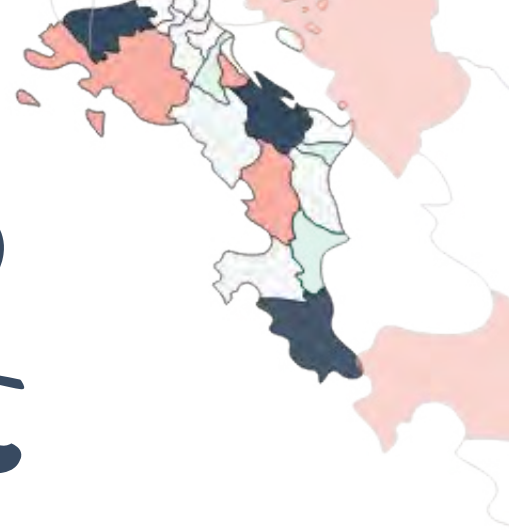


Hostel & GO



Aplicación de alojamientos para viajeros solitarios

Trabajo final de máster:

Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario **UX**

Autora:

Cristina Casado Rodríguez

Profesor colaborador:

Juan **Marcos** Gonzalez Sancho

Profesor:

Carles Garrigues Olivella

28 de diciembre de 2020





CRÉDITOS

Gaddafi Rusli
unsplash.

© Cristina Casado Rodríguez

Reservados todos los derechos.

Está prohibido la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la impresión, la reprografía, el microfilme, el tratamiento informático o cualquier otro sistema, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler y préstamo, sin la autorización escrita del autor o de los límites que autorice la Ley de Propiedad Intelectual.

Esta obra está sujeta a una licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada [3.0 España de Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/)

Las fotografías utilizadas en esta memoria y en la interfaz gráfica de Hostel&GO han sido descargadas de las páginas de Unsplash, Pexels, Pixabay, Flaticon, Freepik y Hostels referenciando su nombre y el lugar, por tanto se pueden descargar, copiar, modificar, distribuir y usar.

Agradecimiento

Gracias de corazón a todas las personas que me han ayudado en este proyecto y me han animado en los momentos difíciles, ha sido todo un reto para mí compaginar trabajo y estudios, he disfrutado mucho elaborando este trabajo y me siento muy afortunada y orgullosa del resultado.

A los viajeros y viajeras en solitario que sigan viajando, disfruten y se lleven la mejor experiencia, palabras de mi hermano: ¡Vive la vida!

Este proyecto se lo dedico a las cosas buenas que me ha brindado el 2020, ya que las malas difícilmente las olvidaremos. En especial a E.P. V. no te olvidamos.

RESUMEN

El presente Trabajo de Fin de Máster investiga y propone el diseño de una aplicación que ayude a los viajeros solitarios a encontrar alojamiento. Con este fin, se analizará el público objetivo del hostel y las expectativas que tienen los huéspedes.

La investigación se centra en entender la forma de viajar de los millennials desde el punto de vista exploratorio como el descriptivo. Las entrevistas con diferentes personas que viajan solas proporcionarán una visión más realista de las características de los viajeros individuales.

Los viajeros solitarios otorgan gran importancia a la seguridad del lugar y las reseñas de otros huéspedes son una estrategia primordial a fin de comparar alojamientos, la aplicación permite filtrar los comentarios por tres categorías: "seguridad/ ubicación/ limpieza", para que cada viajero pueda valorar lo que es más conveniente.

Otra de las características es la de estar informado sobre las actividades del hostel, un aspecto social con la que puedes revisar el perfil de otros viajeros que coincidan durante tu estancia. Además, facilita establecer preferencias en la configuración si te registras con el fin de ayudar a filtrar alojamientos más rápido.



ABSTRACT

This Master's Thesis investigates and proposes the design of an application that helps lonely travelers find accommodation. To this end, the hostel's target audience and the expectations that guests have will be analyzed.

The research focuses on understanding the way millennials travel from an exploratory as well as a descriptive point of view. Interviews with different solo travelers will provide a more realistic view of the characteristics of individual travelers.

Solo travelers attach great importance to the safety of the place and the reviews of other guests are a primary strategy in order to compare accommodations, the application allows you to filter the comments by three categories: "security / location / cleanliness", so that each traveler can assess what is most convenient.

Another feature is to be informed about the hostel's activities, a social aspect with which you can check the profile of other travelers who coincide during your stay. It also makes it easy to set preferences in the settings if you sign up to help filter accommodations faster.

Dream& hostel
Finland



ÍNDICE



1

INTRODUCCIÓN

- 1.1 Contexto y justificación
- 1.2 Objetivos del proyecto
- 1.3 Enfoque, etapas y métodos a seguir
- 1.4 Planificación del trabajo

3

PROTOTIPADO

- 3.1 Introducción
- 3.2 Inventario de contenidos
- 3.3 Card sorting
- 3.4 Árbol de contenidos
- 3.5 Diagrama de flujo
- 3.6 Sketch
- 3.7 Wireframe de baja fidelidad
- 3.8 Prototipo de alta fidelidad

BLIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

Bibliografía y webgrafía

2

INVESTIGACIÓN, DEFINICIÓN E IDEACIÓN

- 2.1 Introducción
- 2.2 Benchmarking
- 2.3 Desk Research
- 2.4 Entrevistas
- 2.5 Personas /Mapa empatía
- 2.6 Escenarios
- 2.7 User Journey
- 2.8 Requisitos

4

EVALUACIÓN Y FASE FINAL

- 4.1 Introducción
- 4.2 Test con usuarios
- 4.3 Recorrido cognitivo
- 4.4 Evaluación heurística
- 4.5 Mejoras prototipo
- 4.6 Conclusiones

ANEXOS

- Diagrama de Gantt
- Transcripción entrevistas
- Consentimiento informado entrevistas
- Sketch
- Wireframe baja fidelidad
- Wireframe alta fidelidad
- Consentimiento informado y NDA
- Anécdotas del viajero

ian dooley
unsplash.



INTRODUCCIÓN

01

Tobi
pexels.

1.1 Contexto y justificación

Contexto

Mediante el presente Trabajo de Fin de Máster pretendo realizar un estudio de base sobre las características del sector turístico en los millennials que viajan solos, con el fin de detectar cuales son sus necesidades y preferencias de alojamiento. Teniendo en cuenta los años en los que ha nacido y crecido esta generación se ha hecho mayor en un periodo de rápido cambio caracterizado por la globalización, la revolución digital y la gran crisis económica de 2008¹.

Según el estudio realizado por la economista Rosser Ferrer - investigadora de Caixabank- en su artículo sobre los millennials, ¿quiénes son? ²Los millennials suponen un 24% de la población global, una generación digital, hiperconectada que hace un uso intensivo de las nuevas tecnologías digitales. Son creadores de contenido e influyentes entre su público.

No se separan de los móviles, entre sus motivaciones para participar en una red social destaca la de conectarse con otras personas (muchas veces en tiempo real), Los millennials valoran positivamente la

importancia de acceder a la información en cualquier momento y lugar, comparar productos y servicios, comprar o comunicarse.

Esta investigación de mercado permitirá conocer las motivaciones y comportamientos de los viajeros en solitario, analizando en profundidad su actitud, conducta y hábitos de viaje dentro de la industria hotelera.

Para algunas personas viajar es un estilo de vida, crea vivencias únicas y llenas de diversión. Estos viajeros no buscan las comodidades de los grandes hoteles, quieren experimentar aventuras, visitar nuevos lugares, empaparse de otras culturas, crear recuerdos increíbles, conocer más sobre el mundo y aprender de ellos mismos.

Los millennials conforman una generación que se caracteriza por preferencia de estilo de vida, la adopción a la tecnología, la actividad y sus comportamientos. Prefieren consumir experiencias, como, por ejemplo, pasar unas vacaciones de ensueño. ³Son adultos emergentes. Así lo explica Jeffrey Arnett, profesor del departamento de Psicología de

la Universidad de Clark, en Massachusetts: “Los hitos tradicionales como la educación superior, la independencia financiera, casarse y tener hijos se difuminan. Ser adulto es algo más complicado de definir y los jóvenes se toman más tiempo para cumplir estas etapas, sin que sea ya un estigma”.

Son usuarios de redes sociales altamente activos, por lo tanto, las aplicaciones representan una parte integral de la experiencia de viaje, donde generalmente comparten sus aventuras, también los bloggers de viajes inspiran e influyen a sus seguidores a través de su contenido en destinos, alojamientos, y actividades, entre otros aspectos. ⁴Constituyen la primera generación nativa digital. Crecieron viendo nacer Internet y otros avances tecnológicos, como los teléfonos inteligentes o las tabletas, y están muy familiarizados con todo lo digital. Asimismo, su afinidad por la tecnología les ha otorgado una variedad de comportamientos y actitudes que, por ahora, son exclusivas de esta generación, como la preferencia por la inmediatez. (Roser Ferrer, 2018).

Durante mucho tiempo los albergues fueron conocidos por su bajo precio y baja calidad en los servicios, hoy en día, este escenario está cambiando, crecen las ofertas de alojamiento con instalaciones comunales y diferenciarse de la competencia es una tarea difícil de realizar, como ha subrayado Inmaculada Ranera⁵, directora general de Christie & Co para España y Portugal, “la capacidad de adaptación constante a los requisitos de su clientela es uno de los elementos importantes que tanto operadores como inversores deben tener en consideración a la hora de desarrollar sus establecimientos”. El principal cliente de los hostels es el segmento de los millennials, cuyas preferencias a la hora de escoger alojamiento se centran en la ubicación, la relación calidad-precio y la disponibilidad de espacios comunes y actividades de socialización.

Por tanto, los hostels, además de ofrecer un hospedaje económico con ambiente social, incluye prestaciones adicionales que se adaptan a las necesidades de las personas, tienen ubicaciones centrales, ofrecen una



Los viajeros buscan en los hostels una combinación de buena ubicación, limpieza, diseño y experiencia

cocina para que los huéspedes puedan cocinar y conexión Wi-Fi gratuita.

⁶Las principales motivaciones de los viajeros en solitario pueden ser muy diferentes. El estudio de Booking, en el que participaron más de 15.000 personas de 20 países diferentes, reveló que aunque pocas personas (6%) realizaron su primer viaje solos, la mayoría ha viajado por primera vez con su familia (52%), amigos (11%) o en un viaje escolar (10%). La confianza que ganan los viajeros después de su primera experiencia ha lanzado una nueva tendencia en 2017, por la cual cada vez más aventureros se animan a emprender un viaje en solitario. Los viajeros que ya han experimentado los viajes en solitario han afirmado sentirse libres (27%), emocionados (20%), felices (12%) y solo unos pocos (11%) han sentido nervios por viajar solos.

⁷Basado en una investigación sobre los hábitos de viaje de los millennials organizado por Hundredrooms y ESERP Business School (2018). Ya sea que viajen en solitario por elección o situación, tienden a considerar dos factores imprescindibles al planificar un viaje: costo y seguridad. ⁸Los viajeros solitarios también otorgan gran importancia a la flexibilidad, la conveniencia y la autonomía en sus viajes.

⁹En consecuencia, las plataformas de reserva de alojamientos han experimentado un fuerte crecimiento en la demanda de hostels que ofrezcan servicios de turismo y actividades programadas, según informa la "Asociación Empresarial Hotelera de Madrid" Paula Manis y Henri Wilmes han incidido en que sus negocios se centran en el desarrollo de espacios diáfanos y amplios, en los que los clientes puedan relacionarse para conocer a otras personas y compartir experiencias, convirtiéndolo en un producto diferencial y atractivo para grupos, pero también para aquellos que viajan solos.





James Donalson
unsplash.

Justificación

Una de las motivaciones por las que elegí este tema es para transmitir a otros la importancia de los viajes en solitario y cómo estos cambios pueden cambiar la forma en que descubres la vida, recolectar recuerdos y experimentar la cultura local. ¹⁰En la actualidad, el aumento de turistas que viajan solos se ha lanzado, esta tendencia ha llevado a más personas a aventurarse a explorar el mundo, sin la necesidad de acompañantes. Como comenta ‘Pepijn Rijvers, Director de Marketing de Booking.com “Tener una primera experiencia de viaje, ya sea visitando un nuevo lugar o viajando solo, puede ser tan fructífero que mejore tu vida e incluso te la cambie”.

Desde la perspectiva personal surge la voluntad y el deseo de contribuir de forma mejorada a concienciar a las personas sobre la importancia de viajar solos, investigar cómo se comportan los millennials y saber cuáles son sus gustos y preferencias en torno a los servicios de alojamiento. El proyecto se basa en conceptualizar y diseñar una aplicación que ayude a encontrar alojamientos acorde a las necesidades de los viajeros y lograr su satisfacción.

No obstante, en la actualidad existen personas con gustos, intereses y necesidades muy diversas, que los albergues deben intentar satisfacer.

En la etapa de investigación y definición de este proyecto trato de determinar la combinación de elementos que harán “ideal” la búsqueda de alojamientos económicos destinados a viajeros en solitario. En concreto, centraré el estudio en el análisis del target de los hostels, para perseguir este fin será sustancial conocer cuáles son las características que tienen en cuenta los viajeros a la hora de elegir un viaje, y sí las preferencias de los turistas varían en función del sexo, estado civil y edad, o por el contrario no se aprecian diferencias.

La aplicación Hostel&GO tiene como objetivo principal facilitar la búsqueda de alojamiento basándose en las preferencias de los usuarios, además muestra las actividades que se organizan en el hostel con el fin de conocer a otros viajeros y convertir el viaje en una experiencia inolvidable.

1.2 Objetivos del proyecto

El objetivo principal de la investigación es diseñar una aplicación de reserva de hostels para aquellas personas que viajan solas, una herramienta que además de ofrecer alojamientos te permite planificar tus vacaciones, ofrecerte guías de viaje y conocer las actividades que organiza el alojamiento.

Objetivos generales de la aplicación :

- ✘ Fomentar un espacio de consulta y organización para planificar viajes y conocer más acerca de los países que deseas visitar.
- ✘ Incentivar los viajes en solitario para motivar a más personas informando de las ventajas de los viajes en solitario y como estos te pueden cambiar la vida.
- ✘ Generar un ambiente de mente abierta y con espíritu aventurero.
- ✘ Conocer las motivaciones de los viajeros y sus preferencias de viaje.
- ✘ Favorecer la comunicación entre viajeros con gustos afines.
- ✘ Motivar la participación de los huéspedes en las actividades que organizan los hostel para enriquecer la experiencia de viaje.
- ✘ Consultar las reservas anteriores de alojamientos y las actuales clasificadas por continentes.
- ✘ Facilitar las reservas en una misma aplicación y servir de consulta.
- ✘ Desarrollar una experiencia social y comunitaria para los viajeros.

turísticos de acuerdo con los gustos y necesidades de los viajeros.

- 🕒 **Escenario:** es una técnica que consiste en narrar qué acciones ha hecho el usuario y describir cómo ha sido su experiencia con la aplicación, siempre desde el punto de vista del usuario.
- 🕒 **User journey:** sirve para profundizar en la interacción producto-persona y definir cuáles son los requisitos que debe cumplir nuestro producto para cubrir las necesidades de nuestros usuarios, así como cumplir el objetivo de nuestro cliente.
- 🕒 **Mapa de empatía:** herramienta que nos ayuda a tomar conciencia y entender a los usuarios a quienes se dirige un producto o servicio, gracias al mapa de empatía nos permite crear una visión de las necesidades, los objetivos y los puntos de dolor de los usuarios.
- 🕒 **Lean UX:** el objetivo de esta herramienta es generar conocimiento sobre el producto que hemos diseñado, nos permite concentrar aspectos clave de un modelo de negocio en una única página.

Prototipado

- 🕒 **Inventario de contenidos:** La lista de contenidos tiene como objetivo ayudarnos a mejorar la estructura de la aplicación que vamos a diseñar y tener una visión global de todo el contenido.
- 🕒 **Tree testing:** evalúa la facilidad de encontrar ítems, el etiquetado y la organización de la estructura de la aplicación Hostel&GO.
- 🕒 **Árbol de contenidos** permite visualizar la estructura de la información y la forma general de cómo va a estar distribuida mi aplicación entre las diferentes categorías.
- 🕒 **Diagramas de flujo:** Para diseñar la navegación de los usuarios y acabar de definir la arquitectura de la información.
- 🕒 Se realizarán los bocetos de la aplicación, el **sketching**, para ilustrar ideas y conceptos, este método es útil para identificar problemas en el diseño de la pantalla.
- 🕒 **Wireframes de baja fidelidad** para identificar errores en el diseño de la interfaz.
- 🕒 **Prototipo en alta fidelidad.** Una vez corregidos los detalles necesarios, se procederá con la creación del prototipo de alta fidelidad.

Evaluación del prototipo

🎯 En esta etapa se utilizaron las técnicas de **evaluación heurística** y **test con usuarios** para evaluar la interfaz, detectando puntos de mejora en el prototipo de alta fidelidad además de saber si la interfaz sigue los principios y las reglas de usabilidad.

Recorrido cognitivo donde nos ponemos en la piel del usuario y analizamos el recorrido a través de nuestro prototipo realizando diferentes tareas.

🎯 Se realizarán las mejoras en el prototipo a partir de los **resultados de la evaluación** teniendo en cuenta las conclusiones obtenidas durante el proceso.

🎯 **Conclusiones finales**



1.4 Planificación del trabajo

Titulo	Duración	Inicio	Entrega
PEC 2 Investigación, definición e ideación	28 días	1/10/2020	28/10/2020
Benchmarking	12 horas	1/10/2020	3/10/2020
Desk Research	16 horas	4/10/2020	6/10/2020
Entrevistas	24 horas	6/10/2020	13/10/2020
Personas	14 horas	13/10/2020	19/10/2020
Mapa de empatía	5 horas	15/10/2020	19/10/2020
Escenarios	4 horas	19/10/2020	22/10/2020
User journey	10 horas	22/10/2020	25/10/2020
Requisitos	5 horas	26/10/2020	28/10/2020
PEC 3 Prototipado	28 días	29/10/2020	25/11/2020
Inventario de contenidos	4 horas	29/10/2020	29/10/2020
Card Sorting	16 horas	30/10/2020	3/11/2020
Árbol de contenidos	4 horas	4/11/2020	4/11/2020
Diagramas de flujo	8 horas	5/11/2020	7/11/2020
Sketching	15 horas	8/11/2020	12/11/2020
Wireframe de baja fidelidad	14 horas	13/11/2020	17/11/2020
Prototipo de alta fidelidad	29 horas	18/11/2020	25/11/2020

1.4 Planificación del trabajo

PEC 4 Evaluación y fase final	33 días	26/11/2020	28/12/2020
Test con usuarios	19 horas	26/11/2020	3/12/2020
Recorrido cognitivo	20 horas	4/12/2020	10/10/2020
Evaluación heurística	12 horas	10/12/2020	14/12/2020
Mejoras prototipo	10 horas	14/12/2020	17/12/2020
Conclusiones	6 horas	18/12/2020	19/12/2020
Vídeo presentación	33 horas	20/12/2020	28/12/2020
Defensa	5 días	11/01/2021	15/01/2021

INVESTIGACIÓN,
DEFINICIÓN E
IDEACIÓN

02

fauxels
pexels

2.1 Introducción

A lo largo de este capítulo, se estructurará y se presentará la investigación llevada a cabo para conseguir cumplir el objetivo principal de este proyecto: diseñar una aplicación que ayude a los viajeros solitarios a encontrar alojamiento. Al profundizar en la planificación y tras un análisis más exhaustivo se ha decidido prescindir del método Lean UX, ya que es un método que condiciona bastante la forma de trabajar y que conlleva unos recursos temporales que tras revisar la planificación no se disponía de ellos. Se utilizarán otros métodos que permitan empatizar con el usuario y enfocarse en ofrecer mejoras a los usuarios.

Tras la revisión de la planificación presentada en la PEC1, se han añadido mejoras con respecto a la estimación de horas por cada método y su organización, también se ha incluido el Diagrama de Gantt y se ha reemplazado el método "Tree Testing", por la realización de un "Card Sorting" cuyo objetivo es conocer cómo piensan los usuarios sobre el contenido y la agrupación en general. Esta decisión se ha llevado a cabo porque el "Tree Testing" es un método de evaluación y lo que se pretende conseguir en esta etapa

es analizar cómo estructuran los usuarios los contenidos para definir la organización y las etiquetas según sus modelos mentales.

Plan de investigación, definición e ideación

Realización de una investigación que permita obtener información sobre los viajeros y sus preferencias de viaje basándose en las aplicaciones de búsqueda de alojamiento. Gracias a esta visión podemos empezar a esclarecer las bases de nuestro producto a partir de la observación de funcionalidades existentes y de la extracción de puntos fuertes y puntos débiles.

Las técnicas llevadas a cabo para recoger esta información son:

- **Benchmarking:** nos permite conocer las características y funcionalidades de los competidores de nuestro servicio, aplicaciones de reserva de hostels.
- **Desk Research:** nos permite recoger información a partir de estudios e investigaciones ya realizados sobre los alojamientos de hostels.

En segundo lugar, para completar la investigación, es indispensable conocer a los usuarios a los cuales irá dirigida la aplicación de reserva de alojamiento. Entender cuáles son sus necesidades, y saber cómo debe responder a ellas el diseño. Este proceso se ejecuta en cuatro fases, todas ellas de carácter iterativo:

- ✈ **Entrevistas:** dirigidas a una muestra reducida de público objetivo obtendremos información sobre el comportamiento y las motivaciones del viajero basándonos en opiniones, hábitos y preferencias.
- ✈ **Persona:** creación de fichas de personas, arquetipos que recogen información relevante acerca de los usuarios del producto o servicio basándose en la información obtenida del desk research y las entrevistas. Una vez identificados los segmentos de usuario, se elabora un mapa de empatía por cada uno de ellos.
- ✈ **Escenarios:** redacción de los escenarios de uso, que describen de manera narrativa cómo utiliza un usuario el sistema para lograr sus objetivos.
- ✈ **User journey:** definición de los user journeys basándose en los escenarios. Describe paso a paso cómo un usuario interactúa con nuestra aplicación, ayuda a definir cuáles son sus expectativas y emociones para concretar los puntos fuertes y débiles de la interacción y posibles oportunidades de mejora.
- ✈ **Insights/Requisitos:** utilización de los insights extraídos con cada una de estas técnicas para redactar una lista con los requisitos que debe reunir el producto o servicio, que servirá como guía para acabar de construir el diseño.



2.2 Benchmarking

Se ha llevado a cabo un benchmarking competitivo para analizar las aplicaciones de reserva de hostels.

El primer caso de estudio ha sido el sitio web de reserva [Booking.com](https://www.booking.com). La plataforma conecta a los viajeros de negocios y de placer con las opciones de alojamiento más grandes del mundo, desde apartamentos familiares, casas de vacaciones y bed and breakfast hasta resorts de lujo de cinco estrellas, casas en los árboles e incluso iglús.

Puntos fuertes de Booking.com

- 🎯 Booking.com ofrece un servicio sin cargos por gestión a los usuarios.
- 🎯 Cuando realizas la reserva no es necesario insertar tus datos personales.
- 🎯 Desde la aplicación te permite modificar y/o cancelar una reserva sin coste alguno, es muy fácil y rápido.
- 🎯 Mensaje de recordatorio una semana antes del viaje con información sobre tu alojamiento (dirección, mapa, datos de tu reserva, guía de viaje).
- 🎯 El máximo de estancia es 30 noches.
- 🎯 Además de hostels para mochileros, tiene más oferta de alojamiento en habitaciones privadas y hoteles.



Los Hostels tienen un aspecto atractivo para un público joven y abierto de mente ya que uno de los placeres de viajar es intercambiar la cultura y el idioma.

Puntos débiles de Booking.com

- ? La interfaz de la plataforma presenta demasiada información al mismo tiempo.
- ? Los precios son ligeramente más elevados que la competencia.
- ? Dispone de menos opciones en dormitorios compartidos en comparación con otro tipo de alojamientos.
- ? No hay desglose en las valoraciones, solo puntuación y comentario, el desglose es importante para que cada uno pueda tener en cuenta el aspecto que más le interese, hay personas que les puede interesar más la ubicación o limpieza, o en otros casos la seguridad y el ambiente.
- ? La interfaz de usuario no es fácil de usar.
- ? Confusión de información: demasiada información innecesaria en el sitio web hace que las cosas más importantes sean más difíciles de descubrir.
- ? La insatisfacción del usuario con el texto rojo causará una emergencia y se verá obligado a hacer una reserva: el usuario abandona el sitio sin reservas.
- ? Fuertes competidores.
- ? La falta de actividades de marketing fuera de línea ha llevado a una disminución en la atención de la generación anterior y una disminución en las habilidades de Internet.

Quienes se alojan en hostels buscan un lugar de intercambio cultural, una alternativa económica y divertida de viajar.

A continuación, se muestra los puntos fuertes y débiles de **Hostelworld**, plataforma de reserva líder que se centra en las ofertas de albergues de todo el mundo a través de su sitio web y aplicaciones.

Puntos fuertes de Hostelworld:

- 🎯 Doble verificación de reservas, uno por parte de Hostelworld con la confirmación de la reserva e información importante y otro del mismo hostel, incluyendo la información necesaria para llegar al alojamiento y un mapa interactivo.
- 🎯 Las valoraciones de los usuarios, además de tener comentarios, están desglosadas en: Buena relación calidad-precio, Seguridad, Ubicación, Personal, Ambiente, Limpieza e Instalaciones. Esto hace que puedas valorar tú mismo qué es lo más importante para ti.
- 🎯 Todos los alojamientos que se ofrecen, también se pueden ver ubicados en un mapa.
- 🎯 Acceso al perfil de usuario para gestionar la reserva.

Puntos débiles de Hostelworld:

- ❓ Al realizar una reserva tienes que pagar “gastos de servicio + depósito” con tarjeta de crédito o débito, este coste se descuenta del precio final pero tienes que adelantar el dinero.
- ❓ Si al hacer tu reserva no has seleccionado la opción “reserva flexible” (opción por la cual tienes que pagar un poco más), luego al modificar o cancelar tu reserva perderás lo que pagaste como depósito.
- ❓ La plataforma te notifica del pago por el servicio que tienes que realizar, en comparación de Booking que no te cobra por ello.
- ❓ El máximo de noches para reservar son 14 noches.

La forma de viajar va cambiando, las personas tienen otras ambiciones y prioridades y los hostels ofrecen un alojamiento a un precio económico y a su vez de calidad

2.3 Deskresearch

El objetivo de esta fase del proyecto es crear un documento resumen que recoja información a partir de estudios e investigaciones ya realizadas de tipo más estadístico y social sobre los millennials que viajan solos.

Los jóvenes son más aventureros, buscan contacto social con otros jóvenes y descubrir nuevas culturas y desarrollar sus conocimientos, están inspirados y motivados para viajar con tanta frecuencia como sea posible.

El estudio *Solo Travel de Klook*¹² (noviembre 2019) encuestó a cerca de 21,000 encuestados en 16 mercados y encontró que el 76% de ellos ha viajado solo o lo está considerando independientemente de edad, sexo y nacionalidad. ". Al comparar las preferencias generacionales, el 80% de los encuestados de la Generación Z (18 a 24 años) y el 79% de los Millennials (25-39) dijeron que ya habían viajado solos o que estarían dispuestos a planificar un viaje.

Una investigación realizada por Travelport¹³ (octubre de 2019), los viajes en solitario como tendencia mundial siguen creciendo. "Con alrededor del 18% de las reservas globales, los viajes en solitario se están volviendo cada vez más populares y han aumentado un 7% solo en el último año". Las personas que viajan solas suelen realizar viajes más largos que los demás viajeros en aproximadamente 19 días en promedio.

El informe de tendencias de Adventure Travel Trade Association¹⁴ 2018 informa que más del 80% de sus viajeros millennials van solos. A los que cada vez son más las mujeres que emprenden su viaje en solitario, según los informes de Overseas Adventure Travel (OAT)¹⁵ una compañía de viaje ubicada en Boston, más de 60.000 mujeres viajan solas entre 2018 y 2019. En la actualidad, el 47% de los viajeros con OAT están registrados como 'solos'. Un asombroso 85% de estos viajeros solitarios son mujeres. En estudios recientes, los organizadores de viajes encontraron que el número de mujeres viajeras supera con creces el número de hombres que viajan solos.

Según la encuesta anual de la web "Solo Travel"¹⁶, se indican los hábitos de gastos de viaje de viajeros solitarios y los resultados del año 2018. La mayoría de los lectores se encuentran en las categorías Millennial o Boomer y hay más mujeres que hombres. Por lo general, estimo la división por género en 75% mujeres y 25% hombres.

Conclusiones:

- ✈ Los viajeros solitarios tienen un alto nivel educativo. El 50% de los encuestados indicó que tiene un título o diploma universitario o universitario y el 35% tiene títulos de posgrado. El 59% dijo que quiere ver más del mundo y no está dispuesto a esperar a otros. Al 45% le gusta la libertad de hacer lo que quiera cuando quiera.
- ✈ Los viajeros solitarios son viajeros frecuentes. El 46% de los encuestados viaja tres o más veces al año. La aventura supera a los viajes urbanos. Al 30% le gustan los viajes de aventura, mientras que solo el 23% prefiere los viajes urbanos.
- ✈ El 24% de los lectores gastan más de \$ 1,500 por una semana sin incluir el pasaje aéreo. La mayoría gasta entre \$ 500 y \$ 1,500 por lo mismo. (Resultado de 2017).
- ✈ El 32% de las personas que viajan solas comienzan a planificar 6 meses antes de la salida. 33 % comienza a planificar 3 meses o menos antes de la salida.





2.4 Entrevistas

Para la realización de este estudio he comenzado por la investigación mediante entrevistas y el uso de recursos a fin de obtener un conocimiento sobre el mercado y las competencias. Las entrevistas me dieron mucha información valiosa de por qué y cómo viajan las personas solitarias, y qué aspectos podría mejorar mediante el diseño de una interfaz más amigable. Gracias a todo el conocimiento adquirido y a los alojamientos que se ofrecen en el mercado encontré los puntos débiles y de ellos obtuve una oportunidad de mejora con el objetivo de crear el diseño UI de una aplicación que ayude a los viajeros en sus reservas. El motivo principal de esta investigación exploratoria es obtener datos sobre el comportamiento de los viajeros en solitario y sus razones basadas en opiniones, pensamientos, sentimientos y actitudes, y proponer los siguientes objetivos específicos:

- 🎯 Comprender los objetivos del usuario y los puntos débiles.
- 🎯 Conocer el comportamiento de reserva de los viajeros y sus razones.
- 🎯 Entender su evaluación actual y su actitud hacia los viajes en solitario.
- 🎯 Investigar las necesidades no satisfechas y determinar el viaje ideal.

Perfil del entrevistado

Mi grupo de usuario objetivo era el “Explorador / mochilero”, “planificador o visitante” y el “cultural”, todos estos grupos tenían en común los mismos objetivos y motivaciones similares, y otras veces diferentes de la forma en la que usan aplicaciones para encontrar alojamiento. Cada sujeto tiene una preferencia, algunos buscaban las mejores ofertas, otros la comodidad de estar cerca del centro.

Basándonos en esos datos que hemos obtenido sobre el perfil de nuestro usuario podremos ejecutar un muestreo correcto y realizar una serie de entrevistas cualitativas que nos ayuden a responder a las cuestiones de porque los viajeros realizan viajes en solitario y cuáles son sus principales motivaciones.

Dado que nos encontramos en un proceso de generación de ideas y que el objetivo de la investigación en esta fase es la búsqueda de inspiración y de nuevas experiencias para el individuo, las entrevistas se llevarán a cabo de manera virtual mediante herramientas que permitan grabar la sesión a fin de poder extraer la mayor cantidad de información y optimizar así los recursos.

Preguntas preliminares

El Universo Objeto de Estudio estará compuesto por mujeres y hombres entre 26 y 32 años residentes en España, para realizar la entrevista en profundidad elegí a 4 de mis amigas/os con diferentes antecedentes y mentalidades, pero tienen una característica en común: **viajan mucho**.

- 👤 Mario: dentista (30 años)
- 👤 Mónica: diseñadora gráfica (28 años)
- 👤 Andrea: profesora de idiomas (26 años)
- 👤 Victor: ingeniero mecánico (32 años)

Guión de la entrevista

Introducción

Buenos días/tardes,

Bienvenida/o a este proyecto de investigación sobre el turismo de personas que viajan solas. Mi nombre es Cristina Casado y voy a ser la persona que dirija la entrevista, para empezar abordaremos una serie de preguntas acerca de su experiencia viajando sola/o.

La idea es poder comprender las distintas opiniones que aporten información al estudio, además de conocer cuáles son las motivaciones para emprender tu viaje en solitario y que esperas del alojamiento en el que te hospedes.

El tiempo estimado de la prueba es de 15 minutos, no existen respuestas correctas o incorrectas, lo que importa es saber su opinión, la sesión se grabará en audio con el fin de facilitar la tarea de análisis

y transcripción de los comentarios, las respuestas serán anónimas. Comentarle que la información obtenida únicamente se utilizará para la finalidad de la investigación. ¿Está de acuerdo con lo anterior citado?

(Anexo Consentimiento Informado)

Agradecemos de antemano su colaboración. Comenzamos:

La entrevista. Descripción exacta de las preguntas

1. Ideas generales y planificación

¿Por qué decidiste emprender tu viaje en solitario? ¿Viajas sola/o por elección? ¿Lo hace también en compañía alguna vez?

¿Conoce a más personas que viajan solas?

¿Cuándo realizas una reserva de alojamiento tienes en cuenta la opinión de otros viajeros?

¿Cómo buscas los alojamientos mientras viajas?

¿Qué elementos son prioritarios cuando escoges un alojamiento?

2. Planificando el viaje

¿Con cuánta antelación organiza su viaje?

¿Planea todos los detalles del itinerario y hace todas las reservas con anticipación?

¿Qué cosas no te gustan cuando estás realizando una reserva?

¿Qué te molesta de los buscadores de alojamiento?

¿Cuál es tu estancia media?

3. En lugar de destino

¿Qué motivaciones le llevan a escoger el destino de su viaje?

¿Contrata las atracciones turísticas con anticipación?

¿Qué preferencias tiene en el tipo de alojamiento que contrata?

¿Hace todas sus reservas a través de aplicaciones?

¿Le gusta relacionarse con otros viajeros/as?

4. Preferencias

¿Qué es lo que más valora de viajar sola/o?

*¿Qué tipo de alojamientos prefiere?
¿Habitaciones mixtas o femeninas?*

¿Cuál es la parte que más valora de un alojamiento? Elija entre estas opciones: limpieza, seguridad, ubicación, servicios que ofrece.

¿Prefiere destinos nacionales o internacionales?

¿Recomendaría a otros viajeros emprender viajes en solitario?

Una vez se llevaron a cabo las preguntas a los participantes, se realizó la transcripción de las respuestas para recolectar las ideas principales y de esta manera responder a los objetivos planteados. Al ser un grupo pequeño de entrevistados no fue necesario el apoyo de otras herramientas a fin de mostrar la información.

(Anexo. Transcripción de las entrevistas)

Durante la entrevista

Durante la realización de la entrevista no hubo ningún inconveniente los participantes estaban disponibles a la hora acordada y cada una de las personas seleccionadas cumple con los requisitos esenciales para realizar la entrevista, la cual se llevó a cabo por teléfono y a través de herramientas online como Skype y Zoom, evitando los problemas situacionales y de tiempo disponible de los participantes. Al finalizar se realiza la transcripción literal de toda la información con el fin de poder desarrollar el análisis sobre la base de la misma. Se extraen las ideas principales con el fin de facilitar el análisis.

En general las entrevistas fueron enriquecedoras y las opiniones de los entrevistados resultaron diferentes, algunas respuestas son breves, otras más largas. Los entrevistados se sintieron cómodos con las preguntas de la entrevista y expresaron con sinceridad sus comentarios y hablaron de sus experiencias viajando.

Resultados de los datos obtenidos:

- 🎯 Los usuarios objetivo necesitan conectar con otros viajeros o locales para enriquecer sus viajes.
- 🎯 Necesitan desconectar para relajarse y disfrutar del viaje de una manera en solitario cuando lo deseen y acompañados de otros viajeros en ciertas ocasiones.
- 🎯 Buscan el placer y el descanso a buen precio, no necesitan lujos, les gusta estar con gente.
- 🎯 El móvil es el aparato digital usado por todos como recurso para realizar sus reservas y tener organizado su viaje.
- 🎯 Viajar les produce buenas sensaciones, tienen atrevimiento en aventurarse, en ocasiones los planes son improvisados.
- 🎯 En ocasiones el idioma puede ser un problema de comunicación para conectar con otros viajeros, es necesaria la empatía y el acercamiento para hacerte entender a los demás.
- 🎯 Los viajeros tienen preferencia sobre los destinos internacionales y exóticos.
- 🎯 Cada vez son más los que se aventuran en su viaje en solitario.
- 🎯 Existe un desconocimiento a día de hoy sobre los viajes en solitario donde hay gente que no concibe la idea que viajar en solitario no es signo de soledad, sino de oportunidad de conectar con otros viajeros.



2.5 Personas

En general, los viajeros solitarios son personas entre los 21 y 36 años, jóvenes que están estudiando o trabajadores con estudios superiores, que buscan vivencias únicas y llenas de diversión, se alojan en hostel para conocer a otros turistas y empaparse de la cultura que les rodea. Los hostels cuentan con 3 segmentos de público principales cada uno tiene su propio tipo de hábitos de viaje, experiencia en la aplicación y frustración.

Ficha de personas

En este análisis, se identificaron tres personas con diferentes necesidades y objetivos. Estos datos ayudarán a mejorar la experiencia del usuario. El objetivo es crear el mejor itinerario y destacar las funciones para brindar una vivencia excelente a cada visitante.

Mapa de empatía

Una vez se identificaron los segmentos de usuarios, se llevo a cabo el mapa de empatía para cada ficha, esta técnica permite materializar las características de las personas para las que diseñamos.





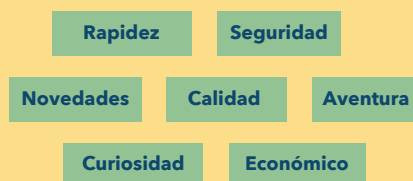
Victor

6 años viajando solo

"Es como estar con una familia, donde se lo pasa uno bien y se comparte tiempo y experiencias"

EDAD	32
PUESTO	Ingeniero mecánico
ESTADO	Soltero
CIUDAD	Zamora

UX Goals



FICHA PERSONA

El explorador mochilero

DESCRIPCIÓN

Victor es extrovertido, no necesita planificar su viaje con antelación, le encanta improvisar sobre la ruta, lleva lo necesario en la maleta para garantizar su subsistencia. Es independiente, generalmente viaja solo, aunque también lo hace con otros mochileros, le gusta conocer gente y otras culturas.

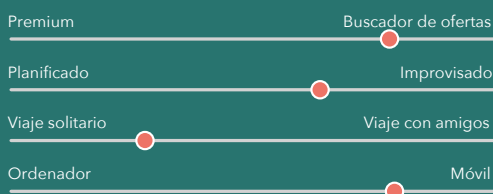
MOTIVACIONES

- Conectar con otros viajeros
- Intercambio cultural
- Vivir aventuras

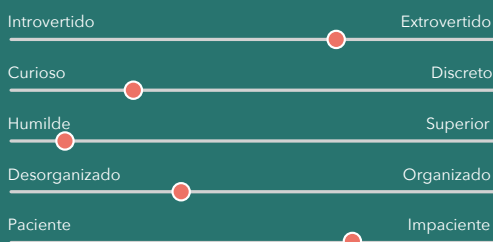
FRUSTRACIONES

- No confía en la autenticidad de las reseñas.

TIPO DE VIAJERO



PERSONALIDAD



MAPA DE EMPATÍA

Explorador mochilero: Victor

¿Qué piensa y siente?

Quiere conocer a otras personas mientras viaja, busca un alojamiento limpio y asequible.

Está ansioso por emprender su próximo viaje

Siente que conecta con otros viajeros con facilidad

¿Por qué no intentar una nueva aventura?

Le gusta hacer lo que le apetece sin tener que consultar

¿Qué dice y hace?

Dice que viajar es lo que más le gusta

Siempre improvisa sus planes de viajes

Recomienda los viajes en solitario

Le gusta visitar lugares económicos que se ajustan a su presupuesto

¿Qué oye?

Que arriesga demasiado sin planificación previa en destinos menos seguros

Que es muy gratificante disfrutar de los viajes

Que es una persona atrevida y aventurera

Escucha a sus familiares y amigos que toma pocas precauciones en el viaje

¿Qué ve?

Ve cómo sus amigos también realizan viajes en solitario y en compañía

Percibe que hay personas miedosas y no se atreven a viajar solas

Ve diferentes formas de viajar pero él siempre escoge lo más económico

Ve que las personas que viajan son más felices

Obstáculos

El presupuesto que tiene es limitado

Miedo a quedarse en la frontera del país si no lleva

el pasaporte en regla

Que surjan imprevistos negativos durante el viaje

Que le roben durante el viaje

Equipaje a última hora

Beneficios

Mejora su autoestima

Siempre aprende cosas nuevas

Disfruta de la vida

Le motiva conocer nuevos lugares



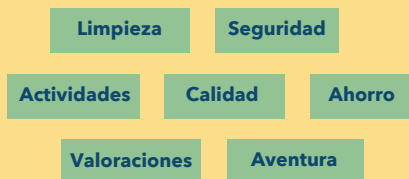
Mónica

4 años viajando sola

"Un lugar económico y divertido que te permite conocer a viajeros de todo el mundo"

EDAD	28
PUESTO	Diseñadora gráfica
ESTADO	Soltera
CIUDAD	Madrid

UX Goals



FICHA PERSONA

Planificador o visitante

DESCRIPCIÓN

Mónica es una viajera que lleva todo planeado, organiza los viajes según su presupuesto, tiempo y gustos, ya sea para escapadas nacionales, internacionales o fines de semana.

Compara precios en diferentes web y escoge la que se ajuste mejor a su presupuesto. Es una viajera organizada y cuidadosa con su maleta y sus pertenencias

Utiliza las redes sociales y garantiza el lugar de alojamiento a través de opiniones de otros viajeros. Hace una búsqueda de los lugares a visitar y lo lleva reservado, también tienen conocimiento sobre cómo moverse por el destino.

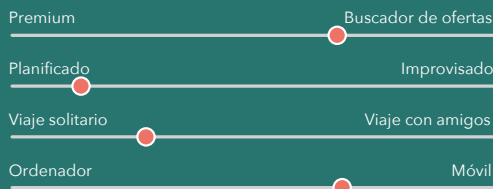
MOTIVACIONES

- Ver recomendaciones en base a sus reservas anteriores e intereses
- Guiarse por las valoraciones de otros viajeros
- Ahorrar en la reserva de alojamiento

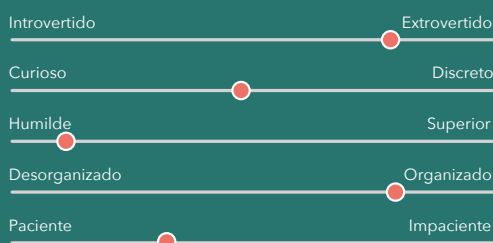
FRUSTRACIONES

- Perder tiempo reservando un alojamiento

TIPO DE VIAJERO



PERSONALIDAD



MAPA DE EMPATÍA

Planificador o visitante: Mónica

¿Qué piensa y siente?

Viajar le produce multitud de buenas sensaciones
No echa de menos nada durante el viaje
La seguridad es importante
Está emocionada en planificar su próximo viaje
Se siente realizada y valiente

¿Qué dice y hace?

Busca el placer y el descanso
Le gusta estar con gente
Se siente más segura en las habitaciones femeninas
Busca información en el blog de viajeros para conocer su próximo destino

¿Qué oye?

Que no hay muchas mujeres que viajan solas
Que tiene que tener cuidado
Si a la familia le parece bien la decisión de viajar sola
Choque cultural, lección de vida
Escucha cómo sus amigos critican su conducta

¿Qué ve?

Que hay más mujeres que viajan solas
Que tiene la oportunidad de conectar con otros viajeros y locales
Que es una experiencia única
Que cada vez hay más gente viajando sola
Que las personas dependientes tienen miedo a viajar en solitario

Obstáculos

Quedarse sin Internet durante el viaje
Camina mucho y usa el transporte local
El presupuesto es limitado
Miedo a que le roben
Echa de menos alguna comodidad y lavar la ropa

Beneficios

Se siente más libre y es independiente
Conecta con otros viajeros se deja llevar
Viaja más económico al planificar con antelación
Le gusta organizar el viaje



Mario

2 años viajando solo

"Me gusta la idea de realizar actividades con otros viajeros y practicar diferentes idiomas"

EDAD	30
PUESTO	Dentista
ESTADO	Soltero
CIUDAD	Caracas

UX Goals



FICHA PERSONA

Cultural

DESCRIPCIÓN

Mario está fascinado por la arquitectura de los lugares que visita, es un viajero que alimenta sus redes sociales con contenido de sus viajes y les gusta mostrar sus fotografías a familiares y amigos. Busca tener una inmersión completa del viaje, prefiere descubrir sitios por casualidad, le encanta mezclarse con gente autóctona del destino.

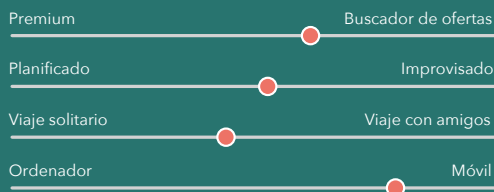
MOTIVACIONES

- Hacer reservas rápidas
- Encontrar los mejores precios
- La ubicación del lugar

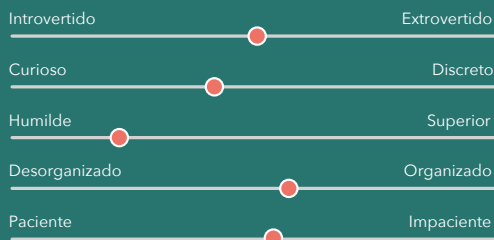
FRUSTRACIONES

- Errores en la aplicación
- Cancelaciones con coste

TIPO DE VIAJERO



PERSONALIDAD



MAPA DE EMPATÍA

Cultural: Mario

¿Qué piensa y siente?

Piensa que viajar enriquece su vida

Siente que es una persona libre y aprende mientras viaja

Le encanta involucrarse en la cultura de los lugares que visita

Piensa que las personas no deberían tener prejuicios si no conocen un país

¿Qué dice y hace?

Le gusta descubrir sitios por casualidad

Le gusta conectar con otros viajeros y gente local

Busca en blog referencias de lugares que visitar

Le gusta mostrar sus fotos de viajes a familiares y amigos

¿Qué oye?

Que tiene que desconfiar de la gente local de otros países

Que los hostels no son seguros

Que viajar a un país inseguro es peligroso

Qué debería contratar los servicios del viaje

¿Qué ve?

Que los destinos internacionales le enriquecen más, ajenos a su cultura

Fotos, cultura y relax

Que los hostels además de alojamiento te permite conocer a otros viajeros

Que no necesita lujos para disfrutar del viaje

Que tiene la oportunidad de integrarse en la cultura local

Obstáculos

Quedarse sin Internet durante el viaje

Camina mucho y usa el transporte local

Quedarse sin dinero

Que le roben en el viaje

Beneficios

Contacto con la gente

Libertad de elección

No tiene límites

Improvisa durante el viaje

Se lleva de recuerdos inolvidables

2.6 Escenarios

Al igual que las personas, los escenarios sirven para comunicar el punto de vista del usuario, permiten al diseñador explorar el contexto de los usuarios para entender la situación en que utilizarán la aplicación.

Escenario 1

Victor lleva meses sin viajar, ha recaudado un poco de dinero y quiere visitar Tailandia, en concreto las islas Phi Phi, le ha recomendado un amigo que es un lugar magnífico para hacer buceo. Como no tiene conocimientos previos de buceo, decide buscar alojamientos que realicen ese tipo de actividades, para saber los servicios que ofrecen los alojamientos decide utilizar la aplicación Hostel&Go porque le permite conocer las actividades que ofrece el alojamiento y escoger el hostel que mejor le convenga.

Escenario 2

Mónica acaba de saber que su jefe ha aceptado la previsión de sus vacaciones, se plantea realizar un viaje a un destino exótico. Como no tiene idea que hostel escoger decide valorar las opiniones de otros viajeros para decidir el alojamiento. Se siente contenta porque Hostel&Go le permite filtrar las valoraciones de los usuarios por seguridad, ubicación y limpieza para que valore lo que es más importante para ella.

Escenario 3

Mario ha salido pronto del trabajo y le apetece quedar con sus amigos, cuando se reúne con ellos un amigo le pregunta por el alojamiento donde estuvo en Lisboa, como no recuerda el nombre del hostel se plantea revisar la aplicación Hostel&Go para ver sus reservas anteriores y ver el alojamiento que había contratado, está feliz porque la aplicación le permite ver el historial de sus reservas pasadas.



2.7 User Journey

Los user journey representan de manera visual cada paso de la interacción que se da entre un usuario y la aplicación, incorporando sus reacciones, de esta manera permiten detectar los puntos débiles de la interacción para implementar mejoras en la experiencia de usuario.

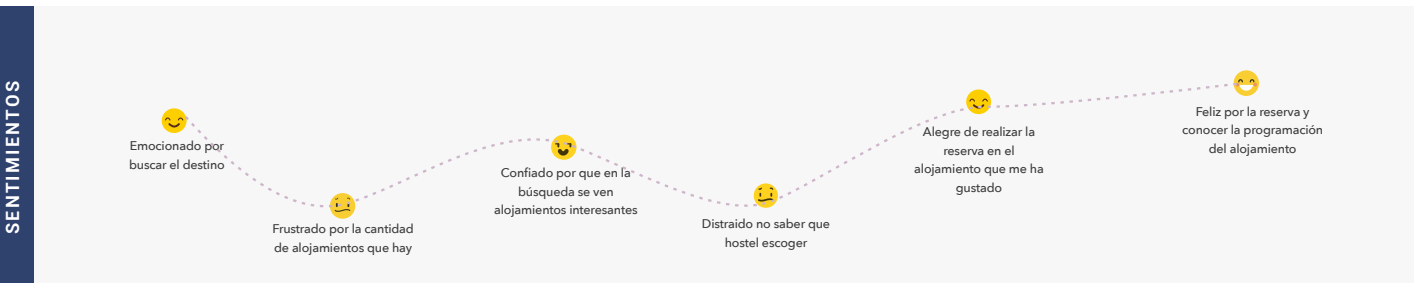
El explorador

User Journey Victor

Victor es un viajero extrovertido, le encanta improvisar en sus viajes y realiza su equipaje a última hora

Tras una recomendación de un amigo sobre un destino, decide usar la aplicación para conocer los servicios que ofrecen y reservar un hostel que tenga actividades acuáticas.

TOUCHPOINTS



ETAPAS

	Seleccionar destino	Resultados búsqueda	Seleccionar hostel	Hacer la reserva	Detalles reserva
SENTIMIENTOS	<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué alojamientos me encontraré? ¿Cuántos días necesito? ¿Cuánto presupuesto tengo? En que fechas puedo viajar 	<ul style="list-style-type: none"> Que alojamiento será la mejor opción para mi ¿Dónde puedo ver si tienen actividades de buceo? ¿Cuánto dinero necesito para hacer la reserva? ¿Qué documentación necesito para viajar a este lugar? 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Ofrece un servicio de atención al cliente 24/7? Puedo cancelar la reserva si encuentro otro alojamiento Puedo pagar en el hotel la actividad o tengo que hacerlo antes. 	<ul style="list-style-type: none"> Es sencillo solo tengo que insertar mis datos Como puedo hacer la reserva de la actividad acuática. A quién tengo que acudir si me ocurre algo 	<ul style="list-style-type: none"> Que otros servicios ofrece el alojamiento Donde puedo obtener información completa de la actividad
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> Incluir toda la información acerca de las actividades que se realizan en el hostel Incluir comentarios positivos de huéspedes que se han hospedado en el alojamiento. Mejorar la atención al cliente para que los huéspedes nos puedan recomendar a otras personas. Planificar y ejecutar campañas eficaces que tengan influencia sobre los viajeros y que influyan en su decisión de reserva. 	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer opciones de reserva directa. Fotos atractivas de alojamiento, que ayuden a construir una imagen coherente y fuerte. Experiencias locales que contribuyan de una fuerte relación con huéspedes anteriores. Ser activo en redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> Construir una Marca consistente en todos los canales. Como se comportan los usuarios cuando navegan en la aplicación. Ofrecer un servicio de atención al cliente en caso de dudas. 	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer ayuda e información sobre los lugares de interés turístico. Ofrecer calidad y buen servicio. Ofrecer actividades de ocio complementarias que conduzcan al huésped a un mayor gasto (excursiones, salidas nocturnas, comidas). Enviar mensajes de confirmación una vez que hayan realizado la reserva, indicando los detalles. 	<ul style="list-style-type: none"> Buscar nuevas actividades de ocio y recreación para atraer nuevos clientes. Enumerar los beneficios y resultados de las opiniones obtenidas.

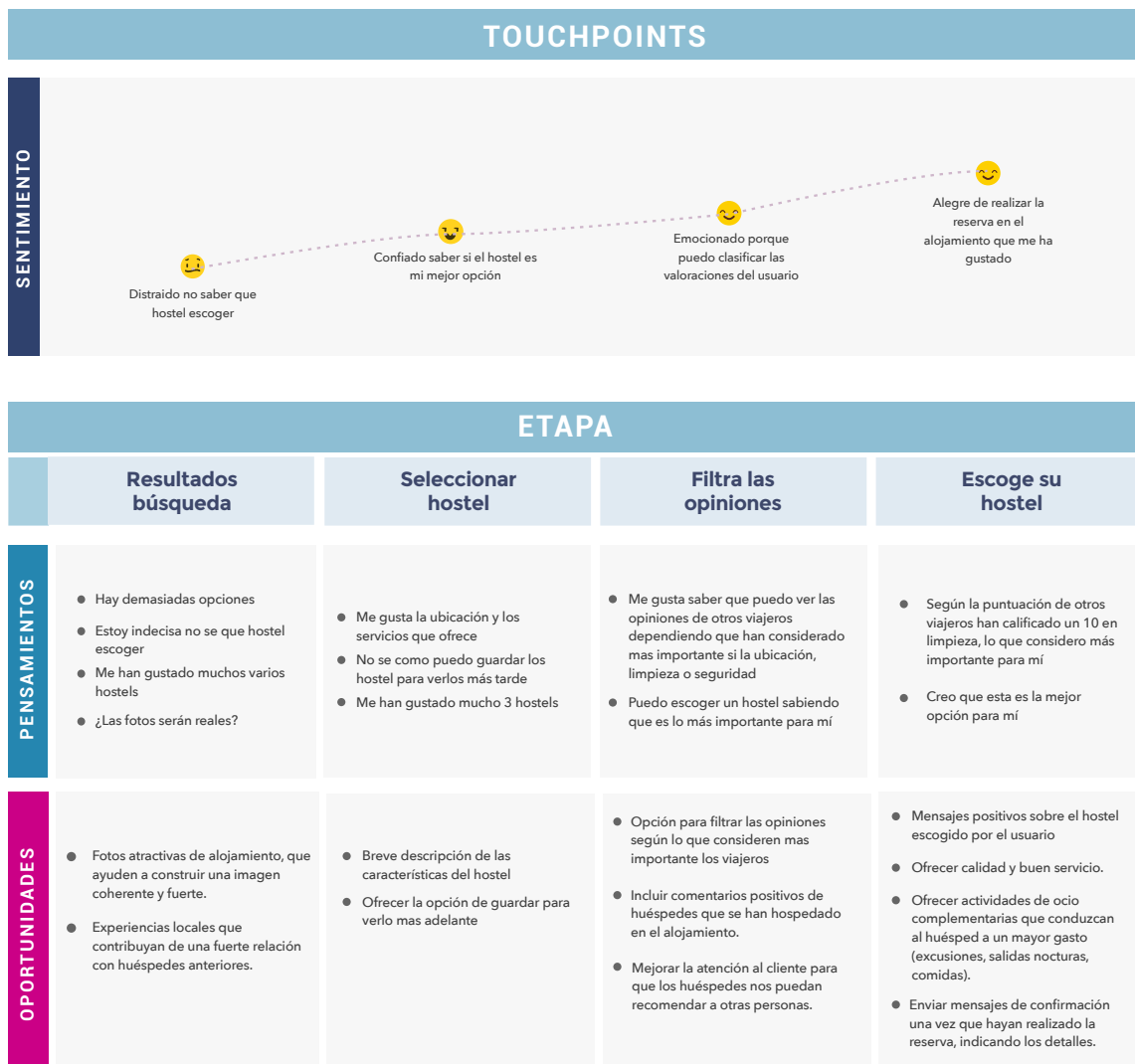
Planificador o visitante

User Journey

Mónica

Mónica es una viajera que le encanta planificar viajes, lleva todo organizado y se ajusta a su presupuesto.

Quiere organizar un viaje exótico y decide escoger su próximo alojamiento en base a las valoraciones de otros viajeros.



El cultural

User Journey Mario

Mario esta fascinado por la arquitectura de los lugares que visita, le encanta mostrar sus fotografías a sus amigos y familiares

Quiere consultar una reserva donde se alojo en Lisboa para recomendarle el alojamiento a un amigo

TOUCHPOINTS



ETAPA

	Menú APP	Mis reservas	Reserva anterior
PENSAMIENTOS	<ul style="list-style-type: none"> Es una aplicación fácil de usar Tiene un menú donde me indica las reservas 	<ul style="list-style-type: none"> Tengo que loguearme para consultar mis reservas ¿Cómo puedo filtrar las reservas que he realizado? Cuanto tiempo voy a dedicar a encontrar una reserva en concreto 	<ul style="list-style-type: none"> Como puedo encontrar una reserva que hice hace años
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> Crear un menú navegable que sea intuitivo y fácil de manejar Hacer una clasificación de las funcionalidades de la app 	<ul style="list-style-type: none"> Facilitar la búsqueda de las reservas Crear una opción de clasificación que permita filtrar los hostels para localizarlos rápidamente Incluir la opción de buscar por número de reserva y acceder a esa reserva en particular 	<ul style="list-style-type: none"> Crear una opción de filtrado donde el usuario pueda encontrar el historial de sus reserva rápido

2.8 Requisitos

Durante esta etapa se trata de sintetizar y definir la mayor cantidad de información posible y necesaria para el proyecto a realizar, diseñar una aplicación que ayude a los viajeros solitarios a encontrar alojamiento. Es muy importante que en los requisitos queden recogidas las evidencias obtenidas en las etapas de investigación y de modelado, ya que si no todo el trabajo anterior carecería de sentido.

Funcionales

- ⊗ Experiencia satisfactoria en la búsqueda de alojamientos
- ⊗ Sugerencia de destinos
- ⊗ Descripción detallada de los hostels
- ⊗ Filtrar los hostel según las preferencias del viajero
- ⊗ Conocer la programación que organiza el alojamiento
- ⊗ Consultar tus reservas actuales y anteriores
- ⊗ Destacar las reseñas recientes de los huéspedes
- ⊗ Seguimiento de la reserva, notificaciones y recordatorios

De información

- ⊗ Mostrar contenido de fotos e información veraz de los hostels
- ⊗ Valoraciones de otros usuarios desglosadas en Seguridad/Ubicación/Limpieza
- ⊗ Calendario de programación
- ⊗ Guardar en favoritos alojamientos
- ⊗ Contacto con atención al cliente

No funcionales

- ⊗ Diseño atractivo y profesional
- ⊗ No requiere muchos datos para acceder
- ⊗ Comportamiento estable
- ⊗ Que no pese mucho
- ⊗ Gratuita (iOs y Android)
- ⊗ Segura y aprobada legalmente
- ⊗ Base de datos actualizada y completa
- ⊗ Mencionar las normas o certificaciones de seguridad cuando se garantice la reserva con la tarjeta de crédito.

Social

- ⊗ Crear un perfil dentro de la aplicación
- ⊗ Conocer el perfil de otros viajeros
- ⊗ Chat de dudas y comentarios sobre las actividades que organiza el hostel.
- ⊗ Compartir experiencias en abierto o con otros usuarios.



PROTOTIPADO

03



Marten Bjork
unsplash.

3.1 Introducción

Tras haber definido la investigación, los usuarios, sus necesidades, escenarios y extraer la lista de los requisitos que debe tener la aplicación, es necesario definir cómo será la estructura de la interacción. Esta fase tiene por objetivo organizar todos los contenidos y determinar cómo se producirá la interacción entre los usuarios y la aplicación, siempre según las necesidades de los primeros. Se trata, por tanto, de poner en práctica los conceptos en los que se sustenta la arquitectura de la información.

Para ello, hemos de estructurar la información y diseñar cómo será el tránsito de los usuarios entre los diferentes contenidos:

- **Inventario de contenidos:** tiene por objetivo estructurar y categorizar la información para facilitar su acceso y comprensión por parte de los usuarios, de manera que les sea posible encontrar lo que buscan fácilmente.
- **Card Sorting:** es una técnica de diseño centrado en el usuario que permite analizar cómo estructuran los usuarios los contenidos para definir la organización y las etiquetas según sus modelos mentales.

- **Árbol de contenidos:** facilita su tránsito por las páginas que forman el sitio web y contribuye a facilitar la localización del contenido que busca.
- **Diagrama de flujo:** es un método de diseño centrado en el usuario que permite representar cada uno de los pasos de la interacción del usuario hasta alcanzar su objetivo.

Etapas del proceso de prototipado:

- **Sketch:** bocetos creados con lápiz y papel. Ayudan a ilustrar ideas, conceptos y diseños de pantallas.
- **Wireframe baja fidelidad:** creación de los prototipos con pocos detalles que permiten identificar errores en el diseño de la interfaz sobre los bocetos hechos a mano.
- **Prototipo de alta fidelidad:** el diseño visual y comunicativo ya aplicado, se incorporan detalles tiene un acabado visual más elaborado que en fases anteriores.

3.2 Inventario de contenidos

Este primer listado permite adentrarse en la tercera etapa de interacción, la construcción de soluciones y que define la estructura de la experiencia. Los contenidos que se presentan a continuación surgen y se recopilan de acuerdo a los requisitos funcionales definidos en la etapa de modelado gracias a las diversas contribuciones aportadas anteriormente empleando métodos y herramientas cualitativas llevadas a cabo entre las muestras de usuarios presentes en la fase de investigación. Estos contenidos son los posibilitadores para que los usuarios alcancen sus anhelos y objetivos y es por ello de vital importancia que se organicen por medio de las herramientas prácticas que nos proporciona la disciplina de la arquitectura de la información.

- **Acceso sin registro**
- **Crear cuenta**
- **Iniciar sesión**
- **Buscar hostel** búsqueda del alojamiento
- **Seleccionar destino**
- **Programación del hostel** conocer las actividades que organiza el hostel.
- **Destinos top** información detallada sobre destinos recomendados.
- **Reseñas del hostel**
- **Resumen reserva**
- **Reservas actuales**
- **Reservas anteriores**
- **Buscar por número de reserva**
- **Escribir opinión de una reserva**
- **Mis favoritos**
- **Mi perfil**
- **Biografía** espacio reservado para incluir una breve descripción
- **Mis viajes** listado de los viajes realizados
- **Configuración**
- **Preferencias**
- **Cerrar sesión**
- **Atención al cliente**



PROTOTIPADO

3.3 Card Sorting

El **card sorting** es una técnica de diseño centrado en el usuario que permite analizar cómo estructuran los usuarios los contenidos para definir la organización y las etiquetas según sus modelos mentales.

Para la realización del estudio card sorting se ha definido las actividades y objetivos principales de la aplicación (a partir de los resultados de la investigación):

- ✂ Experiencia satisfactoria en la búsqueda de alojamientos.
- ✂ Conocer la programación de los hostels.
- ✂ Consultar las reservas actuales y las anteriores.
- ✂ Filtrar las valoraciones desglosadas por Limpieza/Seguridad/Ubicación.
- ✂ Guardar en favoritos los hostel que gusten.
- ✂ Crear un perfil dentro de la aplicación que te permite guardar tus viajes y poder visitar perfiles de otros viajeros.
- ✂ Crear en tu perfil preferencias para la búsqueda de alojamientos en base a tus gustos y necesidades sin necesidad de estar insertándose cada vez que realices una reserva.

Realice una lista de requisitos que había recogido anteriormente, de esta manera elegí el contenido que realmente importaba, el card sorting me ayudó a aclarar los



objetivos que iba a tener la aplicación, para ello clasifique un número de 22 tarjetas, el tipo de contenido que se analizaría era de categorías.

En la selección de personas escogí a 13 usuarios de diferente sexo y de edades comprendidas entre 26 y 37 años.

Para ayudar a los participantes a que entendieran mejor en que iba a consistir su participación les informe acerca del proyecto que se iba a llevar a cabo.

Bienvenido a este estudio sobre una plataforma de reserva de alojamientos.

Para empezar me gustaría contarte en qué consiste el proyecto Hostel&GO:

Hostel&GO es una aplicación de reserva de alojamiento para viajeros solitarios, su principal objetivo es ofrecer alojamientos donde se organizan actividades y permitan socializar a los huéspedes.

La aplicación debe ayudar a los usuarios tanto a organizar sus viajes, ver las valoraciones de otros usuarios y guardar los alojamientos que les hayan gustado.

Planteamiento

El tipo de tarjeta que seleccione fue híbrido, elegí esta opción para dar libertad al usuario en el caso de no saber dónde encajar un elemento crearé una nueva categoría y no se sintiera en la obligación de incluirlo en una categoría en la que no estuviera de acuerdo.

A continuación, procedí a reclutar a los participantes, 13 en total. Las personas que han participado tienen conocimiento de los hostel y alguna vez se han alojado en ellos.

Finalmente, decidí realizar el **Card Sorting** de manera telemática para permitirme llevar todo el estudio a través de internet, facilitando no sólo el proceso sino la recogida de datos, para que quedase todo recogido en formato digital desde el principio. Para ello, decidí utilizar el software optimalworkshop (<https://www.optimalworkshop.com/>), el cual permite crear las tarjetas, decidir el formato (abierto, híbrido o cerrado), invitar a los participantes deseados y recoger todos los datos en distintas gráficas. El tiempo de duración estimado era entre 8 y 15 minutos, necesitaban conexión a Internet y preferiblemente realizar la tarea a través de un ordenador.

Después de finalizar el card sorting les aparecía un mensaje de agradecimiento por haber participado.

Ejecución

Primero, cree todas las tarjetas a partir de las ideas que conformaban la lista del inventario de la interfaz. No obstante, decidí no incluir algún elemento sencillo o muy intuitivo por no saturar a los participantes con demasiadas tarjetas, cuya importancia ya se representaba a partir de otros elementos de la lista.

Tarjetas

- ✘ Iniciar sesión
- ✘ Registrarse
- ✘ Seleccionar destino
- ✘ Incluir fecha viaje
- ✘ Número de adultos
- ✘ Reserva rápida
- ✘ Programación del hostel
- ✘ Filtros búsqueda
- ✘ Destinos para relajarse
- ✘ Destinos de aventuras
- ✘ Valorar la ubicación del hostel.
- ✘ Valorar la seguridad del hostel
- ✘ Valorar la limpieza del hostel
- ✘ Crear perfil
- ✘ Atención al cliente
- ✘ Configuración
- ✘ Cerrar sesión
- ✘ Guardar favoritos
- ✘ Reservas actuales
- ✘ Reservas anteriores
- ✘ Buscar por número de reserva
- ✘ Escribir opinión de la reserva

Análisis de los resultados:

Los principales **insights** extraídos han sido los siguientes:

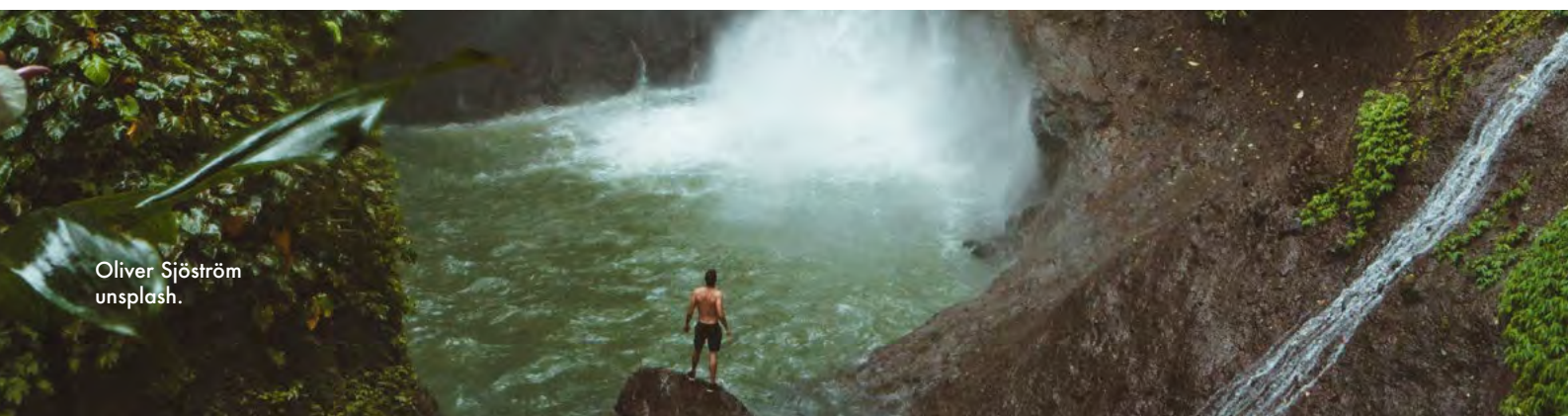
- 🎯 Tres participantes han creado 8 categorías, seis participantes han creado 6 categorías y dos participantes han creado 5 categorías.
- 🎯 Hubo tarjetas que los participantes agruparon en la misma categoría, quiere decir que son generales para todos y que se asocian en el mismo grupo, en cambio, hubo otras tarjetas que resultaron difíciles de interpretar y cada usuario las incluyo en diversas categorías, como por ejemplo “Atención al cliente”, “Reserva rápida”, “Seleccionar destino”.
- 🎯 Otro dato a destacar es que en algunas tarjetas al no incluir una breve definición para no sesgar, cada participante lo ha interpretado a su manera en base a su experiencia con otras aplicaciones, al analizar los resultados me di cuenta, de que ciertas tarjetas que yo había pensado ubicarlas en unas categorías resultaron estar en otras diferentes.
- 🎯 El mínimo de categorías escogidas fueron 5 y el máximo fue de 8

Conclusiones

El **card sorting** es una herramienta imprescindible que me ha ayudado a comprobar la estructura que han realizado los participantes en la clasificación de tarjetas y verificar diferentes puntos de vista según la experiencia de cada individuo.

Los resultados han sido variados, ha habido información clasificada de manera muy similar y en el caso de algunas tarjetas si ha generado la repetición de ellas en diferentes categorías. La información de las tarjetas en algunos casos debería de mejorarse para facilitar la comprensión y su clasificación.

Al margen de estos detalles considero que si se ha diferenciado bien las categorías, las cuales permitirán que la experiencia con la aplicación sea usable, útil y eficiente.



3.4 Árbol de contenidos

Para la realización de mi árbol de contenidos he representado gráficamente la estructura de la información y la forma general de cómo va a estar distribuida entre las diferentes categorías mi aplicación.



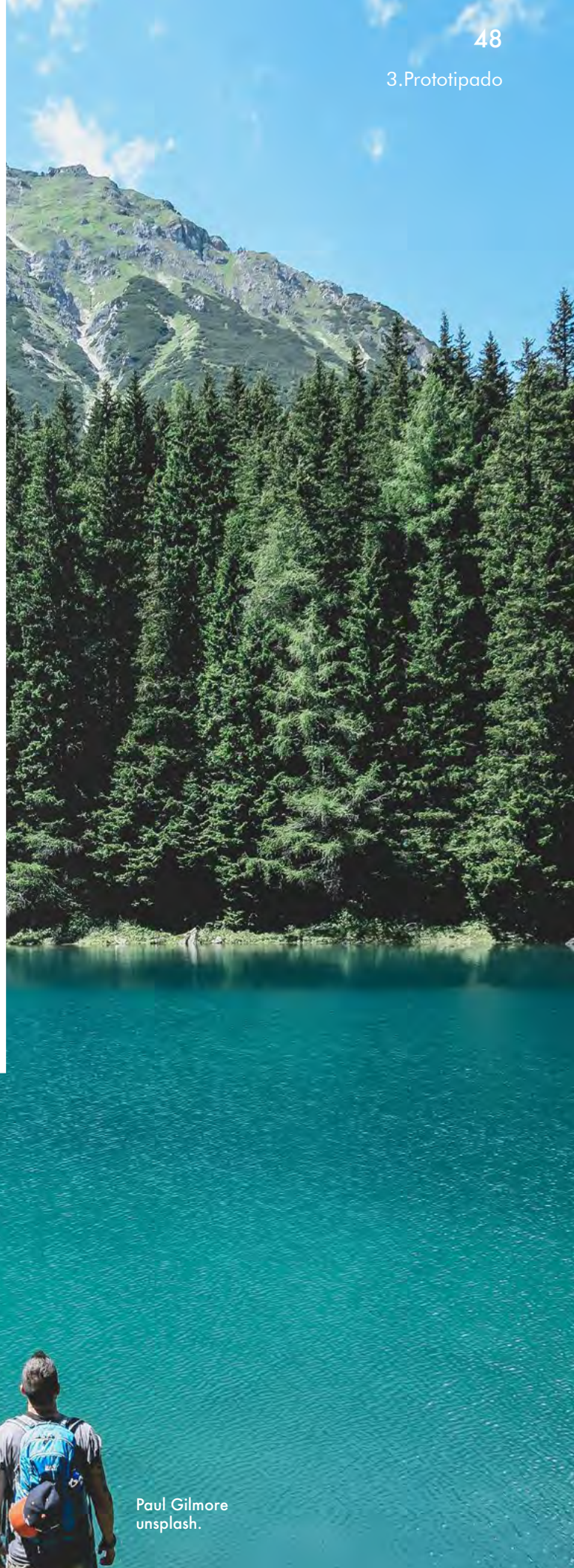
3.5 Diagrama de flujo

El diagrama de flujo ayuda a los diseñadores a considerar cómo navegará el usuario por la aplicación. Para la realización de los diagramas de flujo me base en la documentación anterior de las fichas de personas, escenarios, user journeys y el árbol de contenido.

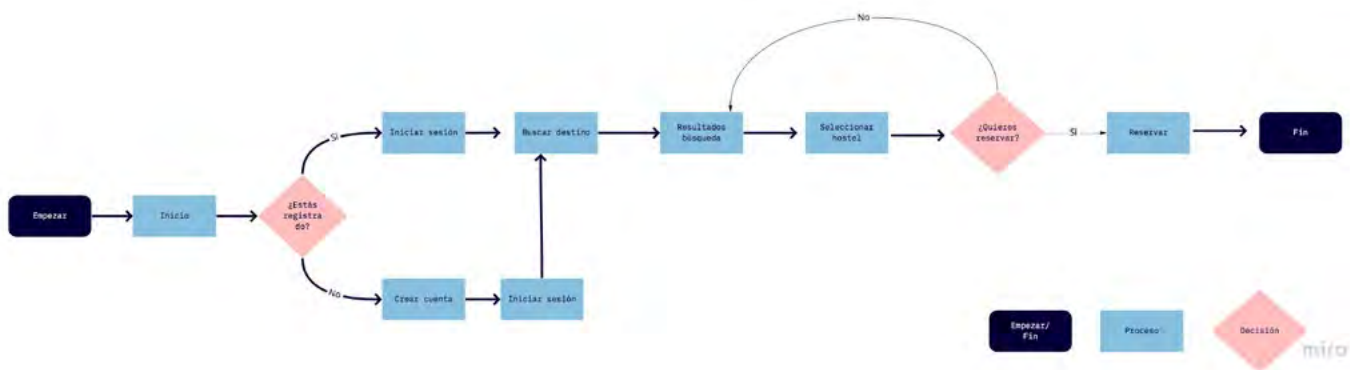
A través de la creación de los escenarios anteriores, en los diagramas de flujo indique la información que quería mostrar y el recorrido que hace el usuario para completar el proceso. El objetivo del diagrama de flujo es mejorar la estructura de la aplicación y tener una visión global del contenido.

La creación de los diagramas de flujo se realizó en base a las tareas de:

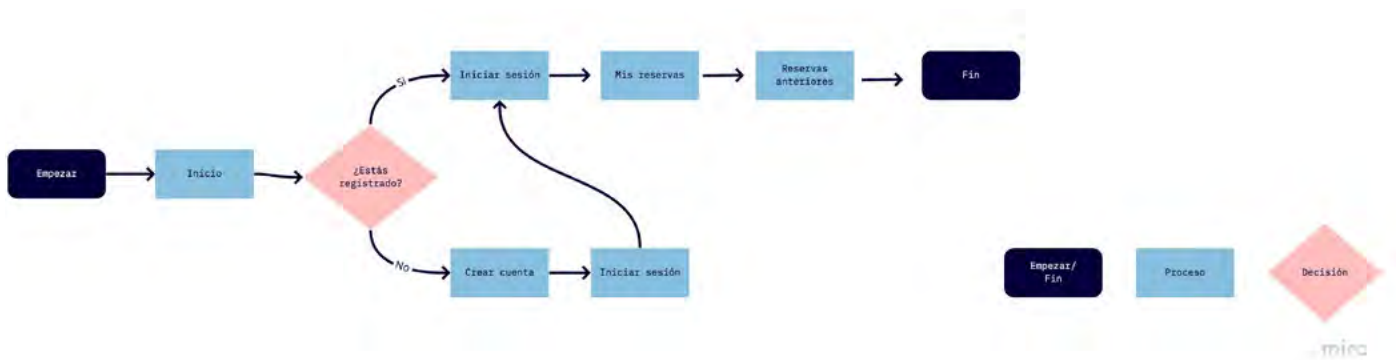
1. El usuario realiza una reserva
2. El usuario revisa una reserva anterior de un lugar que ha visitado.
3. El usuario crea su perfil.



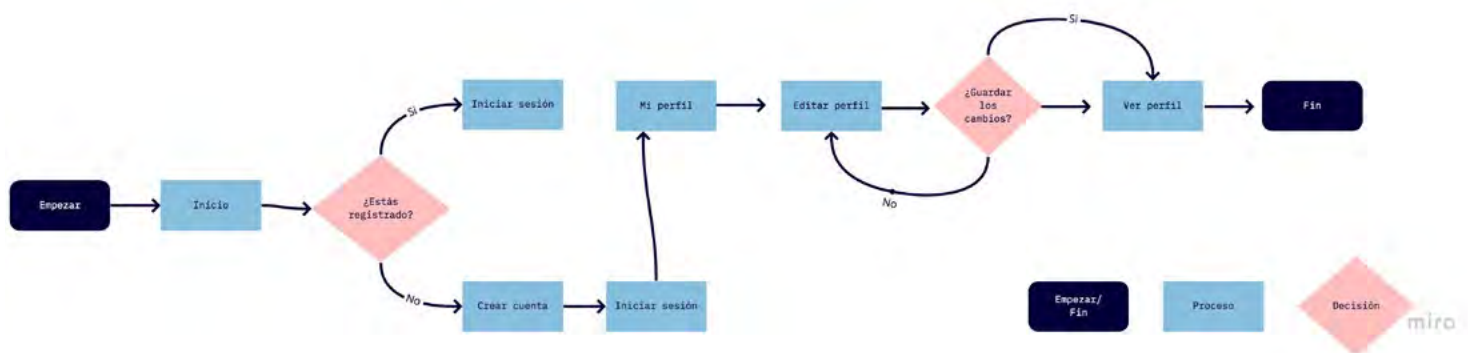
1. Realizar una reserva



2. Ver reservas anteriores



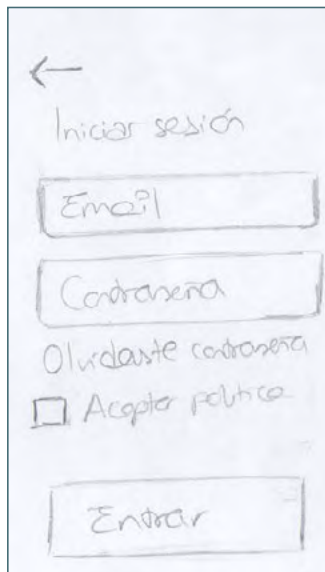
3. Crear perfil



3.6 Sketch

Un sketch es un simple esbozo de la estructuración de pantallas de la aplicación, se ha realizado el sketching para conocer cómo estarán estructuradas y ordenadas las diferentes pantallas y la arquitectura de la información antes de hacer el wireframe de baja fidelidad.

(Para visualizar todas las pantallas en Anexos)



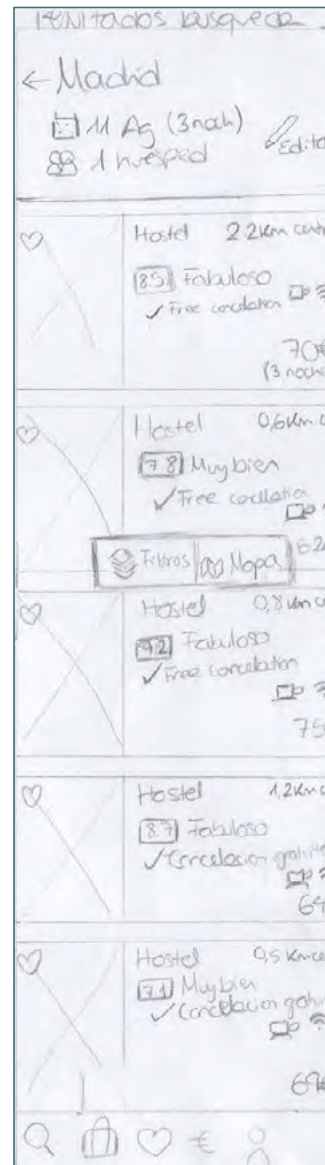
Inicio sesión



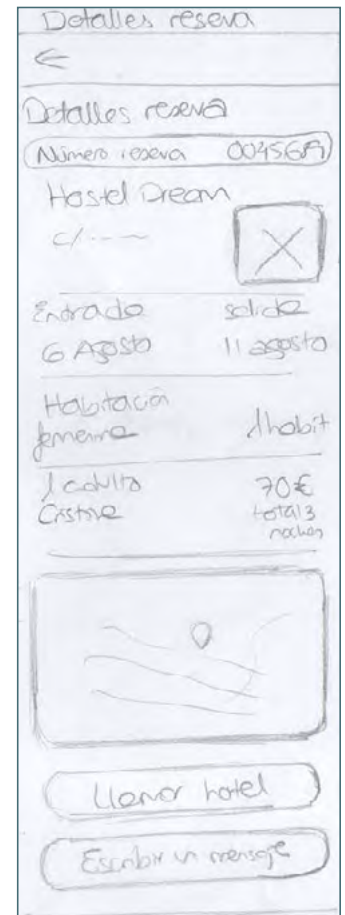
Favoritos



Búsqueda



Resultados búsqueda

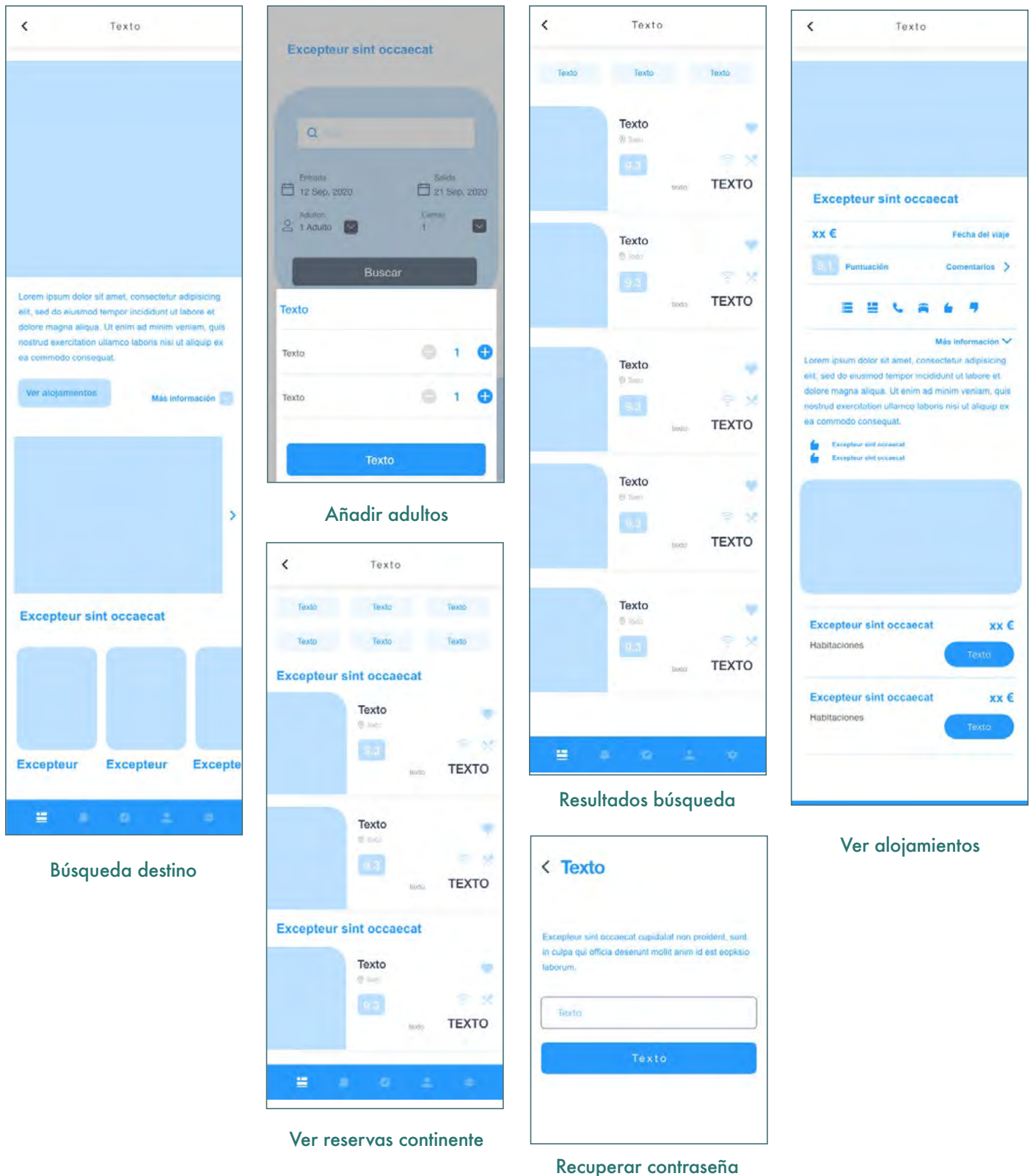


Detalles reserva

3.7 Wireframe baja fidelidad

Creación de los prototipos con pocos detalles que permiten identificar el sistema de navegación de la aplicación, así como la estructura que tendrá las diferentes pantallas y los procesos que seguirá el usuario para alcanzar un objetivo.

(Para visualizar todas las pantallas en Anexos)

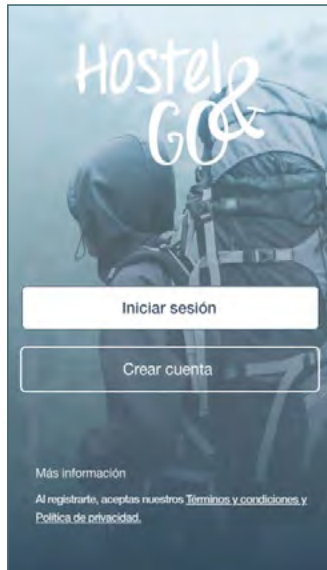


3.8 Prototipo de alta fidelidad

El diseño visual y comunicativo ya aplicado, se incorporan detalles que tiene un acabado visual más elaborado que en fases anteriores.

En este enlace se puede visualizar el prototipo interactivo:

Hostel&GO



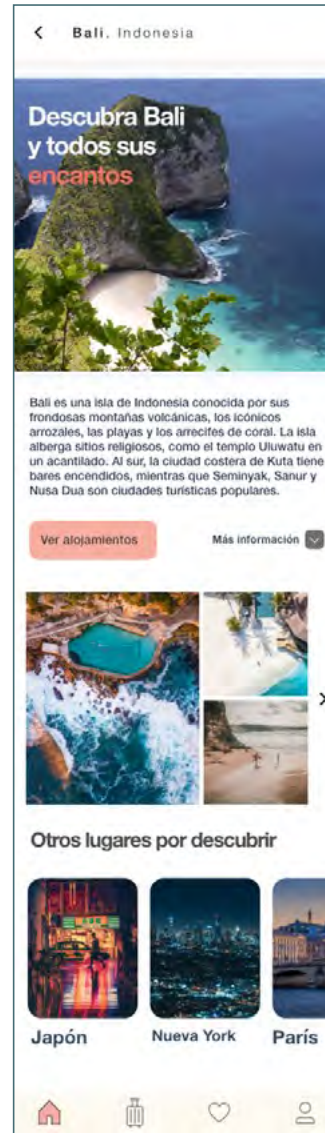
Bienvenida



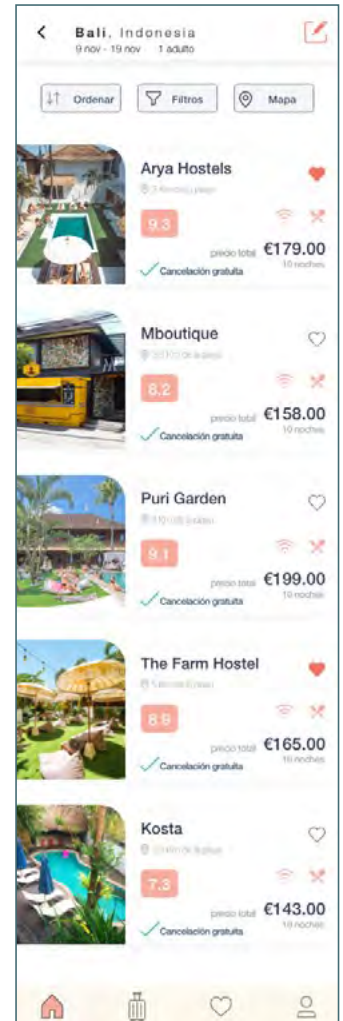
Reseña ubicación



Búsqueda alojamiento



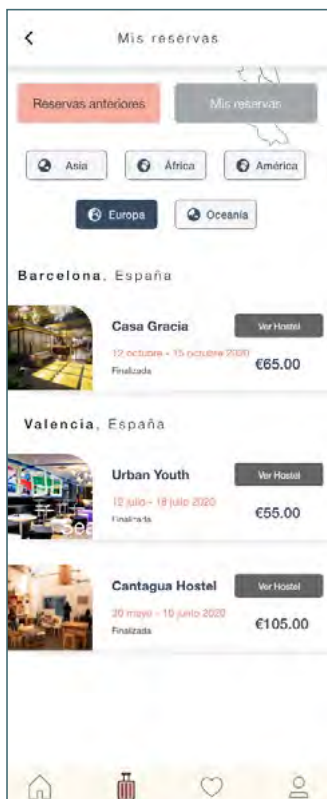
Descubrir destinos



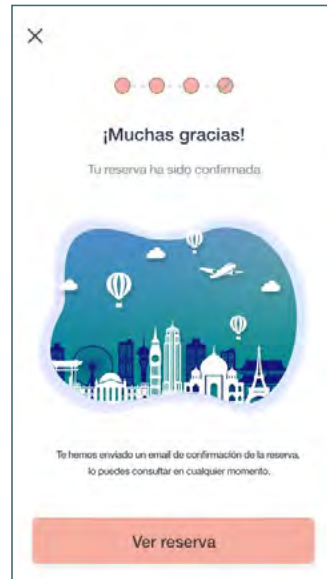
Seleccionar alojamiento



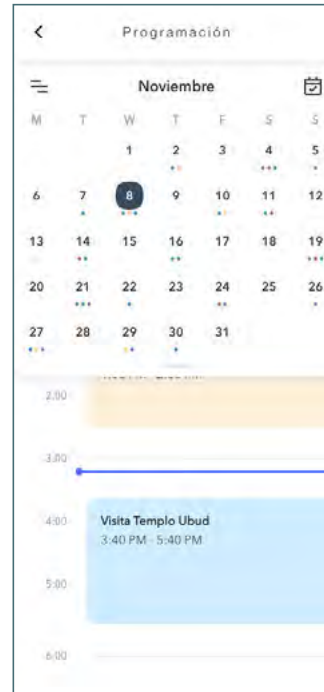
Ver alojamiento



Reservas anteriores Europa



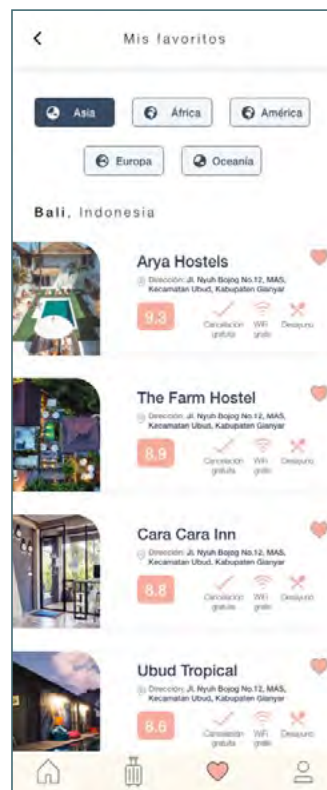
Confirmación reserva



Programación



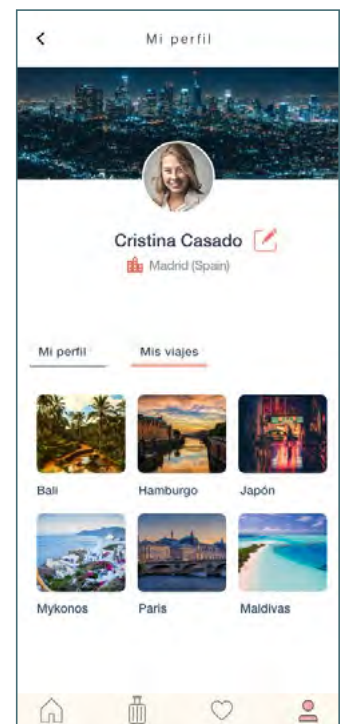
Mensajes programación



Favoritos Asia



Preferencias



Mi viajes completo

Rolands Varsbergs
unsplash.

ÉVALUACIÓN Y FASE FINAL

04

Simon Migaj
unsplash.

4.1 Introducción

Una vez realizada la fase de prototipado se encuentra la etapa de evaluación, en este proceso se prueba la usabilidad de la aplicación con el fin de conocer si el producto cumple con su función y los usuarios comprenden la aplicación y su navegación.

Un principio de la usabilidad sería una solución posible a un problema de diseño que ayuda a definir cómo debe mostrarse y comportarse un sistema, lo que mejora elementos de la interfaz. Conseguimos así que se proporcione a los usuarios lo necesario para interactuar exitosamente y que se presente la información de manera que se facilite su entendimiento.

El método que se van a llevar a cabo para evaluar la usabilidad con personas usuarias:

🎯 **Test con usuarios:** consiste en realizar una evaluación del producto a partir de la observación, la expresión verbal y la interacción de las personas usuarias mientras ejecutan las tareas propias del sistema analizado.

Los métodos que se van a llevar a cabo para evaluar la usabilidad sin personas usuarias:

🎯 **Recorrido cognitivo:** es un método de evaluación en el que uno o más expertos realizan una serie de tareas y se hacen un conjunto de preguntas desde la perspectiva del usuario.

🎯 **Evaluación heurística:** para referirse a directrices que establecen requisitos que debe cumplir el diseño con el fin de facilitar su comprensión y uso por parte del usuario final.

Una vez finalizados las evaluaciones se va a proceder a realizar una lista de **Mejoras** en el prototipo y las **Conclusiones** obtenidas a lo largo de la creación del Trabajo de Fin de Máster.



Vaida Tamošauskaitė
unsplash.

4.2 Test con usuarios

La observación de la interacción de los usuarios con la aplicación Hostel&Go nos permite identificar los problemas de usabilidad que la interfaz gráfica actual tiene para posteriormente plantear alternativas que den solución a éstos en la propuesta de rediseño.

Descripción de la técnica

El test de usuarios nos permite comprobar si las interfaces y los procesos de interacción están bien diseñados y si los usuarios encuentran obstáculos y dificultades para lograr sus objetivos. Consiste en observar a un número reducido de usuarios y realizar tareas específicas. Frente a un test realizado por expertos en UX, la evaluación de usuario permite detectar temas relacionados con el modelo mental de los clientes con el fin de afinar más el diseño para el público al que va dirigido.

Los objetivos de las pruebas de usabilidad incluyen establecer una línea base del rendimiento del usuario, establecer y validar las medidas de rendimiento del usuario e identificar posibles problemas de diseño que se abordarán para mejorar la eficiencia, la

productividad y la satisfacción del usuario final.

Para determinar inconsistencias de diseño y áreas problemáticas de usabilidad dentro de la interfaz de usuario y áreas de contenido.

Metodología

Participantes

Me aseguré de que todos los participantes fueran viajeros frecuentes. Para realizar el test se definen un total de cuatro participantes con los siguientes perfiles:

- 🎯 Mujer, joven adulta: un participante.
- 🎯 Hombre, adulto: dos participantes.
- 🎯 Todos los participantes reúnen los siguientes criterios de elegibilidad.
- 🎯 Adultos jóvenes: trabajadores de clase media que realizan viajes en solitario.
- 🎯 Habilidades: usuarios altamente familiarizados con el uso de aplicaciones.
- 🎯 Hábitos de consumo: todos los usuarios realizan viajes solitarios de manera frecuente.

Las responsabilidades de los participantes serán intentar completar un conjunto de escenarios de tareas representativas que se les presenten de la manera más eficiente y oportuna posible, y proporcionar comentarios sobre la usabilidad y aceptabilidad de la interfaz de usuario. Se indicará a los participantes que proporcionen opiniones honestas sobre la usabilidad de la aplicación y que participen en cuestionarios subjetivos y sesiones informativas posteriores a la sesión.

Se va a realizar una evaluación de la aplicación Hostel&Go. Las pruebas se realizaron en remoto, se utilizaron para ello las herramientas de Zoom, Skype, Google Meets.

Objetivos

El objetivo general de una prueba o test de usabilidad es conocer, con un elevado nivel de detalle, la facilidad de uso que presenta un producto o servicio y el nivel de eficacia, eficiencia y satisfacción que produce en el usuario.

Formación

Se le facilita al participante una serie de descripción sobre la aplicación a evaluar, y luego una breve descripción de qué consiste la prueba de usabilidad.

Con su respectiva explicación del propósito del estudio y sobre las tareas que deben realizar los participantes, además de ellos solicitar el *consentimiento informado* para continuar con la prueba.

(El consentimiento informado en Anexos)

Procedimiento pruebas remotas

Los participantes participarán en la prueba de usabilidad a través de la tecnología remota para compartir pantalla.

El facilitador irá leyendo en voz alta la tarea a resolver. Se indicará al participante “pensar en voz alta” y que existirá un registro verbal de la interacción del sistema de tareas. El facilitador observará e ingresará el comportamiento y los comentarios del usuario, y la interacción del sistema en una aplicación de registro de datos.

Tareas de usabilidad

Escenario: Ha terminado la pandemia y volvemos a la normalidad, después de todo este tiempo decides volver a realizar un viaje en solitario, para ello usas la aplicación Hostel&GO para hacer tu reserva.

Tarea concreta: Realizar la reserva en la aplicación, desde el iniciar sesión, consultar una reserva anterior, conocer la lista de alojamientos favoritos y la creación del tu perfil, para evaluar la usabilidad general de la aplicación.

Objetivos: Comprobar el uso de navegación dentro de la aplicación y descubrir los modelos mentales de la persona usuaria (si usa o si se desplaza por categorías, etc.).

Tarea 1.

“Deseas realizar una reserva de alojamientos en Bali, pero primero necesitas iniciar sesión en la aplicación”.

Tarea 2.

“Quieres conocer el nombre de un hostel donde estuviste alojado/a con anterioridad, revisas tus reservas anteriores para conocer el alojamiento”.

Tarea 3.

“Has guardado en favoritos un hostel que te gusto, revisa la lista para conocer el nombre del hostel”.

Tarea 4.

“Quieres crear un perfil en la aplicación para guardar tus preferencias de búsqueda”.

Resultados de los test con usuario

A continuación se presentan los resultados del test con usuarios realizado en la aplicación Hostel&GO.

Tarea 1.

“Deseas realizar una reserva de alojamientos en Bali, pero primero necesitas iniciar sesión en la aplicación”.

Todos los participantes resolvieron esta tarea satisfactoriamente, no hubo inconvenientes en iniciar sesión en la aplicación.

Los usuarios para la búsqueda de alojamiento lo han hecho a través del buscador, no se han interesado por las propuesta de destinos top sugeridas en la aplicación.

Hallazgos

🎯 Los usuarios para la búsqueda de alojamiento lo han hecho a través del buscador, no se han interesado por las propuesta de destinos top que sugerí.

🎯 Han considerado que había bastantes elementos para interactuar con la aplicación y que las pantallas estaban muy completas con respecto a detalles e información.

🎯 Han dedicado tiempo en investigar dentro de cada pantalla aspectos que llamaban su atención como por ejemplo en las galerías de imágenes dedicarle tiempo a visualizar las imágenes, ver los comentarios del hostel que habían elegido, entre otros.

🎯 Hubo alguna dificultad para volver a la página de registro e iniciar sesión desde la página de Buscar alojamiento.

Tarea 2.

“Quieres conocer el nombre de un hostel donde estuviste alojado/a con anterioridad, revisas tus reservas anteriores para conocer el alojamiento”.

A pesar de que ha generado un poco de confusión “Mis reservas” los participantes han realizado las tareas sin inconvenientes.

Hallazgos

🎯 Uno de los participantes ha considerado que cambiando el nombre a “Mis reservas” por “Próximas reservas disponibles” puede reducir las dudas sobre las reservas que no se han disfrutado todavía.

🎯 Uno de los participantes ha propuesto una opción donde se puedan visualizar todas las reservas sin necesidad de estar filtradas por continentes.

Tarea 3

“Has guardado en favoritos un hostel que te gusto, revisa la lista para conocer el nombre del hostel”.

Esta tarea resultó ser bastante fácil y en cuestión de pocos segundos la resolvieron todos los participantes.

Hallazgos

- 🎯 Los participantes han considerado que están contentos con esta opción ya que les permite tener un listado de sus hostels favoritos para consultarlos cuando deseen y recomendárselos a sus amigos.
- 🎯 Un participante opino sobre agregar color en algunos textos para contrastar y que fuera más colorida la página.

Tarea 4.

“Quieres crear un perfil en la aplicación para guardar tus preferencias de búsqueda”.

Los participantes realizaron esta tarea sin problema, al ser una aplicación de testeo y no ser real las opciones de interacción creadas no permitían escribir texto o seleccionar las preferencias basándose en sus gustos, en general si quedaron satisfechos con las pantallas que visualizaron y consideraron que estaban detallados los elementos.

Hallazgos

- 🎯 A pesar que la aplicación tiene sus limitaciones de interacción los participantes estuvieron contentos con respecto a los aspectos que se habían diseñado y tuvieron una opinión positiva con elementos que se habían incluido en la pantalla “editar perfil”, y valoraron muy positivamente la opción de poder subir una foto a tu perfil de fondo y de portada.
- 🎯 Consideraron buena opción tener registrado los viajes que han realizado a través de la aplicación y al mencionarle la posibilidad de poder conocer el perfil de otros usuarios e interactuar con ellos a través de una chat comentaron que era positivo para la aplicación y novedoso.

Resultados cuantitativos de la prueba

A continuación se muestra el tiempo que ha dedicado cada participante en realizar las tareas asignadas. Los resultados del tiempo requerido para completar cada tarea se muestran en la tabla:

	TAREA 1	TAREA 2	TAREA 3	TAREA 4
Participante 1	4 minutos	1 min 20 seg	30 segundos	1 min 10seg
Participante 2	3 min 10 seg	1 min 37 seg	23 segundos	45 seg
Participante 3	3 min 30 seg	1 min 04 seg	20 segundos	1 min



Martin Fuhrmann
pixabay.

4.3 Recorrido cognitivo

El método de evaluación del recorrido cognitivo, es una técnica en el que uno o más expertos realizan una serie de tareas y hacen una serie de preguntas desde la perspectiva del usuario. A partir de los escenarios y tareas que se espera que los usuarios tengan que hacer, el evaluador realiza estas tareas asumiendo el rol de usuario. De esta forma, se comprueba si los objetivos simulados y la carga cognitiva se pueden asumir para que el usuario realice las acciones correctas.

En el siguiente documento se va a proceder a describir el “Recorrido cognitivo”, realizado para la aplicación Hostel&GO en dispositivos móviles.

Funcionalidades de la aplicación

En general, las funcionalidades que presenta la aplicación son las siguientes:

- ✂ Búsqueda y reserva de alojamientos de tipo hostel.
- ✂ Consultar las reservas actuales y las anteriores.
- ✂ Guardar en favoritos los alojamientos que te gusten.
- ✂ Crear en tu perfil preferencias para la búsqueda de alojamientos en base a tus gustos y necesidades.

Perfiles de usuario

Estudiantes del mundo UX, se han reclutado a dos personas expertas para realizar el recorrido cognitivo. El contexto de uso del producto es el mismo que se ha utilizado para los test con usuarios, pero la diferencia del punto de vista de un experto.

Tareas principales a analizar

Las tareas del recorrido cognitivo consisten en las cuatro actividades principales que ofrece la aplicación incluyendo la navegación por la plataforma.

- 1) Iniciar sesión en la aplicación
- 2) Realizar una reserva.
- 3) Consultar las reservas anteriores
- 4) Quitar de favoritos un alojamiento
- 5) Crear el perfil personal y cerrar sesión.

Evaluación de las tareas


A la hora de realizar la evaluación se han clasificado los problemas según su severidad mediante una tabla al final de los objetivos, siguiendo la siguiente escala:

- **Poco grave.** Errores que resultan molestos.
- **Grave.** Errores que deberían resolverse cuanto antes.
- **Muy grave.** Errores que deben resolverse de manera inmediata.

PROBLEMA	POCO GRAVE	GRAVE	MUY GRAVE
Al inicio de la aplicación el botón de Reserva rápida puede dar lugar a confusión			
Falta de consistencia en los botones de retroceso			
En algunas páginas el texto está en un tamaño menor y puede causar un problema de visualización.			
La página intermediaria de reserva anteriores y actuales es innecesaria			
Los botones en mis reservas para navegar de un continente a otro cambian de posición ligeramente.			
En los continentes donde no hay ninguna reserva incluir un enlace para incitar la reserva en esos destinos.			
El icono de cerrar sesión no está a la vista y cuesta encontrarlo.			
Al cambiar la contraseña falta incluir el patrón de seguridad de la contraseña actual para que se haga efectivo el cambio.			
Cuando creas el perfil no hay botón de guardar los cambios.			
Algunos enlaces no están operativos.			

Mejoras

1. Cuando seleccionas los destinos top, incluir una ventana donde aparezca un listado de hostels de ese lugar sin filtrar por fecha ni número de viajeros.
2. Revisar que los botones de filtrado de "mis reservas", tengan la misma altura y cuando se navegue de uno a otro no haya diferencia de posición.
3. En las páginas de "mis reservas" y "favoritos", utilizar recursos como "empty states", en los continentes donde no haya ninguna reserva incluir enlaces para incitar la reserva en esos destinos.
4. Cambiar la ubicación del icono de cerrar sesión.
5. En el botón de cambiar contraseña incluir también la contraseña actual para que se haga efectivo el cambio.
6. Incluir un botón de guardar cuando estás editando el perfil para que se hagan efectivos los cambios.
7. Incluir funcionalidad a los enlaces.



Kalen Emsley
unsplash.

4.4 Evaluación heurística

La evaluación heurística consiste en evaluar los elementos de una interfaz de usuario con el objetivo de medir la calidad con relación a su facilidad para ser aprendido y ser usado por un grupo de usuarios determinado en un contexto concreto.

Busca, por tanto, resultados cualitativos que ayuden a enfatizar los problemas de usabilidad que presenta la interfaz de un producto o sistema.

Metodología

El método de evaluación heurística que se va a utilizar son “Los diez principios heurísticos de Jakob Nielsen (1994)”¹⁷, se va a definir la lista de heurísticos que se utilizará para llevar a cabo la evaluación, teniendo en cuenta los objetivos de esta y el tipo de sistema que va a evaluarse.

Para interpretar los criterios se van a utilizar dos iconos que corresponden a buenas prácticas que se han llevado a cabo y mejoras de usabilidad.

- ✔ Buena práctica resuelta en el prototipo
- ✖ Mejoras pendientes en el prototipo

1. Visibilidad y estado de sistema

El sitio web o aplicación debe siempre mantener informado al usuario de lo que está ocurriendo y proporcionarle respuesta en un tiempo razonable.

- ✔ El usuario sabe dónde se encuentra en todo momento
- ✔ Se informa a los usuarios cuántos pasos le quedan para completar el proceso de reserva.
- ✔ La aplicación incluye de forma visible el título de la página/sección/sitio
- ✔ Se informa a los usuarios el campo de datos que se requiere para completar la información
- ✖ Resaltar el campo de formulario obligatorio para informar a los usuarios que deben completar ese campo.

2. Adecuación entre el sistema y el mundo real

El sitio web o la aplicación debe utilizar el lenguaje del usuario, con expresiones y palabras que le resulten familiares. La información debe aparecer en un orden lógico y natural.

- ✔ La información aparece en un orden lógico para el usuario
- ✔ Cada icono realiza la acción que el usuario espera
- ✔ El diseño de los iconos se corresponde con objetos cotidianos
- ✔ Se utilizan frases y conceptos familiares para el usuario
- ✖ La disponibilidad de idiomas es limitada
- ✔ Permite cambiar la moneda para reservar alojamientos según la ubicación del usuario.

3. Libertad y control por parte de la persona usuaria

En caso de elegir alguna opción del sitio web o aplicación por error, el usuario debe disponer de una salida de emergencia claramente delimitada para abandonar el estado no deseado en el que se halla sin tener que mantener un diálogo largo con el sitio o aplicación. Debe disponer también de la capacidad de deshacer o repetir una acción ejecutada.

- ✔ Todas las pantallas disponen de un botón de volver atrás y el menú está visible en todas las pantallas.
- ✔ Pulsando sobre los iconos del menú permite ir a la página principal de cada sección.

4. Consistencia y estándares

Los usuarios no tienen porqué saber que diferentes palabras, situaciones o acciones significan lo mismo. Es conveniente seguir las convenciones.

- ✔ La aplicación proporciona un idioma similar de mensaje de error con la preferencia de idioma para evitar malentendidos del usuario.
- ✔ Uso los mismos términos en los títulos, botones y etiquetas para proporcionar consistencia en el lenguaje.
- ✔ Un mismo icono tiene el mismo significado en todo el sistema

5. Prevención de errores

Es importante prevenir la existencia de errores mediante un diseño adecuado. Aun así, los mensajes de error deben incluir una confirmación antes de ejecutar las acciones de corrección

- ✔ Indica con un mensaje de error cuando no se ha seleccionado la habitación en el proceso de reserva.
- ✔ Informa a los usuarios sobre todos los pasos del proceso de reserva.
- ✔ Proporciona un mensaje de confirmación una vez que se ha realizado una reserva.
- ✔ Notifica la eliminación de un alojamiento en favoritos cuando se desee eliminarlo de la lista.

6. Reconocimiento antes que recuerdo:

Hacer visibles objetos, acciones y opciones para que el usuario no tenga por qué recordar información entre distintas secciones o partes del sitio web o aplicación. Las instrucciones de uso deben estar visibles o ser fácilmente localizables.

- ✔ Es una aplicación sencilla de utilizar.
- ✔ Se puede acceder a las pantallas principales de cada sección a través de los iconos correspondientes.
- ✖ El prototipo no contiene instrucciones de uso de la aplicación.

7. Flexibilidad y eficiencia en el uso:

Los aceleradores o atajos de teclado pueden hacer más rápida la interacción para usuarios expertos, de tal manera que el sitio web o aplicación sea útil tanto para usuarios novatos como avanzados. Se debe permitir a los usuarios configurar acciones frecuentes con atajos de teclado.

- ✔ Las funciones de búsqueda de hostels permiten cargar y mostrar resultados
- ✔ Existe un filtro de búsqueda de alojamientos para unos resultados en base a tus preferencias.
- ✔ La aplicación proporciona en el perfil del usuario cambiar las preferencias personales, la contraseña personal y la moneda.

8. Diseño estético y minimalista

Las páginas no deben contener información irrelevante o innecesaria. Cada información extra compite con la información relevante y disminuye su visibilidad.

- ✔ Se ha diseñado el prototipado sin exceso de información
- ✔ La información es corta, sencilla y fácil de entender.
- ✔ El texto y la estructura están bien organizados con títulos y frases cortas.

9. Ayuda a las personas usuarias a reconocer y diagnosticar los errores y a recuperarse

Los mensajes de error deben expresarse en un lenguaje común y sencillo, que indique con precisión el problema y sugiera las posibles alternativas o soluciones.

- ✔ En el prototipo si constan los mensajes de confirmación cuando se realiza una reserva.
- ✔ En la sección de favoritos está incluido un botón de eliminar para borrar los hostels que no se deseen permanecer en la lista de favoritos.
- ✔ La aplicación notifica a los usuarios cuando no se selecciona una opción que impide continuar con el procedimiento de reserva.
- ✖ El prototipo no presenta mensaje de error cuando los usuarios ingresan una contraseña incorrecta en la página de iniciar sesión.
- ✖ El prototipo no presenta ningún botón de Guardar cuando el usuario esté creando su perfil.
- ✖ La aplicación debe proporcionar el botón Eliminar para todo el historial de reservas anteriores.

10. Ayuda y documentación

Aunque es mejor que el sitio web o aplicación pueda ser usado sin documentación, puede ser necesario suministrar cierto tipo de ayuda. En ese caso, la ayuda debe ser fácil de localizar, tiene que especificar los pasos necesarios y no debe ser muy extensa.

- ✖ El prototipo no presenta un manual de ayuda para el usuario.







Lalo Hernández
unsplash.


4.5 Mejoras prototipo










Una vez realizado las 3 evaluaciones con y sin usuarios, se ha generado una lista de puntos de mejora para aplicar al prototipo, algunos de ellos si se han podido implementar en el prototipo final, otros en cambio, por falta de tiempo no se han podido llevar a cabo pero se tendrán en cuenta para mejorar el producto.

Mejoras que si se han implementado en el prototipo interactivo.

-  En el botón de cambiar contraseña se ha incluido el formulario de cambiar la contraseña actual para que se haga efectivo el cambio.
-  En las páginas de “mis reservas” y “favoritos” se ha incorporado los recursos de “empty states” para fomentar la búsqueda de alojamientos de esos destinos.
-  Se ha implementado la mejora de añadir un botón de cerrar sesión a la vista del perfil del usuario.
-  Los botones de volver se han creado a mayor tamaño.

Los puntos de mejora que se aplicarán al prototipo final serán los siguientes:

-  En la página de Iniciar sesión y Crear cuenta resaltar el campo de formulario obligatorio para informar a los usuarios que deben completar ese campo.

-  Crear un manual de usuario que sirva de guía para los usuarios que usan la aplicación por primera vez.
-  Crear mensajes de error en las acciones que lo requieran.
-  Añadir una opción de eliminar en la pantalla de “Reservas anteriores” para eliminar las reservas que no se quieran guardar en el historial.
-  Para visualizar las reservas actuales anteriores y la página de favoritos añadir una acción que permita ver todos los alojamientos sin tener que filtrarlos por continentes.
-  Mejorar el diseño de algunas pantallas.
-  Implementar un chat que permita interactuar con otros viajeros y visitar su perfil.
-  Añadir en la página de favoritos un icono de compartir.
-  Cuando el usuario presiona el botón atrás en el dispositivo más de 2 veces en la pantalla de inicio el usuario debería poder salir de la aplicación.
-  En algunas pantallas incluir acciones de “todos” y “eliminar”.

Se puede acceder al prototipo interactivo actualizado mediante este link:

[Hostel&GO](#)

4.6 Conclusiones

La realización de este proyecto final de máster ha sido una experiencia enriquecedora ya que me ha permitido investigar, conocer y aprender sobre los viajeros en solitario y sus preferencias de alojamiento. El objetivo principal de la aplicación ha sido facilitar la búsqueda de alojamiento basándose en las preferencias de los usuarios, fomentando las actividades de socialización y convirtiendo el viaje en una experiencia inolvidable.

Posteriormente a la planificación presentada en la PEC1, se realizaron mejoras en la estimación de horas para cada proyecto y la creación del Diagrama de Gantt.

También se decidió prescindir del método Lean UX, ya que es un método que condiciona bastante la forma de trabajar y que conlleva recursos temporales que tras revisar la planificación no se disponía de ellos, cómo reemplazo de esta técnica se optó por otros métodos que permitieron empatizar con el usuario y ofrecer una mejor experiencia con el producto a diseñar.

Con respecto a los problemas encontrados durante la planificación, la idea original de las entrevistas era acudir a los hostels y realizar entrevistas a los viajeros que se encontraran en el lugar, pero debido a la situación que vive el país tuve que descartar la idea y buscar a gente de mi entorno que sabía de antemano que viajan en solitario.


Otra de las razones por las que escogí las entrevistas y no las encuestas, fue porque si hubiera realizado la encuesta teniendo en cuenta este “estado de alarma” hubiera caído en manos de gente que nunca viajan solas o que normalmente se alojan en hoteles y no hubieran sido mi objetivo de estudio.

El momento más difícil del proyecto ha sido reclutar a los participantes para realizar el testeo de la aplicación, debido al distanciamiento y la poca disponibilidad con la que contaban ha sido una tarea difícil de organizar, pero al final si se ha podido llevar a cabo, en remoto.

La parte más gratificante del proyecto han sido las entrevistas ya que me ha permitido conocer los comportamientos y motivaciones de los viajeros, además, he incluido en la parte de anexos del proyecto una sección llamada “anécdotas del viajero”, donde se narran historias que han experimentado los viajeros durante sus estancias.

Gracias a las herramientas digitales se ha podido llevar a cabo los métodos de la planificación y los objetivos planteados se han conseguido en su mayoría, adaptando las metodologías a las necesidades actuales.

Finalmente quiero agradecer este proyecto a todas aquellas personas que me han brindado ayuda y han enriquecido este proyecto con sus aportaciones.

An aerial photograph of a stunning fjord in Lofoten, Norway. The scene is captured during the golden hour, with the sun low on the horizon, casting a warm glow over the water and the surrounding jagged, rocky mountains. A small village with several buildings and a winding road is visible on the right side of the fjord. The foreground shows a rocky, moss-covered hillside. The overall atmosphere is serene and majestic.

Federico Rizzarelli
unsplash.

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

REFERENCIAS

- ¹**Ferrer, R.** (2018, 16 de abril) "Los millennials, ¿quiénes son?". *Caixabank research* [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 27 septiembre del 2020]. <<https://www.caixabankresearch.com/es/economia-y-mercados/mercado-laboral-y-demografia/millennials-quienes-son>>
- ²**Tuñón, J.** "Informe OBS: En 2020 Millennials y Centennials representarán el 59% de la población del planeta ". *OBS Business* [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 27 septiembre del 2020]. <<https://obsbusiness.school/es/informe-obs/informe-obs-en-2020-millennials-y-centennials-representaran-el-59-de-la-poblacion-del-planeta>>
- ³**Lanzas, M.** (2019, 27 de junio) "Generación Millennial: el fenómeno sociológico de la época". *El mundo* [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 23 septiembre del 2020]. <<https://www.elmundo.es/eme/diseno/2018/06/14/5b214755268e3e6e418b4624.html>>
- ⁴**MDO.** (2018, 24 de mayo) " Los millennials: radiografía de una generación". *madridiario.es* [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 24 septiembre del 2020]. <<https://www.madridiario.es/456500/radiografia-de-una-generacion:-los-millennials>>
- ⁵**Hinojosa, V.** (2020, 3 de marzo) "El éxito de los hostels: flexibilidad para adaptarse a su cliente objetivo" *hosteltur.com* [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 24 septiembre del 2020]. <https://www.hosteltur.com/134934_el-exito-de-los-hostels-flexibilidad-para-adaptarse-a-su-cliente-objetivo.html>
- ⁶**Booking.com** (2017, 30 de mayo) " Tu próximo destino lo decidirán las redes sociales". *Booking.com* [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 23 septiembre del 2020]. <<https://news.booking.com/tu-proximo-destino-lo-decidiran-las-redes-sociales/>>
- ⁷**Eserp.** (2017, enero) " Estudio sobre los hábitos de los millennials" *es.eserp.com* [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 26 septiembre del 2020]. <<https://es.eserp.com/articulos/eserp-hundred-rooms-realizan-estudio-los-habitos-millennials/>>
- ⁸**Hosteltur Economía.** (2019, 13 de octubre) " Las tendencias que marcarán la demanda de viajes en 2020" *hosteltur.com* [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 24 septiembre del 2020]. <https://www.hosteltur.com/131927_las-tendencias-que-marcaran-la-demanda-de-viajes-en-2020.html>
- ⁹**AEHM.** (2019, 28 de noviembre) " La inversión en hostels sigue creciendo y se ha convertido en un segmento del sector con amplio recorrido en España" *aehm.es* [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 24 septiembre del 2020]. <<https://aehm.es/la-inversion-en-hostels-sigue-creciendo-y-se-ha-convertido-en-un-segmento-del-sector-con-amplio-recorrido-en-espana/>>
- ¹⁰**Tecnohotel.** (2020, 16 de julio) "Los viajeros solitarios crecen en esta nueva normalidad" *tecnohotelnews.com* [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 27 septiembre del 2020]. <<https://tecnohotelnews.com/2020/07/16/viajeros-solitarios-nueva-normalidad/>>

¹¹**Wysetc.org** (2016, marzo) “Global Report on the Power of Youth Travel 2016”. *Wyse Travel Confederation* [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 4 noviembre del 2020]. <<https://www.wysetc.org/research/reports/global-report-on-the-power-of-youth-travel-2016/>>

¹²**Klook** (2019, 20 noviembre) “Unpacking Solo Travel: Klook’s global survey uncovers our love-hate relationship with solo travel”. Klook [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 4 noviembre del 2020]. <<https://www.klook.com/newsroom/content/6388?n=0>>

¹³**Brown R.**(2019, 7 octubre) “What billions of GDS data signals tell us about traveler booking behavior”. Travelport [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 4 noviembre del 2020]. <<https://www.phocuswire.com/Travel-booking-behavior-data-signals>>Ad

¹⁴**Adventure Travel** (2018) “20 Adventure Trends to Watch in 2018”. Adventure Travel [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 5 noviembre del 2020]. <<https://www.adventuretravel.biz/research/20-adventure-trends-to-watch-for-2018/>>

¹⁵**IGN24** (2020, 12 enero) “Over 85% of solo travelers are women- adventure travel reports”. industryglobalnews24.com [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 5 noviembre del 2020]. <<https://industryglobalnews24.com/over-85-of-solo-travelers-are-women-adventure-travel-reports>>

¹⁶**Solo Traveler** (2018) “Solo Travelers’ Travel and Spending Habits – 2018 Survey Results”. *Solo Travel World* [artículo en línea]. [Fecha de consulta: 5 noviembre del 2020]. <<https://solotravelerworld.com/about/solo-travel-statistics-data/>>

¹⁷**Zapata, M.**(2020). Métodos de evaluación sin usuarios. Universitat Oberta de Catalunya.

ANEXOS



Diagrama de Gantt



Transcripción de las entrevistas: Pregunta 1

	Edad	1-Ideas generales y planificación
Entrevistado 1	30 años	<ul style="list-style-type: none"> -Independencia y ganas de viajar -Mejora su experiencia -Consulta las opiniones de otros viajeros y las valora -Escoge la mejor opción económica
Entrevistado 2	28 años	<ul style="list-style-type: none"> -Por elección, libertad de decidir, ponerse a prueba, adrenalina. -No conoce a más chicas de su entorno que viajen sola. -Las opiniones son referencia para sus viajes -Coge el precio más barato
Entrevistado 3	26 años	<ul style="list-style-type: none"> -Mayor disponibilidad, aprovecha cada oportunidad de viaje -También viaja en compañía -Las reseñas le dan confianza -Revisa el precio llamando al alojamiento
Entrevistado 4	32 años	<ul style="list-style-type: none"> -Por elección, también con más gente -Vive más los viajes -Experiencia más profunda -No suele fijarse en los comentarios -Escoge el alojamiento que más le conviene

Transcripción de las entrevistas: Pregunta 2

	Edad	2- Planificando el viaje
Entrevistado 1	30 años	<ul style="list-style-type: none"> -Entre 1 a 3 meses -Depende del destino planifica su viaje -Descontento si no se han incluido las tasas turísticas en el precio -Usa los filtros en la búsqueda del alojamiento -Viajes cortos entre 4 a 6 días, viajes largos 15 días.
Entrevistado 2	28 años	<ul style="list-style-type: none"> -9 meses de antelación -Lleva todo organizado -No le gusta si el alojamiento no tiene habitaciones femeninas -Poca fiabilidad los alojamientos que inflan el precio -15 días de viaje pero cambiando el destino
Entrevistado 3	26 años	<ul style="list-style-type: none"> -2 meses antes -Planea los sitios y le gusta improvisar -Descontento si el proceso de reserva es largo -Las recomendaciones de las app no sean la mejor opción para mi -Estancia media viajes cortos 4 días y largos 15 días.
Entrevistado 4	32 años	<ul style="list-style-type: none"> -Semanas incluso días -No planifica su viaje, va improvisando sobre la marcha. -No le gusta que en las habitaciones haya muchas personas. -Descontento si no indican el precio final. -Destino nacional entre 3 y 5 días y viajes internacionales entre 1 semana y 15 días.

Transcripción de las entrevistas: Pregunta 3

	Edad	3- Lugar de destino
Entrevistado 1	30 años	<ul style="list-style-type: none"> -Escoge lugares turísticos y en otras ocasiones lugares únicos -No suele contratar las atracciones turísticas, espera a llegar al lugar -Escoge alojamientos según sus instalaciones y la ubicación -Hace sus reservas a través de la app -Se relaciona con viajeros y locales
Entrevistado 2	28 años	<ul style="list-style-type: none"> -Lugares recomendados por otras personas -Si contrata con anticipación -Confiar en la veracidad de los comentarios y no sentirse engañada -Compara precios antes de reservar en aplicaciones se relaciona con viajeros y locales
Entrevistado 3	26 años	<ul style="list-style-type: none"> -Destinos top -Prefiere esperar a llegar al lugar por si las condiciones climáticas cambian sus planes -Escoge alojamientos que tienen desayuno incluido y organice actividades. -Hace sus reservas en las aplicaciones -Se relaciona con viajeros y locales
Entrevistado 4	32 años	<ul style="list-style-type: none"> -Destinos aleatorios, le encanta Latinoamérica -Se espera a llegar al destino por si cambia de planes -La limpieza y comodidad del alojamiento y zonas comunes amplias le gusta que tengan bar. -Le gusta improvisar, reserva las 2 primeras noches -Se relaciona con viajeros y locales

Transcripción de las entrevistas: Pregunta 4

	Edad	4- Preferencias
Entrevistado 1	30 años	<ul style="list-style-type: none"> - Contacto con la gente y libertad de elección -Elige hostel y habitaciones máximo 8 personas -Ubicación, limpieza, servicios que ofrece y seguridad -Depende el presupuesto opta por los destinos internacionales -Experiencia de viajar solo recomendable
Entrevistado 2	28 años	<ul style="list-style-type: none"> -Independencia, libertad de elegir y dejarse llevar -Habitacione femeninas máximo 6 personas Limpieza, ubicación y servicios que ofrece -Destinos internacionales -Viajar sola te ayuda a gestionar situaciones difíciles
Entrevistado 3	26 años	<ul style="list-style-type: none"> -Disfrutar del viaje desde otra perspectiva -Habitacione femeninas máximo 6 personas -Limpieza y ubicación primordial, servicios que ofrece -Destinos internacionales, enriquecen más -Viajar sola te cambia la vida
Entrevistado 4	32 años	<ul style="list-style-type: none"> -Le gusta hacer lo que le apetece sin tener que consultar -Habitaciones mixtas, no más de 8 personas Limpieza y ubicación, servicios que ofrece el hostel fundamental -Destinos internacionales, Latinoamérica -Viajando solo descubres más cosas y hablas con más gente

Consentimiento informado entrevistas

He realizado un documento de consentimiento informado para comunicar a los participantes de todos sus derechos en cuanto a su participación en el estudio del proyecto, que pueden firmar cada uno de ellos antes de ser entrevistados.

El propósito de este estudio:

Tu participación en este estudio nos ayudará a poder crear una aplicación que ayude a los viajeros a reservar alojamientos y conocer cuales son las motivaciones para emprender los viajes en solitario.

Responsables del estudio:

La persona que realizará la entrevista es Cristina Casado Rodríguez, en el caso de cualquier duda o desistimiento puedes ponerte en contacto al email.

ccasado2@uoc.edu

Tu participación en el estudio es totalmente voluntaria, puedes abandonar o tomar un descanso en el momento que lo desees.

Garantizar la privacidad:

- Las grabaciones serán confidenciales y no se compartirán fuera de este proyecto.
- Tus datos en la transcripción de las respuestas son anónimos, es decir, ni tu nombre ni tu identidad será asociada en nuestros informes a nada que hayas dicho o hecho.
- Antes de marchar, el entrevistador te dará una copia de este documento. Si quieres cancelar el consentimiento, ponte en contacto con la persona entrevistadora, cuyos datos se encuentran en este formulario, y se encargará de eliminar cualquier dato personal tuyo (incluidas las grabaciones). Si no, tus datos personales se eliminarán pasados 12 meses.

Cristina Casado Rodríguez

Tu consentimiento

Por favor, firma este documento mostrando tu consentimiento para que podamos recoger esta información.

Doy mi consentimiento para:

- Grabar en vídeo la sesión.
- Que el equipo del proyecto pueda ver las grabaciones en el futuro.

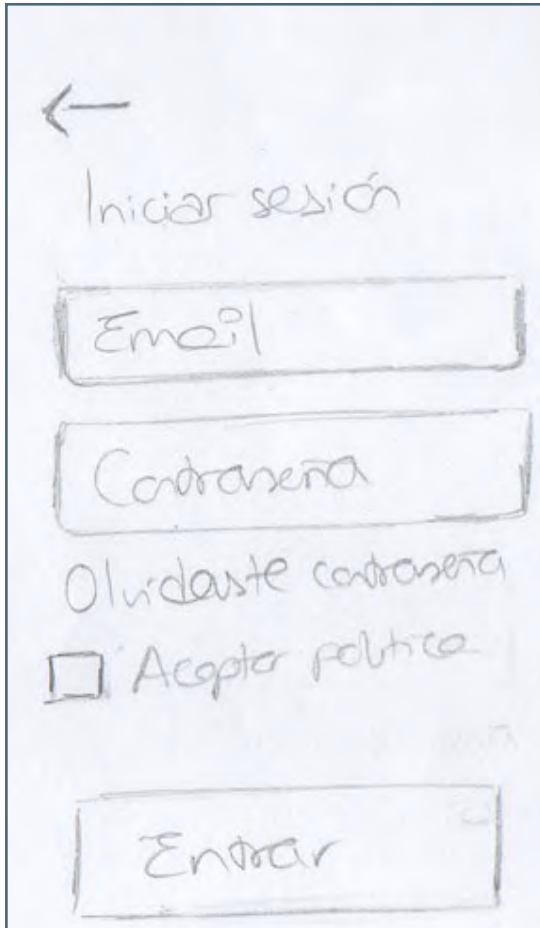
Tu nombre:

Fecha.....

Tu Firma:

Sketch

Un sketch es un simple esbozo de la estructuración de pantallas de la aplicación, se ha realizado el sketching para conocer cómo estarán estructuradas y ordenadas las diferentes pantallas y la arquitectura de la información antes de hacer el wireframe de baja fidelidad.



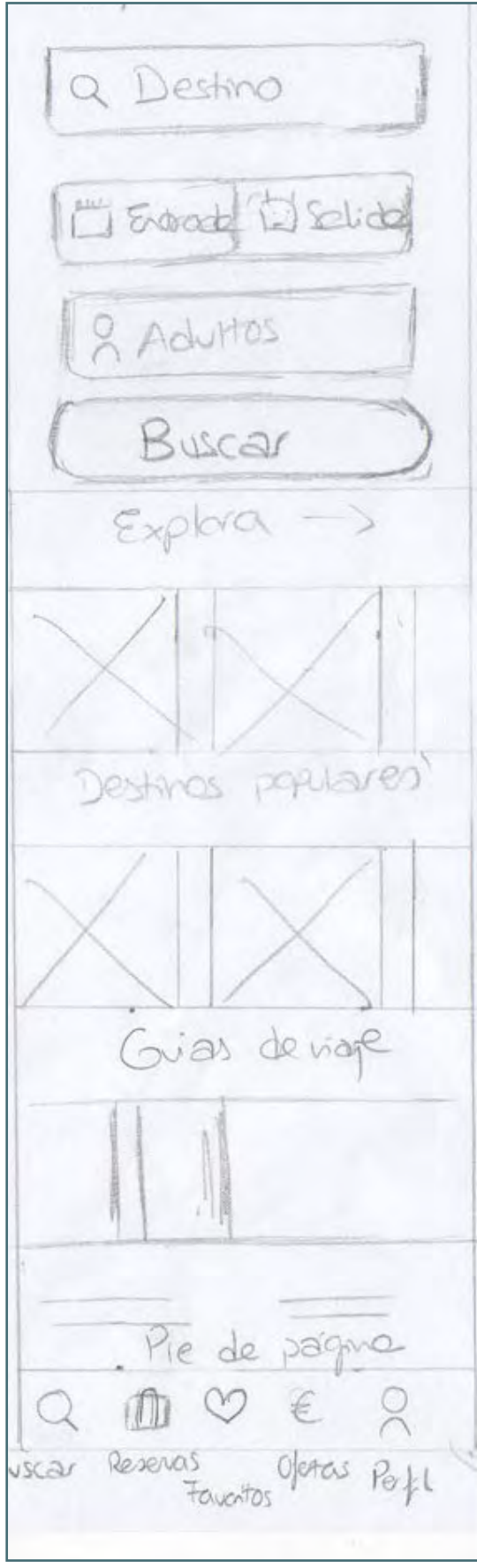
Inicio sesión



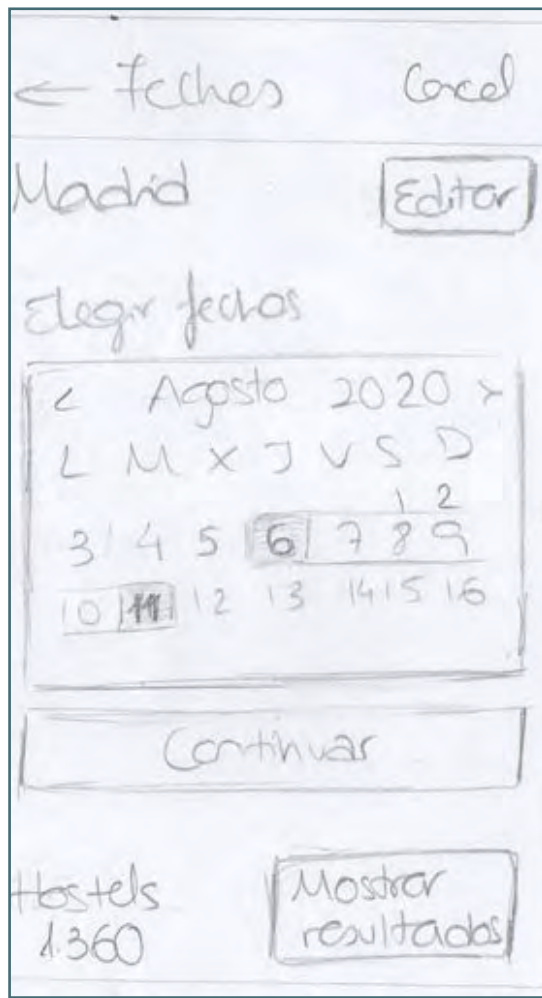
Recuperar contraseña



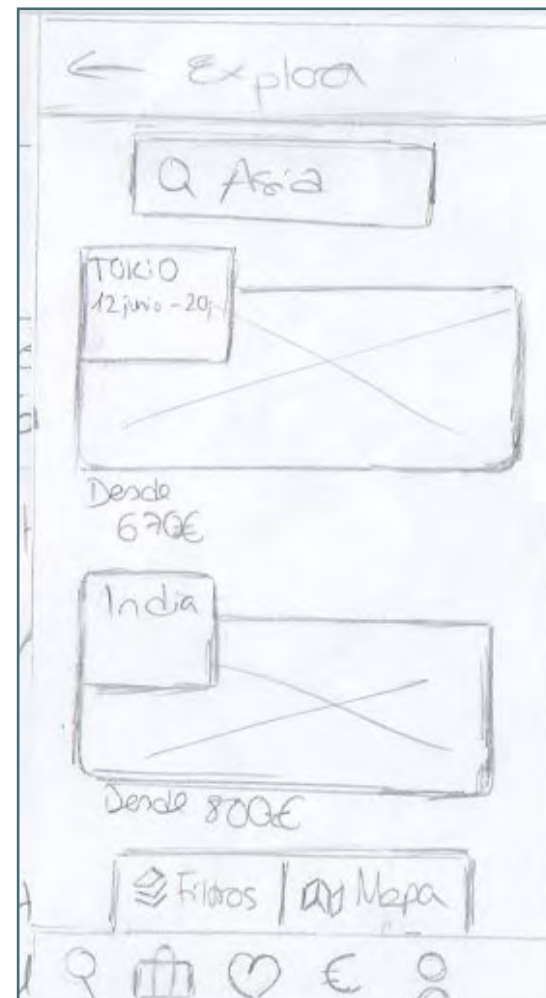
Registro



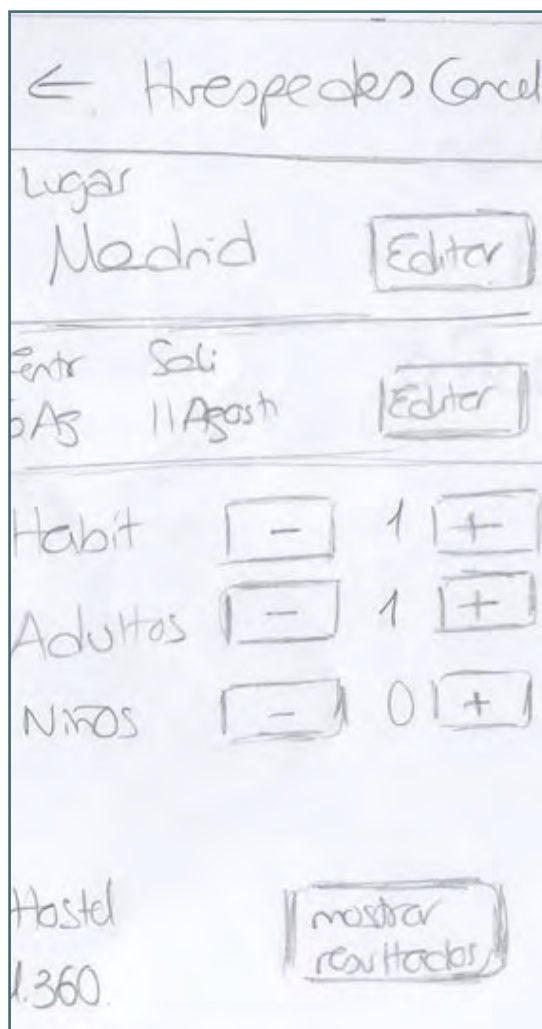
Búsqueda



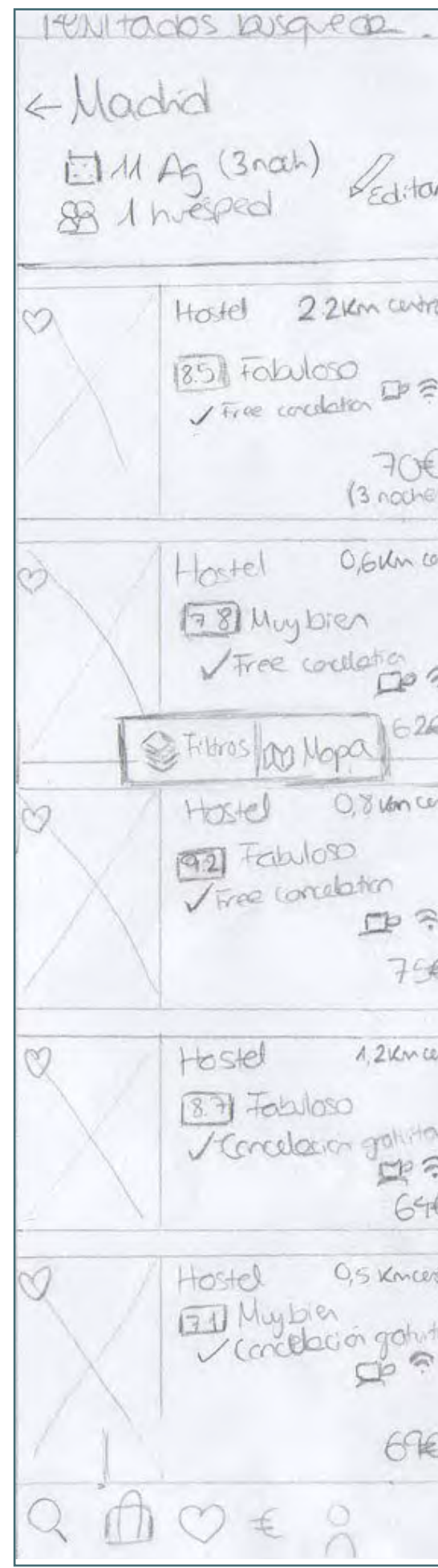
Añadir fechas



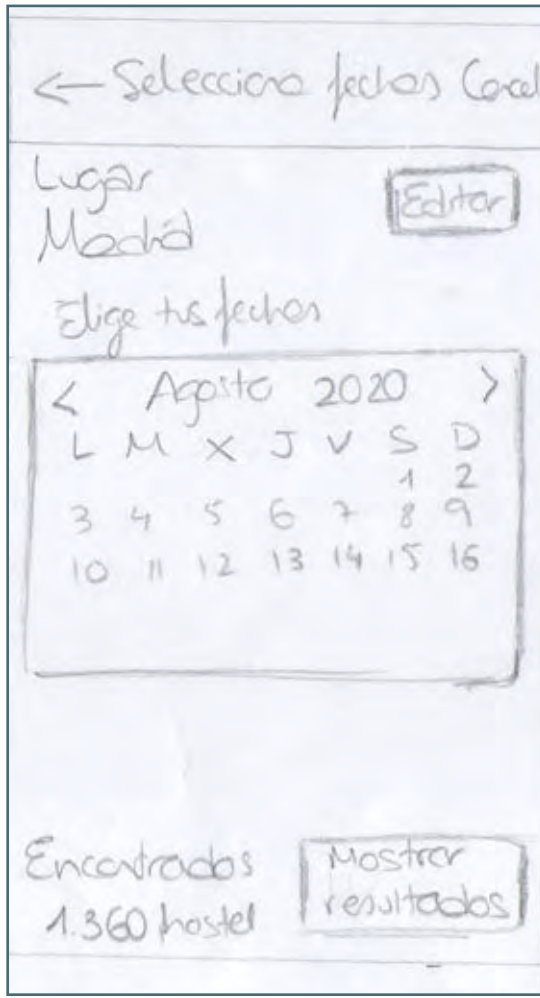
Destinos recomendados



Añadir adultos/habitaciones



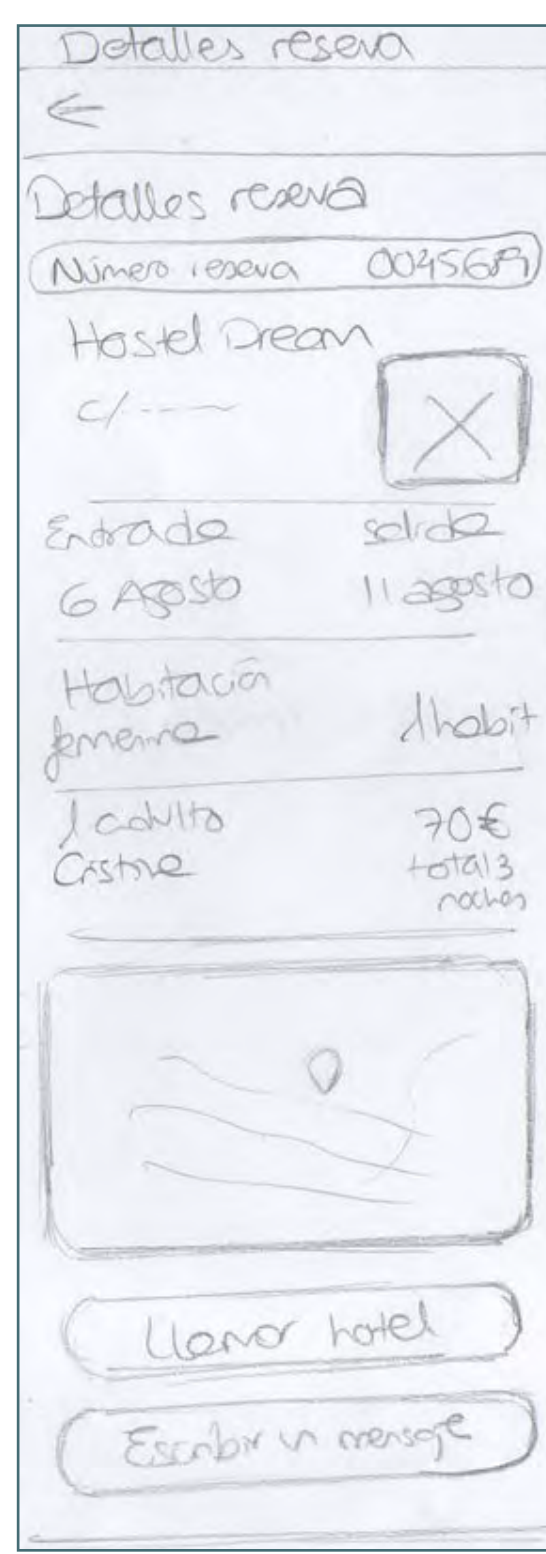
Resultados búsqueda



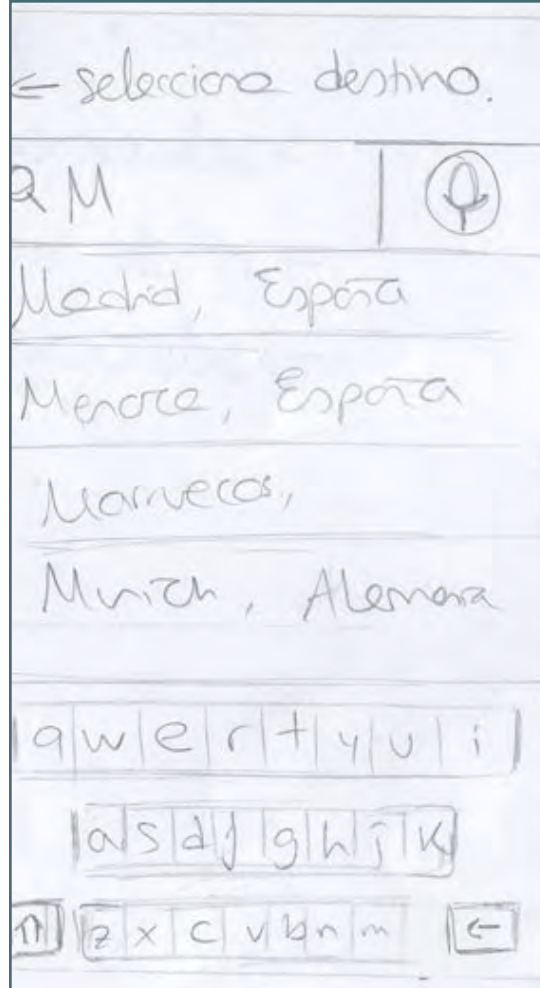
Seleccionar fechas



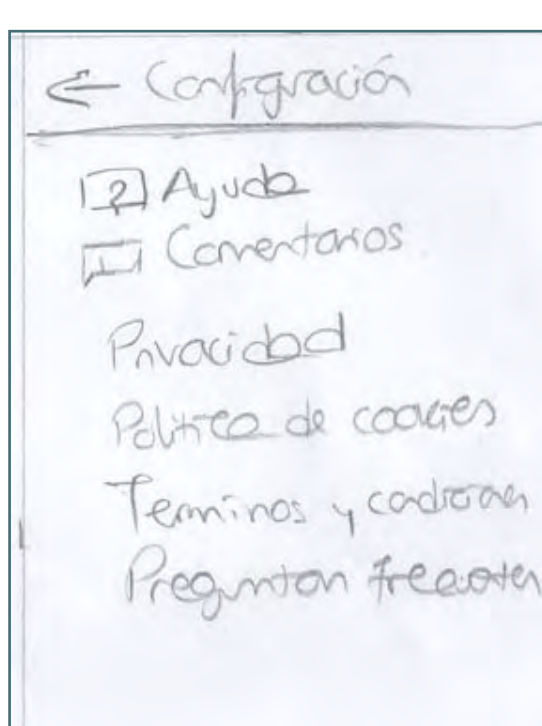
Seleccionar alojamiento



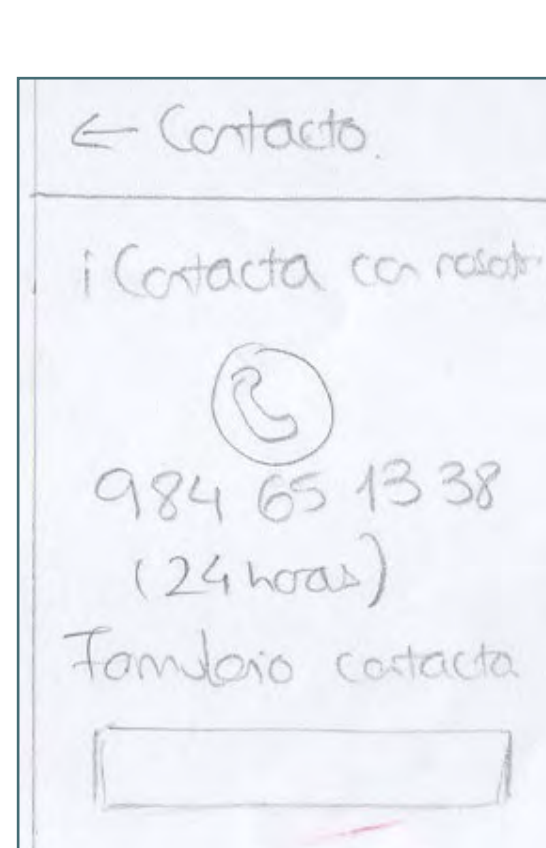
Detalles reserva



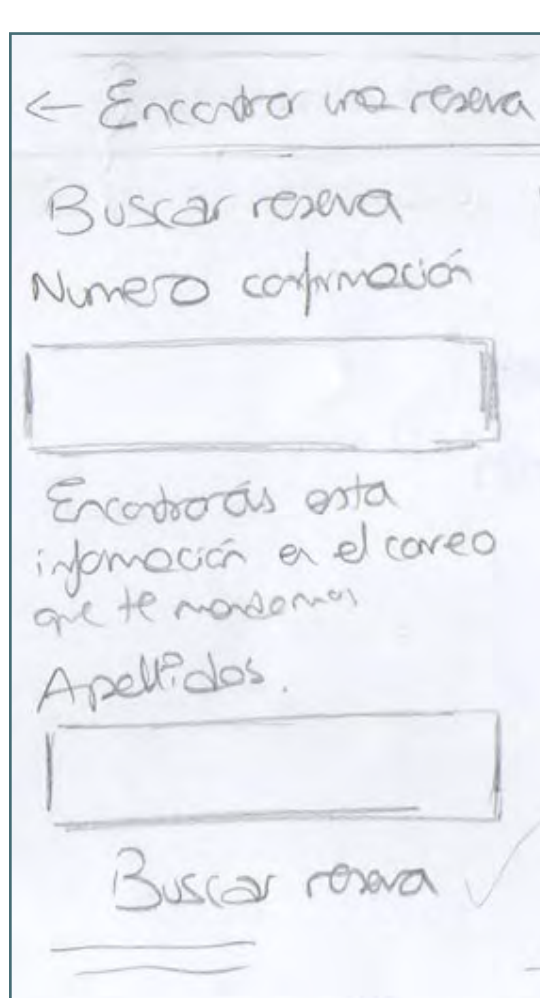
Búsqueda destino



Configuración



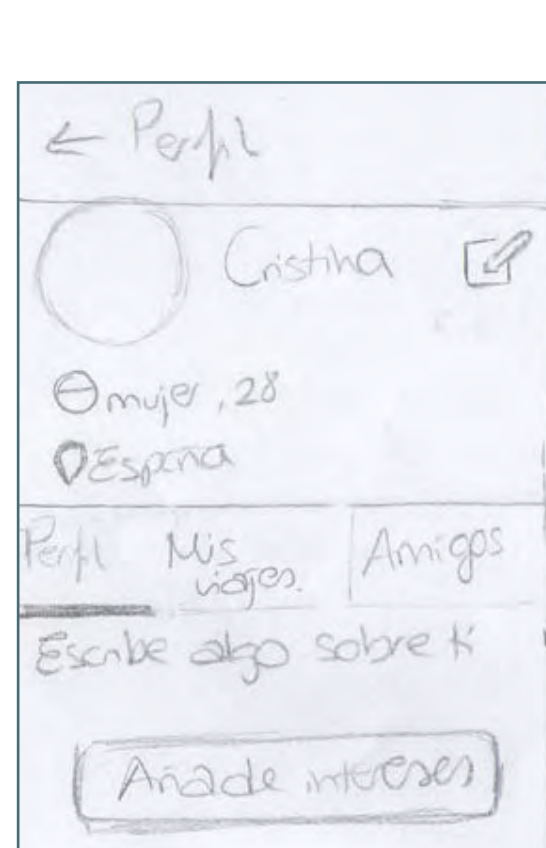
Contacto



Encontrar una reserva



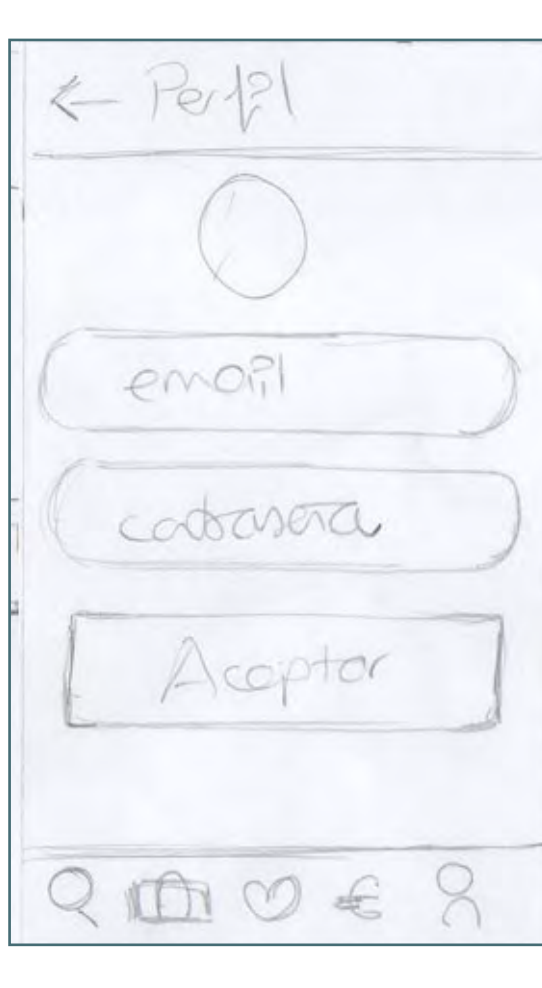
Favoritos



Perfil



Escribir reseña



Perfil



Mis viajes



Mis reservas

Wireframe baja fidelidad

Creación de los prototipos con pocos detalles que permiten identificar el sistema de navegación de la aplicación, así como la estructura que tendrá las diferentes pantallas y los procesos que seguirá el usuario para alcanzar un objetivo.



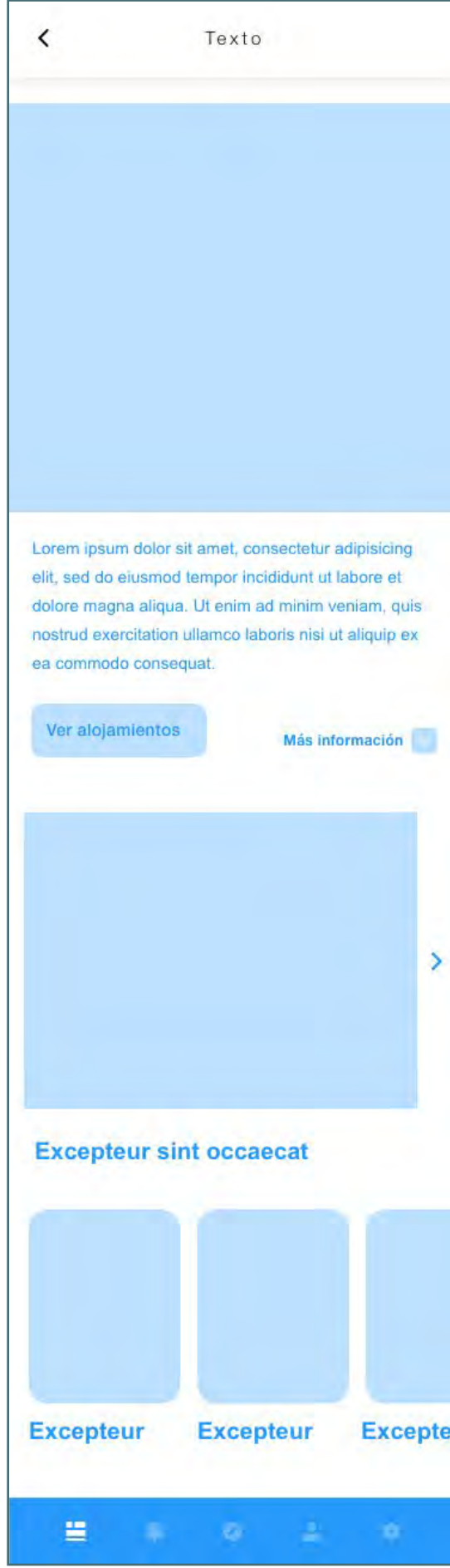
Bienvenida



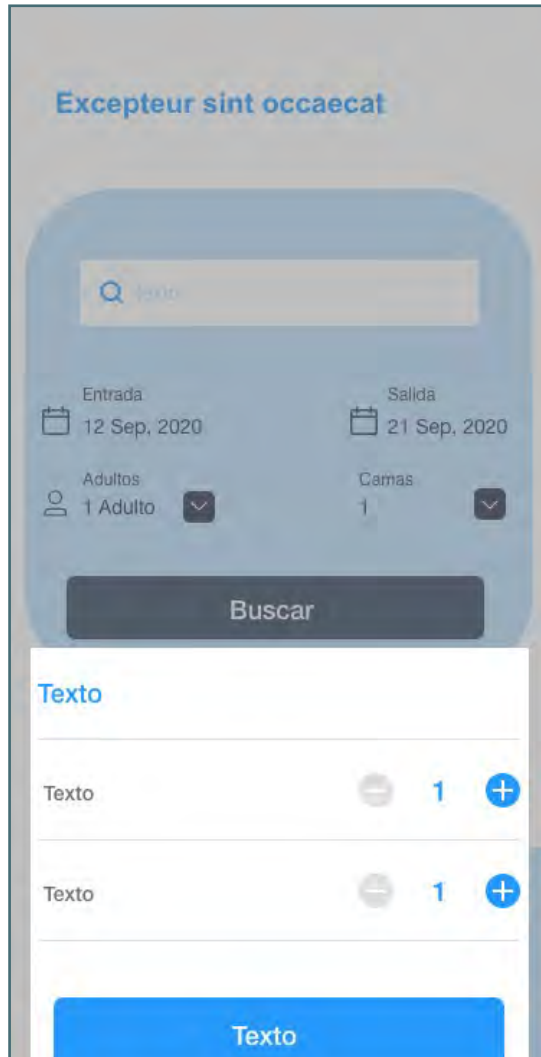
Inicio sesión



Crear cuenta



Búsqueda destino



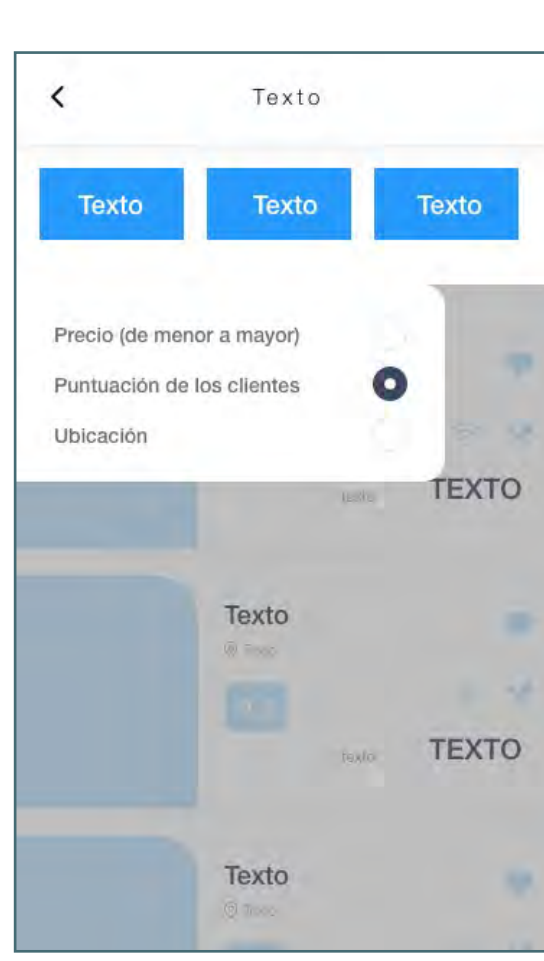
Añadir adultos



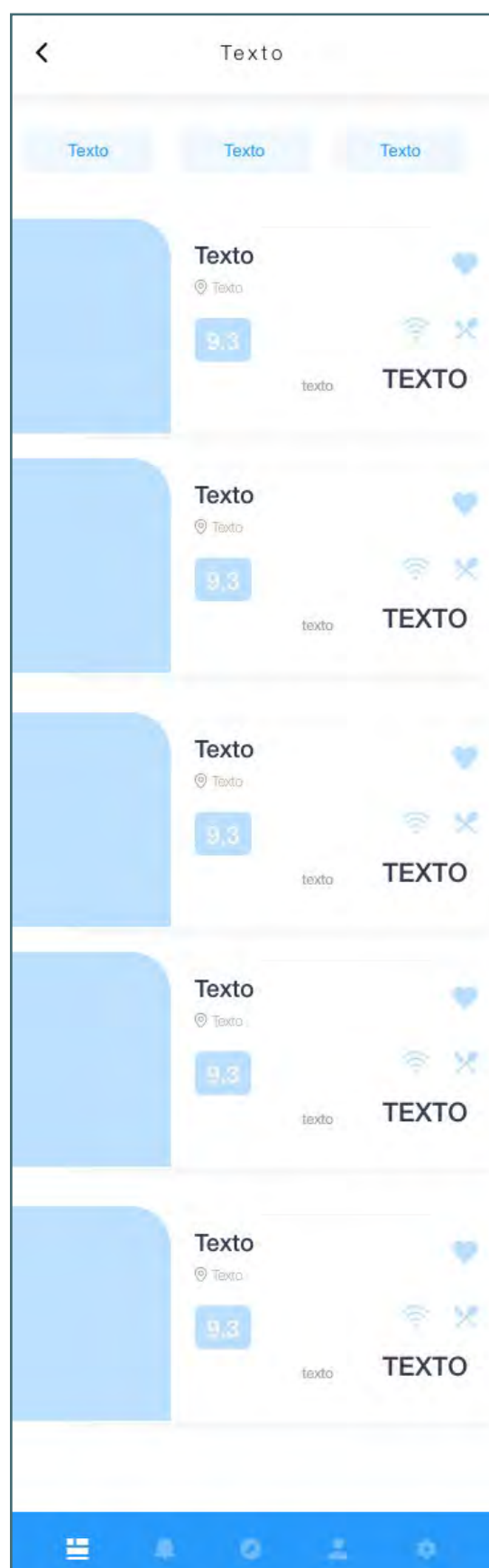
Filtros mapa



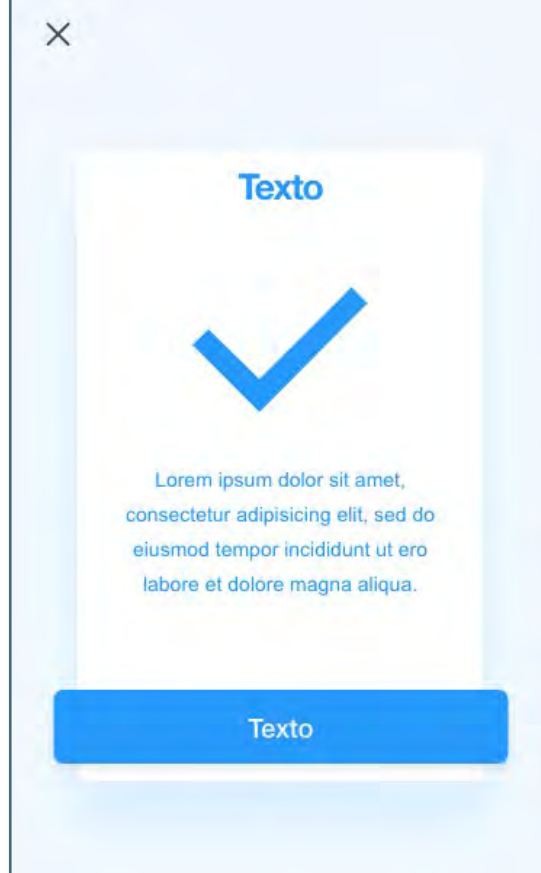
Preferencias



Filtro ordenar



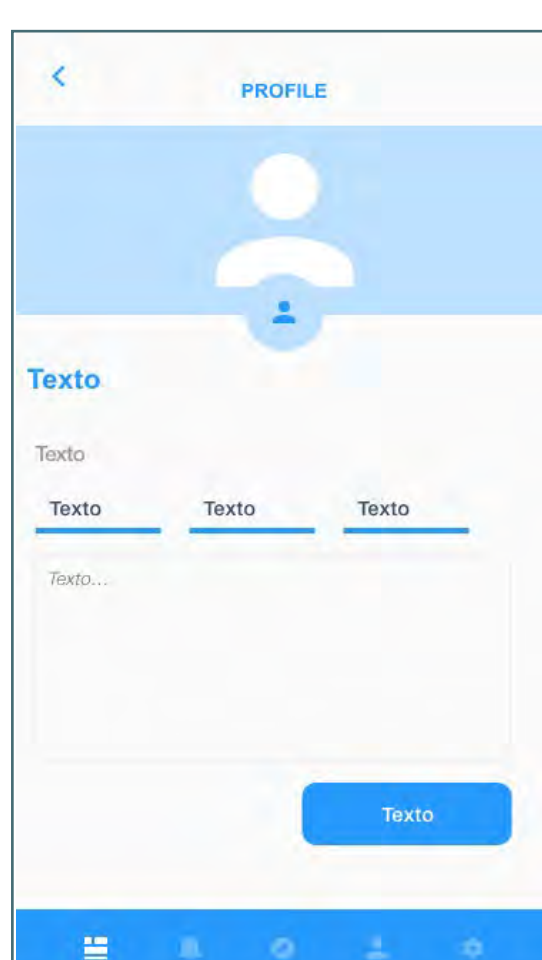
Resultados búsqueda



Confirmación reserva



Mi perfil



Mi perfil



Preferencias perfil



Ver reservas continente



Ver reservas continente



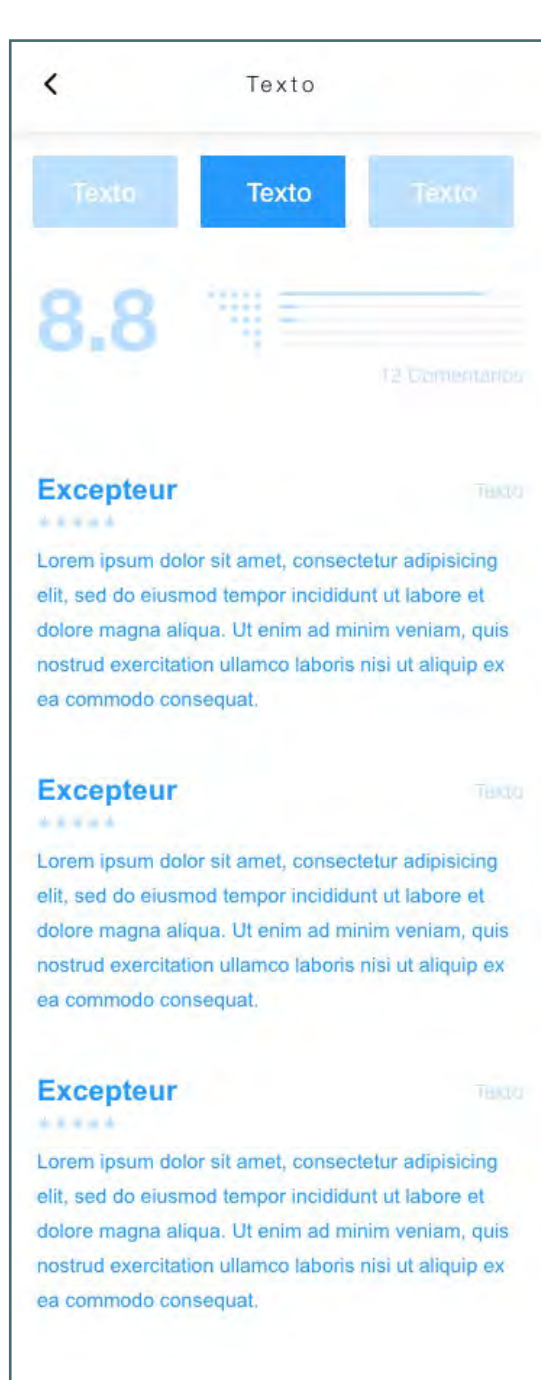
Reservas anteriores



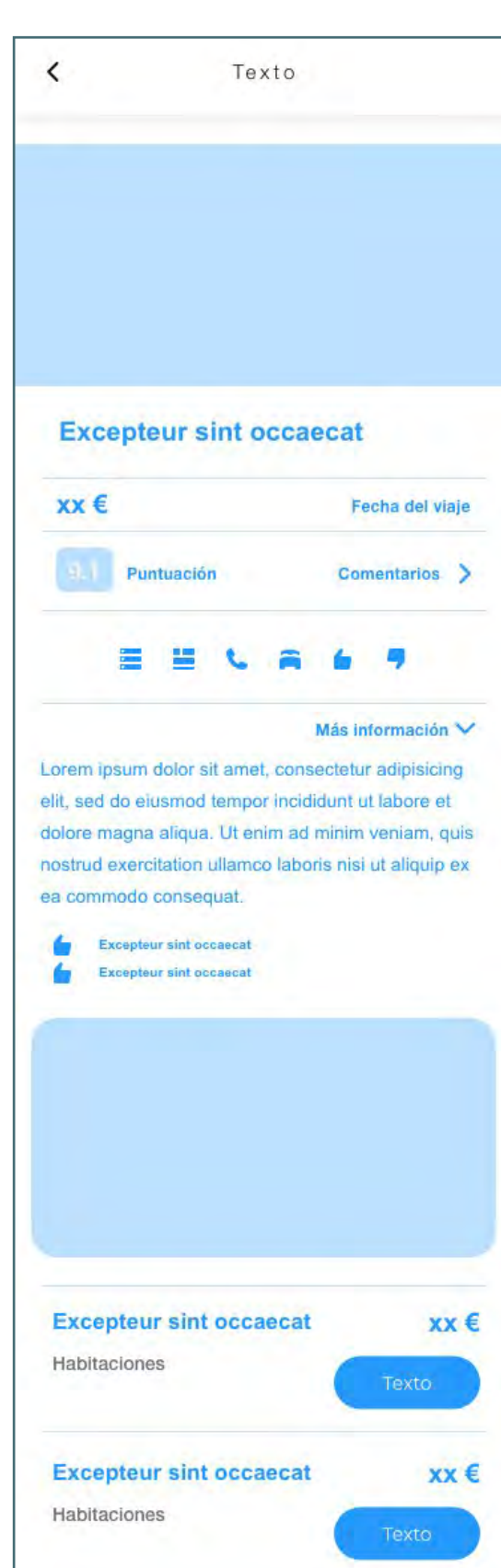
Reservas anteriores



Recuperar contraseña



Opiniones



Ver alojamientos

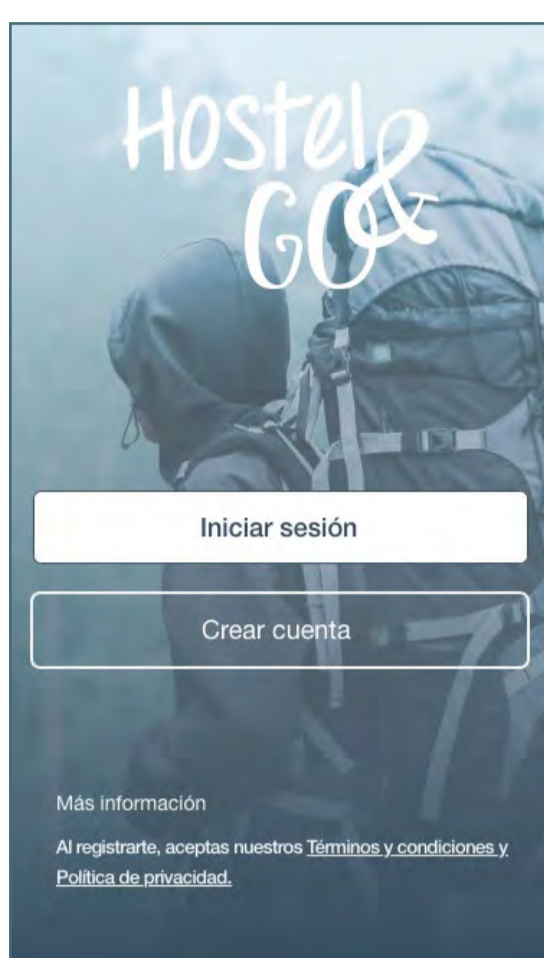
Prototipo de alta fidelidad

El diseño visual y comunicativo ya aplicado, se incorporan detalles tiene un acabado visual más elaborado que en fases anteriores.

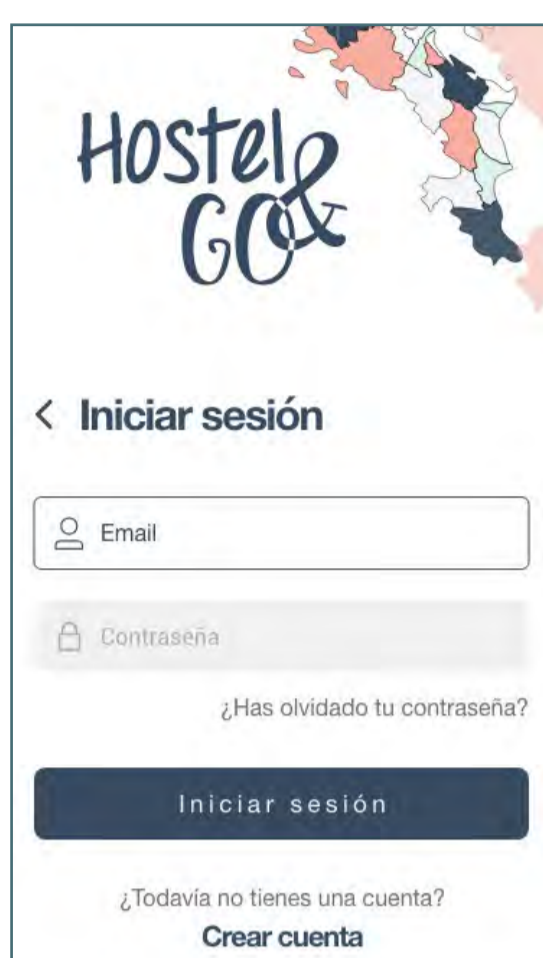
En este enlace se puede visualizar el prototipo interactivo:

[Hostel&GO](#)

Pantallas Bienvenida/ Inicio sesión / Registro



Bienvenida



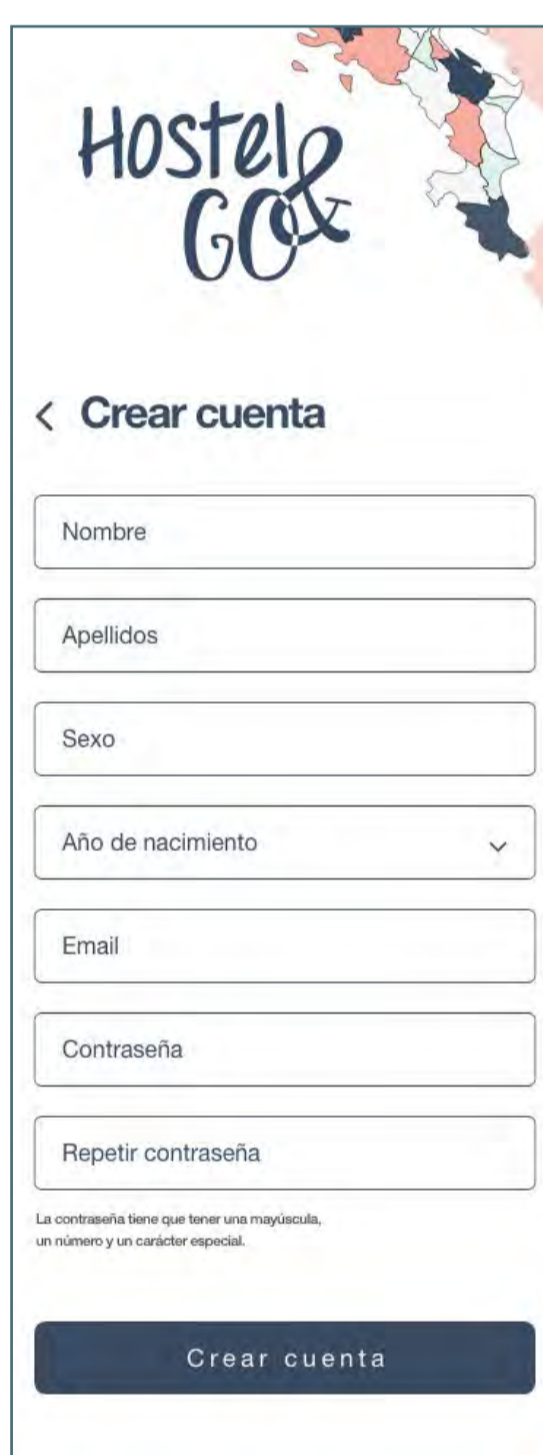
Inicio sesión



Inicio sesión



Recuperar contraseña



Crear cuenta



Seleccionar fecha de nacimiento



Seleccionar sexo

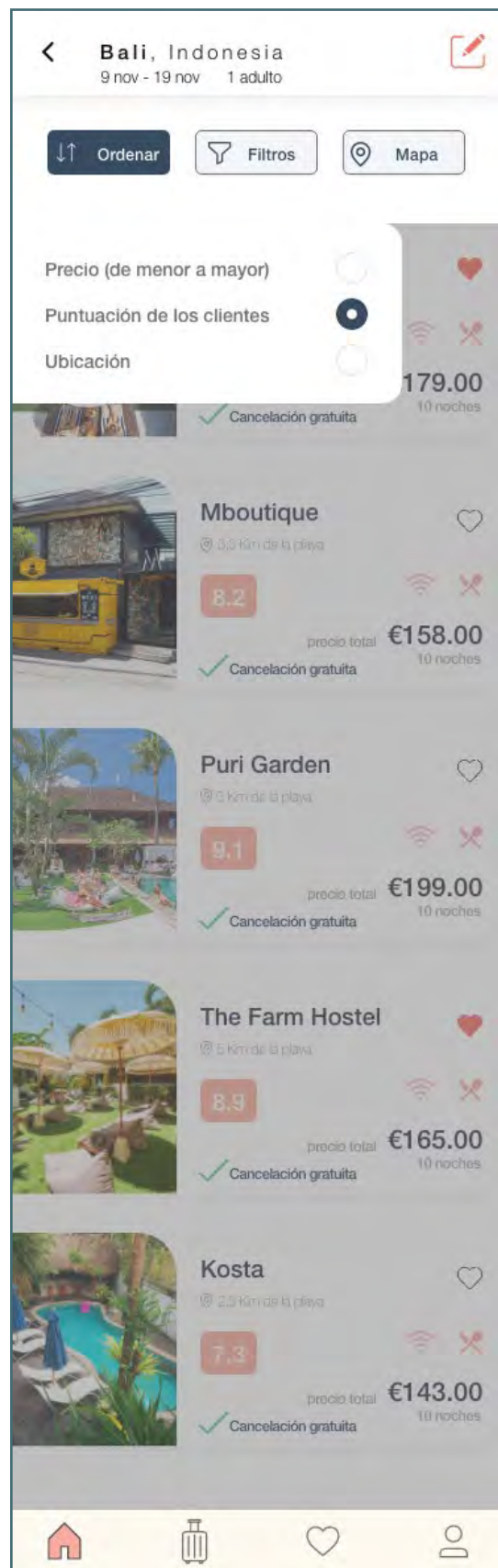


Crear cuenta

Reserva y búsqueda de alojamiento



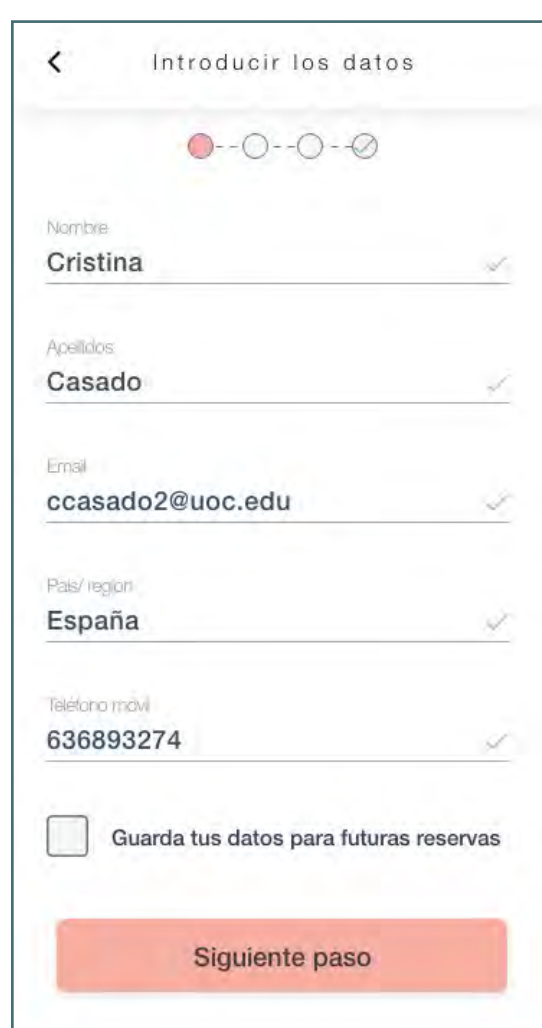
Búsqueda alojamiento



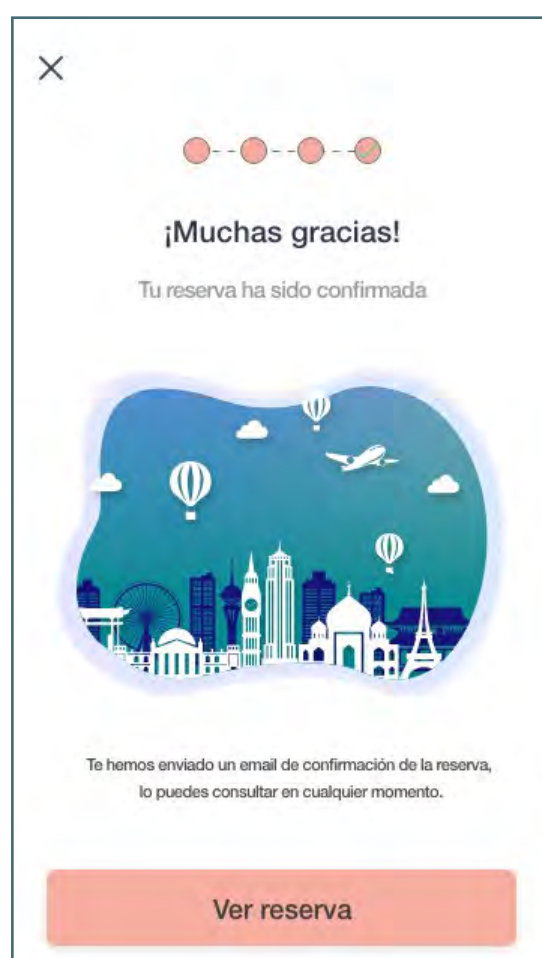
Filtro ordenar



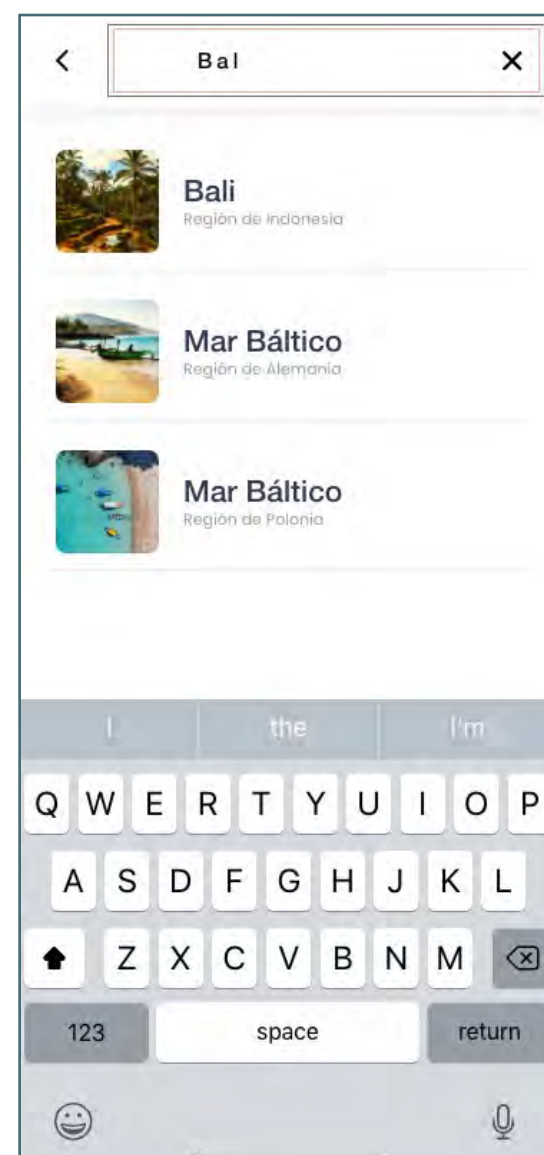
Seleccionar habitación



Introducir datos completo



Confirmación reserva



Búsqueda



Descubrir destinos



Filtros



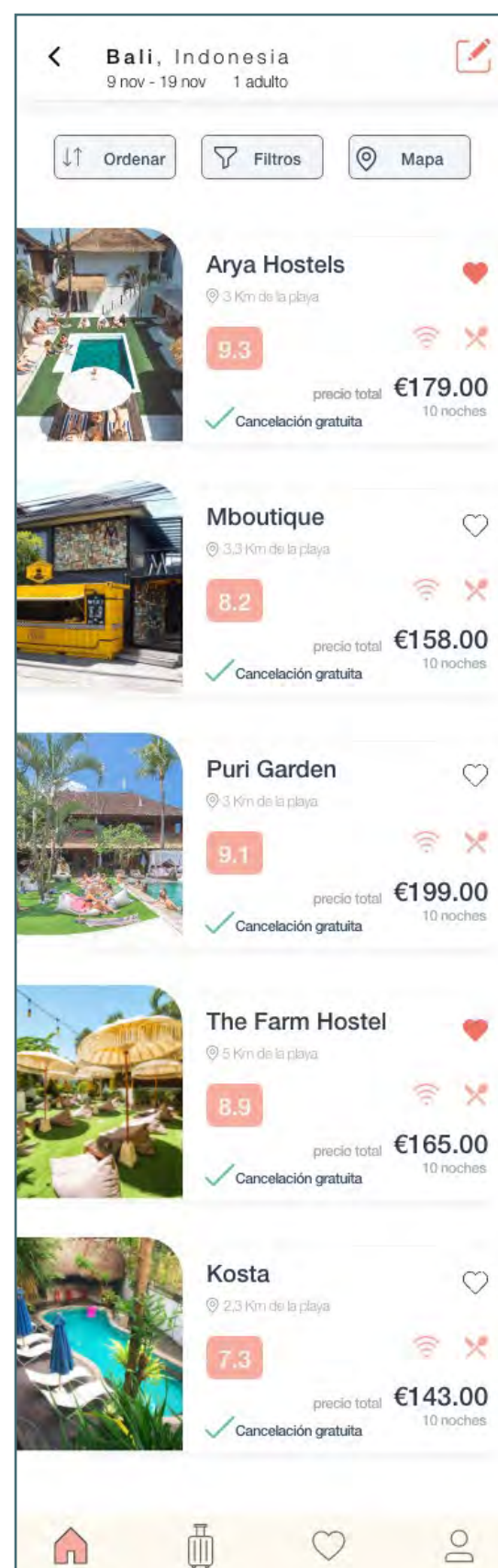
Introducir datos



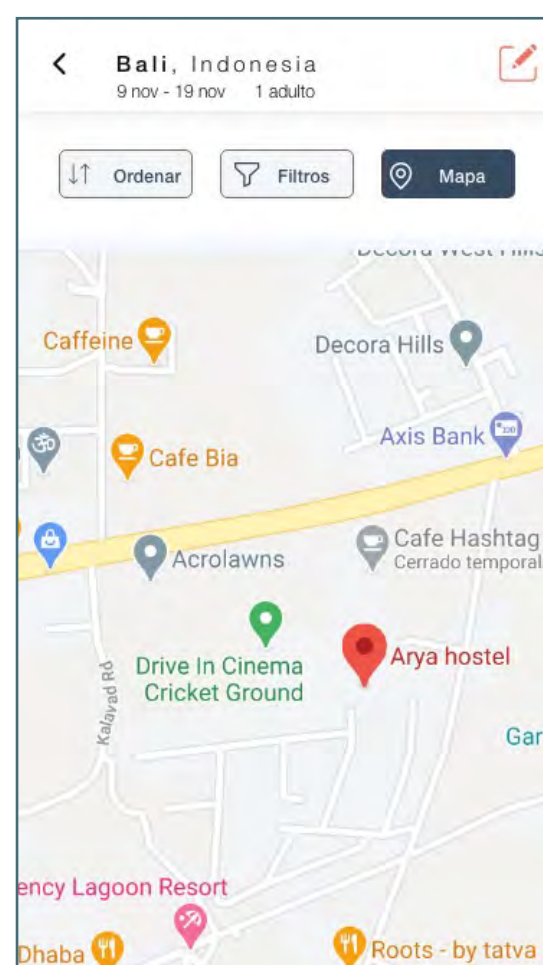
Reseña ubicación



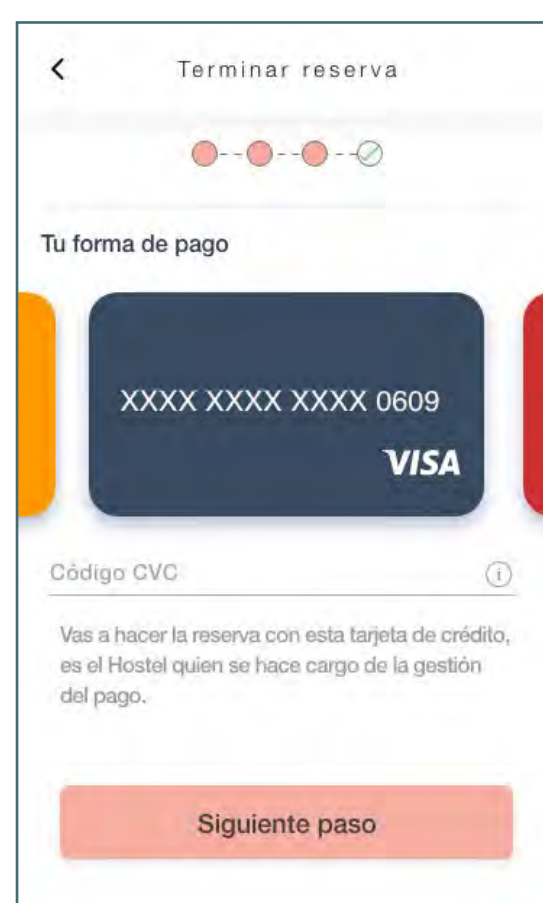
Seleccionar fechas



Seleccionar alojamiento



Filtro mapa



Insertar tarjeta de crédito



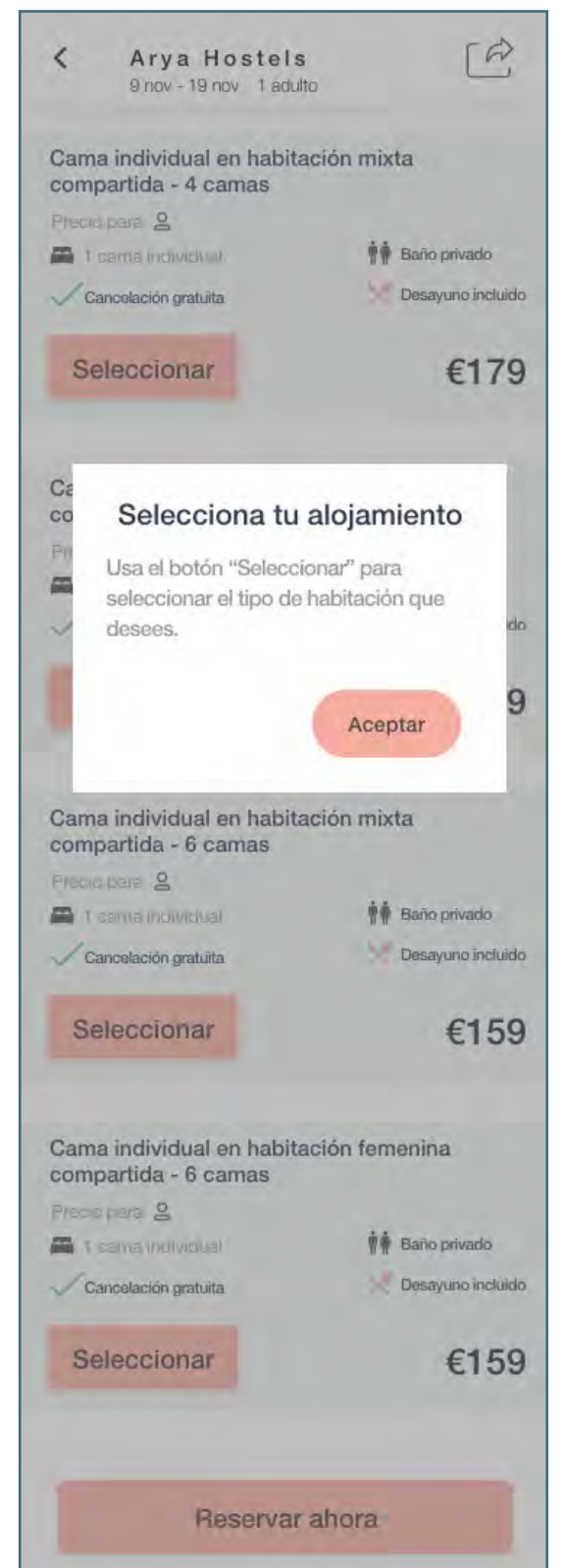
Reseña Seguridad



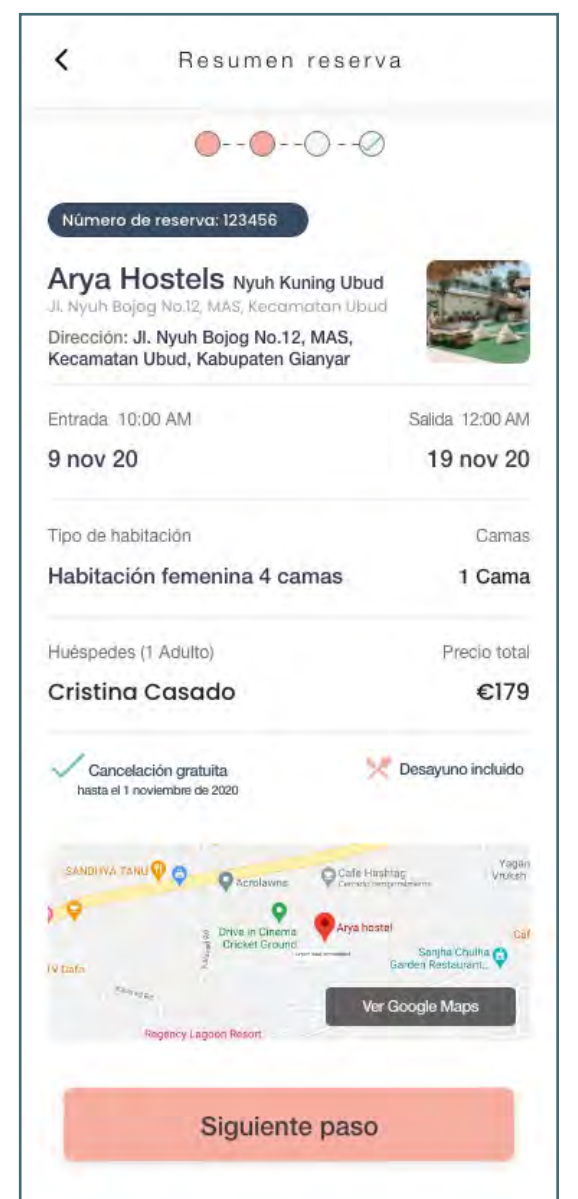
Seleccionar adultos/camas



Ver alojamiento



Mensaje error seleccionar alojamiento



Resumen reserva



Reseña Limpieza

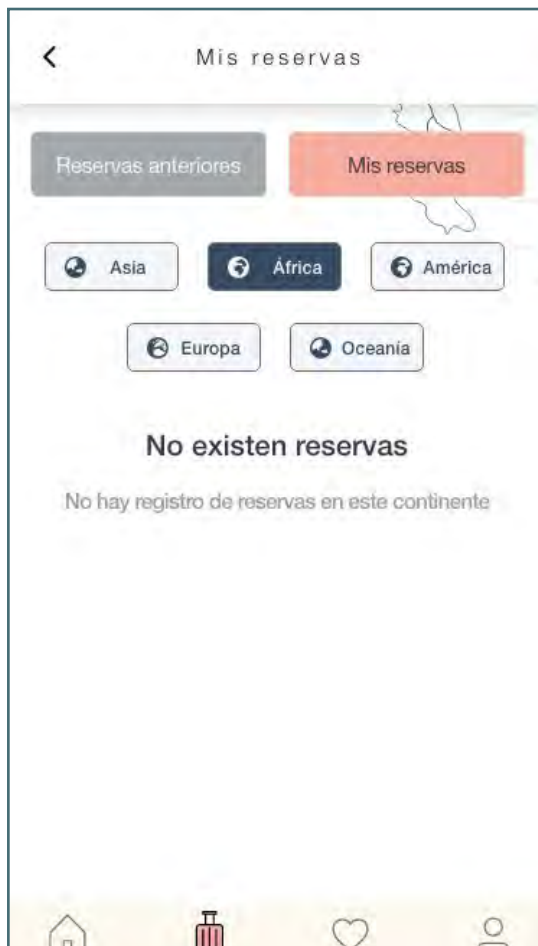
Reservas



Inicio sesión Reserva



Inicio sesión Reserva



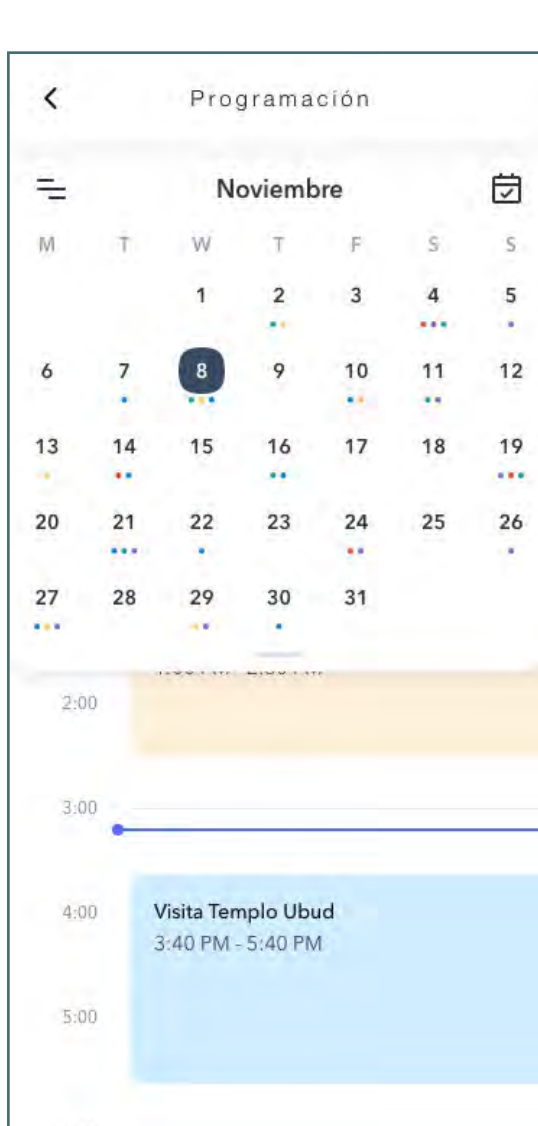
Mis reservas Asia



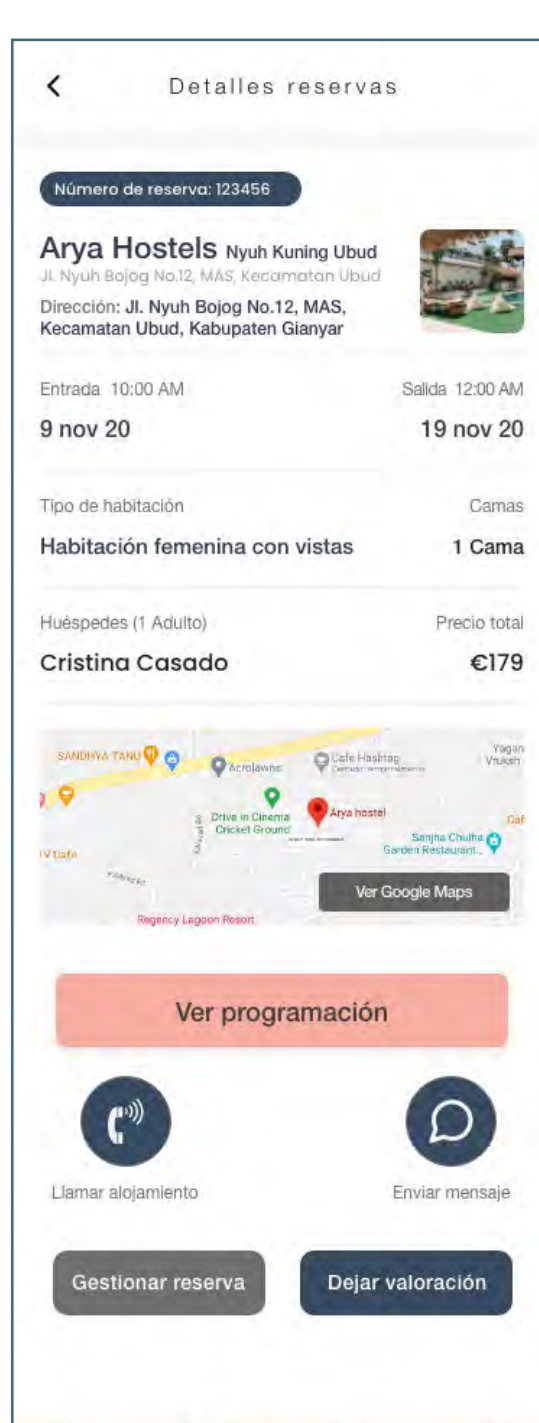
Mis reservas América



Mis reservas Oceanía



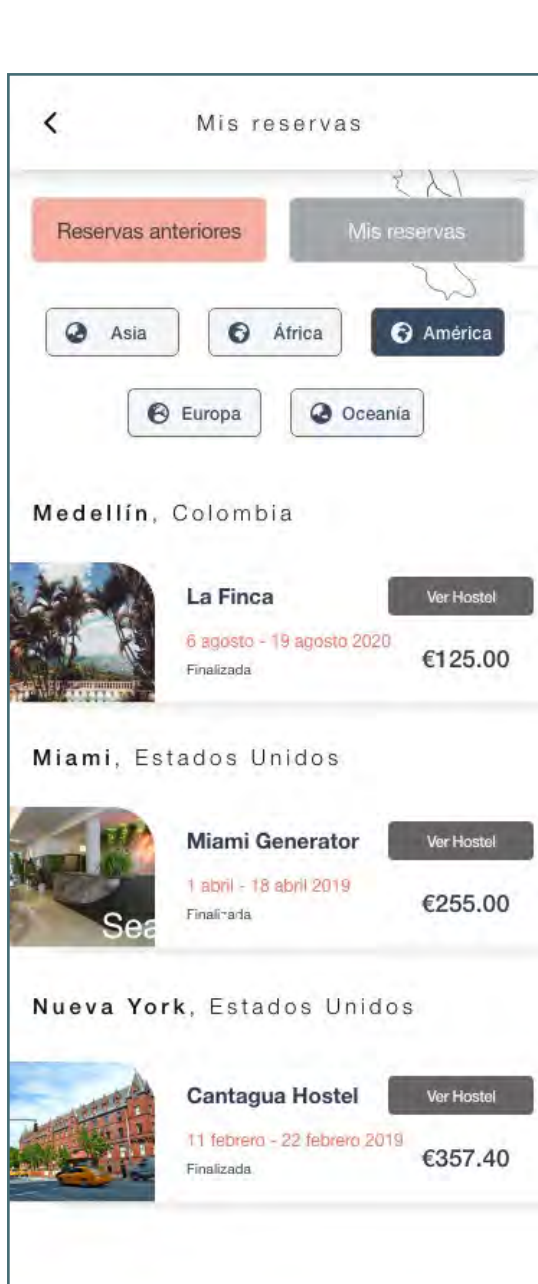
Programación



Detalles reserva



Mensajes programación



Reservas anteriores América



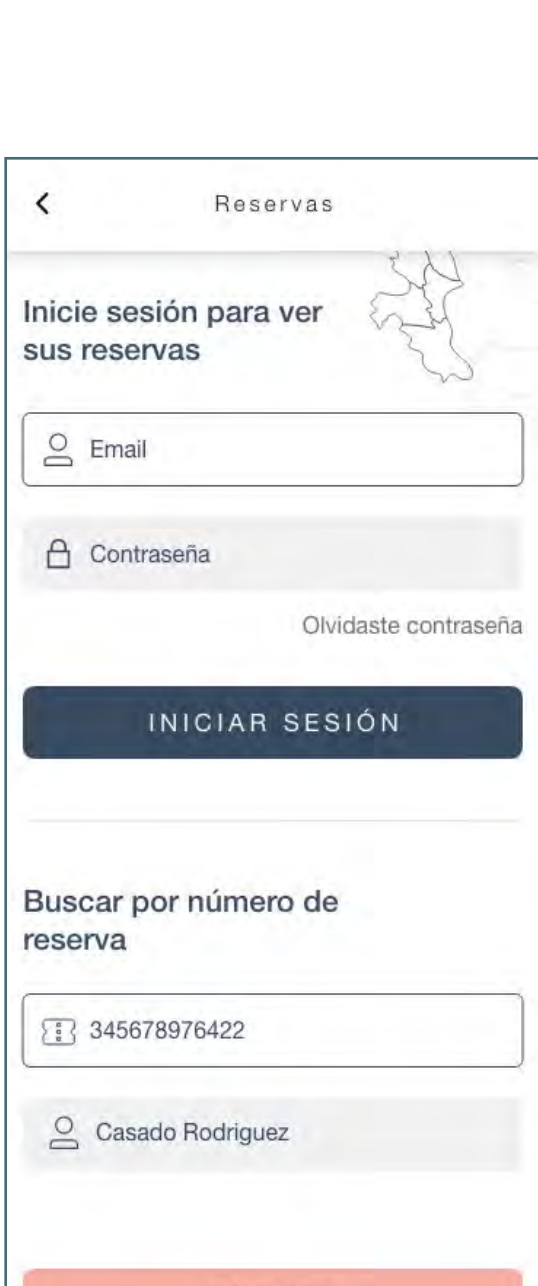
Reservas anteriores África



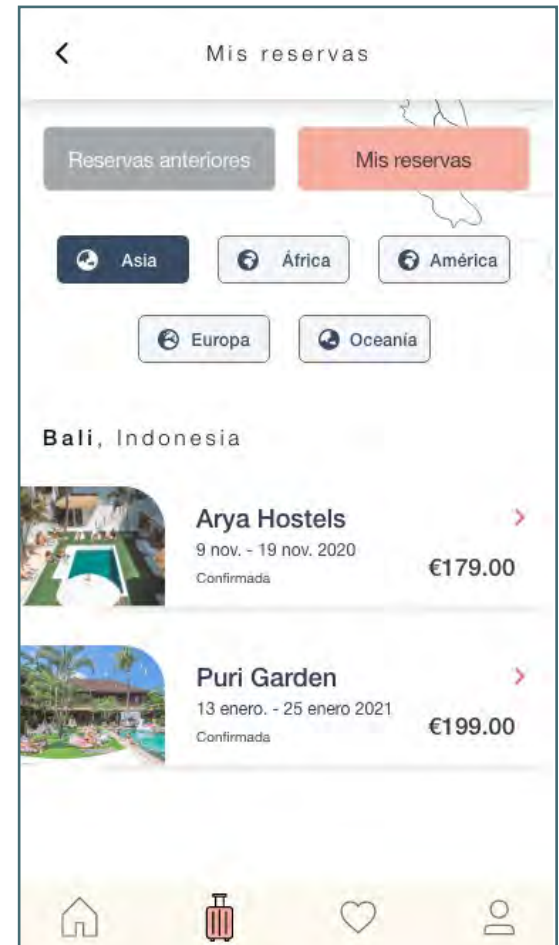
Reservas anteriores Asia



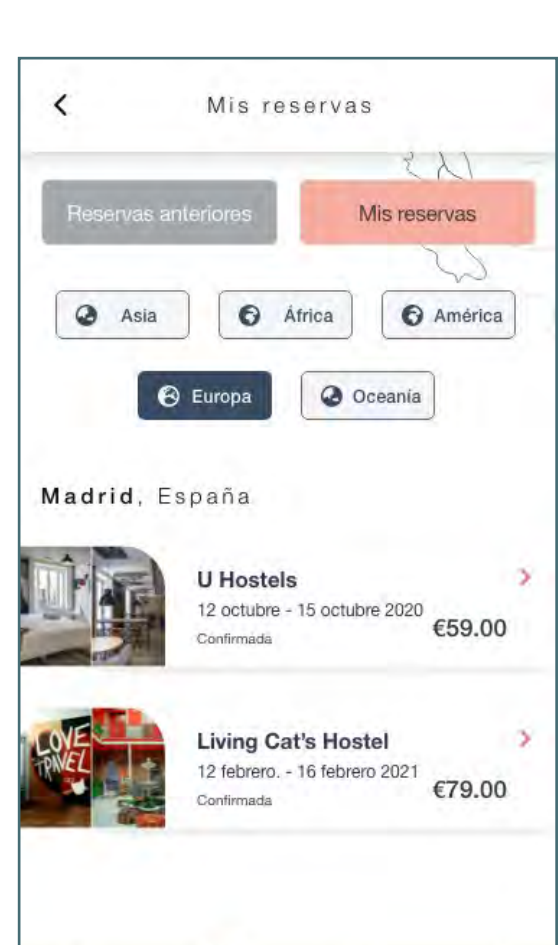
Reservas anteriores Europa



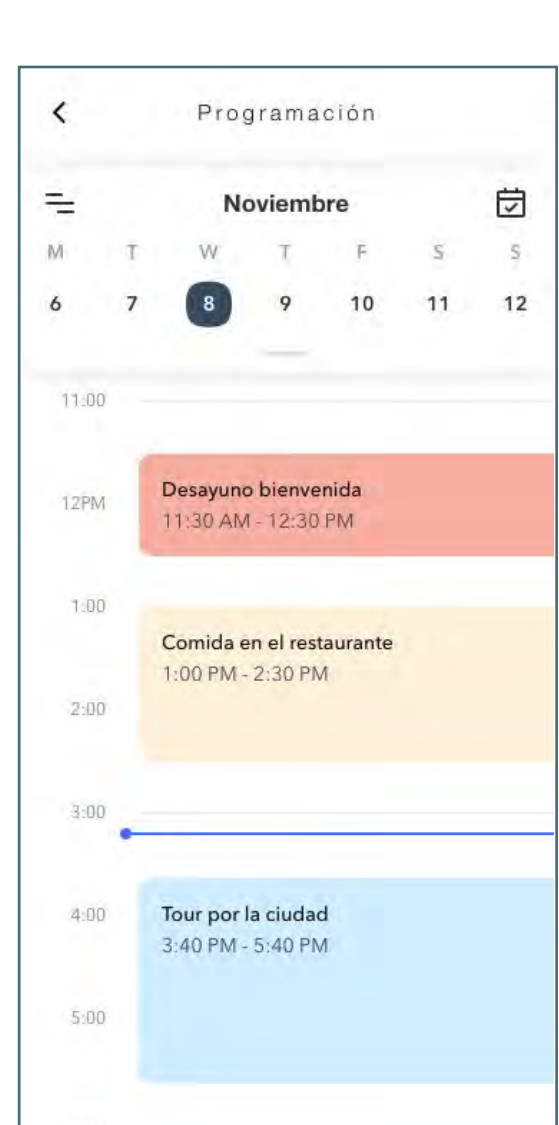
Buscar por número de reserva



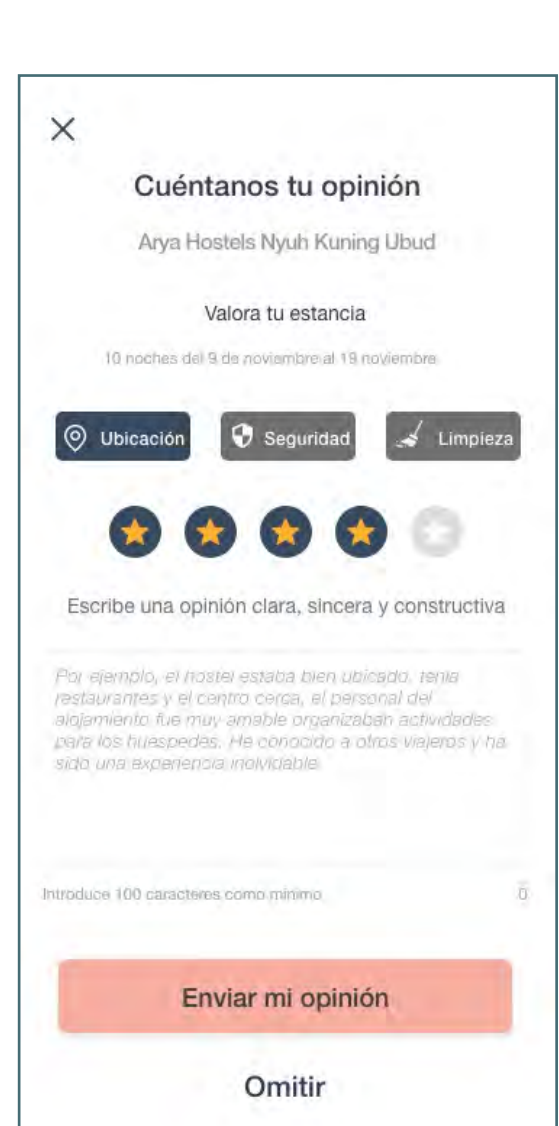
Mis reservas Asia



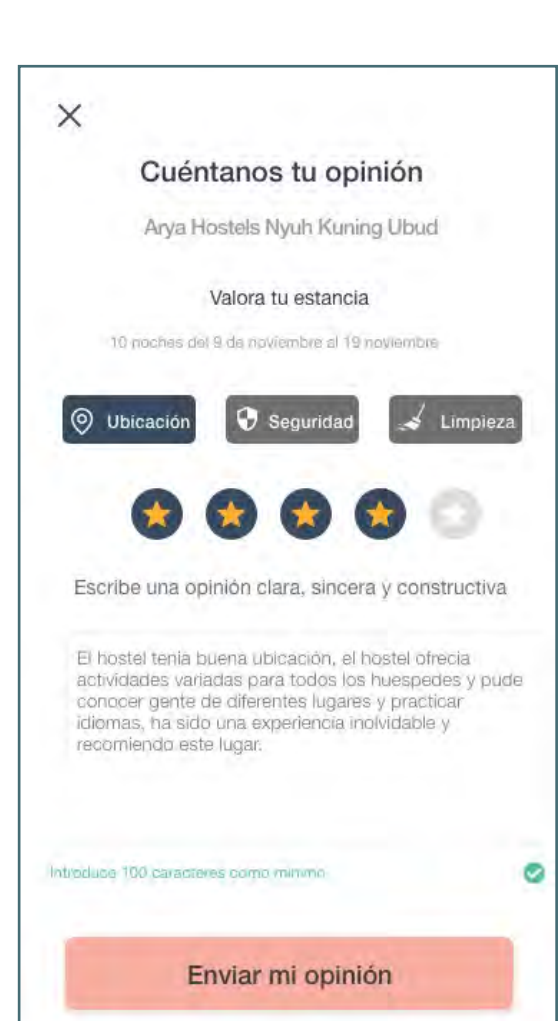
Mis reservas Europa



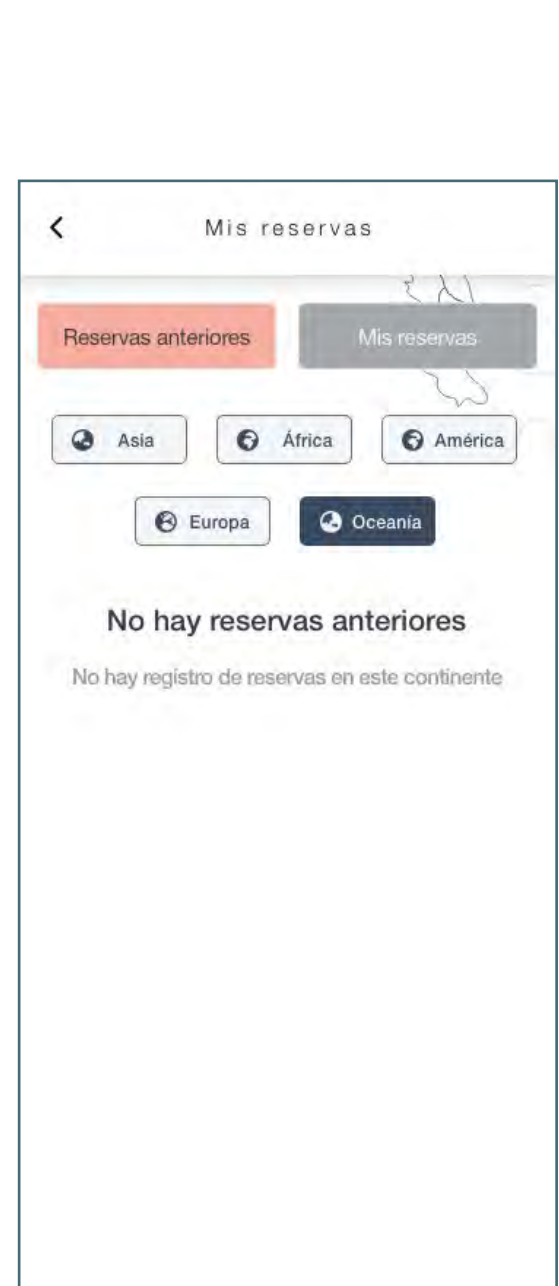
Programación



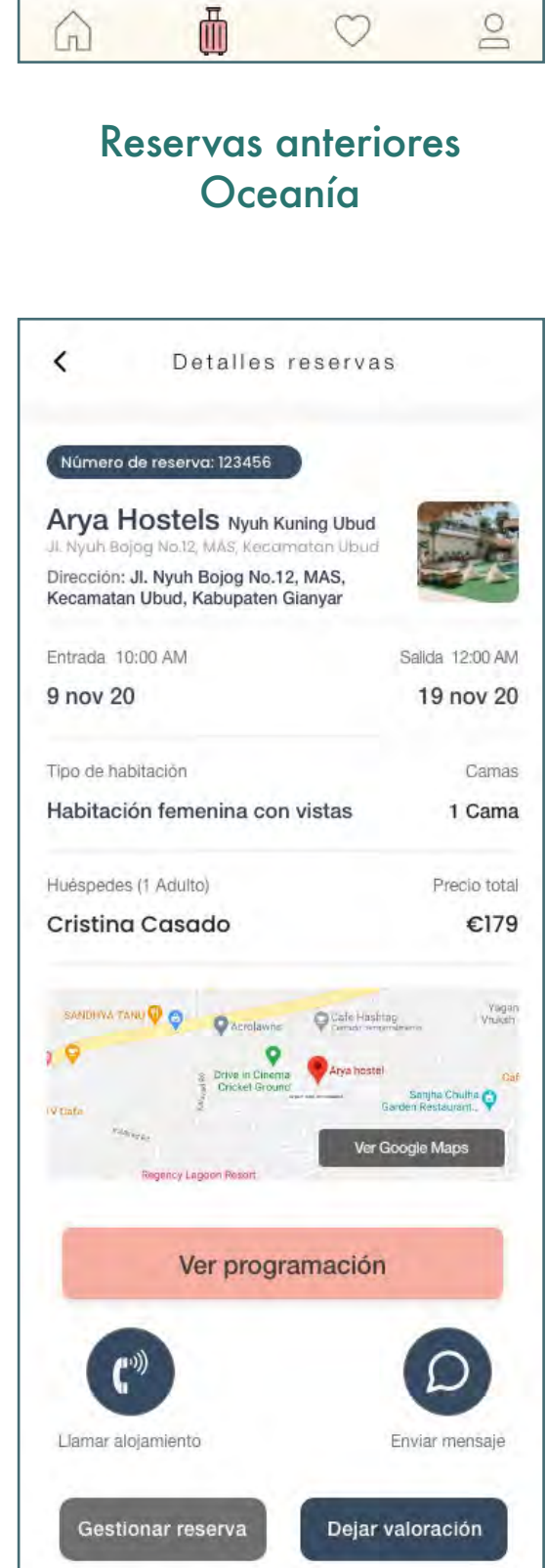
Opinión Ubicación



Opinión Ubicación



Reservas anteriores Oceanía



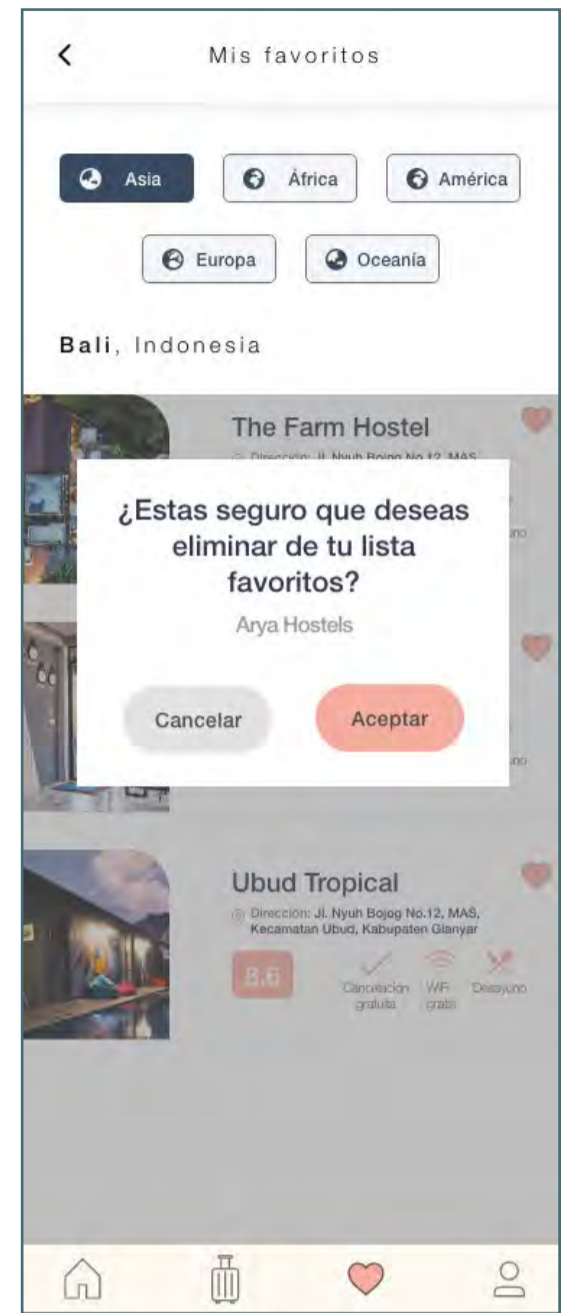
Detalles reserva



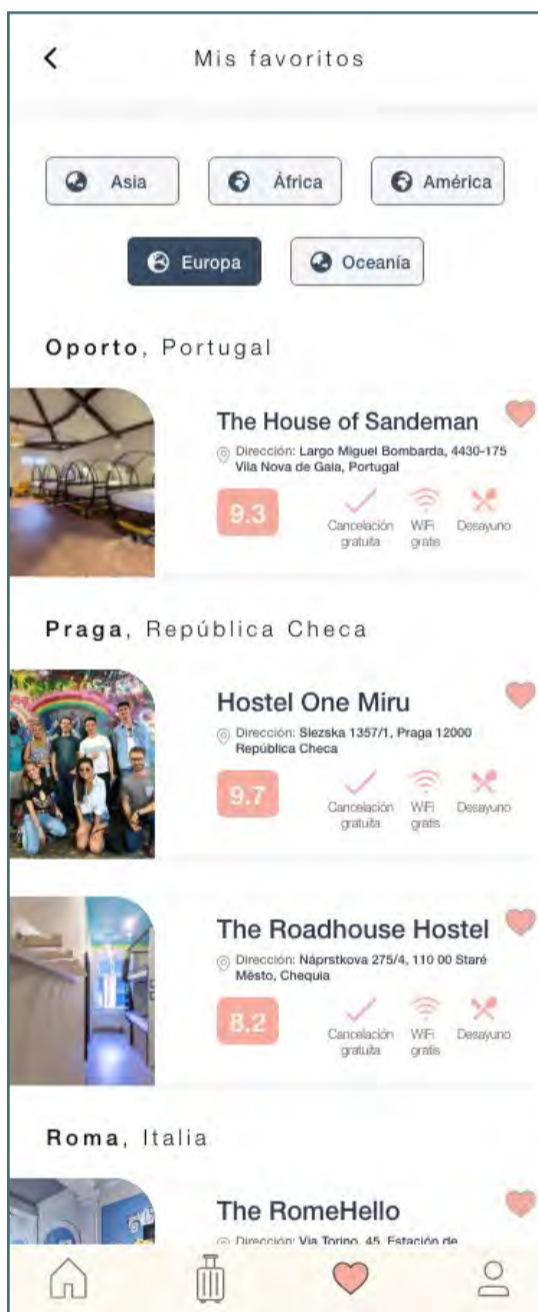
Bienvenida Favoritos



Favoritos Asia



Mensaje eliminar favoritos



Mis favoritos Europa



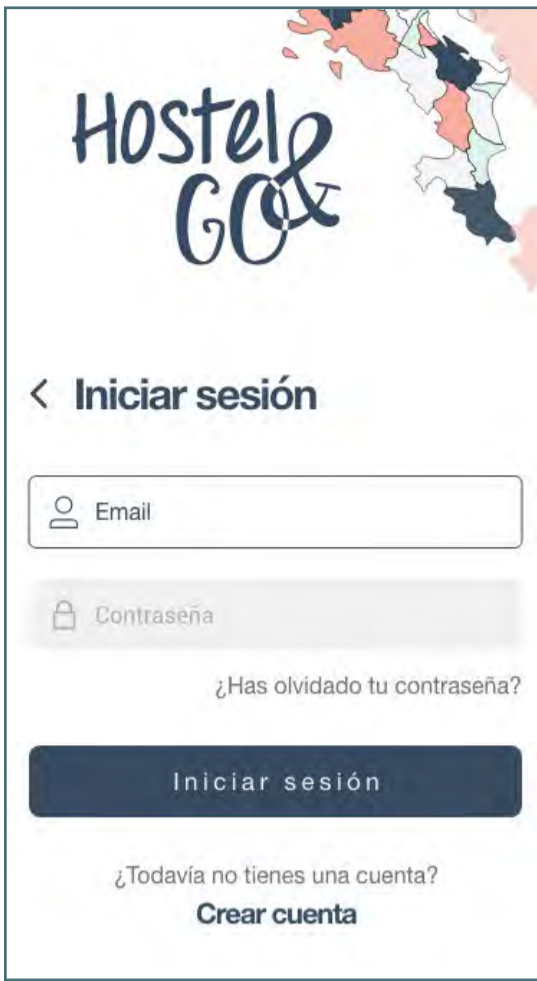
Mis favoritos África



Mis favoritos América



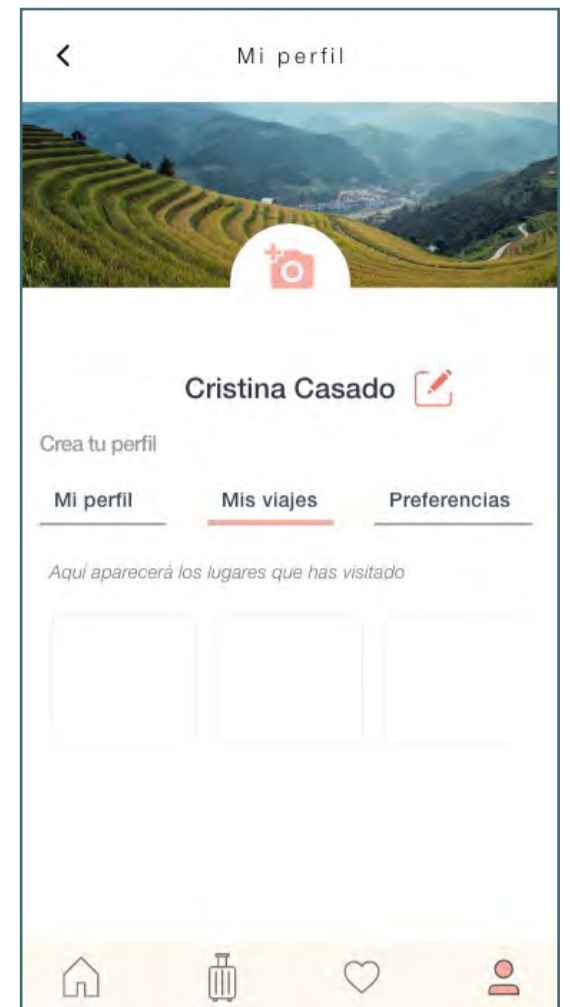
Mis favoritos Oceanía



Iniciar sesión Mi perfil



Crear mi perfil



Crear mis viajes



Preferencias



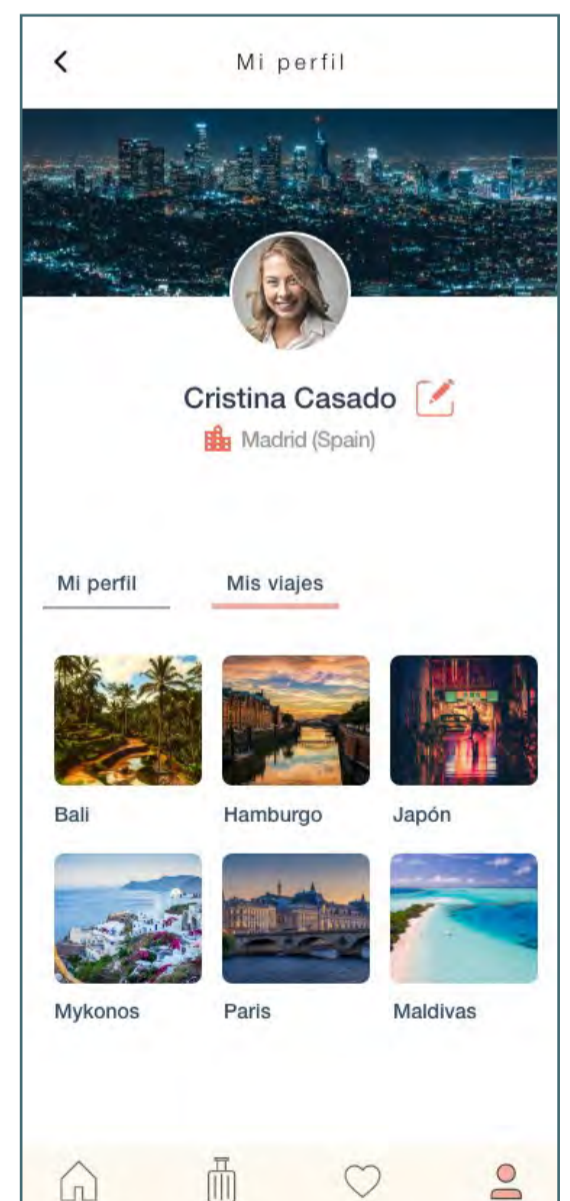
Editar mi perfil



Cambiar contraseña



Mi perfil completo



Mi viajes completo

Consentimiento firmado y el NDA

Acuerdo de no divulgación

Ambas partes acuerdan mutuamente, la capacidad legal necesaria para la suscripción del presente acuerdo y el cumplimiento y a dar cumplimiento a las siguientes obligaciones:

Que **El Entrevistador** es una organización dedicada al estudio de **Aplicaciones** por tanto es responsable de la información generada y gestionada en su actividad.

Que **El Participante** es una persona voluntaria que proporciona servicios de participación al **estudio de aplicaciones de alojamiento**.

El Entrevistador solo hará uso de la información facilitada por **El Participante** en el ámbito de los servicios prestados por **El Entrevistador**. En este sentido **El Entrevistador** se compromete a guardar el deber de secreto y mantener la confidencialidad de la información cedida, trasladando este deber a todas aquellas personas (empleados, personal subcontratado, becarios, etc.) o entidades que dispongan de acceso a esta información en el desarrollo de sus funciones y obligaciones en relación a los servicios.

Sin perjuicio de lo reflejado en este acuerdo, tanto **El Entrevistador** como **El Participante**, aceptan las siguientes exclusiones relativas al mantenimiento de la confidencialidad:

Si la información es accesible a través de medios públicos en el momento de su cesión.

Si la información es conocida por **El Participante** previo a la suscripción del este acuerdo, siempre y cuando no esté sujeta a la obligación de preservar su confidencialidad.

Si la legislación vigente o un requerimiento judicial exige su difusión. En cuyo caso **El Entrevistador** informará a **El Participante** de esta situación y tratará de preservar la confidencialidad en el tratamiento de la información.

La propiedad intelectual de la información tratada en el marco de este acuerdo pertenece a **El Entrevistador**.

El Entrevistador se compromete a devolver la información confidencial cedida por **El Participante** en el ámbito de la prestación del servicio, una vez finalizada la relación contractual.

Y en virtud de lo establecido anteriormente, ambas partes firman por duplicado este acuerdo, en todas sus hojas, en el lugar y las fechas citados.

En nombre y representación de **El Entrevistador**

En nombre y representación de **El Participante**

Modelo Consentimiento Informado

Investigador principal

Título proyecto: “Plan de test aplicación Hostel&GO”

Datos del participante

1. Declaro que he leído y la Hoja de Información al Participante sobre el estudio citado.
2. Se me ha entregado una copia de **No divulgación al Participante** y una copia de este **Consentimiento Informado**, fechado y firmado. Se me han explicado las características y el objetivo del estudio, así como los posibles beneficios y riesgos del mismo y doy mi consentimiento para grabarme en vídeo, y autorizo la divulgación del vídeo con objetivo exclusivo del estudio.
3. He contado con el tiempo y la oportunidad para realizar responder preguntas y plantear las dudas que poseía. Todas las preguntas fueron respondidas a mi entera satisfacción.
4. Se me ha asegurado que se mantendrá la confidencialidad de mis datos.
5. El consentimiento lo otorgo de manera voluntaria y sé que soy libre de retirarme del estudio en cualquier momento del mismo, por cualquier razón.

DOY

NO DOY

Mi consentimiento para la participación en el estudio propuesto

Firmo por duplicado, quedándome con una copia


Fecha

Firma del participante

“Hago constar que he explicado las características y el objetivo del estudio y sus riesgos y beneficios potenciales a la persona cuyo nombre aparece escrito más arriba. Esta persona otorga su consentimiento por medio de su firma fechada en este documento”.

Fecha

Firma del Investigador

A wide-angle photograph of two hikers standing on a dark, rocky ridge covered in snow. They are looking out over a vast landscape that includes a large lake and distant mountain ranges under a blue sky with wispy clouds. The hiker on the left is wearing a blue jacket and a yellow backpack, while the hiker on the right is wearing a white jacket and a black backpack.

Gantas Vaičiulėnas
pexels.

ANÉCDOTAS DEL VIAJERO

Anécdota del viajero

Uno de los placeres de los viajes son las anécdotas que te suceden mientras viajas, a continuación mostramos algunas de las historias de viajeros y viajeras que han querido compartir sus aventuras para enriquecer este trabajo.

Tenerife (España)

Me fui de viaje por mi cumpleaños a Tenerife, un auto regalo que suelo hacerme cada año a un destino diferente, estuve 4 días y me alojé en un hostel al sur de Tenerife, al día siguiente de mi llegada era mi cumpleaños y los del hostel se encargaron de comprarme una tarta para que esa misma noche pudiera celebrar mi cumpleaños con el resto de huéspedes, el hostel se encargó de hacer una parrillada y todos en la cena cantaron mi cumpleaños y recibí muchas felicitaciones por parte de todos, a pesar de haber realizado mi viaje en solitario terminé de fiesta con muchos amigos nuevos, fue uno de los mejores cumpleaños que he celebrado.

Carnaval en Río de Janeiro (Brasil)

¡El carnaval de Río de Janeiro! Era nuestra segunda vez en la “mayor fiesta de la Tierra”, y es que con lo bien que lo habíamos pasado al año anterior, ¡el repetir era la opción más obvia! Esta vez éramos cuatro amigos, y la fiesta comenzó prontito, a las 9 de la mañana, muy cerca de nuestro hostel, situado en las mismísimas Escadarias do Selarão. Aunque no habíamos dormido mucho, ya que la fiesta nocturna en la calle estaba, literalmente, a dos metros de nuestras cabezas, y no había ventana ni cristal que sirviese de barrera sonora (ni de ningún tipo realmente), estábamos llenos de energía. Quizá era la música del bloque más cercano que ya se oía claramente en el Bairro da Lapa... La celebración comenzó ahí, desayunando unos batidos y unas Skol Beach, continuó todo el día a lo largo de Copacabana e Ipanema, y terminó en una fiesta en la base de la favela de Vidigal, la mayor de todo Río, con dos amigos autóctonos. Tan salvaje y larga fue esa fiesta, que algunos terminamos durmiendo en la misma favela, ¡una de las más peligrosas de todo Brasil!

Bocas del Toro (Panamá)

Era 31 de Diciembre y acabábamos de llegar al archipiélago de Bocas del Toro. Habíamos conseguido in extremis un par de literas en el concurrido hostel Selina. Ese mismo día, tras haber llegado temprano y dejado nuestras cosas en la habitación, pagamos 4 Balboas a un taxibote para que nos llevase a la isla de Bastimentos. Habíamos leído que era una de las islas más bonitas y menos explotadas turísticamente del archipiélago, y no nos defraudó. Playas de arena blanquísima intercaladas por enormes palmeras que se inclinaban sobre el agua turquesa.

Además, la costa estaba salpicada por pequeños conjuntos coralinos llenos de llamativos peces. Sin embargo, eso no fue lo mejor. En una de las playas, nos encontramos con dos chicas, con las que entablamos conversación. Nos contaron que eran Panameñas, que solían pasar sus vacaciones en Bocas del Toro, y que estaban en nuestro hostel. Nos alegramos mucho, ya que eran realmente las dos chicas más guapas con las que nos habíamos encontrado en todo el viaje. Tras ese encuentro en la playa no nos volvimos a separar. Volvimos juntos al Selina, y acabamos celebrando el año nuevo con ellas en la gigantesca fiesta celebrada en el mismo hostel.

Arenal (Costa Rica)

Un microbús nos recogió frente a nuestro hostel para llevarnos al punto de partida de la espectacular ruta en torno al volcán Arenal, uno de los más grandes de Centroamérica. En el microbús nos presentamos a otros pasajeros, entre los cuales estaba un grupo de dicharacheras amigas canadienses que se hospedaban en el mismo hostel, otras dos chicas americanas, y dos amigos chilenos. Hicimos buenas migas, y durante toda la ruta continuamos charlando y conociéndonos. Nuestro guía, un indio graciosísimo que no dejaba de gritar “¡purah vidah!” y de hablar con los monos aulladores, nos llevó a un parque de aguas termales. Los guaros con soda y las piscinas acabaron por animarnos, y decidimos continuar la fiesta en cuanto llegásemos a Arenal. Tras dejar nuestras cosas en el hostel nos reunimos todos para cenar, y acabamos haciendo una fiesta hasta bien entrada la noche, a la que se unieron dos amigas argentinas que habíamos conocido en Puerto Viejo. La fiesta terminó con los responsables del establecimiento llamándonos al orden. Fue un gran día.

Nueva York (Estados Unidos)

Mi primera vez en Nueva York, uno de los sueños cumplidos para muchos, rascacielos, ruido, tráfico, bocinas, gente con prisas, tiendas lujosas, y muchos muchos dólares... Cuando llegue al aeropuerto después de pasar 1 hora y media esperando en la cola de los primerizos en la tierra prometida, llegue al control, me toco con una policía muy desaborida, me pregunto el motivo de mi llegada, y porque estaba allí, le respondí; - “Tomorrow is my birthday and I am here to celebrate it”, ella miró mi pasaporte y con la poca simpatía me respondió “Happy Birthday”, después de una sonrisa tímida y con ganas de pasar el control llegue al puesto para coger un SuperShuttler, un minibús compartido con más personas que te lleva a tu alojamiento a un precio cerrado. Llevaba ya 5 días visitando Manhattan, después de pasar 3 días de lluvia con chubasquero y paraguas tuve 2 días de tregua para disfrutar de las vistas más fotografiadas del mundo, durante el día me planificaba para visitar las atracciones más turísticas de la ciudad y llegada la noche me organizaba con los del hostel para salir y conocer bares neoyorkinos, el guía que nos acompañaba siempre nos llevaba a la zona de Lower Manhattan en al estación de metro “Canal St”, era una zona de bares más baratos que los del Mindtown Manhattan, yo

ya tenía mi grupo de amigos después de 5 noches, en la última noche era sábado y había más ambiente, como íbamos bastante gente nos fuimos formando grupos y unos nos desplazamos a otro bar cercano y otros se quedaron en el anterior, cuando llegó cierta hora yo ya estaba cansada quería irme de vuelta al hostel, al día siguiente partiría de vuelta a España, como nadie de mi alrededor quería irse me fui sola, mi alojamiento estaba en Manhattan Valley por lo que tenía que coger el metro para volver a casa, utilice el Google Maps para ubicarme en la estación de metro adecuada, y por un despiste me desorienté, pregunté a una señora si me podía indicar la dirección del metro, la señora fue poco gentil y no me ayudó, me vi perdida y tuve un poco de miedo, un señor de nacionalidad cubana me ayudó y me acompañó por la calle correcta, íbamos hablando de la vida en Nueva York, hasta que llegamos a una calle que no había luz, de repente un coche paró y se abrió la puerta del copiloto, yo me paré y le dije;

-Tengo miedo

Él me miró y me dijo; -No te preocupes no te voy a hacer nada malo

El señor se quedó atónito y se dio cuenta que me había asustado por el coche y la puerta del copiloto abierta, él me vio irme y se quedó parado, yo cambie de dirección y me fui corriendo por otra calle, por suerte estaba la boca de metro enseguida, en esos segundos de incertidumbre por mi cabeza se me pasaron muchas cosas.

Por suerte fue un mal presentimiento pero me alegré de ser prudente y haber tomado una alternativa. Cuando llegó el metro en el vagón que me subí estaban mis amigos del hostel, fue casualidad encontrarme con ellos en el mismo vagón y ahí me sentí muy aliviada, tanto que me abrace a ellos y me alegré de estar a salvo, a pesar de haber tenido un pequeño disgusto en mi última noche en Nueva York.

Panamá

¡Increíble! ¡Uno en Barajas y otro en Tocumen! Acababa de llegar a Panamá y ya había perdido a mis dos compañeros de viaje. El taxi me dejó en la calle 9ª Este, una de las principales entradas al Casco Antiguo de Panamá, cerca del parque del V Centenario. En el centro del abarrotado y pintoresco cruce cubierto de llamativos adoquines rojizos, inclinada hacia la bahía de Panamá crecía una gigantesca acacia, dando un aspecto aún más entrañable al entorno. Varios hostels y bares con agradables terrazas rodeaban la plazoleta. Me dije a mí mismo que más tarde debería "catar" algunos de ellos.

Tras pagar los 24 Balboas acordados al taxista, me bajé del coche y miré a mi alrededor. Ahora sí que ya estaba en Panamá. Solo que había llegado sin más compañía que mi mochila de viaje.

Los otros dos compañeros habían quedado en el camino fruto de dos carambolas, cada cual más inesperada que la otra. Las huelgas en Lisboa habían dejado a Pinto con la puerta del avión en las narices tras una olímpica carrera por el aeropuerto de Barajas. Tito, por su parte, había

quedado encerrado en una sala de inmigración del Aeropuerto de Tocumén tras haber olvidado renovar su pasaporte. ¡Quién me lo iba a decir, menuda forma de comenzar el viaje!

Me dirigí al hostel que habíamos reservado, situado en una antigua casa señorial de estilo colonial a un par de manzanas (o cuadras, como debería comenzar a llamarlas aquí) de donde estaba. Me registré, avisé de que al menos uno de los compañeros no iba a llegar (aún tenía la esperanza de que soltasen a Tito), y tras conseguir un reembolso parcial, subí a mi habitación.

Mi cuarto estaba en el primer piso, tenía un techo altísimo y hacía frío (¡qué obsesión tenía todo el mundo con el aire acondicionado en Suramérica!). Había cuatro literas, pero aunque no había nadie, casi todas parecían ocupadas. Escogí una de las de la entrada, deshice parcialmente la mochila y guardé algunas cosas de valor (cámara, cartera, pasaporte) en la taquilla metálica. Tras darme una ducha, y aún sin noticias de mis excompañeros de viaje, me preparé para salir a dar un paseo y cenar algo por el barrio. Únicamente vi dos o tres personas, pero todas parecían ocupadas con alguna cosa y no me parecieron especialmente dispuestas a charlas o planes alternativos, por lo que decidí que mi paseo sería en soledad.

Después de preguntar por sitios que ver y donde comer o tomar algo al conserje del hostel, salí armado con un mapa del casco antiguo lleno de cruces y círculos marcando puntos de interés. Además, el conserje había dibujado una gruesa línea roja en la zona norte del mapa, insistiendo en que no se me ocurriese ir allí de noche. Debía ser la zona más pobre y peligrosa del barrio, y no muy amistosa con los turistas.

Era casi de noche, y las luces amarillentas de las farolas daban un aspecto acogedor y casi romántico al barrio. Decidí girar a la derecha y luego a la izquierda, para dirigirme a lo que me parecía “el centro” del barrio. En la plaza Tomás Herrera hice mi primera parada, y me tomé mi primera cerveza Panameña sentado en una terraza. Comprobé mi teléfono. Nada, en España eran las 3 de la mañana y Pinto estaría durmiendo. ¿Y Tito? Incomunicado. Quizá no había podido comprar una tarjeta SIM panameña, o no tenía acceso al Wi-Fi del aeropuerto.

Acabé la cerveza, pagué ¡5 Balboas! al camarero y continué mi exploración del casco antiguo. A pesar de algunas casas en ruinas y otras cubiertas de herrumbrosos andamios, el casco antiguo me recordaba a algunas fotos que había visto de Cartagena de Indias. Había sido una pena no poder visitarla el año anterior con Pinto, Tito y Eduardinho... Trazando un arco que pasó por la plaza de la independencia, presidida por las blancas torres de la catedral metropolitana, llegué a la plazoleta con el gran árbol donde el taxi me había dejado. Aunque el jet lag mantenía embotado mi reloj biológico, una punzada en el estómago me recordó que era muy tarde y aún no había cenado. El conserje del hostel me había recomendado alguno de los numerosos rooftops que había por el casco antiguo para tomar algo y cenar con vistas a la bahía. Escogí uno de los que se divisaban desde la plaza, el “Gatto Blanco”. Subí guiado por una amable camarera, que me encontró un sitio cerca de la barandilla, desde donde se disfrutaba una impresionante la bahía de Panamá.

Los tejados de teja de arcilla roja y las luces amarillentas de las calles del casco antiguo en primer plano dejaban paso a la negrura del agua de la bahía. Un malecón se alargaba frente a mí, iluminando la orilla hasta una segunda línea de luces que se adentraba en el mar. Era la cinta costera, una circunvalación construida en el mar para desatascar el tráfico a través de la zona histórica. Tras ella, a unos dos o tres kilómetros, al otro lado de la bahía, imponentes, los rascacielos de Punta Paitilla, uno de los barrios más modernos de la capital. Era realmente una pena no poder disfrutar del espectáculo desplegado frente a mí con mis dos extraviados compañeros de viaje...

La terraza, con una barra y varias mesas con sillas estaba medio llena. La música variada, a cargo de un Dj pinchaba música variada, desde reggaetón hasta dance. Le pregunté a la camarera si podía pedir para cenar algo, y con una bonita sonrisa me pasó las cartas de bebidas y comida.

Tras esperar demasiado por una pizza 4 estaciones, beber dos "Balboas", y sacar algunas fotos con la cámara, finalmente recibí las primeras "señales de vida" de Tito. Un whatsapp de un número panameño preguntaba "flaco, ¿estás?". Respondí afirmativamente, y me llamó al teléfono.

- ¿Estás en Panamá?

- Claro, joder. ¿Dónde estás tú?

- Aquí, encerrado en inmigración. No me dejan salir, solo a la máquina para coger comida y comprar una tarjeta SIM, y escoltado. – No pude evitar soltar una carcajada, por lo absurdo de la situación, y por imaginarme a Tito escoltado por un Panameño uniformado al que le sacaba 2 cabezas.

- ¿Qué alternativa te han dado? – Conseguí responder entre risas.

- Nada, que mañana me mandan para España en el vuelo de vuelta. Que es imposible renovar pasaporte aquí. – Respondió resignado.

- Menuda faena... ¿Por qué no te enviaron de vuelta hoy mismo, en lugar de tenerte allí encerrado toda la tarde y hasta mañana?

- Pues porque me pilló "el cambio de turno" de los agentes, y ya sabes cómo son los tiempos en Suramérica... Cuando se ocuparon de mí el avión ya había despegado.

- Ya, lo estoy empezando a "sufrir" yo también, que he tenido que esperar toda una hora para recibir una pizza. Eso si, con las vistas que tengo, no creo que pueda equipararme a ti. – Respondí riéndome.

- Cabronazo... ¿Dónde estás, qué has hecho?

- He venido al hostel, que está en el mismo barrio histórico, he dado un paseo, y he subido a una terraza para cenar algo con vistas. Y la verdad es que son impresionantes, te lo aseguro.

Antes de terminar la frase me di cuenta de la rabia e impotencia que mi amigo debía estar sintiendo encerrado en una sala de aeropuerto sin ventanas, y me arrepentí un poco de lo dicho.

- ¡Cagüendios!
- Lo siento de verdad, tío. Ojalá estuvieses aquí también...
- Bueno, te dejo, que voy a intentar dormir.
- ¿Pero estás solo?
- No, estoy en una sala con dos colombianos y una boliviana. Hay varios bancos de aeropuerto, y en ellos intentaré dormir algo.
- OK, llámame cuando quieras, y si necesitas cualquier cosa. Intenta no aburrirte mucho.
- Gracias, tú.
- Ánimo Tito.

Y colgó. Eran las 1:30 y estaba cansado. Terminé mi cerveza y volví al hostel caminando dándole vueltas a lo "accidentado" del comienzo de nuestro viaje.

Encontré que dos de mis compañeros de habitación habían vuelto de sus respectivas salidas. Sin embargo, uno parecía estaba dormitando y una chica rubia, que estaba leyendo un libro a la luz de su flexo, únicamente me dirigió un "buenas noches" en voz baja casi sin desviar la mirada.

Ante la ausencia de conversación, me lavé los dientes y me acosté. A la mañana siguiente planeaba madrugar para poder llegar pronto a la estación de Albrook, ya que los billetes de autobús que nos llevarían al Almirante únicamente se vendían en taquilla y habíamos sido alertados de que podríamos quedarnos sin plaza si no los compramos pronto. Apague mi flexo y cerré los ojos.



Muchas **gracias**

Hostel GO

Trabajo final de máster:

*Diseño de Interacción y
Experiencia de Usuario* **UX**

Autora:

Cristina Casado Rodríguez

