

Diseño de la versión de aplicación móvil de la web de viajes Waynabox

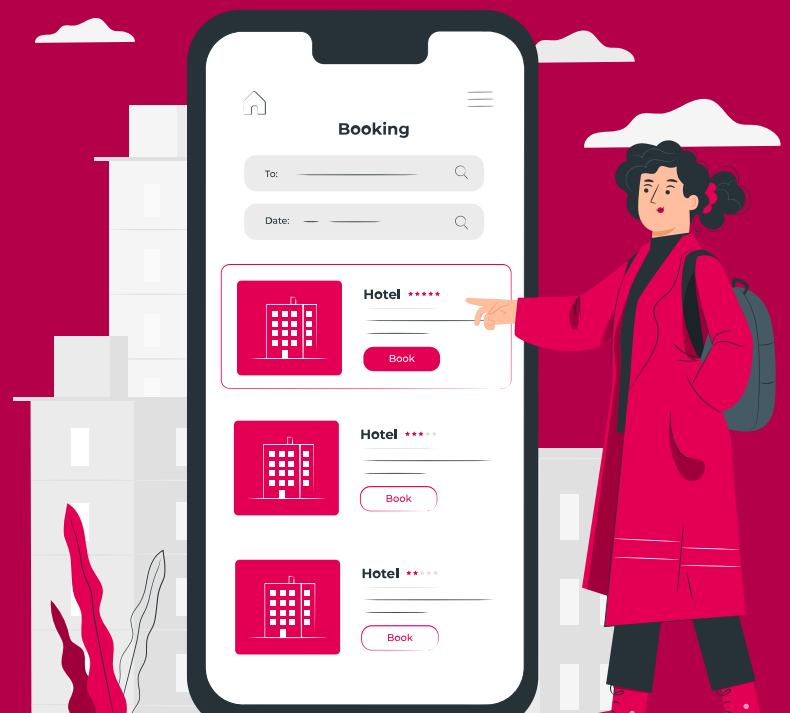
Sara Galera Naranjo

Máster en Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario

Tutor: Jose Antonio Garcia Pamplona

Profesor responsable: Ferran Giménez Prado | Enric Mor Pera

04 de Enero de 2023





Esta obra está sujeta a una licencia
de Reconocimiento-NoComercial
-SinObraDerivada
3.0 España de Creative Commons

FICHA DEL TRABAJO FINAL

Título del trabajo:	<i>Diseño de la versión de aplicación móvil de la web de viajes Waynabox</i>
Nombre del autor:	<i>Sara Galera Naranjo</i>
Nombre del tutor/a:	<i>Jose Antonio Garcia Pamplona</i>
Nombre del PRA:	<i>Ferran Giménez Prado Enric Mor Pera</i>
Fecha de entrega (mm/aaaa):	<i>01/2023</i>
Titulación o programa:	<i>Máster en Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario</i>
Área del Trabajo Final:	<i>Diseño de Interacción</i>
Idioma del trabajo:	<i>Castellano</i>
Palabras clave	<i>Aplicación móvil, Viajes, Móvil</i>

Resumen

Los hábitos de consumo cambian a gran velocidad en la sociedad líquida en la que nos encontramos. Alguno de estos hábitos también se ven influidos en el sector del turismo. Nuevas mecánicas para viajar se han ido abriendo paso, poco a poco, dentro de este sector. Webs como Waynabox, Drumwit o Flykube son pioneras en esta nueva tendencia de los viajes sorpresa.

Después de haber hecho uso de estas plataformas, se ha observado que estas pueden adaptarse al formato de aplicación móvil y ampliar sus funcionalidades para acompañar al usuario desde la reserva de su viaje hasta el final de este.

Este proyecto se enfoca en el diseño de una aplicación móvil de la web de Waynabox. Se busca analizar y comprender a los potenciales usuarios de esta plataforma para entender qué necesidades quedan por cubrir y qué mejoras podrían implementarse para mejorar la experiencia.

A través de diferentes herramientas y etapas enfocadas en el usuario, se ha desarrollado un diseño que complementa las dinámicas de la web actual, definiendo nuevos aspectos para favorecer a los potenciales consumidores.

Abstract

Consumers' habits change hastily in the liquid society we find ourselves in. Some of these habits are also affected in tourism sector. New mechanics to travel have been steadily making their way within this sector. Webs such as Waynabox, Drumwit, or Flykube are pioneers in this new trend of surprise trips.

After using these platforms, it has been observed that they can be adapted to the mobile app format and expand its functionalities to accompany the user from the booking to the end of the trip.

This project focuses on the design of a mobile application for the Waynabox website. Its aim is to analyse and understand the potential users of this platform to understand what needs remain to be covered and what improvements could be implemented to improve the experience.

Through different tools and stages focused on the user, a design that complements the dynamics of the current website has been developed, defining new aspects to favour potential customers.

Índice

1.	Introducción.....	1
1.1	Contexto y justificación	1
1.2	Objetivos.....	4
1.3	La CCEG y los ODS.....	5
1.4	Enfoque, etapas y métodos a seguir.....	6
1.5	Planificación del trabajo	8
2.	Investigación.....	9
2.1	Desk Research	9
2.2	Benchmarking.....	11
2.3	Test con usuarios	15
2.4	Entrevistas.....	21
2.5	Encuestas	24
2.6	Persona	26
2.7	Escenarios.....	28
2.8	User's Journey	30
2.9	Lean UX Canva.....	34
2.10	Problem statement.....	35
3	Desarrollo	37
3.1	Inventario de contenido.....	37
3.2	Card Sorting.....	39
3.3	Árbol de contenidos.....	43
3.4	Diagrama de flujo.....	44
3.5	Sketch	48
3.6	Guía de estilo	49
3.7	Wireframes	51
3.8	Diseño de interfaz	52
3.9	Pantallas de estado	57
3.10	Prototipo.....	58
4	Evaluación.....	59
4.1	Test de usuarios.....	59
4.2	Análisis heurístico	64
4.3	Recorrido cognitivo.....	69
4.4	Mejoras del prototipo	71
5.	Conclusiones	74
6.	Propuestas de futuro	77
7.	Glosario de términos.....	78
8.	Bibliografía	79
9.	Anexos.....	82

Índice de Ilustraciones y tablas

Ilustración 1 Esquema de las fases del proyecto. Fuente: Elaboración propia.....	7
Ilustración 2 - Clúster 3D.....	41
Ilustración 3 - Matriz de similitud.....	42
Ilustración 4 - Resultados encuesta Edad.....	82
Ilustración 5 - Resultados encuesta Frecuencia de viaje.....	82
Ilustración 6 - Resultados encuesta Razones del viaje.....	82
Ilustración 7 - Resultados encuesta Días.....	83
Ilustración 8 - Resultados encuesta Planificación.....	83
Ilustración 9 - Resultados encuesta Cómo viajar.....	83
Ilustración 10 - Resultados encuesta Dónde reservar.....	83
Ilustración 11 - Resultados encuesta Dispositivo.....	84
Ilustración 12 - Resultados encuesta App o web.....	84
Ilustración 13 - Resultados encuesta Destinación sorpresa.....	84
Ilustración 14 - Resultados encuesta Viaje sorpresa No.....	85
Ilustración 15 - Resultados encuesta Viaje Sorpresa I.....	87
Ilustración 16 - Resultados encuesta Plataformas.....	87
Ilustración 17 - Resultados encuesta Plataforma II.....	87
Ilustración 18 - Resultados encuesta Plataforma III.....	88
Ilustración 19 - Resultados encuesta Agrado.....	88
Ilustración 20 - Resultados encuesta Agrado II.....	89
Ilustración 21 - Resultados encuesta Desagrado.....	89
Ilustración 22 - Resultados encuesta Experiencia.....	90
Ilustración 23 - Resultados encuesta Aspectos.....	90
Ilustración 24 - Resultados encuesta App.....	91
Ilustración 25 - Resultados encuesta App II.....	91
Ilustración 26 - PDA.....	92
Ilustración 27 - Análisis céntrico de los participantes.....	93
Ilustración 28 - Sketch I.....	94
Ilustración 29 - Sketch II.....	94
Ilustración 30 - Sketch III.....	95
Ilustración 31 - Sketch IV.....	95
Ilustración 32 - Wireframes I.....	96
Ilustración 33- Wireframes II.....	96
Ilustración 34- Wireframes III.....	96
Ilustración 35 - Iconos utilizados.....	97
Tabla 1 - Recorrido cognitivo 1.....	69
Tabla 2 - Recorrido cognitivo 2.....	69
Tabla 3 - Recorrido cognitivo 3.....	70
Tabla 4 - Recorrido cognitivo 4.....	70

1. Introducción

1.1 Contexto y justificación

La sociedad evoluciona a un ritmo apresurado y con ella, los hábitos de consumo y de comunicación. Una de las herramientas que ha influenciado en la transformación de estas costumbres, es la del uso de los dispositivos móviles a diario. [4]

Tal y como se menciona en el Informe de Ditrendia Mobile en España y en el Mundo 2020, **el 90% de los adultos tiene un teléfono inteligente y el 95% lo utiliza a diario**. Pero ¿cuál es el elemento estrella para que los dispositivos inteligentes estén tan presentes en nuestro día a día? Uno de estos factores es la facilidad de personalización de cada uno de estos y la unificación de herramientas cotidianas como la cámara, el reproductor de música, la radio... [1] Esta personalización no sería posible sin las aplicaciones, en las cuales los usuarios invierten un 91% de su tiempo. [3]

En los últimos años, los smartphones se han posicionado como el dispositivo principal para acceder a internet. Se puede percibir que un 28,7% de los consumidores usa las *apps* siempre o casi siempre para acceder a Internet. Destaca que, una de las acciones más realizadas por estos es la de las compras, de las cuales **un 46% está dedicada al sector del turismo**, posicionándose así en tercer lugar por encima del ocio y la moda. [3]

Dentro de este sector, han aparecido nuevas formas de viajar, acordes a la manera de vivir que experimenta actualmente la sociedad. Como bien menciona [5] en uno de sus libros referenciando a Paul Valéry, para algunas personas hay la necesidad constante de sentir ciertos estímulos. Esto se puede lograr a partir de la interrupción de las condiciones habituales o de aquello que se sale de lo común. Si relacionamos esto, con las formas de viajar, se puede observar que hay servicios webs que logran este objetivo, haciendo que el viajero mantenga la incertidumbre hasta escasas horas de su viaje, si así lo desea. Algunas webs como **Waynabox**, **Wowtrip** o **Drumwit** son algunos ejemplos de esta nueva manera de conocer otros lugares del mundo.

Waynabox, es una de las webs que su metodología se basa en elegir ciertas fechas y te da la opción de visualizar los destinos posibles, con la posibilidad de eliminar uno. Justo 48 horas antes de tu viaje recibirás información sobre los vuelos, el tiempo e incluso el lugar. Aquellas personas que prefieren mantener la intriga hasta el último momento pueden visualizar solo el tiempo y el horario de los vuelos para descubrir su destino al llegar al aeropuerto. La ciudad elegida será una de las posibilidades que se muestran al realizar la reserva.

Esta web, **pionera dentro de este sector**, inició su actividad en 2014 y con tan solo tres años en el mercado, ya contaba con más de **40.000 personas** que decidieron apostar por dicha iniciativa. Por ese entonces, la empresa ofrecía una oferta de 50

ciudades europeas. [2] El abasto actual es mucho mayor, en 2022 **cuenta ya con viajes en los continentes de Europa, América y el norte de África** y con más de 75.000 viajeros que se han atrevido con esta aventura [10]. El éxito de este producto está en que no se está vendiendo un viaje como tal, sino que se **está adquiriendo una experiencia totalmente sorpresa**. [2]

Si se hace referencia a los datos anteriores, esta nueva tendencia de los viajes sorpresa es algo que interesa y que va incrementando con el paso de los años, sobre todo entre jóvenes de 18 a 30 años. [2] Aun así, hay algo que todos estos servicios tienen en común, **la plataforma principal para poder contratarlas es su página web**. Observando los datos proporcionados por Mobile España, se puede contemplar que el dispositivo móvil sobresale por encima de todos los demás, y dentro de esto, destaca el uso de las aplicaciones. Es por ello por lo que se quiere llevar a cabo una investigación previa para saber cuál es la opinión de los usuarios en el momento de hacer uso de estos servicios.

Un punto para tener en cuenta de Waynabox es que una vez has realizado tu reserva, todas las notificaciones (vuelo, alojamiento, guía, información de la reserva...) se deben consultar mediante el correo electrónico que se facilita o entrando directamente en la página web. Esto puede incomodar a algunos usuarios, por ello, previamente se realizarán encuestas para saber qué opinan sobre esta metodología. Una vez se hayan obtenido estos resultados, se realizarán todos los pasos adecuados para diseñar una aplicación que facilite la experiencia de los usuarios que consumen este tipo de servicios.

La aplicación elegida para realizar la plataforma alternativa es Waynabox. Una de las razones es porque fue la pionera en ofrecer este tipo de productos. Por otro lado, se tiene una experiencia personal y conocimiento previo de su funcionamiento por haber realizado este tipo de escapadas. Además, es innovadora, porque con el paso de los años, han ido incluyendo ciudades en otros continentes y han añadido otro tipo de viajes como ir en coche o en caravana a la destinación secreta.

A la ponente, como a cualquier buen viajero, le apasiona disfrutar de unas buenas vacaciones o escapada. Es por ello por lo que la motivación de la elección de esta temática se relaciona con la mejora de la vivencia de aventuras como esta. Se ha contemplado que la idea propuesta por Waynabox es innovadora y satisfactoria. Aun así, esta experiencia se podría mejorar en los diferentes aspectos en los que se han percibido ciertas flaquezas. El proceso de obtener la información necesaria sobre el alojamiento del viaje, o la información referente a las diferentes actividades que se pueden realizar en la ciudad del destino, pueden incomodar al usuario por la forma en la que se les facilita.

Esta podría ser una buena oportunidad para conceptualizar el diseño de una aplicación donde se añadan las herramientas mencionadas anteriormente y conseguir que el usuario disfrute tanto de una **buena experiencia vacacional como del asesoramiento** sobre aquello que está relacionado con su viaje. Además,

también puede ser un incentivo para que este tipo de webs se **inicien dentro del mercado de las aplicaciones móviles.**

1.2 Objetivos

Aunque Waynabox cuente con una gran cantidad de usuarios y es innegable su crecimiento exponencial. Se considera que se puede **ofrecer una experiencia mucho más satisfactoria y eficaz** para los potenciales usuarios.

El principal objetivo de este trabajo es ofrecer a los usuarios de Waynabox una alternativa a la web y los mails que se les envía con la información necesaria para viajar a través del **diseño de una aplicación para dispositivos móviles**. De esta manera, la plataforma estará presente desde el momento de la reserva hasta el último día de las vacaciones, si estos lo desean.

Los objetivos que se quieren cumplir en este trabajo son los que se mencionan a continuación:

- Realizar un diseño usable y útil
 - Para esto es necesario saber qué **información** y **mecánicas** se incluirán de la web y qué comportamiento tendrán estas dentro de la aplicación. Es necesario una previa investigación sobre los diferentes productos que se pueden incluir en la aplicación para mejorar la experiencia.
- Facilitar el acceso a los usuarios a la información referente a sus reservas y actividades que pueden realizar.
 - El principal problema que se ha observado es el que se relaciona con el **acceso a la documentación** sobre el viaje. Por ello, y recopilando la información obtenida de los usuarios, se hará una propuesta de diseño que posteriormente se testeará con los usuarios.
- Satisfacer a los usuarios con un diseño que no genere grandes problemas de navegación ni frustración
 - **Elaborar un diseño de interfaz accesible** y que **ofrezca una experiencia enriquecedora para el usuario**, independientemente del nivel de uso de cada uno de ellos.

1.3 La CCEG y los ODS

Junto a estos objetivos también se pueden aplicar los Objetivos de la ODS de los cuales en este proyecto se destacan 2:

ODS 8 – Trabajo decente y crecimiento económico

En este caso, la implementación de realizar actividades en los diferentes países que se visiten hace que la **economía general de estos crezca** gracias al turismo que se llevará a cabo. Además, como se trabaja con otras empresas, se puede requerir que estas tengan ciertos valores en relación con sus puestos de trabajo para pertenecer a este tipo de servicio.

ODS 10 – Reducción de las desigualdades

Se tendrá en cuenta una opción para personas que tenga ciertas discapacidades en el momento de viajar, que incluirán opciones donde el usuario podrá elegir el tipo de discapacidad que tiene. Se tomarán las decisiones necesarias para que **el viaje sea lo más accesible para esta persona**. Algunos ejemplos de ello pueden ser el tener en cuenta los asientos del avión adaptados para personas con ciertas minusvalías o las propuestas de diferentes rutas alternativas para poder visitar el destino.

ODS 11 – Ciudades y comunidad sostenible

Gracias a la aplicación y al uso de estos servicios digitalmente, se **reduce el uso de papel** para tener a mano la reserva, los billetes de avión o la guía, entre otros elementos.

Se **promueve el uso del transporte público** mediante la guía interactiva, que recomendará a los usuarios maneras alternativas relacionadas con el **transporte sostenible** a la hora de moverse por la ciudad.

1.4 Enfoque, etapas y métodos a seguir

El producto que se quiere abordar es el **diseño de una aplicación para la web de Waynabox**, donde se implementen algunas de las funcionalidades que se distribuyen por otros canales y se optimicen estas herramientas.

El enfoque que se busca está relacionado con el **Diseño Centrado en el Usuario (DCU)**. Dentro del proceso de diseño se establecerá el proceso conocido como **Double Diamond** [7] donde se destacan 4 procesos principales: **Investigación, Definición, Desarrollo y Evaluación**.

Cada uno de estos procesos cuenta con diferentes métodos y técnicas para lograr un producto satisfactorio.

1.4.1 Definición

Dentro de la etapa de investigación se elaborará **desk research** para contextualizar y analizar la plataforma junto a un **benchmarking** para analizar la competencia más próxima y directa de la marca y así tener una primera idea de los puntos fuertes y flaquezas de este servicio.

En relación con los usuarios, se realizarán **encuestas** para saber que opinan sobre esta nueva forma de viajar y sus mecánicas. Por último, en esta fase, se llevarán a cabo **entrevistas** y un **test de usuarios** para saber cómo navegan y cómo se sienten cuando hacen uso del producto.

1.4.2 Definición

En el caso de la fase de definición, se realizará la ficha **persona** para analizar a los usuarios y definirlos. Una vez definidos se elaborarán los **escenarios** y los **users journey** referentes a este para saber cómo se sienten los usuarios al utilizar el producto. Una vez se hayan completado estos pasos se obtendrán ciertos **insights** a partir del **problem statement** y se definirán los **requisitos**.

1.4.3 Desarrollo

En la fase de desarrollo, se elaborará un **inventario de contenidos** para destacar cuál es la información que debe contener el producto. Por otra parte, se realizará un **card sorting** con el que posteriormente se elaborará el **árbol de contenidos**. Con esta información se diseñará el **diagrama de flujo** que se utilizará para el **sketching** de los esbozos pertinentes para, posteriormente, elaborar los **wireframes** que se usarán para las pruebas de evaluación y un primer **prototipado** dentro de esta fase.

1.4.4 Evaluación

En la última fase, se realizará una **evaluación heurística** para saber si la interfaz cumple con ciertos requisitos de usabilidad. El **recorrido cognitivo** es otra de las herramientas que se utilizará para empatizar con nuestro target y buscar posibles errores que no se han tenido en cuenta. Por último, se probará el **prototipo** con los potenciales usuarios y se harán las modificaciones necesarias.

1. INVESTIGACIÓN

- 1.1 Desk Research
- 1.2 Benchmarking
- 1.3 Encuestas
- 1.4 Entrevistas
- 1.5 Test con Usuarios

2. DEFINICIÓN

- 2.1 Persona
- 1.2 Escenarios
- 1.3 Users Journey
- 1.4 Problem Stagement
- 1.5 Requisitos

3. DESARROLLO

- 2.1 Inventario de Contenidos
- 1.2 Card Sorting
- 1.3 Diagrama de Flujo
- 1.4 Sketching
- 1.5 Wireframe
- 1.6 Prototipado
- 1.5 Requisitos

4. EVALUACIÓN

- 4.1 Evaluación Heurística
- 4.2 Recorrido Cognitivo
- 4.3 Prototipo
- 4.4 Modificaciones del diseño

Ilustración 1 Esquema de las fases del proyecto.
Fuente: Elaboración propia

1.5 Planificación del trabajo

El trabajo se planificará siguiendo las etapas mencionadas anteriormente, aunque el orden de elaboración de algunas de estas puede verse afectado según como vaya avanzando el proyecto y los imprevistos o detalles que se observen a lo largo de este.

Por lo tanto, aunque se defina una organización previa, esta se podría ver afectada. Aun así, es muy importante elaborar un plan de trabajo y seguirlo de la forma más rigurosa posible, siempre y cuando el proyecto lo permita.

El proyecto se irá entregando de manera escalonada a lo largo de los próximos meses. Por ello, hay que tener en cuenta diferentes fechas: la primera, el 12 de octubre; la segunda, referente a la investigación, el 9 de noviembre; la tercera, orientada hacia el prototipado el 7 de diciembre; la cuarta y última fase, relacionada con la evaluación y el final del proyecto el 4 de enero. El tiempo estimado de dedicación al proyecto es de unas 368 horas.

Debido a esto, la planificación sugerida se puede consultar en el siguiente enlace: <https://plan.tomsplanner.es/public/saragaleratfmwaynabox>



Ilustración 1.5 – Planificación del trabajo
Fuente: Elaboración propia

2. Investigación

2.1 Desk Research

La manera de viajar ha cambiado en estos últimos años, las nuevas tecnologías e internet son los grandes protagonistas de esta transformación digital. Con la implementación de la red, **los usuarios cuentan con una gran inmediatez para realizar sus reservas**. Esto genera que se modifiquen las experiencias que viven y que surjan nuevas empresas que decidan apostar por reinventar la manera de viajar.[5]

Waynabox es una web que permite vivir una experiencia sorpresa a través del turismo. El usuario debe seleccionar los días que desea viajar, el aeropuerto de origen. Posteriormente, le aparecerán un número x de destinos, de entre los cuales saldrá elegido el definitivo, pero este no se podrá saber hasta 48 horas antes de la realización de este. **Este modelo rompe con el esquema de "Traveller Journey"**. La segunda fase, la de "paseo", se vería afectada o al menos no se realizaría de la forma tradicional en la que se conoce. La razón es a consecuencia de que no puedes planificar el viaje hasta 48 horas antes debido a la poca información que se tiene de la escapada.



Waynabox fue la empresa pionera en proponer este modelo de viaje en España. Empezó su actividad en 2017 y en este momento cuenta con más de 75.000 personas que han decidido apostar por esta iniciativa.

2.1.1 Los servicios de Waynabox

Para realizar un diseño de *app* adecuado, es necesario analizar el funcionamiento actual de la web de Waynabox.

Al entrar en Waynabox, vemos la que web está dividida en diferentes secciones:

- 1- **Reservar/ Regalar** el viaje sorpresa.
- 2- **Reseñas de los viajeros** que han contratado estos servicios.
- 3- **Otros productos** como viaje sorpresa por Navidad, desconectar cerca de casa y regalar Waynabox.
- 4- Visualización del apartado **¿Qué es Waynabox?** dónde se explica la finalidad de la web.
- 5- Breve explicación de **"Cómo funciona"** para entender las mecánicas del viaje.

- 6- Suscripción a la **Newsletter** para obtener información y descuentos referentes a sus servicios.
- 7- Apartado de **ventajas y productos** de Waynabox.
- 8- **Footer**.

2.1.2 Funcionalidades

La funcionalidad principal es la de realizar una reserva.

Al entrar, en la parte superior de la web, nos aparece:

- Un selector para elegir el tipo de destino, si se quiere ir en avión o por carretera.
- El origen desde el que iniciaremos el viaje.
- El número de pasajeros que realizarán la escapada.

Al clicar “Empezar” se abre la siguiente página, que contiene:

- Elección de la fecha, el número de días y la limitación horaria.
- A continuación, se muestran los 16 destinos europeos y la posibilidad de descartar aquellos que se deseen.
- Se elige el tipo de habitación.
- Posteriormente, aparece la pantalla para añadir servicios como el desayuno, la cancelación...

Después de haber elegido todas las preferencias requeridas, se muestra la pantalla de pago para finalizar la reserva. Cuando esta ha sido realizada, se notifica por mail que todo está confirmado y en preparación. Las 48 horas antes del viaje, se enviará la información que el usuario precise para realizar su viaje. El mail que se recibe contiene enlaces externos para acceder a los diferentes servicios contratados como los vuelos, el alojamiento, la ciudad de destino, el tiempo...

Waynabox actualmente solo está disponible en formato web, esto difiere con las estadísticas actuales que el dispositivo móvil es el más utilizado para acceder a internet, con un 28,7% de los consumidores que utilizan las aplicaciones para acceder a sus espacios cotidianos. [3]

2.2 Benchmarking











El Benchmarking se realizará con diferentes plataformas similares a Waynabox. Se buscará saber cuáles son las buenas y malas prácticas que se muestran. Las webs elegidas para llevar a cabo este estudio son: **Wowtrip, Drumwit, FlyKube y Smartbox.**


La mayoría de estas plataformas tienen unas dinámicas similares a Waynabox. Se va a investigar la parte de contratar un viaje alrededor de Europa, ya que es el nexo en común que tienen todas estas plataformas.

Smartbox, en cambio, tiene un comportamiento distinto. El motivo de su elección es debido a que ofrece diferentes escapadas, actividades, alojamientos... No son viajes como tal, pero se pueden realizar estas actividades para visitar distintas ciudades. Aunque en este caso el usuario decide que es lo que quiere, esta manera de experimentar actividades se ha popularizado mucho en los últimos años, ya que ofrece una forma económica con un gran abanico de posibilidades que se adaptan a lo que el usuario desea.

2.2.1 Wowtrip












Wowtrip es una agencia de viajes sorpresa que nació en 2016 y con presencia en países europeos como España, Alemania, Suiza, Reino Unido, Bélgica, Austria, Francia, Italia y Portugal. Sus sedes se encuentran en Madrid y Berlín, además de contar con trabajadores nativos de cada una de sus destinaciones. Hasta el momento se calcula que 25.000 personas han utilizado sus servicios. [7]

- | | |
|--|--|
|  Permite acceder al espacio personal de "Mi Wowtrip". |  Poca efectividad para realizar la reserva. No aparece justo al entrar en la web, tienes que hacer <i>scroll</i> para seleccionar el tipo de experiencia. |
|  Se indica en el detalle final el destino descartado y el desglose de todos los servicios. |  Colores en alguna sección de la landing page poco accesibles, como la tonalidad ##58FFCF. |
|  Posibilidad de pago con tarjeta y Paypal. |  Menú desplegable de "All my countries" se junta con el fondo y dificulta la lectura. |
|  Posibilidad de elegir diferentes tipos de viaje "por Europa", "by car" y "by train in your country". |  Web responsive sin automatización de dropdowns para realizar la reserva y confusa |
| |  Poco acompañamiento durante la realización de pasos para realizar la reserva. |
| |  No tiene aplicación móvil disponible. |

 Correo electrónico para acceder a los datos de tu reserva.



2.2.2 Drumwit

Drumwit inició su actividad hacia el 2017, su mecánica principal es ofrecer un viaje sorpresa de unos 3 a 8 días y con una oferta de 37 destinos europeos para descubrir. [8]

- | | |
|---|---|
|  Acceso a reserva y al usuario desde el menú principal de forma visible. |  La limitación de los horarios no es demasiado comprensible por el uso de la iconografía sin grandes detalles. |
|  La acción de reserva se muestra al entrar en la web y la página web es atractiva, con una buena combinación de colores y accesibilidad. |  Al seleccionar uno de los pasos anteriores para realizar alguna modificación, tienes que volver a pasar por todos los demás en vez de ir directamente a la página de resumen. |
|  Posibilidad de pago con tarjeta y Paypal, |  Los elementos seleccionados pueden producir confusión porque parece que los estados preestablecidos y los no seleccionados estén relacionados. |
|  Timeline de acompañamiento de los pasos que se deben realizar. |  No tiene aplicación móvil disponible. |
|  37 destinos posibles para viajar. | |
|  Descripción de los servicios desglosados al detalle. | |
|  Aviso en el momento en el que se va a salir de la reserva con una doble confirmación. | |

2.2.3 Flykube

Flykube es una empresa creada por un empresario español y otro italiano en 2017. Esta plataforma, trabaja con hoteles de tres y cuatro estrellas y con las principales aerolíneas como Vueling, Iberia, easyJet... Dentro de su catálogo se encuentran un total de 20 ciudades europeas. [9]

- | | |
|---|---|
|  Interfaz amigable y sencilla mostrando la acción de reserva en un primer plano. |  La posibilidad de realizar pasos hacia atrás se ve limitada hasta cierto punto y es necesario pasar por todo el recorrido para llegar a el área que se desea modificar. |
|---|---|

- ✔ Versatilidad de experiencias como: destino sorpresa, multidestino, escapada sorpresa, verano sorpresa, toda sorpresa y VipKube.
- ✔ Botón flotante de chat de ayuda.
- ✔ Timeline de acompañamiento de los pasos que se deben realizar.
- ✔ Limitación del horario de vuelo visible e intuitivo.
- ✔ Posibilidad de elegir diferentes tipos de equipaje.
- ✘ Las observaciones mostradas como un dropdown pueden causar confusión.
- ✘ Envío por mail del detalle de la reserva.
- ✘ No hay espacio personal para acceder a los datos de la reserva ni realizar modificaciones específicas.

2.2.4 Smartbox

Smartbox es uno de los líderes europeos en el sector de las experiencias y el ocio con una venta de más de 7 millones anuales y con presencia en 11 países europeos como: Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Francia, Italia, Países Bajos, Reino Unido, República de Irlanda, Suecia y Suiza

- ✔ Web intuitiva y atractiva con gran oferta de productos y categorización.
- ✔ Muestra el estado de las acciones que se están realizando (al agregar al carrito aparece el spinner de carga).
- ✔ Muestra detallada de la compra y sus opciones.
- ✔ Web responsive con un comportamiento similar al de la web.
- ✔ Aplicación como alternativa adicional a la web.
- ✘ El apartado de crear cuenta en la aplicación está oculto.
- ✘ Aunque se presenten una gran cantidad de contenido y categorías, esta información aparece de una manera un poco desordenada.

2.5 Insights

Después de haber observado cómo se comporta la competencia y su funcionamiento, se puede afirmar que cada plataforma tiene las **mismas mecánicas**, pero con **pequeñas variaciones**.

Como aspectos positivos, se destacan la **buena visibilidad** de las acciones que realiza el usuario mostrando el detalle de su reserva. También sobresale el **apartado de "Área privada"** en algunas de las webs analizadas.

Con esta investigación, se ha observado los pasos que a realizar para reservar deben mostrarse de **forma muy visual e intuitiva** para que el usuario tenga que hacer el mínimo esfuerzo y así, asegurar que puede contratar todos los servicios que desee.

Algunas de las **prácticas negativas** son aquellas que engloban la poca visibilidad de ciertas acciones y la **no aparición de opciones para personas con ciertas discapacidades físicas**. La mayoría de ellas **no cuentan con una aplicación** y la interfaz es poco amigable, dificultando algunas tareas principales necesarias para la reserva.

2.3 Test con usuarios

El test de usuarios se ha llevado a cabo paralelamente con las encuestas. Este test se ha realizado con la web de Waynabox. Algunos de los usuarios ya habían sido potenciales clientes de la aplicación, en cambio, otros no la habían utilizado en ninguna ocasión.

Los test se han ejecutado de forma **presencial**, con una duración aproximada de unos 30 minutos. Se han tenido en cuenta todos los pasos y se ha utilizado la grabación de pantalla con voz a medida que el usuario iba explicando qué procedimientos realizaba. Los pasos que se han llevado a cabo son los siguientes:

- Se han realizado preguntas sobre el **comportamiento usual** de los usuarios hacia estas plataformas a través de un cuestionario virtual de Google Forms.
- Se les ha ofrecido una explicación detallada sobre la prueba, cómo se iba a realizar y se han resuelto las dudas planteadas por los participantes.
- Una vez los usuarios tenían todas las dudas resueltas y eran conscientes de las mecánicas de la prueba, se **les han expuesto 6 tareas** dónde se ponían a prueba diferentes comportamientos que ofrece la web. Este comportamiento ha sido observado y evaluado.
- Al finalizar la prueba, se les ha preguntado qué aspectos consideran que esta plataforma puede mejorar.
- Por último, se les ha pedido que realizaran el cuestionario SUS (System Usability Scale) para medir la usabilidad del portal web.

2.3.1 Usuarios

Los usuarios que han participado en este test han **sido 4**. Tres mujeres y un hombre, Ariadna, David, Elisabet y Laura, de entre 21 y 27 años. Dos de estas usuarias, han sido consumidoras de la web de Waynabox, mientras que las dos restantes, era la primera vez que interactuaban con esta plataforma.

Nombre	Edad	Profesión	Conocedor/a de la web	Usuario/a de Waynabox
Ariadna	27	Ambientóloga	Sí	Sí
David	23	Estudiante	No	No
Elisabet	25	Bióloga	Sí	No
Laura	25	Maestra	Sí	No

2.3.2 Desarrollo del test

Tarea 1

Escenario

Una de tus amigas quiere realizar un viaje sorpresa, te habla de Waynabox y te propone utilizar esta web para probar esta nueva experiencia. Te pide que hagas la reserva porque en estos momentos está preparando unas oposiciones. Concretáis que las fechas serán del 14 al 18 de noviembre.

Tarea: Realiza la reserva del viaje que contenga 4 días

Objetivos

- Ver qué obstáculos se perciben al hacer la reserva
- Analizar cómo de efectivo es el sistema en el momento de guiar al usuario

Logro

- El usuario/a es capaz de realizar la tarea de forma satisfactoria y sin estancarse en ningún proceso

Resultados

En este caso, la mayoría de los usuarios pulsan en el calendario la fecha de inicio y la de finalización de viaje. Este problema se puede categorizar como leve.

“El filtro de arriba provoca confusión”

“No había visto el selector de arriba”

Tarea 2

Escenario

Queréis aprovechar los días, por ello, deseáis que los vuelos tengan ciertos horarios marcados. El de ida preferís que sea por la mañana. En cambio, el de vuelta preferís que sea por la tarde.

Tarea: Limita los horarios de tus vuelos por la mañana y por la tarde

Objetivos

- Comprobar cómo de visible es el apartado para modificar los vuelos
- Entender qué siente el usuario con esta acción

Logro

- El usuario/a modifica los horarios de los vuelos sin grandes problemas

Resultados

Alguno de los usuarios no ha llegado a encontrar el filtro fácilmente, ya que se encuentra dentro del apartado de selección de los calendarios y no estipula ninguna sección referente a los vuelos, solo aparece un enlace debajo del calendario. Este problema se puede clasificar como leve.

“Esto se podría mostrar más visual”

“No llama mucho la atención”

Tarea 3

Escenario

Una vez llegas a la ventana de descarte, tu amiga y tu concretáis que ya habéis visitado Paris y Helsinki y que estos destinos los podéis descartar para asegurarnos de que la experiencia sea aún más inolvidable descubriendo un destino en el que las dos no hayáis estado

Tarea: Elimina Paris y Helsinki

Objetivos

- Facilidad para descartar destinos
- Percepción de la forma en la que se muestra al final los destinos descartados
- Analizar cómo de efectivo es el sistema en el momento de guiar al usuario

Logro

- El usuario/a puede descartar el destino de una manera hábil

Resultados

En este caso el escenario no ha presentado dificultades para los usuarios, solo que alguno de ellos ha mostrado desagrado en relación con que se cobre por cada descarte. Este problema no es muy grave por lo que también se clasifica como leve.

“Estaría bien qué si ya he ido aquí con Waynabox, no me lo cobraran”

“¿Por qué me tienen que cobrar por cada descarte?”

Tarea 4

Escenario

Una vez se ha realizado la reserva queréis comprobar de que todo se haya realizado correctamente, decidís acceder a la información de tu reserva.

Tarea: Accede a tu reserva

Objetivos

- Comprobar la facilidad para acceder a esta información
- Averiguar si la aplicación utiliza los métodos adecuados para ofrecerla

Logro

- El usuario/a accede a toda la información referente a la reserva fácilmente

Resultados

Los usuarios se sienten perdidos cuando se les pide que busquen la información sobre la reserva. Buscan un indicativo para acceder al “Área privada”, pero no la encuentran. Los usuarios sienten frustración al no encontrar este apartado. Este problema se podría clasificar como grave, ya que impide gestionar incidencias internas dentro de la reserva.

“No me parece bien que no haya una sección para ver mi reserva”

“No encuentro ese apartado”

“Miraría el correo, pero porque no hay otra forma de poder ver la información”

Tarea 5

Escenario

Una vez habéis reservado, recordáis que no habéis especificado que una de vosotras es celíaca. Debéis informar a la compañía para que lo tenga en cuenta, ya que habéis incluido el desayuno en la reserva.

Tarea: Accede a atención al cliente

Objetivos

- Analizar cómo se pone en contacto el usuario para informar de un imprevisto posterior a la reserva
- Comprender cuál es el modelo mental del usuario en el momento de realizar esta acción

Logro

- El usuario/a puede ponerse en contacto de forma adecuada con la empresa para informar de esto

Resultados

Cómo posteriormente se han dado cuenta de que no tienen acceso a un área privada, buscan el apartado de atención al cliente y contactarían con la empresa a través de este apartado. Este problema se puede considerar como leve, porque sí que se puede contactar, pero a su vez es molesto porque tienes que especificar toda la información sobre la reserva.

“Es incómodo que tenga que acceder desde aquí”

“No me transmite mucha seguridad que tenga que comentar según qué cosas a través de aquí, porque en algunas ocasiones no responden y según la urgencia me pondría nerviosa”

Tarea 6

Escenario

Como te ha gustado tanto la experiencia decides repetir, pero esta vez con otra persona. En este caso, la persona con la que vas a viajar tiene una minusvalía crónica que le impide andar de forma adecuada, lo que implica que tenga que viajar con sillas de ruedas.

Tarea: Indica que uno de los viajeros tiene una discapacidad durante el proceso de reserva

Objetivos

- Analizar como de accesible es el viaje para personas con discapacidad
- Observar qué opciones da para este tipo de casos, y cómo el usuario resuelve esta acción

Logro

- El usuario/a puede informar de una discapacidad sin grandes dificultades

Resultados

Los usuarios informan de esto a través del apartado de observaciones del final de la reserva. Algunos usuarios comentan que abandonarían la tarea porque no están seguros de si este viaje cubriera sus necesidades. Este problema se califica como grave, ya que se está excluyendo a una parte de la población, por lo que no es completamente inclusivo

“Contactaría antes por el apartado de “Contáctanos” y preguntaría, pero no reservaría”

“No me transmite confianza indicarlo por aquí”

“Creo que no acabaría reservando”

2.3.3 Insights

Con el cálculo del resultado del cuestionario SUS, se ha obtenido una puntuación de 75 puntos. Por lo que la valoración de los usuarios es muy positiva.

La investigación ha permitido:

- Observar qué comportamiento tienen los usuarios en relación con la aplicación a la realización de tareas principales y secundarias que se pueden exponer durante la reserva del viaje.
 - La opción de limitar los vuelos puede estar más visible
 - Desconfianza en el momento de indicar que una persona tiene cierta discapacidad
 - Inquietud por no haber Área privada
 - Confusión para elegir los días en el mapa por el tab de navegación superior
 - Poca claridad en la pantalla de detalle con los descartes
- A los usuarios les gusta y les parece atractivo el diseño
- Las reseñas de los usuarios también hacen que les transmitan confianza
- Las destinaciones son atractivas para los usuarios

2.4 Entrevistas

Se han realizado entrevistas a usuarios que ya han utilizado anteriormente Waynabox o similares. Con esto se quiere conseguir saber **cómo ha sido su experiencia y qué opinan sobre la plataforma** para observar cuáles son los puntos que se pueden mejorar en el diseño de la aplicación. Los objetivos de esta entrevista son los siguientes:

- Conocer cómo ha sido la experiencia de los usuarios
- Entender qué opinan sobre el uso de la aplicación y cómo de acompañados se han sentido por la empresa durante el viaje.
- Observar cómo funciona la aplicación en un contexto real.

Las entrevistas se han efectuado presencialmente a 5 usuarios. Durante ellas, se ha grabado la voz de los usuarios. También se les ha solicitado que rellenaran el documento NDA de consentimiento informado. El perfil de los usuarios entrevistados es el siguiente:

Nombre	Edad	Últ. Sorpresa	Viaje	Plataforma Utilizada
Ariadna	27	3 años		Wowtrip
David	23	1 año		Waynabox
Elisabet	35	4 años		Waynabox
Sheila	27	2 meses		Waynabox
Juan Carlos	31	2 meses		Waynabox

2.4.1 Desarrollo

Después de contextualizar la investigación y explicarles a los usuarios el funcionamiento de la entrevista. Se debe tener en cuenta de la que la estructura de esta no es rígida, y se han ido realizado subpreguntas a través de las respuestas que se han ido ofreciendo. Las preguntas formuladas son las siguientes:

- ¿Has utilizado alguna vez una de las webs destinadas a viajes sorpresas?
- ¿Conoces alguna plataforma más para hacerlo? ¿Por qué elegiste esta?
- ¿Con quién hiciste este viaje?
- ¿Con qué dispositivo realizaste la reserva?
- ¿Qué pasos realizas para hacer este tipo de reserva?
- ¿Experimentaste algún tipo de problema en la realización de estos pasos?

- ¿Qué destinos recuerdas que se mostraron? ¿Descartaste alguno? ¿Cuál fue el motivo?
- ¿Cómo fue la espera hasta descubrir el viaje?
- ¿El destino fue de tu agrado?
- ¿Encontraste toda la información y documentación necesaria fácilmente? ¿Crees que este paso se podría haber realizado de una forma más sencilla?
- ¿Se te ofrecieron posibles planes en la ciudad de destino para realizar este viaje? ¿Cómo se te mostró esta información?
- ¿Qué es lo que más te ha gustado? ¿Y lo que menos?
- Si tuvieras que destacar algún problema durante tu estancia, ¿cuál sería?
- ¿Añadirías alguna funcionalidad más?
- ¿Has echado algo en falta durante esta escapada?
- ¿Conoces a alguien más que haya realizado esta experiencia? ¿Sabes cómo ha sido su valoración ante ella?
- ¿Consideras que esta forma de viajar tiene alguna ventaja en comparación con la tradicional? ¿Cuál sería?
- ¿Te gustaría que esta web estuviera disponible como *app*? ¿Por qué?

2.4.2 Insights

Las entrevistas han servido para dar visibilidad de la percepción y la valoración que tienen los usuarios de los servicios que ofrece Waynabox. Mayoritariamente, la experiencia ha sido positiva, aunque en algún caso no ha acabado de ser del agrado del usuario. Se han observado los siguientes puntos:

- Los usuarios desearían tener la información más centralizada en una *app*
 - “Sería mejor tener una *app* para acceder a la información”
 - “Toda la información que se muestra es la necesaria, pero sería más práctico que estuviera en una aplicación”
- Agradecerían que la información se ofreciera de una forma más interactiva
 - “Se podría añadir un mapa para ver cómo de cerca están los monumentos”

- “Alguna información previa sobre dónde comprar las entradas de los monumentos”
- También se destaca la posibilidad de visitar sitios que no hubieran pensado en visitar
 - “Lo bueno de este tipo de viajes es que te pueden llevar a un sitio que no habías pensado en visitar”
 - “No hubiéramos elegido ir a un sitio así”
 - “El lugar era un poco caro para lo que esperábamos”
- Comentan que se podría incluir algún sistema de pistas. Otra mejora es tener la opción de saber el destino antes de 48 horas antes para poder preparar las cosas con más antelación dado que la versatilidad de los destinos es amplia.
 - “Estaría bien que, desde el momento en que reservas, te fueran enviando pistas sobre el sitio”
 - “Me gustaría que al menos te dijeran algo antes de las 48 horas sobre el destino, si será playa, montaña...”
 - “No hay suficiente tiempo con 48 horas si tienes que comprar cosas importantes y más si vas a viajar el lunes y tienes el fin de semana que muchos locales están cerrados”
 - “Tuvimos problemas con el cambio de moneda por el poco tiempo que tuvimos para gestionar el viaje”
- Ofrecer información sobre movilidad ayudaría a que la experiencia fuera más enriquecedora.
 - “Cuando llegamos al aeropuerto no sabíamos cómo llegar hasta el hotel, no sabíamos qué opciones había”
 - “Recuerdo que en el viaje que nos tocó, nos enviaron información sobre los transportes que podíamos utilizar para ir al hotel”

2.5 Encuestas

La encuesta se ha realizado para complementar la información anterior como método cuantitativo y tener unos datos más generalizados de los usuarios. La plataforma con el que se ha desarrollado la encuesta ha sido Google Forms, debido a la versatilidad que ofrece tanto en opciones de uso como de compatibilidad con otros dispositivos. Además, al ser una de las plataformas más empleadas, esta interfaz es más amigable para los usuarios. El método de difusión ha sido a través de redes sociales. La encuesta ha permanecido activa durante dos semanas.

El objetivo principal ha sido **entender los hábitos de reserva y la manera en que los consumidores gestionan los viajes**. La investigación se dividía en diferentes puntos según las opciones elegidas de los encuestados. En la primera parte, se recogen **datos demográficos** y se les **cuestiona sobre su rutina de viaje**; cómo reservan, por qué viajan y con quién. Se genera una pregunta sobre si desearían realizar un viaje sorpresa y esta les dirige a diferentes secciones según su respuesta. Hay un apartado dónde se menciona si desean este tipo de viaje o no. Si seleccionan la opción “sí”, aparece la sección sobre su opinión de la experiencia. A continuación, en el caso de seleccionar Waynabox como web utilizada, encuentran preguntas específicas sobre esta web. En el siguiente enlace, se puede visualizar una copia de encuesta: <https://forms.gle/NvWHk9FbngviP9LJ8->

2.5.1 Insights

Antes de exponer los datos más relevantes, es importante saber que la muestra recogida cuenta con un 65,9% de los encuestados entre 25 y 34 años, un 27,3% de entre 18 y 24 años y un 6,8% de entre 35 y 45 años. Los datos relevantes son los que indican que un 43,2% de la muestra viaja más de dos veces al año y que un 61,4% lo hace por turismo, donde destacan las estancias de 4 días con un 38,6%.

Gran parte de los usuarios, exactamente un 47,7% organiza todos los días de su estancia, un 93,2% lo hace acompañado de terceros y un 95,5% realiza su reserva mediante internet. De estos, un 62,8% usa el ordenador como dispositivo predominante frente al 32,6 % que utiliza el móvil. El mayor uso de las reservas, se hace a través de la web frente a la aplicación. Solo un 15,9% indica con seguridad, que no le gustaría realizar un viaje sorpresa. Gran parte de esto es porque priorizan la organización del viaje. Los demás usuarios destacan que les gusta esta iniciativa porque invierten menos tiempo en la organización y priorizan la experiencia que esto les ofrece.

El 75,7% conoce aplicaciones de viajes sorpresa, pero solo el 32,4% las ha utilizado. La gran mayoría destaca su buena experiencia y repetirían algo así, por el precio, por viajar a lugares inesperados y por las sensaciones que les genera. Se destacan como aspectos negativos los suplementos para incluir otros servicios, la manera en que se ofrece la información y la poca antelación para descubrir los destinos.

Un alto porcentaje de los encuestados menciona que desearían que existiera una *app* de Waynabox. Incluirían nuevas funciones como consultar las características de la reserva, más transparencia, mejor gestión de la información y con más accesibilidad a los usuarios.

2.5.2 Resultados

- Un 24% de los encuestados, ha utilizado aplicaciones relacionadas con destinos sorpresa
- La gran mayoría de los encuestados realiza viajes relacionados con el turismo.
- Los encuestados coinciden en que la iniciativa es buena, pero el margen de días para descubrir el destino es corto. Aquellas personas que son muy organizadas descartan este tipo de iniciativas.
- Los usuarios creen que la información de la reserva y opciones de guía se podría ofrecer de una forma más cómoda.
- La mayoría de los usuarios utiliza el ordenador para realizar las reservas, aunque algunos destacan que según la ocasión también eligen el teléfono móvil.

2.6 Persona

Raquel Herrera



EDAD 28
GÉNERO Femenino
OCUPACIÓN Abogada
LOCALIDAD Barcelona

“ Me encanta que cada viaje que realizo sea una nueva oportunidad para descubrir otras ciudades

Personality

Extrovertida

Aventurera

Intrépida

Bio

Raquel es una es una joven graduada en Derecho a la que le encanta viajar. Su gran afán por descubrir nuevos lugares hace que sea una viajera muy frecuente. Esto implica que constantemente esté buscando nuevas formas de viajar para saciar su curiosidad y experimentar nuevas emociones.

Motivaciones

- Tener un sueldo mínimo para permitirse viajar.
- Acceder a toda la información del país al que viaja de manera precisa.
- Disponer de tiempo libre para hacer escapadas.
- Encontrar a alguien dispuesto a compartir una aventura con ella.

Obstáculos

- Los sueldos precarios influyen en que no puede ahorrar como le gustaría para poder viajar.
- Su trabajo no le permite hacer viajes de larga estancia debido a que debe estar pendiente de sus clientes.

Tipo de viajero

Frecuente	<input type="range"/>	Ocasional
Organizada	<input type="range"/>	Esporádica
Solitaria	<input type="range"/>	Sociable
Tradicional	<input type="range"/>	Moderna

Dispositivos Recurrentes



Ordenador



Móvil

Raúl García



EDAD	32
GÉNERO	Masculino
OCUPACIÓN	Consultor
LOCALIDAD	Girona

“ Me gusta viajar, pero siempre tengo que tener todo muy organizado. Intento tener la situación bajo control.

Personality

Organizado

Introvertido

Tranquilo

Bio

Raúl suele viajar debido a su trabajo, pero durante su tiempo libre también aprovecha para descubrir nuevas ciudades con su pareja. Es una persona muy organizada y le gusta preparar con antelación los viajes para poder aprovechar al máximo todo el tiempo que esté de visita.

Motivaciones

- Su situación económica es muy buena.
- Le gusta acceder a toda la información y planificar su viaje a través de su dispositivo móvil.
- No le importa viajar solo.
- Le encanta la fotografía paisajística por lo que siempre está buscando nuevas localizaciones para practicar su hobby.

Obstáculos

- Sufre una intolerancia alimentaria, por lo que tiene que tener cuidado con las destinaciones y/o restaurantes a los que va cuando viaja a otros países.
- Solo dispone de sus vacaciones anuales para viajar o los fines de semana.

Tipo de viajero

Frecuente	<input type="range"/>	Ocasional
Organizada	<input type="range"/>	Esporádica
Solitaria	<input type="range"/>	Sociable
Tradicional	<input type="range"/>	Moderna

Dispositivos Recurrentes



Ordenador



Móvil

2.7 Escenarios

A partir de la información obtenida con la **investigación y la elaboración de las fichas Persona**, se crearán **4 escenarios**, dos para cada uno de los usuarios propuestos anteriormente. Se describirán de forma narrativa cuáles son las acciones que realizarán los usuarios para entender cómo es su comportamiento y sentimientos cuando interactúan con el producto.

Escenario 1 – Raquel quiere viajar con su madre, la cual tiene una discapacidad física

Raquel observa su agenda y ve que se aproxima un puente. Decide que quiere aprovecharlo haciendo lo que más le gusta, viajar. Hace mucho que quiere realizar un viaje con su madre y cree que esta es una buena oportunidad para hacerlo, aunque su madre sufra una enfermedad que le impide andar.

Le comenta que ha oído hablar de la web de Waynabox y su mecanismo, a su madre le parece muy interesante este nuevo modelo de viaje. Raquel coge su smartphone y se dispone a descargar la *app* de Waynabox. Empieza a rellenar los datos que le van pidiendo. Para su sorpresa, en uno de los primeros pasos, se le pregunta si alguno de los pasajeros sufre una discapacidad. Selecciona qué tipo de discapacidad tiene su madre. Al final de la reserva, no está muy segura de si su experiencia estará bien adaptada para su madre.

Raquel accede al detalle de la reserva, por lo que observa que está considerado dentro de la factura en el apartado de su reserva. De todas maneras, decide ponerse en contacto con la compañía para asegurarse de cómo se adapta el viaje a este tipo de personas. Recibe toda la información necesaria, bien detallada, por lo que está preparada para iniciar su viaje próximamente.

Escenario 2 – Raquel quiere descubrir el destino 48 horas antes de su viaje

Raquel ya ha viajado con Waynabox, y tras haber disfrutado de un buen viaje, decide repetir esta experiencia. Su amiga Laia, con la que decide viajar esta vez, también ha utilizado Waynabox en otra ocasión. Las dos quedan para realizar la reserva.

Acceden a la aplicación y empiezan a rellenar los campos. Acceden al paso de eliminar destinos, quieren eliminar 2, en los que ya han estado anteriormente. Observan que tienen que pagar para eliminar más de un destino, esto les molesta. Realizan la reserva completa. Cómo no pueden aguantar las ganas del gran viaje, deciden seleccionar el apartado de ir recibiendo pistas. A medida que pasan las semanas, van mirando las pistas, pero son bastante escuetas y no conocen el destino hasta las 48 horas antes de partir.

Escenario 3 – Raúl quiere asegurarse que el destino donde viaja tiene opciones de restaurantes aptos para celíacos

Raúl decide que quiere hacer una escapada con su pareja. María le comenta que una amiga suya ha realizado un viaje con Waynabox y deciden probar esta experiencia porque les parece interesante este tipo de propuesta.

Se dispone a reservar, decide optar por utilizar la aplicación. Se descarga la aplicación y realiza la reserva. Accede al apartado correspondiente, introduce su lugar de origen, el número de pasajeros y los días que quieren viajar. Antes de elegir el tipo de pensión, observa que hay una pantalla de necesidades donde puede indicar que es celíaco, por lo que considera que esto le puede ayudar para el destino, ya que hay algunos lugares que no están preparados para este tipo de intolerancias.

Cuando llega al destino, accede a la guía interactiva. Se dispone a ver los restaurantes que hay a su alrededor y si va a poder comer en alguno de ellos. Utiliza el filtro para buscar el tipo de restaurante que desea elegir. Filtra por restaurantes sin gluten. Raúl está contento de que tengan esto en consideración, pero aun así sabe que es muy difícil controlar esto por el tema de la contaminación cruzada, pero agradece la iniciativa.

Escenario 4 – Raúl quiere acceder a la información de su reserva, pero no tiene internet

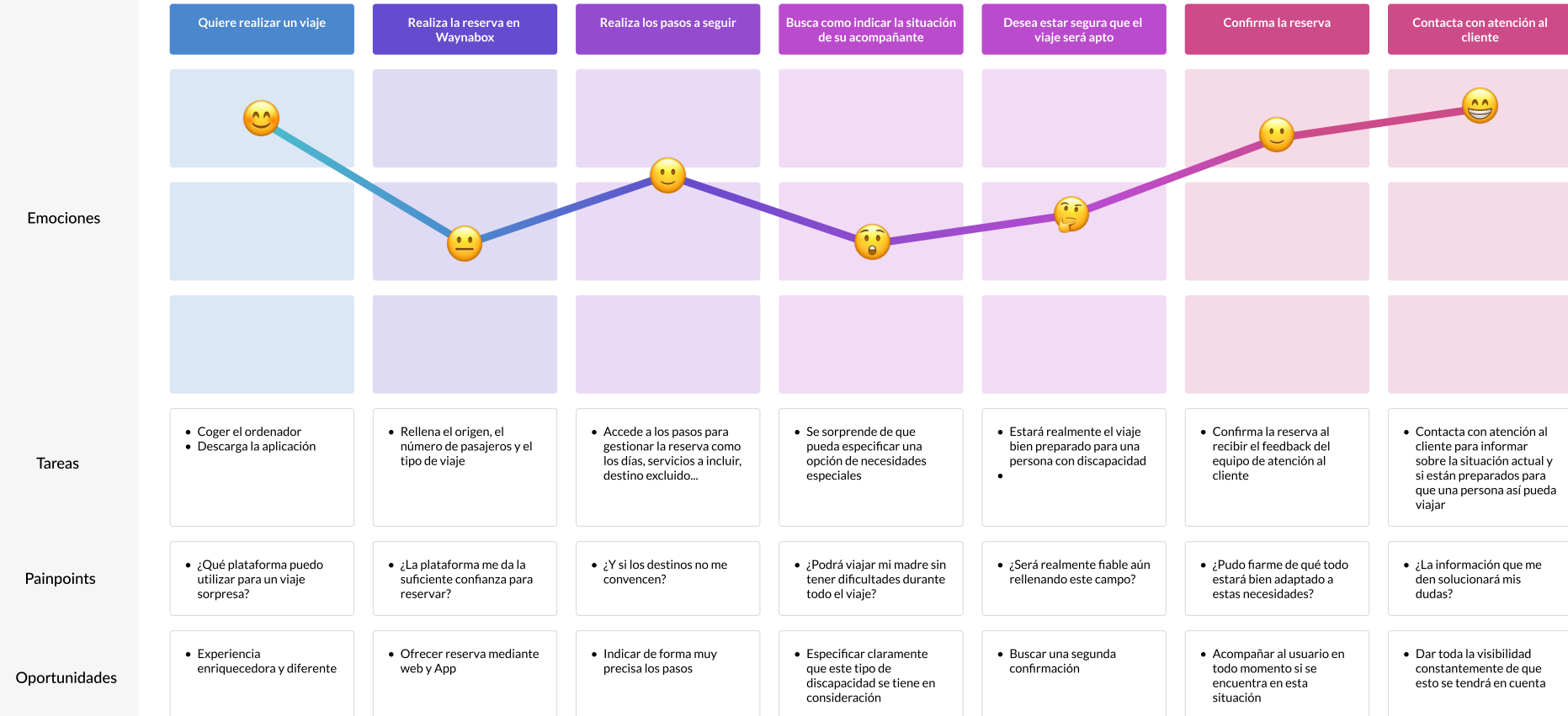
Raúl decide hacer una pequeña escapada en solitario, esta vez vuelve a confiar en los servicios de Waynabox para su nueva aventura.

De nuevo, realiza la reserva desde la *app* de su móvil, realiza los pasos necesarios para la reserva. Está ansioso porque llegue el gran día. Recibe la notificación 48 horas antes de su viaje y mira cuál es el destino. Ve que ya puede acceder a la guía y las actividades, por lo que la ojea para planificarse durante los próximos días.

Raúl llega al aeropuerto, y de nuevo tiene que abrir la *app* para acceder a las tarjetas de embarque. Vuela hasta su destino, al llegar al hotel necesita mostrar el identificador de la reserva. De nuevo, vuelve a entrar la aplicación, pero al clicar en el enlace revisa que no tiene conexión. Raúl se alegra de que la aplicación sea funcional para acceder a la documentación de manera offline.

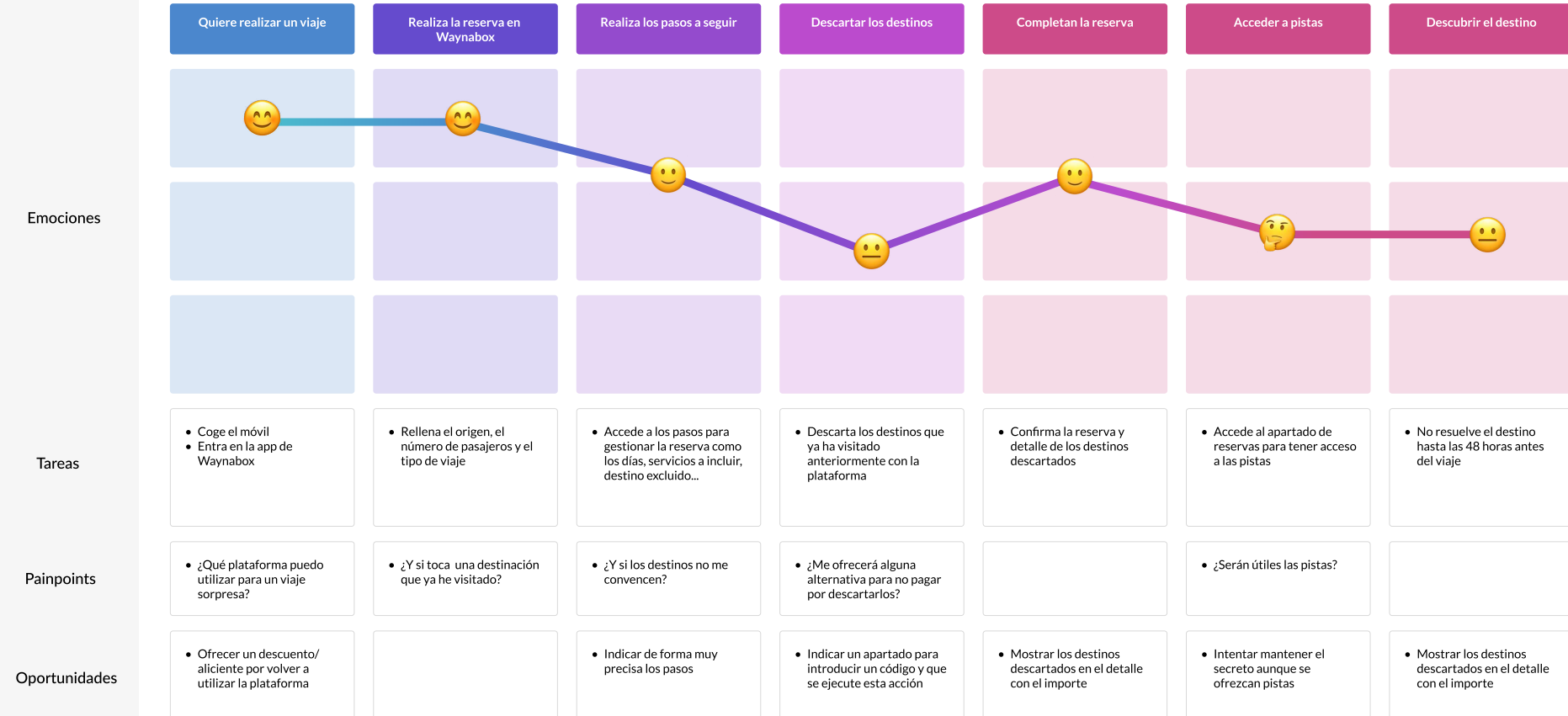
Scope

Escenario 1 – Viajar con una persona con discapacidades físicas



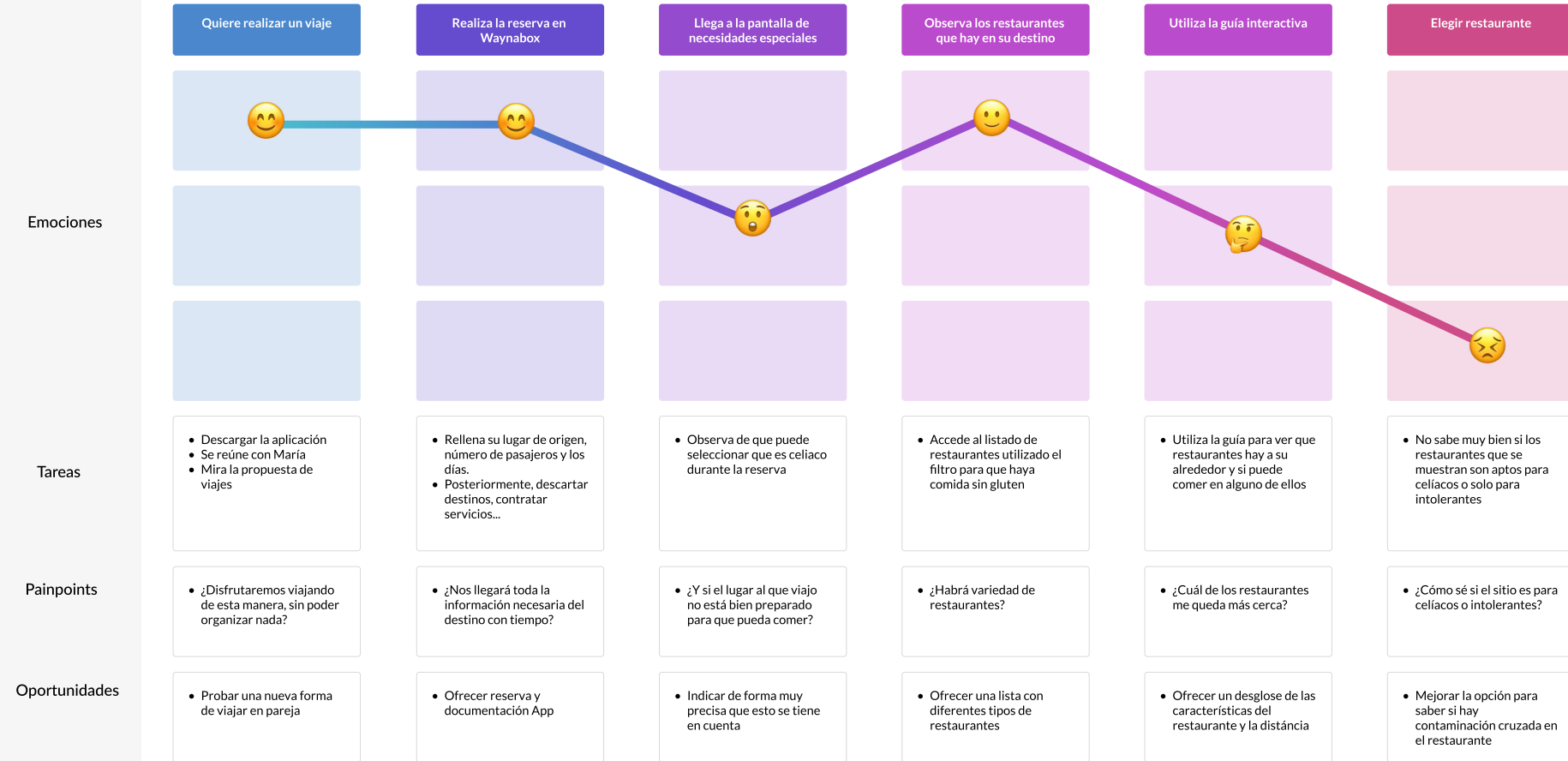
Scope

Escenario 2 – Descubrir el destino mediante pistas



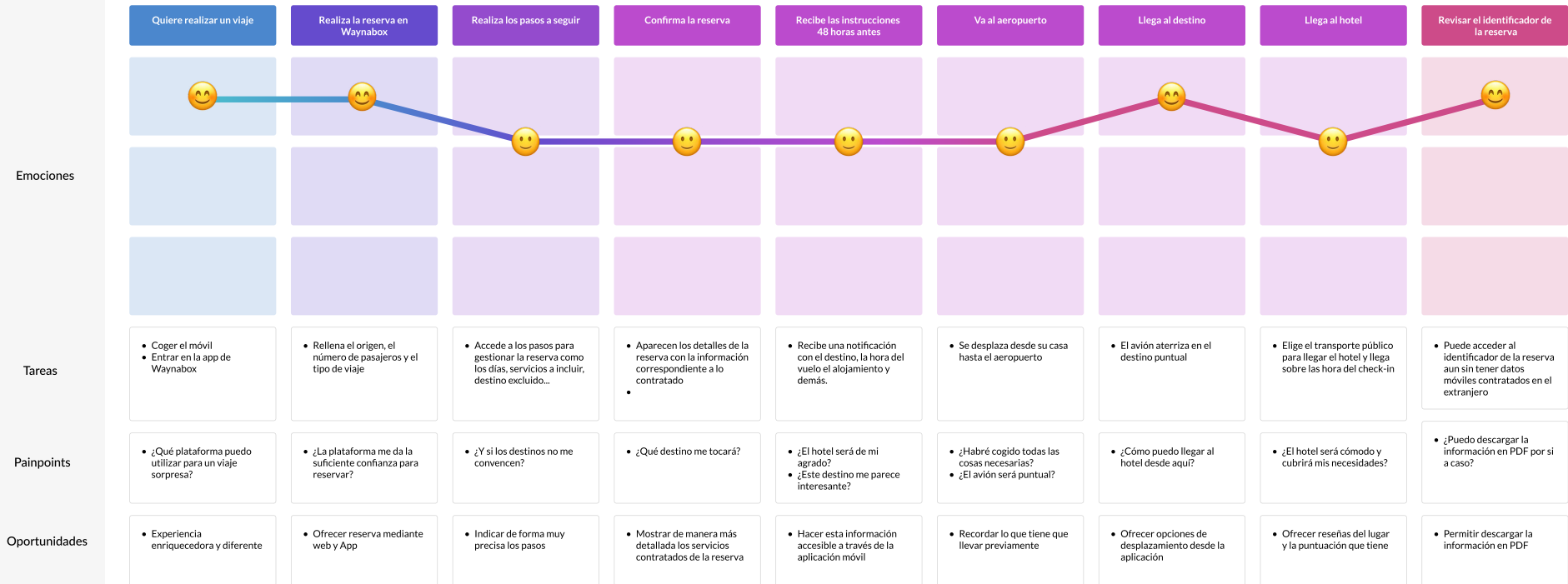
Scope

Escenario 3 – Viajar con una persona con intolerancia alimentaria



Scope

Escenario 4 - Viajar offline



2.9 Lean UX Canvas

1 Problema

La plataforma de Waynabox tiene algunos puntos que dificultan tener una experiencia de usuario completa.

La información sobre la reserva se muestra de manera poco accesible, dificultando el acceso a esta en lugares donde no hay conexión a internet. Por otro lado, se experimentan dificultades con la transparencia de información relacionada con los lugares de interés y el acceso al transporte. Otro punto importante a mejorar, es la experiencia de personas con discapacidades físicas.

3 Usuarios

Los usuarios de la aplicación serán jóvenes de entre 18 a 35 años con un nivel adquisitivo medio. La finalidad del uso de esta será la de viajar obteniendo una experiencia diferente donde la sorpresa es el elemento principal.

6 Hipótesis

Se cree que Waynabox mejorará su experiencia si adapta el contenido post-reserva a sus usuarios a través de una app con la implementación de funcionalidades que les ayuden a desplazarse y priorizar los lugares de interés más destacados.

Se cree que Waynabox obtendrá más clientes si se adapta a las necesidades de personas con ciertas discapacidades a través de la priorización de actividades o transportes adaptados para este tipo de usuarios.

5 Soluciones propuestas

Los puntos a tener en cuenta para mejorar las problemáticas son las siguientes:

- Ofrecer una información transparente sobre la documentación necesaria para el viaje
- Mostrar apartados donde las personas con discapacidades puedan indicarlo sin dificultades y sabiendo que se tendrá en cuenta para la reserva
- Añadir una sección donde se muestren los diferentes tipos de transporte con una estimación del precio y dónde cogerlos.
- Implementar un mapa interactivo con los lugares de interés

7 Identificación de riesgos

- ¿Las herramientas que se muestran en la app son las adecuadas para el usuario?
- ¿Se debería incluir un apartado de reserva dentro de la aplicación?
- ¿Cómo optimizar las acciones que se llevarán a cabo para que sean lo más accesibles posibles?

2 Resultados comerciales

La aplicación es utilizada por un target mucho más amplio donde se tienen en cuenta personas con discapacidad. Los usuarios frecuentes tienen a su disposición toda la información de una manera más unificada y accesible a la que pueden acceder sin tener acceso a internet. El medioambiente también se tiene en cuenta ofreciendo a los usuarios alternativas para moverse por la ciudad sostenibles.

4 Beneficios para el usuario

- Mejor experiencia durante su viaje.
- Priorización de los lugares de interés para poder visitar los monumentos y espacios más importantes del destino.
- Las personas con discapacidad también pueden disfrutar de esta experiencia con garantías de que se les tendrá en cuenta y se les ofrecerán alternativas para ello.

8 Validación de riesgos.

- Testing con la web para ver que opinan los usuarios
- Testing sobre acciones "no cotidianas" referentes a las personas con discapacidades
- Testing sobre algunas acciones simples, pero que se encuentran ocultas o no son tan accesibles como otras opciones
- Conocer qué opinión tienen los usuarios sobre la aplicación

2.10 Problem statement

Después de realizar toda la investigación previa, se ha observado que la plataforma de Waynabox genera algunos problemas a los usuarios:

- Algunos usuarios comentan que sería de su agrado **descubrir el destino con más margen de tiempo**.
- La plataforma no establece claramente la **opción de limitar los vuelos**.
- Es complicado especificar y que quede constancia de que un **pasajero, tiene algún tipo de discapacidad física**.
- La guía y especificaciones **solo se encuentran en un mail** a través de enlaces externos, haciendo que el acceso a esta información sea poco amigable.
- Los usuarios deben pagar incluso si están utilizando la plataforma de nuevo y quieren descartar **destinos que ya hayan visitado con esta**.
- Ofrecer **alternativas de transporte** para ir del aeropuerto hasta el destino.
- Los usuarios deben acceder al mail o al teléfono de soporte, cada vez que quieren contactar con la plataforma para informar de algún imprevisto.

Se considera que estos son los puntos más destacados que se pueden analizar para mejorar la experiencia de los usuarios de Waynabox. Algunas de las propuestas de mejora que se plantean para conseguir los objetivos anteriores son las que se muestran a continuación.

Para mejorar la experiencia para los usuarios de esta plataforma se plantea el **diseño de una app**. El objetivo que ofrece la plataforma es un formato mucho más accesible y cómodo para los usuarios que vayan a realizar un viaje con Waynabox. En los puntos mencionados anteriormente se observa que los aspectos más destacados se relacionan con la **poca transparencia para informar de datos** que modifiquen el viaje “estándar” establecido. La manera en que se ofrecen los datos también es poco accesible y por último hay cierta **dificultad para elegir los medios de transporte y lugares donde comprar entradas** de los monumentos más importantes de la ciudad.

El diseño de la aplicación que se elaborará tendrá en cuenta todo tipo de usuarios y ofrecerá alternativas para aquellos que padezcan alguna discapacidad. También contará con un **modo offline** para poder acceder a la documentación en caso de que la conexión a internet no esté disponible.

Funcionales

- Consultar la guía del destino.
- Mejora de la interfaz de reserva
- Información necesaria sobre el transporte y sus precios.
- Mostrar los lugares más importantes a través de un mapa interactivo con las webs de donde adquirir tours y entradas.

- Acceso a la información referente al alojamiento y las tarjetas de embarque offline.
- Ofrecer pistas a través de la *app* sobre el destino, en el caso de que el usuario lo haya decidido.
- Acceso a un espacio personal con todos los datos necesarios.
- Asistente chat-bot/asistente virtual.
- Indicar actividades alternativas para personas con discapacidades físicas, visuales y/o auditivas.

Emocionales

- Puntuar las actividades para que después puedan verlas otros usuarios desde la aplicación.

Operativas

- Aplicación accesible para personas con problemas visuales a través de los elementos, iconos y legibilidad.
- Mapa interactivo con imágenes de los monumentos principales, enlaces y distancia a la que está.
- Sección de “Área privada” para que el usuario pueda visualizar todo lo que necesite sobre su reserva.

Seguridad

- Doble verificación para acceder a los billetes e información personal sobre el viaje

Ambientales

- La web muestra gran parte de la información para que no sea necesario imprimirla.
- Indicar el transporte público para reducir la contaminación.

3 Desarrollo

3.1 Inventario de contenido

Antes de realizar los próximos pasos, se elaborará un inventario de contenido en base a toda la información que se ha obtenido anteriormente. Esto ayudará a **organizar la información en diferentes niveles** y tener una visión general de las acciones principales que tendrá la aplicación. La parte de realizar la reserva, no se tendrá en cuenta al ser un proceso bastante estándar, donde los pasos a realizar están muy marcados en los modelos mentales de los usuarios, tal y como se ha podido comprobar con el test.

Inventario de contenidos		
Nivel 0	Nivel 1	Nivel 2
Perfil		
	Gestionar cuenta	
		Datos personales
		Modificar contraseña
		Ciudad de origen
	Ajustes	
		Cambiar Idioma
		Notificaciones
Mis reservas		
	Billetes de avión	
		Descargar tarjetas de embarque
		Modificar asientos
		Añadir equipaje de mano
	Localizador de tu reserva	
	Destino asignado	
	Hotel asignado	
		Detalles del hotel asignado
	Modificar/Añadir sugerencia	
		Intolerancia alimentaria
		Discapacidad
		Otros aspectos
	Detalles de la reserva	
Sobre Waynabox		
	¿Cómo funciona Waynabox?	
	Información sobre alojamientos y vuelos con los que trabaja Waynabox	
	¿Quiénes somos?	

	Tipos de experiencias que ofrece Waynabox	
	Reseñas de los viajeros	
	Blog	
Guía Interactiva		
	Excursiones que realizar	
	Monumentos destacados	
	Transporte	
	Mapa interactivo	
	Restaurantes destacados	
	Dónde cambiar moneda	
Contáctanos		
	Correo electrónico	
	Número de teléfono	
	Chat de ayuda	
	FAQs	
	Emergencias	

3.2 Card Sorting

Preparación

El Card Sorting se ha elaborado a partir del inventario de contenidos. Esta técnica se ha utilizado para **entender los modelos mentales** que tienen los potenciales usuarios en el momento de organizar la información interna de la aplicación.

Se han elaborado un total de **24 cartas** basadas en el apartado anterior. Se han eliminado algunos de los conceptos como el de los detalles de los billetes de avión y sus derivados, dado que estos están muy relacionados con la categoría del nivel 2 que los agrupa. Incluso en algunos casos, vienen acompañados del mismo nombre de la categoría, por lo que los usuarios automáticamente los introducirán dentro de esta y así también se reduce el número de cargas que se le genera al usuario para la categorización de la tarea. Las categorías que se han ofrecido han sido: “Reservas”, “Guía interactiva”, “Perfil”, “Sobre Waynabox” y “Contáctanos”

El Card Sorting ha sido realizado mediante la plataforma de *Optimal Workshop*. Antes de empezar, se les realizaban una pregunta sobre si habían viajado o no. Se les mostraba una explicación de la realización de este para los usuarios que no estén familiarizados con este tipo de tareas, además de incluir el mail por si tenían alguna duda para realizarlo. Se ha distribuido mediante redes sociales. El número total de participantes ha sido de 30 y el **método escogido para la categorización ha sido híbrido** para no cerrar completamente al usuario en las categorías predeterminadas que se han ofrecido.

Resultados

Respecto a la pregunta de “¿Sueles reservar viajes a través de aplicaciones móviles?”, un 60% de los participantes ha respondido que “Sí”, mientras que un 18% ha respondido que “No”.

Los resultados que destacan la frecuencia de agrupación de las cartas son los siguientes:

Cartas	Contáctanos	Guía interactiva	Perfil	Reservas	Sobre Waynabox	Otra categoría
¿Cómo funciona Waynabox?		1			29	
¿Quiénes somos?	5				25	
Billetes de avión		2	1	27		
Blog	2	3	1		21	3
Chat de ayuda	25	3		1	1	
Correo electrónico de la empresa	25		2		3	
Destino asignado		4	2	23		1
Detalles de la reserva		1	1	28		
Dónde cambiar moneda/divisa		21	3	5		1
Emergencias (referente a los números de emergencias del país de destino)	5	12		12		1
Establecer país de origen		1	24	5		
Excursiones que realizar en el destino		24		5		1
FAQs (Preguntas frecuentes)	18	1	1		8	2
Hotel asignado		2	1	26		1
Información sobre alojamientos y vuelos con los que trabaja Waynabox					30	
Localizador de la reserva		1	1	28		
Mapa interactivo del destino		26		3		1
Perfil			29	1		
Modificar contraseña			29	1		
Modificar o añadir sugerencia de la reserva		1	1	28		
Monumentos destacados		28		1		1
Notificaciones		1	28	1		
Número de teléfono de contacto	28	1	1			
Reseñas de otros viajeros		7		4	18	1
Restaurantes recomendados		27		2		1
Seleccionar idioma		1	25	1	2	1
Tipos de experiencias que ofrece Waynabox					30	
Transporte		25		4		1

Dos participantes han creado la categoría de “Blog”, FAQs e “Información útil”. Tal y como se puede observar en el Clúster 3D, destacan las 5 categorías que se han ofrecido a los usuarios. Cada uno de los puntos muestra una de las cartas, según la proximidad en la que se muestren, significa que estas se han agrupado juntas en la misma categoría. Hay una de las cartas, en concreto la de “Emergencias” que ha generado cierta versatilidad en la agrupación. En esta ocasión, este apartado se establecerá en Reservas, ya que se considera que tiene mucha más consistencia que ponerlo dentro de la guía interactiva.

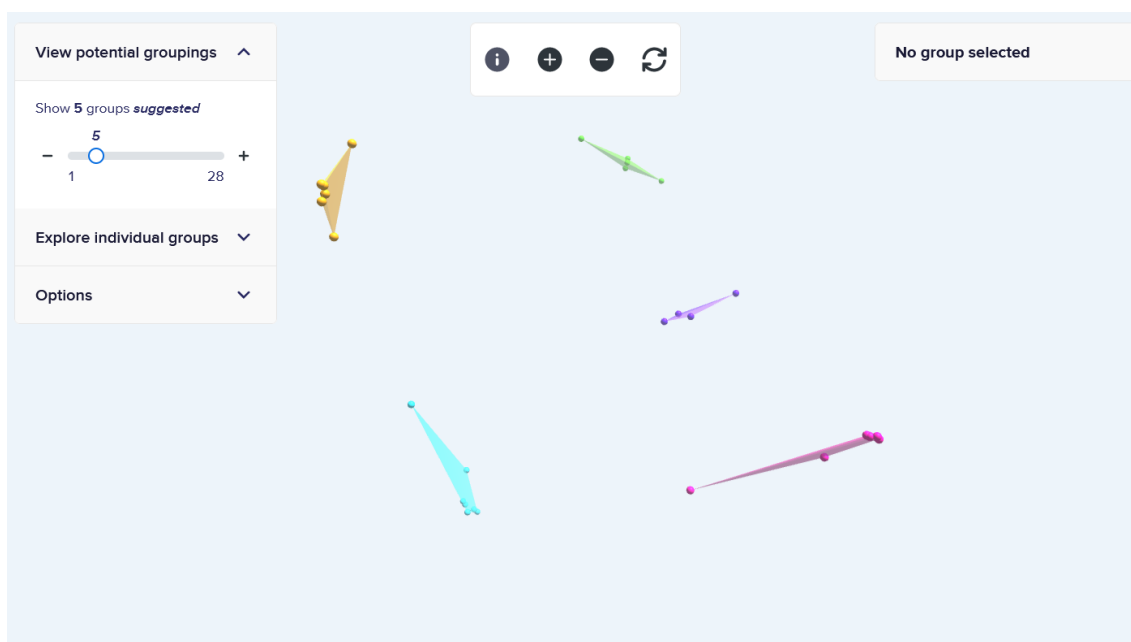


Ilustración 2 - Clúster 3D

Algunos de los usuarios han añadido algunas sugerencias. En una de ellas se destaca añadir subcategorías dentro de “Perfil”. Por otra parte, también se ha comentado que las categorías son muy “abiertas” y generalistas. Como última recomendación, se menciona que algunas de las cartas, como los teléfonos o la ayuda, introducirla mediante hipervínculos dentro de las FAQs y que lo primero que se vería sería la “Guía interactiva”.

Recogiendo todos los comentarios de los usuarios. Se considera un buen punto añadir subcategorías dentro del usuario. Las categorías son abiertas porque en una aplicación no se pueden establecer tantos *Entry points*, la información debe ser más consistente, dentro de cada una de ellas. Se establecerán los subapartados que se consideren dentro de cada una de las categorías generales. La “Guía interactiva” no se puede establecer como la “Home” porque ahí se establecería el proceso de reservas. Los teléfonos son necesarios que sean visibles, ya que es donde se ofrecerá la información a los usuarios.

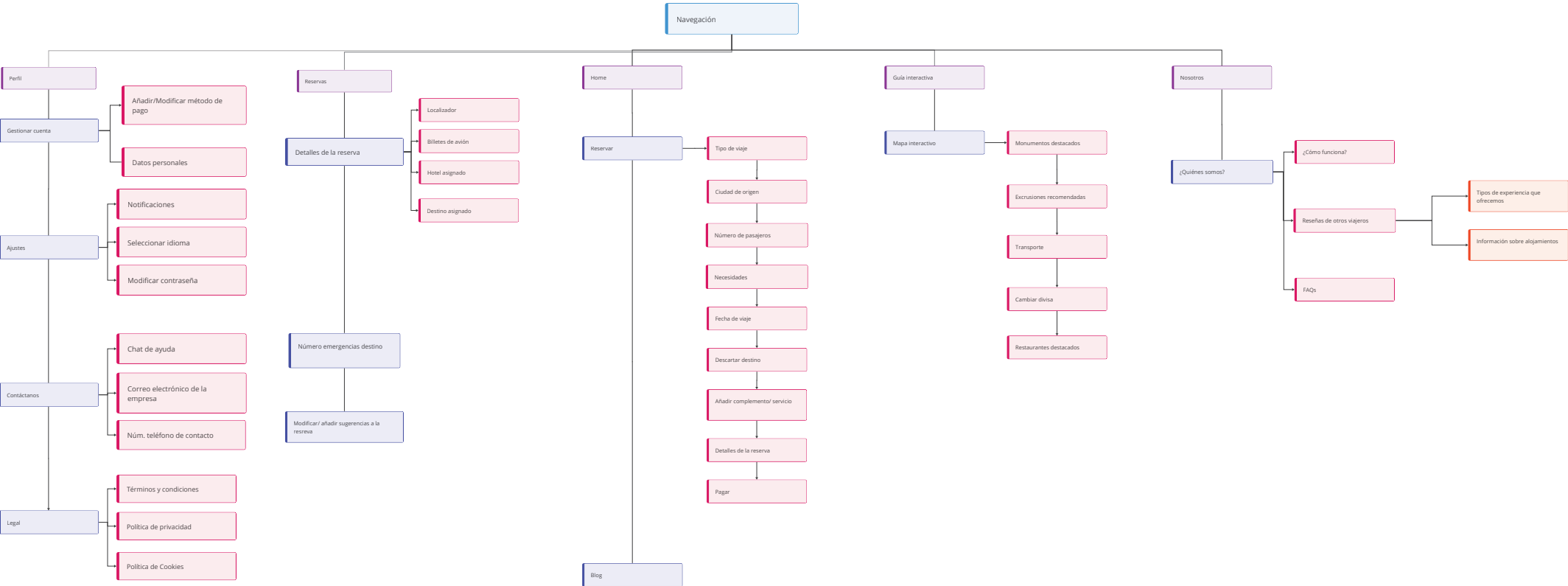
Otra de las infografías que ofrece información referente al estudio es la **matriz de similitud** dónde se muestra de forma comparativa dos tarjetas que se encuentran unidas por los usuarios. La intensidad del color y los números indican como es la relación que se muestra entre estas.

Información sobre alojamientos y vuelos con los que trabaja Waynabox

100													Tipos de experiencias que ofrece Waynabox																																			
96	96												¿Cómo funciona Waynabox?																																			
83	83	80											¿Quiénes somos?																																			
70	70	66	66											Blog																																		
60	60	56	53	60											Reseñas de otro viajeros																																	
0	0	0	0	3	30											Excursiones que realizar en el destino																																
0	0	0	0	3	23	90											Transporte																															
0	0	0	0	10	23	83	93											Restaurantes recomendados																														
0	0	0	0	10	26	86	90	96											Monumentos destacados																													
0	0	0	0	10	26	80	83	90	93											Mapa interactivo del destino																												
0	0	0	0	16	20	60	70	76	73	66											Dónde cambiar moneda/divisa																											
0	0	0	3	6	16	50	43	46	46	40	43											Emergencias (referente a los números de emergencias del país de destino)																										
0	0	0	0	3	23	26	16	16	20	26	16	50											Destino asignado																									
0	0	0	0	0	20	26	16	10	13	20	16	46	90											Hotel asignado																								
0	0	0	0	0	13	20	16	10	6	13	20	43	83	93											Detalles de la reserva																							
0	0	0	0	0	13	20	16	10	6	13	20	43	83	93	100											Modificar o añadir sugerencia de la reserva																						
0	0	0	0	0	13	23	20	13	10	16	16	40	80	90	96	96											Billetes de avión																					
0	0	0	0	0	13	13	16	10	6	13	20	36	76	86	93	93	90											Localizador de la reserva																				
0	0	0	0	3	6	3	6	3	3	6	10	3	20	16	16	16	16	20											Establecer país de origen																			
0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	13	0	6	6	6	6	6	6	76											Mi perfil																		
0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	10	0	10	6	6	6	6	6	76	93											Modificar contraseña																	
0	0	0	0	0	6	6	3	3	3	3	6	3	10	6	6	6	6	6	76	90	90											Notificaciones																
6	6	6	3	6	10	3	3	3	3	3	10	0	3	3	3	3	3	3	63	86	83	83											Seleccionar idioma															
26	26	30	30	20	13	0	0	0	0	0	3	6	3	0	0	0	0	0	3	3	3	3	6											FAQs (Preguntas frecuentes)														
0	0	0	13	6	0	3	3	3	3	3	3	20	0	0	0	0	0	0	3	3	3	3	3	56											Número de teléfono de contacto													
10	10	10	13	16	3	0	0	0	0	0	3	13	0	0	0	0	0	0	6	6	3	3	0	46	80											Correo electrónico de la empresa												
3	3	6	10	6	10	3	0	3	6	6	3	13	10	6	3	3	3	3	3	3	0	0	0	56	76	73											Chat de ayuda											

Ilustración 3 - Matriz de similitud

3.3 Árbol de contenidos



3.4 Diagrama de flujo

Se han diseñado 4 flujos referentes a los **procesos que se ejecutan en los escenarios**, mencionados en la fase anterior. Por lo que respecta a estos flujos, se ha buscado cierta versatilidad para que se muestren **diferentes acciones a realizar** con la aplicación. Estas tareas son las siguientes:

- Descubrir el destino mediante pistas.
- Viajar con una persona con discapacidad física.
- Viajar con una persona con intolerancia alimentaria.
- Viajar *offline*.

Inicio/Fin de la interacción



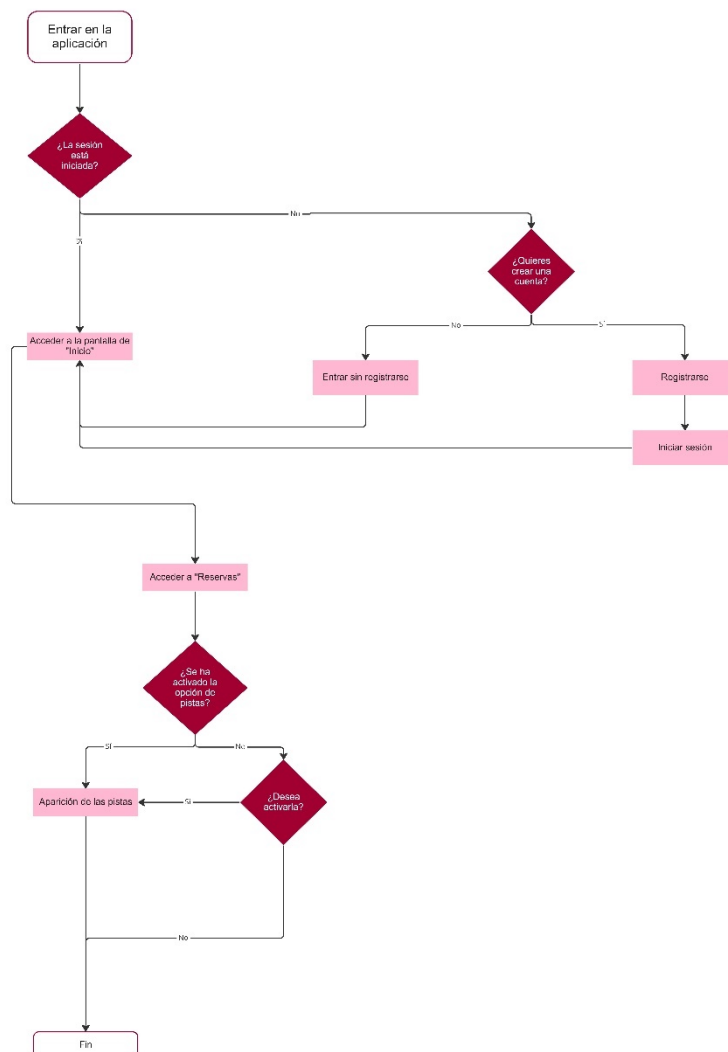
Acción



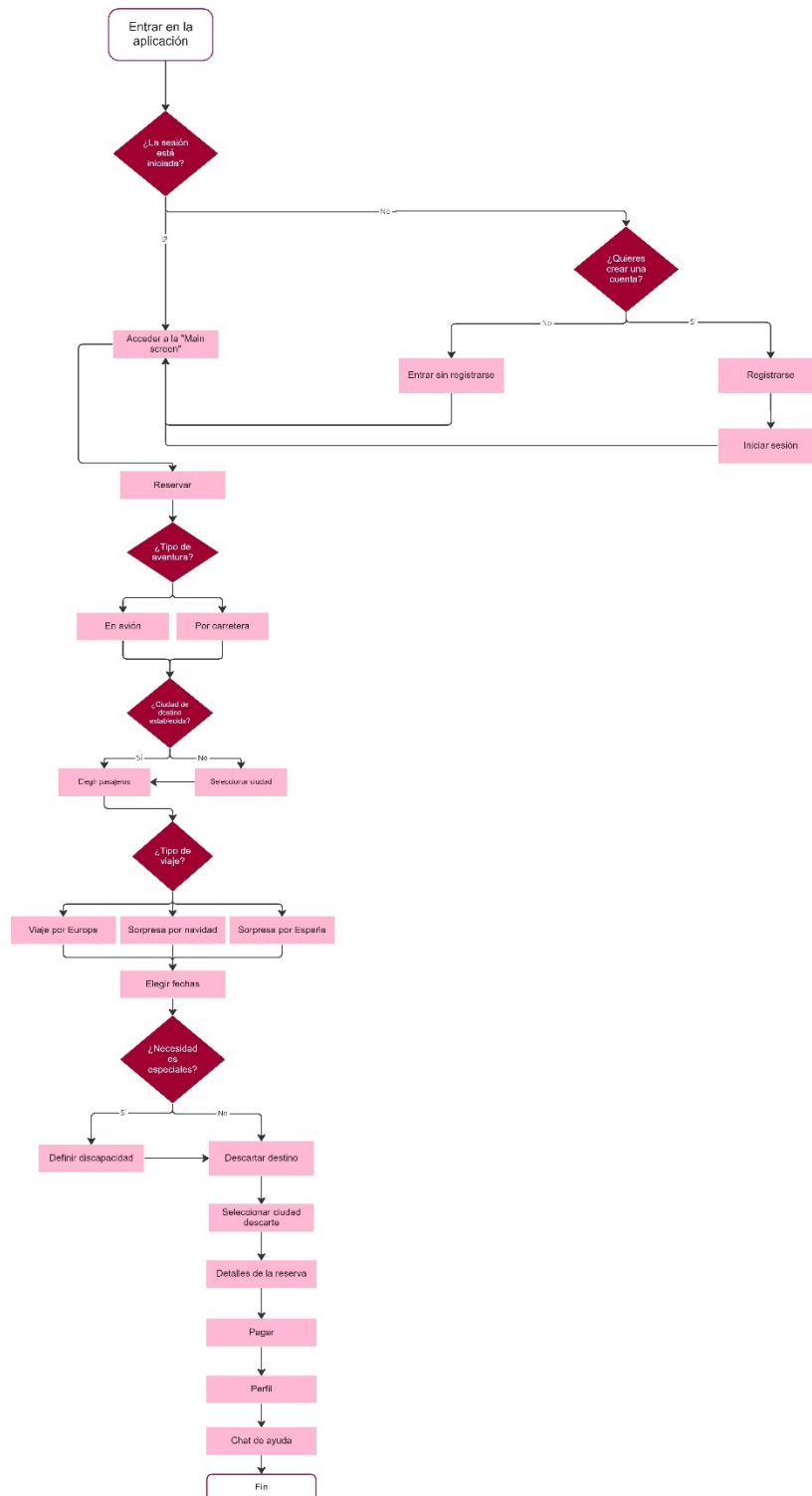
Condicional



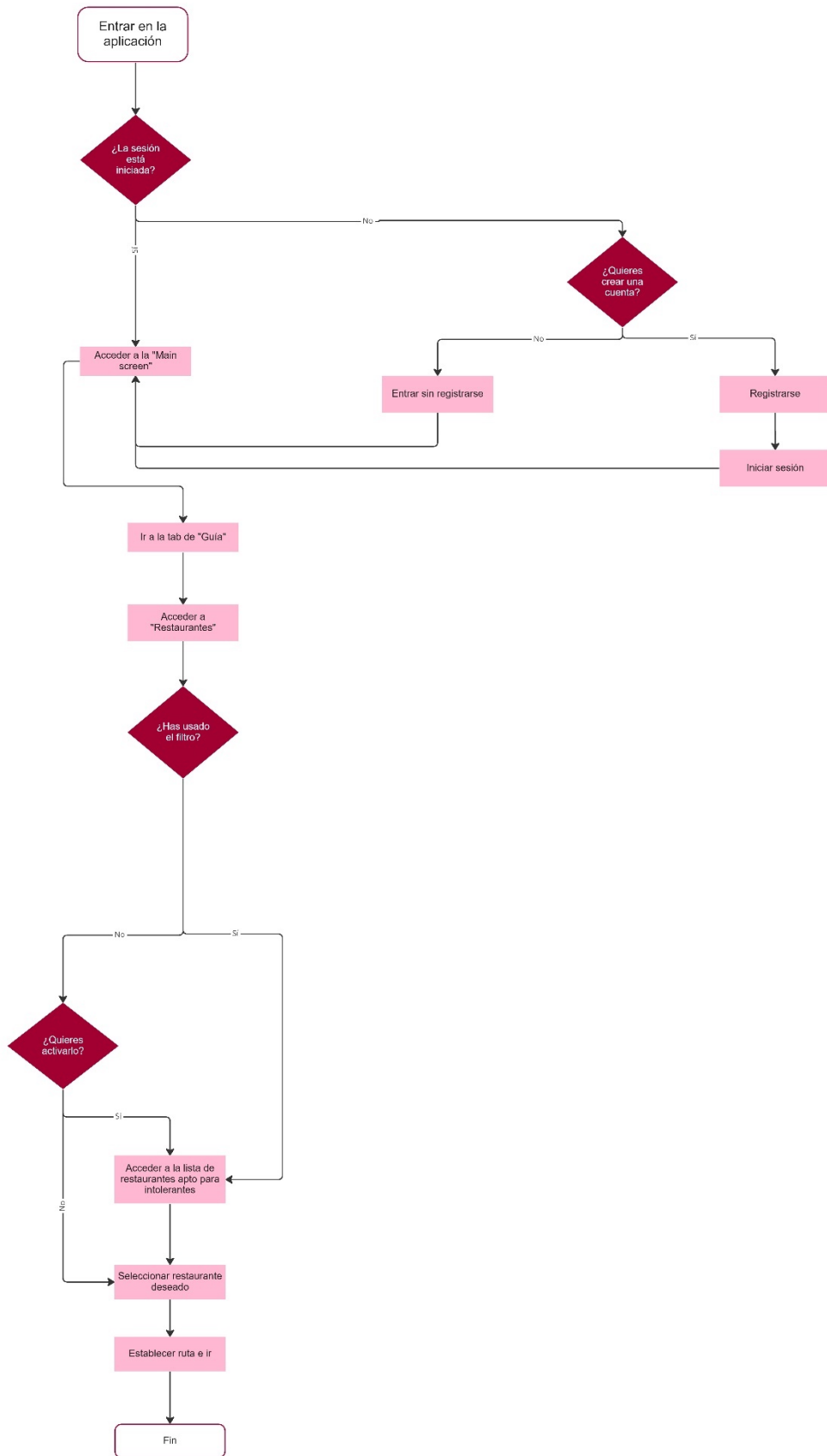
3.4.1 Descubrir el destino mediante pistas



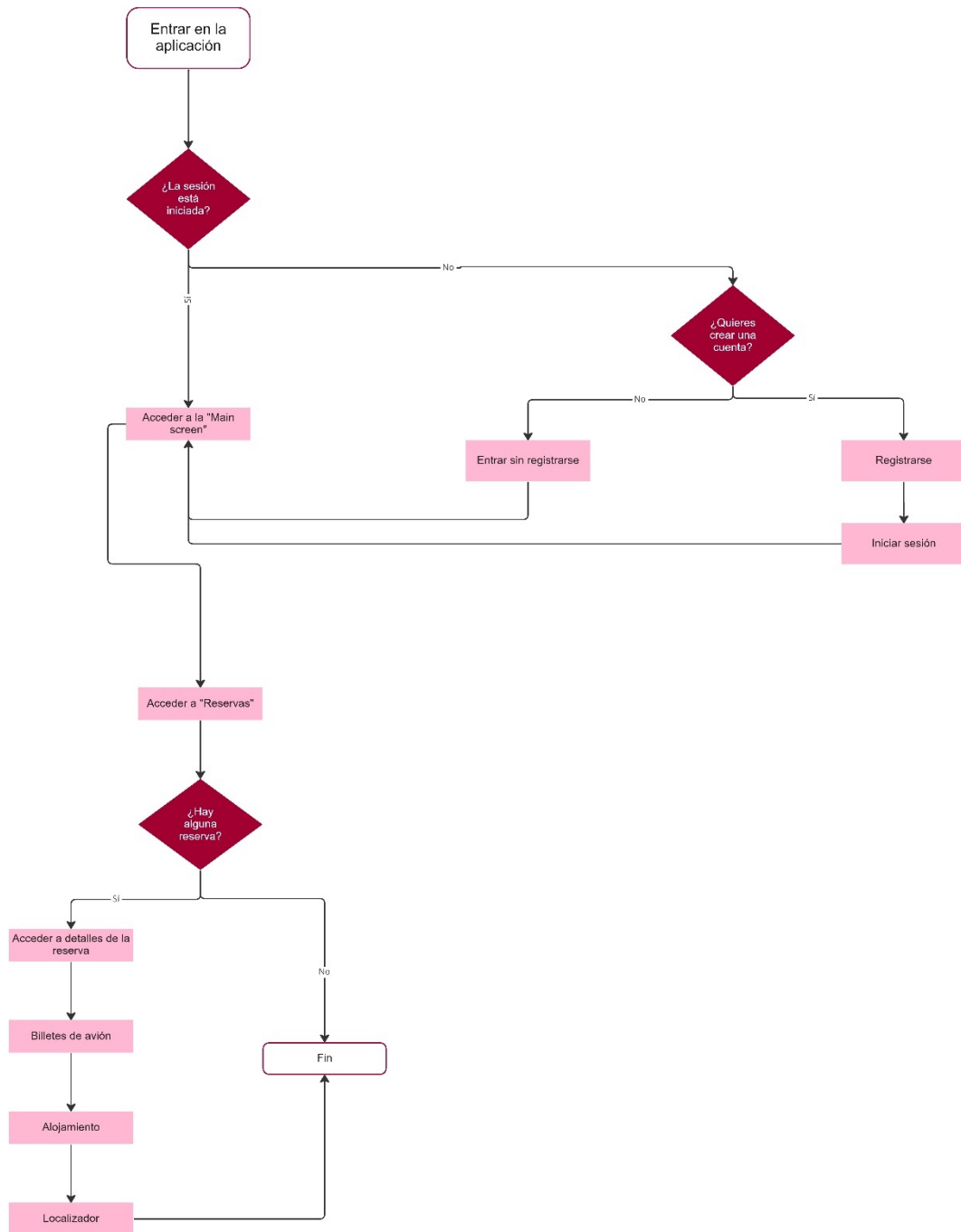
3.4.2 Viajar con una persona con discapacidad física



3.4.3 Viajar con una persona con intolerancia alimentaria



3.4.4 Viajar offline

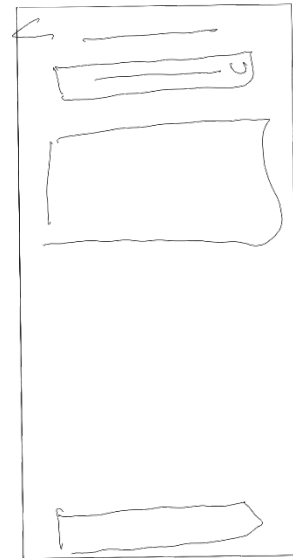


3.5 Sketch

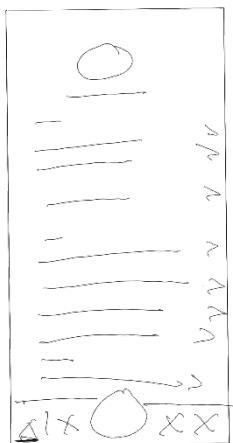
Posteriormente a la elaboración de los flujos, se ha procedido con el diseño. En primer lugar, se han generado unos **esbozos** para tener una visión general de la aplicación, tener un primer contacto de la estructura de los contenidos que la forman y de sus pantallas principales.

Los *sketches* se han realizado mediante la aplicación de "Procreate". Las pantallas son las siguientes:

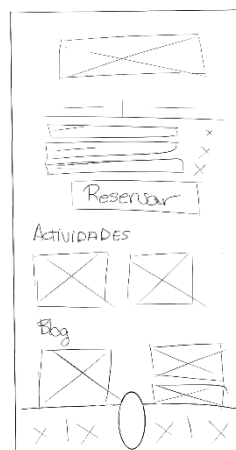
- *Splashscreen*
- *Log in*
- *Main screen*
- Selección de tipo de viaje
- Selector de día
- Descartar destino
- Necesidades
- Discapacidad
- Pantalla datos
- Pago
- Mi perfil
- Gestionar cuenta
- Reservas
- Chat de ayuda
- Modificar/ añadir sugerencia
- Guía interactiva



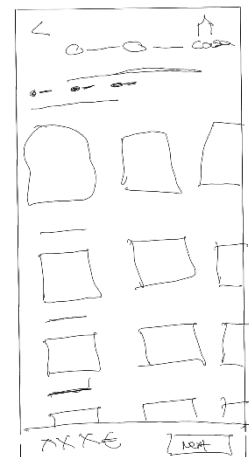
15. Modificar añadir sugerencia



11. Mi perfil



3. Main screen



6. Elegir reservas + opciones

3.6 Guía de estilo

3.6.1 Tipografía

La tipografía utilizada ha sido mayoritariamente **Lato**, junto a **Montserrat** en algunos títulos destacados.

Se ha decidido seguir con la **misma tipografía** para mantener la personalidad y consistencia del estilo de la web. Además, también es una fuente con buena legibilidad.

Lato, 20 px	Headline Regular 1	Headline Bold 1
Montserrat, 16 px	Body regular1	Body Bold 1
Lato, 16 px	Body regular1	Body Bold1
Lato, 14 px	Body regular 2	Body Bold 2
Lato, 12 px	Body regular 3	Body Bold 3

3.6.2 Paleta de colores

Al ser una plataforma que sirve de apoyo a la aplicación, se han mantenido los **mismos colores**, o si más no, similares a los que se observan en la web. Por otra parte, estos colores representan **sentimientos positivos** y que están relacionados con experiencias como la **alegría**, la **felicidad** y la **ilusión**, entre otros.

La elección del #B40049 por encima del #595959 es debido a que es **menos agresivo y brillante**, mejora la experiencia y la **legibilidad**. Sobre todo, se ha utilizado en los botones, la barra informativa superior de navegación y algunas cards.

No se han utilizado negros ni blancos puros para **mejorar la visibilidad** y que la interfaz sea más **amigable**.

Primarios



#B40049 #595959

Secundarios



#F180A9 #F9CCDD



#303030 #595959 #ACACAC #F3F3F3

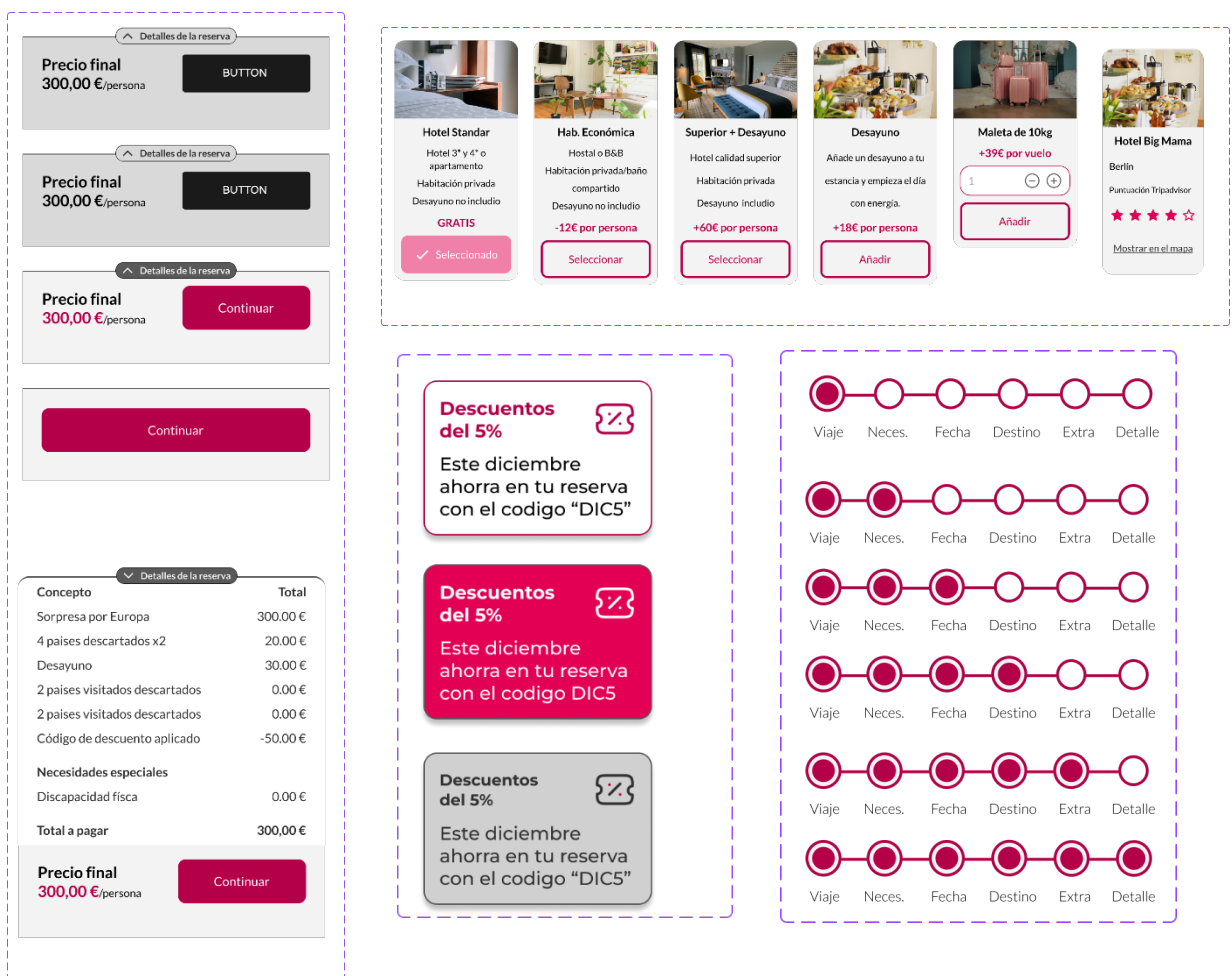
3.6.3 Iconos

Los iconos han sido extraídos de *Iconify* desde el mismo *plug-in* de Figma. Se han añadido en algunos campos que en la web no aparecen para dar más dinamismo y un toque más amigable a la interfaz creada.



3.6.4 Componentes

La mayoría de los elementos interactivos han sido generados mediante componentes. Se ha decidido trabajar con estos elementos para optimizar y agilizar el trabajo de diseño.

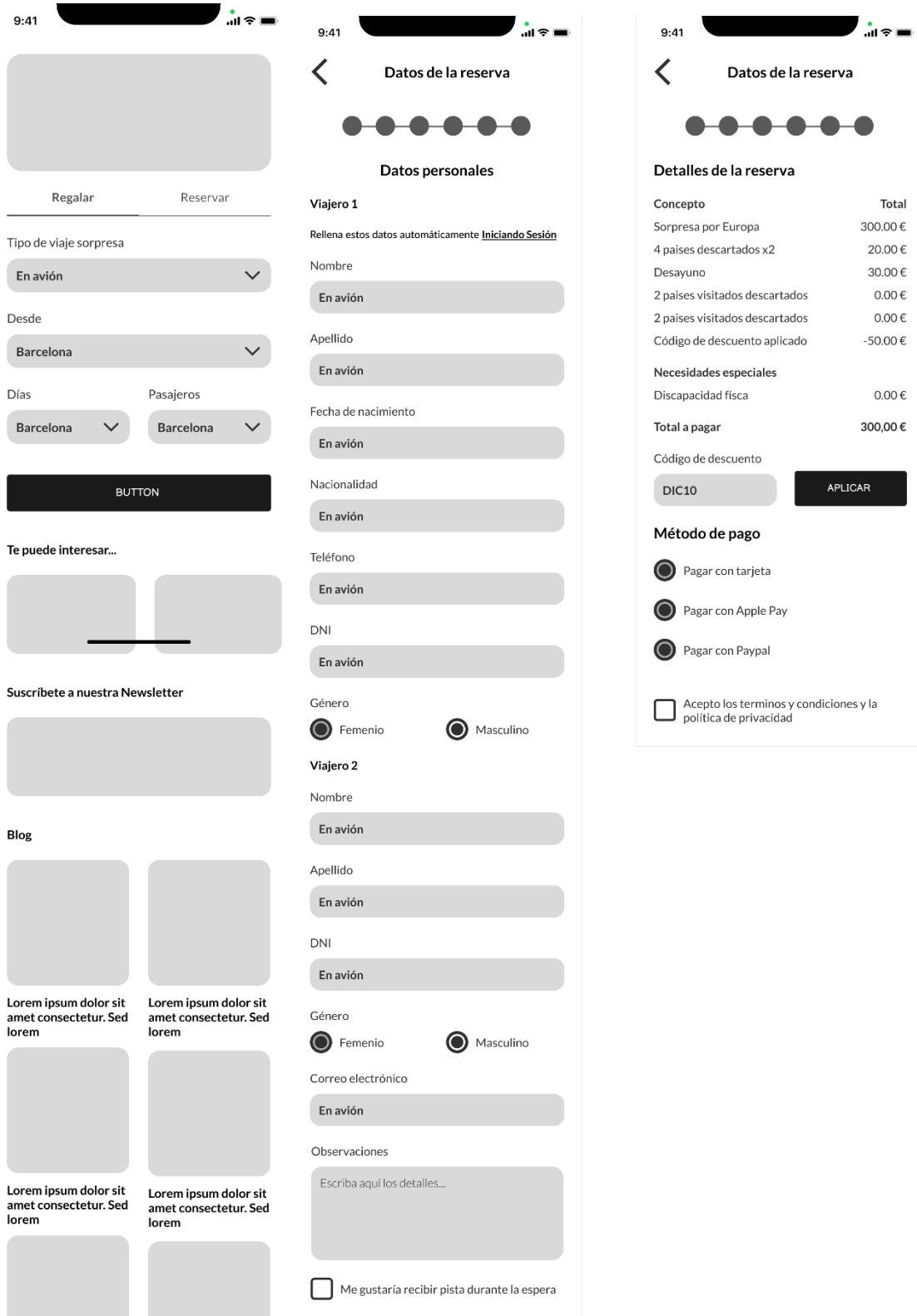


Los dos componentes siguientes, están relacionados con la información e interacción de la navegación, aunque el componente más importante es el *tab* del menú inferior.



3.7 Wireframes

Antes de proceder con el diseño de alta fidelidad, se han creado unos *wireframes* en referencia a las pantallas del *sketch*. En el siguiente enlace se pueden observar todas las pantallas generadas: [Wireframes](#)



3.8 Diseño de interfaz

Es posible acceder a la mesa de trabajo del diseño pulsado [aquí](#)

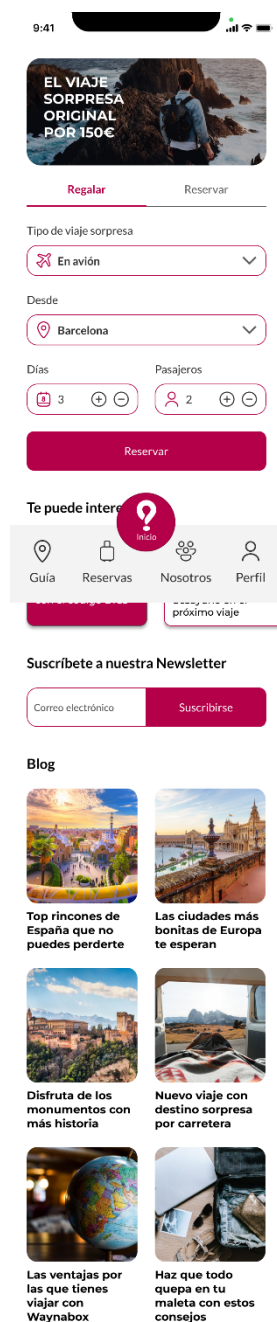
El diseño se divide en 5 partes principales:

- Inicio
- Perfil
- Nosotros
- Reservas
- Guía

Inicio

La pantalla de inicio es la referente a la de realizar las reservas. Como elementos principales de la reserva, se pueden seleccionar el día, el número de personas, el número de niños, la ciudad de destino (el cual aparecerá según se haya seleccionado posteriormente o se podrá volver a elegir) y el tipo de viaje.

Además de tener la opción de realizar la reserva, también se pueden encontrar diferentes descuentos, siempre y cuando estén disponibles, y las entradas del blog. Para acceder a los posts del Blog, el usuario será dirigido a la página web como enlace externo.





Perfil

La sección de “Perfil” incluye todas las opciones relacionadas con los ajustes y la configuración principal de la aplicación.

Se pueden observar apartados como los siguientes:

- Datos personales
- Añadir/Modificar método de pago
- Notificaciones
- Seleccionar idioma
- Modificar contraseña
- Términos y condiciones
- Política de privacidad
- Política de cookies
- Chat de ayuda

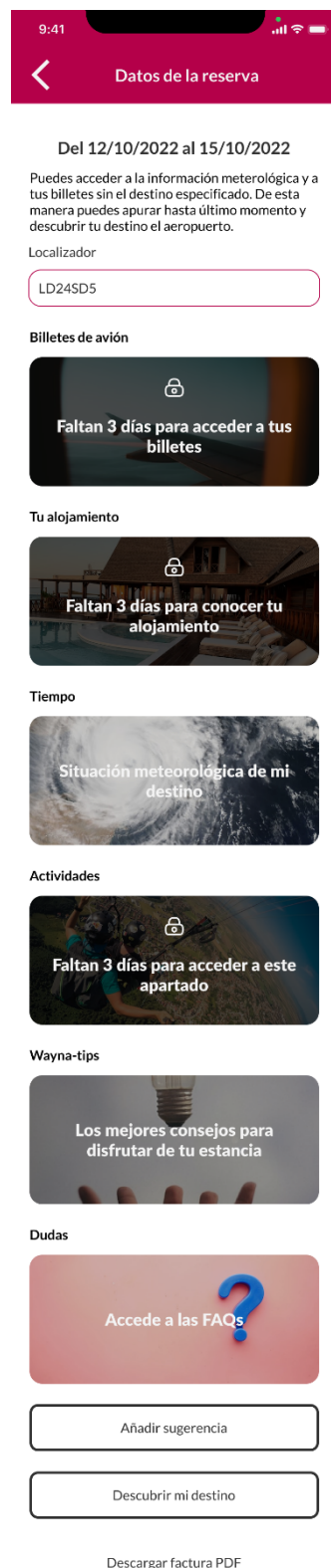
Los apartados de “Política de privacidad”, “Política de cookies” y “Términos y condiciones” son enlaces externos.

Reservas

En la sección de reservas se encuentran todos los pasos y documentos necesarios para el viaje. Esta sección puede ofrecer diferentes funciones según las opciones que seleccione el usuario.

- Si se ha elegido que se quiere recibir pista, al entrar dentro de la fecha de la reserva, aparecerá un *dialog* donde semanalmente se irán mostrando diferentes pistas sobre el destino, pero sin desvelarlo.
- En el caso de que no se quiera saber el destino hasta llegar al aeropuerto, no se podrá acceder al alojamiento y se podrán observar los billetes de avión, con sus respectivas horas de despegue, duración del vuelo... También se da la opción de saber el tiempo, por si se quiere apurar hasta el último instante para que el usuario sepa que ropa debe llevar.
- Por último, si el usuario quiere saber el destino en ese momento, aparecerá un *dialog* donde se preguntará si se quiere descubrir el destino. Se cambiará el *naming* donde se muestra la lista de todas las reservas, de la fecha por el lugar de destino.

Esta información también es posible descargarla en PDF o hacer sugerencias por si se quiere añadir algún complemento. También aparece un apartado que te lleva a la página de *civitatis*, tips de Waynabox y el apartado de FAQs.





Nosotros

Todo lo relacionado con el funcionamiento de Waynabox, su origen, las compañías con las que trabajan, tanto en el ámbito de las aerolíneas como de los hoteles, y las FAQs se pueden encontrar en este apartado. Por otra parte, también se disponen de las reseñas generadas por Tripadvisor de otros usuarios que han utilizado estos servicios. En este caso, esta página tiene una arquitectura de información muy similar a la de la página web, ya que, es una pantalla únicamente informativa y no tan interactiva.

Por lo que respecta a las aerolíneas y los hoteles, se puede utilizar el buscador en el caso de que se desee encontrar alguno en concreto. Estas *cards* son meramente informativas para saber qué hoteles hay y aerolíneas, por lo que no se puede interactuar con ellas.

¿Cómo funcionamos?

Un viaje divertido y emocionante

Waynabox es un viaje sorpresa. ¡Descubrirás tu destino 2 días antes de viajar! Vivirás una experiencia divertida, espontánea y sorprendente. Es el plan perfecto para cualquier espíritu aventurero. Prepara las maletas y... ¡Sorpresa!. ¡Porque la vida es un viaje no un destino!

WAL DE 210.603 HORAS DE VUELO	WAL DE 832.765 HORAS DE VUELO
WAL DE 70.863 SEÑALES WAINBOX	WAL DE 448.802.794 MIN RECORRIDOS

Queremos sorprenderte

Somos un grupo de aventureros amantes de las sorpresas. ¡seguro que tenemos algo en común! Camaradas de los viajes típicos, tópicos y absurdos, decidimos crear Waynabox. ¿Nuestra misión? Que puedas viajar de una forma más divertida y emocionante y siempre al mejor precio posible. Queremos sorprenderte con una experiencia única.

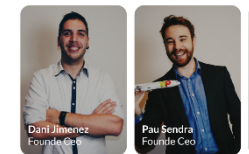


Nos definen 3 palabras



¿Quién está detrás de esta idea loca?

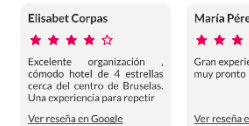
Detrás de Waynabox están Pau Sendra, Ferran Blanché y Dani Jiménez, tres jóvenes adictos a viajar y con una mente 100% emprendedora. Coincidiendo en un viaje de Interrail por Europa, la idea loca de "¿y si existiera un Interrail del aire?" les llevaría a definir las bases de una nueva forma de viajar: los viajes sorpresa.



Aerolíneas y Hoteles



Reseñas de otros viajeros



FAQs

Referente al coronavirus: Políticas de cancelación

Si estás bien de salud y listo para viajar, ten en cuenta cualquier requisito de viaje específico para el destino al que vuelas. Muchos países requieren formularios específicos (declaración médica y/o formularios de localización) que se deben completar con antelación, y se presentan durante el embarque o a la llegada. Te pedimos que compruebes los sitios web gubernamentales y de las autoridades sanitarias para obtener información relevante, que sigas sus consejos y lleves los formularios completados según sea necesario. Por favor, ten en cuenta que es tu responsabilidad asegurarte de que has completado los formularios correctos antes de viajar. El no hacerlo podría resultar en la denegación del viaje o la entrada a tu destino.

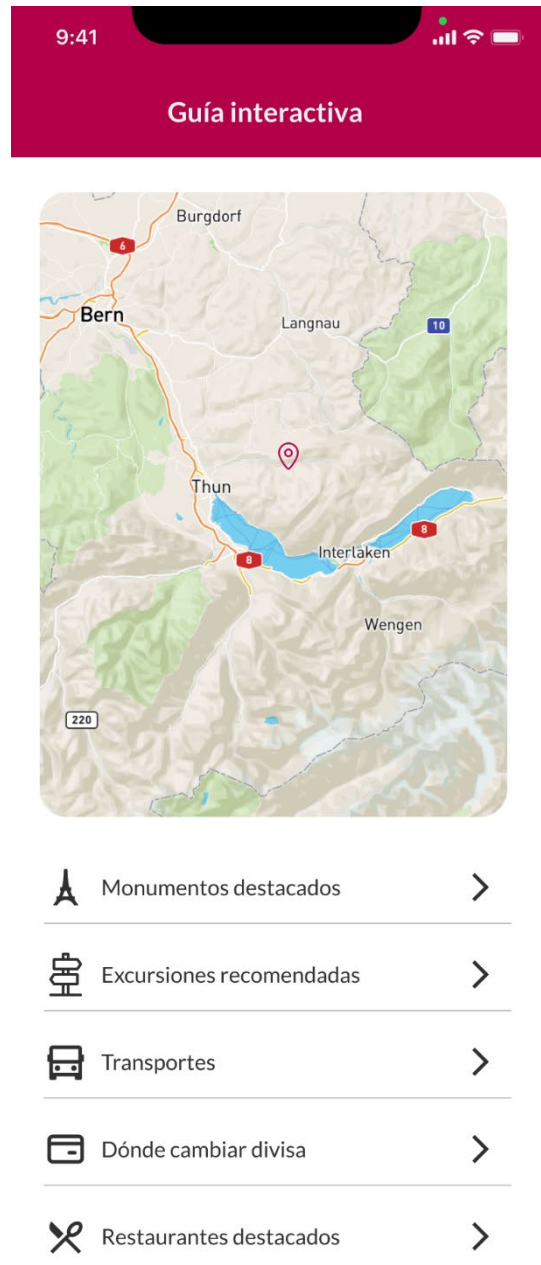
- ¿Con cuánta antelación debo reservar? ▾
- ¿Puedo viajar solo? ▾
- ¿De cuántas personas será mi habitación? ▾
- ¿Puedo regalar un Waynabox sin fecha? ▾
- ¿Puedo viajar aunque no tenga la nacionalidad española? ▾

Guía interactiva

La guía interactiva tiene como punto principal un mapa donde se pueden buscar los siguientes parámetros:

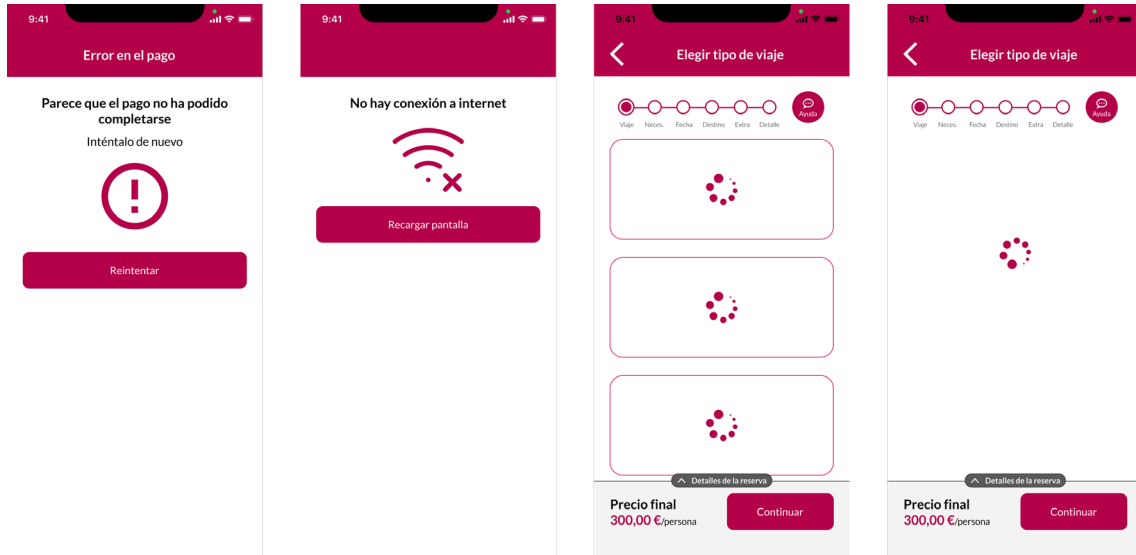
- Restaurantes recomendados
- Transporte
- Cambiar divisa
- Excursiones
- Monumentos

A partir de estos subapartados se puede observar a cuanta distancia están estos servicios, que precio tienen, si están adaptados para personas con ciertas minusvalías e incluso el precio del servicio. Una vez seleccionado, aparecerá la ruta para poder llegar al servicio elegido.

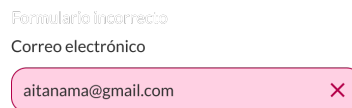


3.9 Pantallas de estado

Hay otra serie de pantallas que, aunque no sean las principales, son necesaria para dar **visibilidad al usuario de lo que está sucediendo**. Algunas de ellas son las siguientes:

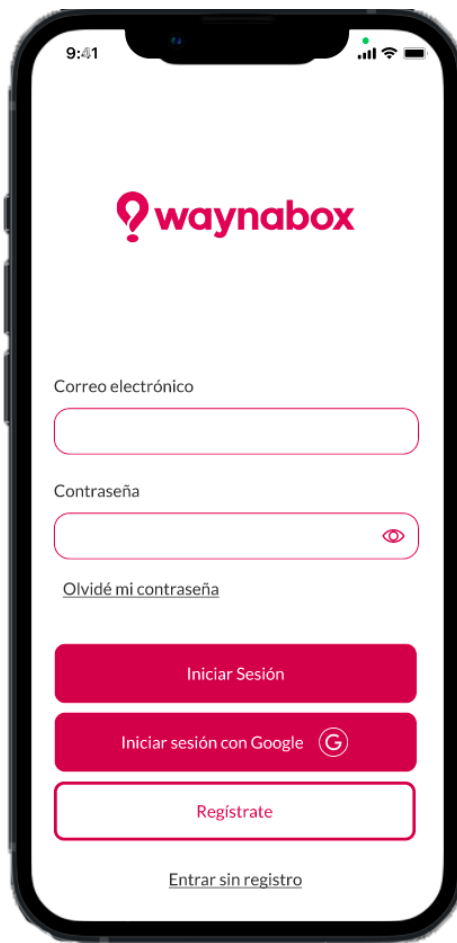


Además, también es importante notificar cuando uno de los **campos de escritura no es correcto**, esto se mostrará de la siguiente manera:



3.10 Prototipo

Para acceder al prototipo es necesario hacer clic en la siguiente imagen:



4 Evaluación

4.1 Test de usuarios

Planificación

El test de usuarios se ha realizado con el diseño creado anteriormente. Con esta técnica se pretendió descubrir cuál es la **percepción que los potenciales usuarios tienen de la app, observar el rendimiento** y la manera en que los usuarios se relacionan con esta y **encontrar problemáticas** que se han podido pasar por alto y/o que los usuarios crean que puede influir en la experiencia del uso de la aplicación.

Los potenciales usuarios han sido 4, de los cuales 3 han participado anteriormente en el primer test con la web, para que así puedan comparar con los métodos de interacción que había anteriormente. Las pruebas se realizarán de forma **presencial**, el test será **moderado**, tendrá una duración de unos 15 minutos y se realizará una captura de pantalla mientras se realiza el test y a su vez la voz de los participantes. Los participantes deberán firmar el documento NDA.

Las tareas que realizar han sido las siguientes:

Tarea 1

Filtrar los restaurantes de la ciudad de destino con un lugar que sea apto para celíacos.

Objetivos

- Ver qué obstáculos se perciben en el momento de utilizar el filtro
- Analizar si encuentran esta acción de forma sencilla.

Logro

- El usuario es capaz de realizar la tarea de forma satisfactoria y sin estancarse en ningún proceso.

Resultados

Los usuarios acceden a guía, restaurantes destacados sin grandes complicaciones.

- Cambiar el literal del filtro a “Sin Gluten”

Tarea 2

Acceder a las preguntas frecuentes, concretamente a la que está relacionada con el COVID-19.

Objetivos

- Comprobar cómo los usuarios encuentran preguntas frecuentes.

Logro

- El usuario puede acceder a este apartado sin complicaciones.

Resultados

En algunos casos, los usuarios tendían a ir a “Perfil”, dado que ahí está la información de contacto, pero acababan encontrándola en “Nosotros”.

Tarea 3

Acceder a los vuelos de la reserva del 15/12, pero mantener el secreto del destino.

Objetivos

- Cómo de fácil es mantener el secreto del viaje.
- Entender si a los usuarios les parece molesto o útil el pop-up de la pregunta.

Logro

- El usuario mantiene el secreto del viaje sorpresa.

Resultados

Los usuarios no han encontrado grandes problemas para realizar estos pasos. Lo único que se ha observado es cierta dificultad para cerrar el pop-up por el tamaño de la “x”.

Tarea 4

Acceder al “Chat de ayuda”.

Objetivos

- Observar las dificultades que tienen los usuarios para acceder al chat de ayuda.

Logro

- El usuario accede al chat de ayuda satisfactoriamente.

Resultados

Los usuarios han accedido rápidamente al Chat de ayuda. En la mayoría de los casos, han accedido a “Perfil” y desde ahí lo han abierto, exceptuando un caso que ha ido a reservas y desde ahí ha pulsado dentro del Chat de ayuda.

Tarea 5

Descartar Berlín, como si ya se hubiera viajado anteriormente con la *app* y Atenas de los destinos, realizado una reserva.

Objetivos

- Observar si los usuarios entienden por qué hay dos maneras de descartar el destino.

Logro

- El usuario elimina los destinos de dos formas distintas.

Resultados

La mayoría de los usuarios han entendido porque se descartan los destinos de diferente manera, exceptuando algún caso en el que no se ha leído el texto que especificaba cada una de las acciones.

4.1.2 Desarrollo

El desarrollo de la prueba se ha realizado de la siguiente manera:

1. Se les ha explicado a los usuarios de que trataba la prueba. Como la mayoría de ellos ya habían realizado la tarea, tenían una experiencia previa de cómo iba a ser.
2. Se les ha dejado utilizar el prototipo para que tuvieran una primera toma de contacto con la simulación de la aplicación.
3. Se les va exponiendo las tareas que deben realizar y las van realizando a medida que van avanzando.
4. Al finalizar la tarea, se les ha preguntado qué opinan y que den su punto de vista y qué mejoras creen convenientes aplicar.
5. Por último, se les entrega el cuestionario SUS, de forma *online* para medir la usabilidad de la aplicación.

4.1.3 Usuarios

La prueba se realiza con los siguientes usuarios:

Nombre	Edad	Profesión	Conocedor/a de la web	Usuario/a de Waynabox
Ariadna	27	Ambientóloga	Sí	Sí
David	23	Estudiante	No	No
Elisabet	25	Bióloga	Sí	No
Marc	27	Animador 3D	Sí	No

4.1.4 Hallazgos

En general, los usuarios han tenido una **buena experiencia** utilizando el prototipo. En algunos casos, se les ha permitido usar demasiado tiempo el prototipo, por lo que esto se ha visto influenciado en el resultado y el tiempo de la realización de las tareas. Gran parte de las tareas se han **completado de forma exitosa**. Algunos de los aspectos que se han comentado son los siguientes:

Referente al apartado de “Guía”

“Quedaría mejor poner opción “Sin Gluten” en vez de en inglés”.

“Se podría enlazar con Google Maps así sería más familiar de ver”.

Referentes a “Perfil”

“¿Cómo sería el apartado de “Mi perfil” si entro sin registrarme? Entiendo que esto aparece cuando ya estás registrado”.

“El apartado de la contraseña debería tener un paso intermedio para ver lo que hay puesto”.

Referente a “Reservas”

“Tal vez sería necesario poner “Mis reservas” en vez de “Reservas”.”

Referente a realizar una reserva en “Inicio”

“La manera de añadir la maleta es diferente cuando se añade la grande y la pequeña.”

Todos los usuarios coinciden en que la *app* **sigue la línea gráfica de la página web**. Además, destacan las nuevas funcionalidades que se han aplicado y agradecen que **sea tan inclusiva**. Las personas que han formado parte del test también llegan a la conclusión de que la aplicación les da una **sensación agradable** y que es **intuitiva**.

4.1.5 Fallos

Algunos de los errores que se han observado durante la prueba han sido los siguientes:

- Hay cierta dificultad en el momento de pulsar la “x” para cerrar la pista o el destino que ha tocado.
- La Guía interactiva necesitaría un *empty state*.
- La línea de la ruta es demasiado pequeña y dificulta la visibilidad.
- El calendario muestra en un color más destacado el día de inicio, pero no de finalización. Esto puede confundir al usuario haciéndole pensar que debe seleccionar de nuevo el día de finalización de la estancia.

4.1.6 Resultados cuantitativos de la prueba

Nombre	Usuario 1	Usuario 2	Usuario 3	Usuario 4	Observaciones
Tarea 1	23 segundos	15 segundos	30 segundos	40 segundos	Si durante la prueba han entrado en este apartado, encuentran rápido el filtro, si no, tienden a buscar en más profundidad
Tarea 2	15 segundos	15 segundos	12 segundos	11 segundos	En este caso, algunos de los usuarios se han ido a buscarlas al apartado de "Mi perfil"
Tarea 3	30 segundos	15 segundos	22 segundos	16 segundos	No han surgido problemas durante la prueba
Tarea 4	15 segundos	10 segundos	5 segundos	10 segundos	No han surgido problemas durante la prueba
Tarea 5	45 segundos	50 segundos	40 segundos	32 segundos	No han surgido problemas durante la prueba

4.1.7 Resultados Cuestionario SUS

Después de haber realizado las tareas con el prototipo, se les ha pedido a los usuarios que realicen el siguiente [cuestionario SUS](#).

El resultado obtenido es bastante positivo.

- Usuario 1: 87,5
- Usuario 2: 95
- Usuario 3: 82,5
- Usuario 4: 82,5

Con estos valores, se obtiene una **media de 86,9 respecto 100** dentro de la escala del sistema de usabilidad.

4.2 Análisis heurístico

4.2.1 Introducción

El método de la **evaluación heurística** que se va a utilizar será referente a “**Los diez principios heurísticos de Jakob Nielsen (1994)**”. A continuación, se nombrará la lista de las diferentes heurísticas que se van a analizar referente a la aplicación diseñada.

Este método ayuda a tener que **comprobar y evaluar** si las acciones que se pueden realizar dentro de la aplicación son consistentes, están bien diseñadas y favorecen la usabilidad del usuario.

4.2.2 Ejecución

Visibilidad del sistema

1. El usuario sabe dónde está en todo momento
2. La aplicación indica los subapartados del menú principal
3. El usuario sabe qué está haciendo en la aplicación
4. El usuario sabe cuándo hay un enlace y una imagen es un botón
5. El usuario sabe que campos debe rellenar
6. El sistema muestra los pasos que quedan para completar un proceso
7. Se muestran de forma clara las notificaciones del sistema



Los procesos de la guía interactiva pueden mostrarse de forma más adecuada

Los enlaces pasan desapercibidos porque aparecen del mismo color que el texto informativo, pero con subrayado

Habría que incluir algún indicativo para saber cuando han contestado al “Chat de ayuda”

Adecuación entre el sistema y el mundo real

1. La información aparece en orden lógico para el usuario
2. Posibilidad de cambiar el idioma
3. Los iconos son metáforas de objetos cotidianos y están conectados con sus acciones
4. El lenguaje utilizado es el correcto y es familiar para usuario



Libertad y control por parte del usuario

1. El usuario dispone de una salida para abandonar el estado en el que se encuentra
2. Se permite deshacer o repetir una acción ejecutada
3. El usuario puede volver atrás
4. El usuario tiene facilidad para volver a la página inicial



En el momento de gestionar la reserva, debe retroceder los pasos uno por uno para volver al inicio



Consistencia y estándares

1. Los iconos que son iguales se utilizan para acciones similares
2. Las mismas acciones conducen a los mismos resultados
3. Consistencia en el uso de títulos, botones y etiquetas



En el caso de que el usuario no está registrado, notificar que el usuario es un invitado en el *tab menú* o desactivarlo



Prevención de errores

1. El sistema muestra mensajes de error cuando es necesario
2. El sistema muestra cuando un campo no ha sido rellenado correctamente



3. Hay doble confirmación en acciones irreversibles



Es necesario establecer otra confirmación para cuando se realice el método de pago

Reconocimiento antes que recuerdo

1. La aplicación es intuitiva y fácil de usar
2. Se puede acceder a las secciones principales desde todas las pantallas



Flexibilidad y eficiencia de uso

1. Existen filtros para optimizar los resultados
2. Es posible cambiar datos personales y añadir nuevos complementos



Diseño estético y minimalista

1. El prototipo ofrece la información necesaria
2. Los literales son concisos
3. El texto está bien organizado, con uso de frases cortas



Ayuda a los usuarios a reconocer, diagnosticar y recuperarse de los errores

1. Muestra mensajes de confirmación cuando se realizan ciertas acciones
2. Hay *spinners* de carga para saber cuándo la conexión es lenta o no está disponible
3. En el caso de que falten ciertos campos por rellenar, no se puede continuar al siguiente paso y se muestra la casilla que es errónea
4. El prototipo presenta mensajes conforme la información se ha guardado correctamente



5. Los mensajes de error son entendibles y expresados con el lenguaje adecuado



Ayuda y documentación

1. Hay un apartado donde se encuentra la información de contacto y soporte de la aplicación
2. Hay un chat personalizado para los usuarios
3. El apartado de ayuda se muestra de forma sencilla



4.2.3 Resultados

Se han localizado una serie de errores que se van a puntuar según el **nivel de gravedad para la usabilidad del usuario del 1 al 5**, siendo 1 el nivel más leve y 5 el más grave.

- Los procesos de la guía interactiva pueden mostrarse de forma más adecuada.
 - Nivel 3 – Moderado
 - Solución: **Aplicar literales más precisos** a las acciones que se incluyen en la guía.
- Los enlaces pasan desapercibidos porque aparecen del mismo color que el texto informativo, pero con el texto subrayado.
 - Nivel 2 – Leve
 - Solución: **Cambiar el color de los enlaces.**
- Habría que incluir algún indicativo para saber cuando han contestado al “Chat de ayuda”.
 - Nivel 3 – Moderado
 - Incluir un **indicativo encima del icono de “Perfil”**, para que el usuario sepa que debe acceder porque hay notificaciones pendientes.
- En el momento de gestionar la reserva, debe retroceder los pasos uno por uno para volver al inicio.
 - Nivel 2 – Leve
 - Solución: **Incluir un botón para volver al inicio** más rápidamente.
- En el caso de que el usuario no esté registrado, notificar que el usuario es un invitado en el *tab menú* o desactivarlo.

- Nivel 4 – Grave
- **Adaptar la sección de “Perfil”** a esta situación.
- Es necesario establecer otra confirmación para cuando se realice el método de pago.
 - Nivel 5 – Muy grave
 - Solución: **Generar una pantalla de confirmación del pago.**

4.3 Recorrido cognitivo

4.3.1 Desarrollo

Otro de los métodos que se ha utilizado para analizar la interfaz, ha sido el **recorrido cognitivo**. Se han realizado los **cuatro recorridos cognitivos** referentes a los escenarios que se establecieron en uno de los puntos anteriores.

Este método se ha utilizado para que la ponente se pueda poner en el lugar del usuario objetivo, **entender cómo realizaría las tareas y el éxito que tendría en el momento de desarrollarlas**. De esta manera, también se detectarán mejoras que se pueden aplicar al prototipo.

Acciones	¿Saben los usuarios cómo realizar la acción?	¿Los controles son claramente visibles?	¿Sabrán los usuarios cuál es el control correcto?	¿Existe feedback de que la tarea se completó?	¿Sabrán completar la tarea de manera exitosa?	Observaciones
Entra en Waynabox	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
El usuario se ha registrado	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Navega un poco por la app para ver como es	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Realiza una reserva	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Acepta el término de descubrir el destino mediante pistas	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Va accediendo a "Reservas" para descubrir las pistas	No	No	No	Sí	No	Junto a la confirmación en el mismo checkbox, indicar cómo se mostrarán las pistas

Tabla 1 - Recorrido cognitivo 1

PASEO COGNITIVO 2 - Viajar con una persona con discapacidades física						
Acciones	¿Saben los usuarios cómo realizar la acción?	¿Los controles son claramente visibles?	¿Sabrán los usuarios cuál es el control correcto?	¿Existe feedback de que la tarea se completó?	¿Sabrán completar la tarea de manera exitosa?	Observaciones
Entra en Waynabox	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
El usuario se ha registrado	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Navega un poco por la app para ver como es	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Realiza una reserva	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Elegir el tipo de aventura	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Elegir el tipo de viaje	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Elegir las fechas del viaje	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Elegir el tipo de necesidad especial	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Definir discapacidad	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Realizar los siguientes pasos de la reserva	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Realizar el proceso de pago	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Realizar los siguientes pasos de la reserva	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	

Tabla 2 - Recorrido cognitivo 2

PASEO COGNITIVO 3 - Restaurante para celiacos						
Acciones	¿Saben los usuarios cómo realizar la acción?	¿Los controles son claramente visibles?	¿Sabrán los usuarios cuál es el control correcto?	¿Existe feedback de que la tarea se completó?	¿Sabrán completar la tarea de manera exitosa?	Observaciones
Entra en Waynabox	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Navega un poco por la app para ver como es	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Realiza una reserva	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Con las 48 horas antes, ya puede acceder a los restaurantes recomendados del lugar	Sí	No	No	No	No	Indicar que los restaurantes no serán visibles hasta que se sepa el destino
Entra en el apartado de "Guía"	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Accede a "Restaurantes recomendados"	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
No ve ningún restaurante que sea de su agrado	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Decide utilizar el filtro para encontrar lo que desea	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Pulsa en la opción que desea filtrar	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Mira los resultados	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Accede al restaurante que desea escoger	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
El sistema le pregunta si quiere generar la ruta hasta este	Sí	No	No	Sí	No	Introducir un literal de "Ruta" para saber que es interactuable y más intuitivo
El usuario indica que sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Sigue las indicaciones hasta llegar ahí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	

Tabla 3 - Recorrido cognitivo 3

PASEO COGNITIVO 4 - Acceder a la información de la reserva offline						
Acciones	¿Saben los usuarios cómo realizar la acción?	¿Los controles son claramente visibles?	¿Sabrán los usuarios cuál es el control correcto?	¿Existe feedback de que la tarea se completó?	¿Sabrán completar la tarea de manera exitosa?	Observaciones
Entra en Waynabox	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Navega un poco por la app para ver como es	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Acceder al apartado de "Reservas"	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Acceder a "Alojamiento"	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Ver el Localizador	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	

Tabla 4 - Recorrido cognitivo 4

4.3.2 Resultados

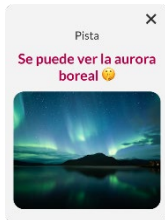
Una vez finalizado este proceso, se ha observado que hay ciertas funcionalidades que se pueden mejorar. Se van a indicar con una puntuación del 1 al 5 el nivel de severidad de estas.

- Indicar el **funcionamiento de las pistas** en el mismo momento de la selección.
 - Puntuación: 2 - **Leve**
- Indicar que los **"Restaurantes recomendados"** no se mostrarán hasta que el destino esté activo. Esto se hará mediante el acceso general a la guía, no únicamente de los restaurantes.
 - Puntuación: 2 - **Leve**
- Añadir un **botón para generar la ruta** de los restaurantes.
 - Puntuación: 3 - **Moderado**.

4.4 Mejoras del prototipo

Después de haber realizado los diferentes métodos evaluativos, se ha considerado que se pueden mejorar los siguientes puntos:

Modificación del tamaño de la "x"



Se ha **modificado el tamaño de la "x"** para que sea más fácil de pulsar en el pop-up de descubrimiento del destino y las pistas.

Opción Google Maps

Se ha añadido el **botón de Google Maps** dentro de la "Guía interactiva" para aquellos que deseen utilizar esta aplicación.

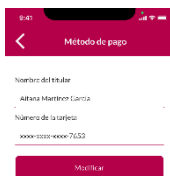


Cambiar literales de las reservas activas

Se ha añadido la **palabra de "reserva"** a la fecha de las reservas activas sin el destino descubierto para que no produzca confusión.

Reserva del 12/10/2022 al 15/10/2022 >

Reserva del 15/12/2022 al 18/12/2022 >



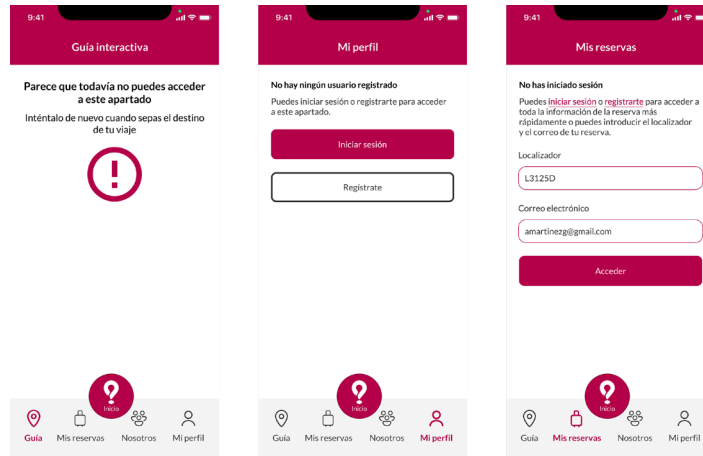
Privacidad de datos de la tarjeta

Durante el test con usuarios, se observó que faltaba una **pantalla intermedia para modificar los datos de la tarjeta** dónde se mostrará la que había guardada actualmente.



Empty state

Se han generado las pantallas de *Empty state* de “Mis reservas”, “Mi perfil” y “Guía”.



Menú

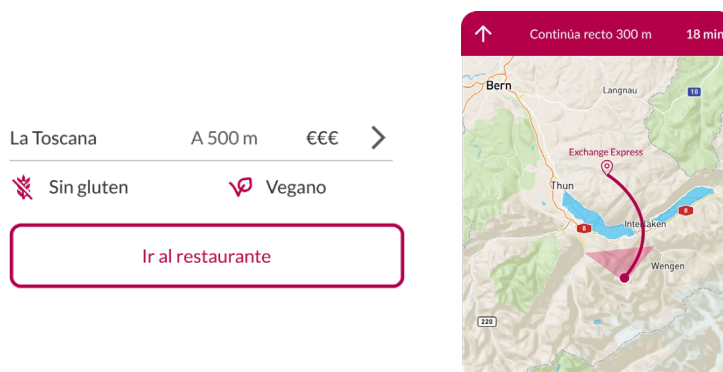


El menú inferior ha sido modificado, ya que, dos de las cinco opciones de navegación han requerido un cambio en el literal. En vez de ser “Reservas” y “Perfil”, ha pasado a ser “Mis reservas” y “Mi perfil”.

Guía interactiva

Dentro de la **Guía** se han hecho una serie de modificaciones que incluyen:

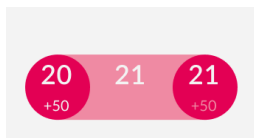
- Cambiar el *naming* de “Gluten Free” a “Sin Gluten”.
- Añadir botón de “Ir al restaurante”.
- Aumentar el grosor de la línea de la ruta.



Otras modificaciones

Otras de las modificaciones que se han aplicado han sido estas:

- Poner del mismo color el primer y último día del calendario, en el momento de realizar la reserva.



- Cambiar el color de los enlaces de los hoteles.

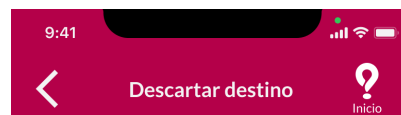
Web del hotel

[Hotel Geneve Petit](#)

- Añadir un pequeño punto encima de “Mi perfil”, para indicar que hay notificaciones del “Chat de ayuda” pendientes.



- Añadir el botón de “Inicio” para retroceder a la pantalla principal mientras se realiza la reserva.



5. Conclusiones

Gracias a todos los conocimientos que se han obtenido previamente a lo largo del Máster de Experiencia de Usuario y Diseño de Interacción, se han podido tomar y aplicar decisiones más críticas y sólidas durante las fases del proyecto.

Para poder desarrollar un buen producto, es necesario establecer una buena planificación previa donde se establezcan las diferentes fases y herramientas que se llevarán a cabo, junto con la **estimación de tiempo** que necesitará la ejecución de cada una de ellas. Estas técnicas se deben utilizar según los requerimientos que tenga el producto o la fase en la que se encuentre, pero siempre tienen que aplicarse para **conseguir un objetivo** marcado dentro del proyecto. Con esto, se ha percibido que es muy importante esta fase, aunque a veces parezca tener menos peso que otras. Ha sido la **guía necesaria** para cumplir los tiempos y poder realizar el producto.

Todas las fases tienen una gran importancia entre sí y se afectan mutuamente, ya que los procesos para acabar de desarrollar una aplicación son en cadena. La información que se recoge de una fase afecta a la siguiente y así hasta elaborar el diseño final.

Al inicio del proyecto se definieron una serie de objetivos relacionados con Waynabox, que incluían:

- Realizar un diseño usable y útil.
- Facilitar el acceso a los usuarios a la información referente a sus reservas y actividades que pueden realizar.
- Satisfacer a los usuarios con un diseño que no genere grandes problemas de navegación ni frustración.

Estos objetivos se concretaron al hacer una observación global de la web de Waynabox y similares, tanto como sin usuarios. Junto a la investigación que se desarrolló posteriormente, los test de usuarios y las entrevistas a los potenciales usuarios, se obtuvieron **ciertos datos de interés para el enfoque que se le daría al proyecto**. Se observaron las **necesidades y hábitos de consumo** de los consumidores y se confirmó que una *app* podría ayudarles a tener una **experiencia más satisfactoria** desde el inicio de la reserva hasta el final del viaje.

Primero se pensó en hacer un diseño muy parecido al que ya tenían implementado, pero se vio la **oportunidad de añadir nuevas funcionalidades**, después de realizar la investigación, que harían que los usuarios tuvieran una experiencia mucho más satisfactoria y que añadiría un plus a los servicios que ya se ofrecían anteriormente.

En la siguiente fase se generaron las fichas de persona, los *users journeys* y los escenarios donde se mostraban dos tipos de usuarios, los que están más acostumbrados a viajar con una planificación previa y los que van organizando el viaje a medida que van pasando los días. La razón por la cual se eligieron estos

usuarios es porque se observó una pequeña brecha diferencial entre estos dos tipos de usuarios. Todas estas herramientas fueron influyentes en la creación de los flujos y el desarrollo del prototipo.

Posteriormente, se pasó a la fase que incluye todo lo relacionado con el diseño de la interfaz, y que, con la ayuda de la documentación e investigación previa, se establecieron las decisiones para cumplir los objetivos propuestos.

Se ha elaborado una interfaz sencilla y usable para que los usuarios, independientemente de su nivel de uso, puedan familiarizarse rápido con la *app*. Se **ha mantenido la esencia corporativa** de la misma marca tanto con los colores como con la inclusión del logo de esta en el menú inferior principal. Asimismo, la implementación de nuevas funcionalidades hace que la *app* sea mucho más dinámica y efectiva.

El menú es la base de la arquitectura de la información de esta aplicación, haciendo que se pueda navegar por los 5 grandes pilares que la forman desde cualquier pantalla, debido a que siempre está visible. Dentro de cada uno de estos bloques, se puede localizar la información de forma clara y concisa. Además de todo esto, lo que realmente se destaca de la nueva versión de la *app* es que se **ha buscado que sea inclusiva con un mayor rango de personas**, independientemente de si padecen alguna minusvalía o intolerancia alimentaria, entre otros. Con estos aspectos, se cumplen los aspectos de diversidad e inclusión. Por otra parte, al ser una *app* que funciona *offline* y no es necesario descargar documentos ni la guía, también se ayuda a que tenga un impacto sostenible positivo.

Una vez finalizado el diseño, se le ha reclutado a gran parte de los usuarios que participaron en la prueba anterior para que dieran su punto de vista y analizaran cuáles eran sus modelos mentales respecto al uso de esta. Esto ha servido para **descubrir puntos débiles** que se habían pasado por alto. Los usuarios **valoraron de forma positiva** la *app*, se hicieron algunos comentarios de mejora, pero en general consideraron que la interfaz creada es intuitiva y fácil de usar. De esta manera, se cumplen los objetivos que se plantearon al inicio de la investigación. Esta fase, también es muy importante, porque al fin y al cabo son los verdaderos consumidores los que deben valorar cómo se utiliza el producto creado para sus necesidades, por lo que ha sido muy necesario tener en cuenta los comentarios de estos. Por último, aunque se hayan utilizado diferentes **herramientas para evaluar el diseño**, sería necesario realizar otro test con usuarios de nuevo, para ver cómo han afectado estas modificaciones.

Como opinión general, este trabajo ha implicado que las fases estén muy bien definidas para poder generar un producto de calidad. Aun así, había gran parte del diseño de la marca ya definida, al ser un producto ya creado. De todas maneras, se ha ido más allá, se han añadido nuevas **funcionalidades, nuevas maneras de mostrar otros elementos, nuevas dinámicas de viaje** que hacen que se mantenga la esencia de la marca, pero que obtenga más valor para los usuarios. También ha sido de vital importancia tener toda la **documentación muy bien definida**, sobre todo en el momento de interactuar con los usuarios, porque al realizar las

entrevistas en diferentes días y por separado, en algunos casos se obtienen otras cuestiones que se habían planteado anteriormente y que se pueden aplicar en las siguientes entrevistas, sin dejar de lado los aspectos más fundamentales de estas.

6. Propuestas de futuro

Aunque durante todo este proceso se ha mostrado gran parte de la interfaz diseñada, es un hecho que todavía quedan cosas por implementar. Hay algunas funciones que no están creadas, ya que la investigación y el desarrollo del proyecto se focalizó en las reservas de viajes sorpresas por Europa. Además de añadir esto, hay otros puntos que pueden mejorar la experiencia de usuario, uno de ellos es incluir dentro del apartado de la guía interactiva, los **menús de los restaurantes**.

Por otro lado, hacer test con usuarios a una muestra mucho más extensa, a usuarios con discapacidad y también a aquellos que hayan utilizado las otras funcionalidades que ofrece la web, puede ayudar a **encontrar nuevas necesidades** y así poder añadirlas.

En el apartado de “Guía”, también faltaría que cuando se elige una excursión a cierto monumento, apareciera un símbolo de este. Asimismo, estaría bien implementar algunas funciones como la de **“Mi perfil” en la web** para que hubiera más consistencia entre las diferentes plataformas.

7. Glosario de términos

Spinner: Soporte visual que indica si el sistema está ocupado o realizando cierta acción.

Dialog: Los diálogos informan a los usuarios sobre una tarea y pueden contener información importante, requerir decisiones, o involucrar múltiples tareas.

Empty state: Pantalla que se muestra cuando no hay ninguna acción o elemento dentro de esta.

Online: Estado de encontrarse con conexión a internet.

Offline: Estado de estar sin conexión a internet.

Cards: componente con forma de tarjeta con el que se puede interactuar o únicamente muestra cierta información.

Plug-in: Complemento de un programa que sirve para añadir cierta funcionalidad extra.

Main screen: Pantalla principal.

Home: Pantalla de inicio.

Splashscreen: Pantalla que aparece justo cuando se inicia una aplicación. Suele contener el logo de esta o alguna elemento diferencial de la marca identificable.

Entry point: Punto de inicio de una acción o flujo.

Celiaquía: Intolerancia que impide ingerir haría de trigo o derivados.

Vegano: Persona la cuál su dieta se basa en tomar alimentos que no provengan ni deriven de ningún animal.

Tetraplejía: Lesión de la médula espinal que afecta a la movilidad de ciertas partes del cuerpo, mayoritariamente extremidades.

8. Bibliografía

Artículo

1. Berlanga, I. [Inmaculada]; González, V. [Vicent]; Renes, P. [Paula]; Aguaded, J.G [Ignacio]; (2018). Diez años de smartphones: un análisis semiótico-comunicacional del impacto social de la telefonía móvil. *Aula abierta*, 47. Pág. 299-306

Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11162/172619>

2. Cabrera, D. [David] (2017) Waynabox: La aventura es osada, pero sus precios lo son más. *Finanzas. Inversión: el seminario líder en bolsa, economía y gestión de patrimonios*. (1068, pág. 66)

Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6105326>

3. Rivero, F.; Méndez, E.; Conde, V. (2022) Informe ditrendia: Mobile en España y en el Mundo 2020 + Especial COVID-19. Pág. 45, 56, 82.

Recuperado de: <https://ditrendia.es/informe-mobile-2020/>

4. Yuste, B. [B] (2015). Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes. In *Revista de Estudios de Juventud* (Issue 108, pp. 179–191). Instituto de la Juventud.

Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5195624>

Libro

5. Bauman, Z. [Zygmunt] (2000) *Modernidad Líquida*. 3a Edición. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica 2003. Pág. 7.
6. Somma, L. [Lila] (2017) *Reflexión Académica en Diseño & Comunicación N°XXX Año XVIII*. Vol 30. febrero 2018. Buenos Aires: Argentina (pág. 186)
7. Travis, D. [David]; Hodgson, P. [Philip] (2019) *Think Like a UX Researcher: How to Observe Users, Influence Design, and Shape Business Strategy*. Florida: Boca Raton 2019. Pág 33-34

Web

8. Drumwit (2022). *Drumwit*.

Visitado el 08/10/2022

<https://drumwit.com/>

9. Flykube (2022). *FlyKube*

Visitado el 30/10/2022

<https://flykube.com/es>

10. Waynabox (2022). *Waynabox*.

Visitado el 08/10/2022

<https://waynabox.com/es>

11. Wowtrip (2022). *Wowtrip*.

Visitado el 08/10/2022

<https://wowtrip.travel/es/>

12. Freepik (2022). *Freepik*

Visitado el 07/12/2022

<https://www.freepik.es/>

13. Iconify (2022). *Iconify*.

Visitado el 07/12/2022

<https://iconify.design/>

14. Miro (2022) *Miro*.

Visitado el 02/12/2022

<https://miro.com>

15. OptimalWorkshop (2022). *OptimalWorkshop*.

Vistado el 30/11/2022

<https://app.optimalworkshop.com/login>

Blog

16. Rampérez, L. [Laura] (15 de junio de 2021). Social Media y comunicación de valor: la única vacuna para la industria turística [entrada de blog]. *SmartTravel*. <https://www.smarttravel.news/social-media-y-comunicacion-de-valor-la-unica-vacuna-para-la-industria-turistica/>

9. Anexos

9.1 Test con usuarios

Se puede acceder a la grabación del test con usuarios clicando [aquí](#).

9.2 Entrevistas

Se puede acceder a las entrevistas completas clicando [aquí](#).

9.3 Documentación

Se puede acceder a los documentos NDA haciendo clic [aquí](#).

9.4 Encuestas

¿Cuál es tu edad ?
44 respuestas

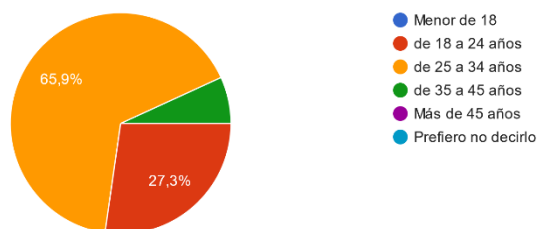


Ilustración 4 - Resultados encuesta | Edad

¿Cuánto sueles viajar?
44 respuestas

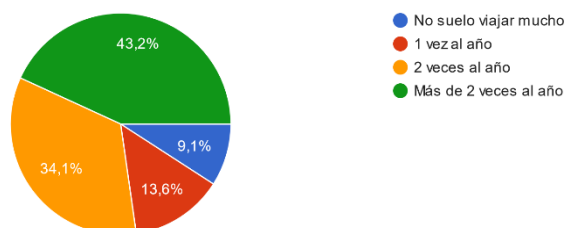


Ilustración 5 - Resultados encuesta | Frecuencia de viaje

¿Por qué razón sueles viajar?
44 respuestas

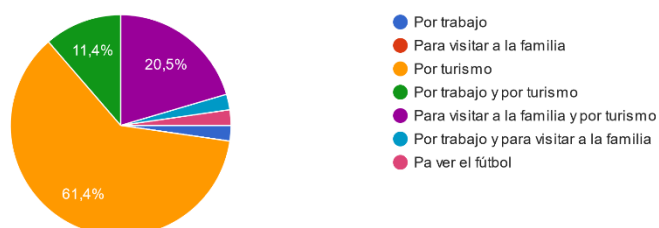
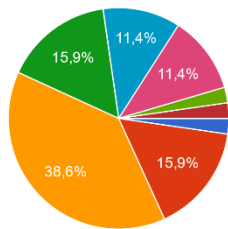


Ilustración 6 - Resultados encuesta | Razones del viaje

¿Cuántos días sueles viajar normalmente?

44 respuestas

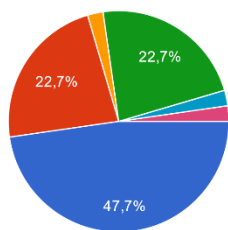


- 2 días o menos
- 3 días
- 4 días
- 5 días
- 6 días
- Una semana
- Más de una semana
- Depende de la época del año (Navidad, puentes, verano...). Diría q...
- Vacaciones en el pueblo: semanas;

Ilustración 7 - Resultados encuesta | Días

Quando viajas para visitar otro lugar, ¿sueles planificar el viaje con antelación?

44 respuestas

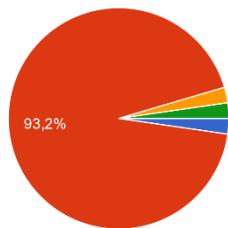


- Si, organizo todos los días de la estancia
- Organizo escapadas algunos días de la estancia
- Organizo el viaje una vez llego a la destinación
- Voy organizando según como se vay...
- Me gusta más viajar para relajarme
- Si viajo a España para visitar a mis...
- Voy organizando según como se vay...

Ilustración 8 - Resultados encuesta | Planificación

¿Sueles viajar solo o acompañado?

44 respuestas

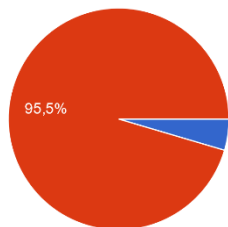


- Solo
- Acompañado
- Cuando viajo para visitar a mi familia o amigos lo hago sola. Cuando todos viajamos a otros destinos para hacer turismo, suelo hacerlo acompañada.
- a veces sola, familia o amigas

Ilustración 9 - Resultados encuesta | Cómo viajar

¿Por dónde sueles reservar los viajes?

44 respuestas



- Agencia de viajes
- Internet

Ilustración 10 - Resultados encuesta | Dónde reservar

En el caso de reservar por internet, ¿qué dispositivo sueles utilizar?

43 respuestas

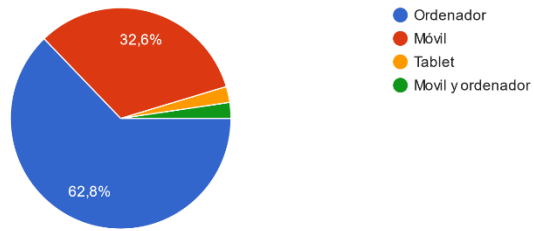


Ilustración 11 - Resultados encuesta | Dispositivo

¿Prefieres utilizar la app o la web?

35 respuestas

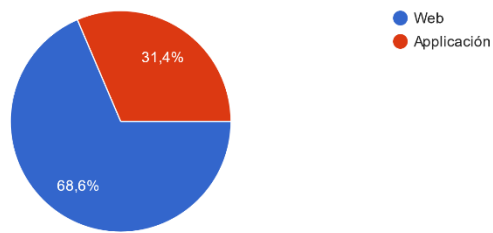


Ilustración 12 - Resultados encuesta | App o web

¿Te gustaría viajar a una destinación sorpresa?

44 respuestas

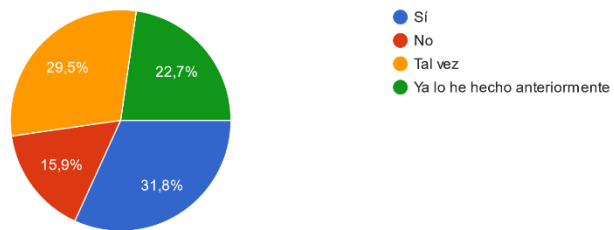


Ilustración 13 - Resultados encuesta | Destinación sorpresa

Viaje sorpresa "No"

En caso de haber respondido "No". ¿Cuál es el motivo?

6 respuestas

No gusta organizar cosas

Cuando viajo suelo tener algún objetivo claro; o es por trabajo, para ver a alguien o ver algún museo o cosas así.

Me gusta tenerlo todo controlado

Me gusta escoger dónde

La seguridad de que me gustará el destino

No me gusta no poder organizarme.

Ilustración 14 - Resultados encuesta | Viaje sorpresa No

Viaje sorpresa I

¿Qué crees que tienen de bueno este tipo de viajes?

37 respuestas

Que no tienes que pensar nada

Descubrir lugares que de otra forma posiblemente no se te ocurriría visitar

Descubrir una ciudad

Precio reducido (normalmente)

No sabes el destino y no te has de preocupar por preparar nada. Vas a la aventura

Que no tienes que elegir destino

salir de la rutina

Factor sorpresa e intriga que genera

La incógnita de no saber el destino y no tener que pensar y decidir dónde ir

Que no sabes que va a pasar

Lo hice una vez, el destino lo sabía el que lo reservaba unos días antes del vuelo. Me gustó porque iba todo incluido, vuelo y hotel y te podías despreocupar de todo, solo disfrutar de visitar la ciudad. Fuimos a Roma. Creo que para una ciudad donde no tienes que reservar actividades (no como, por ej. Kenya, donde tienes k hacer un safari o otros destinos que requieren de reservar muchas cosas) está bien hacer este tipo de viajes cortos y sorpresa.

no tienes que pensar a donde ir

La aventura, el dejarte llevar, la sorpresa en si, es algo nuevo.

te ahorras buscar y salga lo que salga has de aceptarlo

Que no sabes el destino?

La emoción a lo desconocido

La experiencia de no saber hasta el último momento a donde vas.

La emoción de no saber donde ir y el precio fijado

Descubrir sitios nuevos, sin hacerte la idea de lo que vas a ver

La incertidumbre y la emoción de no conocer el destino. Además, la despreocupación sobre la compra de los billetes y el hotel

La intriga

El precio i la sorpresa de donde irás

La emoción de no saber a donde vas, y la descarga de preocupación al no tener que organizar el viaje

Economicos y buena opción si quieres viajar y no tienes un destino claro

Ir a la aventura

No tienes que preocuparte por decidir a donde vas
El estar hasta último minuto soñando con el destino
Te ofrece nuevas posibilidades que quizá no tenía en mente por estigmatizar el sitio antes de conocerlo
Descubrir lugares a los que quizás no habrías dado una oportunidad
Improvisación y descubres que querías ir a sitios que no hubieras pensado
Salir de la monotonía
Que son sorpresa!
El factor sorpresa y curiosidad
Más baratos

Ilustración 15 - Resultados encuesta | Viaje Sorpresa I

¿Conoces alguna de estas webs y su funcionamiento: Waynabox, Wowtrip, Flykube o Drumwit?
37 respuestas

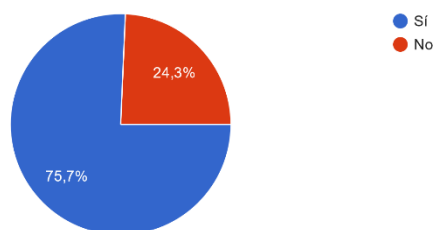


Ilustración 16 - Resultados encuesta | Plataformas

¿Has realizado un viaje con alguna de ellas?
37 respuestas

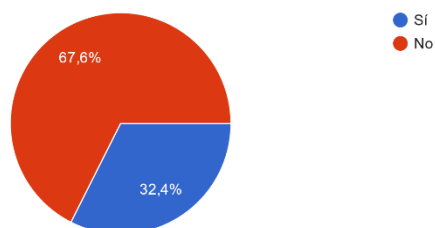


Ilustración 17 - Resultados encuesta | Plataforma II

¿Has utilizado Waynabox como plataforma?
15 respuestas

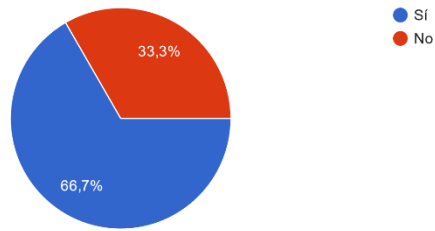


Ilustración 18 - Resultados encuesta | Plataforma III

¿Qué es lo que más te gustó de estas plataformas?

12 respuestas

El precio
La idea de no saber a dónde viajas hasta el último momento me parece muy emocionante, además el hecho de que te envíen una propuesta de planning adaptado a tu viaje justo cuando te revelan el destino es genial.
Te informan de todo en cuanto te mandan el destino
Las diferentes alternativas
Que no sabes lo que te espera
Originales y fáciles de utilizar
Te ahorras muchos procesos, especialmente el de tener que pelearte con los otros acompañantes.
Despreocupación en cuanto a los temas que organizan.

Ilustración 19 - Resultados encuesta | Agrado

¿Qué es lo que más te gustó de estas plataformas?

12 respuestas

- Descubrir el destino en el aeropuerto
- La emoción de la espera e ir a un destino que no planeas
- La autonomía para gestionar la estancia y los vuelos. Me puedo despreocupar más
- La comodidad de no planificar vuelos y estancia, así como el bajo precio
- El precio
- La idea de no saber a dónde viajas hasta el último momento me parece muy emocionante, además el hecho de que te envíen una propuesta de planning adaptado a tu viaje justo cuando te revelan el destino es genial.
- Te informan de todo en cuanto te mandan el destino
- Las diferentes alternativas

Ilustración 20 - Resultados encuesta | Agrado II

Y ¿Lo qué menos te gustó?

12 respuestas

- Nada
- Los suplementos por descartar destinos
- Que puedes reducir muy poco la lista de manera gratuita
- Al esperar para conocer el destino y la hora de los vuelos, existe poco tiempo para cambiar moneda en caso necesario y planificar los viajes al aeropuerto
- El hotel sin desayuno y el hotel a las afueras
- Que no tuviera app, al estar fuera de casa no tengo acceso a ordenador pero sí a teléfono. Creo que sería muy útil que tuviera una adaptación a app para estos casos
- La espera antes de saber donde vas
- La poca antelación con la que descubres el destino. (2 días)

Ilustración 21 - Resultados encuesta | Desagrado

Viaje sorpresa II

¿Repetirías una experiencia así? ¿Por qué?

12 respuestas

Sí, es diferente

Si, fue emocionant y descubrimos un destino al que no hubieramos ido

Si, es una forma de viajar muy diferente y en la que no necesitas organizarlo todo y dedicar tu tiempo a el viaje

Si. La experiencia es muy enriquecedora y las ventajas superan a las desventajas

No, prefiero destino elegido por mi para poder organizar mejor el viaje

Sí, he viajado 2 veces así y me gustaría volverlo a hacer para descubrir nuevos destinos a los que de otra manera, seguramente no iría.

Si. He tenido buenas experiencias

Sí, porqué me gustó mucho y para hacer más aventuras divertidas de este tipo

Ilustración 22 - Resultados encuesta | Experiencia

¿Qué aspectos positivos y negativos crees que tiene la web?

9 respuestas

Muy visual y gráfico

Para mi como usuaría de movil mas que de ordenadores solo veo aspectos negativos. La navegacion no esta ajustada a moviles.

Nose, no lo reserve yo

Es muy completa, pero quizás cuesta ir a la idea justamente porque tiene muchas opciones.

Como negativo es que muchas veces no carga bien la web y positivos es que puedes reservar sin problemas

Que es bastante rápido para reservar

Buf no me acuerdo de como es ahora...

Poca variedad. Simpleza.

Ilustración 23 - Resultados encuesta | Aspectos

¿Te gustaría que esta web estuviera disponible como app? ¿Por qué?

9 respuestas

- No
- Si, es mucho mas comodo que la pagina web. Las funcionalidades de la app son mas intuitivas
- Si, es útil
- Sí, por lo que he mencionado anteriormente (Creo que al estar viajando, es más común utilizar el teléfono móvil que el pc, por lo que considero que sería más útil poder tener una App).
- Si! Es más cómodo tenerlo en el teléfono y realizar las reservas por la app.
- Sí, porque es más fácil acceder al contenido de esta manera
- Sí porque podrías ver regularmente promos de viajes sorpresa, actividades a incluir etc.
- Sí. Accesibilidad.
- No tengo ninguna necesidad

Ilustración 24 - Resultados encuesta | App

En el caso de haberla utilizado, ¿qué te funcionalidades te gustaría que tuviera la versión app?

9 respuestas

- La web está muy bien resuelta
- Consultas de tu compra, secciones de excursiones dentro de tu viaje, poder comprar con un click des de la app, experiencias de otros usuarios
- Poder elegir más concretamente destinos sin pagar mucho mas
- Poder consultar las características de tu reserva y tenerlo todo junto en una misma plataforma (vuelos, reserva de hotel, propuesta de cosas a visitar...)
- Una guía mas extensa y completa
- una gestión más completa de la guía
- Reservar más cosas, como adicionales al vuelo y hotel
- Rapidez.

Ilustración 25 - Resultados encuesta | App II

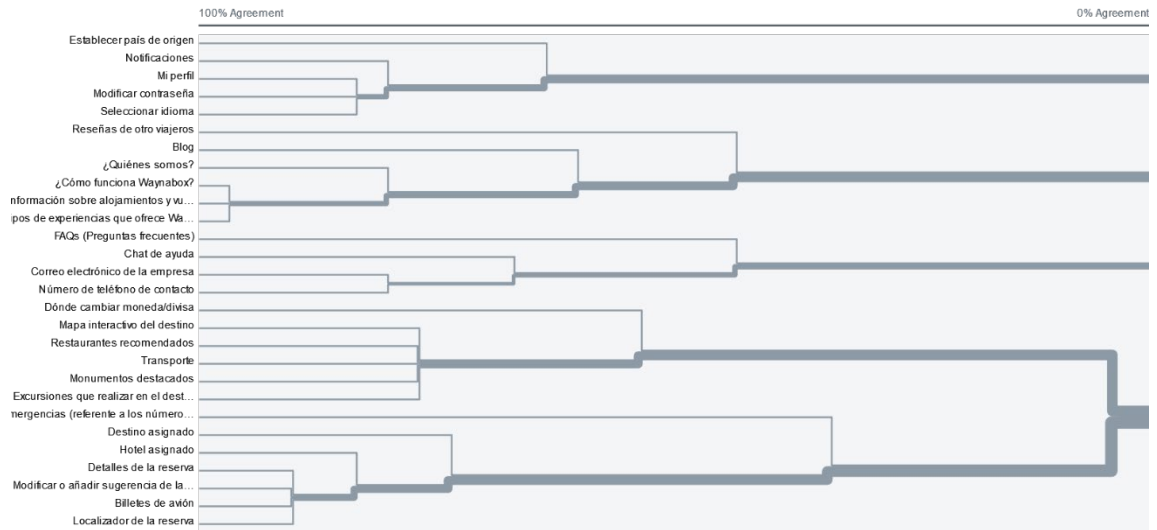


Ilustración 26 - PDA

Similar IAs: 28/30 5 groups submitted by participant #1	Similar IAs: 29/30 6 groups submitted by participant #36	Similar IAs: 25/30 6 groups submitted by participant #4
<p>Perfil</p> <ul style="list-style-type: none"> Mi perfil Modificar contraseña Seleccionar idioma Establecer país de origen Notificaciones 	<p>Perfil</p> <ul style="list-style-type: none"> Mi perfil Modificar contraseña Seleccionar idioma Establecer país de origen Notificaciones 	<p>Perfil</p> <ul style="list-style-type: none"> Mi perfil Modificar contraseña Seleccionar idioma Establecer país de origen Notificaciones
<p>Sobre Waynabox</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo funciona Waynabox? Información sobre alojamientos y vuelos con los que trabaja Waynabox ¿Quiénes somos? Tipos de experiencias que ofrece Waynabox Blog Reseñas de otro viajeros 	<p>Guía interactiva</p> <p>Similar group labels: Destino</p> <ul style="list-style-type: none"> Mapa interactivo del destino Restaurantes recomendados Transporte Monumentos destacados Excursiones que realizar en el destino Emergencias (referente a los números de emergencias del país de destino) Dónde cambiar moneda/divisa 	<p>Sobre Waynabox</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo funciona Waynabox? Información sobre alojamientos y vuelos con los que trabaja Waynabox ¿Quiénes somos? Tipos de experiencias que ofrece Waynabox
<p>Guía interactiva</p> <ul style="list-style-type: none"> Mapa interactivo del destino Restaurantes recomendados Transporte Monumentos destacados Excursiones que realizar en el destino Dónde cambiar moneda/divisa 	<p>Reservas</p> <ul style="list-style-type: none"> Detalles de la reserva Modificar o añadir sugerencia de la reserva Billetes de avión Hotel asignado Destino asignado Localizador de la reserva 	<p>Contáctanos</p> <ul style="list-style-type: none"> Correo electrónico de la empresa Chat de ayuda Número de teléfono de contacto
<p>Reservas</p> <ul style="list-style-type: none"> Detalles de la reserva Modificar o añadir sugerencia de la reserva Billetes de avión Hotel asignado Destino asignado Localizador de la reserva 	<p>Sobre Waynabox</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo funciona Waynabox? Información sobre alojamientos y vuelos con los que trabaja Waynabox ¿Quiénes somos? Tipos de experiencias que ofrece Waynabox Reseñas de otro viajeros 	<p>Guía interactiva</p> <p>Similar group labels: Destino</p> <ul style="list-style-type: none"> Mapa interactivo del destino Restaurantes recomendados Transporte Reseñas de otro viajeros Hotel asignado Destino asignado Monumentos destacados Excursiones que realizar en el destino Emergencias (referente a los números de emergencias del país de destino)
<p>Contáctanos</p> <ul style="list-style-type: none"> Correo electrónico de la empresa Chat de ayuda Número de teléfono de contacto FAQs (Preguntas frecuentes) Emergencias (referente a los números de emergencias del país de destino) 	<p>Contáctanos</p> <ul style="list-style-type: none"> Correo electrónico de la empresa Chat de ayuda Número de teléfono de contacto FAQs (Preguntas frecuentes) <p>Blog</p> <ul style="list-style-type: none"> Blog 	<p>Reservas</p> <ul style="list-style-type: none"> Detalles de la reserva Modificar o añadir sugerencia de la reserva Billetes de avión Localizador de la reserva <p>Información útil</p> <ul style="list-style-type: none"> FAQs (Preguntas frecuentes) Blog Dónde cambiar moneda/divisa

Ilustración 27 - Análisis céntrico de los participantes

9.5 Sketch

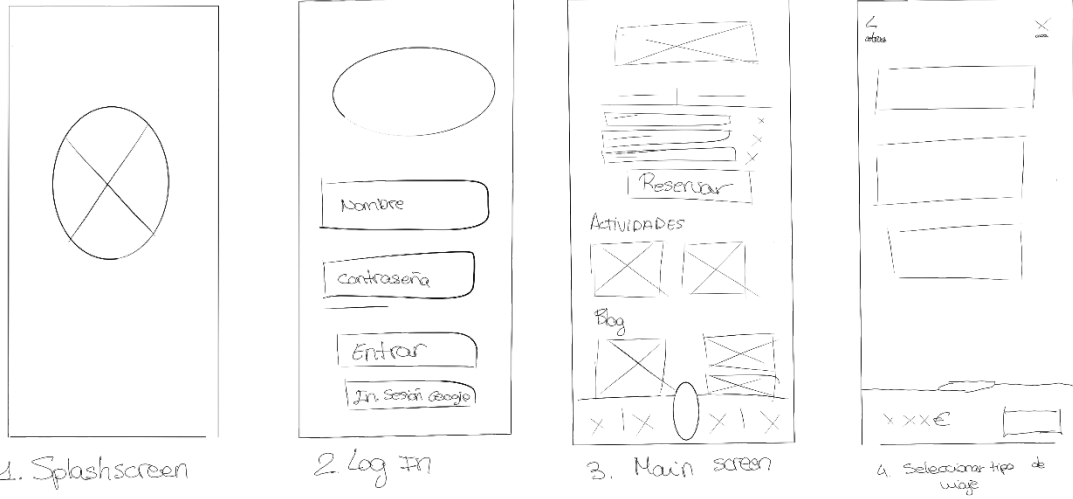


Ilustración 28 - Sketch I

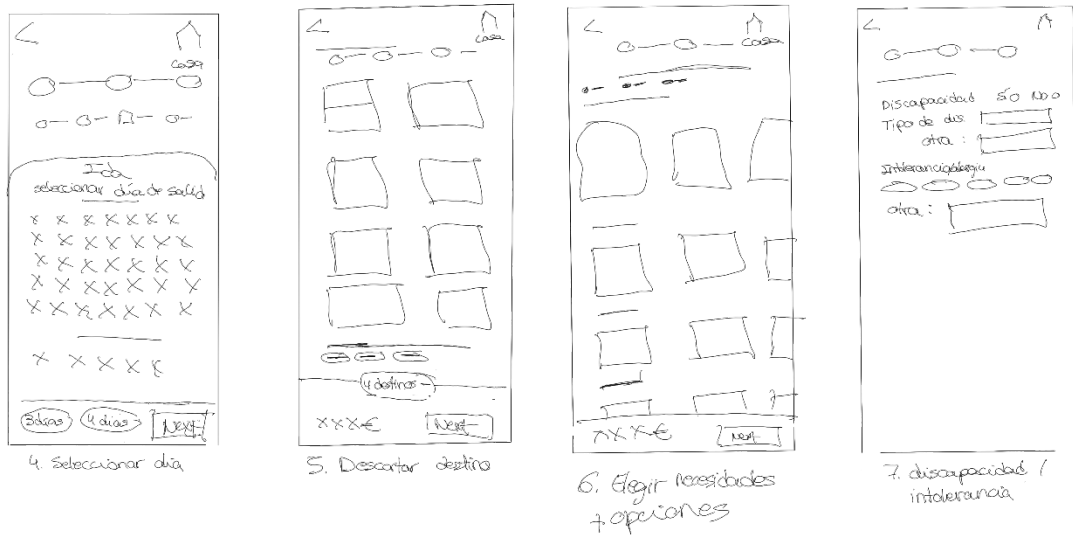


Ilustración 29 - Sketch II

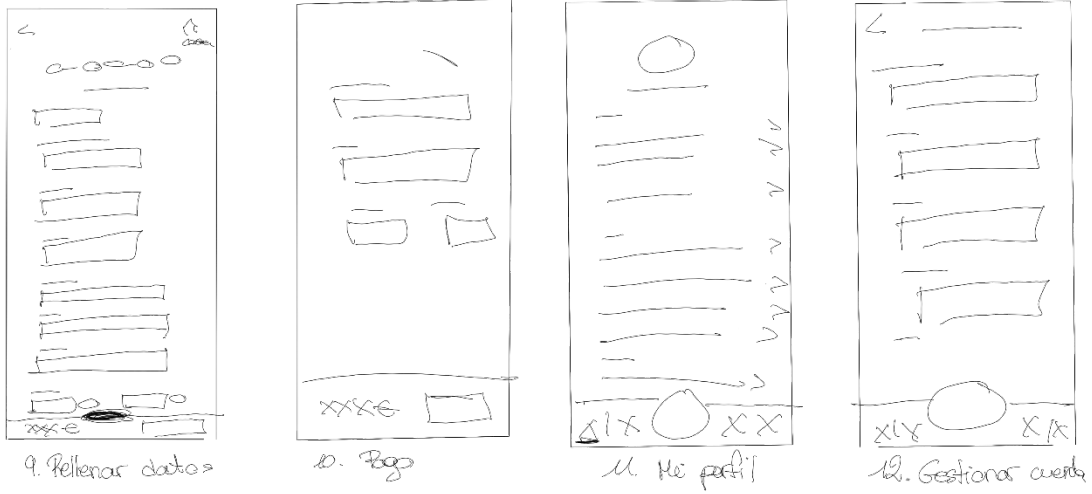


Ilustración 30 - Sketch III

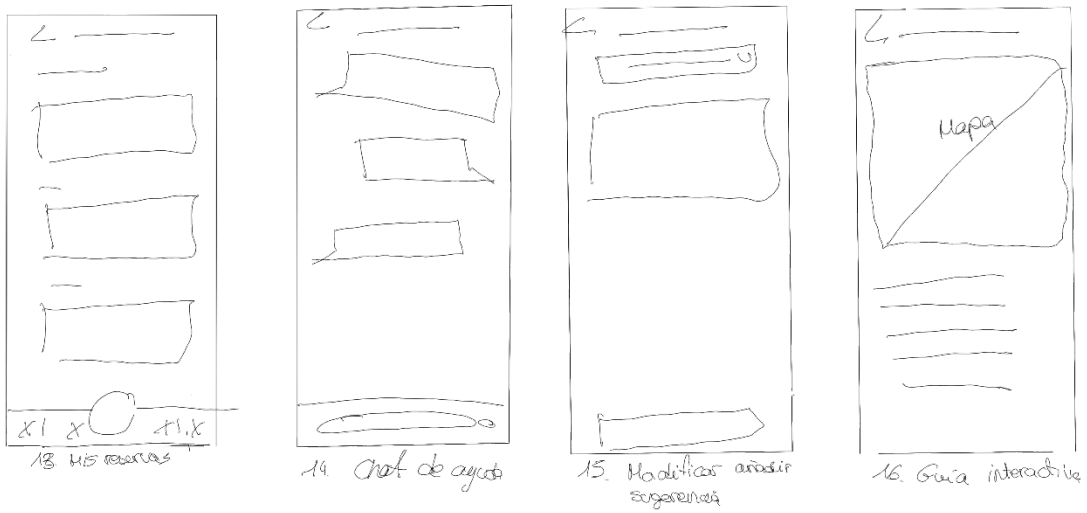


Ilustración 31 - Sketch IV

9.6 Wireframes

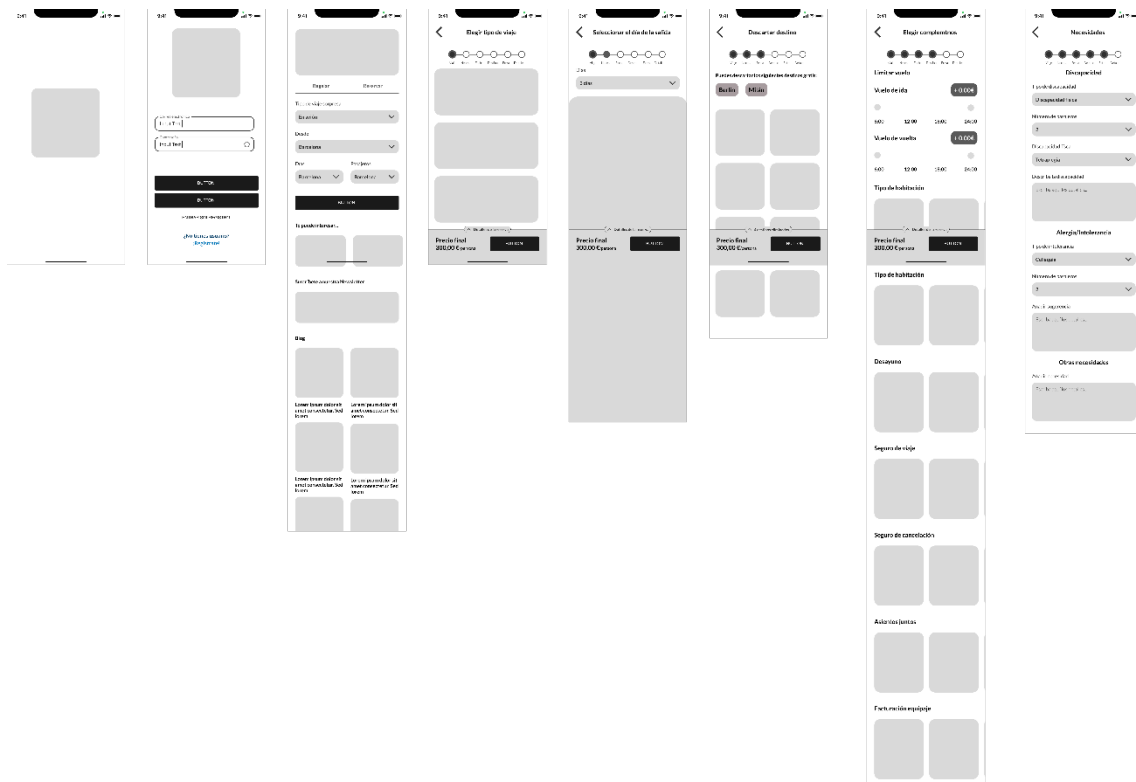


Ilustración 32 - Wireframes I



Ilustración 33- Wireframes II



Ilustración 34- Wireframes III

9.7 Iconos



Ilustración 35 - Iconos utilizados