

Observaciones sobre las entrevistas realizadas:

- Es interesante notar como, los entrevistados considerarían útil la aplicación, sobre todo para eventos deportivos menos conocidos, puesto que hoy en día en casi todos los bares televisan fútbol.
- No sería difícil, televisar dichos eventos puesto que cualquier local de hostelería que se precie, tiene contratado un servicio de televisión por satélite o por cable.
- Podemos extraer también que debería ser una aplicación en la que prime la sencillez, puesto que si no, perderíamos potenciales usuarios que por falta de tiempo, voluntad o afinidad con la tecnología no quisieran o no pudieran registrarse o añadir eventos.
- Todos coinciden en que en general, la clientela y con ello, los ingresos aumentan con los eventos deportivos, por lo que no sería difícil conseguir usuarios entre los locales, e incluso potenciales inversores/patrocinadores...
- También debemos analizar el fuerte atractivo que tiene nuestra aplicación en el área de marketing al realizar una doble publicidad, intrínseca sobre los locales registrados, y extrínseca sobre clientes externos, como sección añadida a la propia interfaz.
- No hace falta entrevistar a muchos potenciales usuarios para darse cuenta de que el tema de la veracidad de la información es importante, unos optan por dar su preferencia a la verificación de usuarios como los locales, otros sin embargo se inclinan por establecer un sistema de clasificación mediante valoraciones personales como método de garantizar la seguridad y certeza de la información introducida. Personalmente creemos que una "ligera" combinación entre ambas sería una buena idea.

Lista de factoides:

Derivados de las entrevistas a hosteleros.

- Kathia valora la sencillez en las interfaces por su inexperiencia con la tecnología.
- Todos los entrevistados poseen varios televisores en sus respectivos locales.
- Todos los entrevistados disponen de televisión vía satélite o por cable.
- Tanto Susana, como Kevin, disponen de perfiles de Facebook y usan habitualmente las redes sociales.
- Todos los entrevistados disponen de smartphone, pero Kathia no está muy habituada a usarlo.
- Todos los entrevistados han destacado la importancia de nuestra aplicación para publicitar sus locales, así como para promocionar eventos deportivos menos conocidos.
- Tanto el local de Susana, como el de Kevin, disponen de medios publicitarios a través de internet.
- Todos los entrevistados han destacado la gran importancia de constatar de alguna manera la veracidad de la información introducida así como la honestidad de los usuarios.

Derivados de las entrevistas a usuarios.

- Jaime, Carlos y Álvaro prefieren un bar cercano.
- Enrique prefiere un bar cercano y con pantalla grande.
- Enrique y Jaime suelen preguntar en el bar si televisan el evento.
- Xabier prefiere un bar con buen ambiente aunque esté lejos.
- Pablo Cruz se ha perdido un evento importante por no saber dónde lo televisaban.
- Pablo Sánchez, Ángel, Álvaro, Pablo Cruz y Jaime suelen frecuentar el mismo bar.
- Pablo Sánchez prefiere un bar donde esté sentado.
- Ángel prefiere un bar con facilidad de aparcamiento.
- Pablo Sánchez tiene problemas para ver los partidos de fútbol sala.
- Pablo Sánchez, Ángel y Álvaro suelen buscar información del partido en internet.
- Enrique y Pablo Cruz prefieren una aplicación simple.
- A Xabier le gusta ver los partidos del Deportivo de la Coruña.
- Xabier prefiere un bar con buen ambiente antes que uno cercano.
- A Xabier le gustaría comentar y valorar el bar para que otros aficionados también puedan verlo.
- Xabier prefiere una aplicación elaborada y completa.
- Carlos y Álvaro buscan información del evento momentos antes de que comience.
- Carlos varía el bar en función de la zona donde esté.
- A todos les gustaría saber con antelación donde pueden ver el evento deportivo.
- Todos los entrevistados van acompañados.

Derivados del análisis de la competencia.

- Aplicaciones similares filtran por ubicación e interés.
- Foursquare permite guardar favoritos.
- Aplicaciones similares conectan con redes sociales para que podamos ver lo que hacen nuestros amigos.
- Para que se activen todas las funcionalidades la localización debe estar encendida.
- El Tenedor permite filtrar por hora y día.
- Timpik permite a cualquier usuario registrado crear un evento.
- A su vez los usuarios tienen una fiabilidad asignada permitiendo detectar malos usuarios.
- Permite invitar a amigos siempre que pertenezcan a la aplicación.
- A la hora de crear el evento hay que rellenar demasiados campos.
- Muchos deportes que no tienen ningún evento.

Derivados del formulario

De las 30 respuestas obtenidas en el formulario ("Formulario - Road To the Match") enviado a un perfil en su mayoría masculino (75%) y joven (menores de 26 años), podemos destacar una serie de puntos:

- A la gran mayoría le gusta el deporte (80%), y rozando el 100% en el caso de los chicos.
- A la pregunta de con qué frecuencia ven eventos deportivos en el bar la respuesta más frecuente ha sido que de vez en cuando.
- La mayoría no suele tener un bar prefijado sino que les gusta variar.

- Algunos encuestados afirman haber reservado sitio en bares para ver algún partido o evento, aunque la mayoría no lo ha hecho nunca.
- De los encuestados cabe destacar que casi un 30% de ellos se han perdido algún evento por no conocer ningún bar donde lo echasen.
- Por otro lado la encuesta refleja que es el móvil el dispositivo más empleado para buscar información en internet, por delante del ordenador.
- El 60% de las respuestas a la pregunta de si el usuario tiene app deportivas instaladas en su móvil son afirmativas y además de un 85% de los encuestados afirma estar interesado en una app que les permita conocer los bares donde echan sus eventos deportivos, así como su proximidad.