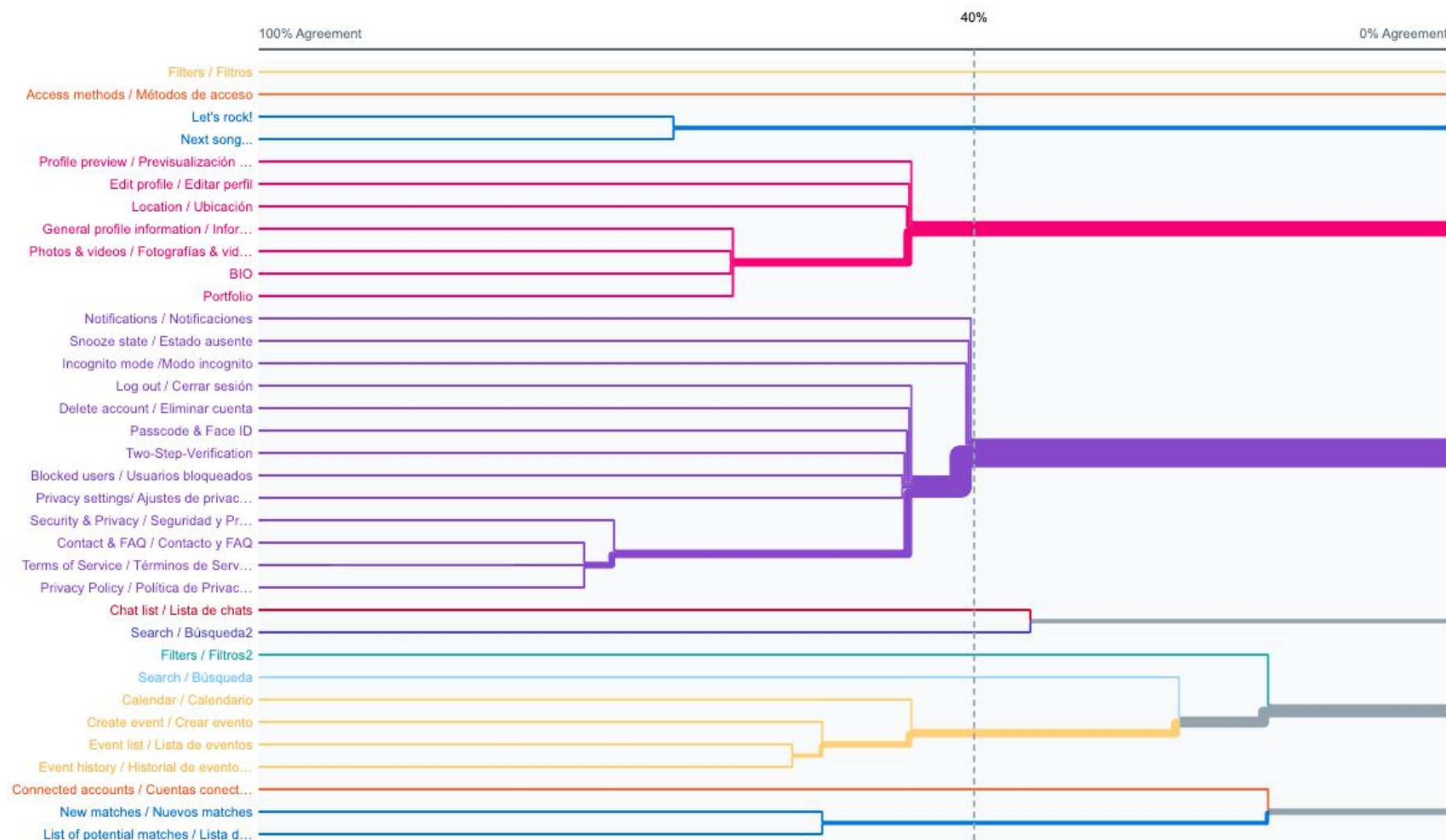


Figura 18: Dendograma. Herramienta: *Optimal Workshop*

**Tabla de normalización**

Terminamos el análisis de nuestro *card sorting* con un resumen visual de cómo se han agrupado las tarjetas en las diferentes categorías estandarizadas. Esto nos ayudará a comprender mejor los datos mostrados anteriormente y facilitará la toma de decisiones informadas basadas en la comprensión de los modelos mentales de los usuarios.

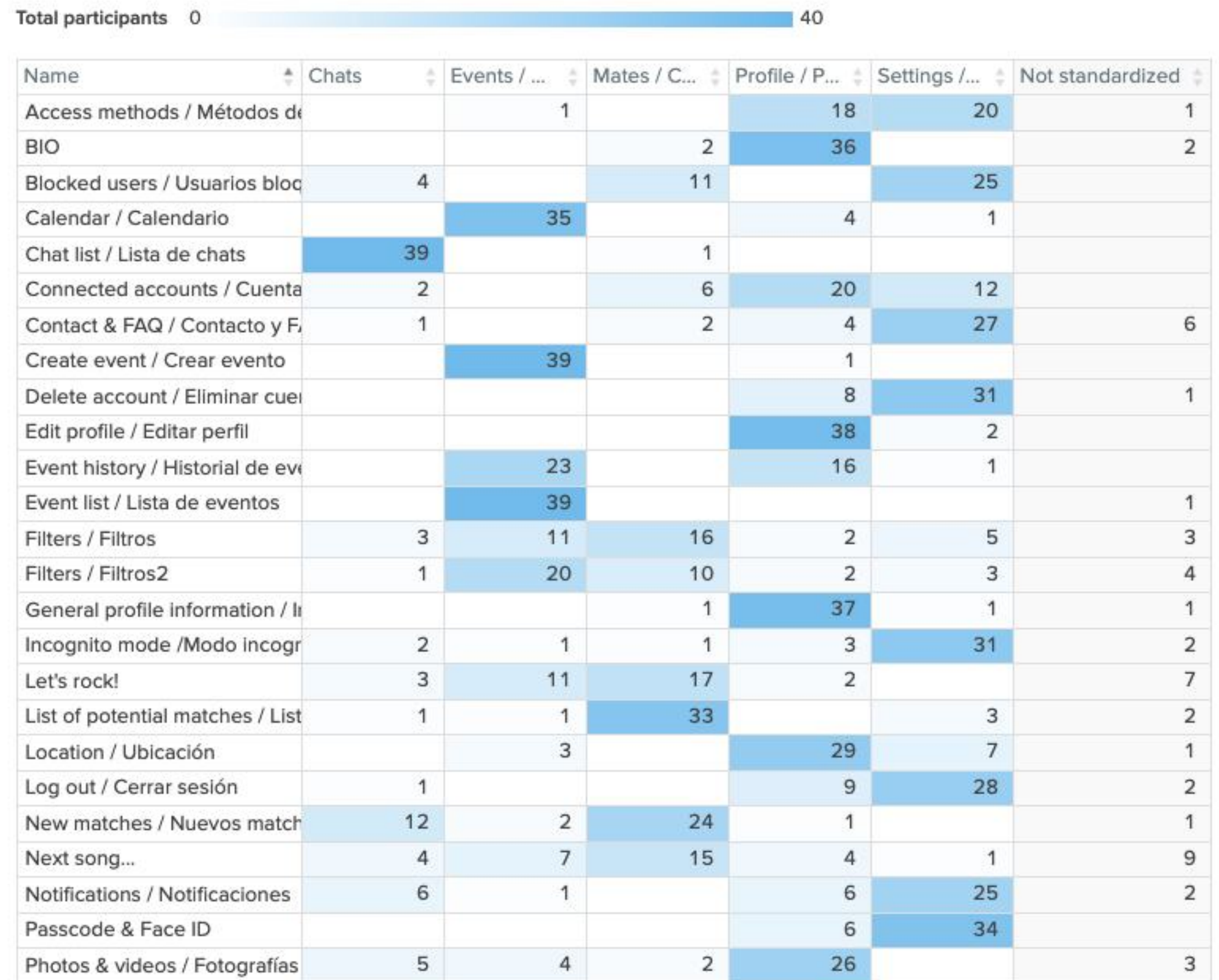


Figura 19: Tabla de normalización. Herramienta: *Optimal Workshop*

Portfolio	1	2	1	32		4
Privacy Policy / Política de Priv	3			1	33	3
Privacy settings/ Ajustes de p				2	38	
Profile preview / Previsualizac	1			39		
Search / Búsqueda	13	18	2	2		5
Search / Búsqueda2	14	14	6	1	1	4
Security & Privacy / Seguridad				1	37	2
Snooze state / Estado ausente	4	1	1	10	23	1
Terms of Service / Términos d			1	1	35	3
Two-Step-Verification			1	1	38	

En esta tabla podemos observar de manera clara que la clasificación de las tarjetas en sus respectivas categorías no está tan lejos de nuestro primer planteamiento de estructura de la aplicación.

Entendemos que el hecho de haber duplicado las tarjetas de filtros y búsqueda ha generado dificultades en la interpretación de los gráficos anteriores. Esto se debe a que los participantes pueden clasificar las tarjetas duplicadas de manera inconsistente o seguir el orden predeterminado del programa al organizarlas. Sin embargo, con la ayuda de esta tabla podemos observar que los participantes las han organizado correctamente dentro de las categorías estandarizadas de Chats y Eventos.

Las dos categorías que parecían más dispersas en cuanto a la correcta categorización de las tarjetas muestran ahora mejores hallazgos:

- Observamos una **mejor definición de la categoría de Chats con una visión más precisa de su contenido**. Cabe resaltar solamente el hecho de que el contenido relacionado con Nuevos *matches* no se ha acabado de asociar dentro de esta sección, si no más en la sección de *Mates*, detectando así un **posible margen de mejora**
- Un número significativo de usuarios ha ubicado el contenido relacionado con Usuarios bloqueados dentro de las categorías de Chats y *Mates*, aunque la categoría de Ajustes es la que obtuvo más de la mitad de los votos. **Definimos a Ajustes, como categoría correcta**
- El contenido relacionado con Cuentas asociadas también obtuvo discrepancias en la interpretación de su ubicación. Aún así, la categoría que obtuvo más votos es la originalmente establecida para albergar su contenido. **Definimos a Perfil, como categoría correcta**

Figura 19: Tabla de normalización. Herramienta: *Optimal Workshop*



## 4.3 ÁRBOL DE CONTENIDOS

A partir del inventario de contenidos y los resultados obtenidos en el *Card Sorting*, se desarrolla la estructura de la aplicación y se establece la jerarquía del contenido, así como las relaciones entre elementos y su etiquetado correspondiente.

El propósito fundamental es garantizar una navegación fluida, intuitiva y accesible para los usuarios, facilitando así la búsqueda de información y la ejecución de acciones deseadas. Para mantener una comprensión clara y actualizada de cada elemento, se utiliza un diagrama para representar visualmente su organización y relaciones.

A continuación presentamos el árbol de contenidos:

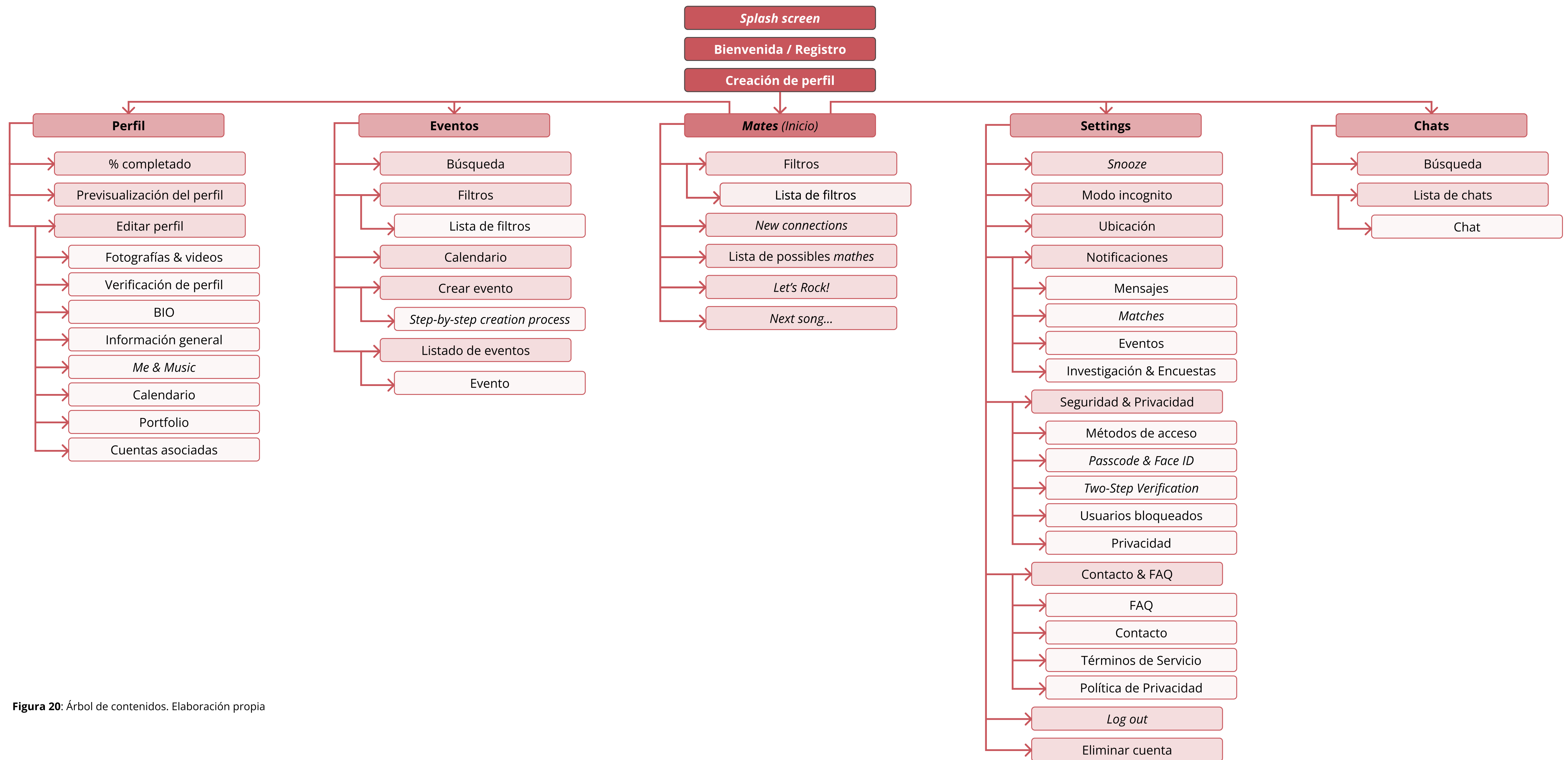


Figura 20: Árbol de contenidos. Elaboración propia



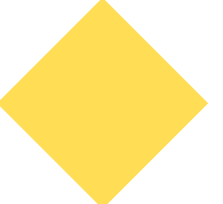



## 4.4 DIAGRAMAS DE FLUJO

Un diagrama de flujo es una representación visual que muestra la secuencia de acciones y decisiones que un usuario realiza al interactuar con un producto o servicio digital. El objetivo principal es proporcionar una vista clara de la experiencia de usuario, identificando oportunidades de mejora y posibles soluciones para optimizar la interacción con el sistema.

Por cada uno de los escenarios y *User Journeys* previamente definidos, junto con la estructura delineada en el árbol de contenidos, trazamos visualmente el recorrido que seguirán los usuarios para alcanzar dichos objetivos. Este enfoque visual no solo facilita el análisis y la optimización de los flujos, sino que también asegura una experiencia fluida, eficiente y satisfactoria para los usuarios.

### Leyenda

-  Punto de partida de la interacción
-  Pasos de la interacción
-  Punto de decisión
-  Punto final de la interacción

A continuación se presentan los diagramas de flujo:

4.4.1 Diagrama de flujo 01

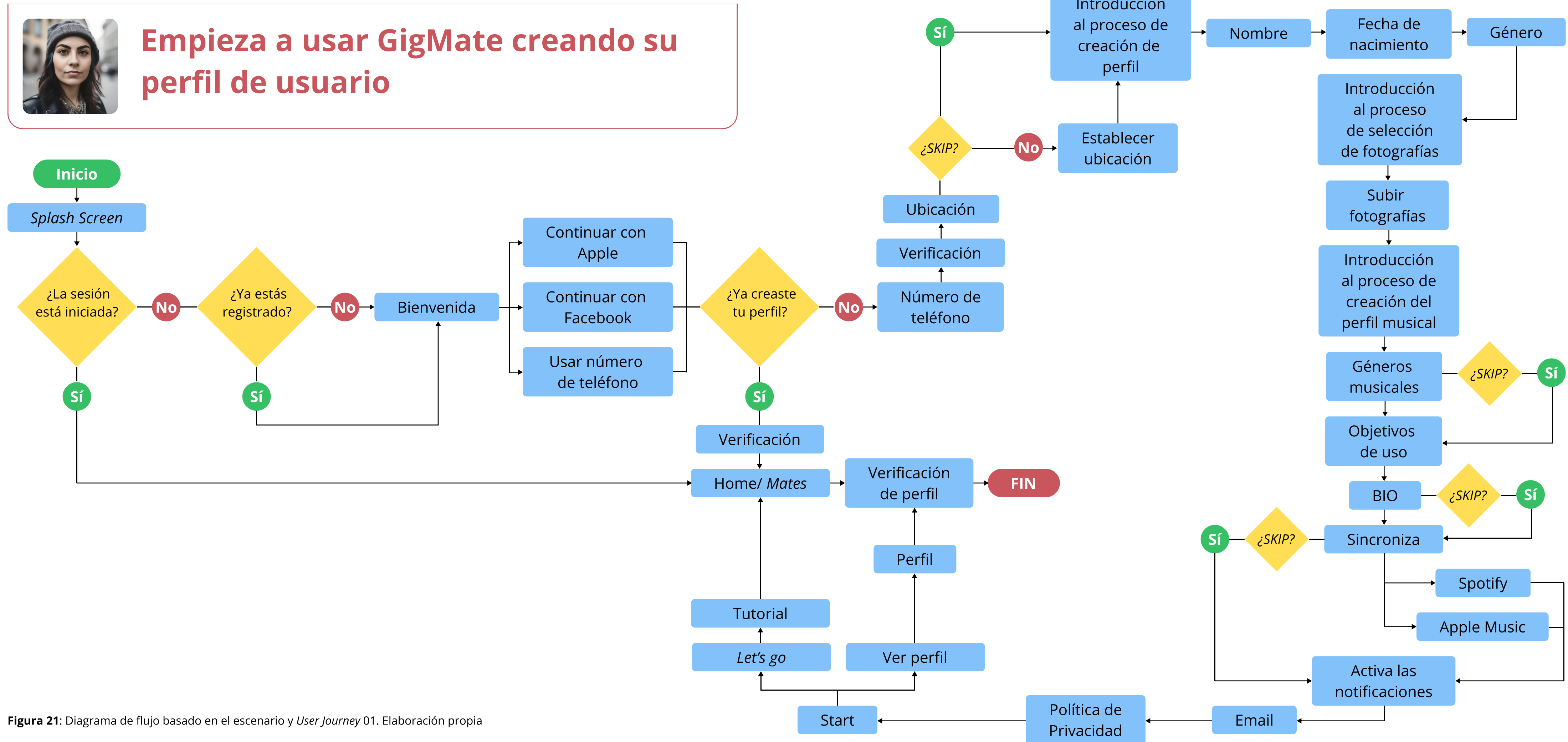


Figura 21: Diagrama de flujo basado en el escenario y User Journey 01. Elaboración propia



4.4.2 Diagrama de flujo 02



**Hace *match* con una persona que puede sustituir al baterista de su banda**

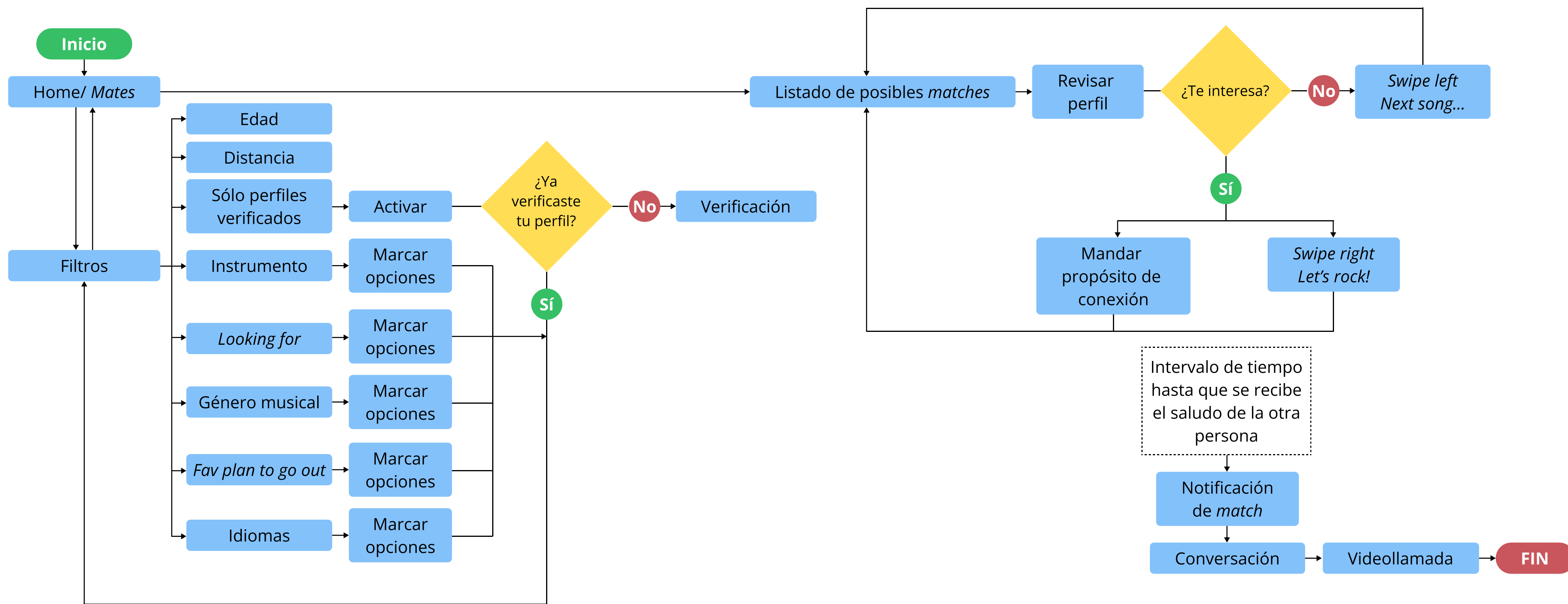
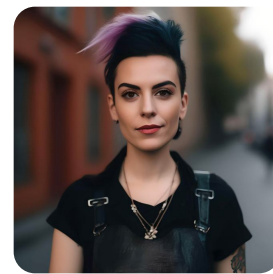


Figura 22: Diagrama de flujo basado en el escenario y User Journey 02. Elaboración propia

4.4.3 Diagrama de flujo 03



## Busca eventos y planifica su calendario

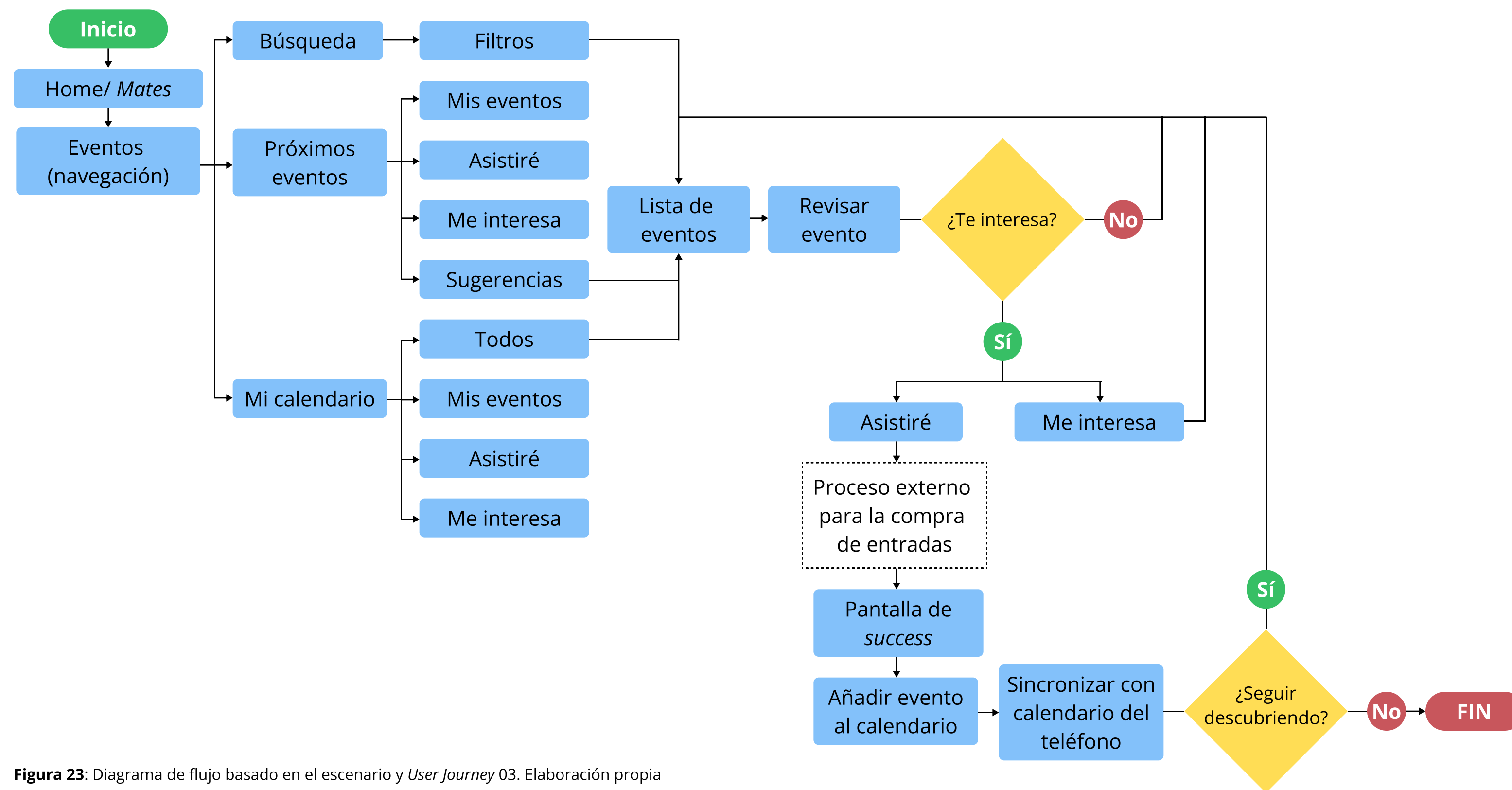


Figura 23: Diagrama de flujo basado en el escenario y User Journey 03. Elaboración propia



4.4.4 Diagrama de flujo 04



## Crea un evento y conecta con potenciales colaboradores

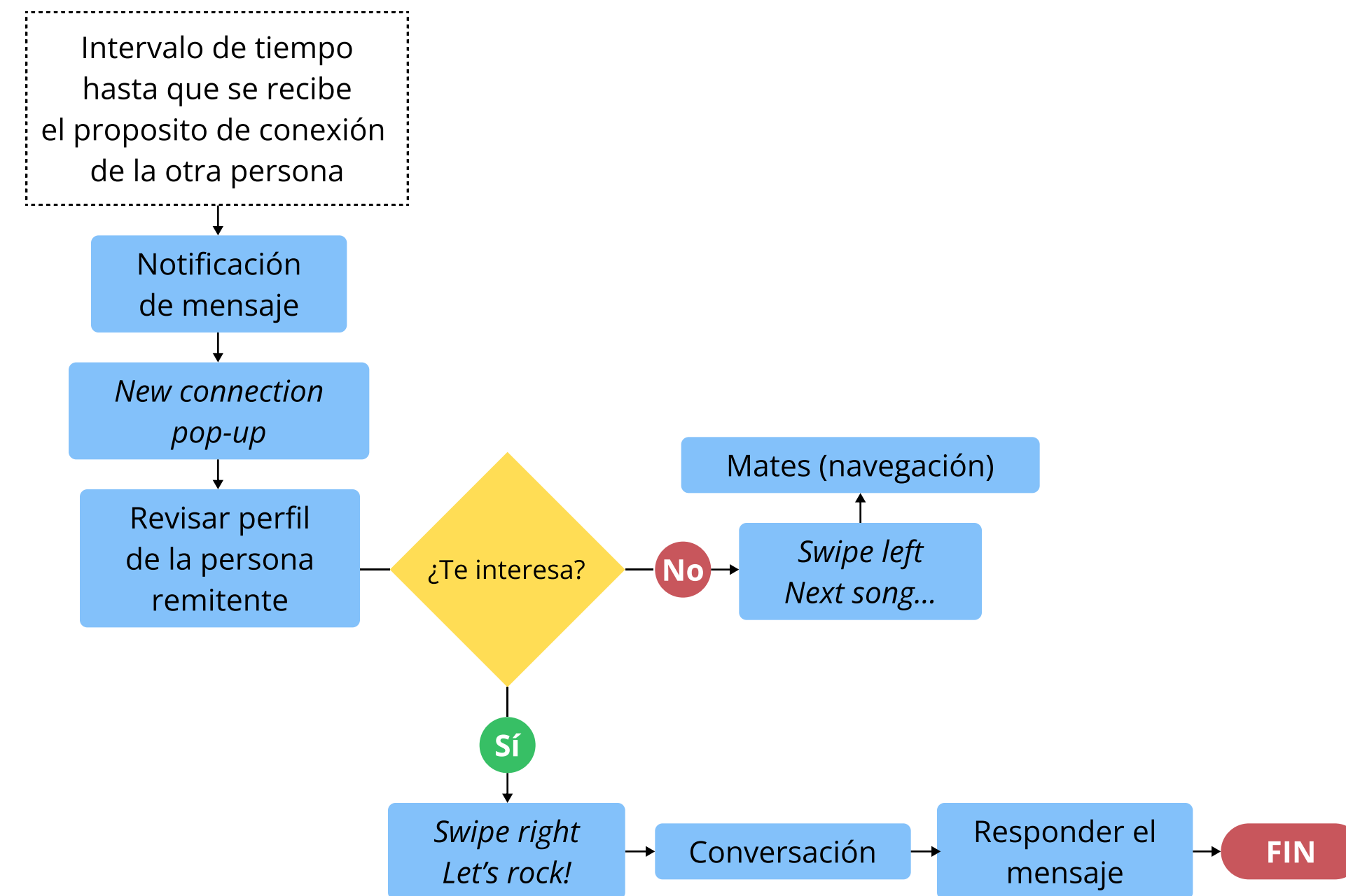
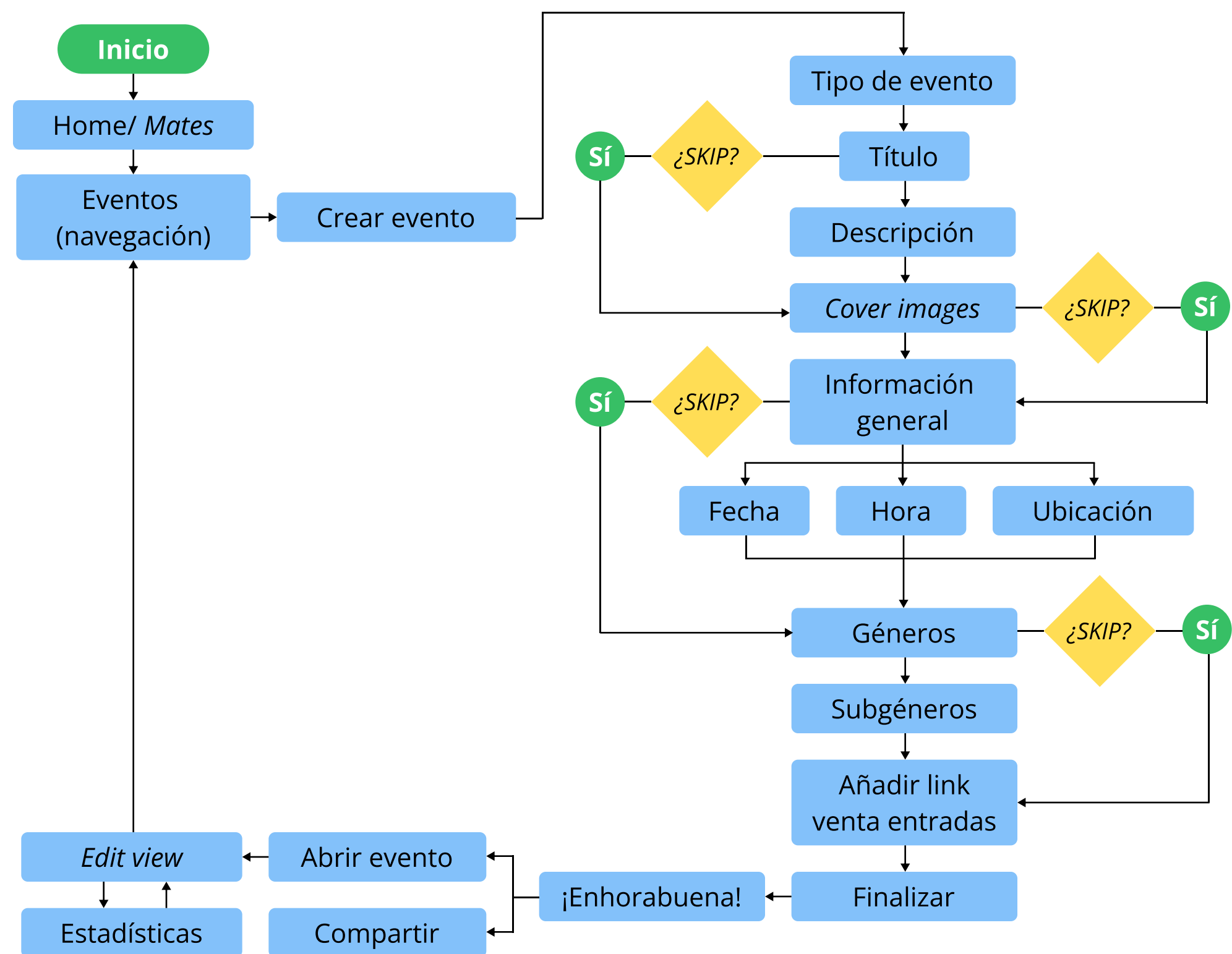


Figura 24: Diagrama de flujo basado en el escenario y User Journey 04. Elaboración propia

## 4.5 SKETCHING & WIREFRAMING

Empezamos el proceso de diseño de la aplicación. En esta etapa damos forma a lo aprendido en las secciones anteriores y conceptualizamos la estructura de las pantallas.

### 4.5.1 Bocetos

Los bocetos permiten una exploración rápida de múltiples alternativas de diseño, mientras se busca la combinación entre funcionalidades y estética. Esta técnica aporta una mayor flexibilidad en la generación de ideas y conceptos y nos permite anticipar y resolver posibles problemas que los usuarios podrían encontrar al interactuar con la interfaz, asegurando así una experiencia de usuario fluida y sin obstáculos.

### 4.5.2 Wireframes

Una vez definida la estructura continuamos nuestro proceso diseñando los *wireframes*, una representación a baja fidelidad, donde nos centraremos en qué tipo de componentes a tamaño real queremos utilizar y cuál será su mejor distribución. Es importante destacar que este paso no contempla aun el diseño estético de GigMate en su totalidad.

### Observaciones

Se mantienen las decisiones de la etapa de bocetos en cuanto a estructura, navegando entre secciones a través de la barra inferior de navegación.

### 4.5.3 Metodología

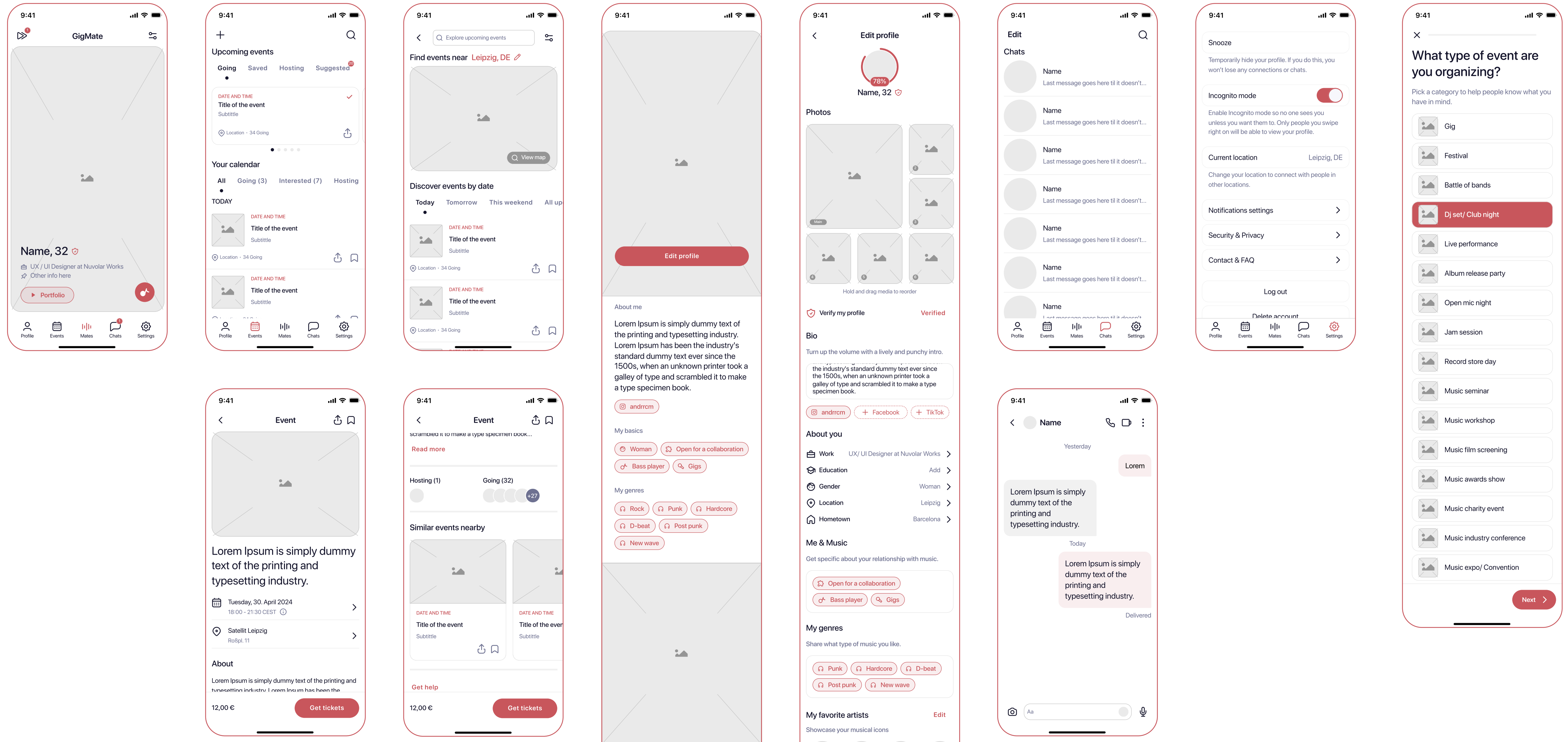
- Los *wireframes* se realizan en formato digital utilizando la herramienta Figma<sup>[18]</sup>
- Dispositivo: iPhone 14 & 15 Pro (393px x 852px)
- *Grid*: 3 columnas, márgenes y *gutter* de 16px



Figura 25: Sketching. Pantallas: 1- Perfil, 2- Eventos, 3- Eventos/Búsqueda, 4- Mates, 5- Chats, 6- Settings. Elaboración propia.



Figura 26: Wireframes. Elaboración propia.



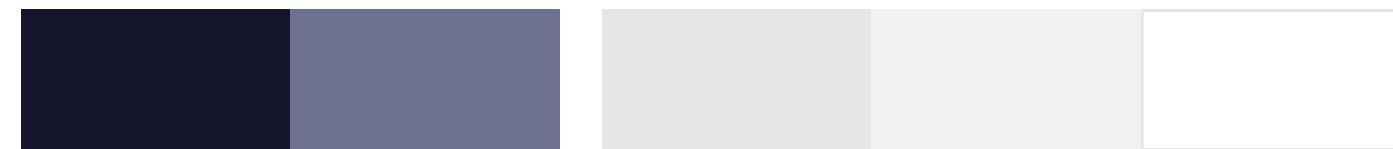


## 4.6 UI KIT - GUÍA DE ESTILO

Una guía de estilo es una colección de elemento gráficos prediseñados, y reglas que se deben seguir para asegurarse que la aplicación sea consistente y cree una experiencia visual cohesiva. Estos son principales puntos a considerar en una guía de estilos UI:

### 4.6.1 Colores

Gray Scale



#14142B #6E7191 #EAEAEA #F1F1F1 #FFFFFF

Red



#C8565C #E9BBBE #F9EEEF

### 4.6.2 Tipografía

SF Pro Rounded

**Heading 1 - Heavy, 40px**

**Heading 2 - Medium, 32px**

Heading 3 - Medium, 20px

Heading 4 - Medium, 16px

**Title - Regular, 28px**

Subtitle - Regular, 18px

Body text - Regular, 18px

Body text - Regular, 16px

Small text - Regular, 14px

Icon text - Regular, 12px

### 4.6.3 Botones

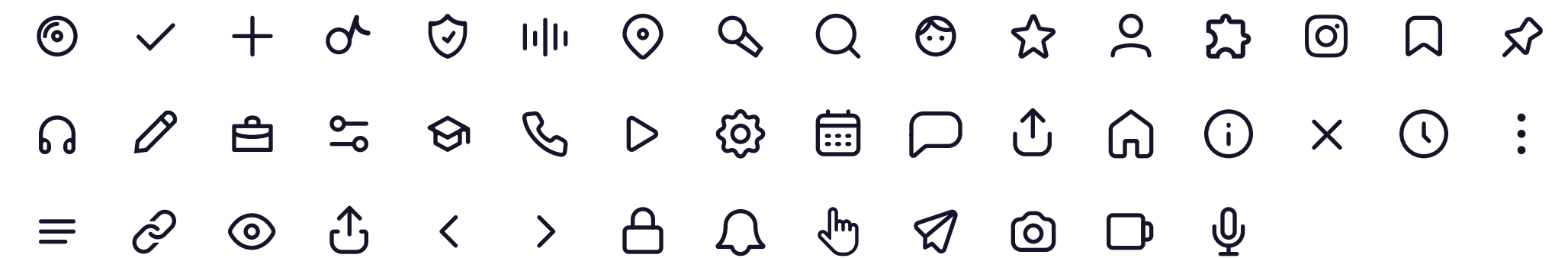


Button

### 4.6.4 Controles



### 4.6.5 Iconos



### 4.6.6 Logotipo & Slogan

**GigMate**

**UNITED THOUGH MUSIC**

Tipografía : Press Start 2P

## 4.7 PROTOTIPO ALTA FIDELIDAD (HI-FI)

Una vez establecidas las bases para la interacción y navegación de nuestra aplicación, avanzamos hacia la creación del prototipo interactivo de alta fidelidad.

El objetivo principal es simular de manera más cercana la experiencia final del usuario en la aplicación. Para lograrlo, integraremos los elementos gráficos definidos en la guía de estilo, lo que nos permitirá alcanzar el aspecto y la sensación finales de la aplicación. Además, generaremos la conexión entre pantallas para crear los flujos que nos permitirán probar y validar la funcionalidad, usabilidad y estética en las próximas etapas del proyecto.

### Observaciones

Se mantienen las decisiones de la etapa de *wireframing* en cuanto a estructura, navegación y componentes.

#### 4.7.1 Metodología

- El prototipo se realiza en formato digital utilizando la herramienta Figma<sup>[18]</sup>
- Dispositivo: iPhone 14 & 15 Pro (393px x 852px)
- *Grid*: 3 columnas, márgenes y *gutter* de 16px

### Prototipo interactivo

Link: <https://l1nq.com/1HhAR>

#### 4.7.2 Conclusiones

Después de este largo recorrido, nuestra idea de aplicación va tomando forma. Siempre **teniendo las necesidades del usuario y sus expectativas** en el punto de mira, hemos podido culminar esta etapa con un **prototipo interactivo** que detalla el contenido, la estructura, los *flows* y su proceso interactivo, así como su *look&feel*.

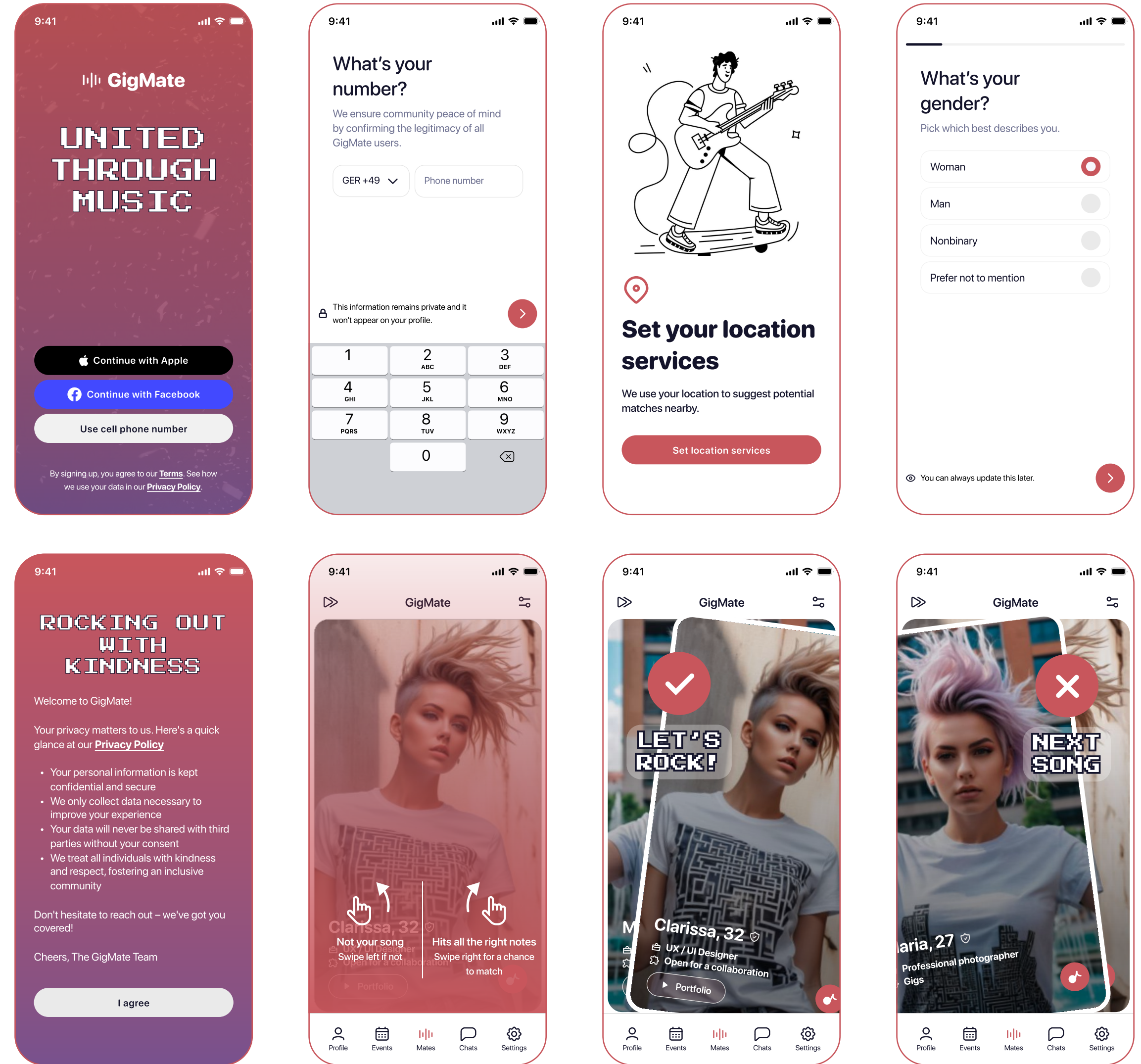
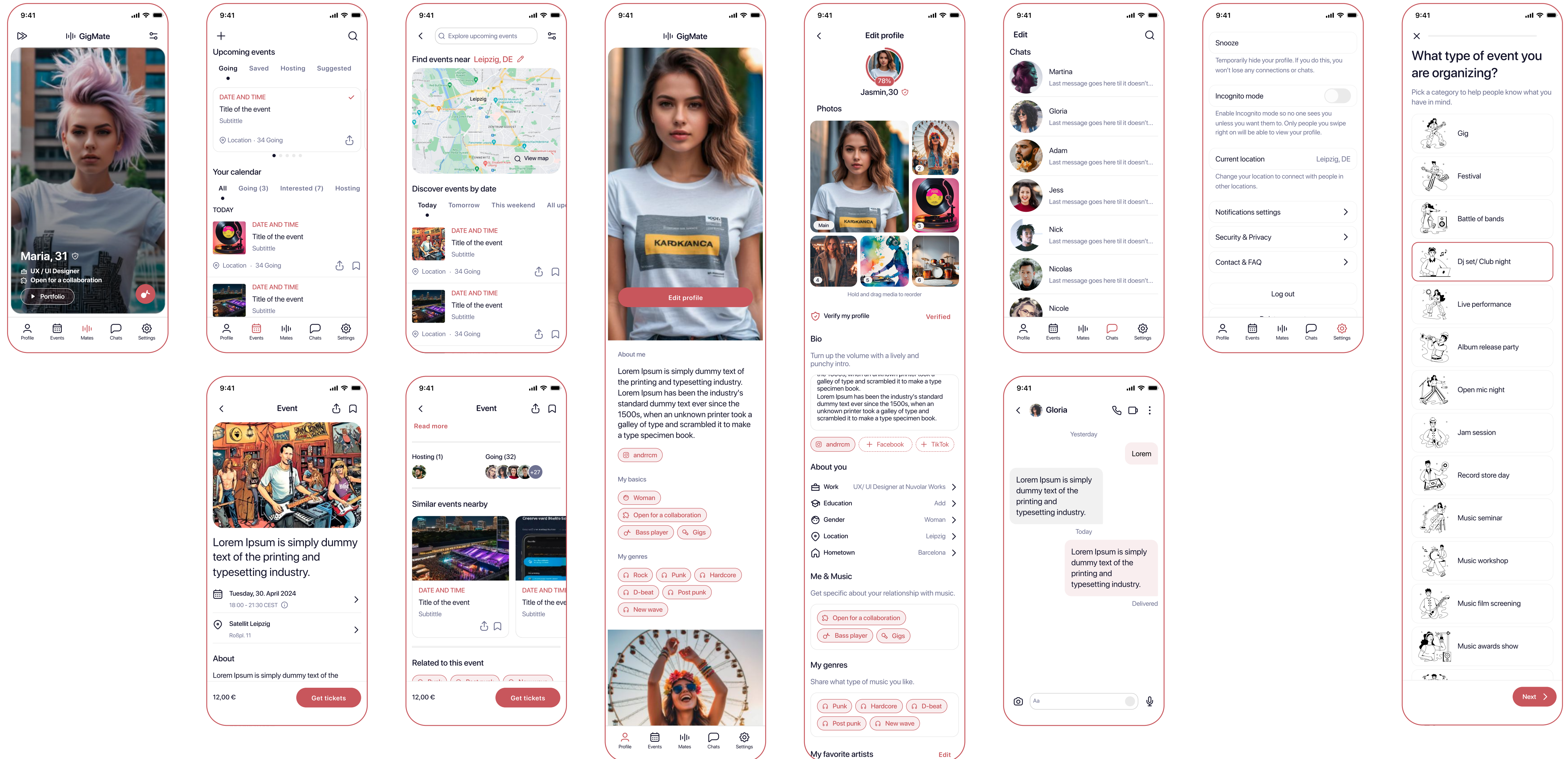




Figura 27: Prototipo de alta fidelidad. Elaboración propia.





# 5. EVALUACIÓN

---





## 5.1 EVALUACIÓN HEURÍSTICA

Elegimos la metodología de las 10 Heurísticas de Jakob Nielsen<sup>[19]</sup> para llevar a cabo un primer análisis de nuestro prototipo. Esta metodología nos permite evaluar la usabilidad del diseño sin necesidad de involucrar a usuarios, lo que nos ayuda a identificar posibles problemas, abordarlos y garantizar una experiencia de usuario óptima para las siguientes fases del desarrollo de nuestra aplicación.

### 5.1.1 Lista de heurísticas

#### 1. Visibilidad del estado del sistema

- ✓ La aplicación proporciona feedback claro y contextual en todo momento, asegurando que los usuarios estén al tanto de lo que está sucediendo en el sistema
- ✓ Se incluyen indicadores de progreso tanto en el *onboarding* como en la creación de perfil y creación de eventos
- ✓ Se mantiene al usuario informado, sin interrumpir su flujo de trabajo. El cambio de estado en los iconos de chat y nuevos *matches* representa nueva información por consultar
- ✓ Secciones y páginas están debidamente etiquetadas de manera que las personas usuarias sepan donde se encuentran en todo momento
- ✗ No se han incluido mensajes tipo *toast* tras finalizar acciones que se consideran importantes como guardar un evento en el calendario

#### 2. Coincidencia entre el sistema y el mundo real

- ✓ El lenguaje y la terminología utilizados son intuitivos y relevantes para el usuario, evitando jerga técnica que pueda resultar confusa
- ✓ La estructura y el flujo de la aplicación facilitan la navegación y comprensión del usuario
- ✓ Se utilizan iconos que hacen referencia a objetos que reflejan el mundo real

#### 3. Control y libertad del usuario

- ✓ Los usuarios tienen la capacidad de explorar la aplicación de manera libre y sin miedo a cometer errores irreversibles
- ✓ Se proporcionan opciones claras de retroceso y salida, empoderando al usuario para que pueda tomar decisiones informadas en todo momento
- ✓ Se permite al usuario modificar el contenido de su perfil y de eventos creados anteriormente

#### 4. Consistencia y estándares

- ✓ El diseño sigue las mejores prácticas y convenciones de la industria, garantizando una experiencia coherente y predecible para el usuario

#### 5. Prevención de errores

- ✓ Los campos de los formularios incluyen texto informativo que ayuda a reconocer que tipo de información se pide en cada ocasión
- ✗ No se han incluido ejemplos de estado y mensajes de error durante el *onboarding*
- ✗ Para prevenir errores al seleccionar fechas durante la creación de eventos, se decide no permitir al usuario seleccionar fechas ya pasadas. No se han incluido dichos diseños en el prototipo
- ✓ En los casos donde la información por parte del usuario es requerida, no se permite avanzar en el proceso hasta que se ha proporcionado dicha información
- ✓ Se han implementado mensajes de confirmación antes de completar acciones consideradas importantes durante el *onboarding* que permiten al usuario revisar información que ya no podrá ser editada en el futuro. También aplica para cuando el usuario clic en “eliminar cuenta”

#### 6. Reconocer en lugar de recordar

- ✓ La interfaz de usuario se ha diseñado con elementos visuales y opciones claramente reconocibles. Un ejemplo evidente es la barra de navegación ubicada en la parte inferior, que permanece visible durante la mayor parte de la experiencia de uso

#### 7. Flexibilidad y eficiencia de uso

- ✓ Fácil acceso a todas las secciones de la aplicación a través de las opciones de la barra de navegación
- ✓ Las tarjetas de eventos tienen elementos interactivos e información clave que permiten conseguir objetivos de manera rápida sin necesidad de acceder a su contenido. Opciones como compartir, guardar o ver el número de asistentes
- ✓ Los usuarios tienen la capacidad de conectar o descartar otros perfiles utilizando la función de deslizamiento (*swipe*), una interacción ampliamente conocida y utilizada en otras *match apps*
- ✓ Se puede reordenar el contenido de algunas secciones dentro del perfil visual a modo *drag&drop*. Secciones como *Photos*, *My top 3 Artists* y *My top 3 Songs*
- ✓ Existen funcionalidades que aceleran la interacción entre usuarios como el botón de Portfolio o el botón de mensaje de propósito de conexión
- ✗ Hasta el momento, no se ha contemplado una función que resalte las canciones favoritas del usuario para que otros puedan escucharlas sin tener que revisar en detalle los perfiles. Esta idea ha pasado desapercibida, ya que el enfoque se ha visto eclipsado por aspectos de *networking*. Sin embargo, es una idea que merece ser considerada dado su potencial para mejorar la experiencia del usuario



✗ No se ha contemplado la opción de añadir botones para facilitar la conexión o descarte una vez se ya alcanzado el final del perfil. Esta carencia afecta negativamente a la experiencia del usuario, ya que no cuenta con las acciones más importantes disponibles en todo momento. Por tanto, es necesario añadir estas funciones para mejorar la experiencia de usuario

### 8. Diseño estético y minimalista

- ✓ El diseño visual de la interfaz es limpio, estético y funcional, sin elementos superfluos que distraigan al usuario
- ✓ La información que se muestra es relevante y se presenta con una marcada jerarquía visual y de manera clara y concisa, manteniendo un enfoque minimalista

### 9. Ayuda a los usuarios a reconocer, diagnosticar y recuperarse de los errores

✗ No se han contemplado los mensajes de error presentados de manera no intrusiva pero efectiva, con el objetivo de facilitar una rápida recuperación y minimizar la frustración del usuario

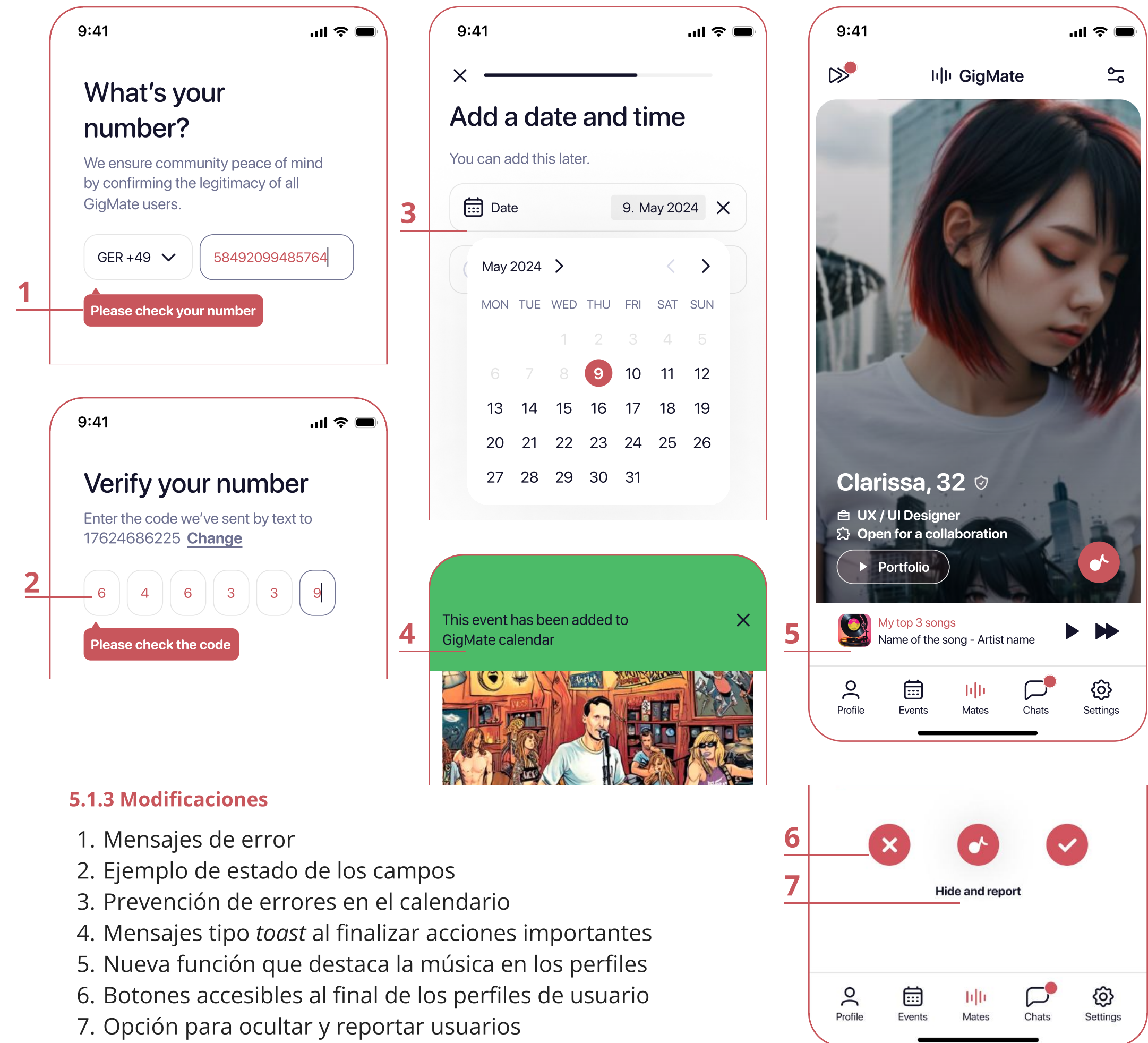
### 10. Ayuda y documentación

- ✓ La ayuda y documentación están fácilmente accesibles dentro de la aplicación, proporcionando apoyo contextual en el momento adecuado
- ✓ La información de ayuda se presenta de manera clara y concisa, complementando la experiencia del usuario sin abrumarlo con detalles innecesarios. Por ejemplo en el *Onboarding* se informa al usuario en todo momento de qué uso se le dará a la información que proporciona. También en la sección de editar perfil y creación de eventos
- ✗ No se ha incluido la característica para reportar o ocultar a un usuario. Esta opción debería contemplarse al final de cada perfil de usuario.

#### 5.1.2 Conclusiones

Los **resultados** obtenidos en esta primera evaluación son **positivos**, ya que hemos identificado buenas prácticas que confirman que **el prototipo cumple con la mayoría de los principios de diseño**.

Sin embargo, esta evaluación heurística también ha revelado la **necesidad de realizar algunas modificaciones y añadir características adicionales** a nuestro producto antes de proceder con las pruebas con usuarios. Estos cambios son de fácil solución y nos permiten avanzar en el estudio, descartando posibles errores.



#### 5.1.3 Modificaciones

1. Mensajes de error
2. Ejemplo de estado de los campos
3. Prevención de errores en el calendario
4. Mensajes tipo *toast* al finalizar acciones importantes
5. Nueva función que destaca la música en los perfiles
6. Botones accesibles al final de los perfiles de usuario
7. Opción para ocultar y reportar usuarios

Figura 28: Prototipo de alta fidelidad. Implementación de cambios. Elaboración propia.

## 5.2 TEST CON USUARIOS

Tras implementar los cambios en el prototipo basándonos en los resultados de la evaluación heurística, llevamos a cabo una prueba de usabilidad con usuarios.

El objetivo principal es verificar si la solución propuesta es fácil de usar, intuitiva y útil para nuestro público objetivo. Durante esta prueba, buscamos cumplir con las expectativas de los usuarios, identificar posibles problemas de usabilidad o áreas de mejora, comprender el flujo del usuario a través del prototipo y recopilar *feedback* directo sobre su experiencia.

La prueba con usuarios es una técnica de evaluación de la usabilidad que nos permite poner a prueba nuestro diseño mediante un prototipo interactivo de alta fidelidad. En ella, diferentes participantes realizan tareas específicas para alcanzar objetivos previamente definidos.

### 5.2.1 Metodología

#### Diseño de las pruebas

Las pruebas fueron individuales y moderadas, con la posibilidad de realizar algunas a través de videollamada en Google Meet<sup>[16]</sup> y otras en sesiones presenciales, dependiendo de la disponibilidad y preferencia de los participantes. Utilizamos el enlace al prototipo en Figma<sup>[18]</sup> para las pruebas en línea y Figma Mirror<sup>[20]</sup> para las pruebas presenciales, permitiendo que los participantes interactuaran directamente con el prototipo desde un dispositivo móvil.

Durante las pruebas, se siguió un guion para garantizar una comunicación fluida en cada una de las sesiones, y se registraron en audio y video con la autorización previa de cada participante. Cada prueba tubo una duración aproximada de 45 a 60 minutos, asegurando un tiempo adecuado para obtener retroalimentación detallada y significativa de cada participante.

#### Selección de la muestra

Para la selección de la muestra, optamos por elegir a 2 diseñadores UX/UI y 2 participantes del mismo grupo que estuvo involucrado en la etapa de investigación. De esta manera contamos con personas cumplen con el perfil de nuestro público objetivo y a la vez, aseguramos una evaluación experta de la experiencia de usuario, abordando de manera efectiva las necesidades y preferencias de nuestros usuarios.

Para más información consultar el [consentimiento informado](#) incluido en el Anexo.

### 5.2.2 Escenarios

#### Escenario 1: Empieza a usar GigMate creando tu perfil de usuario

Te han recomendado una aplicación que conecta a personas con intereses musicales similares y que además permite el descubrimiento de eventos y el *networking*. Después de descargarla, te dispones a abrirla por primera vez.

- **Tarea**

Dado que encuentras la idea atractiva y planeas utilizar la aplicación con regularidad, regístrate y crea tu perfil para unirte a la comunidad. Accede a tu perfil.

- **Objetivos**

- Evaluar la claridad y la simplicidad del proceso de registro
- Analizar la eficacia de las indicaciones y la retroalimentación proporcionada durante todo el proceso de registro
- Identificar cualquier punto de fricción o confusión
- Medir el tiempo necesario para completar el proceso de registro y creación de perfil
- Evaluar la percepción del usuario sobre la seguridad y privacidad de sus datos
- Obtener comentarios sobre la experiencia

#### Escenario 2: Haz *match* con una persona que pueda sustituir al baterista de tu banda

Necesitas encontrar a quien pueda sustituir al baterista de tu banda ya que no podéis cancelar el *show* de la próxima semana.

- **Tarea**

Para que la búsqueda sea más precisa filtra por “abierto a colaboraciones”, “baterista” y “punk”. (*Swipe left & swipe right*) Encuentra a Kai, revisa su perfil y manda tu propósito de conexión. Una vez creada la conexión comunícate con él y realiza una videollamada.

- **Objetivos**

- Comprobar que se accede de manera fácil e intuitiva a la sección de filtros y su usabilidad
- Comprobar que se identifica correctamente la función para enviar el propósito de conexión
- Identificar cualquier punto de fricción o confusión
- Medir el tiempo necesario para completar la tarea
- Comprobar que se accede de manera fácil e intuitiva a la sección de chats y se encuentra la opción de videollamada
- Obtener comentarios sobre la experiencia



**Escenario 3: Busca eventos y planifica tu calendario**

Te apetece mucho ir de concierto por lo que te decides a usar la aplicación con el propósito de encontrar una buena excusa para salir.

• **Tarea**

Accede a la sección de eventos, realiza una búsqueda y encuentra la sección *This week*. Encuentra el concierto de indie rock, revisa los detalles del evento y compra la entradas. Seguidamente explora la sección de *All upcoming*, encuentra el evento de musica experimental, guárdalo y añádelo a tu calendario.

• **Objetivos**

- Evaluar la facilidad de acceso a la sección de eventos y búsqueda de eventos y verificar si el usuario puede navegar correctamente entre categorías
- Determinar si el botón para la compra de entradas esta posicionado correctamente
- Verificar si el usuario puede guardar el evento y añadirlo a su calendario sin problemas
- Medir el tiempo necesario para completar la tarea
- Obtener comentarios sobre la experiencia de uso durante todo el proceso de interacción

**Escenario 4: Crea un evento y conecta con potenciales colaboradores**

En tu tiempo libre te gusta organizar eventos y ahora que ya estas registrado y más familiarizado con GigMate, decides exprimir al máximo su potencial creando un evento.

• **Tarea**

Accede a la sección de eventos, crea un evento y accede a él. Después de crear el evento recibirás notificaciones. Accede a la sección de *Mates* y luego a las notificaciones y haz click en la notificación de proposito de conexión abierto a colaboraciones.

• **Objetivos**

- Comprobar que se identifica el procedimiento para crear un nuevo evento y se consigue acceder a él despues de su creación
- Evaluar la claridad y la simplicidad del proceso de creación de eventos
- Comprobar que se identifica correctamente cual es la sección de notificaciones donde se reciben los propositos de conexión
- Medir el tiempo necesario para completar la tarea
- Obtener comentarios sobre la experiencia de uso durante todo el proceso de interacción

**5.2.3 Análisis de los resultados**

Después de analizar los resultados de las pruebas de usabilidad, se recopilan datos cualitativos y cuantitativos.

**Datos cualitativos**

**Tabla de eficiencia**

En esta tabla se presenta la eficiencia de cada participante al completar las tareas. Se muestra la diferencia de tiempo, ya sea positiva o negativa, con respecto al tiempo medio considerado para alcanzar el objetivo.

	Nedim	Diego	Karo	Sanja
<b>Escenario 1</b> (3 min 34s)	5 min 44s	3 min 18s	4 min 56s	4 min 36s
<b>Escenario 2</b> (2 min 29s)	2 min 23s	1 min 11s	1 min 34s	1 min 15s
<b>Escenario 3</b> (1 min 56s)	3 min 11s	1 min 41s	2 min 13s	4 min 45s
<b>Escenario 4</b> (4 min 13s)	5 min 12s	2 min 14s	2 min 56s	4 min 9s

Figura 29: Tabla de eficiencia. Elaboración propia

**Tabla de efectividad**

En esta tabla mostramos el éxito o fracaso al realizar cada una de las tareas.

	Nedim	Diego	Karo	Sanja
<b>Escenario 1</b> (tiempo)	✓	✓	✓	✓
<b>Escenario 2</b> (tiempo)	✓	✓	✓	✓
<b>Escenario 3</b> (tiempo)	✗	✗	✓	✗
<b>Escenario 4</b> (tiempo)	✓	✓	✓	✓

Figura 30: Tabla de efectividad. Elaboración propia

## Datos cualitativos

- **La arquitectura de la información en la sección de eventos genera confusión**

Al acceder a la sección de eventos los participantes esperaban encontrar directamente la característica de búsqueda de eventos y resultó confuso encontrar el calendario de sus eventos en primer lugar y la búsqueda en segundo plano. La característica para la creación de eventos tampoco resultó fácil de encontrar.

- **El mapa de la sección de eventos se considera irrelevante**

Los participantes prefieren ver una sección de eventos destacados ya que el mapa se incluye dentro de la pantalla de detalles del evento.

- **El icono de la sección de notificaciones no se entiende**

El icono utilizado en la primera propuesta no se ajusta a los modelos mentales de los participantes por lo que genera confusión y problemas a la hora de acceder a dicha sección.

- **La barra de progreso de la sección de *onboarding* y creación de perfil no termina de informar al usuario en que punto del proceso se encuentra**

Los expertos sugieren una mejor división del proceso para que el usuario sepa en todo momento la extensión del recorrido a modo *stepper*.

- **Mejoras de la jerarquía UI**

Algunas secciones de la aplicación pueden mejorar la jerarquía visual del texto con mejor espaciado, uso de mejor etiquetado, accesibilidad y redactado.

- **La característica para enviar el proposito de conexión se percibe demasiado directa**

Los participantes echan en falta la posibilidad de introducirse a través de un pequeño texto en el momento de mandar el proposito de conexión. Coinciden en que se podría aumentar la probabilidad de conexión.

- **El proceso de creación de eventos debe requerir que se complete toda la información antes de permitir avanzar**

Los expertos sugieren que no se omita ningún detalle importante asegurando que todos los eventos contengan toda la información necesaria antes de ser publicados.

## 5.2.4 Conclusiones

Los **resultados** de las pruebas de usabilidad han sido **favorables**. La gran mayoría de las tareas se han completado exitosamente, lo que en general indica una experiencia de usuario satisfactoria.

Sin embargo, durante la evaluación se han podido **identificar problemas en la arquitectura de la información** en la sección de eventos que podrían **afectar a la experiencia de usuario** durante su uso. Además, se han identificado otros detalles en la interfaz de usuario a los que también se les deberá prestar atención.

A continuación planteamos cómo abordar cada uno de estos problemas:



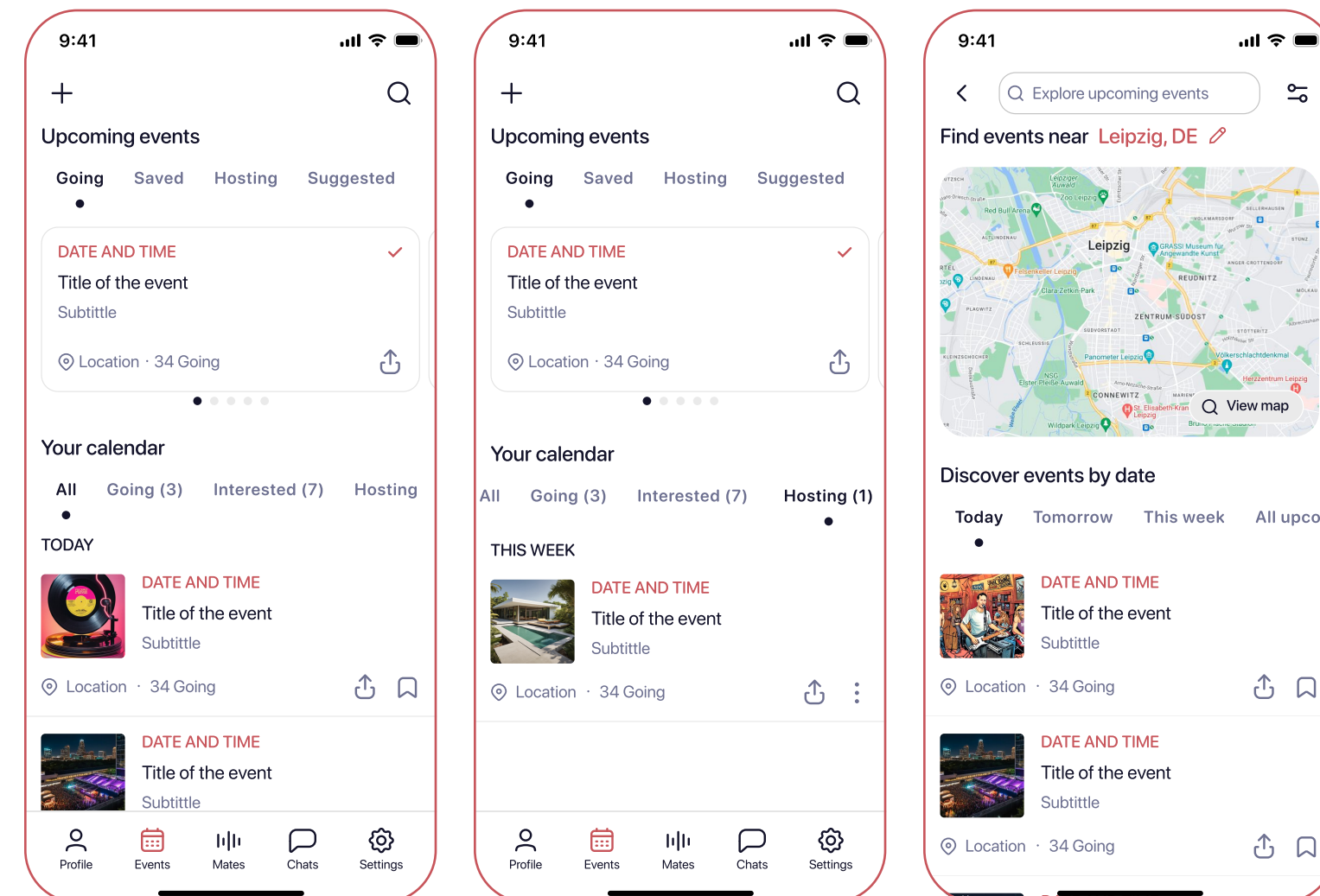
## 5.3 ACTUALIZACIÓN DEL PROTOTIPO

Tras obtener los resultados de las pruebas de usabilidad, se han implementado una serie de modificaciones que abarcan tanto la interfaz de usuario como la experiencia del usuario. El objetivo principal es afinar el prototipo de nuestro producto para que sea más intuitivo y fácil de usar.

### 5.2.1 Modificaciones

#### Sección de eventos

Original



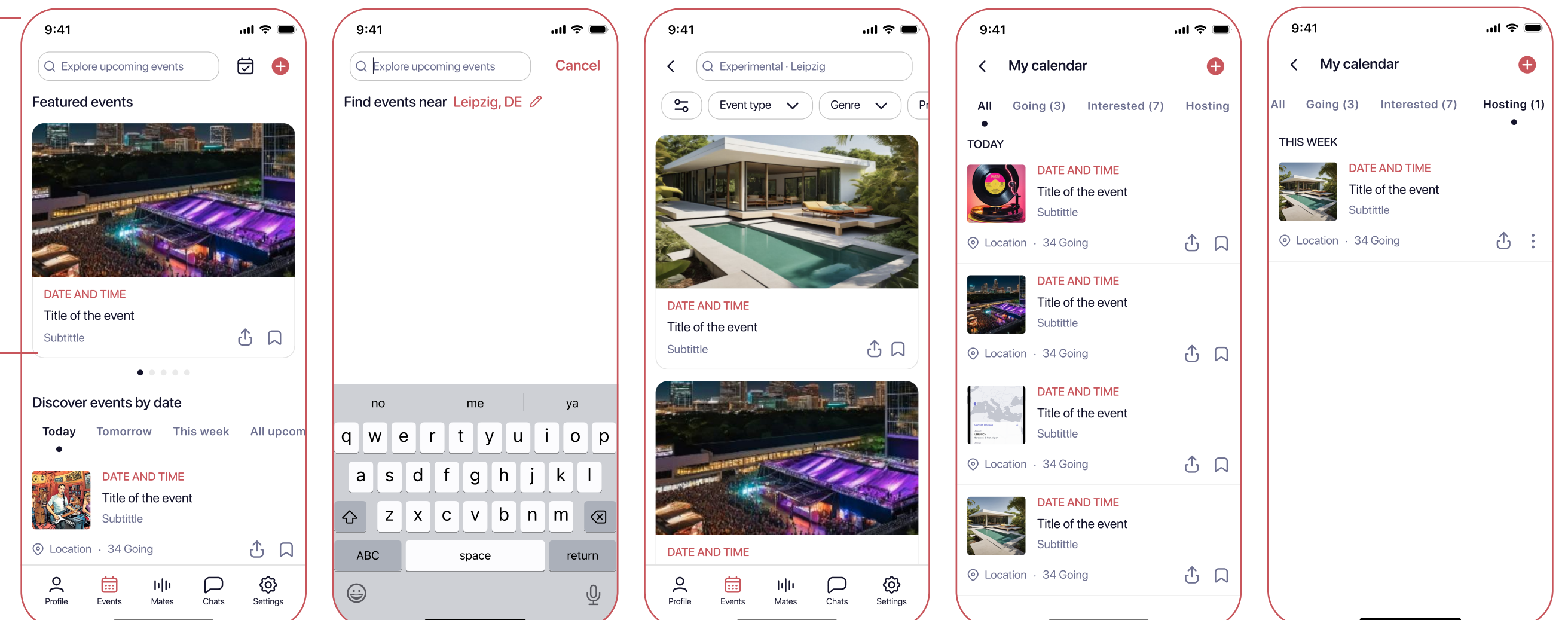
Cambios

1

La búsqueda de eventos se posiciona en primer nivel, añadimos el icono del calendario y resaltamos el de creación de eventos

2

Añadimos una sección de destacados en lugar del mapa. Seguimos accediendo a él desde la página de detalles del evento



3

Añadimos una pantalla para una búsqueda más detallada, incluyendo la opción de cambiar la ubicación en esta vista

4

Añadimos la pantalla de resultados de la búsqueda de eventos y mejoramos la característica de filtros

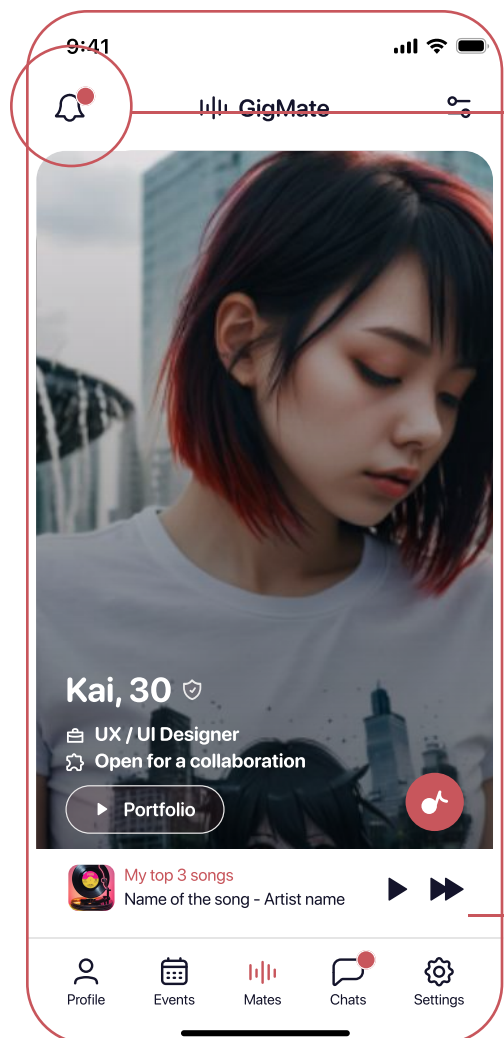
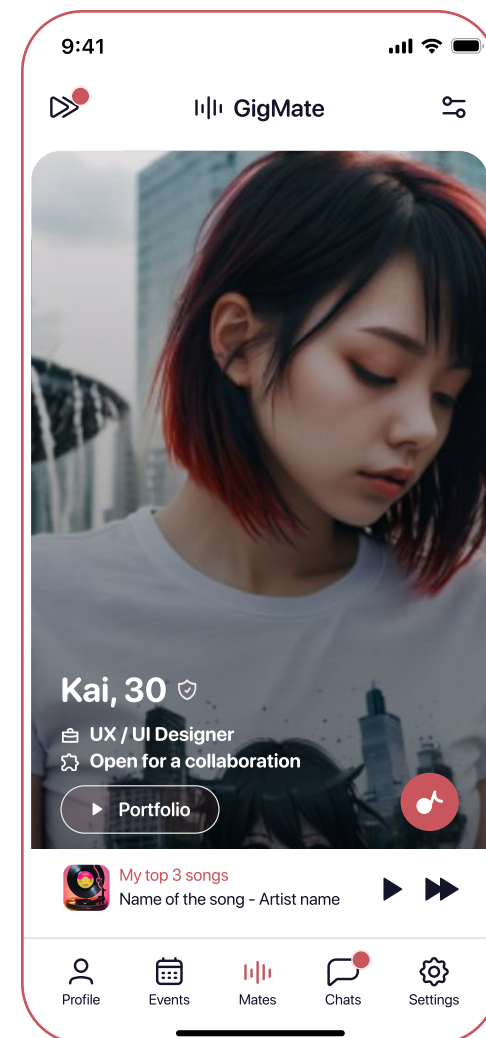
5

Posicionamos el calendario en segundo nivel y mostramos también la opción de creación de eventos

**Cambio de icono para sección de notificaciones**

Original

Cambios



6



Cambiamos el icono de las notificaciones por el de la clásica campana. Esto permite identificar sin problemas la sección de las notificaciones

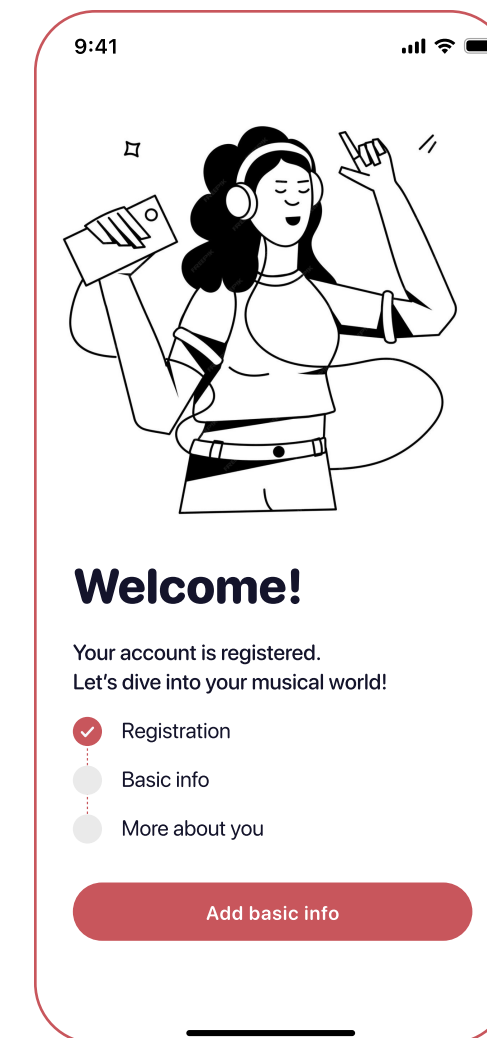
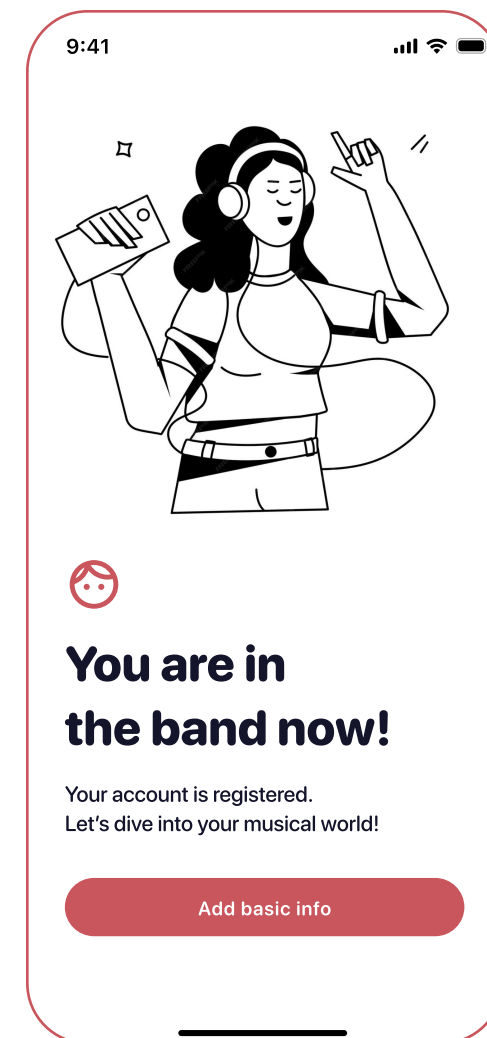
7

Mantenemos el componente fijo al hacer *scroll*. Permitiendo al usuario reproducir las pistas en todo momento

**Mejorar visibilidad del proceso y el próximo paso a seguir durante el *onboarding***

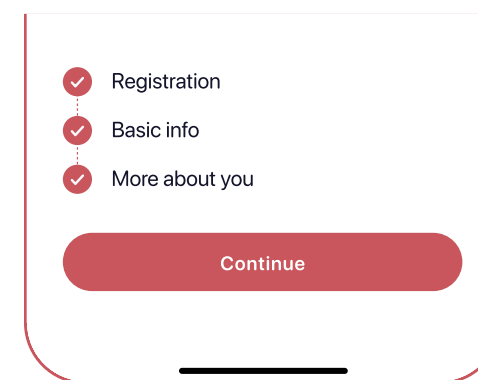
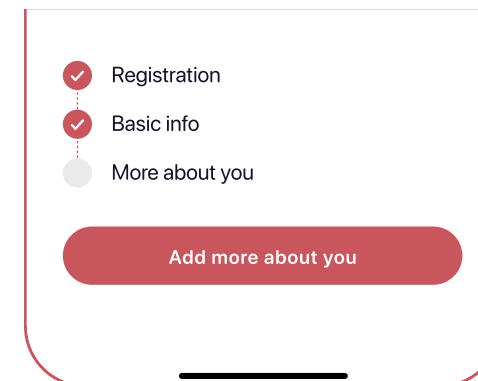
Original

Cambios



8

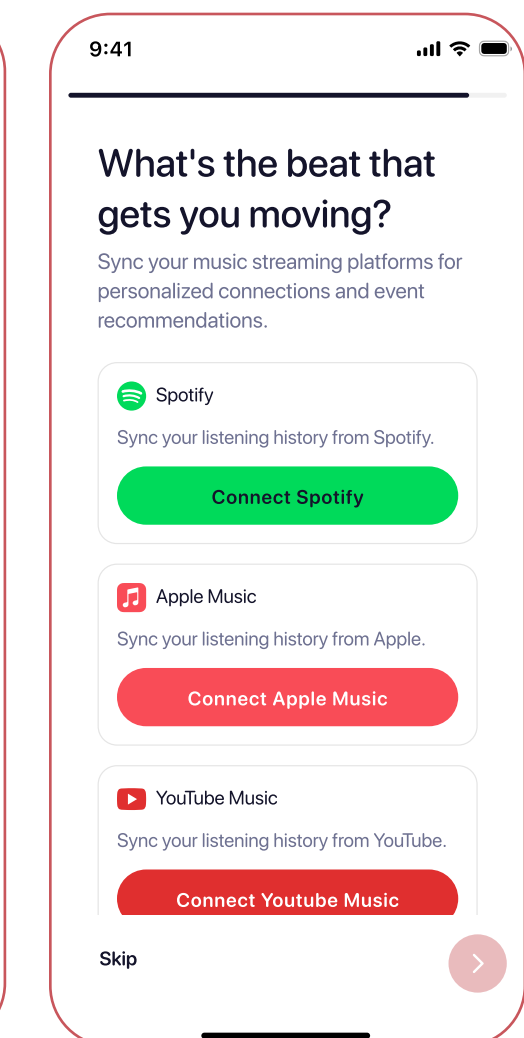
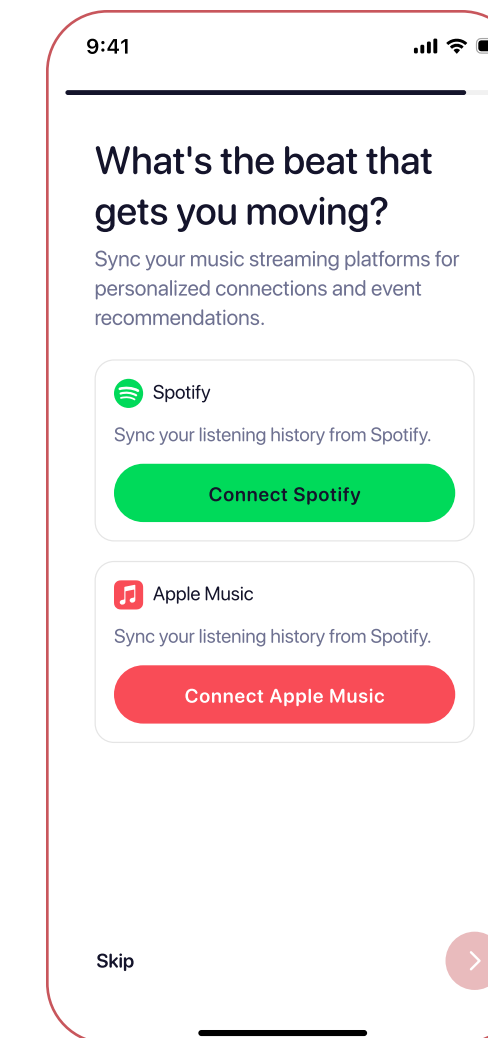
Mejor visibilidad de la división del proceso de *onboarding* y creación de perfil



**Añadimos opciones para sincronizar música**

Original

Cambios



9

Añadimos la opción de sincronizar con YouTube. Contando con las 3 aplicaciones más usadas actualmente



## Mejorar accesibilidad de contraste de los componentes y jerarquía visual

Original

Cambios



10

Usamos un color verde más oscuro y texto en blanco para conseguir que el mensaje resalte más a la vista y se pueda leer mejor

11

Permitimos acceso al mapa desde la página de detalles del evento

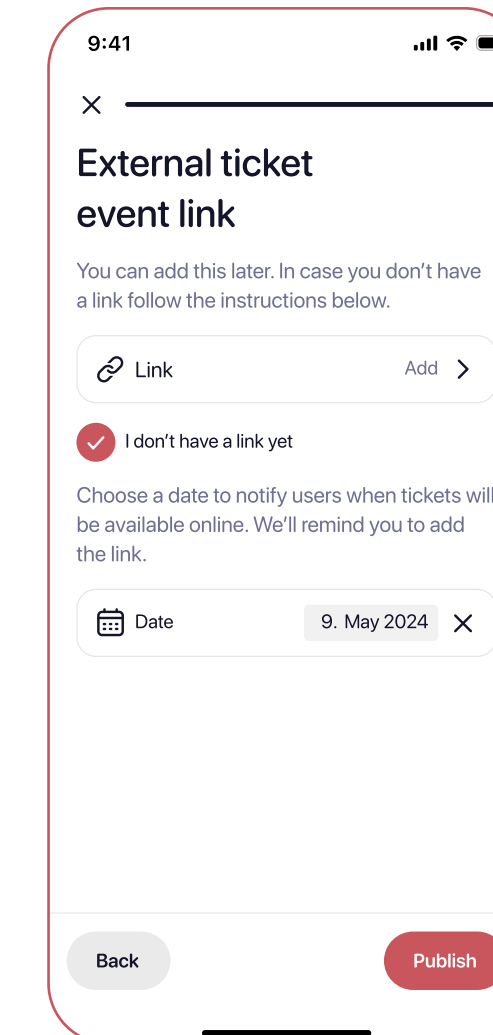
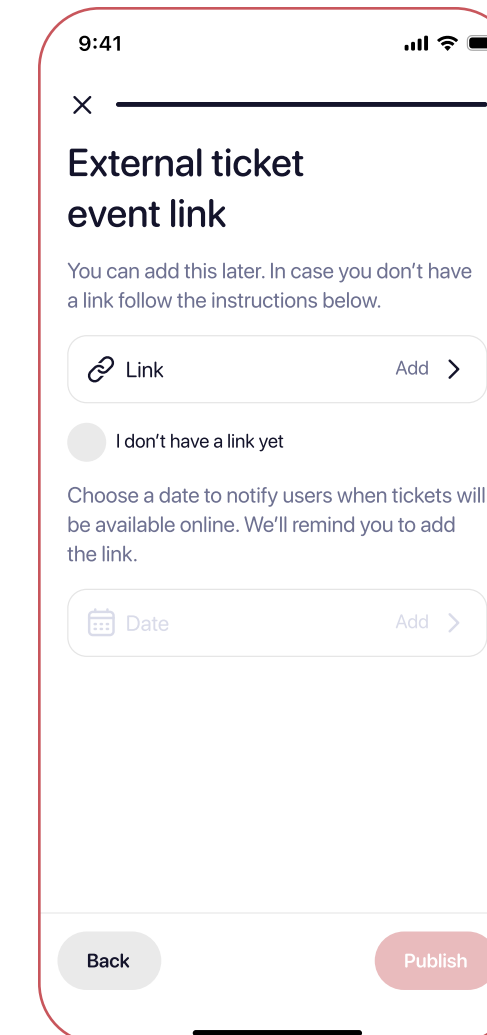
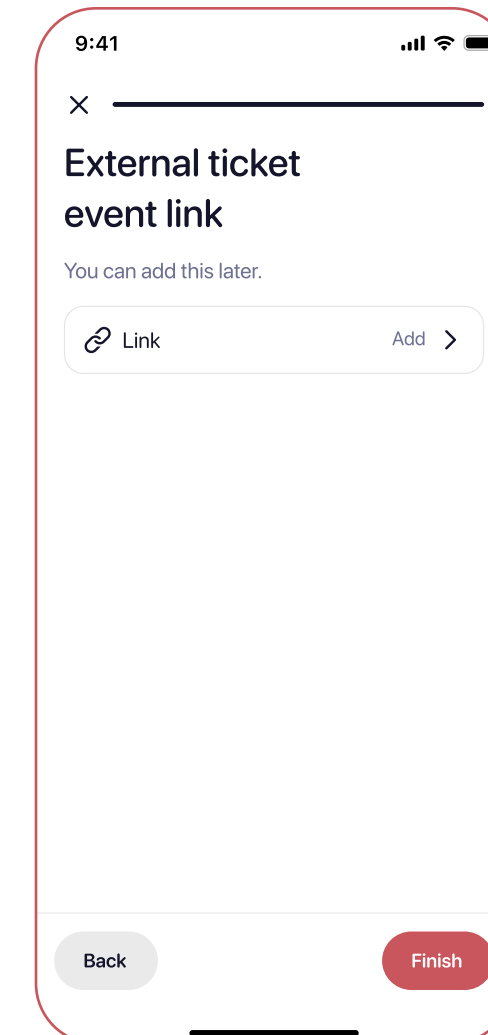
12

Mejoramos la jerarquía visual del texto y añadimos etiquetado al precio

## Mejora de la página "Add external ticket event link"

Original

Cambios



13

Toda la información requerida para la creación de eventos es obligatoria menos el link externo para la compra de entradas.

Añadimos la opción de establecer una fecha límite para informar a los usuarios sobre el día en que podrán comprar las entradas y para notificar al administrador del evento sobre la necesidad de añadir el enlace

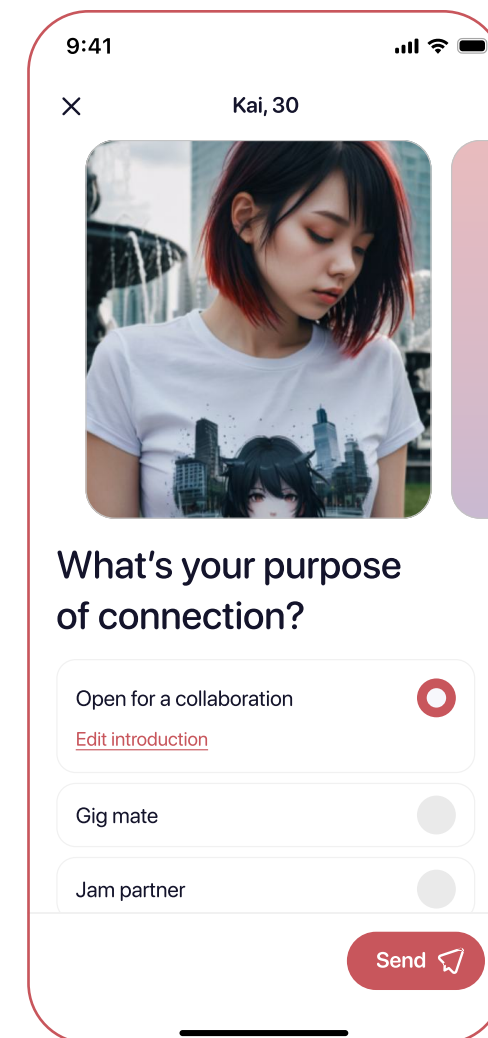
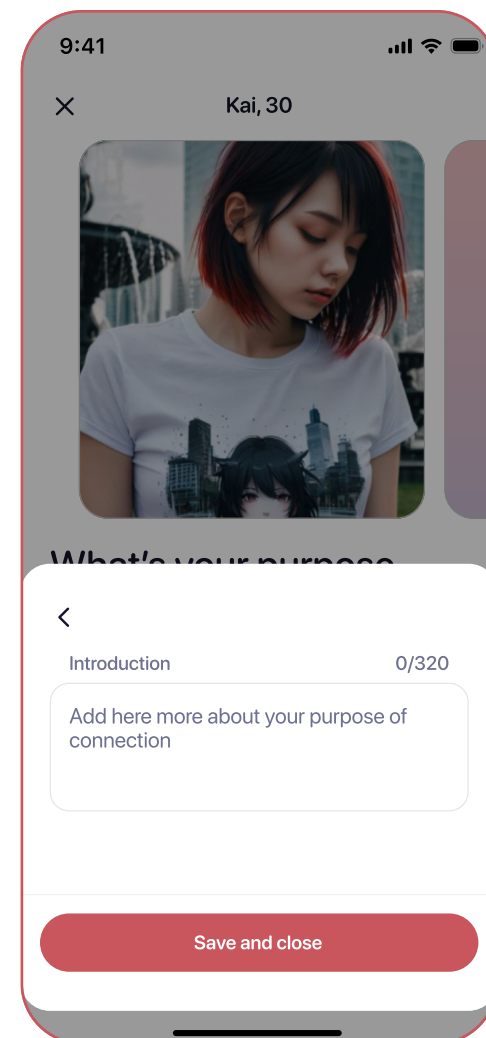
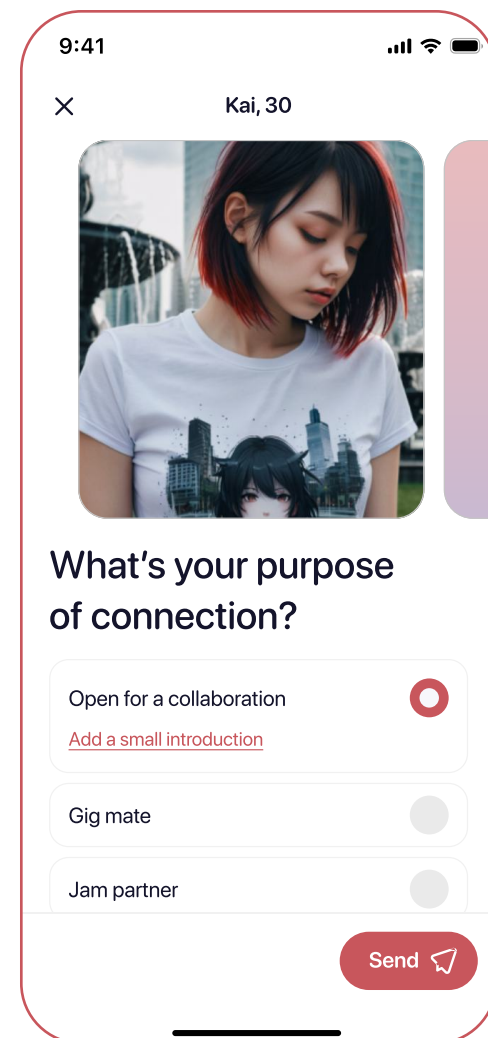
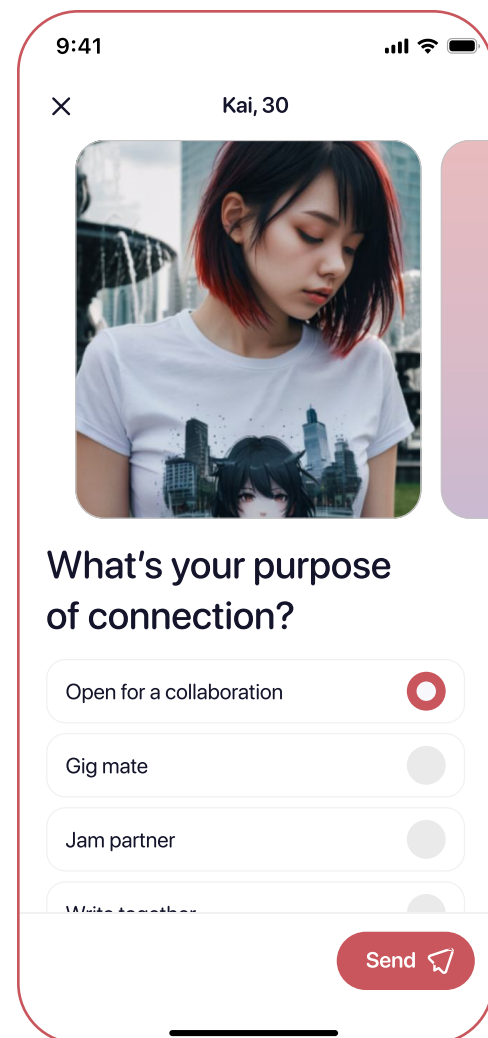
14

Definimos mejor la acción para finalizar el *flow* de creación de eventos. Utilizando la palabra "publish" el usuario entiende mejor que otros usuarios podrán ver el evento una vez finalizado el proceso de creación

## Mejora de la característica de mensaje directo

Original

Cambios



15

Una vez el usuario selecciona el propósito de conexión se muestra una opción para añadir una breve introducción.

Esta introducción permite al usuario proporcionar un contexto adicional facilitando una comunicación más efectiva y personalizada



## 5.4 CONCLUSIONES

GigMate nace a partir de la **idea de conectar a través de la música**, lo que nos llevó al análisis de dos tendencias de actualidad: **la notable expansión del mercado musical con su creciente demanda de experiencias de música en directo y, el cambio de paradigma dentro de las *match apps* o aplicaciones de citas que ahora buscan conectar a las personas a través de intereses compartidos**, más allá de la tradicional compatibilidad romántica.

Ante estos factores **identificamos la necesidad** de una aplicación que no solo permita al usuario **descubrir eventos** de música en directo, sino que también fomente las **conexiones basadas en intereses musicales compartidos** entre los amantes de la música.

Aplicando los conocimientos adquiridos a lo largo del máster y utilizando la **metodología y herramientas del DCU** hemos desarrollado este proyecto de manera estructurada, dividido en varias etapas.

Durante la fase de investigación se profundizó en el contexto de la música en directo, identificamos a nuestro público objetivo y determinamos **el descubrimiento de eventos como una de las principales funcionalidades de la aplicación**. También nos familiarizamos con el concepto de las *match apps*, identificando sus principales **motivaciones de uso, limitaciones y barreras**, y analizamos los principales competidores, lo que nos permitió reforzar nuestra idea de conexión a través de la música y extraer información valiosa que nos serviría como punto de partida para los siguientes pasos de nuestra **investigación cuantitativa y cualitativa**.

Seguidamente **profundizamos en los intereses, necesidades y preocupaciones de nuestro público objetivo** e identificamos a dos tipos de usuario: **el usuario aficionado a la música** que quiere estar informado sobre los próximos eventos y conectar con gente afín con la que poder compartir experiencias y, **el profesional que forma parte del mundo de la música** como el artista o el promotor, que además quiere una herramienta para promocionarse, crear eventos y mostrar sus proyectos musicales en su perfil de usuario. Ambos coinciden en la importancia de crear un **entorno seguro**, garantizando la **privacidad del usuario** en todo momento. Esta necesidad de crear conexiones ya no solo a nivel personal, clasifica a GigMate como una **herramienta con capacidades para conectar a los usuarios según sus preferencias, tanto a nivel personal como profesional**.

La fase de definición de nuestro proyecto concluyó con el **listado de requisitos** que a continuación nos permitió elaborar la **estructura y la navegación** de la aplicación en su totalidad, detallando los **contenidos y funcionalidades** de esta posible solución. Ambas tuvieron valoraciones positivas

durante los test con usuarios y se reflejaron algunas mejoras durante las etapas de bocetos y desarrollo de *wireframes*.

Obtuvimos un primer **prototipo interactivo** al que sometimos a varias **pruebas de usabilidad** con expertos y otros participantes. De estas pruebas, extrajimos una serie de **mejoras** que aplicamos posteriormente para dar forma al **prototipo final** de nuestro proyecto.

Gracias a una **buena planificación inicial** hemos obtenido buenos resultados a lo largo del proyecto. Definir cada una de las etapas y técnicas a desarrollar han permitido una buena estructuración del trabajo, con una narrativa clara y marcada. Si bien **la metodología utilizada ha sido la adecuada**, enfrentamos ciertas limitaciones, como **el tiempo** disponible, lo cual dificultó el desarrollo más extenso de algunas técnicas. Hubiera sido interesante poder llevar a cabo un **mayor número de entrevistas** en la primera etapa del proyecto, y también **más pruebas de usabilidad** durante la etapa final. Con el tiempo adecuado, podríamos haber refinado mejor el perfil del público objetivo asegurando que los participantes representaran de manera más precisa a este grupo.

Personalmente, creo que **este proyecto ha permitido consolidar todos los conocimientos adquiridos durante el máster**. El resultado es un proyecto de Diseño Centrado en el Usuario (DCU) que servirá como base y modelo a seguir para el desarrollo de futuros trabajos.

También, ha generado la motivación suficiente como para darle vueltas a **la posibilidad de llevar este proyecto al siguiente nivel** y buscar la manera de hacerlo realidad. Pero antes, sería necesario iterar en cada una de las etapas del proyecto, profundizar en los hallazgos y validarlos con un grupo mayor de participantes y expertos UX.

Añadir que hubiera sido **interesante finalizar este proyecto con un *Business Model Canvas***, ya que es una herramienta que proporciona una estructura visual muy útil de un primer modelo de negocio. Al tener presentes todos los aspectos clave del negocio, como los segmentos de clientes, la propuesta de valor, las fuentes de ingresos, etc. facilita la identificación de **posibles áreas de mejora donde poder seguir iterando**.



# 6. BIBLIOGRAFÍA

---





## 5.1 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### 1. Mondor Intelligence

Music Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029)

Link: <https://www.mondorintelligence.com/industry-reports/music-market-landscape>

### 2. UTA

UTA Study\_ Standing Room Only\_ Live Music's Epic Resurgence.pdf (2023)

Link: <https://unitedtalent.app.box.com/s/ape5yhvghw3emuc56kl095de8mip5o8w>

### 3. Binaural N-NOTICIAS / Live Nation Entertainment

Artículo de Pablo Porcar - Live nation afirma que 2023 fue el año con mayor número de asistentes de conciertos en toda la historia. (2024)

Link: <https://www.binaural.es/noticias/livenation-afirma-que-2023-fue-el-ano-con-mayor-asistentes-de-conciertos-en-toda-la-historia/>

Live Nation Entertainment - Live Nation Entertainment reports full year and fourth quarter 2023 results. (2024)

Link: <https://www.livenationentertainment.com/2024/02/live-nation-entertainment-reports-full-year-and-fourth-quarter-2023-results/>

### 4. Bumble BFF

Bumble for friends. BFF. Una opción para hacer amigos en la famosa app de citas

Link: <https://www.milenio.com/tecnologia/apps/bumble-for-friends-que-es-y-como-se-usa-esta-opcion-para-hacer-amigos>

### 5. Badi

Badi Marketplace - Encuentra tu hogar ideal entre las miles de habitaciones

Link: <https://badi.com/es/>

### 6. Joppy

FOR TECH PROFESSIONALS. We understand your rules, your needs, your code

Link: <https://www.joppy.me/techies>

### 7. Diseño Centrado en el Usuario (DCU)

El diseño centrado en las personas (DCP)

Link: <https://design-toolkit.recursos.uoc.edu/es/disenio-centrado-en-las-personas/>

Garreta, M; Mor, E. (2011). «Diseño centrado en el usuario». Universitat Oberta de Catalunya

Link: <https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/76105/6/>

Introducci%3%b3n%20a%20la%20interacci%3%b3n%20persona%20ordenador\_M%3%b3dulo%203\_Dise%3%b1o%20centrado%20en%20el%20usuario.pdf

### 8. Design Council - The Double Diamond

The Design Council. A universally accepted depiction of the design process. (2024)

Link: <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/>

### 9. Pew Research Center

Artículo de ERICA TURNER y MONICA ANDERSON. Roughly six-in-ten online daters in the U.S. are concerned about data collection (May 29. 2020)

Link: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2020/05/29/roughly-six-in-ten-online-daters-in-the-u-s-are-concerned-about-data-collection/>

### 10. Statista

Statista. Most common activities of online dating users in the United States prior to physically meeting someone they met on a dating website or app as of January 2021

Link: <https://www.statista.com/statistics/976154/following-actions-completed-adults-prior-meeting-someone-met-dating-app-usa/>

### 11. BeatMatch

BeatMatch. Do more together. The offline social app for music lovers

Link: <https://www.beatmatch.app/>

### 12. POM

Power Of Music. Dating app for music lovers

Link: <https://www.discoverpom.com/>

### 13. TasteBuds

TasteBuds. Meet people through music

Link: <https://tastebuds.fm/>

### 14. Vinylly

Vinylly. Reinventing dating for music lovers

Link: [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ratchet.vinyllyandroid\\_master&hl=en\\_US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ratchet.vinyllyandroid_master&hl=en_US)

### 15. Google Forms

Obtén información valiosa rápidamente con Google Forms. Crea y comparte fácilmente formularios online, y analiza las respuestas en tiempo real.

Link: <https://www.google.com/forms/about/>

### 16. Google Meet

Llamadas y reuniones para todos. Videollamadas y reuniones sencillas desde cualquier dispositivo.

Link: <https://meet.google.com/>

### 17. Optimal Workshop

**Get fast, actionable insights.** Enable your team to rapidly deliver better digital experiences, backed by data.

Link: <https://www.optimalworkshop.com/>

### 18. Figma

**How you design, align, and build matters.** Do it together with Figma.

Link: <https://www.figma.com/>

### 19. 10 Heurísticas de Jakob Nielsen

**10 Usability Heuristics for User Interface Design.** *Jakob Nielsen* April 24, 1994 · Updated Jan. 30, 2024

Link: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

### 20. Figma Mirror

**Figma mobile app**

Link: <https://www.figma.com/mobile-app>



## 5.2 ILUSTRACIONES Y FOTOGRAFÍAS

### Portada

**Foto de portada** de [Danny Howe](#) en [Unsplash](#)

### Licencia

**Licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0.** By Creative Commons.

Link: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/>

### Protopersona, Perfil de usuario y Personas

**Ilustraciones** de [pikisuperstar](#) en [Freepik](#)

### User Personas

**Fotografías de Perfil.** Elaboración propia

Link: <https://www.fotor.com/images/create>

### Sketching

**Bocetos de la aplicación.** Elaboración propia

### Wireframing

**Wireframes de la aplicación.** Elaboración propia

### Prototipo de alta fidelidad

**Ilustraciones** de [@vectorsmarket](#) en [Freepik](#)

**Imágenes** generadas con PromeAI. Elaboración propia

Link: <https://www.promeai.pro/>

### Evaluación heurística

**Implementación de cambios.** Elaboración propia

## 5.3 GRÁFICOS Y TABLAS

### Enfoque, etapas i métodos a seguir

**Diagrama DCU.** Elaboración propia

**Esquema del modelo *Double Diamond*.** Elaboración propia

### Planificación del trabajo

**Tabla de planificación y definición de actividades.** Elaboración propia en tomsplanner.com

Link: <https://plan.tomsplanner.com/public/tfmandreacastellvi>

### Desk research

**Event Attendance.** Elaboración propia

**Concert and Festival Attendance by Generation.** Elaboración propia

**Discovery of Live Music Events.** Elaboración propia

**Common activities prior to physically meeting someone they met on match apps.** Elaboración propia

### Benckmarking

**Tabla comparativa.** Elaboración propia

### Card Sorting

**Matriz de similitud.** *Optimal Workshop*

**Dendograma.** *Optimal Workshop*

**Tabla de normalización.** *Optimal Workshop*

Link: <https://app.optimalworkshop.com/optimalsort/v02hm54v/wucveo7o/shared-results/edgx7kvniibynnoqbkfk1zc73stqynig>

### Arquitectura de la Información

**Árbol de contenidos.** Elaboración propia

### Diagramas de flujo

**Diagramas de flujo.** Basados en los escenarios y *User Journeys*. Elaboración propia

### Test con usuarios

**Tabla de eficiencia.** Elaboración propia

**Tabla de eficacia.** Elaboración propia



# 7. ANEXO

---





## 7.1 BENCHMARKING - FICHAS DE COMPETIDORES

### BeatMatch

BeatMatch es una aplicación social *offline* diseñada para amantes de la música. Permite a los usuarios conectar con personas que asistirán a los mismos conciertos, fiestas y festivales de música. Lanzada en 2021 por Chudi Iregbulem, un ex empleado de Amazon, BeatMatch se basa en la premisa de que las preferencias musicales son indicativos de la personalidad, incluyendo los intereses musicales en los perfiles de los usuarios y emparejándolos algorítmicamente con personas de gustos similares.

#### Pros

- Ofrece un proceso de registro sencillo, permitiendo a los usuarios sincronizar sus cuentas de Spotify o Apple Music para importar sus gustos musicales directamente a la aplicación
- Utiliza un algoritmo para emparejar a los usuarios con gustos musicales similares y recomienda eventos como conciertos y festivales
- La aplicación fomenta la interacción *offline*, conectando a personas que asistirán a los mismos eventos musicales
- Los perfiles incluyen intereses musicales, facilitando la conexión entre usuarios con gustos similares.
- Si te has unido a un evento te manda notificaciones en el caso que aun no hayas comprado la entrada

#### Contras

- Permite descargar y crear un perfil antes de informar al usuario si la aplicación está disponible en su área

### POM (Power Of Music)

POM es una aplicación que conecta a las personas a través de su amor compartido por la música. La aplicación utiliza un algoritmo único para determinar el perfil de los usuarios basado en la música que escuchan. Está dirigida a Millennials y la Generación Z, y se enfoca en crear conexiones más profundas y significativas más allá de las superficiales. Aunque es relativamente nueva y no tan popular como otras aplicaciones de citas, POM ha creado una comunidad de 100,000 solteros en el Reino Unido que buscan una conexión a través de la música.

#### Pros

- Su estricto proceso de registro asegura inexistencia de perfiles falsos
- La aplicación es completamente gratuita
- Conexión de usuarios basada en gustos musicales a través de la sincronización con Spotify o Apple Music
- Ofrece la posibilidad de *Free Dates* para los primeros *matches*
- Fomenta la recopilación de comentarios de los usuarios para mejorar continuamente la plataforma

#### Contras

- Solo disponible en UK
- El proceso de registro está limitado a Facebook o al número de móvil
- El flow de registro puede llevar entre 7 y 10 minutos, lo que podría ser un obstáculo para los usuarios que buscan una experiencia rápida y sencilla
- La funcionalidad de *Free Dates* podría no ser sustentable a largo plazo



### TasteBuds

TasteBuds es una plataforma que utiliza las preferencias musicales de los usuarios para emparejarlos. La aplicación ofrece una versión gratuita y una suscripción premium, conocida como Backstage Pass. TasteBuds se destaca por permitir a los usuarios encontrar personas con gustos musicales similares, lo que facilita conexiones más significativas basadas en la música. Existe desde 2010 y está diseñada para conocer nuevos amigos o parejas con un gusto musical similar.

### Pros

- Proceso de registro sencillo y rápido con proceso de verificación incluido
- La plataforma asegura mantener protegidos a sus usuarios de cuentas falsas
- Disponible en web y en iOS
- La aplicación ofrece una versión gratuita que incluye funciones básicas como sugerir *matches*, filtros de búsqueda y mensajes
- Escanea la biblioteca de música del iPhone y permite agregar bandas favoritas
- La aplicación permite a los usuarios enviar canciones como forma de romper el hielo
- Activa participación en *threads* y grupos

### Contras

- Solo permite registro via Facebook
- Disponible como página web y solo tienen aplicación móvil para iOS
- La base de usuarios está más inclinada hacia los fanáticos del rock y el indie, lo que podría limitar las opciones para aquellos con otros gustos musicales
- Se limita la interacción entre usuarios sin suscripción
- El diseño es un poco anticuado y afecta a la experiencia en general y a su facilidad de uso

### Vinylly

Vinylly es una aplicación que empareja a los usuarios basándose en su compatibilidad musical. La plataforma ha reinventado su enfoque durante la pandemia para combatir el cansancio de las aplicaciones de citas tradicionales, ofreciendo una experiencia basada en la pasión compartida por la música. Es un sitio web y interfaz imita los controles de un reproductor de música.

### Pros

- Vinylly ofrece una experiencia de registro gratuita con opciones de actualización a una cuenta Gold que parece ser una mejora premium gratuita
- Su estricto proceso de registro asegura inexistencia de perfiles falsos
- La aplicación se centra en emparejar a los usuarios basándose en la compatibilidad musical
- Puedes comprar las entradas directamente a través de la aplicación y tienes la opción de ver el concierto también en *streaming*
- Pensada para encontrar compañero de conciertos

### Contras

- Solo disponible en EE.UU y Canadá
- Los *matches* dependen de tus *plays* en Spotify
- No puedes editar parte de la información de tu perfil

**Bumble BFF**

Bumble BFF es una modalidad de la conocida aplicación de citas Bumble, diseñada específicamente para hacer amigos. Al igual que en la versión de citas, los usuarios hacen *swipe* para encontrar coincidencias potenciales, pero en este caso, el objetivo es formar amistades en lugar de relaciones románticas. Bumble BFF ha ganado popularidad como una forma de conocer gente nueva, especialmente para aquellos que se han mudado a una nueva ciudad o que buscan expandir su círculo social.

**Pros**

- Ofrece una plataforma segura y amigable para conocer nuevos amigos en tu área
- Utiliza el mismo mecanismo de deslizamiento intuitivo de Bumble, lo que facilita su uso para aquellos familiarizados con la aplicación
- Los usuarios son alentados a ser proactivos y tomar la iniciativa en las conversaciones
- Bumble BFF se destaca por su enfoque en la amistad en lugar de las citas
- Los usuarios pueden crear perfiles detallados que reflejen sus intereses y personalidad, lo que ayuda a encontrar amigos con intereses similares y fomenta la autenticidad en las conexiones
- Los chats caducan si no hay una primera interacción después de hacer *match*

**Contras**

- Algunos usuarios comentan que iniciar conversaciones en Bumble BFF puede ser incómodo y similar a la experiencia de las citas, lo que puede disuadir a aquellos que buscan una interacción más casual y amistosa

**Joppy**

Joppy es una plataforma de reclutamiento diseñada específicamente para desarrolladores. La plataforma busca conectar a los desarrolladores con empresas de tecnología, facilitando un proceso de contratación más eficiente y directo. La plataforma promete un enfoque más personalizado y relevante en la búsqueda de empleo para profesionales de la tecnología.

**Pros**

- Joppy se enfoca en la privacidad de los desarrolladores, permitiéndoles buscar oportunidades de trabajo de manera anónima y solo revelar su identidad cuando están interesados en una oferta específica
- Conecta directamente a los desarrolladores con empresas de tecnología, evitando intermediarios
- Ofrece un enfoque más personalizado y relevante en la búsqueda de empleo

**Contras**

- Puede no ser adecuada para profesionales fuera del ámbito tecnológico
- Solo disponible en España



### **Badi**

Badi es una aplicación diseñada para facilitar la búsqueda y alquiler de habitaciones y pisos, eliminando la fricción de llamadas telefónicas interminables, correos electrónicos y visitas a pisos. La aplicación permite gestionar todo el proceso de alquiler de manera eficiente y cómoda. Badi se ha convertido en una herramienta popular en Europa para encontrar alojamiento, especialmente entre jóvenes profesionales y estudiantes.

### **Pros**

- Permite una comunicación directa y eficiente entre inquilinos y arrendadores a través de la aplicación
- Facilita la búsqueda de alojamiento con filtros y una interfaz intuitiva

### **Contras**

- Algunos usuarios han reportado problemas con los filtros, indicando que podrían necesitar una revisión para mejorar su funcionamiento
- La introducción de Badi Plus como servicio de pago podría limitar algunas funcionalidades a usuarios que no deseen pagar por el servicio adicional
- Solo disponible en España

## 7.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

### Conozcámonos / Let's get to know you

#### Edad / Age

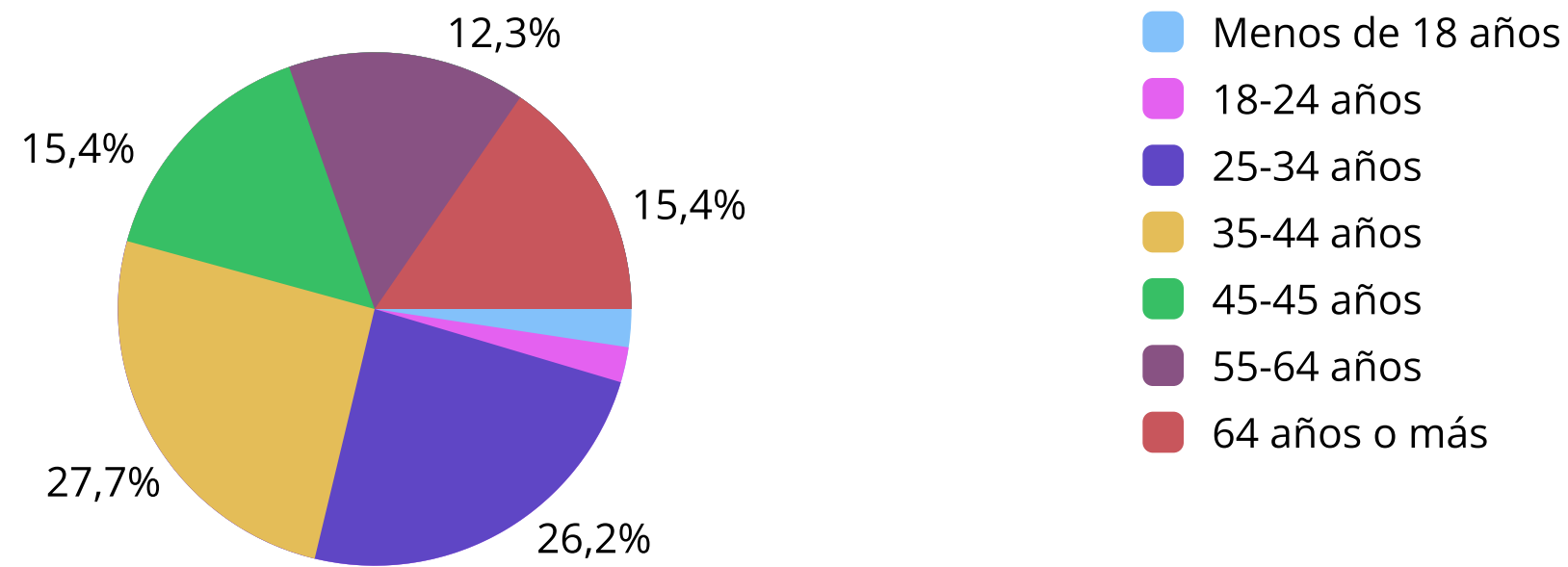


Gráfico demográfico. Edad. Elaboración propia

#### Ubicación / Location

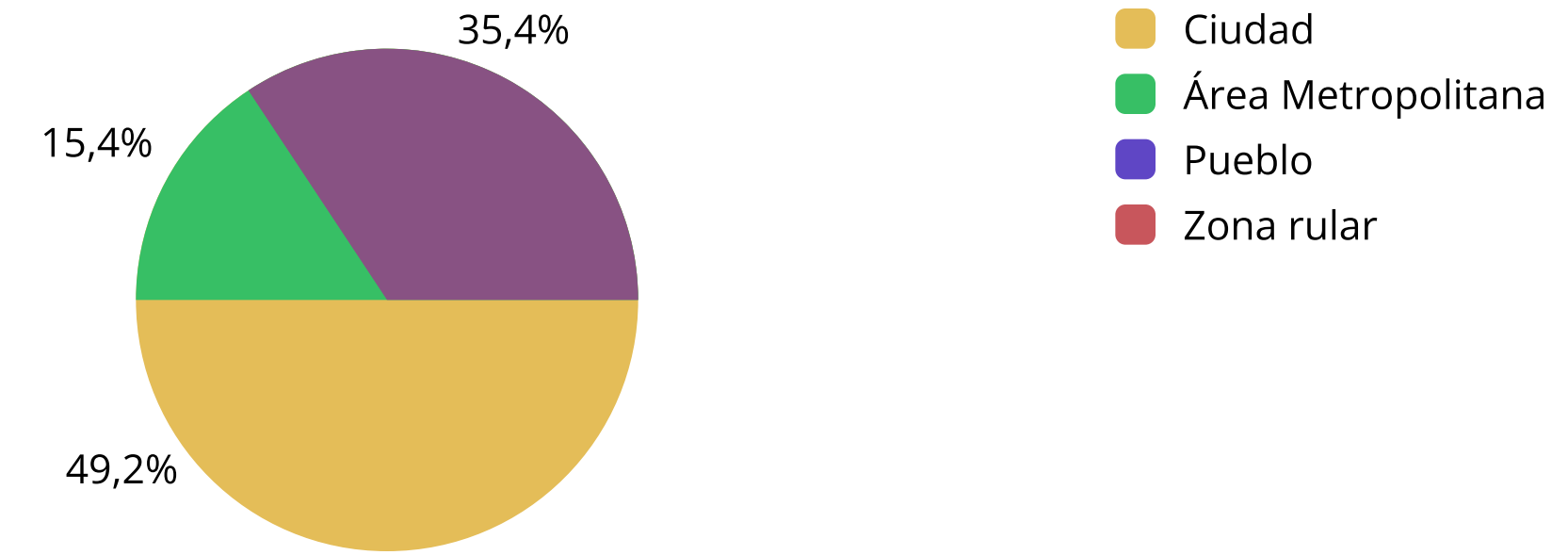


Gráfico demográfico. Ubicación. Elaboración propia

#### Género / Gender

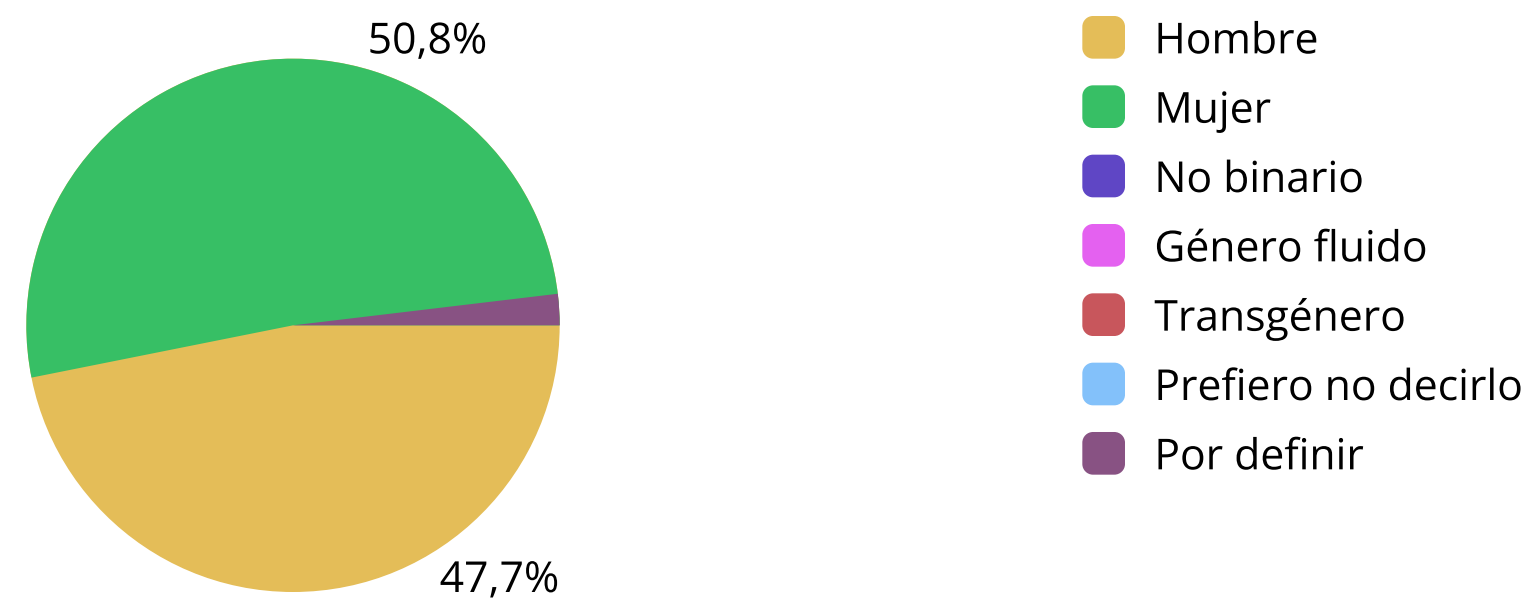


Gráfico demográfico. Género. Elaboración propia

### Hablemos de tecnología / Let's talk about technology

#### ¿Has utilizado alguna vez aplicaciones de citas (*match apps*)? / Have you ever used match apps?

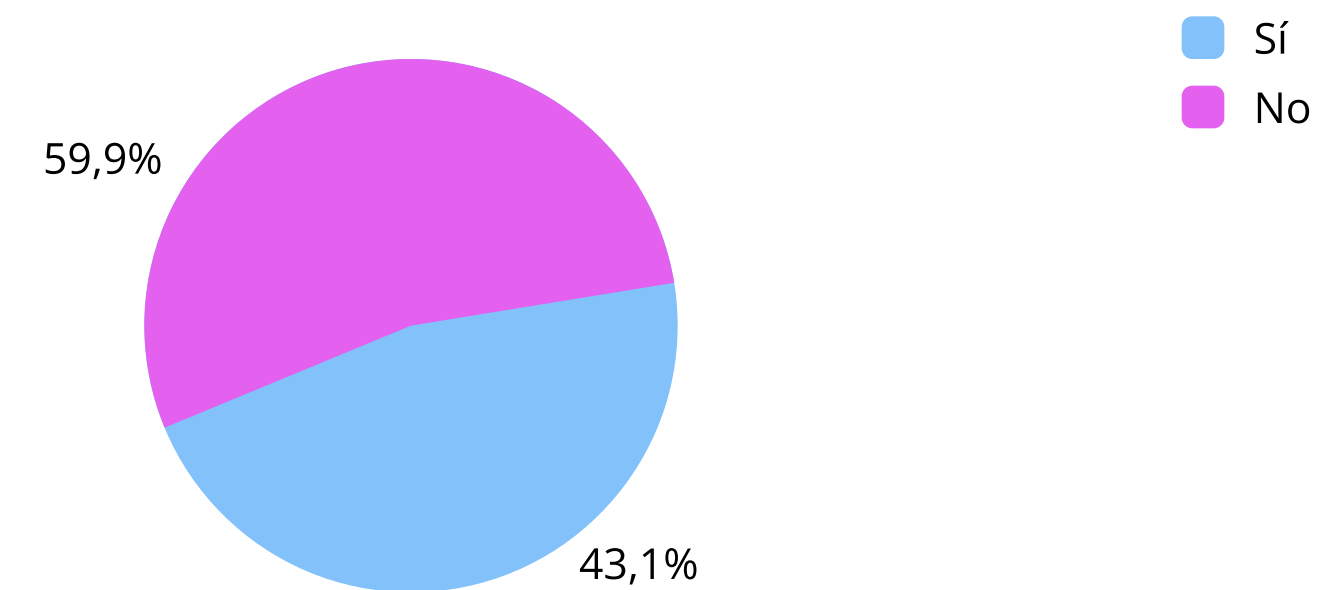


Gráfico. Nivel tecnológico. Elaboración propia



**¿Qué características valoras de una match app? / What features do you value in a match app?**

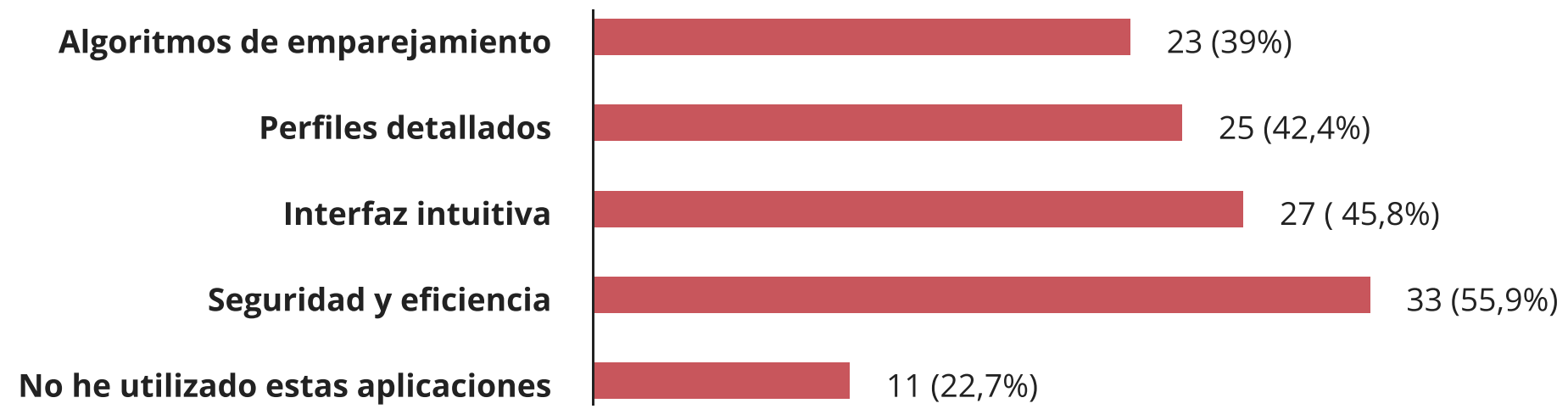


Gráfico. Valor tecnológico. Elaboración propia

**¿Qué aplicación de música utilizas normalmente? / What music application do you usually use?**

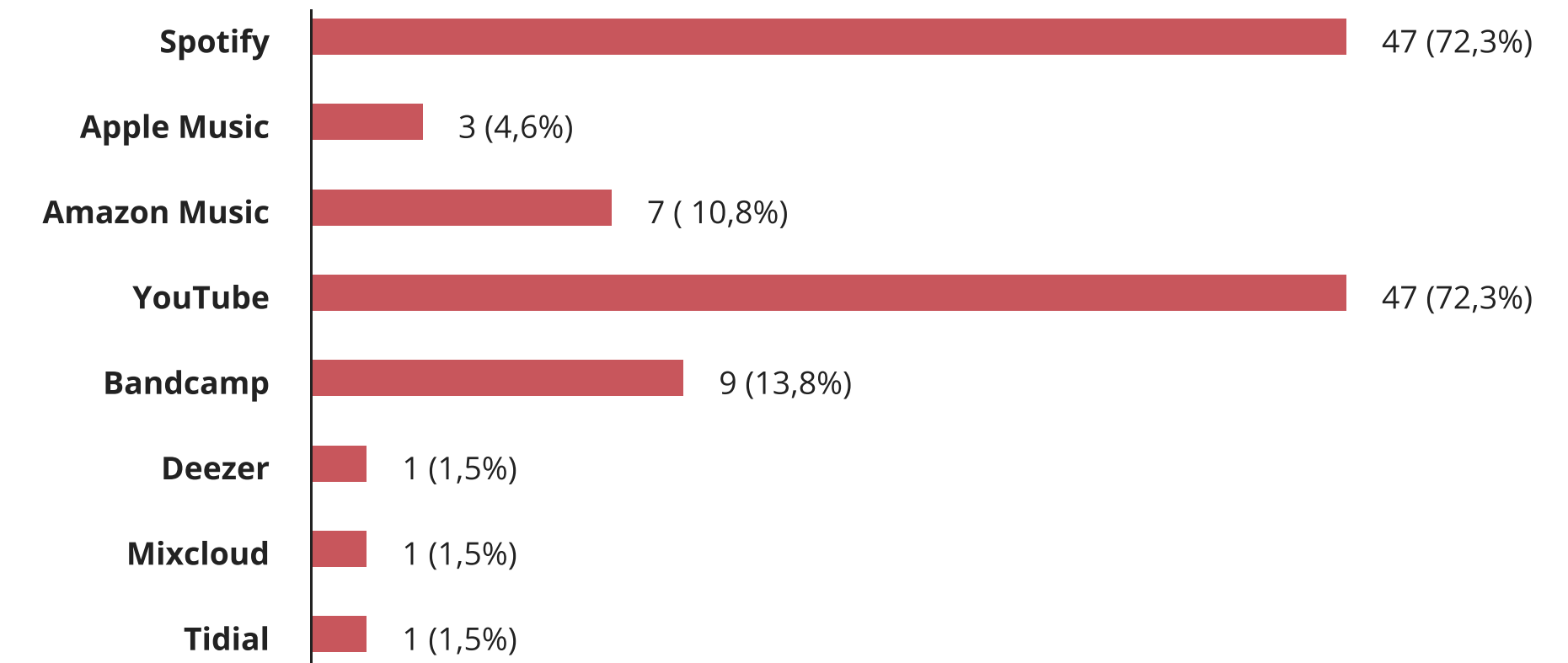


Gráfico. Nivel de uso tecnológico. Elaboración propia

**¿Con qué frecuencia utilizas aplicaciones de música? / How often do you use music apps?**

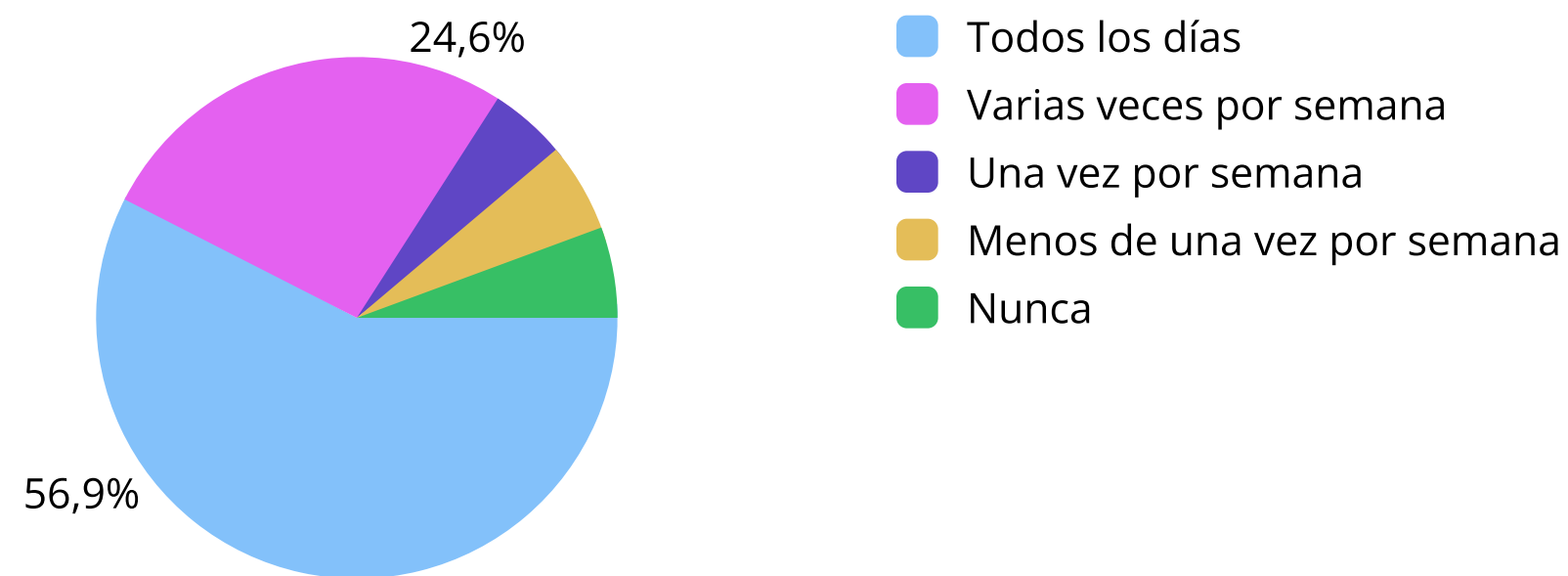


Gráfico. Nivel de uso tecnológico. Elaboración propia

**¿Qué características valoras de una aplicación de música? / Which features do you value most in a music application?**

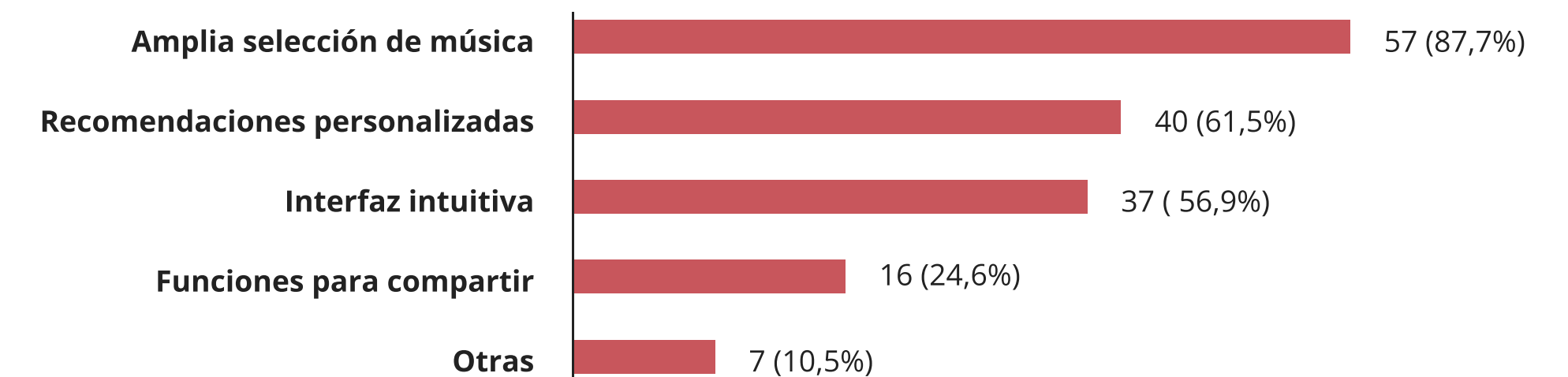
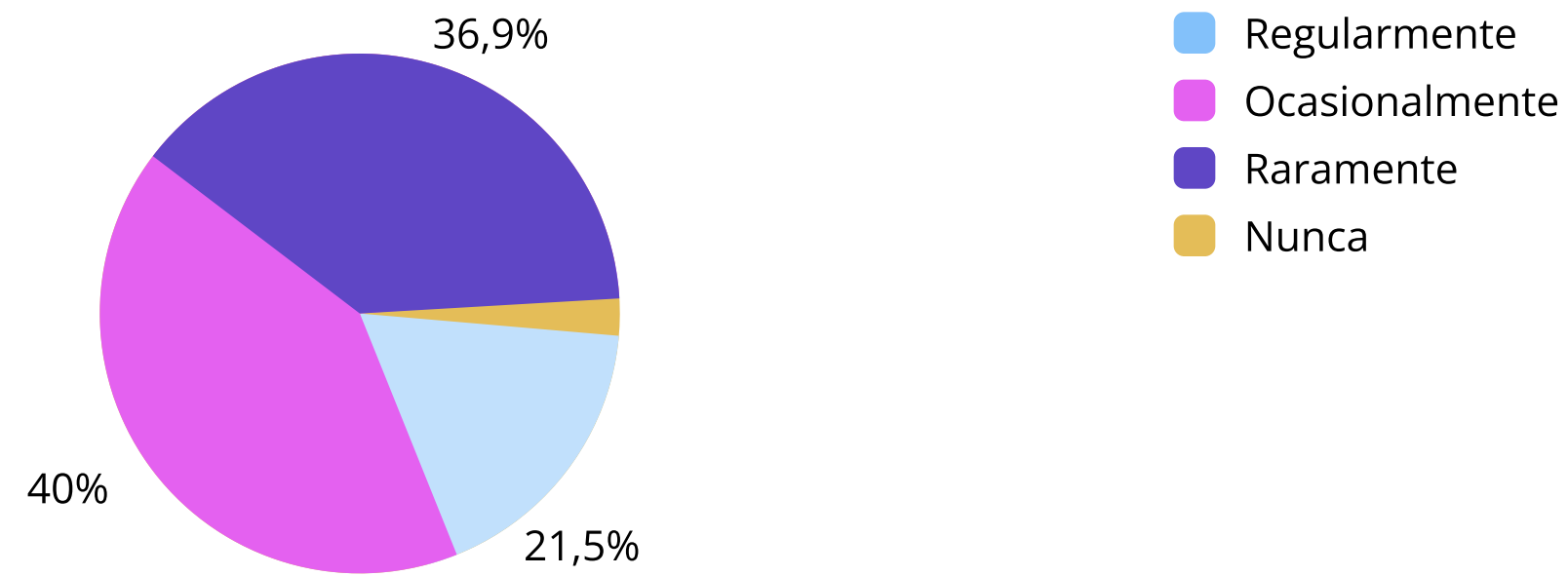


Gráfico. Valor tecnológico. Elaboración propia

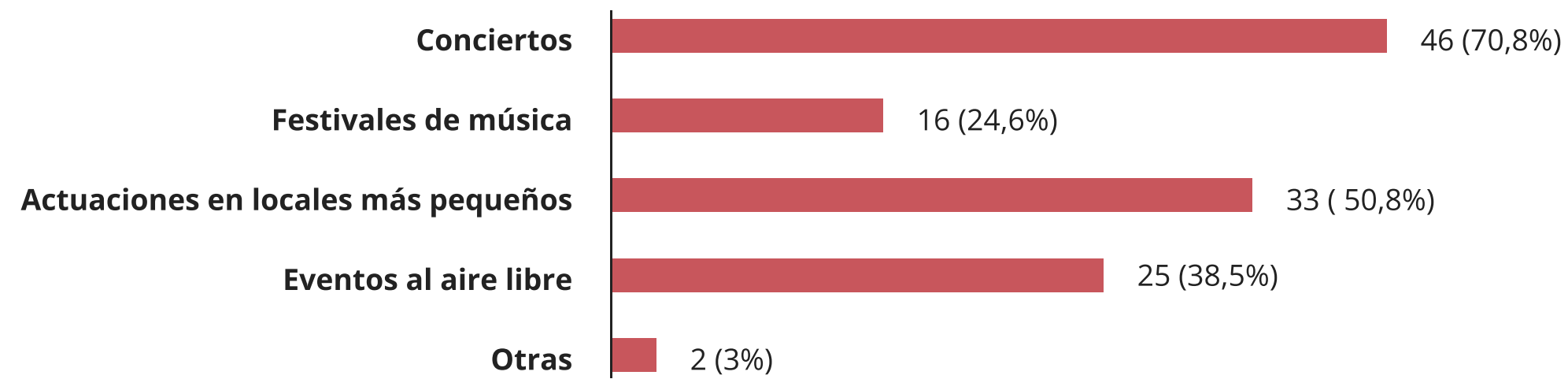
**Hablemos de eventos de música / Let's talk about music events**

**¿Con qué frecuencia asistes a eventos de música en directo? / How often do you attend live music events?**



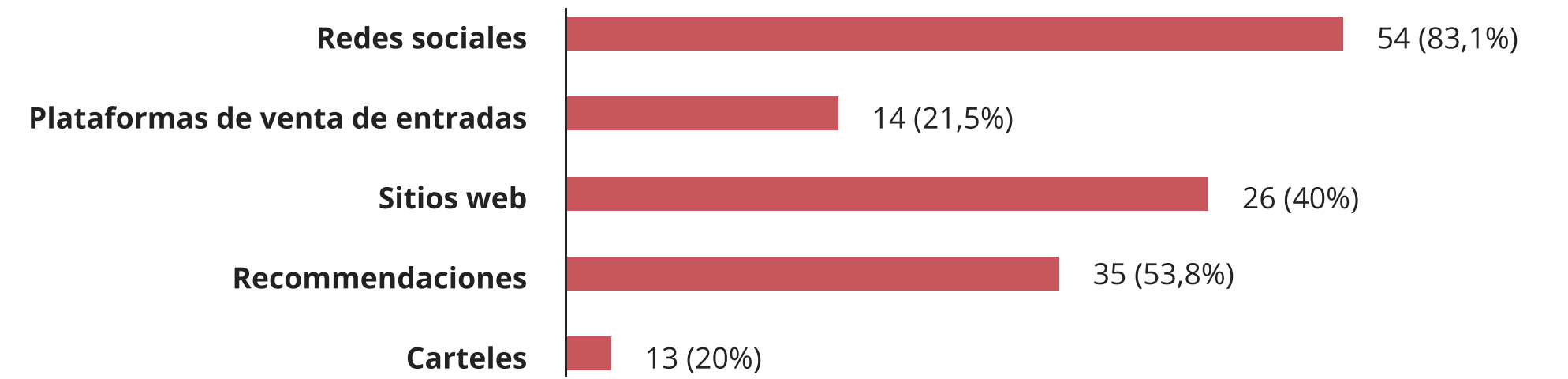
**Gráfico.** Asistencia a eventos de música en directo. Elaboración propia

**¿Qué tipo de eventos musicales te interesan más? / What kind of musical events are you most interested in?**



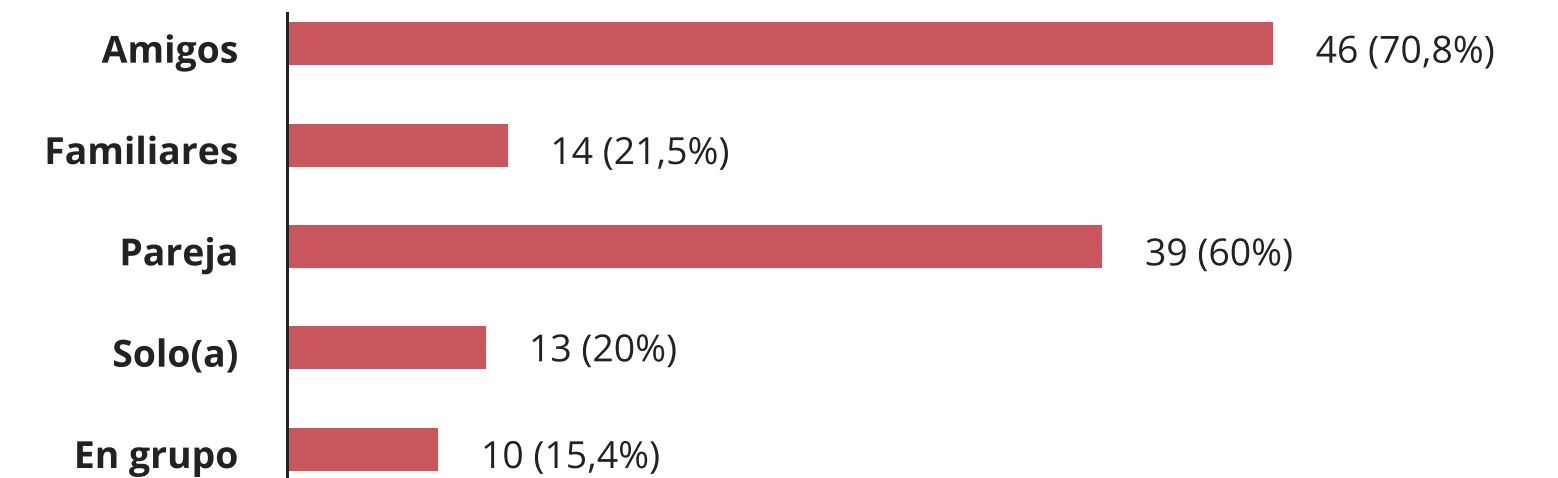
**Gráfico.** Interés por tipo de evento. Elaboración propia

**¿De dónde sueles obtener información sobre eventos musicales en tu área? / Where do you usually get information about music events in your area?**



**Gráfico.** Fuente de información. Elaboración propia

**¿Con quién vas normalmente? / With whom do you usually go?**



**Gráfico.** Tipo de asistencia. Elaboración propia



**Tu opinión importa / Your opinion matters**

**¿Qué importancia le das a tener una comunidad segura y dinámica donde puedas hacer conexiones significativas y descubrir nueva música y oportunidades?** / *How important do you feel it is to have a safe and vibrant community where you can make meaningful connections and discover new music and opportunities?*

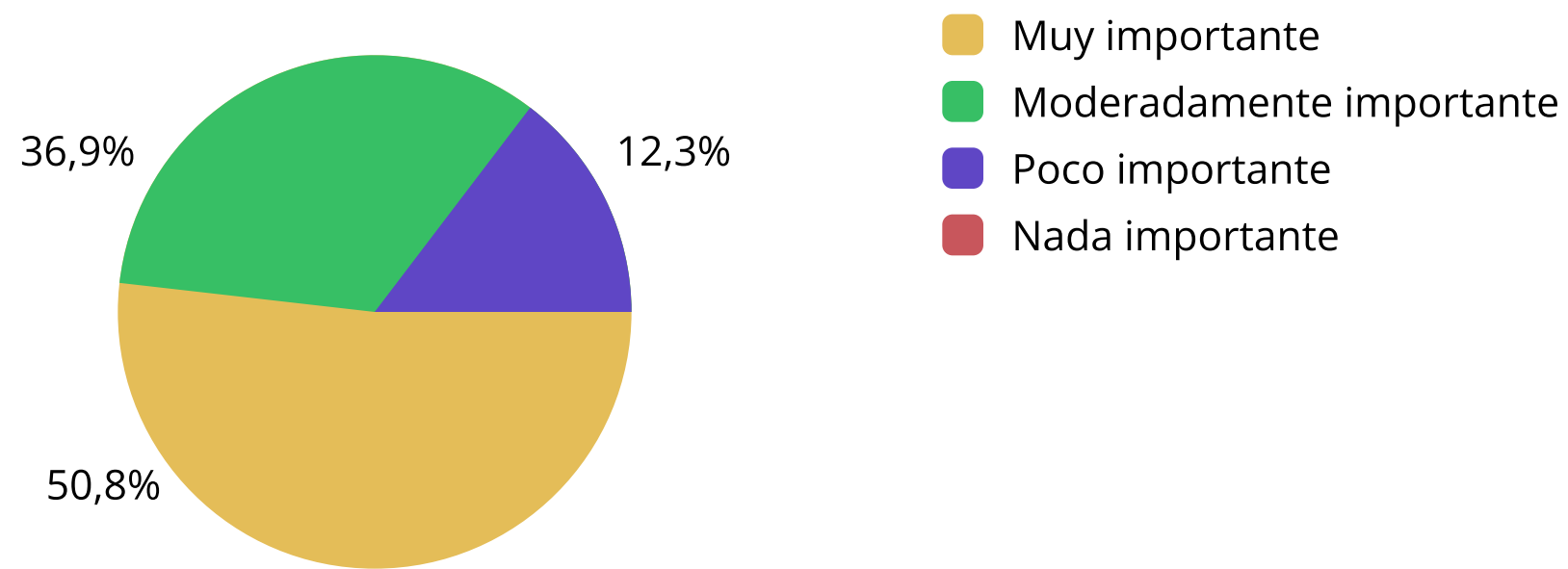


Gráfico. Opinión. Elaboración propia

**¿Qué te motivaría a utilizar una aplicación como GigMate?** / *What would motivate you to use an application like GigMate?*

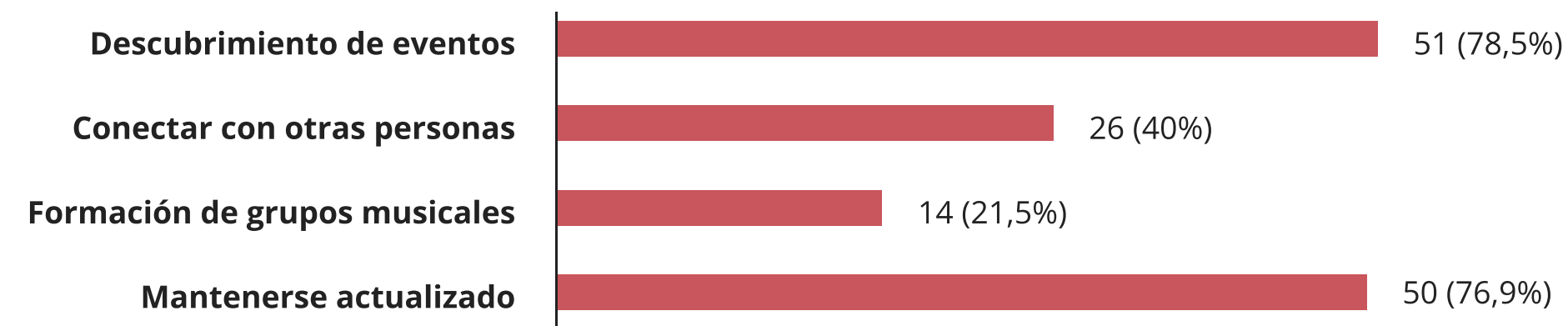


Gráfico. Motivaciones. Elaboración propia

**Seguridad ante todo. ¿Qué medidas de seguridad querrías en GigMate para proteger tu privacidad y seguridad?** / *Safety first. What security measures would you want in GigMate to protect your privacy and security?*



Gráfico. Necesidades. Elaboración propia

**¿Qué aspectos consideras más importantes al revisar el perfil de otro usuario con el que buscas conectar a través de la música?** / *What aspects do you consider most important when reviewing the profile of another user with whom you are looking to connect through music?*

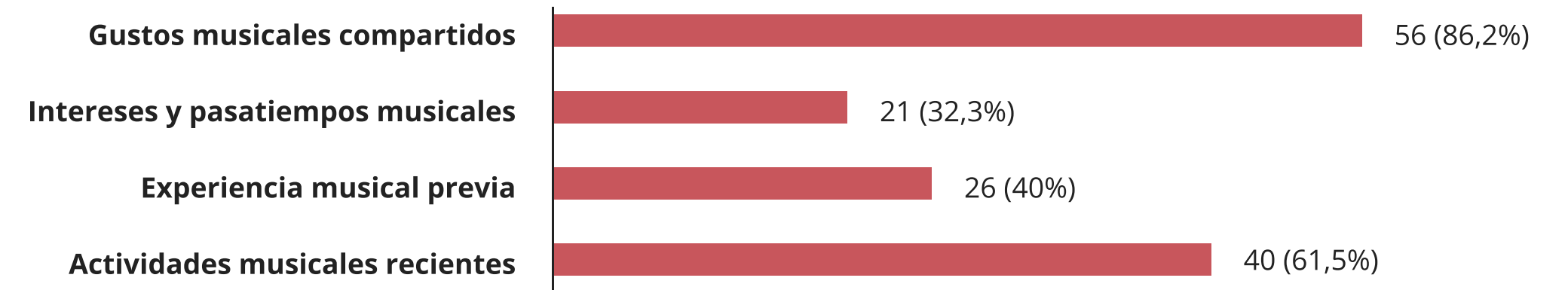


Gráfico. Opinión. Elaboración propia

**¿Cómo se podrían presentar mejor los perfiles en GigMate para que la elección de conexiones no se base principalmente en la apariencia física?** / *How could profiles be better presented in GigMate so that the choice of connections is not based primarily on physical appearance?*

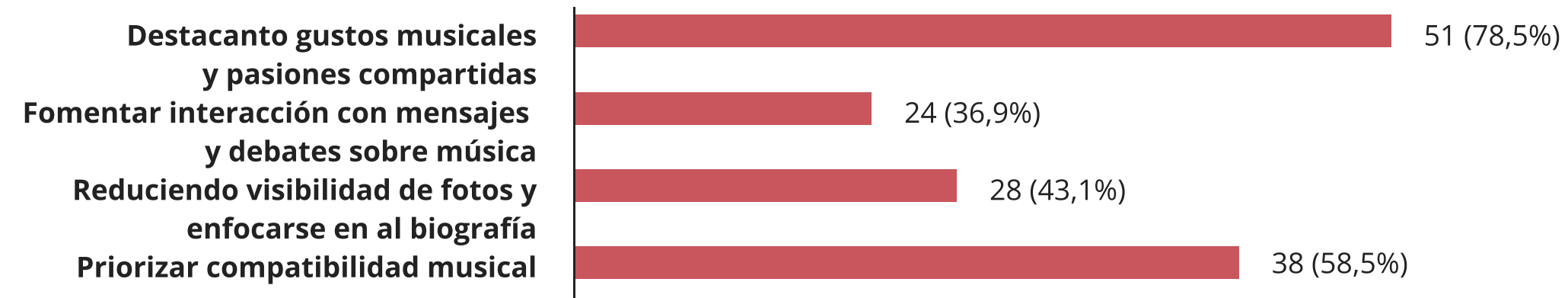


Gráfico. Opinión. Elaboración propia



## 7.3 CONSENTIMIENTO INFORMADO (ENTREVISTAS)

### Consentimiento en Castellano

#### Información general

##### Estudio

Experiencias y expectativas de usuario

##### Responsable del estudio

Andrea Castellví Mitjavila

Experta en UX / UI

##### Duración estimada

45 a 60 minutos

##### Formato

Videollamada o presencial, según preferencia

#### Propósito y descripción

El objetivo de este estudio es comprender mejor a usuarios potenciales como tú, los cuales interactúan con aplicaciones de música y *match apps*, y explorar de qué maneras podemos mejorar tu experiencia de conexión a través de la música. Tu participación nos ayudará al planteamiento de posibles soluciones y oportunidades de mejora para nuestro proyecto.

Participarás en una entrevista donde exploraremos tus hábitos musicales, el uso de aplicaciones y tus visiones para una plataforma ideal.

#### Participación voluntaria

Tu participación es completamente voluntaria. Puedes decidir no participar o retirarte en cualquier momento sin consecuencias.

#### Confidencialidad y uso de la información

Nos comprometemos a proteger tu privacidad. La información recopilada será confidencial, utilizada exclusivamente para fines de investigación. Los datos se anonimizarán y cualquier publicación resultante no incluirá información que te identifique.

#### Riesgos y beneficios

No anticipamos riesgos mayores al participar. Aunque no recibirás un beneficio directo, tu aporte es invaluable para mejorar la experiencia de todos los usuarios de GigMate.

#### Consentimiento

Para asegurar la precisión en la recopilación de datos, solicitamos tu permiso para grabar la entrevista. Esta grabación será manejada con el mismo nivel de confidencialidad que tus demás datos.

- Consiento la grabación de mi entrevista para que mis respuestas se utilicen en el desarrollo de este proyecto.
- Consiento el almacenamiento de las grabaciones de esta sesión hasta la conclusión de este proyecto.

#### Contacto

Si tienes preguntas sobre el estudio o tus derechos como participante, no dudes en contactar al responsable del estudio a través del correo electrónico: [acastellvim@uoc.edu](mailto:acastellvim@uoc.edu)

#### Declaración de consentimiento

He leído la información proporcionada anteriormente, se han respondido todas mis preguntas sobre el estudio, y doy mi consentimiento voluntario para participar en este estudio.

#### Nombre del Participante:

#### Firma:

#### Fecha:

## Consentimiento en Inglés

### General Information

#### Study

User experiences and expectations

#### Study's responsible person

Andrea Castellví Mitjavila

UX / UI Expert

#### Estimated Duration

45 a 60 minutes

#### Format

Video call or in-person, according to preference

### Purpose and description

The aim of this study is to better understand potential users like you, who interact with music applications and match apps, and explore ways in which we can enhance your connection experience through music. Your participation will assist us in formulating potential solutions and improvement opportunities for our project.

You will participate in an interview where we will explore your musical habits, app usage, and your vision for an ideal platform.

### Voluntary participation

Your participation is entirely voluntary. You can choose not to participate or withdraw at any time without consequences.

### Confidentiality and use of information

We are committed to protecting your privacy. The information collected will be confidential and used exclusively for research purposes. Data will be anonymized, and any resulting publication will not include information that identifies you.

### Risks and Benefits

We do not anticipate major risks from participating. Although you will not receive direct benefits, your contribution is invaluable for enhancing the experience of all GigMate users.

### Consent

To ensure accuracy in data collection, we request your permission to record the interview. This recording will be handled with the same level of confidentiality as your other data.

- I consent to the recording of my interview for the use in the development of this project.
- I consent to the storage of recordings of this session until the conclusion of this project.

### Contact

If you have any questions about the study or your rights as a participant, please do not hesitate to contact the study's responsible person via email: [acastellvim@uoc.edu](mailto:acastellvim@uoc.edu)

### Declaration of consent

I have read the information provided above, all my questions about the study have been answered, and I voluntarily consent to participate in this study.

**Participant's name:**

**Signature:**

**Date:**



## 7.4 GUIÓN Y TRANSCRIPCIÓN DE LAS ENTREVISTAS

### Presentación / Introduction

Hola y bienvenido/a,

Gracias por animarte a participar hoy. Tu perspectiva como usuario de aplicaciones de música y *match apps* es increíblemente valiosa para este estudio. Estamos aquí para escuchar y aprender de tus experiencias, con el fin de descubrir cómo podemos mejorar y hacer de GigMate una plataforma que realmente resuene contigo.

En esta entrevista, que durará aproximadamente 30 a 45 minutos, hablaremos sobre tus hábitos actuales, tus preferencias y cómo te gustaría conectar con otros a través de la música. Quiero que te sientas cómodo/a compartiendo tus pensamientos y que sepas que cada detalle que des será un aporte crucial para el proyecto.

Tu privacidad es esencial, y te aseguro que toda la información que compartas será manejada con confidencialidad y utilizada exclusivamente para mejorar la idea de proyecto. Añadir que esta entrevista será grabada bajo tu consentimiento para su posterior análisis. ¿Te parece bien?

¿Tienes alguna pregunta o algo que te gustaría comentar antes de que comencemos?

*Hello and welcome,*

*Thank you for volunteering to participate today. Your perspective as a user of music applications and match apps is incredibly valuable for this study. We're here to listen and learn from your experiences, aiming to discover how we can improve and make GigMate a platform that truly resonates with you.*

*In this interview, which will last approximately 30 to 45 minutes, we will discuss your current habits, preferences, and how you would like to connect with others through music. I want you to feel comfortable sharing your thoughts and know that every detail you provide will be a crucial contribution to the project.*

*Your privacy is paramount, and I assure you that all the information you share will be handled confidentially and used exclusively to enhance the project idea. Additionally, this interview will be recorded with your consent for further analysis. Is that okay with you?*

*Do you have any questions or anything you would like to comment on before we begin?*

### Cuerpo / Body

#### Conozcámonos / Let's get to know you

##### 1. ¿Cómo te llamas? / What's your name?

Diego

Liz

Nici

Josi

Sanja

##### 2. ¿Qué edad tienes? / How old are you?

38

38

35

34

36

##### 3. ¿A qué te dedicas? / What do you do for a living?

Agente de Booking para bandas

Artist, Freelance

*Customer Service for on demand printing.*

*Scientist*

*Software Engineer*

**4. ¿Dónde vives? / Where do you live?**

*En Leipzig, Alemania*

*En Leipzig, Alemania*

*En Leipzig, Alemania*

*En Leipzig, Alemania*

*En Leipzig, Alemania*

**Experiencia en eventos de música en directo / Experience in live music events**

**5. ¿Cómo descubres actualmente los eventos de música en directo? / Currently, how do you discover live music events?**

*Principalmente en redes sociales y de boca a boca. En Leipzig hay muchos carteles pegados por la calle.*

*Through flyers, posters on the street and websites. City magazine Kreuzer. From friends. Social media and announcements from bands...*

*Mostly through posters or friends, or flyers, like Zoro. Internet. Either instagram or Saxon Punk*

*Most of the time from friends, boca a boca. Facebook and Saxon Punk web page*

*I guess through posters and websites. Word of mouth. Primarily. Social media and Telegram groups*

**6. ¿Qué funcionalidades o servicios podrían mejorar tu experiencia de descubrir eventos y asistencia de eventos? / What features or services could improve your event discovery and attendance experience?**

*Recomendaciones conforme a gustos musicales o shows previos. Notificaciones de artistas favoritos cuando esten cerca de la ciudad de donde vives. Creo que no hay muchas más opciones, en verdad, yo creo. A lo mejor que sea todo en uno....*

*I have a good overview in my hometown. Find events around me feature. hashtags, buzzwords..*

*All the events in one place, Cause now its a bit spread out. One source of info*

*Better adverts for shows. Sync with phone calendar. with notifications.*

*Something like Spotify have. Recommendations about artists you listen to. Notifications about bands coming. Monthly. Email newsletters*

**Conexiones basadas en intereses compartidos / Connections based on shared interests**

**7. Cuéntame, ¿cómo encuentras y conectas con personas que comparten tus intereses musicales? / Tell me, how do you find and connect with people who share your musical interests?**

*A través de redes sociales basicamente y en los conciertos también.*

*Mostly offline. Personal connections and networks. Ask friends, do you have a friend there for recommendations. Change the way social media recommends people because follows others. they don't know each other in person making it more random. Personal level. Go back to the network point of view. Verification that they really know each other. QR code for confirmation. Gamification style.*

*I play shows, or go to shows and I meet people there. People write me cause of my music. I don't know who they are or from where.*

*At concerts, so offline. Facebook you can see who goes where but i would never write them. In person matters.*

*At shows. Offline. Playing shows. Being on tour you meet very nice and cool people very alike. Festivals..*

**8. Piensa en la posibilidad de conectar con alguien que comparte tu pasión por la música. ¿Qué es lo que más valoras? ¿Cómo ves el inicio de esa conexión? / Imagine the possibility of connecting with someone who shares your passion for music. What do you value most? How do you envision the beginning of that connection?**

Lo que más valoro, que sea una persona con la cual podamos compartir bandas y recomendaciones. que se pueda hablar de música, conocimiento musical amplio. Y a partir de allí, escuchar recomendaciones. Que sea coleccionista de discos. Por la camiseta que lleva puesta o el pin, el parche, está más guai que alguien tea una camiseta que a tí te gusta. Así he conocido a mucha gente.

*Clearly making sure we are not dating. Safety. Drink, conversation, learn about music scene or other venues, for recommendations.*

*In the same scene I'm am. Experiences.. how they do stuff, how they perform live.. what tools they use. As a single member of a band, I'm interested in technics to make music*

*Why we are there? Speak about the concert. Opinion about the performance. Music we are listening and jump to other related bands. Toilet line, it depends on the context.*

*I would, T-shirt question the other person. Advice for shy people.*

**9. ¿Puedes compartir alguna experiencia donde hayas formado una conexión significativa a través de intereses musicales compartidos? / Can you share any experiences where you have formed a meaningful connection through shared musical interests?**

Cuando vi a alguien con una camiseta de Propagandi, hace muchos años. De allí surgió una buena amistad de años. Una de mis bandas favoritas y empezamos a hablar de bandas.

*The day i met YOU!, A friend booked a tour for The Serfs and I became a their driver. A year before I drove another band from the USA. They stoped in Cologne where a friend put up their show. Half a year later same friend told me about this band that was looking for a driver, and ask me if I would be willing to drive them and then I said yes, and we met in Barcelona...*

*There's few people that now know me cause they discovered my music or saw me play. They have their own music projects, we do similar things, play shows together or organizing shows. Heard about me and we stayed in touch. We live in the same town*

*My group of friends basically formed cause we share the same music. 80% of my friends its because we are connected through music. Familiar faces when going to gigs cause of small town.*

*Any show i ever played. Talk to bands that share stage same day with us. Bound over music and similar tastes. Doing the same thing but being from different places.*



**Servicio para el usuario / Service for the user**

**10. ¿Podrías compartir desafíos o frustraciones que has enfrentado al utilizar aplicaciones de citas y al interactuar con otros usuarios que parecen tener intereses similares? / Could you think of some challenges or frustrations you've encountered while using dating apps and interacting with other users who seem to share similar interests?**

Diego

*Ghosting another person feels weird. Miss use, receiving inappropriate content.*

*It's terrible. They don't even want you to succeed. The way of contacting people. The swipe.. doesn't work for me.. you can write me.. How to start a conversation.. Getting rejected. Not hearing from anyone.. chatting back and forth and then the conversation stops. Hurts, affects confidence.*

*Never used a dating app. Pessimistic about the intention behind. I don't like this is the goal behind. I appreciate honesty.*

*Some people blow you off, time respect. not getting a response event though you've matched. Not having really much info in the profile, you don't know if that info is made up. Not sure if its save to meet someone through dating apps.*

**11. Como aficionado de la música, ¿qué funcionalidades dentro de la aplicación te ayudarían a conectar mejor con otros aficionados? / As a music enthusiast, what features within the app would help you better connect with other music enthusiasts?**

Tenerlo todo como muy bien segmentado. Estilo musical, tipos de festis o conciertos, frecuencia. Segmentación muy específica para promover que conozcs a gente muy "alike" a ti.

*Little playlists. Fav song section in your BIO people could hear to. It could be a good trigger for starting a conversation*

*Find people with algorithms, find people really align and have a lot in common. Music tastes, ethics, ideas, how you see life*

*Calendar for sure. To see that the person that catch my attention is going to the same show or went to the same show. If you know someone else is going to he same show, maybe then you could share a ride? or easy then start a conversation? We share the same kind of bands. Bands, get new inspiration. i would feel more confident to connect.*

*Bullet in board. People posting events. Taker event, suggestions based on your tastes. Listing on venue around you. DIY.*

**12. Como parte de un proyecto musical o un proyecto involucrado con la música, ¿cómo te gustaría que GigMate apoyara la promoción y el crecimiento del proyecto? / As part of a musical project or a project related somehow with the music, how would you like GigMate to support the promotion and growth of the project?**

Con Anuncios, con publicidad. Entre swipe y swipe

*It would be fantastic to have this feature for photography. People that runs venues that offers exhibition room can highlight it on their profiles, or offer music related art. Events, groups or bands interested in getting a photographers.*

*My biggest problem now is that people don't know me. Help me connect with other artist, people that organize shows. Outside the place i live. Find people that needs a support artist for their show.*

*Organizing shows sometimes but just for friends. I know places I know people so I can connect them. Find locations, find other bands, ask for needs if we need bands. or recommendations*

*Access to a promotion capability, calendar. I can put my tour in there to reach a higher audience. Able to reach out to other bands. To see or ask for availability. LEX app.*

### Impotancia de la seguridad y la privacidad / *Importance of security and privacy*

**13. Desde tu experiencia con otras plataformas, ¿Has tenido alguna experiencia negativa relacionada con la seguridad o la privacidad en *match apps* en el pasado? / From your experience with other platforms, have you had any negative experiences related to security or privacy in match apps in the past?**

La información la venden a terceros. Seguramente lo pone en la carta de Privacidad, pero nadie lo lee y acepta de todos modos.

*Data goes to big companies, get sold to third parties. Transparency with the user.*

*One time i got a letter from a shop, that they got customer data stolen. Complicated way of turning on an off privacy configuration.*

No.

*I don't like my data being sold. But like Tindr, I've hurt true stories getting cat fish. but never happened to me. But i can easily blocked someone easily. I'm conscios always*

**14. ¿Qué medidas de seguridad crees que podrían implementarse en una aplicación como GigMate para asegurar que te sientas seguro/a con la información que compartes en tu perfil y cómodo/a al interactuar y conectar con otros usuarios? / What security measures do you think could be implemented in an app like GigMate to ensure that you feel safe and comfortable with the information you share in your profile and while interacting and connecting with other users?**

Tener opción de elegir qué información mostrar en tu perfil. Verificación de identidad.

*User Verification. You see same info based on what you shared. So if there is a fake account with no info in its profile this account won't be able to see any of the info from other accounts.*

*Try not to share stuff that's not public.*

*It would be important for me what info people can see from my profile. Difference between people I matched which and the rest of them. But always I can custom this settings. Depending on locations. Choose who can see what*

*Option to limit what you share in your profile. Make it up to the user.*

### Diseño de perfiles / *Profile design*

**15. Considerando tu experiencia con la música y cómo te relacionas con ella, ¿qué elementos te gustaría destacar en tu perfil de GigMate? / Considering your experience with music and how you relate to it, what elements would you like to highlight in your GigMate profile?**

Mis gustos musicales, generos, bandas, canciones. Tu trabajo relacionado con la música si tienes. parte de una banda, he tocado en tal banda. Orden tipo Tindr, foto primero.

*I would appreciate a picture section. As a photographer it could be nice to show my concert photos. Music is not just playing or booking music it is also more. To promote my work through my profile so people can see my work. A section to show off your work.*

*Music project. If I see other profiles, i'll be interested in what they offer, looking for a band or promoter, purpose of what they are doing*

*Calendar if I can choose who can see it.. If I play in a Band. My fav music, bands.*

*Option to put a song, fav on it. Discocs page profile integration. Link other profiles and websites, social media account. Gallery. What do you do section, or interested in. What you want to learn maybe*



**Cierre / Closing**

Hemos llegado al final de nuestra entrevista. Quiero expresarte mi sincero agradecimiento por tu participación. Ha sido un verdadero placer conversar contigo y escuchar tu opinión sobre este tema. Antes de despedirnos me gustaría añadir una última pregunta:

*We have reached the end of our interview. I want to express my sincere gratitude for your participation. It has been a real pleasure speaking with you and hearing your opinion on this topic. Before we say goodbye, I would like to add one last question:*

**Feedback sobre las características de GigMate / Feedback on GigMate's features**

**15. ¿Qué funcionalidades de este proyecto te entusiasman más y cuáles son las que te generan mayor expectativa? Además, nos encantaría escuchar tus ideas: si pudieras añadir o mejorar algo en GigMate, ¿qué sería y cómo crees que esto podría potenciar tu experiencia y la de otros usuarios? / What features of this project excite you the most and which ones generate the highest expectations for you? Additionally, we would love to hear your ideas: if you could add or improve something in GigMate, what would it be and how do you think this could enhance your experience and that of other users?**

Potencial de conocer a gente mucho más alike a mi. Descubrir bandas nuevas..  
Que una de las fotos que tengas que subir en tu perfil sea una foto tuya con la camiseta de tu banda favorita, una foto en un festival. A través de la música es mucho más facil romper el hielo. Resaltar en perfil la mayor cantidad de pretextos para poder romper el hielo.  
Recomendaciones cuando subas fotos que tipo de fotos puedes subir. Disco favorito, concierto favorito, eso hace filtro tambien para verificacion de perfil y motiva también al usuario.

*Connection with professionals excites me the most - Calendar overview that i can look up events near by, this is always cool and helpful when u are somewhere else you not familiar with the venues and their locations.  
Very simple interface, nicely design. Straight to the point. Music shops around.*

Something that would help me is to book shows outside of the city I live. Someone film students contacted me. Music for not only shows, but maybe films.

*Learn more about new music and new bands. Learn new stuff.. Organize tours for bands.*

*I would use that while traveling, calendar, venue listing, location. Community resource. Matching with individuals would be the least.  
Accessibility its important. put it at the top. Rom to Rlo. Clever placeholder update for image on the screen.*

Nuevamente, te agradezco profundamente por tu participación. Si surge alguna pregunta o sugerencia más adelante, no dudes en contactarme. Espero que hayas disfrutado de esta experiencia tanto como yo. Tu tiempo y tus ideas han sido invaluable. ¡Hasta pronto!

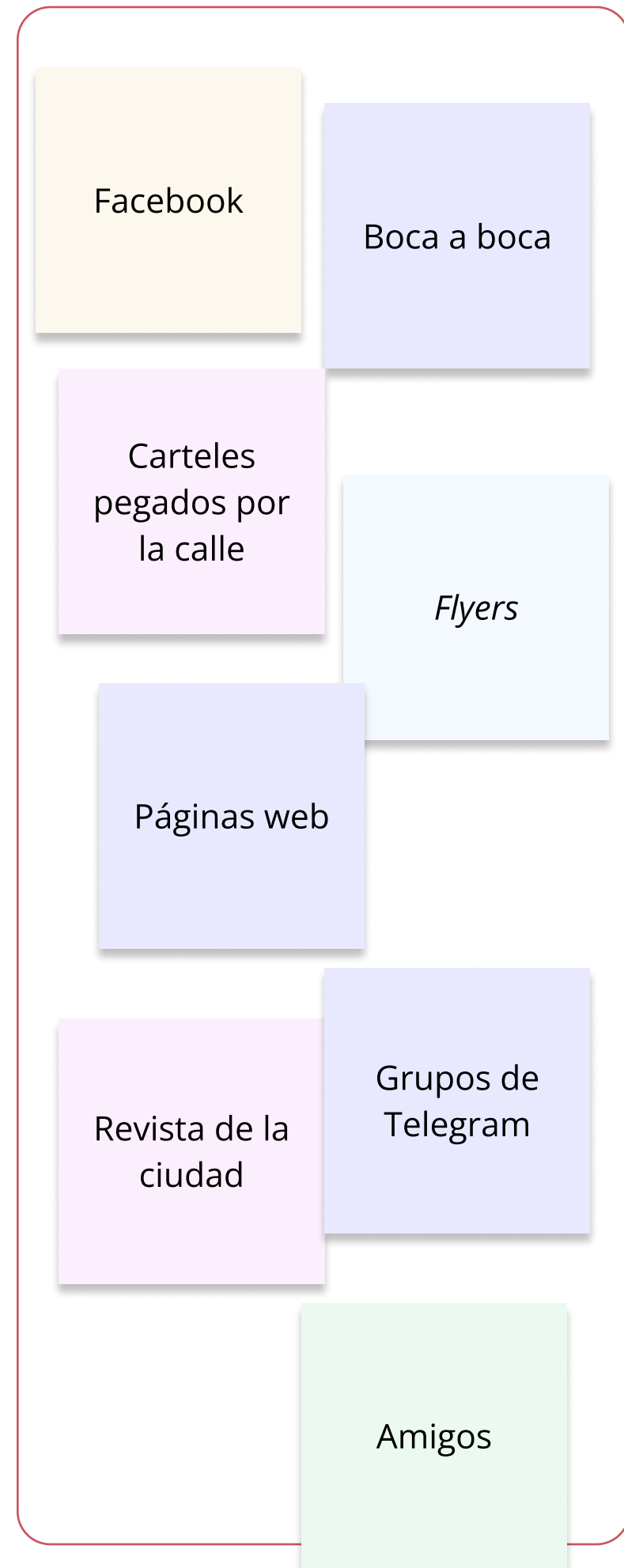
*Once again, I deeply appreciate your participation. If any questions or suggestions arise later on, please feel free to contact me. I hope you enjoyed this experience as much as I did. Your time and ideas have been invaluable. See you soon!*



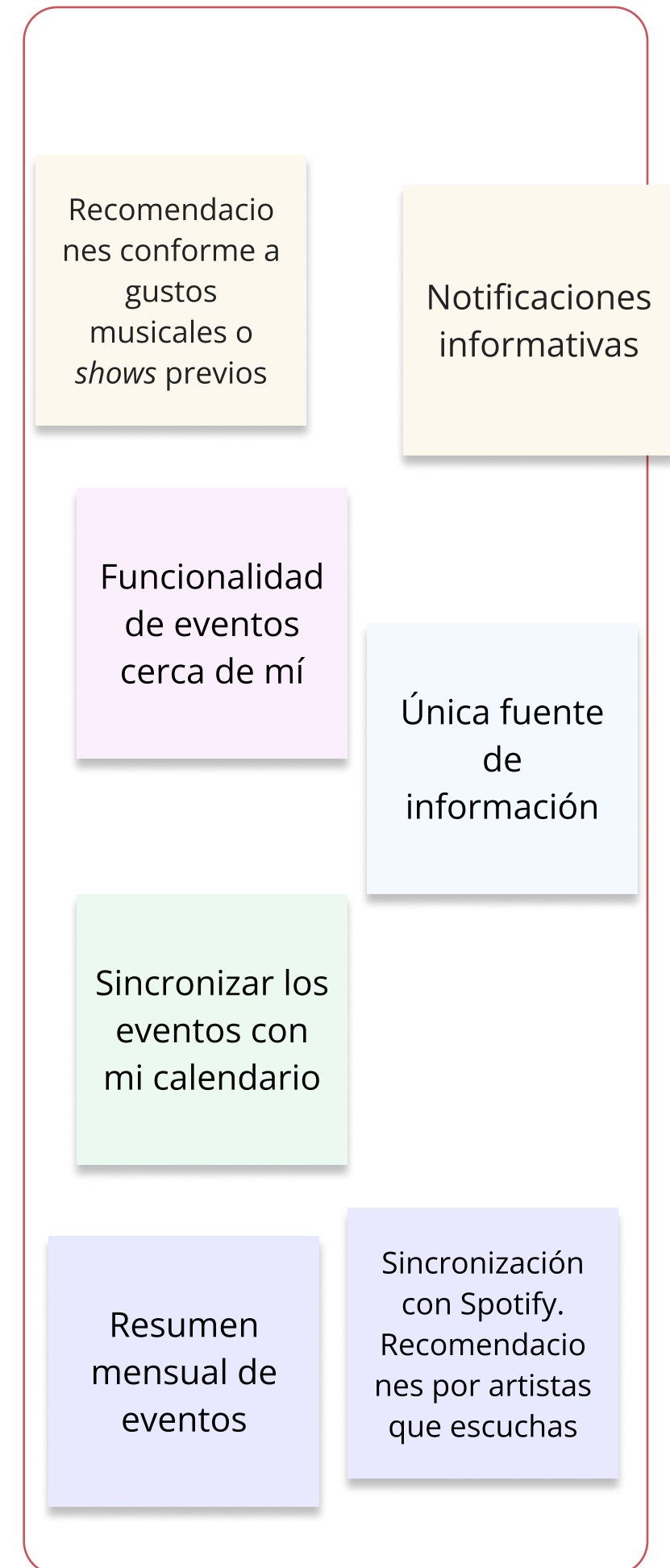
## 7.5 MAPA DE AFINIDAD

### Live Music Event Discovery

#### Hábitos de descubrimiento

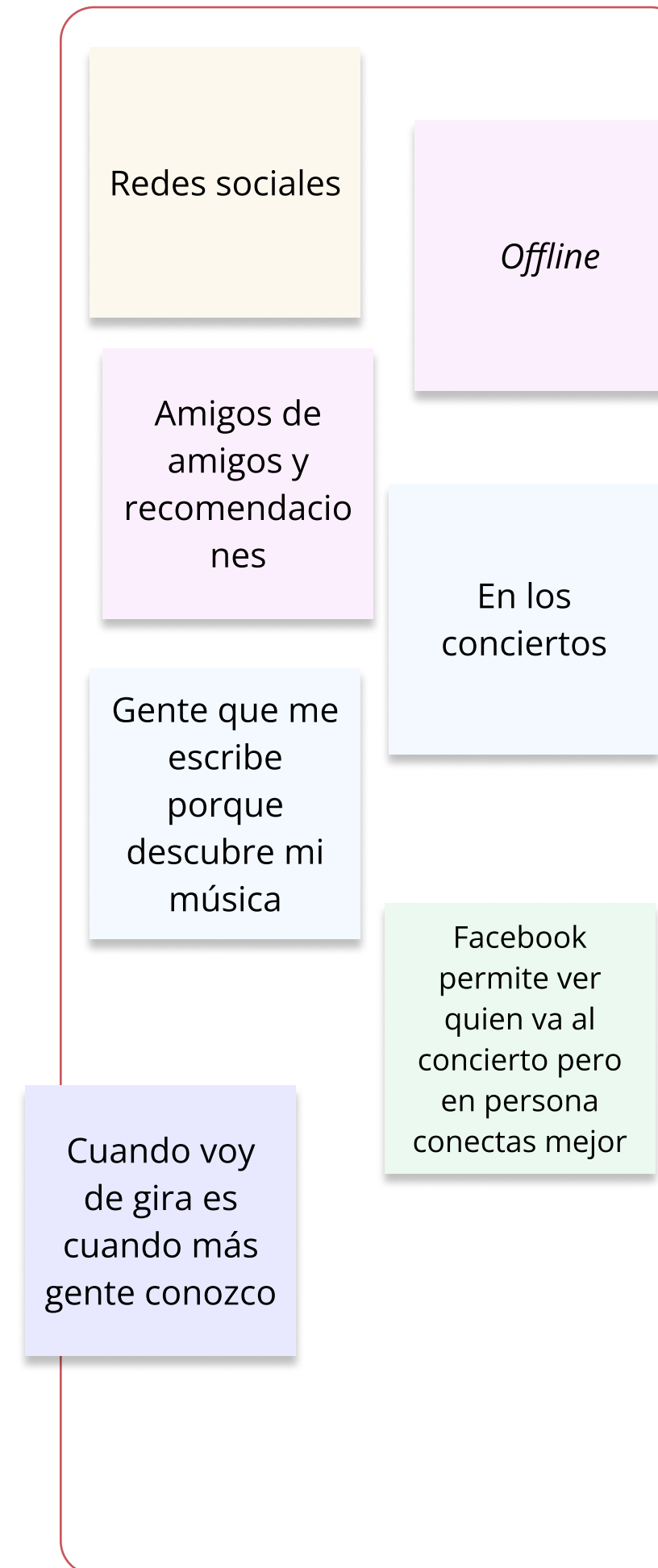


#### Posibles mejoras

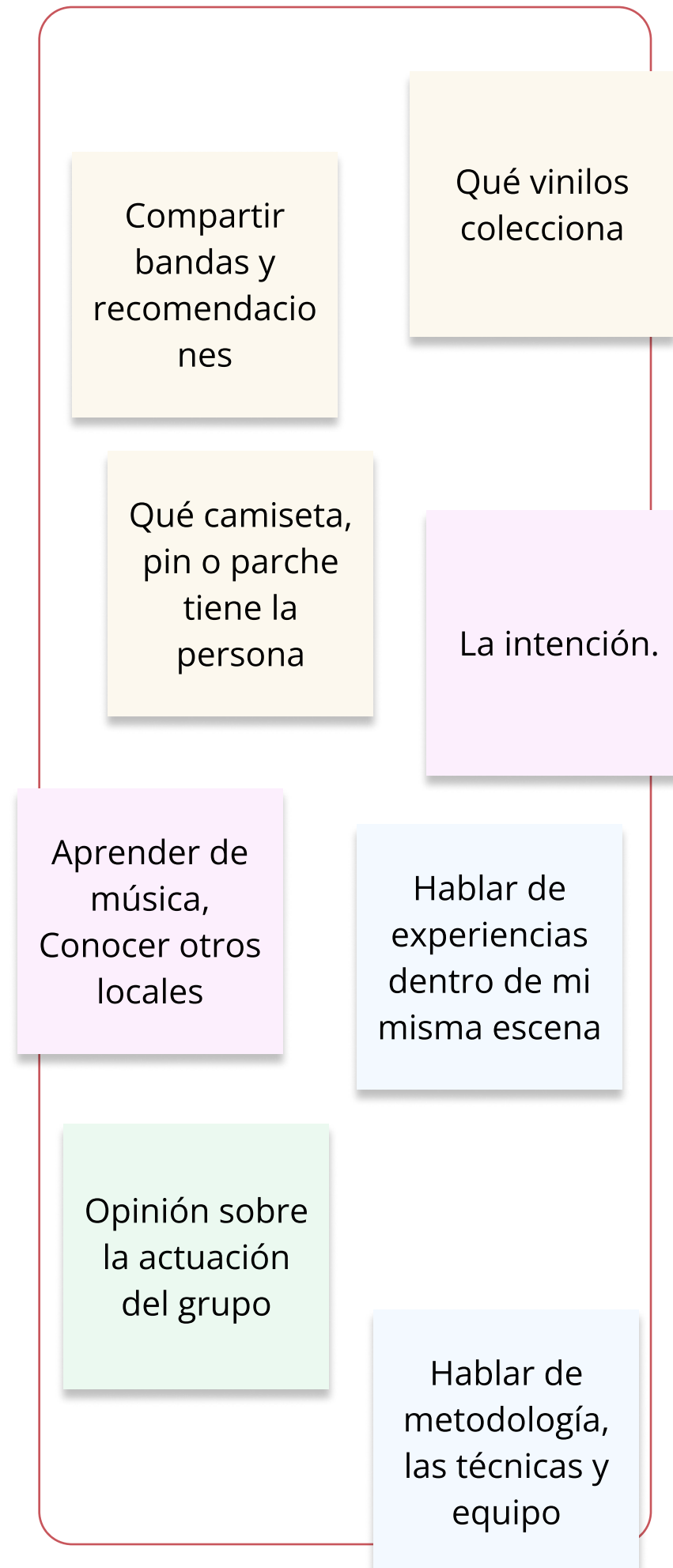


### Conexiones afines

#### Hábitos de conexión

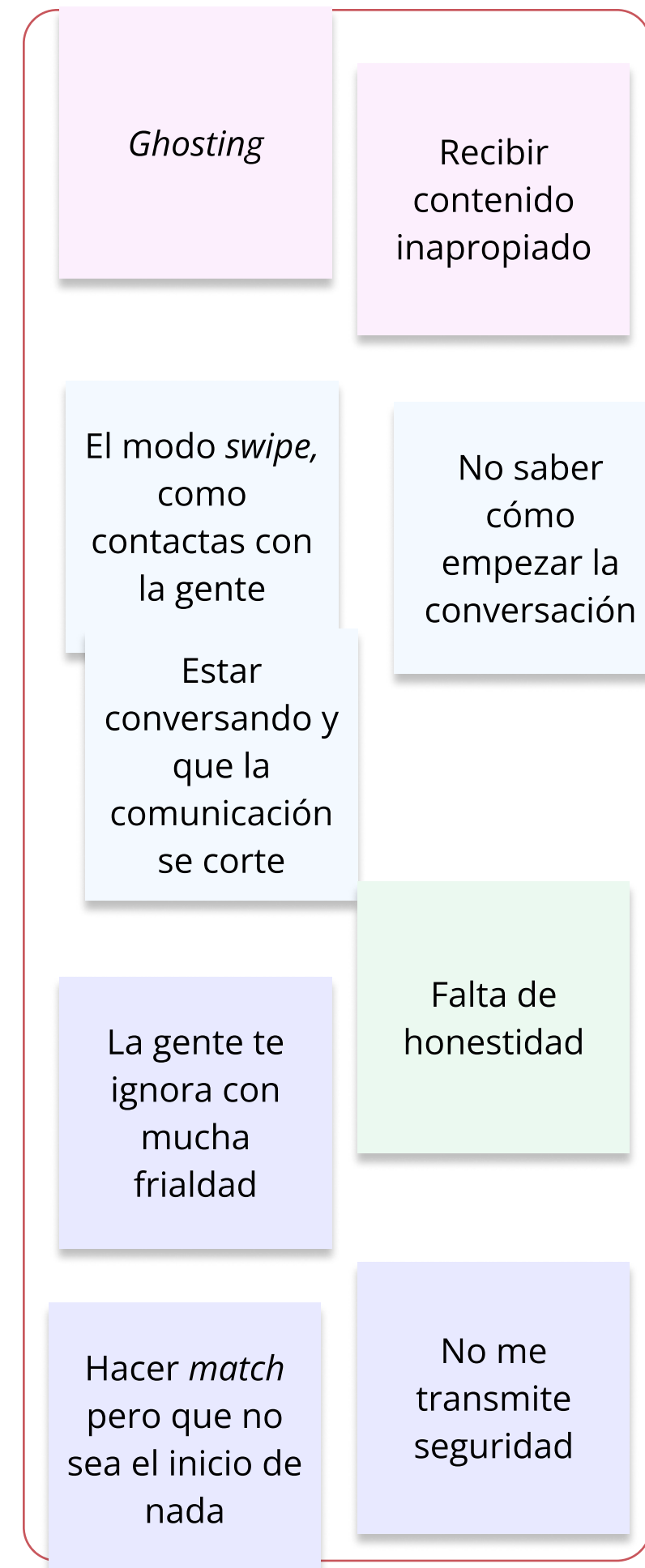


#### Lo que más se valora

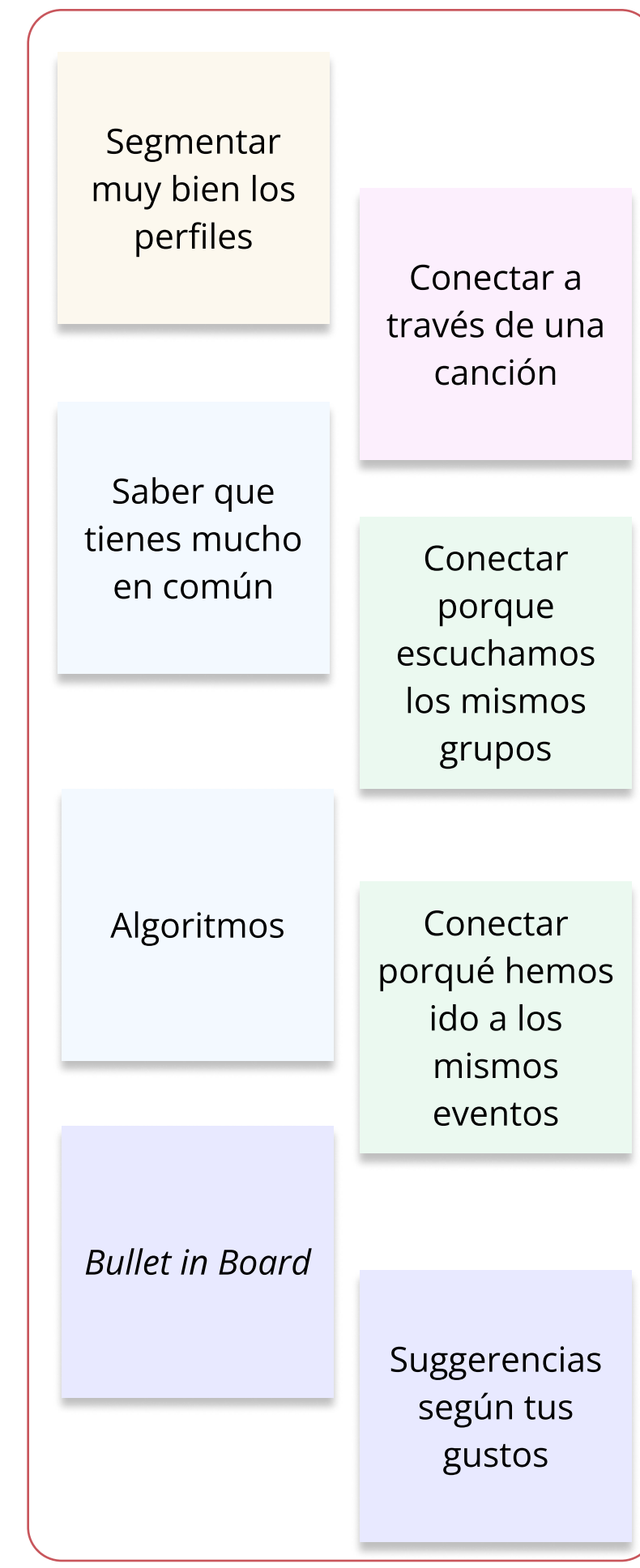


**Servicio**

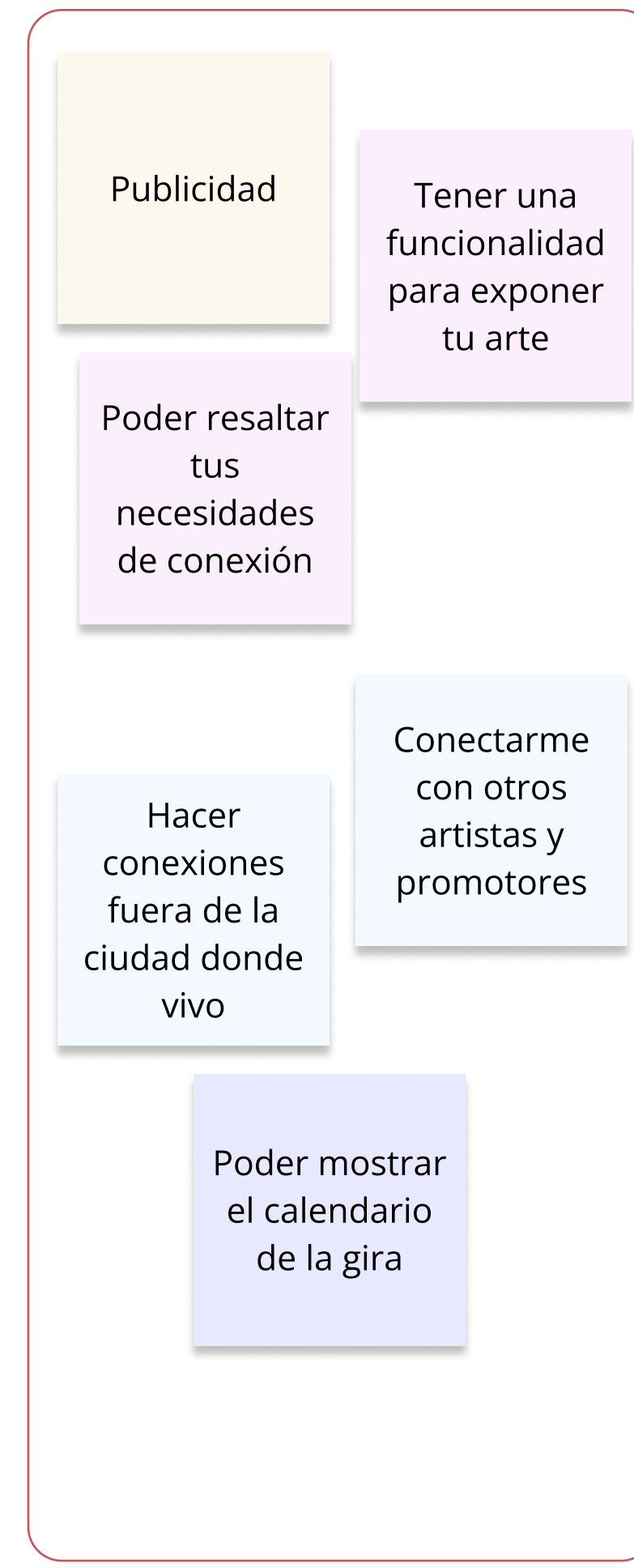
**Frustraciones uso *match apps***



**Posibles mejoras**

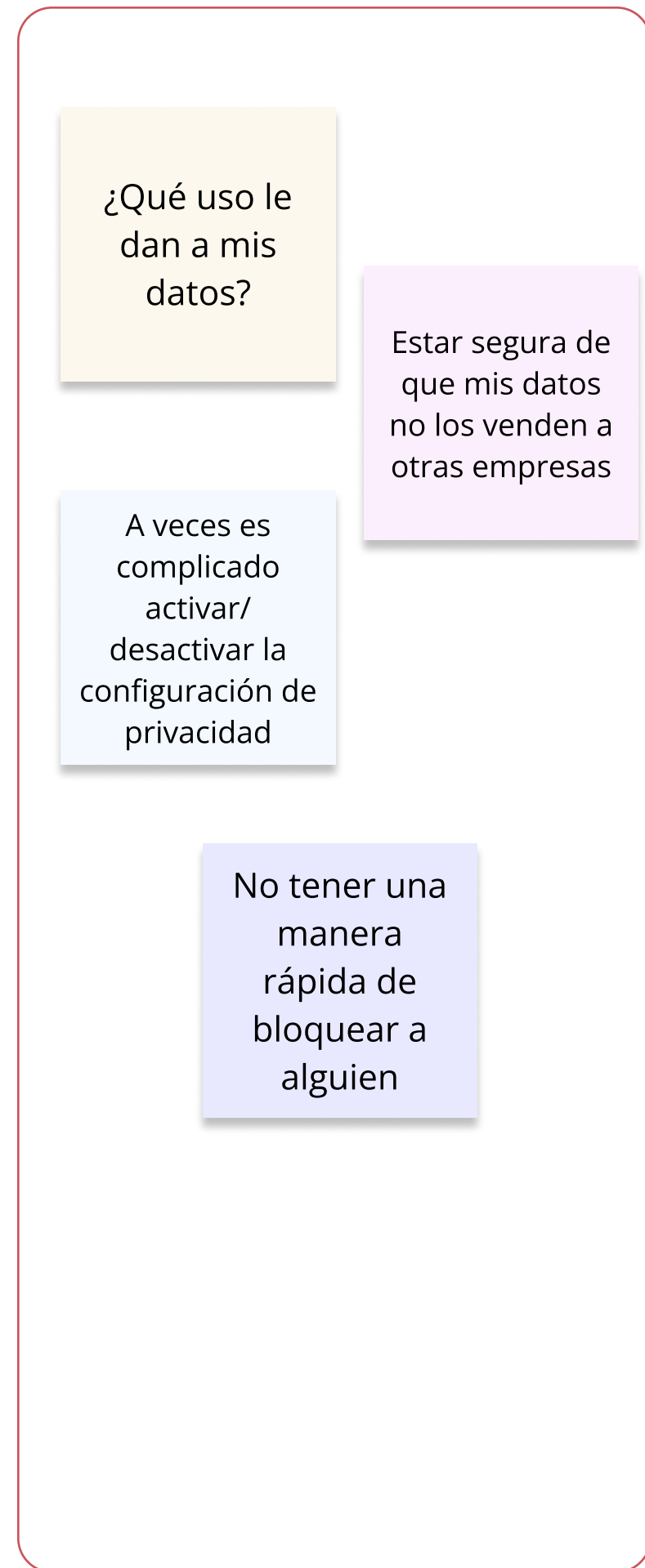


**Promoción, soporte y crecimiento**

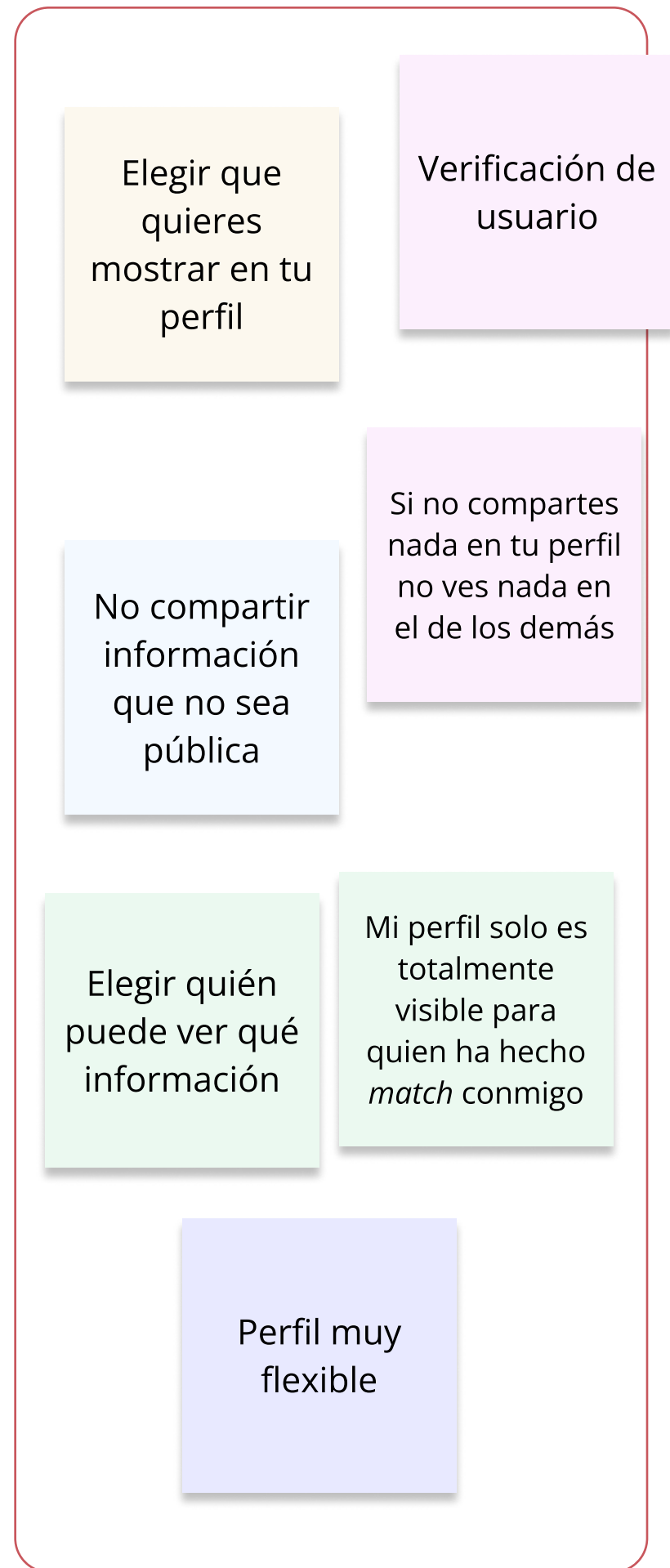


## Seguridad y Privacidad

### Frustraciones

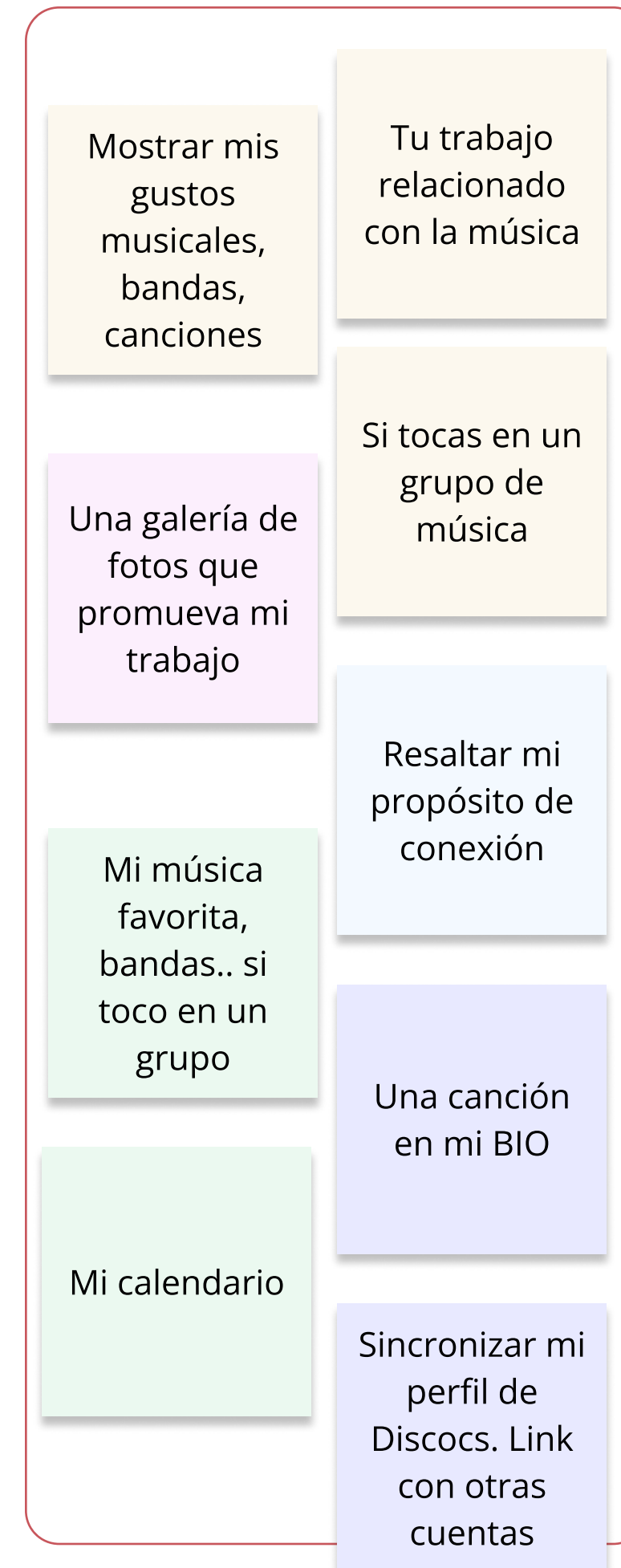


### Ideas de mejora



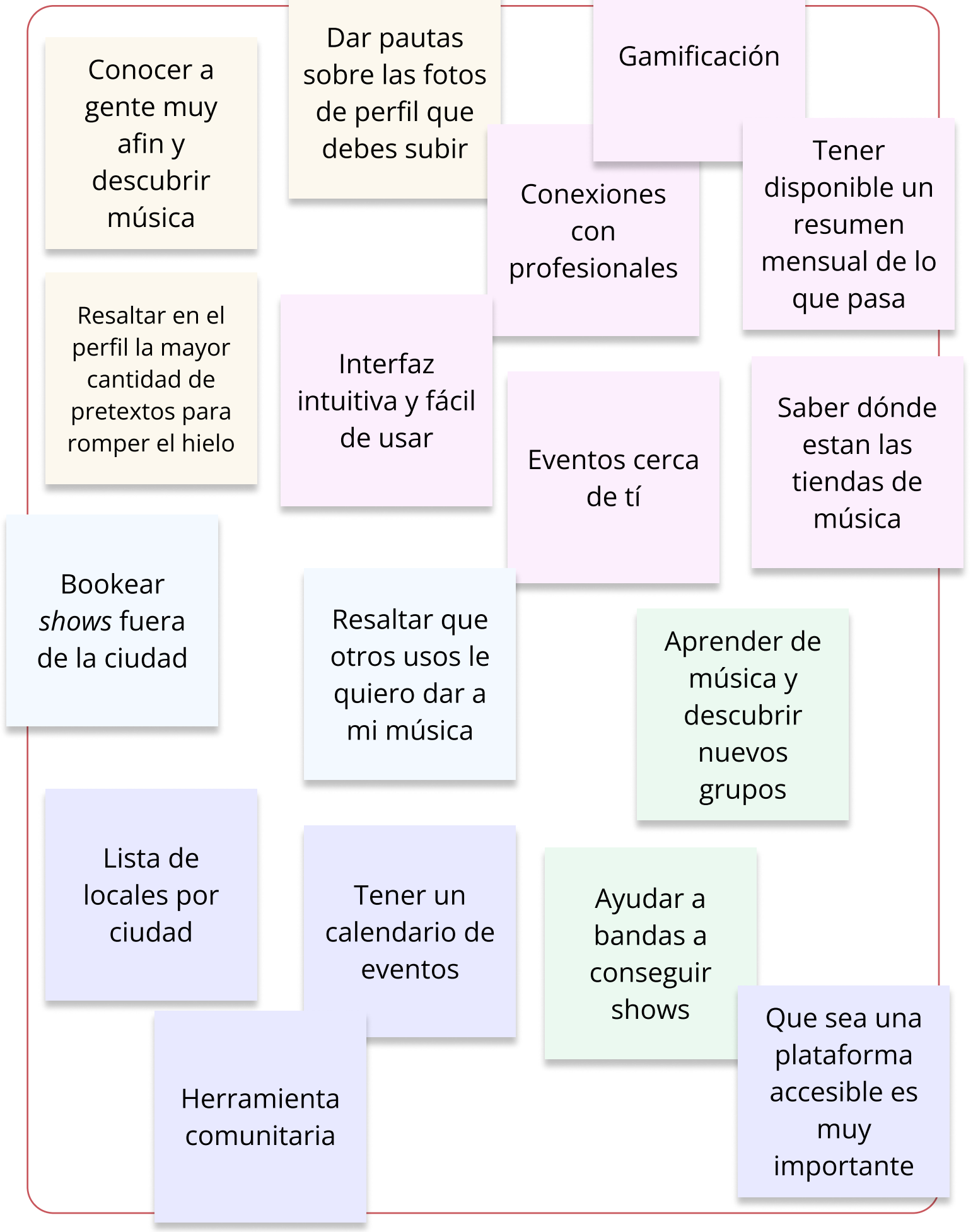
## Diseño de Perfil

### Preferencias



## Feedback

### Preferencias





## 7.6 CONSENTIMIENTO INFORMADO (TEST CON USUARIOS)

### Consentimiento en Castellano

#### Información general

##### Estudio

Prueba de usabilidad

##### Responsable del estudio

Andrea Castellví Mitjavila

Experta en UX / UI

##### Duración estimada

45 a 60 minutos

##### Formato

Videollamada o presencial, según preferencia

#### Propósito y descripción

El objetivo de esta prueba es analizar la usabilidad de una propuesta de aplicación móvil diseñada para conectar a personas apasionadas por los eventos musicales y los festivales. Tu participación es esencial para detectar posibles problemas y contribuir a mejorar este futuro producto.

#### Participación voluntaria

Tu participación es completamente voluntaria. Puedes decidir no participar o retirarte en cualquier momento sin consecuencias.

#### Confidencialidad y uso de la información

Nos comprometemos a proteger tu privacidad. La información recopilada será confidencial, utilizada exclusivamente para fines de investigación. Los datos se anonimizarán y cualquier publicación resultante no incluirá información que te identifique.

#### Riesgos y beneficios

No anticipamos riesgos mayores al participar. Aunque no recibirás un beneficio directo, tu aporte es invaluable para mejorar la experiencia de todos los usuarios de GigMate.

#### Consentimiento

Para asegurar la precisión en la recopilación de datos, solicitamos tu permiso para grabar la prueba. Esta grabación será manejada con el mismo nivel de confidencialidad que tus demás datos.

- Consiento la grabación de mi entrevista para que mis respuestas se utilicen en el desarrollo de este proyecto.
- Consiento el almacenamiento de las grabaciones de esta sesión hasta la conclusión de este proyecto.

#### Contacto

Si tienes preguntas sobre el estudio o tus derechos como participante, no dudes en contactar al responsable del estudio a través del correo electrónico: [acastellvim@uoc.edu](mailto:acastellvim@uoc.edu)

#### Declaración de consentimiento

He leído la información proporcionada anteriormente, se han respondido todas mis preguntas sobre el estudio, y doy mi consentimiento voluntario para participar en este estudio.

#### Nombre del Participante:

#### Firma:

#### Fecha:

## Consentimiento en Inglés

### General Information

#### Study

Usability testing

#### Study's responsible person

Andrea Castellví Mitjavila

UX / UI Expert

#### Estimated Duration

45 a 60 minutes

#### Format

Video call or in-person, according to preference

### Purpose and description

The objective of this test is to analyze the usability of a proposed mobile application designed to connect people passionate about music events and festivals. Your participation is essential to detect potential issues and contribute to improving this future product.

### Voluntary participation

Your participation is entirely voluntary. You can choose not to participate or withdraw at any time without consequences.

### Confidentiality and use of information

We are committed to protecting your privacy. The information collected will be confidential and used exclusively for research purposes. Data will be anonymized, and any resulting publication will not include information that identifies you.

### Risks and Benefits

We do not anticipate major risks from participating. Although you will not receive direct benefits, your contribution is invaluable for enhancing the experience of all GigMate users.

### Consent

To ensure accuracy in data collection, we request your permission to record the test. This recording will be handled with the same level of confidentiality as your other data.

- I consent to the recording of my interview for the use in the development of this project.
- I consent to the storage of recordings of this session until the conclusion of this project.

### Contact

If you have any questions about the study or your rights as a participant, please do not hesitate to contact the study's responsible person via email: [acastellvim@uoc.edu](mailto:acastellvim@uoc.edu)

### Declaration of consent

I have read the information provided above, all my questions about the study have been answered, and I voluntarily consent to participate in this study.

**Participant's name:**

**Signature:**

**Date:**





Esta obra está sujeta a una licencia de  
Reconocimiento-  
NoComercial-SinObraDerivada 3.0  
[España de Creative Commons](#)

Foto de portada de [Danny Howe](#) en [Unsplash](#)