

# LA GOMA

## USER RESEARCH PLAN

Nosotras no hemos visitado ni hemos oído hablar nunca de este bar. Por ello, para poder hacer el trabajo sobre él, deberemos ir al local para hacer una investigación de campo en la que mediante observación cualitativa con métodos de comportamiento y actitud estudiaremos su estética, actividades y tipos de clientes, y así poder ver cuales son su problemas y sus virtudes.

En una primera instancia, hemos estado investigando mediante sus redes sociales y hemos visto que es un local, el cual sube publicaciones sobre las actividades y menús que habrá a lo largo del mes. Los menús son de distintas culturas, además se destacan por ser completamente veganos y de productos locales y de temporada. En cuanto a sus actividades suelen repetirse los talleres de dibujo, sesiones de música, charlas sociales, entre otras.

Nosotras, también poseemos escasos conocimientos sobre creación de páginas web. Por tanto, para poder crearles una vamos a investigar los principales lenguajes de programación y técnicas usadas. Además vamos a tener en cuenta la información obtenida en la investigación para que sea lo más funcional posible en cuanto al local escogido.

## DESK RESEARCH: COMPETITOR ANALYSIS

	<b>La Goma</b>	<b>La Tertulia</b>	<b>La Cosa Vegana</b>
<b>Redes Sociales</b>	Instagram y Facebook	Instagram y Facebook	Instagram y Facebook
<b>Página Web</b>	No	No	No
<b>Horario</b>	10:00- 24:00 Domingos cerrados	Abre por la tarde/noche hasta las 2/3:00 Domingo y Lunes cerrado	11:00-15:30 Sábados y Domingos cerrados
<b>Precio</b>	10-20€	1-10€	10-20€
<b>Valoración</b>	4,6	4,6	4,9
<b>Reservas</b>	No se sabe *	No	No se sabe *
<b>Actividades</b>	Variables destacándose arte, música y charlas sociales.	Variables sobre música. Cambian el espectáculo todos	Es también tienda de artesanía ética y art gallery

	No las cambian todos los días.	los días.	
<b>Planificación de Actividades</b>	mensual	semanal	-
<b>Menú</b>	Variable, vegano y con productos locales	Fijo	Fijo, vegano
<b>Se come allí o para llevar</b>	Se come allí	Se come allí	Mayormente para llevar, aunque se puede comer allí.
<b>Principal interés</b>	Comida	Actividades	Comida

\* En el caso de haber, tendría que ser por llamada telefonica, ya que no tienen ningun metodo para la reserva

### **JUSTIFICACIÓN DE PERSONAS**

- **Paula:** Hemos creado una chica que se ajusta al que pensamos que es el perfil mayoritario del bar. Al ser vegetariana, y el bar vegano no va a tener problema con la comida, y podrá elegir cualquier cosa del menú sin tener ninguna restricción. Además le hemos puesto que le gusta hacer actividades artísticas, ya que muchas de las actividades de la goma son así.
- **Johan:** Esta persona pensamos que podría ser un posible usuario del bar. Esto es debido, a que el bar ofrece una experiencia alternativa con su menú y actividades, por lo que va gente de muy diversas zonas para probar nuevas experiencias. Eso es precisamente lo que busca Johan en sus viajes. Además, debido a la localización céntrica del bar, es un lugar fácil de encontrar para gente que no es de la localidad.

### **JUSTIFICACIÓN DE EXPERIENCIAS DE USUARIO**

- **Paula:** Pensamos que su experiencia en este bar va a ser satisfactoria y en caso de que tenga algún problema como hemos puesto en el mapa será debido más a fuentes externas como sus amigos que al propio bar. Aunque es verdad, que el bar podría tener reservas por si pasase algo como lo puesto en el ejemplo.
- **Johan:** Pensamos que la experiencia de usuario de Johan podría ser algo así, ya que al haber sido empresario es una persona muy organizada a la cual le gusta tener certeza de que podrá comer en el bar. Por eso, le afectó no poder reservar. Aunque, al ser una persona abierta a nuevas experiencias disfrutó mucho del inusual menú y actividades.

## **RESUMEN DE LA PRÁCTICA**

La Goma no dispone de página web, por ese motivo hemos tenido que analizar su Instagram. El hecho de que no tenga página web es perjudicial para la imagen de la marca, ya que están perdiendo un posible mercado en el que darse a conocer, ya que no todo el mundo dispone de una cuenta en instagram. Además, una página web permitiría muchas más opciones de personalización que instagram. Como por ejemplo, que se puedan registrar los usuarios, manejar reservas, poner en un mapa la localización,...

En el análisis que hemos hecho a su instagram, hemos visto que tienen los contenidos actualizados y claros. Sin embargo, la información está muy condensada. Podrían subir más de una foto con las planificaciones y fijar esas publicaciones.

También el menú va cambiando, y nos avisa de la temática pero no de los platos ni su precio, por lo que podrían subir todos los días, fijar o destacar la historia/publicación con el menú que toque ese día y especificar también los platos, los alérgenos y el precio.