

# larpi

---

## Lugares para contar historias.

Larpi: un buscador de localizaciones  
temáticas para eventos de rol en vivo.

María José Clemente Madrid.  
Trabajo Final de Máster.  
Diseño de interacción y experiencia de usuario.

**Tutor:**  
Marc Bellés Fabregat

**Profesores responsables:**  
Ferran Gimenez Prado - Enric Mor Pera

**María José Clemente Madrid**

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



**Título del trabajo:** Lugares para contar historias. Larpi: un buscador de localizaciones temáticas para eventos de rol en vivo

**Nombre del autor:** María José Clemente Madrid

**Nombre del tutor:** Marc Bellés Fabregat

**Nombre del PRA:** Ferran Giménez Prado - Enric Mor Pera

**Fecha de entrega:** 01/ 2023

**Titulación:** Máster en Diseño de interacción y experiencia de usuario.

**Área del trabajo final:** Diseño de interacción y experiencia de usuario.

**Idioma del trabajo:** Castellano

**Palabras clave:** Buscador, eventos, rol en vivo.

### **Resumen del trabajo:**

El rol en vivo es una forma de ocio alternativo que ha ganado popularidad en los últimos años. Esta actividad social, muy vinculada con el teatro improvisado, involucra la narración compartida de una historia por parte de un grupo de jugadores que interpretan a sus personajes en el marco de una localización que les ayuda a disfrutar de una experiencia lo más inmersiva posible.

A pesar de que España cuenta actualmente con un buen número de localizaciones temáticas que podrían servir para realizar esta actividad, como pueblos farwest, castillos o casas antiguas con encanto, las organizaciones de rol en vivo tienen serias dificultades para encontrar estos lugares de manera sencilla y ponerse en contacto con la gente que los gestiona. El presente proyecto surge de la necesidad de facilitar a estas entidades la búsqueda de localizaciones adecuadas donde contar sus historias y así crear una plataforma con un buscador en la que aunar la mayor cantidad posible de las instalaciones temáticas que tenemos en España.

Siguiendo la metodología del Design Thinking, se ha desarrollado una web que podrá funcionar como solución adecuada a las actuales dificultades de este grupo de personas, al tiempo que visibiliza localizaciones temáticas, y que responde a los modelos mentales, necesidades y objetivos de sus personas usuarias principales.

---

### **Abstract:**

Live role-playing is a form of alternative entertainment that has gained popularity in recent years. This social activity, closely linked to improvised theatre, involves the shared narration of a story by a group of players who play their characters in the framework of a location that helps them to enjoy the most immersive experience possible.

Despite the fact that Spain currently has a good number of themed locations that could be used for this activity, such as farwest villages, castles or charming old houses, LARP organisations have serious difficulties in finding these places and contacting the people who manage them. This project was born of the idea of making it easier for these organisations to find suitable locations where they can narrate their stories and to create a platform with a search tool to bring together as many of the themed venues we have in Spain as possible.

Following the Design Thinking methodology, a website has been developed that can function as a viable solution to the current difficulties of this group of people, while making themed locations more visible, and that also responds to the mental models, needs and objectives of its main users.

# Índice

<b>1. Introducción</b>	<b>5</b>
1.1 Contexto y justificación del trabajo	5
1.2 Objetivos del trabajo	7
1.3 Enfoque, etapas y metodología	8
1.4 Planificación del Trabajo	12
<b>2. Investigación</b>	<b>13</b>
2.1 Desk Research	13
Conclusiones	16
2.2 Benchmark	16
Conclusiones	21
2.3 Encuesta	21
2.4 Entrevista Contextual	24
2.5 Mapa de empatía	29
2.6 Resumen de la fase de investigación	30
<b>3. Definición</b>	<b>31</b>
User Persona	32
Escenarios	33
User Journey	34
Lean UX Canvas	37
Problem Statement y definición de la solución	38
Requisitos	39
<b>4. Ideación y prototipado</b>	<b>40</b>
Wishing Brainstorming	40
Inventario de contenidos	44
Card Sorting	45
Árbol de contenidos	47
Diagramas de flujo	48
Sketch	50
Wireframes	51
Prototipo	59
<b>5. Evaluación</b>	<b>61</b>
Evaluación heurística	62
Test con usuarios	69
Prototipo con implementación de mejoras tras la evaluación	79
<b>6. Conclusiones del proyecto y trabajo a futuros</b>	<b>82</b>
<b>7. Bibliografía</b>	<b>85</b>
<b>8. Anexos</b>	<b>90</b>

# 1. Introducción



Figura 1. Casa Rural Jardín Oriental. Fuente imagen: Escapada Rural Blog

## 1.1 Contexto y justificación del trabajo

**En 2022 se han celebrado en España oficialmente 60 eventos de rol en vivo** (Calendario LARP, 2022). Eso suponen alrededor de 5 eventos de media por mes. Algunos de ellos han llegado a reunir más de 100 personas en una misma localización. Estas cifras muestran una tendencia creciente, ya que son mayores que las que se conservan de antes del confinamiento en 2020.

Sin embargo, **se presume que el número de roles en vivo celebrados en España es mucho mayor** porque la realidad es que gran parte de estos eventos no llegan a recogerse oficialmente en ningún registro común. Esto es debido a que las iniciativas actuales que reúnen la información sobre las fechas de realización de estas actividades son voluntarias y, en ocasiones, no cubren toda la oferta.

Pero, ¿qué es un rol en vivo? Consideramos **“rol en vivo”** (en inglés, LARP: *Live Action Role Play*) **como una modalidad de juego interpretativa e inmersiva, basada en el teatro de improvisación, donde los jugadores asumen el papel de un personaje,** con

una historia y motivaciones propias, para representarlo durante la duración del juego, que puede ser de varios días o unas horas.

El jugador o jugadora se viste con atuendos apropiados para la temática que se esté jugando como parte de su caracterización. Los organizadores de estos eventos, llamados comúnmente “máster”, son los encargados de proporcionar tanto el trasfondo de la historia que se va a jugar, sea histórico o completamente ficticio, como el escenario en el que la actividad será realizada.

**Un rol en vivo es un evento temático, es decir, un evento que transcurre alrededor de una ambientación que ayuda a reforzar el storytelling** que se quiera transmitir. En estos eventos no existe la figura del público, sino que todos los asistentes construyen el juego llevando un personaje. Se busca experimentar una historia, emociones, vivencias diferentes a la cotidianeidad y el disfrute personal.

A nivel europeo, los eventos de rol en vivo pueden llegar a juntar a más de 5.000 personas en una semana completa, como es el caso del festival Drachenfest en Alemania o Empire en Reino Unido. En España también se dan eventos masivos que sirven de punto de encuentro a aficionados y son la semilla de ideas para eventos posteriores. Entre estos destacan las Jornadas Tierra de Nadie, con más de 600 asistentes, la Feria del Dragón, con alrededor de 500, y TimeLords, con aproximadamente 100 personas.

Aunque los roles en vivo anteriormente citados son eventos masivos, se calcula que **en España la media de participantes en un evento estándar es de 30-50 personas**. La mayor parte de roles en vivo en nuestro país son eventos de fin de semana (2 a 3 días de duración), según lo observado en las convocatorias realizadas este año.

**La mayor parte de los roles en vivo en España se anuncian a través de redes sociales**, siendo Facebook e Instagram los canales de preferencia. Fijándonos en las páginas más populares para amantes de este hobby (Larp Spain, Facebook y Calendario de eventos Rev, Facebook) vemos que todos los meses hay varios roles en vivo. Esta es una comunidad viva que, con el auge de la popularidad del rol gracias a series recientes como Stranger Things o The Witcher, está viviendo una democratización de esta afición.

**Actualmente, no existe ningún buscador específico que ayude a encontrar un emplazamiento para dar cabida a estos eventos, con las necesidades especiales que conllevan.**

Según Juanxí Rodríguez, miembro de Enterevs, la convención de referencia para organizadores de rol en vivo de España, y colaborador habitual de Not Only Larp, la asociación detrás de roles en vivo mediáticos como Red Center o Mission Together, gran parte de las organizaciones gastan entre 10 y 20 horas en encontrar un lugar apropiado para su evento. Eso sin contar que muchas veces es necesario ir a visitar el lugar, con el gasto de tiempo que ello conlleva.

Por ejemplo, para la celebración del citado Mission Together, un rol en vivo de más de 110 personas realizado en la ciudad de Avilés, del que se hicieron dos pases este agosto de 2022, fue necesario invertir meses solo en encontrar un lugar adecuado, contactar con las autoridades responsables y cerrar la logística de la reserva.

Seguramente **estos problemas vienen derivados de la falta de plataformas especializadas que permitan a la organización del evento ahorrar tiempo** y tener en consideración algunos factores externos como la sostenibilidad del emplazamiento.

**En conclusión**, estudiando una muestra de la actual oferta de buscadores, vemos que no **existen herramientas especializadas, mientras que el número de eventos de este tipo y el interés por ellos sigue en aumento.**

Por ello, el presente proyecto busca desarrollar una plataforma que entienda las necesidades de estos grupos en concreto, ofrezca soluciones y promueva la realización de esta clase de eventos en nuestro país, no solo de forma nacional, sino incluso abrir las puertas a roles en vivo de organizaciones internacionales.

## 1.2 Objetivos del trabajo

El **objetivo general** de este proyecto es facilitar y cubrir las necesidades de búsqueda de espacios por parte de las organizaciones de rol en vivo, a través de desarrollar una **plataforma web** que **ayude a hacer más eficiente el proceso de búsqueda de localizaciones, ahorre tiempo y promueva la realización de más eventos** en nuestros país, ya sea de organizaciones nacionales o internacionales.

<b>Objetivo 1</b>	Aglutinar la oferta de localizaciones temáticas de España en una sola plataforma.
<b>Objetivo 2</b>	Refinar el proceso de búsqueda para un evento temático.
<b>Objetivo 3</b>	Fomentar la búsqueda de alojamientos sostenibles y accesibles para todos los participantes.
<b>Objetivo 4</b>	Facilitar la reserva de localizaciones para grupos grandes.
<b>Objetivo 5</b>	Fomentar y mejorar la parte gráfica de los alojamientos para permitir verlo mejor de forma "online".
<b>Objetivo 6</b>	Llevar a cabo la realización de un producto usable, que ofrezca una experiencia de personas usuarias de satisfactoria y útil.
<b>Objetivo 7</b>	Llevar a cabo la realización de una web user-friendly, validada con usuarios reales.

## 1.3 Enfoque, etapas y metodología

### Enfoque y metodología

Este trabajo se desarrollará con un **enfoque de DCU** (Diseño Centrado en el Usuario), este método busca mantener el foco en el usuario y responder a sus necesidades y objetivos. Asimismo, se llevarán a cabo procesos iterativos para intentar conseguir una mejora constante.

Usaremos la **metodología del Design Thinking**, una aproximación que pone en común lo que es deseable desde el punto de vista de las personas, con lo que es tecnológicamente factible y lo que es económicamente viable.

Lo realizaremos mediante las cinco etapas principales del Design Thinking que propone Hasso-Plattner Institute of Design at Stanford (d.school):

1. **Empatizar**  
Entender a las personas a las que está dirigido el diseño, sus experiencias, motivaciones, necesidades y limitaciones.
2. **Definir**  
Aportar claridad y foco en el reto a resolver, obtener un planteamiento significativo y procesable del problema.
3. **Idear**  
Generar la mayor cantidad de ideas posible y transitar del problema a la solución.
4. **Prototipar**  
Construir prototipos que ayuden a llegar a la solución final.
5. **Evaluar**  
Con personas usuarias para refinar ideas, soluciones y los prototipos construidos.

En cada una de las anteriores fases se combinarán diferentes metodologías UX, que deberán servir como medio para alcanzar una solución adecuada que satisfaga las necesidades de las personas usuarias.

Así mismo, con la intención de hacer hincapié en llevar un proceso iterativo, también usaremos la herramienta de Lean UX, que permitirá redirigir las premisas establecidas a medida que se avanza en el desarrollo del proyecto.

## Etapas

### 1. Empatizar (o etapa de investigación)

En esta etapa se realizará la investigación en torno al mundo del rol en vivo y las actuales soluciones de buscadores de localizaciones. Por otro lado, incluirá investigación centrada en las personas usuarias y su relación con el tema principal, el proceso de creación de un rol en vivo y qué papel juegan las localizaciones en ello.

#### **Desk Research**

Estado actual del tema. Búsqueda de literatura ya existente sobre la cuestión, qué es el rol en vivo, cuántos eventos se llevan realizando en los últimos años, cómo es la persona organizadora de esos eventos, qué tipo de espacios se utilizan, etc.

#### **Benchmark**

Análisis de las plataformas competidoras que ofrecen servicios similares para el problema que se quiere resolver y extracción de patrones de comportamiento, características similares, puntos fuertes y carencias.

#### **Encuestas**

Con esta herramienta se pretende obtener datos cuantitativos y demográficos de las personas usuarias para establecer una base con la que elaborar un User Persona.

#### **Entrevistas contextuales**

Se realizarán para obtener un conocimiento más profundo del tema y obtener datos e insights cualitativos.

#### **Mapa de empatía**

Una herramienta para poder entender mejor a las personas usuarias y el contexto en el que se mueven.

## 2. Definir

### **User Persona**

A partir de la información extraída de las encuestas y las entrevistas se realizará un User Persona para tener un perfil de persona usuaria. Aquí se recogerán las características más significativas de los usuarios objetivo y ayudarán a establecer sus necesidades. Este perfil será una guía que tener siempre en mente para dedicarse a la persona usuaria final.

### **Escenarios**

Conforme a los User Persona se establecerán las narrativas de unos escenarios ficticios en los que la persona usuaria pueda hacer uso del producto. El número exacto de escenarios será definido por las entrevistas y la encuesta.

### **User Journey**

Los escenarios permitirán desarrollar unos User Journey donde se podrá explorar el camino que sigue la persona usuaria desde la necesidad hasta la resolución del problema, así como encontrar oportunidades y las emociones durante el proceso.

### **Lean UX Canvas**

Con esta herramienta se podrá definir bien el problema que hay que resolver y las pautas para poder construir-medir-aprender progresivamente.

### **Definición de la solución y Problem Statement**

Gracias a las anteriores herramientas se podrá definir una propuesta concreta para encontrar la solución y establecer problem statements, una declaración explícita y bien definida de lo que se pretende resolver.

### **Requisitos**

Se listarán los requisitos necesarios para la propuesta inicial y se clasificarán por tipología (requisitos funcionales, de usabilidad, accesibilidad y de contenido).

### 3. Ideación y prototipado

#### **Wishing brainstorming**

Se trata de una sesión de ideas donde una serie de participantes pueden expresar sus soluciones para el proyecto sin importar si son realizables o son demasiado descabelladas.

#### **Inventario de contenidos**

Se realizará una lista del inventario de contenidos a partir de lo definido con las anteriores herramientas. La lista contendrá los conceptos que se considere que debe tener el producto.

#### **Card-Sorting**

Con esta herramienta podremos explorar los modelos mentales que tienen las personas usuarias, así se trabajará en la arquitectura de la información y podremos definir etiquetas que nos ayuden hacer un árbol de contenidos.

#### **Árbol de contenidos**

Se establecerá la estructura, jerarquía y etiquetado de los contenidos.

#### **Diagrama de flujo**

Teniendo en cuenta los escenarios y el árbol de contenidos, se elaborará un diagrama de flujo, secuencias que definen como la persona usuaria interactúa con el producto y si se ven cumplidas sus necesidades.

#### **Sketch y wireframes**

Bocetos a mano para ver las ideas en el papel y hacer correcciones antes de trasladarlo a digital con los wireframes de baja fidelidad.

#### **Primer prototipo**

Elaboración de una primera propuesta interactiva de solución en alta fidelidad.

## 4. Evaluación

### Evaluación heurística

Herramienta sin usuarios para comprobar que el primer prototipo cumple con los estándares de usabilidad.

### Test con usuarios

Prueba con personas usuarias para comprobar si son cumplen una serie de tareas, escuchar sus comentarios y observar cómo interactúan con el primer prototipo.

### Prototipo final

Este es un proceso iterativo, así que con el feedback recibido, se creará un segundo prototipo. Este no es final del proyecto, en realidad, ya que como todo trabajo iterativo, este prototipo volvería a ser testado y mejorado.

## 1.4 Planificación del Trabajo

La duración de este trabajo es de aproximadamente 300 horas de dedicación y vienen distribuidas en las etapas desarrolladas anteriormente. Sin embargo, la realización de las mismas no se plantea de forma lineal, especialmente las 2 primeras, sino de forma paralela.

Las fechas clave del proyecto corresponden a las entregas parciales de la memoria final: 9 de noviembre, 7 de diciembre y 4 de enero (2023). De acuerdo a ellas se ha realizado un **diagrama de Gantt que se puede consultar en este [enlace](#)** y que contiene la planificación inicial de horas, teniendo la posibilidad de ajustarse según las necesidades del proyecto.

Para realizar las tareas anteriormente listadas, se utilizarán los siguientes recursos:

<b>Figma</b>	Diseño gráfico y prototipos
<b>Miro</b>	Diseño gráfico, Lean UX Canvas, diagrama de flujo...
<b>Software de videollamadas</b>	Entrevistas, test con personas usuarias
<b>Procesadores de textos</b>	Redacción de la memoria
<b>Optimal Workshop</b>	Card sorting
<b>Happy Scribe</b>	Para transcribir entrevistas

## 2. Investigación



Figura 2. Hotel Can Ceremines Fuente imagen: Casa Can Ceremines.

### 2.1 Desk Research

Una vez definido qué es el rol en vivo en el contexto y justificación del presente trabajo, usaremos la técnica del Desk Research para proceder a **investigar los orígenes del rol en vivo en nuestro país y ver su evolución, comprender mejor los elementos que intervienen en un rol en vivo y para hacer una radiografía de un evento tipo en España.**

Destacar que, aunque la documentación sobre posibles aplicaciones educativas, terapéuticas y empresariales del rol en vivo en España es extensa, hay poca documentación académica del lado más logístico de esta actividad.

Existen numerosas asociaciones que realizan este tipo de eventos, también algunas empresas privadas, sin embargo, todavía no existe una organización o federación a nivel estatal que las aúne o estudios públicos al respecto. Por ese motivo, se han añadido otros métodos de investigación en esta fase, siendo estos una encuesta y dos entrevistas contextuales.

## Orígenes

En España existe constancia por primera vez de la celebración de un rol en vivo en la década de los 90 con las publicaciones de Espada y Brujería y Killer (Rubio, 2020)

Sin embargo, los orígenes de esta actividad de ocio alternativo pueden rastrearse hasta Estados Unidos en 1975, gracias a la popularización del juego de mesa Dungeons & Dragons (Cabrero, 2010). En Europa, el primer registro de un rol en vivo fue Treasure Trap (1982), ubicado en el castillo de Peckforton, Reino Unido (Montes, pág 51, 2018).

## Elementos de un rol en vivo

A continuación, para entender bien qué implica organizar un rol en vivo y qué personas están involucradas, vamos a desgranar sus principales elementos.

Un evento de estas características no solo tiene que poseer una historia que valga la pena experimentar (o jugar). **Un rol en vivo es una creación de un mundo ficticio para que los jugadores lo vivan.** Para realizar esta actividad, normalmente, intervienen tres tipos de personas:

- Personajes jugadores
  - Asistentes al evento.
- Organizadores o máster
  - Encargados de la organización, logística y creación de la historia.
- Personajes no jugadores
  - Personas que se ponen a disposición de la historia para realizar todo tipo de papeles, en general, reglados y con pautas de interpretación.

Aparte del elemento humano, también hay otras variables a tener en cuenta (Ruiz Lacasa, 1995):

### **Equipación:**

Atrezzo, vestuario y posibles accesorios necesarios para la tematización y el desarrollo del evento.

### **Localización:**

Es necesario encontrar el lugar adecuado para las características del evento. Aunque un rol en vivo cuente mucho con la imaginación de las personas que juegan, sin un buen escenario la experiencia perderá su esencia y dejará de ser inmersiva.

### **Historia y tramas:**

Se trata del hilo narrativo sobre el que se sostiene el evento y sin el cual no tendría sentido celebrarlo. Idealmente, debe involucrar a todos los jugadores.

Además de los elementos anteriormente mencionados y que ya se recogen en el primer manual de rol en vivo 'Espada y Brujería', es necesario tener también en cuenta un último punto:

### **Logística:**

En este campo entra el transporte de organización y material, comida durante el evento, preparación para posibles eventualidades que no tengan que ver con el juego, seguros, pagos, cancelaciones, etc.

## Radiografía de los eventos en España

En España, **más del 86% de los eventos de rol en vivo que se celebran son en formato de fin de semana** (Iparraguirre, 2017, p. 15). Un **42% de los aficionados asisten por lo menos a 3-5 eventos al año** (Iparraguirre, 2017, p. 17).

Las temáticas son muy variadas, pero se tomará la clasificación realizada por Iparraguirre en el Censo Larp para poder establecer estadísticas. Así pues, el **79.9% de los eventos tenía una temática fantástica**.

Sin embargo, para ahondar un poco más allá en las ambientaciones, se estudia la clasificación realizada por Abella y Grande de Prado (2010) que establecieron una categorización según la relación de las ambientaciones con el mundo real:

- A. **Mundo real:** Utilizar situación verídica del pasado, presente o futuro sin realizar alteraciones.
- B. **Mundos reales alterados:** Basarse en acontecimientos reales, pero introduciendo alteraciones como por ejemplo elementos fantásticos.
- C. **Mundos de ficción inventados en obras previas:** Historias ficticias creadas por un autor concreto.
- D. **Mundos de ficción:** Historias ficticias creadas para y por los propios usuarios del juego

En la tercera categoría, destacar que, como se ha comentado anteriormente, aunque la mayor parte de las organizaciones que celebran esta clase de eventos no son profesionales, el auge de la popularidad de esta actividad ha conseguido que algunas asociaciones hayan alcanzado acuerdos oficiales de licencias para celebrar roles en vivo de una ambientación comercial en concreto (The Witcher. Efímeral events).

En cuanto al dinero invertido, sin tener en cuenta el gasto de la actividad en sí o el viaje hasta el lugar, sino únicamente de materiales y productos relacionados con el rol en vivo, se sitúa en torno a los 95 € al año por jugador (Iparraguirre, 2017, p. 29). Sin embargo, si tenemos en cuenta el coste de los eventos, las cifras son más elevadas. Por ejemplo, el último evento de la organización NotOnlyLarp, Mission Together, que reunió en Avilés a más de 120 personas por pase, tuvo un coste de 360 € por jugador.

## Conclusiones del Desk Research

**Si sigue por el camino actual, el rol en vivo parece destinado a aumentar su popularidad como forma de ocio.** Organizar un evento temático de estas características no es fácil a nivel logístico, especialmente a la hora de encontrar un lugar bien caracterizado para celebrarlo. Actualmente, los aficionados a esta actividad asisten a una media de 3 a 5 eventos al año y la temática fantástica parece ser la más popular.

## 2.2 Benchmark

**Se ha realizado un benchmark de estas plataformas más populares entre las organizaciones de roles en vivo** para encontrar lugares donde celebrar los eventos. El criterio de selección de estos competidores es que traten de resolver el problema o que hagan su resolución más accesible, listando emplazamientos que den servicio de comidas, alojamientos y cuya decoración sea de diferentes temáticas.

Se comparan por qué tipo de alojamiento ofrece, con qué servicios cuenta, si sus lugares ofrecen catering o no, cómo es de extensa su base de datos, si permite reserva automática y para cuántas personas (máximo) se puede reservar.

Los competidores elegidos son:

1. Booking
2. Expedia
3. Airbnb
4. Vrbo
5. Venuesplace
6. GlampingHub
7. REAJ

En primer lugar, podemos hablar de unos **patrones observados** que incluyen la **existencia de reseñas** de anteriores huéspedes como característica estrella de todas las páginas consultadas.

Asimismo, los buscadores más grandes han empezado a ofrecer **filtros de búsqueda de alojamientos “sostenibles”**. Las certificaciones de estos alojamientos a menudo vienen dadas por las propias plataformas.

Por ejemplo, Booking tiene su propio programa de sostenibilidad y ofrece la posibilidad de filtrar resultados por **establecimientos adscritos al programa y en función de su accesibilidad**.

Accesibilidad del alojamiento	
<input type="checkbox"/> Adaptado para sillas de ruedas	1607
<input type="checkbox"/> WC con barras de apoyo	971
<input type="checkbox"/> WC elevado	544
<input type="checkbox"/> Lavamanos más bajo	671
<input type="checkbox"/> Cuerda de emergencia en el baño	255
<input type="checkbox"/> Apoyo visual: braille	137
<input type="checkbox"/> Apoyo visual: carteles táctiles	71
<input type="checkbox"/> Guiado auditivo	55

Sostenibilidad	
<input type="checkbox"/> Alojamientos del programa de Viajes sostenibles	2398

Figura 3: Filtros presentes en Booking. Fuente: Booking.com

El modelo de negocio suele ser el mismo: una comisión por cada reserva de alojamiento. Aunque en ocasiones se ha observado la creación de servicios extra, como convertirse en alojamiento “Premium” o un servicio de búsqueda personalizado.

El **tipo de reservas difiere en si son alojamientos profesionales o particulares, pero, en general, las podemos dividir en dos tipos: Inmediata o por solicitud.** En la primera, es la persona usuaria quien reserva de forma automática el alojamiento, mientras que con la segunda, es necesario escribir a los responsables del hospedaje con una presentación y esperar a que la solicitud sea aprobada.

En cuanto al **número máximo de personas**, para las cuales se puede hacer una reserva, tenemos mínimos de 14 personas en Expedia hasta máximos de 60. En la plataforma Vrbo, por ejemplo, el buscador te deja indicar 99 huéspedes, sin embargo, no hay ningún alojamiento disponible en su base de datos, sin importar la fecha indicada, ni cuántas veces la cambies. Solo a partir de 80 huéspedes arroja unos pocos resultados.

Figura 4: Barra de búsqueda de Vrbo. Fuente: vrbo.com

Este sería el ranking de las páginas con más oferta de plazas de alojamientos temáticos. En el siguiente gráfico no se ha tenido en cuenta Venuesplace, al no ofrecer opciones solo de alojamiento, sino para eventos más masivos, ni REAJ, que no ofrece la posibilidad de buscar por número de personas.

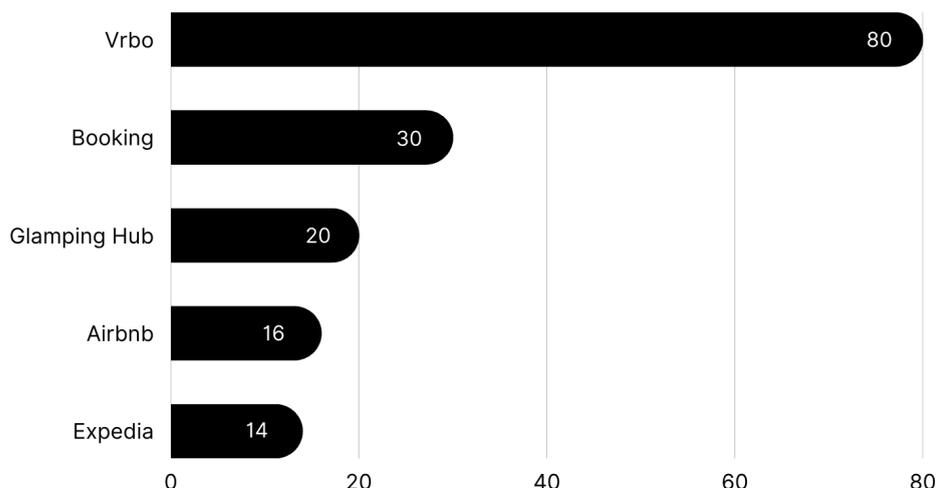


Figura 5: Tabla de número de personas máximo para las cuales se puede reservar.

A pesar de ofrecer un número máximo de personas para las cuales se puede reservar, hay algunos alojamientos que se registran en estas plataformas teniendo más plazas, porque **no existe actualmente un lugar donde puedan ofrecer sus servicios poniendo el número total de plazas con las que cuentan.**

Tipo de habitación	Capacidad	
<p>▶ <b>Villa Superior</b></p> <p>Dormitorio 1:: 3 camas individuales 🛏️ y 1 cama doble 🛏️</p> <p>Dormitorio 3:: 1 cama individual 🛏️ y 2 camas dobles 🛏️ y 2 literas 🛏️</p> <p>Dormitorio 6:: 5 camas individuales 🛏️ y 1 cama doble 🛏️</p> <p>Dormitorio 8:: 1 cama doble 🛏️ y 2 literas 🛏️</p> <p>Dormitorio 10:: 1 cama doble 🛏️ y 2 literas 🛏️</p> <p>Dormitorio 12:: 1 cama individual 🛏️ y 6 literas 🛏️</p> <p>Dormitorio 14:: 4 camas individuales 🛏️ y 3 camas dobles 🛏️</p>	<p>👤 x 42</p>	<p>Mostrar precios</p>
<p>▶ <b>Habitación con cama grande y balcón</b></p> <p>1 cama doble extragrande 🛏️ o 5 camas individuales 🛏️ y 1 cama doble extragrande 🛏️</p>	<p>👤 x 7</p>	<p>Mostrar precios</p>
<p>▶ <b>Habitación Triple Básica con baño compartido</b></p> <p>1 cama individual 🛏️ y 2 camas dobles 🛏️ y 1 litera 🛏️</p>	<p>👤 x 7</p>	<p>Mostrar precios</p>

Figura 6: Detalle del número de plazas de un alojamiento. Fuente: Booking.com

En general, la mayor parte de plataformas diversifican mucho su oferta para abarcar todo tipo de acomodaciones. Si están especializadas es por tipo de alojamiento, por ejemplo Glamping Hub solo ofrece estancias en lugares metidos en la naturaleza.

Un caso especial sería el **tipo de páginas que solo ofrecen un tipo de alojamiento muy específico**, como es el caso de la Red Española de Albergues Juveniles, un plataforma bastante común para aquellos organizadores de eventos que buscan un lugar con capacidad de acoger mucha gente y catering incluido. En esta página en concreto, muchos de los espacios no están tematizados, sin embargo, a falta de opciones mejores, sus servicios son usados con frecuencia para alojar roles en vivo.

Al tratarse de una herramienta de índole oficial, vemos que tiene una diferencia en su página de inicio. Las otras plataformas estudiadas siempre comienzan con un buscador con la capacidad de introducir texto. REAJ tiene en la Home un mapa, un buscador está basado en la localización que no admite campos de texto.



Figura 7: Buscador de REAJ. Fuente: reaj.es

En cuanto a la reserva por fechas, **las plataformas obligan al usuario a poner unos días específicos**. Una excepción a esto sería Airbnb y GlampingHub, que ofrece una opción muy interesante para hacer una búsqueda sin fechas concretas:

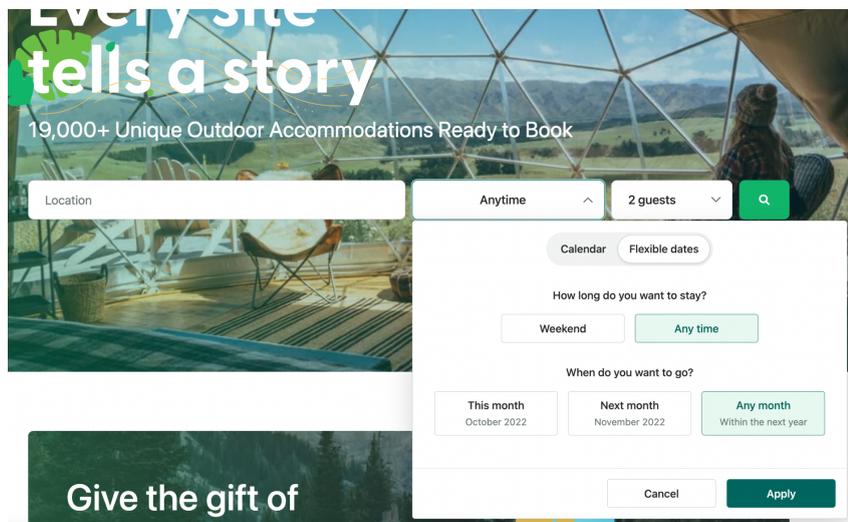


Figura 8: Buscador de GlampingHub. Fuente: Glampinghub.com

Seguramente esto sea debido al objetivo que tienen estos buscadores, que es ofrecer servicio para realizar un viaje. La mayor parte de personas, cuando tienen un viaje en mente, solo buscan alojamientos teniendo ya las fechas decididas.

Por último, aquí se muestra la **tabla comparativa** de las páginas analizadas:

Nombre	Base de datos	Reserva	Tipo de alojamiento	Servicios	Catering	Flexibilidad de fechas	Máx. reserva
<b>Booking</b>	28M	Inmediata	Hoteles y Hostales	Viajes, alquiler de coche, alojamientos	No	No	30 pax
<b>Expedia</b>	3M	Inmediata	Hoteles y Hostales	Viajes, alquiler de coche, alojamientos	No	No	14 pax
<b>Airbnb</b>	2M	Inmediata/ por solicitud	Casas y habitaciones	Alojamientos, actividades	Sí	Sí	16 pax
<b>Vrbo</b>	2M	Inmediata/ por solicitud	Casas rurales, apartamentos, granjas...	Alojamientos, actividades	No	No	80 pax
<b>Venuesplace</b>	-	Por solicitud	Salas y espacios	Espacios, actividades, catering, seguridad	Sí	Sí	de 15 a 2000 pax
<b>Glamping Hub</b>	15K	Por solicitud	Campings de alto standing	Alojamientos, actividades	No	Sí	20 pax
<b>REAJ</b>	300	Por solicitud	Albergue juvenil	Alojamientos, catering	Sí	Sí	-

Figura 9: Tabla comparativa del benchmark

## Conclusiones del benchmark

Estudiando una muestra de la actual oferta de buscadores de alojamientos, vemos que **existen muy pocas herramientas especializadas, especialmente con base en España, mientras que el número de eventos de este tipo y el interés por ellos sigue en aumento.**

La mayor parte de buscadores no ofrecen flexibilidad a la hora de buscar sin una fecha definida. **Ninguna de las plataformas estudiadas ofrecían filtros que pudieran interesar a los organizadores de un evento temático.**

Algunos alojamientos se registran en plataformas poniendo un número menor de plazas de las que ofertan, ya que **no existen webs con criterios a los que puedan ajustarse.**

El **estudio del benchmark completo** puede consultarse en el siguiente [enlace](#).

## 2.3 Encuesta

El **objetivo de la encuesta** es definir cuáles son los elementos clave a la hora de buscar un emplazamiento para la celebración de un rol en vivo y conocer mejor qué papel juega el lugar a la hora de montar un evento temático de estas características.

El **perfil de los participantes** es el siguiente:

- Residentes en España
- Español como idioma principal
- Que hayan montado al menos un evento de rol en vivo
- Consumidores de tecnología, acostumbrados al uso de motores de búsqueda

La **difusión de la encuesta** se realizará a través de páginas en redes sociales dedicadas a este hobby y a la ayuda de la red de contactos de los miembros de EntreRevs y otras asociaciones de rol en vivo. El objetivo de participación es de al menos 10 participantes, ya que así se tendrá una información adecuada para continuar el trabajo.

## Aprendizajes de la encuesta

Se ha realizado la encuesta a un total de 14 personas.

De estos datos pueden extraerse una serie de **conclusiones**, en primer lugar, que la mayor parte de los organizadores pasan más de **10 a 15 horas buscando un emplazamiento para su evento**, aunque los resultados también afirman que más de

20 horas. Para ofrecer un contexto comparativo, los usuarios de Airbnb gastan de media 11 minutos y 31 segundos en búsquedas de alojamiento en la aplicación de la página (Woodward, 2022).

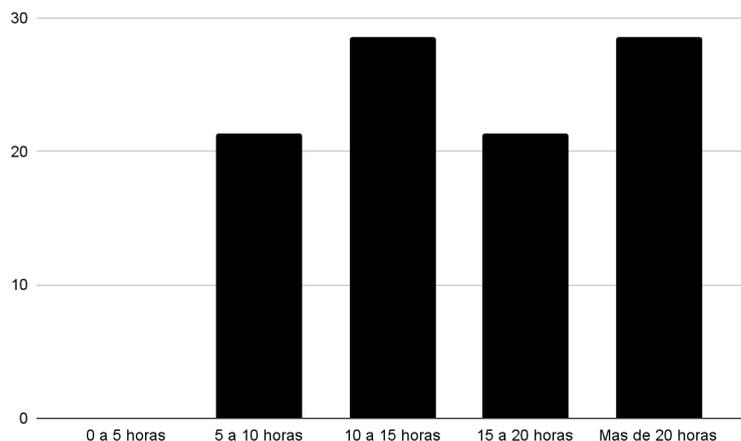


Figura 10: Tabla del número de horas gastadas en la búsqueda de alojamientos temáticos

Para casi el 60% de los encuestados **que el lugar esté tematizado es muy importante para poder celebrar el evento**, ya que ayuda a que la experiencia sea inmersiva y completa.

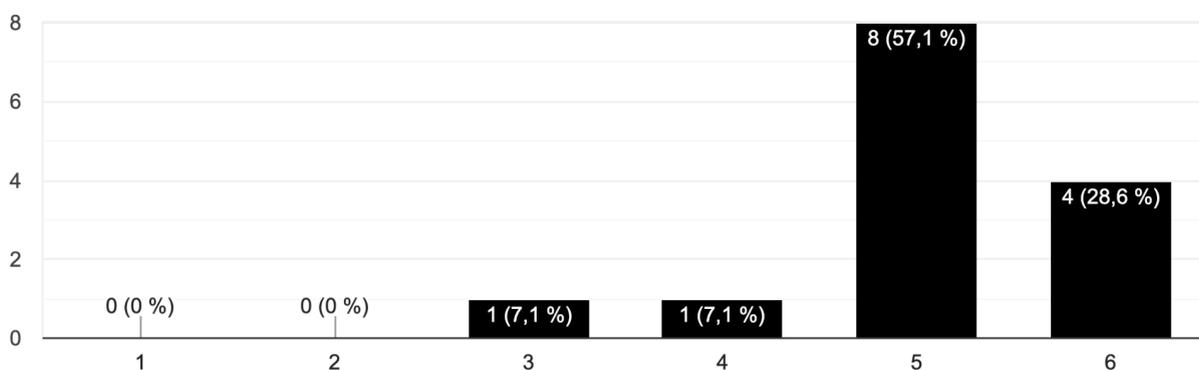


Figura 11: Grado de importancia del alojamiento tematizado para la celebración de un rol en vivo

La colaboración y el boca a boca es muy importante dentro del mundo del rol en vivo y los eventos temáticos. A la hora de elegir dónde buscar, la mayor parte de los organizadores suelen recurrir a internet en primer lugar, pero **también a preguntar a otros organizadores acerca de las localizaciones más interesantes.**

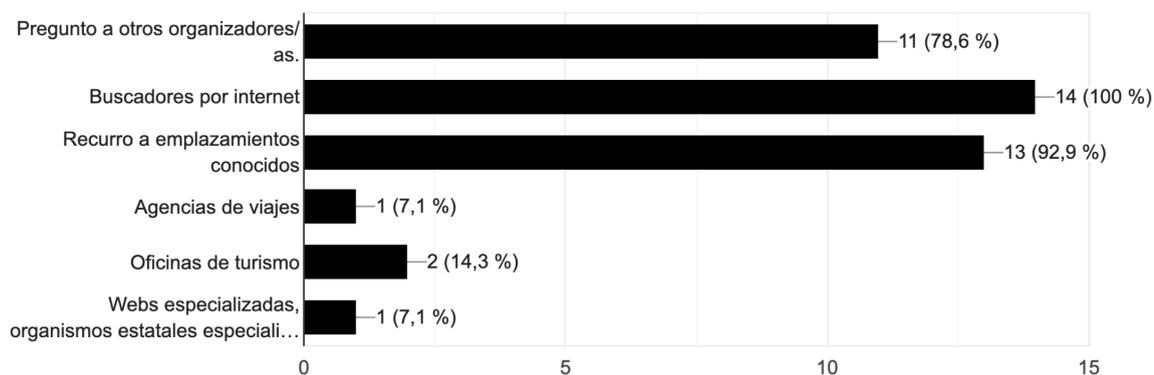


Figura 12: Modos de búsqueda de localizaciones temáticas para rol en vivo

Seguramente esto sea debido a la dificultad que se ha detectado a la hora de encontrar alojamientos temáticos, como una manera de conseguir ahorrar tiempo y hacer el proceso más eficiente. Sin embargo, se corre el riesgo de terminar siempre usando las mismas localizaciones. En la siguiente lista, vemos las páginas de internet más usadas a la hora de intentar encontrar localizaciones temáticas:

- |   |                        |
|---|------------------------|
| 1. Casas rurales  | 5. ClubRural           |
| 2. Associació de Cases de Colònies i Albergs de Catalunya | 6. Google              |
| 3. Booking  | 7. Portales de turismo |
| 4. Red española de albergues juveniles                    | 8. Airbnb              |
|   | 9. La Brújula          |

En cuanto al proceso de creación, más del 70% de organizadores crea primero el rol en vivo y luego intenta buscar un lugar adecuado para la historia creada.

Entre las **características más destacadas que tienen que tener los alojamientos** están el alquiler completo del lugar, que esté atrezzado apropiadamente, buenas instalaciones sanitarias y que ofrezca un check-in temprano para el montaje del evento. La lista, por orden de importancia, sería la siguiente:

- |   |   |
|---|---|
| 1. Alquiler completo del sitio                                      | 9. Emplazamiento que ofrezca seguro propio                        |
| 2. Poder visitar el emplazamiento antes de la reserva               | 10. Buena política de cancelaciones                               |
| 3. Emplazamiento apropiado para la temática, bien atrezzado de base | 11. Catering incluido   |
| 4. El precio  | 12. Habitaciones privadas (o de muy pocos ocupantes) para dormir  |
| 5. Exteriores tematizados apropiados                                | 13. Emplazamiento con espacio de almacenamiento                   |
| 6. Fácil acceso en coche  | 14. Emplazamiento no muy apartado de grandes núcleos de población |
| 7. Acceso temprano para montaje                                     | 15. Fácil acceso en transporte público                            |
| 8. Buenas instalaciones sanitarias (duchas, baños, etc.)            |   |

Estos datos ayudarán a diseñar los filtros posteriores en la página web que se está creando en el presente trabajo.

Si nos fijamos en el tema de la importancia de la sostenibilidad a la hora de elegir un alojamiento, todos los encuestados señalan que, actualmente, debido a la falta de ofertas de alojamientos temáticos, **la sostenibilidad no es una característica que sea prioritaria o, incluso, tenida en cuenta y señalan que es “la asignatura pendiente del rol en vivo”.**

Por último, **el 100% de los encuestados** responde que **no reservaría nunca un emplazamiento sin haberlo visitado antes.** Aunque sí reservarían directamente si ya hubieran estado.

Entre las razones para ello que se han otorgado en la encuesta, se puede observar unos verbatims interesantes:



*“Es necesario en toda organización que se visite el sitio y se conozcan los espacios que se podrán utilizarse para según qué escenas o zonas de juego.”*



*“Necesito ver los espacios para poder hacer un plan. Imposible de otra manera”*

Los resultados completos pueden verse en el documento del siguiente botón:

[Ver encuesta >](#)

## 2.4 Entrevista Contextual

El mundo ha cambiado tras la pandemia, por ese motivo se ha considerado que hacía falta **una visión más reciente alrededor de la organización de roles en vivo** y lo que ello conlleva. A raíz de esto se han realizado 2 entrevistas a organizadores, ambos con variada experiencia en montar partidas grandes (de más de 100 personas), de tamaño medio (alrededor de 50 personas) y pequeñas (30 personas o menos).

Los **objetivos** de estas entrevistas son:

- Saber cómo es el proceso de búsqueda de un emplazamiento.
- Saber cómo es el proceso de reserva de un emplazamiento.
- Conocer las problemáticas actuales de la logística de organizar un evento.

Se decidió que las **entrevistas fueran semiestructuradas, para tener cierta libertad de ir añadiendo preguntas si la situación lo requería, y se realizaron de forma presencial en Barcelona y digital por Google Meets.** Fueron grabadas solo con voz, para repasarlas a posteriori, pero también se tomaron notas de las mismas.

Ambas personas firmaron un acuerdo de confidencialidad. La transcripción de las entrevistas y los acuerdos de confidencialidad pueden encontrarse en este [enlace](#):

Preguntas realizadas:

- ¿Cuánto tiempo llevas organizando roles en vivos?
- ¿Cómo ha cambiado el panorama de organizar eventos después de la pandemia?
- ¿Qué tipo de problemas hay tras la pandemia que antes no se daban?
- ¿Cuántas horas le puedes dedicar a buscar un sitio para hacer el evento?
- ¿Qué herramientas usas normalmente?
- ¿Qué papel tiene el emplazamiento a la hora de jugar un vivo?
- ¿Cómo lo hacen las organizaciones grandes en comparación con las pequeñas?

Insights:

### **1. La pandemia ha impulsado la celebración de eventos**

Debido a la naturaleza grupal de un rol en vivo, esta actividad se paró no solo durante 2020, sino también durante el año siguiente. Con la estabilización de las regulaciones sanitarias se empezaron a hacer eventos de nuevo. Este pequeño parón hizo que muchas organizaciones esperasen para publicar sus eventos y que en 2022 estemos viviendo una temporada muy alta en cuanto al número de roles en vivo y que, a su vez, está animando a otras organizaciones a seguir creando.

Ahora, sin embargo, se cuenta con otros problemas, por ejemplo, los cambios en las políticas de cancelaciones, la caída de proveedores o la subida de precios.



*“Después de 2 años en dique seco, ahora se está jugando muchísimo más que en 2019.”*

*Juantxi Rodríguez*



*“Estos dos últimos años después de la cuarentena ha habido muchísimos problemas para poder buscar fechas de tus eventos que no se pisen con otros.”*

*Francisco Belarre*

## 2. Los roles en vivo están haciéndose más populares gracias a las series

“

*“Hace unos años era impensable ver algo como un juego de rol en una serie como Stranger Things”.*

*Juantxi Rodríguez*

Uno de los motivos de la popularización de este hobby es la visibilidad que se le está dando en series masivas como Stranger Things o 30 monedas. Es cierto que se basan más en juegos de rol de mesa, pero esto ha hecho que mucha más gente se

interese por todas las variantes del juego y se haya caído el velo de “clandestinidad” que parecía estar por encima de hablar de este ocio alternativo.

## 3. La difusión de eventos se realiza por redes sociales y de boca a oreja

Los aficionados al rol en vivo cuentan actualmente con grupos en redes sociales, siendo Facebook la principal fuente de información al respecto. Normalmente, las organizaciones crean “eventos” de Facebook, donde cuelgan la información relativa al rol. Existen una serie de páginas de esta red social que actúan como aglutinantes o tablón de anuncios para próximos eventos. Entre estas páginas se encuentran Larp Spain, Nordic Larp y Calendario de eventos rev. El uso de Facebook en España es importante para la escena rolera, más teniendo en cuenta que a nivel europeo, Facebook también sigue siendo la principal herramienta.

“

*“Estamos empezando a ver el uso de Discord, para organizaciones más establecidas con muchos eventos, pero Facebook sigue siendo la principal fuente. De momento”.*

*Juantxi Rodríguez*

“

*“Estoy viendo cada vez más eventos en Instagram, pero de momento si te quieres enterar tienes que meterte en Facebook.”*

*Francisco Belarre*

## 4. El proceso de búsqueda de emplazamiento no está completo sin visitar el sitio

Conocer el escenario donde se va a realizar el evento es de vital importancia para poder diseñar escenas y narrativas que se adapten a los espacios de juego con los que se cuenta. En muchas ocasiones, tras encontrar el emplazamiento, la narrativa va

a tener que ser adaptada sí o sí. Por este motivo, las organizaciones prefieren poder visitar el sitio antes y, en algunas ocasiones, el evento puede suspenderse si no se tiene el emplazamiento para el cual se había implementado el diseño narrativo del rol en vivo.



*“El emplazamiento no solo es el escenario, es un actor más”.*

*Francisco Belarre*

## 5. Es complicado explicarle a los emplazamientos la tipología de los eventos

En muchas ocasiones los roles en vivo se terminan celebrando en los mismos emplazamientos, sea cual sea la ambientación o la temática del evento. Esto sucede por comodidad, por estar familiarizados con un lugar o porque simplemente no se encuentra nada “mejor”. Una de las ventajas de hacerlo, es no tener que explicarle a los responsables del alojamiento la temática del rol en vivo o qué se va a hacer, ya que ya han vivido otros eventos de la misma categoría.

El rol en vivo en España sigue siendo un ocio alternativo todavía por explotar y a menudo los alojamientos se muestran recelosos a ese tipo de actividades, por desconocimiento de lo que va a pasar. A menudo se recurren a expresiones como “teatro de improvisación”.



*“No sabemos vendernos bien como clientes”.*

*Juan Antonio Rodriguez*



*“Sin lugar a dudas es muy complicado porque hay poca pedagogía al respecto de qué son los eventos de rol en vivo.”*

*Francisco Belarre*

## 6. Falta una red de contactos sólida

Precisamente por el carácter alternativo de este ocio y la falta de organismos oficiales o incluso empresas que se dediquen a esto, no hay una red de contactos sólida o ni tan siquiera una o dos fuentes que aúnen información y enlaces a eventos de este tipo. Sí, ha habido intentos, como la página de Calendario REV o Larp Spain, sin embargo, son iniciativas personales sin ánimo de lucro y eso ha revertido en la discontinuidad de los proyectos.



*“No hay en España una federación o una agrupación de asociaciones. Estamos un poco aislados”*

*Francisco Belarre*

## **7. Es un mundo (de momento) sin ánimo de lucro**

El panorama del rol en vivo en España está formado por asociaciones pequeñas en su mayoría, solo recientemente las empresas dedicadas a crear accesorios y disfraces de LARP se han embarcado en la realización de sus propios eventos y están empezando a liderar la mercantilización de este hobby. Sin embargo, hay muy pocas empresas, siendo Propcorn y Eviltailors las principales.

Las grandes organizaciones, como Not Only Larp, que también realizan eventos internacionales, cuentan con una importante red de contactos, aunque, por el momento, está listada como asociación y no como empresa.

Algunas editoriales, como Nosolorol, han recurrido a asociaciones españolas en busca de roles en vivo para acciones de marketing de promoción de sus libros, como por ejemplo, el reciente vivo de The Witcher en España, organizado por Efimeral Events, que va por 4 ediciones.

Así pues, se puede afirmar que, a pesar de ser una actividad que se realiza mayoritariamente “por amor al arte”, se está empezando a ver un cambio en esta tendencia.

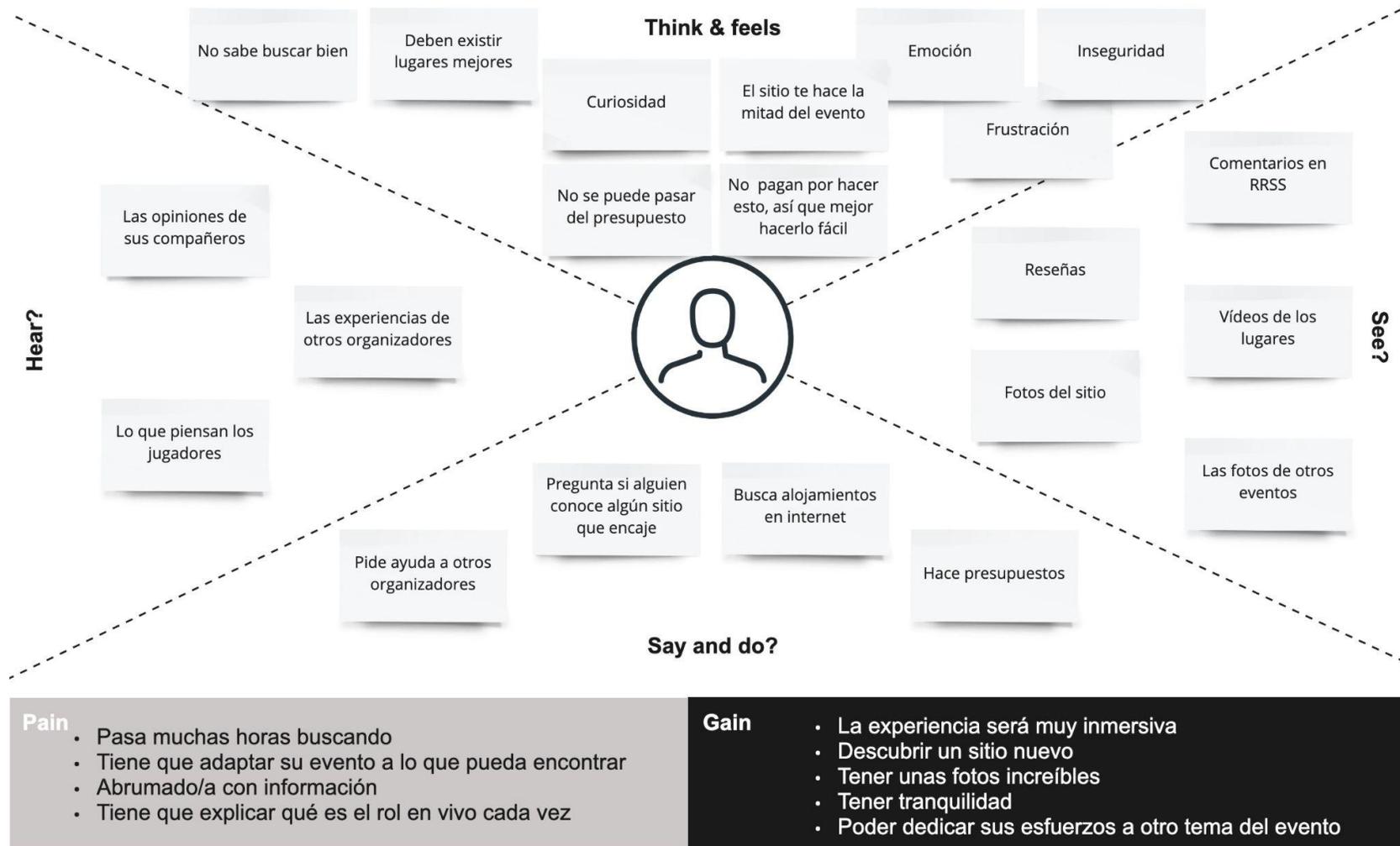


*“Cuanto más crece un ocio, más dinero produce, y cuanto más dinero produce, más necesidad se crea y, por tanto, el ocio crece.”*

*Francisco Belarre*

## 2.5 Mapa de empatía

Para entender mejor a nuestra persona usuaria, se ha realizado un mapa de empatía.



## 2.6 Resumen de la fase de investigación

El mundo del rol en vivo en España todavía es un campo por explorar. En Europa se lleva viendo una tendencia de popularización de esta forma de ocio que, seguramente, llegue a España en los próximos años.

**No existe, por el momento, una solución de alquileres vacacionales o temporales que recoja los alojamientos temáticos que tenemos. De hecho, existe la posibilidad de que estos alojamientos no estén recibiendo la cantidad de visitas que se merecen debido a la falta de exposición o que incluso no se muestren como disponibles online por el desconocimiento del interés en ellos.**

La persona organizadora de roles en vivo gasta más de 10 horas en encontrar una localización temática adecuada al tipo de evento que está diseñando. El escenario es una parte vital de la experiencia de juego, pudiendo llegar a considerarse un participante más del evento.

**Lo más importante para las organizaciones de roles en vivo es poder visitar el sitio con anterioridad a reservarlo y disponer por completo del lugar para poder lograr una experiencia inmersiva, sin público no participante.**

Contactar con los alojamientos y explicarles qué es un rol en vivo puede resultar delicado en ocasiones por falta de pedagogía en la materia y hace perder mucho tiempo. Aun así, los alojamientos que ya han dado cabida a eventos se muestran muy colaborativos, ya que las organizaciones tienen tendencia a repetir localizaciones.

El método principal de búsqueda de las localizaciones son buscadores como Airbnb, Booking y páginas de casas rurales y albergues. Sin embargo, el boca a boca también forma una parte vital de la búsqueda. Gracias a la investigación, he llegado a la conclusión de que estas plataformas, que son la actual solución, no ofrecen la funcionalidad y la experiencia que necesitan los usuarios que van a hacer este proceso de búsqueda de alojamientos este tipo de eventos.

### 3. Definición



Figura 13. Mas Boronat. Fuente imagen: Web Mas Boronat.

Tras realizar la investigación y teniendo en cuenta los resultados y aprendizajes de la misma, **se ha elaborado un User Persona** que recoge las características más significativas de los usuarios objetivo y establece sus necesidades, **se han desarrollado tres posibles escenarios y un User Journey para cada uno de ellos. En un futuro, sería ideal contar con el desarrollo de un segundo User Persona que identificara las necesidades de la persona propietaria de una localización temática que podría estar interesada en subir su propiedad a la plataforma.** Por motivos de acotar el trabajo y la investigación para el presente proyecto, se ha decidido desarrollar solo el User Persona equivalente a la persona organizadora de juegos de rol que necesita una localización.

## User Persona



# CRISTINA

MASTER DE ROL EN VIVO Y  
ENCARGADA DE LOGÍSTICA

**Muy organizada**      **Exigente**

**Colaborativa**      **Creativa**

## BIOGRAFÍA

Cristina empezó a jugar al rol en vivo gracias a un amigo de una clase de idiomas. Pasó varios años jugando y conociendo gente antes de atreverse a organizar uno. Al principio fue colaboradora de otras organizaciones y con el tiempo montó sus propios eventos junto a su grupo de amigos. Sus roles en vivo favoritos son los pequeños, de 30 jugadores o menos.

## MOTIVACIONES

**Juegos de rol.**  
**Actividades sociales con sus amigos.**  
**Experiencias inmersivas.**  
**Vivir en primera persona las historias.**  
**Conocer gente nueva.**

## OBJETIVOS

- **Asegurar un emplazamiento con tiempo suficiente**
- **Poder terminar de adaptar el rol en vivo al lugar**
- **Facilitar la búsqueda de un emplazamiento**

## TIPO DE ORGANIZADORA

Prefiere encargarse de la logística que de escribir las narrativas del juego.  
Piensa primero en la historia y luego busca el sitio.  
Confía en el criterio de otras organizaciones.  
Guarda los contactos de todo el mundo.

## PAIN POINTS

Tener que explicar qué es un rol en vivo a los encargados de las localizaciones.  
Pasarse horas buscando  
No poder empezar a producir otro atrezzo hasta tener el sitio.  
Cuadrar el presupuesto para que encaje.  
Se repiten los sitios donde realizar roles en vivo.

## Escenarios

### **#ESCENARIO 1**

**Objetivo: Encontrar un emplazamiento que cumpla con unas características muy concretas.**

Cristina está colaborando en la organización de un rol en vivo de temática "Las Mil y una Noches", es la encargada de logística y tiene que conseguir un alojamiento tematizado para un total de 16 personas, a ser posible que ofrezca servicio de catering. Como el evento es en verano, sería ideal que el sitio tuviera una piscina o algún lugar para refrescarse.

Además, debe ofrecer sitios exteriores para jugar. El presupuesto para localización y atrezzo es muy ajustado, así que sería ideal que el sitio fuera lo más temático posible, para ahorrar en materiales para caracterizar el lugar. Aunque no es obligatorio, la mayor parte de la organización está en Madrid, así que sería ideal que el sitio no estuviera muy lejos de la capital para poder ir a visitarlo y a montar el atrezzo necesario para la partida.

### **#ESCENARIO 2**

**Objetivo: Concertar visitas a dos emplazamientos y elegir uno.**

Cristina encuentra dos posibles lugares donde realizar su rol en vivo de temática de terror, pero necesita ver los lugares antes porque no ha estado nunca. Está buscando un lugar donde hacer un laberinto del terror para una escena en concreto y algo que le ofrezca algún tipo de escenario o tarima para representar una mini obra de teatro dentro del evento.

Además, necesita hacer las dos visitas en el mismo día porque es el único que tiene libre, debido al trabajo. Si es posible, le gustaría cerrar una reserva ese mismo día en el sitio que más le encaje para su evento.

### **#ESCENARIO 3**

**Objetivo: Hacer una reserva en un sitio en el que ya ha organizado un evento antes.**

Cristina quiere realizar un rol en vivo y no tiene demasiado tiempo para buscar localizaciones nuevas. Por suerte, tiene en mente la localización perfecta, una en la que ya estuvo hace tiempo y que se adapta perfectamente al nuevo proyecto que tiene en mente. Por desgracia, perdió el contacto de los propietarios del sitio y no los puede llamar directamente. Ahora debe buscar la localización para poder cerrar una fecha para el evento y reservar.

## User Journey

### #USER JOURNEY 1

Escenario 1 / Objetivo: Encontrar un emplazamiento que cumpla con unas características muy concretas.

	INSPIRACIÓN	BÚSQUEDA	RESERVA	VISITA	CIERRE
<b>Acciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hace una lista de todas las características que tiene que tener el lugar.</li> <li>Busca imágenes de inspiración de la temática</li> <li>Accede a la plataforma web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Visualiza la pantalla inicial e introduce texto en el campo de búsqueda.</li> <li>Refina la búsqueda a través de los filtros para las características que está buscando.</li> <li>Explora los resultados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuentra un lugar que le gusta.</li> <li>Lee las reseñas.</li> <li>Comprueba que está disponible en el periodo que desea.</li> <li>Contacta con los administradores/as del alojamiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Concerta un día para visitar</li> <li>Se desplaza hasta el lugar</li> <li>Visita físicamente el sitio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El encargado/a del alojamiento le envía el presupuesto.</li> <li>Cristina acepta y hace el pago de la reserva.</li> <li>Indica en la reserva comentarios especiales</li> </ul>
<b>Touchpoint/ contexto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está en su casa</li> <li>Redes sociales</li> <li>Ordenador</li> <li>Web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está en su casa</li> <li>Ordenador</li> <li>Web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está en su casa</li> <li>Ordenador</li> <li>Web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está fuera</li> <li>Coche</li> <li>Teléfono móvil</li> <li>Web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está en su casa</li> <li>Móvil</li> <li>Ordenador</li> <li>Web</li> </ul>
<b>Pensamientos del usuario</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Me gustan estas fotos tan aesthetic".</li> <li>"No sé si voy a poder encontrar algo que lo cumpla todo".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Hay muchas opciones y muchas cosas que considerar".</li> <li>"Necesito poder acordarme de los lugares que me van gustando".</li> <li>"No encuentro exactamente lo que busco".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Me gusta conocer las experiencias de otras personas".</li> <li>"Es muy cómodo escribir al alojamiento directamente".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Es como ponía en la descripción"</li> <li>"Este lugar ayudará mucho a mi rol en vivo"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Estoy satisfecha con el resultado"</li> <li>"Me gusta no tener que pagarlo de golpe"</li> </ul>
<b>Estado emocional</b>					
<b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ofrecer alguna opción para inspirar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Añadir filtros de búsqueda por ubicación del alojamiento</li> <li>Añadir mapas para ubicar mejor el sitio</li> <li>Ofrecer la posibilidad de guardar alojamientos favoritos en listas diferenciadas</li> <li>Dejar buscar por un periodo indeterminado</li> <li>Ofrecer un servicio de ayuda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Añadir mapas para ubicar mejor el sitio.</li> <li>Ofrecer la posibilidad de guardar alojamientos favoritos en listas diferenciadas.</li> <li>Ofrecer la posibilidad de concertar una visita directamente.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Ofrecer diferentes métodos de pago.</li> <li>Ofrecer la posibilidad de hacer un early check-in para montaje</li> </ul>

## #USER JOURNEY 2

Escenario 2 / Objetivo: Concertar visitas a dos emplazamientos y elegir uno.

	BÚSQUEDA	RESERVA	VISITA 1	VISITA 2	CIERRE
<b>Acciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accede a la plataforma web.</li> <li>Usa el motor de búsqueda.</li> <li>Pone los filtros adecuados</li> <li>Encuentra sitio que le gusta 1.</li> <li>Encuentra sitio que le gusta 2.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Va a la página de lugar 1 y contacta con los administradores del sitio</li> <li>Va a la página de lugar 2 y contacta con los administradores del sitio</li> <li>Establece un día y una hora para visitarlos ambos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se desplaza hasta el lugar</li> <li>Lo visita anotando los pros y contras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se desplaza hasta el lugar</li> <li>Lo visita anotando los pros y contras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compara los dos alojamientos y elige uno</li> <li>Contacta con el lugar elegido</li> <li>El encargado/a del alojamiento le envía el presupuesto.</li> <li>Cristina acepta y hace el pago de la reserva.</li> </ul>
<b>Touchpoint/ contexto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está en su casa</li> <li>Ordenador</li> <li>Web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está en su casa</li> <li>Ordenador</li> <li>Web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está fuera</li> <li>Coche</li> <li>Teléfono móvil</li> <li>Web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está fuera</li> <li>Coche</li> <li>Teléfono móvil</li> <li>Web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está en su casa</li> <li>Móvil</li> <li>Ordenador</li> <li>Web</li> </ul>
<b>Pensamientos del usuario</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Qué bien poder comparar los alojamientos".</li> <li>"No tengo mucho tiempo para buscar"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Necesito cuadrar las visitas el mismo día".</li> <li>"Que bien poder hacerlo todo desde el mismo sitio".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Quiero tenerlo todo organizado en el mismo sitio".</li> <li>"Quiero poder recordar lo más importante"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Menos mal que he podido juntar todas las visitas el mismo día".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Necesito cerrar este tema deprisa".</li> </ul>
<b>Estado emocional</b>					
<b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ofrecer la posibilidad de guardar favoritos.</li> <li>Ofrecer un comparador desde la propia web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hacer un link de google calendar para meter las visitas en el propio calendario del usuario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ofrecer la posibilidad de poner comentarios y notas privadas sobre el alojamiento en la propia web.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Ofrecer la posibilidad de reserva directa si ya has ido al sitio.</li> </ul>

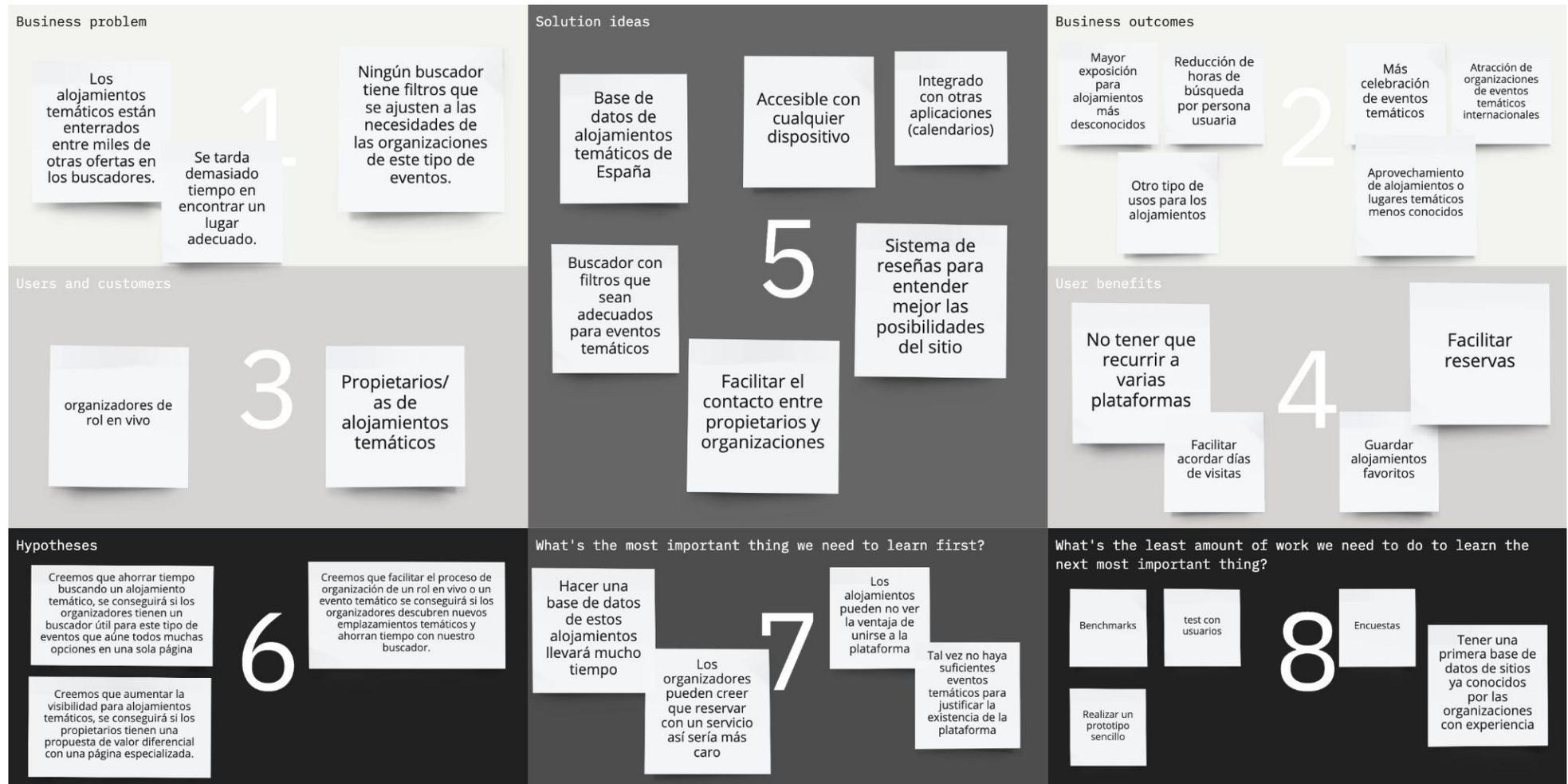
### #USER JOURNEY 3

Escenario 3 / Objetivo: Hacer una reserva en un sitio en el que ya ha organizado un evento antes.

	BÚSQUEDA	REFINAMIENTO	RESERVA	CIERRE
<b>Acciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accede a la plataforma web</li> <li>Usa el buscador</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explora los resultados</li> <li>Hace uso de los filtros con las cosas que recuerda</li> <li>Revisa las fotos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuentra el lugar que está buscando</li> <li>Comprueba que esté disponible en las fechas que quiere</li> <li>Reserva directamente con el sitio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Añade comentarios a su reserva</li> <li>Comunica el cierre del alojamiento al resto de su equipo</li> </ul>
<b>Touchpoint/ contexto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está en su casa</li> <li>Ordenador</li> <li>Web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está en su casa</li> <li>Ordenador</li> <li>Web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está en su casa</li> <li>Ordenador</li> <li>Web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está en su casa</li> <li>Móvil &gt; whatsapp</li> <li>Ordenador</li> <li>Web</li> </ul>
<b>Pensamientos del usuario</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Tengo prisa para reservar el sitio"</li> <li>"He perdido el contacto del alojamiento que quiero".</li> <li>"El alojamiento que tengo en mente es perfecto para mi evento".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"No estoy segura de que esté buscando bien"</li> <li>"Hace mucho tiempo que fui y no sé si ha cambiado el aspecto"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Espero que esté en las fechas que quiero"</li> <li>"Le mandaré un mensaje para que se acuerde de mí".</li> <li>"Reservar directamente por aquí es muy fácil"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Ya podemos celebrar el evento"</li> <li>"Qué suerte que lo he podido hacer deprisa"</li> </ul>
<b>Estado emocional</b>				
<b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Poner "buscar por nombre" en el buscador.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitar solicitudes para hacer sugerencias y añadir lugares nuevos.</li> <li>Que los lugares indiquen si se han renovado hace poco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Añadir la opción de reserva directa con un disclaimer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ofrecer la posibilidad de hacer un early check-in para montaje</li> </ul>

## Lean UX Canvas

Usaremos el cuadro conceptualizado por Jeff Goethelf. Con esta herramienta se podrá definir bien el problema que hay que resolver y las pautas para poder construir-medir-aprender progresivamente.



## Problem Statement y definición de la solución

### **Problem Statement:**

Gracias al mapa de empatía realizado anteriormente, comprendemos un poco mejor a nuestra persona usuaria y podemos pasar a establecer el Problem Statement. Para esta parte de la fase de definición **se ha utilizado la plantilla *point of view statement*, que se centra más en el usuario y es más propia de la metodología Design Thinking**, que se está usando en el presente trabajo.

De forma que hemos establecido dos problemas:

1. La persona que tiene que organizar un rol en vivo o un evento temático y buscar el emplazamiento intenta encontrar un lugar tematizado que cuadre con la ambientación del evento, pero se pasa muchas horas buscando porque no cuenta con una herramienta que le ayude lo cual le hace sentir frustración y estar perdiendo el tiempo.
2. La persona que tiene que organizar un rol en vivo o un evento temático y buscar el emplazamiento intenta encontrar un lugar tematizado que cuadre con la ambientación del evento, pero no conoce lugares que se ajusten a lo que necesita porque muchos emplazamientos no aparecen en los buscadores más tradicionales lo cual le hace sentir que no sabe bien dónde puede buscar.

### **Definición de la solución:**

La propuesta de solución consiste en crear **una plataforma web que incluya una base de datos de lugares temáticos en España donde se puedan realizar eventos**. Esta web incluirá un buscador y será dotada de filtros que resulten relevantes a las personas usuarias. Estos filtros, que ayudarán a ofrecer resultados significativos en las búsquedas, estarán diseñados teniendo en mente las necesidades descubiertas en la fase anterior.

Asimismo, la web ofrecerá la posibilidad de realizar reservas directas, visitar localizaciones y contactar con los alojamientos desde la propia página.

La solución también será una **web responsive**, aunque debido al alcance y tiempo del presente trabajo, el prototipo se diseñará en torno a un solo tamaño de dispositivo en su versión de escritorio. Es cierto que plataformas como Booking, según su propia web, reciben la mitad de sus visitas desde dispositivos móviles. La elección de la versión escritorio en el prototipo se ha decidido también teniendo en cuenta este dato, pero debido al número de horas gastadas buscando una localización, finalmente se ha decidido desarrollar en este trabajo el prototipo versión escritorio.

## Requisitos

Lista de requisitos necesarios para la propuesta inicial, clasificados por tipología:

### Requisitos funcionales

- **Genéricos:**
  - Debe poderse consultar sobre emplazamientos e información sobre estos.
  - Debe ofrecer opciones de reserva directa.
  - Debe ofrecer opciones de reserva de días para hacer visitas.
  - Debe poderse consultar fechas disponibles para alojamientos.
  - Debe incluir una plataforma de pago (total y fraccionado).
  - Debe ser posible registrarse de forma manual o por Google.
  - Debe incluir reseñas en las páginas de los alojamientos.
  - Debe incluir varias opciones seguras para hacer el pago.
- **Opciones de búsqueda**
  - Debe poderse buscar por temática, localización, precio y servicios.
- **Cuenta personal**
  - Debe poder hacer listas personalizadas de emplazamientos.
  - Debe permitir agregar eventos al calendario de los usuarios.
  - Debe mostrar las reservas y visitas.
  - Debe mostrar sitios visitados
  - Debe mostrar reseñas realizadas por la persona usuaria

### Requisitos no funcionales

- **Requisitos emocionales**
  - Incluir reseñas de otros usuarios.
  - Incluir recomendaciones de alojamientos relacionados con las búsquedas de la persona usuaria.
  - Mostrar un pequeño tutorial la primera vez que se abre la aplicación.
  - Pedir al usuario que deje una reseña de la app si no lo ha hecho.
- **Requisitos de seguridad**
  - Dar fiabilidad a lo largo del proceso de pago
- **Requisitos operativos**
  - Interfaz clara y diáfana.
  - Hacer uso de iconografía estándar para reducir la carga cognitiva.
  - Formularios cortos y directos.
- **Requisitos de información**
  - Páginas de alojamientos con fotos, localización, lista de servicios y reseñas.
  - Contenidos correctamente etiquetados según los filtros.
  - Imágenes de los exteriores (si procede), zonas comunes, habitaciones e instalaciones en cada página de alojamiento.
  - Listas de alojamientos según temática para explorar.
  - Opciones de exploración por temáticas de los alojamientos.
- **Requisitos ambientales**
  - La web debe poder usarse con comodidad de día o de noche.
  - La web debe poder usarse en diferentes situaciones (sentado, de pie, etc.)

## 4. Ideación y prototipado



Figura 14. Castell Sant Mori. Fuente imagen: Web Castell Sant Mori.

Una vez bien definida la User Persona y desarrolladas el resto de herramientas para ayudar a definir la solución propuesta en el presente trabajo, se procede a realizar la fase de prototipado, siguiendo los preceptos de la metodología del Design Thinking. En primer lugar, se elabora un **wishing brainstorming** con varios participantes donde estos pueden expresar idea de soluciones para el proyecto. Con estas ideas en mente se elabora el **inventario de contenidos**, lo que permitirá realizar el **card sorting** y posteriormente el **árbol de contenidos final**.

Con esta información, se realizarán unos bocetos, con sus respectivos **wireframes**, que serán la base sobre la cual diseñar el primer prototipo interactivo que se testeará más adelante.

### Wishing Brainstorming

Se trata de una sesión de ideas donde los participantes puedan expresar sus soluciones sin importar si son realizables o son demasiado descabelladas. Después se leen las ideas y se realiza una matriz de priorización para elegir las más realistas.

Preparación de la sesión:

Modalidad: presencial

Por facilidad de la moderación, se ha decidido llevar a cabo de **forma presencial en Barcelona**. El lugar de celebración será un domicilio privado en la ciudad de Sabadell.

Herramientas:

Usaremos **Miro** para ejercer de pizarra en blanco donde apuntar resultados.

Duración:

La duración total, incluida la bienvenida y la despedida, será de 45 minutos.

Perfiles:

Se buscarán 5 personas, 4 participantes y un suplemento por si alguno de los convocados fuese una baja de última hora.

Perfil de los participantes:

- Número de perfiles: 4.
- Rango de edad: Mayores de 18.
- Género: Indiferente
- Intereses: juegos de rol, rol en vivo, eventos temáticos, fantasía, disfraces, ciencia ficción, narrativa, libros, videojuegos.

Desafíos planteados:

Los siguientes desafíos están formulados según el problem statement.

- ¿Cómo podríamos reducir las horas que se pasan buscando localizaciones los organizadores de eventos temáticos?
- ¿Cómo podríamos hacer más visibles los alojamientos temáticos en España?
- ¿Cómo podríamos mejorar las búsquedas de los organizadores?
- ¿Cómo podríamos filtrar mejor los resultados de los buscadores?

Resultados:

- Las localizaciones podrían buscar a los eventos
- Podría haber un servicio telefónico para ayudar a buscar
- Tener una base de datos donde ir guardando todos estos sitios
- Creando un "sello" para identificar un sitio larpi
- Tener filtros que sean útiles para las búsquedas de los organizadores
- Tener una opción para que cuando cambies de filtros o de fechas no te muestre las opciones que ya has visto
- que los usuarios que han estado en el sitio, puedan añadir etiquetas a las localizaciones
- Que a medida que vayas guardando favoritos para una temática te vaya ofreciendo resultados similares
- Agencia inmobiliaria pero para roles en vivo
- Buscar no por sitios si no por conceptos
- Creando un buscador solo de sitios de larpi
- Crear un grupo de gente dedicada a hacer scouting de localizaciones
- Tener la opción de "otros usuarios han buscado..." para dar sugerencias según las temáticas
- Crear una alerta en el navegador de sitios nuevos subidos que coincidan con tus búsquedas
- Añadir información histórica meteorológica para las fechas buscadas
- Ofreciendo imágenes de rol en vivo que se ha realizado en la localización
- Servicio de emails que tú haces una búsqueda y te devuelven una lista de sitios
- Tiendas de larpi, que se asociasen con localizaciones
- Contactar con los ayuntamientos para preguntarle por los sitios que tienen disponibles y llegar a un acuerdo
- Organizar reuniones o quedadas de creadores de roles en vivo en diferentes sitios, para que tengan los sitios localizados
- Contar la premisa de la historia al buscador y te ofrece localizaciones que cuadren con la historia que has creado
- Ordenar filtros por prioridad
- Haciendo una serie de preguntas a la hora de buscar para guiar mejor los resultados del usuario, que puede no entender bien cómo funcionan los filtros
- Ofrecer nivel de caracterización del sitio (alto/medio/bajo)
- Lista de google maps de todos los sitios donde se han celebrado eventos
- Newsletter de localizaciones de rol en vivo
- Crear rutas de visitas de sitios para hacer larps
- Crear una feria/congreso de alojamientos temáticos para que la gente vaya a presentarlos
- Tener una pequeña descripción con la mejor foto, para poder guardarlo si te gusta
- Tener un calendario que te diga el factor de ocupación
- Que existiesen listas temáticas prehechas (medievales, fantasía, victoriano)
- Crear como etiquetas virtuales para los jugadores con información acerca de otras localizaciones donde han estado haciendo rol en vivo
- Crear un blog para mostrar sitios y reseñas de sitios para hacer rol en vivo
- Tener un buen sistema de reseñas
- Que los otros usuarios te puedan enviar mensajes preguntándote qué tal ha estado una localización donde has estado
- Que se pudiesen hacer listas personalizadas donde pudieras guardar tus listas
- Sacar concursos para que los jugadores también busquen localizaciones a cambio de un premio



## Inventario de contenidos

La lista está organizada en un primer nivel más general y en un segundo más específico, a la derecha están los comentarios para definir mejor los elementos contenidos dentro de los niveles.

Nivel 1	Nivel 2	Comentarios
Registro	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Entrar</li> <li>● Registrarse</li> </ul>	Debe ser posible registrarse a través de Gmail, facebook o manualmente.
Usuario	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Datos de usuario (email, teléfono, dirección, tarjeta...)</li> <li>● Mis próximas reservas</li> <li>● Mi calendario</li> <li>● Mis próximas visitas</li> <li>● Mis reseñas</li> <li>● Mis listas de favoritos</li> <li>● Mis mensajes</li> <li>● Cerrar sesión</li> </ul>	Estos datos deberán ser modificables
Centro de mensajes	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bandeja de entrada</li> <li>● Buzón de salida</li> <li>● Borradores</li> <li>● Responder</li> <li>● Adjuntar archivo</li> <li>● Descargar archivos</li> </ul>	Las bandejas de entrada y salida deberán estar divididas entre mensajes de otros usuarios y mensajes de localizaciones
Buscador	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Búsqueda por localización, nombre y temática</li> <li>● Fechas específicas, rango de fechas o sin fecha</li> <li>● Número de huéspedes</li> <li>● Listas temáticas de alojamientos</li> </ul>	El número de huéspedes máximo será determinado por el alojamiento de la base de datos con más capacidad de huéspedes
Página de resultados	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Filtros por temática de la localización, precio, reserva inmediata, cancelación gratuita, alquiler exclusivo, catering incluido, cocina, early check-in, nivel de tematización del lugar (alto/medio/bajo), tipo de exteriores</li> <li>● Lista de resultados</li> <li>● Calendario de ocupación general según fechas buscadas</li> </ul>	
Página detalle de localización	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Régimen de visitas</li> <li>● Nombre y descripción</li> <li>● Galería de fotos</li> <li>● Reseñas de anteriores huéspedes</li> <li>● Servicios de la localización</li> <li>● Normas y condiciones para la reserva</li> <li>● Botón de reserva</li> <li>● Botón de contactar</li> <li>● Calendario de ocupación específico según fechas buscadas</li> </ul>	El régimen de visitas sería para que la localización explicara cuándo se puede visitar y cómo es el proceso, antes de la reserva.
Reservas y visitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Introducción de los datos de pago</li> <li>● Reserva de fechas</li> <li>● Reserva de visitas</li> </ul>	

## Card Sorting

Para organizar la información, se ha realizado un Card Sorting con los contenidos anteriormente inventariados. El **objetivo** es conocer cómo piensan los usuarios sobre el contenido y la agrupación general y usar esta información para crear categorías principales y subcategorías. Se ha realizado en remoto para facilitar la dinámica. El modelo elegido es híbrido para ofrecer una estructura a los participantes, pero, al mismo tiempo, poder obtener insights acerca de cómo estructurarían las categorías si fuese necesario.

### Tipología

- Híbrido
- Individual
- En remoto con Optimal Workshop
- Nº participantes: 15

### Perfil de los participantes

- Hombres y mujeres
- Hispanohablantes
- Residentes en España
- Interesados en roles en vivo y eventos temáticos

### Análisis de resultados

Los **participantes tardaron** una media de 3 minutos en organizar 25 cartas. Al ser **híbrido**, originalmente se ofrecieron al usuario 5 categorías donde organizar las cartas. El 91% de los usuarios estuvo de acuerdo con esta categorización, el 9% creó una categoría extra. La categoría extra era para señalar que los resultados eran válidos para la Página detalle de alojamiento y Búsquedas

La **categoría con menos acuerdo** entre los participantes fue Inicio y Centro de Mensajes. Así quedaron las categorías en las que había más acuerdo, según la mayor frecuencia de colocación de las cartas:

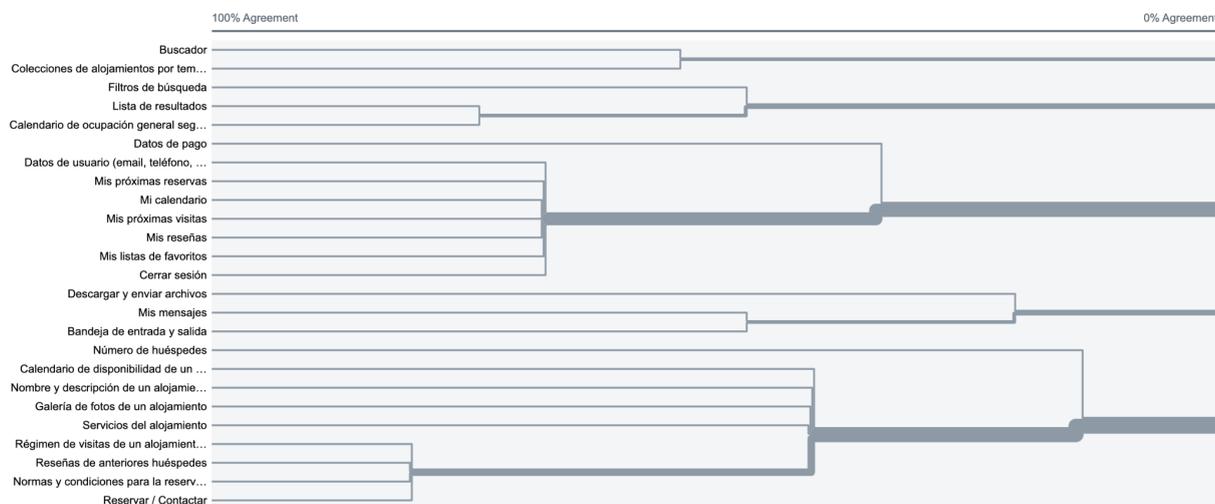


Figura 16. Dendrograma del Card Sorting.

### Conclusiones del Card Sorting:

En general había bastante consenso con las categorías creadas. Las que generaban más dudas eran las que podían aplicarse a **Centro de Mensajes**, ya que algunos usuarios pusieron comentarios acerca de que el **centro de mensajes debía estar dentro de "Mi cuenta"**. Se sugiere también hacer listas de los alojamientos mejor valorados en la categoría de Inicio.

Hubo algún **desacuerdo respecto a qué debería contener la categoría de Inicio**, aunque el 80% de los usuarios estuvo de acuerdo en que debería ser el Buscador, luego también hubo comentarios acerca de que el buscador debería mantenerse en la página que te muestra los resultados. Lo más habitual en esta categoría fue:

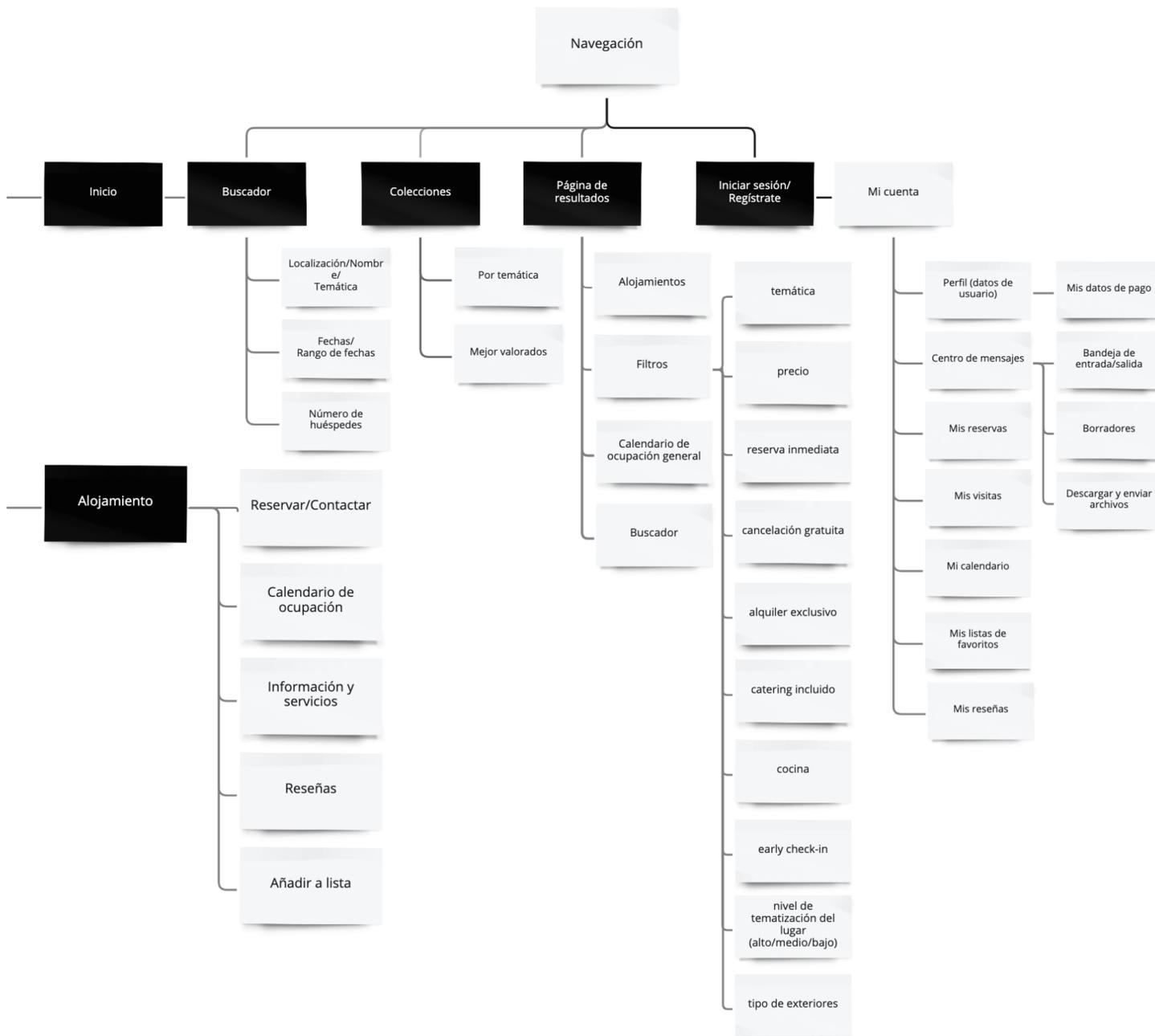
- Buscador
- Colecciones de localización por temática (medieval, árabe, fantástica...)
- Filtros de búsqueda
- Número de huéspedes

Group 2		X
<b>Similar category labels</b> ?		
Página detalle de alojamiento		<b>100%</b>
Inicio		<b>46%</b>
Valido para alojamiento y busquedas		<b>40%</b>
<b>Cards included</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calendario de disponibilidad de un alojamiento</li> <li>• Galería de fotos de un alojamiento</li> <li>• Nombre y descripción de un alojamiento</li> <li>• Normas y condiciones para la reserva</li> <li>• Número de huéspedes</li> <li>• Régimen de visitas de un alojamiento</li> <li>• Reseñas de anteriores huéspedes</li> <li>• Reservar / Contactar</li> </ul>		

Así mismo, los participantes señalaron que sería interesante poder acceder a la cuenta de usuario desde la página de inicio.

En este [enlace](#) se pueden consultar los datos completos del Card-Sorting.

## Árbol de contenidos



## Diagramas de flujo

El siguiente informe presenta 4 diagramas de flujo, los primeros basados en los 3 escenarios presentados y el último como extra. Estos incluyen las siguientes tareas:

1. Encontrar un emplazamiento con unas características concretas.
2. Concertar visitas a alojamientos concretos.
3. Reservar un alojamiento donde se ha estado antes.



**Diagrama 1:** Encontrar un emplazamiento con unas características concretas.

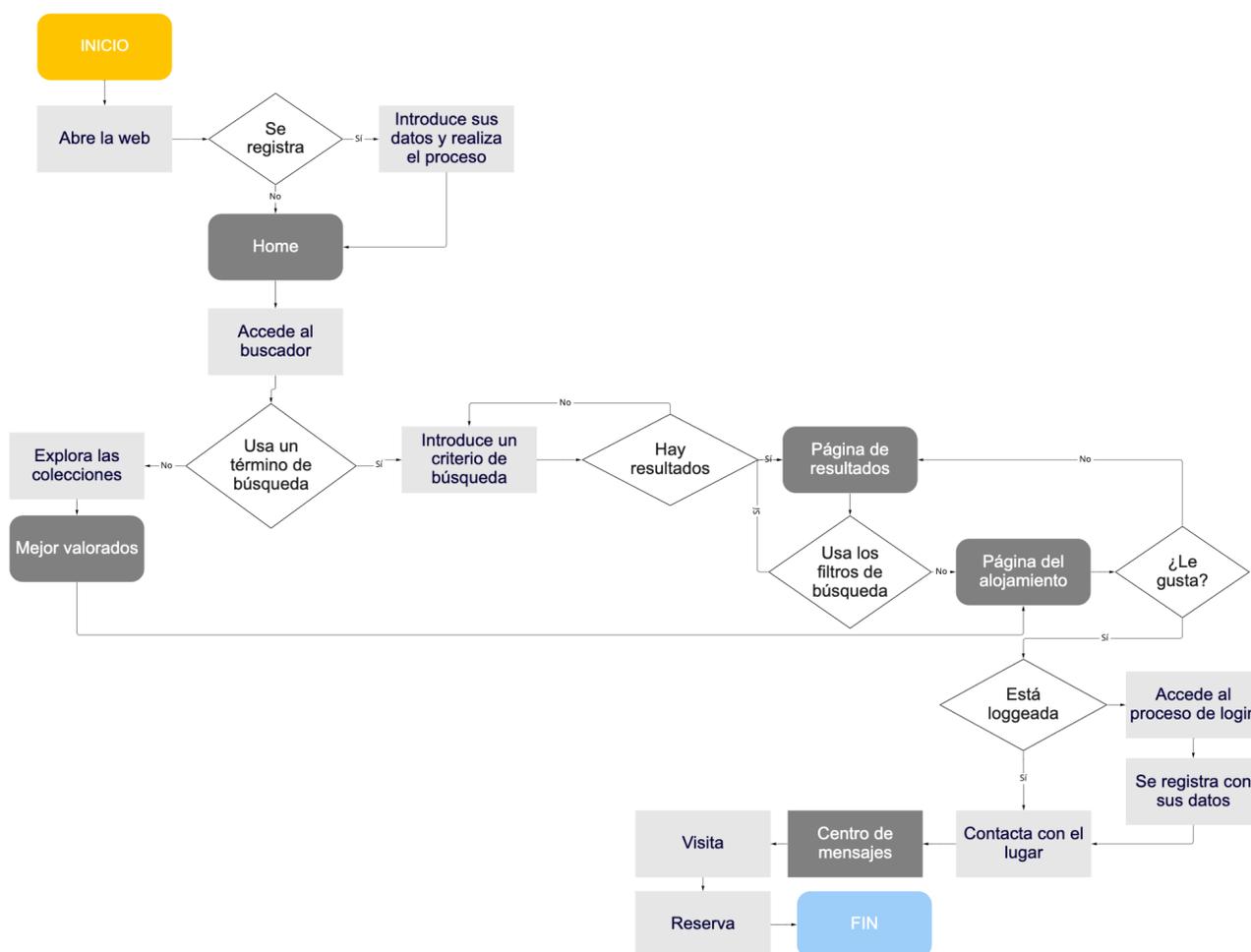


Figura 17. Diagrama de flujo 1. Encontrar un emplazamiento con unas características concretas.

**Diagrama 2:** Concertar visitas a alojamientos concretos.

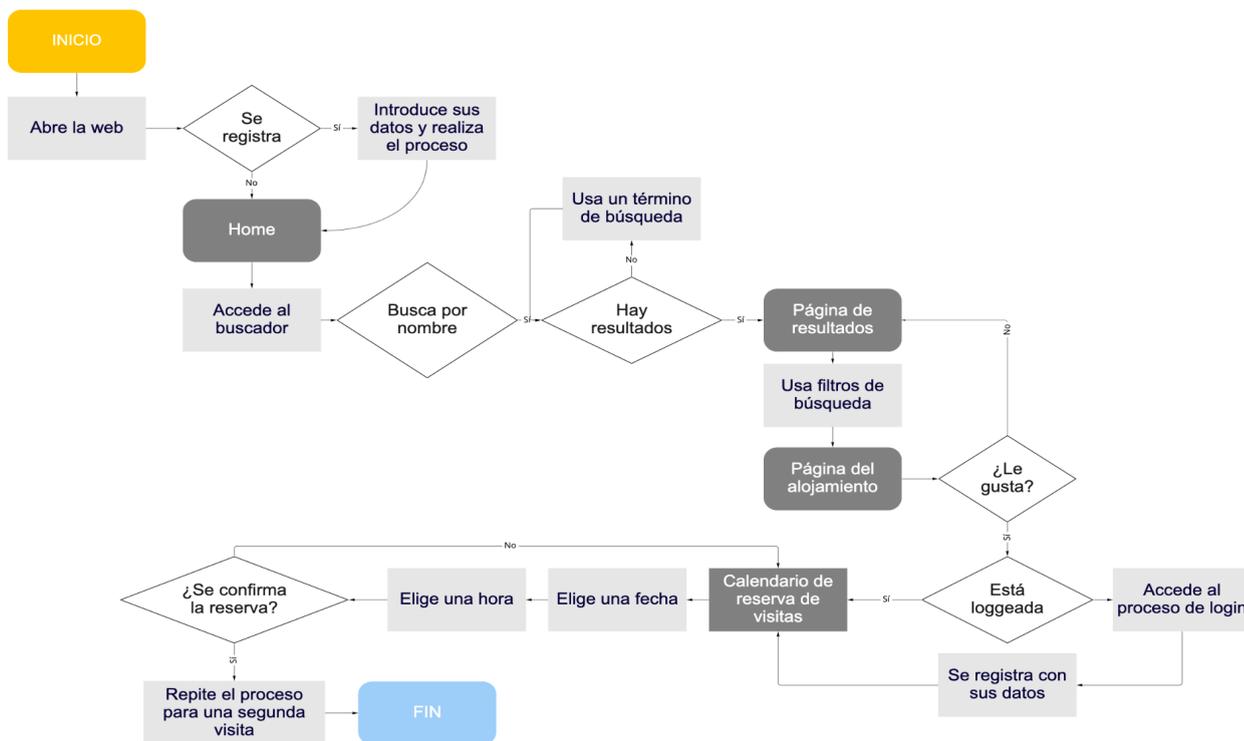


Figura 18. Diagrama de flujo 2. Concertar visitas a alojamientos concretos.

**Diagrama 3:** Reservar un alojamiento donde se ha estado antes.

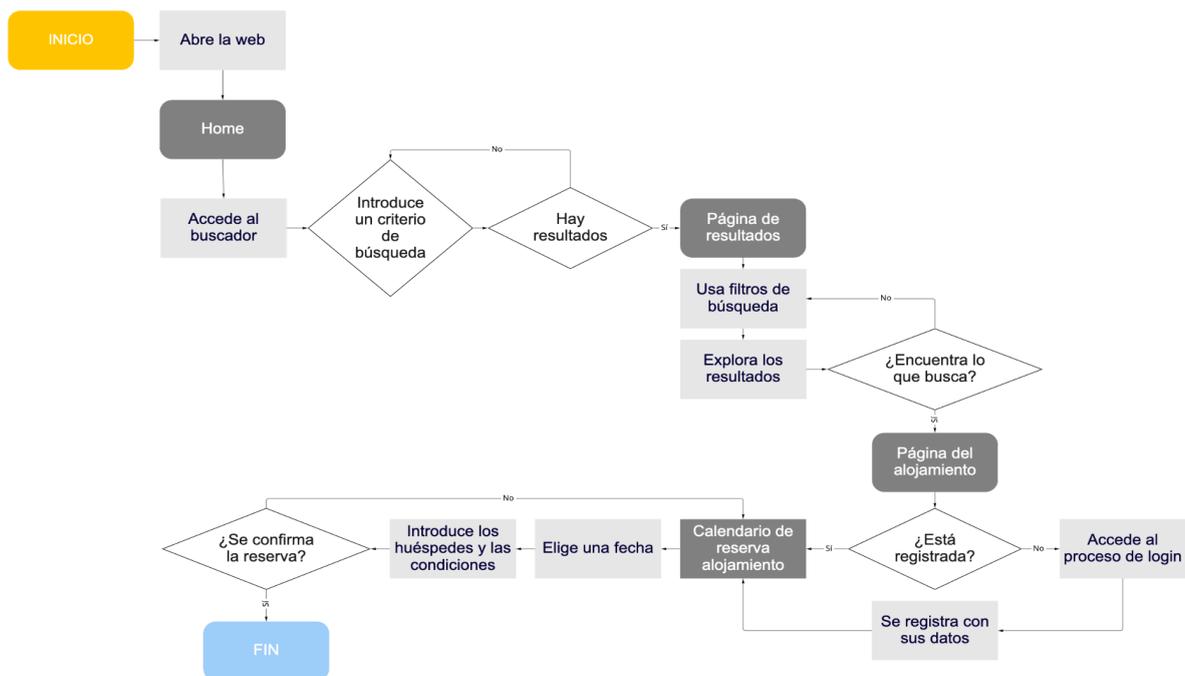


Figura 19. Diagrama de flujo 3. Reservar un alojamiento donde se ha estado antes.

## Sketch

Una vez realizados los flujos, se empieza el prototipado a través de sketches para, de esta manera, poder visualizar y estructurar los contenidos rápidamente, de forma que se pueda iterar el proceso. Esta técnica se ha realizado con lápiz y papel. Hay un sketch para cada una de estas pantallas:

- Home
- Buscador
- Lista de resultados
- Página de un alojamiento
- Perfil del usuario
- Centro de mensajes
- Colecciones del usuario

El set entero de sketches se puede encontrar en los anexos.

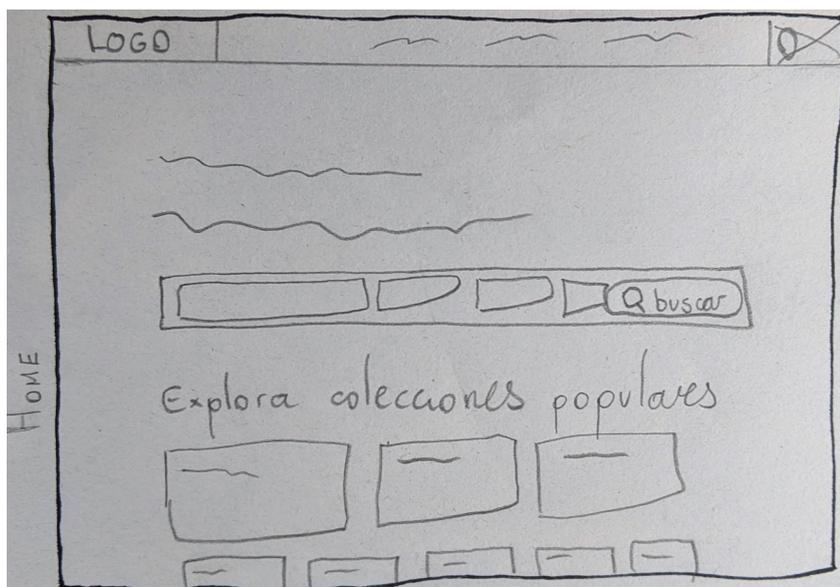


Figura 20. Sketch de la página de inicio

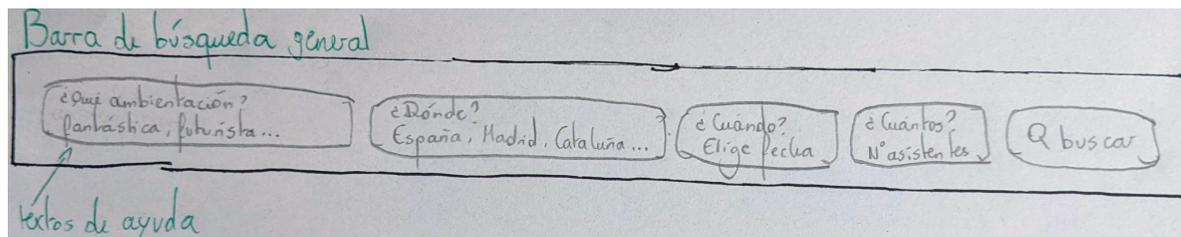


Figura 21. Sketch detalle de la barra de búsqueda.

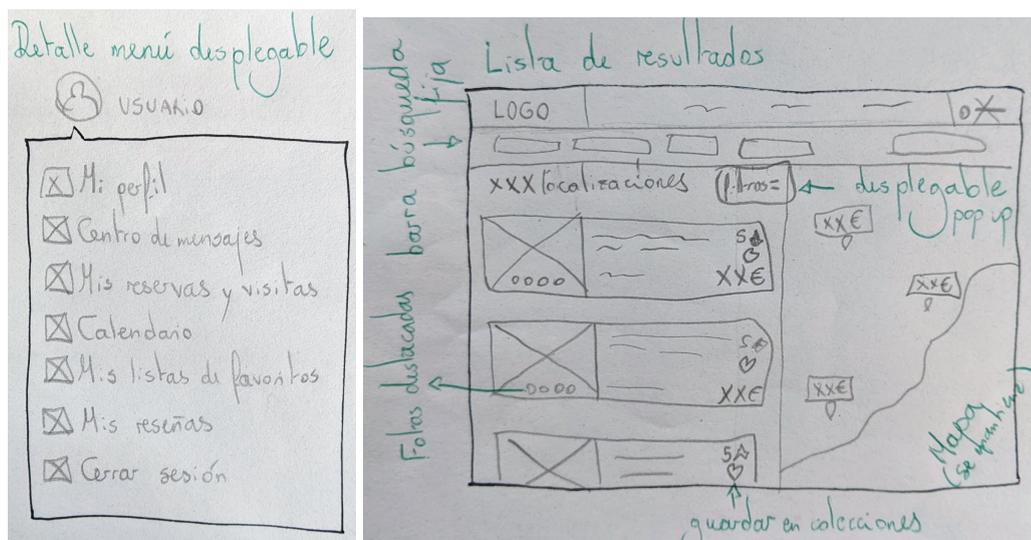


Figura 22. Sketch detalle del desplegable del menú de usuario.

Figura 23. Sketch de la página de resultados.

## Wireframes

Una vez dibujados los bocetos se ha procedido a la realización de wireframes de baja fidelidad y posteriormente a la creación de un wireframe interactivo en Figma para testear la navegación, las interacciones básicas y la jerarquía visual. Se pueden consultar todos los wireframes que se describen a continuación en este [enlace](#).

### Home

La primera pantalla tiene como protagonista a la barra de búsqueda, ya que se entiende que la persona usuaria va con ese objetivo a la web. Sin embargo, no se puede olvidar la posibilidad de que el visitante quiera simplemente explorar posibles localizaciones, así que la pantalla de inicio también mostrará listas de alojamientos que se han denominado “colecciones”.

Se ha añadido una sección nueva respecto a los sketches para explicar un poco mejor la ventaja diferencial de este buscador respecto a otros y la misión del proyecto.

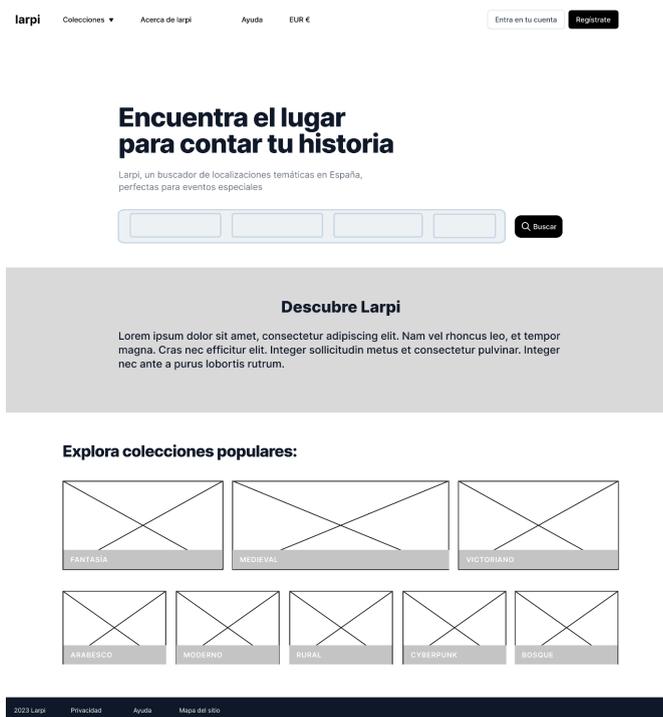


Figura 24. Wireframe de la Home

## Buscador

La barra del buscador contiene 4 campos principales en los que introducir datos. En todos se puede escribir a excepción del campo de fecha. En ese caso, el buscador despliega un submenú para escoger una fecha concreta o aproximada. En el submenú de fecha aproximada existe la posibilidad de escoger el año en curso o el siguiente, también de escoger un mes en concreto del año en curso.

The image shows the search bar with four input fields: '¿Qué temática?' (Medieval, fantástica, terror...), '¿Dónde?' (España, Madrid, Cataluña...), '¿Cuándo?' (Elige fecha), and '¿Cuántos?' (Nº asistentes). A 'Buscar' button is on the right. Below, the expanded date selection menu is shown, with tabs for 'Fecha concreta' and 'Fecha aproximada'. It asks '¿Qué duración tiene tu evento?' with options 'Fin de semana', 'Un día', and 'Más de 3 días'. It also asks '¿Cuándo lo quieres hacer?' with options 'Elige un mes' (sept 2023), 'Este año' (2023), and 'El año que viene' (2024). 'Borrar' and 'Aceptar' buttons are at the bottom.

Figura 25. Barra de búsqueda y detalle.

## Página de resultados

En esta página la barra de búsqueda pasa a la parte superior para poder modificar la búsqueda si hiciera falta. Un mapa va a mantenerse en la parte derecha, mientras que la lista de la parte izquierda tendrá la posibilidad de hacer scroll. Las localizaciones pueden seleccionarse desde la lista o desde el mapa. Cada card de localización mostrará el nombre, la ubicación, el precio y las etiquetas temáticas. Asimismo, se podrá añadir la localización a una colección de favoritos desde la propia tarjeta, sin necesidad de entrar en la página detalle.

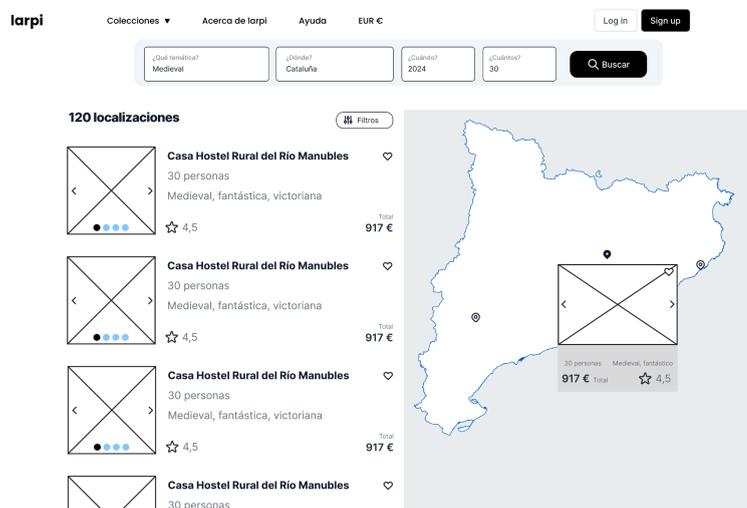


Figura 26. Wireframe de resultados de búsqueda

Los filtros podrán seleccionarse junto al número de localizaciones y aparecerá un desplegable en el que se podrá hacer scroll. Este desplegable aparecerá sobre la pantalla, oscureciéndose el contenido del fondo.

Figura 27. Wireframes de filtros de búsqueda

## Página detalle de localización

En cada página detalle habrá una foto principal de portada (la que se ve más grande) y cuadro fotos destacadas. La persona usuaria podrá visualizar el resto de fotos haciendo clic en el botón de la derecha abajo de la galería. Para acceder a toda la información de la localización, el **usuario podrá moverse entre las pestañas de debajo del título**. A la derecha siempre aparecerá el resumen para hacer la reserva, contactar con el alojamiento a través de mensaje o concertar una visita.

Figura 28. Wireframe de página detalle de localización

## Reserva

Para poder solicitar una visita o reservar una localización, la persona usuaria debe estar registrada. El **proceso de reserva** consiste en 3 pasos que se dan en una sola pantalla sin necesidad de hacer scroll. En el lateral de la pantalla siempre aparecerá el resumen de los datos de la reserva.

En el primer paso el usuario debe escribir el propósito de la reserva. En el segundo paso debe leerse las normas y políticas de la localización y debe marcar que se las ha leído, justo encima del botón para continuar. En el último paso aparecerán los datos de pago que el usuario tenga guardados en su cuenta, para facilitar la experiencia. Estos datos siempre serán editables.

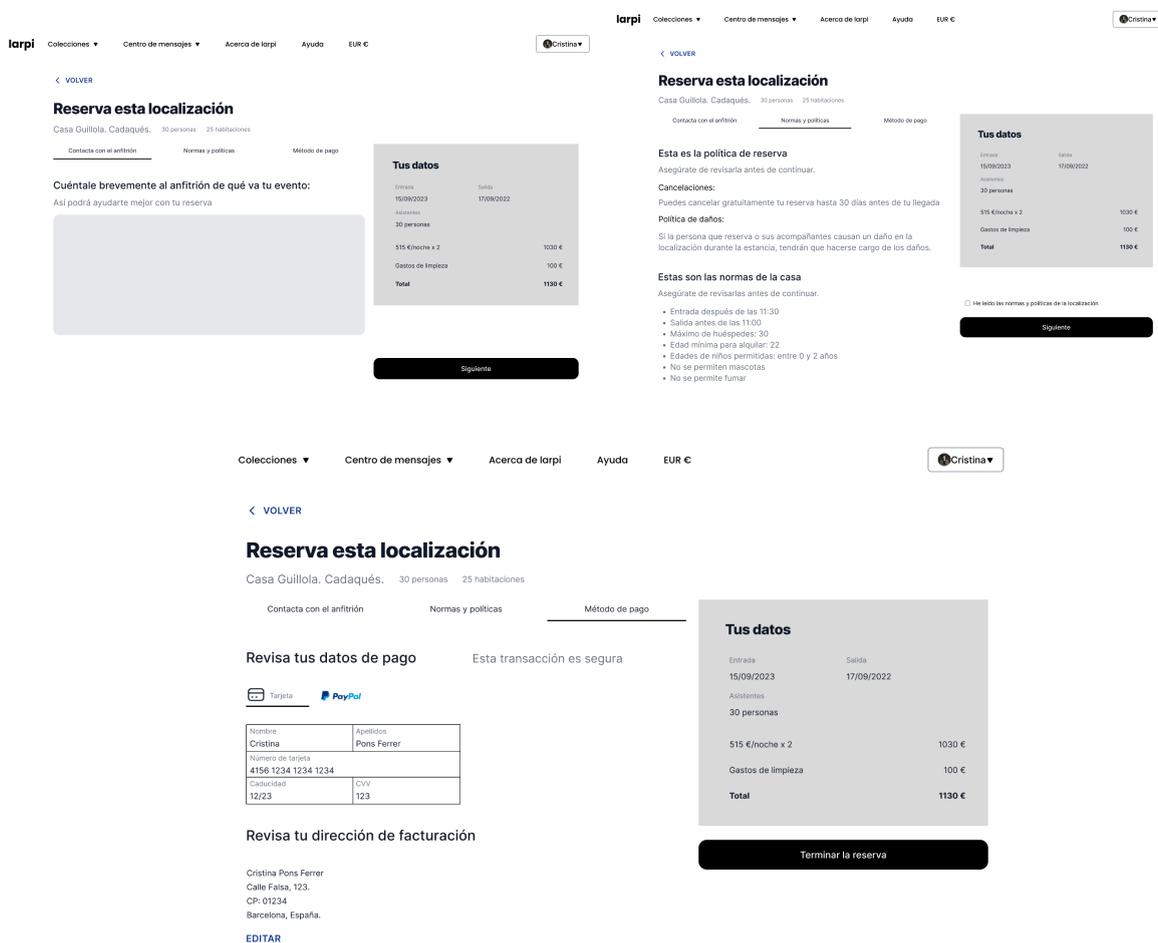


Figura 29. Wireframes de los pasos del proceso de reserva.

## Visita

Para poder solicitar una visita la persona usuaria debe estar registrada. Este proceso es mucho más sencillo que la reserva, simplemente hay que seleccionar un día del calendario que ofrece la pantalla y una franja horaria disponible. Si la hora no está disponible, no aparecerá. A la derecha de la pantalla vemos un cuadro resumen con los datos más relevantes y un botón para terminar. Al finalizar, aparecerá un mensaje de confirmación.

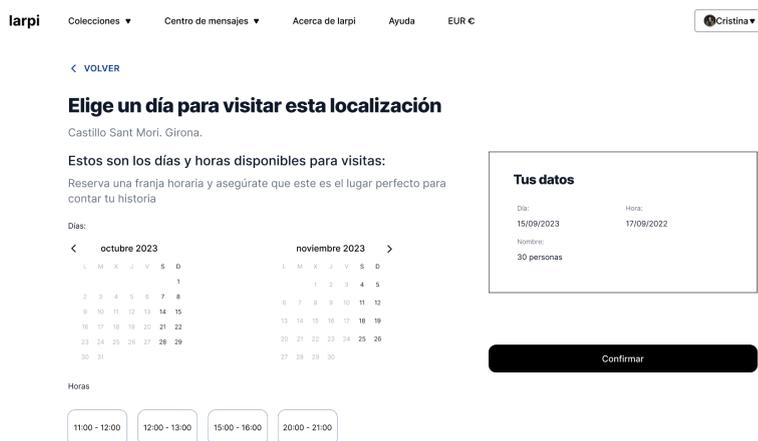


Figura 30. Wireframe de proceso de visita.

## Cuenta de usuario

La cuenta de usuario contiene 6 submenús por los que poder moverse a través de pestañas y de un menú desplegable que aparece al hacer clic en la esquina superior derecha de la barra de navegación.

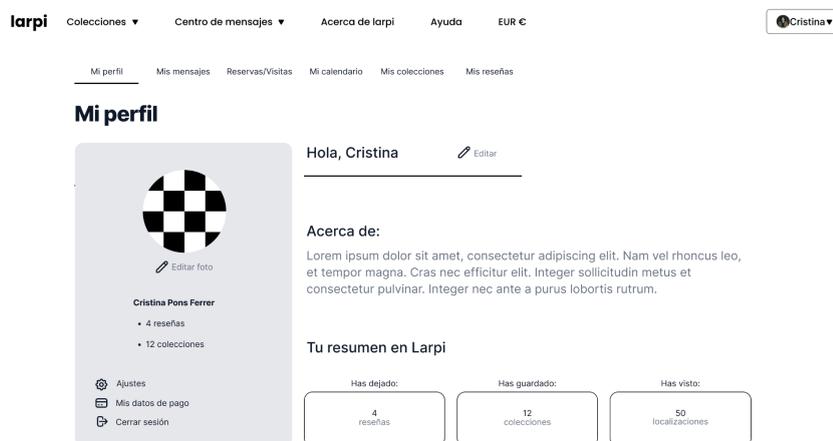


Figura 31. Wireframe de perfil de cuenta de usuario.

## Centro de mensajes

El centro de mensajes está dividido en 3 columnas. A la izquierda aparece la sección en la que está la persona usuaria, por ejemplo en la imagen vemos la bandeja de entrada. Justo debajo vemos la lista de todos los mensajes.

Al seleccionar un mensaje, la conversación aparece en la columna central, desde donde se pueden consultar todos los archivos adjuntos de la conversación, por ejemplo contratos o planos del lugar, y enviar nuevos archivos. En la columna de la derecha aparecen los detalles de la localización.

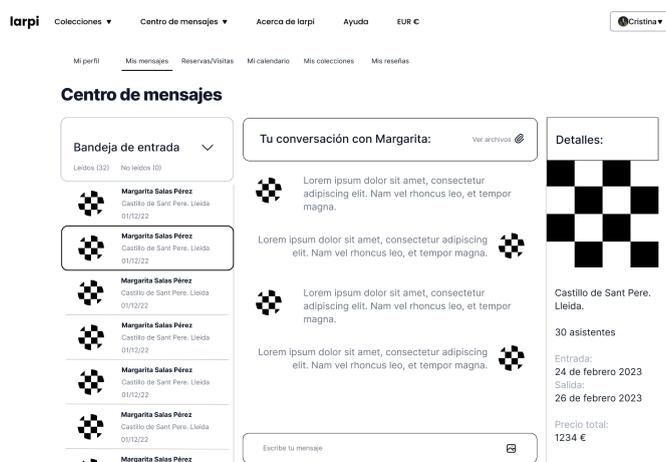


Figura 32. Wireframe de centro de mensajes.

## Colecciones de favoritos

Esta prestación permite a los usuarios ahorrar tiempo guardando listas de localizaciones que considere interesantes para futuros usos. Se puede acceder a esta sección desde la barra de navegación, con el menú desplegable debajo del nombre de usuario y dentro de la sección de "Mi perfil".



Figura 33. Wireframe de Mis colecciones

## Barra de navegación

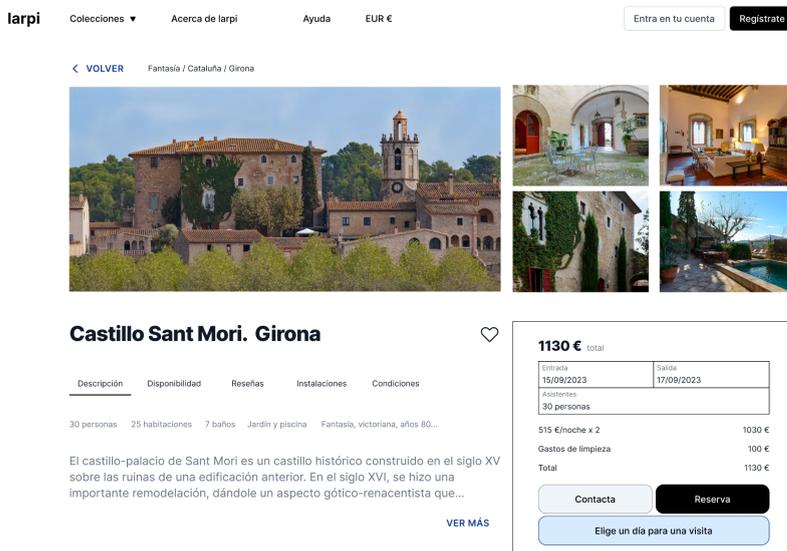
En la barra de navegación se ha decidido incluir dos versiones, aparecerá una información con la sesión no iniciada y otra con la que sí. En la versión de la sesión no iniciada se ha decidido añadir un apartado de colecciones para que los usuarios puedan explorar colecciones populares sin necesidad de entrar en ninguna cuenta. En la sesión iniciada se pueden ver además los mensajes.

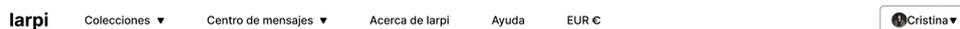
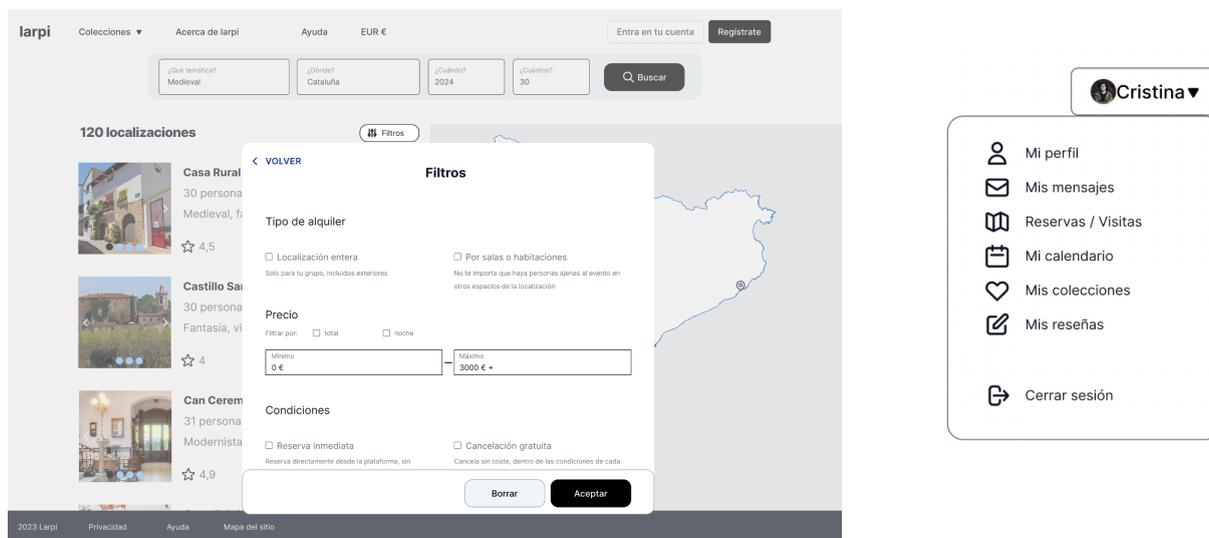


Figura 34. Wireframe de barra de navegación.

## Wireframes lofi interactivos

A partir de estos wireframes se ha diseñado un prototipo interactivo en baja fidelidad en el que se han replanteado algunos problemas de diseño y añadido alguna pantalla nueva que no se había tenido en cuenta al principio: pantallas de confirmación de reservas y visitas, proceso de reserva de una visita y filtros de la página detalle de resultados completa. Este prototipo interactivo solo contiene muestras de interacción básica, destinadas a probar la navegación. Para el modelo de navegación se ha elegido un modelo de navegación sencillo para facilitar el aprendizaje del usuario en la plataforma. Todos los wireframes lofi interactivos se pueden consultar a través de este [enlace](#)





[Mi perfil](#)
[Mis mensajes](#)
[Reservas/Visitas](#)
[Mi calendario](#)
[Mis colecciones](#)
[Mis reseñas](#)

## Mi perfil



Hola, Cristina [Editar](#)

### Acerca de:

Empecé a jugar al rol en vivo gracias a un amigo de una clase de idiomas. Ahora me atrevo a organizar mis propios eventos. Mis roles en vivo favoritos son los pequeños, de 30 jugadores o menos.

### Tu resumen en Larpi

Has dejado:	Has guardado:	Has visto:
4 reseñas	2 colecciones	50 localizaciones



[VOLVER](#)

## Reserva esta localización

Casa Guillola, Cadaqués. 30 personas 25 habitaciones

[Contacta con el anfitrión](#)
[Normas y políticas](#)
[Método de pago](#)

### Revisa tus datos de pago

Esta transacción es segura

Tarjeta [PayPal](#)

Nombre	Apellidos
Cristina	Pons Ferrer
Número de tarjeta	
4156 1234 1234 1234	
Caducidad	CVV
12/23	123

### Revisa tu dirección de facturación

Cristina Pons Ferrer  
 Calle Falsa, 123.  
 CP: 01234.  
 Barcelona, España.

[EDITAR](#)

### Tus datos

Entrada	Salida	
15/09/2023	17/09/2022	
Asistentes		
30 personas		
515 €/noche x 2		1030 €
Gastos de limpieza		100 €
<b>Total</b>		<b>1130 €</b>

[Terminar la reserva](#)

Recuerda que si no has estado antes en la localización, también puedes hacer una [visita](#) antes de reservar.

Figura 35. Capturas de los wireframes lofi interactivos

## Prototipo

Tras un primer repaso de los wireframes interactivos se han detectado mejoras a implementar de cara a la realización del prototipo que pueda ser evaluado por los usuarios. Entre estas mejoras se encuentran:

- Realizar la creación de una nueva colección de localizaciones.
- La posibilidad de acceder a la localización detalle desde el clicable del mapa.
- Detalle de hacer pública o privada una colección.
- Interacción en la barra de navegación.
- Texto de aviso al clicar la opción reserva antes en el proceso.
- Calendario de disponibilidad de la página detalle de la localización.
- Sección Ubicación dentro de la página detalle de la localización.
- Sección Mi Calendario dentro de Mi cuenta.

Siguiendo el enlace del botón se puede consultar el primer prototipo interactivo:

[Ver primer prototipo >](#)

## Guía de estilo

### **Requerimientos generales:**

Interfaz limpia y sencilla, sin dejar de brindar todas las opciones que la persona usuaria necesite. Debe ser intuitiva y fácil de aprender a utilizar.

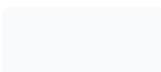
### **Muestra de paleta de colores primarios:**



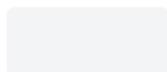
Black  
#000



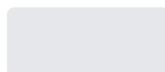
White  
#fff



Mine Gray -50  
#F9FAFB



Mine Gray -100  
#F3F4F6



Mine Gray -200  
#E5E7EB



Mine Gray -300  
#D1D5DB



Mine Gray -400  
#9CA3AF



Aqua-500  
#06B6D4



Aqua-600  
#0891B2



Aqua-700  
#0E7490



Aqua-800  
#155E75



Aqua-900  
#164E63

**Muestra de tipografía:**

Familia: Inter

H1	<b>Título 1</b>	60 px	Extra-Bold	800	
H2	<b>Título 2</b>	48px	Extra-Bold	800	
B1	Castillo medieval del siglo X. Situado en la provincia de Girona. 16 huéspedes.	20px	Regular/Medium/Bold	400	500
B2	En la comarca del Ripollès entre ríos, valles y montañas se alza esplendoroso el antiguo Castillo de Llaés (s.X).	18px	Regular/Medium	400	500
B3	Explora todas las colecciones de localizaciones populares y guarda las que más te gusten en tus propias listas personalizables.	16px	Regular/Medium	400	500

**Estilos**

---

Regular

Medium

Semi-Bold

**Bold**

**Extra-Bold**

**Black**

**Logos:**



## 5. Evaluación

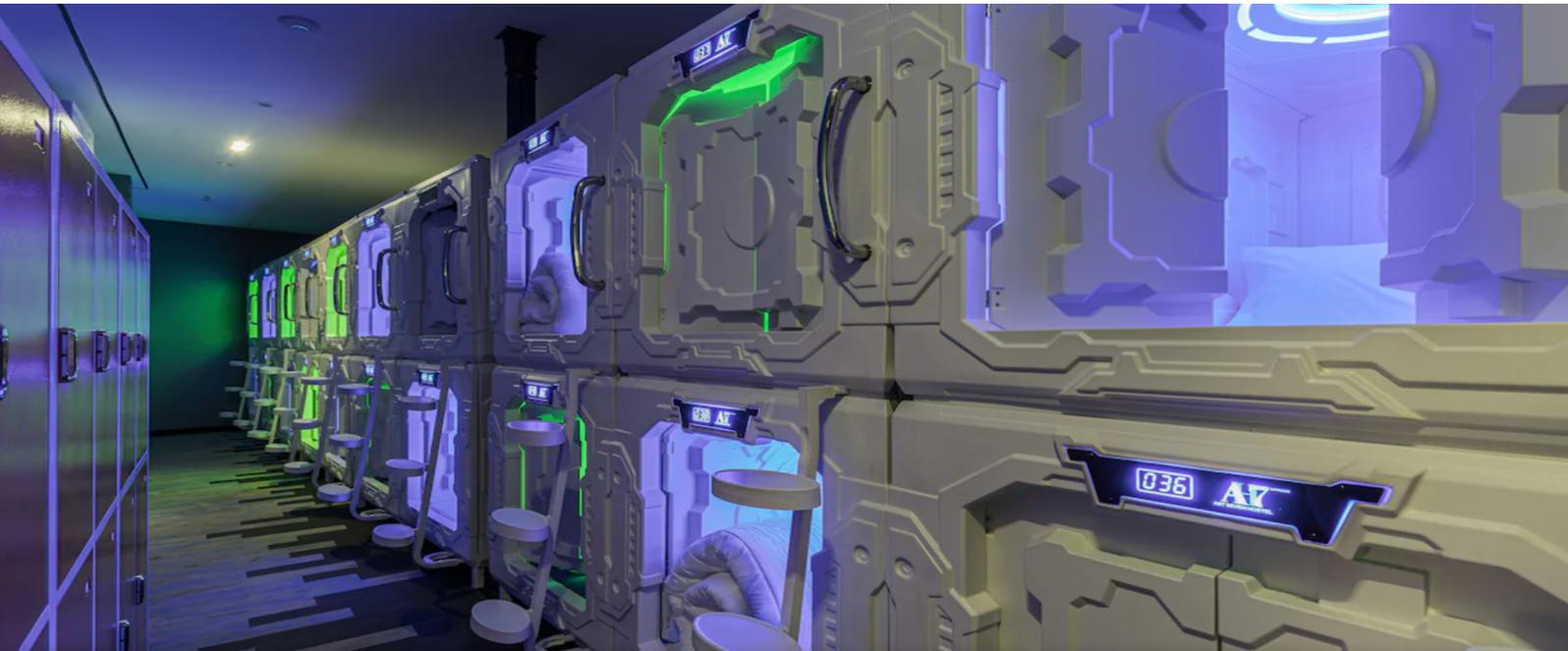


Figura 36. Art Seven Hostel Capsules. Fuente imagen: [www.hoteles.com](http://www.hoteles.com)

Se ha procedido a evaluar el prototipo de alta fidelidad a través de distintos métodos, con y sin personas usuarias, para seguir con iterando el producto según la metodología Design Thinking. Aunque el Design Thinking sitúa siempre al usuario en el centro, se ha optado por realizar en primer lugar una evaluación heurística para refinar más el prototipo y mejorar su usabilidad de cara a las demás pruebas de evaluación.

Por último, un test con usuarios nos dará las claves para la mejora del prototipo de cara a un producto final.

## Evaluación heurística

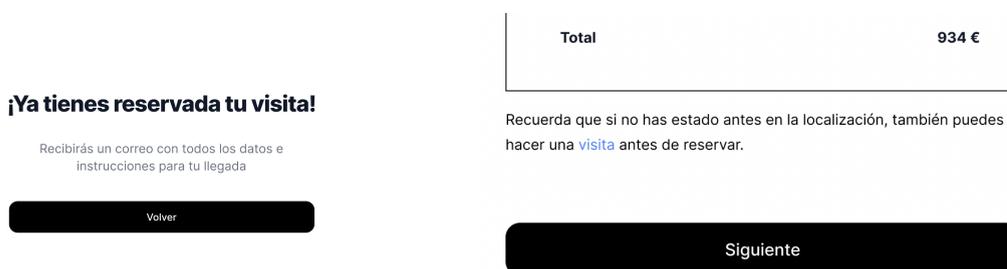
Este método de evaluación sin usuarios está fundamentado en las 10 premisas de Normal Nielsen, elaboradas en 1994. El objetivo está en hacer una evaluación general no basada en el cumplimiento de tareas y comprobar si el prototipo cumple con los estándares de usabilidad.

### 1. Visibilidad del estado del sistema

Se trata de hacer saber al usuario qué está pasando en la interfaz en la que está interactuando y que reciba feedback de los procesos que va realizando.

#### Buenas prácticas:

En el caso de Larpi, el proyecto desarrollado en el presente trabajo, se ofrece a las personas usuarias feedback sobre cuándo se han completado los procesos de reserva y visita. Asimismo, se mantienen recordatorios sobre la posibilidad de hacer visitas a un emplazamiento antes de reservar y sobre la seguridad de las transacciones en los métodos de pago.



En el centro de mensajes, se muestra la localización sobre la cual se está escribiendo y existe la posibilidad de ir a la página detalle de la localización al hacer clic.

### Centro de mensajes



### A mejorar:

- Falta alguna clase de reacción en los botones al ser pulsados. Sería conveniente añadir mensajes de error, especialmente para la introducción de campos en las barras de búsqueda.
- Acceder a la sección de mis reservas y visitas es complicado. Sería beneficioso incluirlo en la barra de navegación de "sesión iniciada".
- La opción de visitar una localización es muy importante para nuestros usuarios. Habría que añadir un campo en los filtros de búsqueda acerca de si la localización admite o no visitas.
- Indicar algún mensaje para cuando no se han encontrado resultados de búsqueda.

## **2. Adecuación entre el sistema y el mundo real**

Este principio tiene relación con el diseño y busca basarlo en conceptos e ideas que sean familiares para los usuarios como, por ejemplo, el lenguaje.

### Buenas prácticas:

El sistema de diseño de la web está basada en páginas como Airbnb, Booking y Vrbo. Plataformas que también se parecen entre sí y que son las más utilizadas por las personas usuarias, según las encuestas realizadas en la fase de investigación. Esto ayuda a reducir la carga cognitiva y a minimizar la curva de aprendizaje.

### A mejorar:

- El concepto "visita" de una localización es novedoso, ya que no lo ofrecen el resto de plataformas. Sería interesante añadir una clase de definición o explicación sobre esta posibilidad en alguna parte del proceso, por ejemplo, en las páginas detalle de las localizaciones.

## **3. Libertad y control por parte de la persona usuaria**

Los usuarios tienen que sentir que tienen el control de sus acciones y que, aunque realicen por error alguna acción, puedan enmendarlo de forma fácil.

### Buenas prácticas:

El sistema permite a la persona usuaria cancelar o borrar ciertas acciones como el ajuste de los filtros de búsqueda, las fechas de búsqueda en los calendarios de

disponibilidad, las fechas en la barra de búsqueda principal y también en los métodos de pago.

De igual manera, se pueden desplegar las descripciones en las páginas detalle de las localizaciones.

< VOLVER

**Filtros**

Tipo de alquiler

Localización entera  
Solo para tu grupo, incluidos exteriores

Por salas o habitaciones  
No te importa que haya personas ajenas al evento en otros espacios de la localización

Precio

Filtrar por:  total  noche

Mínimo: 0 €

Máximo: 3000 € +

Condiciones

Reserva inmediata  
Reserva directamente desde la plataforma, sin

Cancelación gratuita  
Cancela sin coste, dentro de las condiciones de cada

[Revisa tu dirección de facturación](#)

Cristina Pons Ferrer  
Calle Falsa, 123.  
CP: 01234  
Barcelona, España.

[EDITAR](#)

Borrar Aceptar

#### 4. Consistencia y estándares

Hay ciertas cosas en diseño que se han convertido en el lenguaje habitual de los usuarios y que facilitan comprender e interactuar con las interfaces debido a que gran parte de ellas utilizan estos recursos.

##### Buenas prácticas:

Siguiendo un sistema de diseño, todos los botones de acción usan el mismo esquema de colores, igual que los sistemas para “volver”. También se ha mantenido la consistencia con las tipografías.

En cuanto a la iconografía, se ha usado un sistema de iconos clásicos, presente en otras web, para apoyar la verbalización de conceptos, que es donde recae el verdadero peso de la navegación.

#### 5. Prevención de errores

Para evitar errores o avisar al usuario de que hay algún problema, los mensajes de error son fundamentales, pero también realizar el diseño de forma que estos errores sean prevenidos.

##### Buenas prácticas:

Se han añadido breadcrumbs en las páginas detalle de las localizaciones. Se ha añadido botones de volver para facilitar la corrección de errores. También se ha

añadido una ayuda visual en los menús para que el usuario pueda comprender en qué parte de la página/proceso se encuentra.

< VOLVER

## Reserva esta localización

Casa Guillola. Cadaqués. 30 personas 25 habitaciones

Contacta con el anfitrión

Normas y políticas

Método de pago

Se ha usado un lenguaje muy descriptivo en todas las partes de la web para dar apoyo y facilitar la comprensión en los procesos que la persona usuaria va haciendo.

¿Qué temática?

Medieval, fantástica, terror...

¿Dónde?

España, Madrid, Cataluña...

También se indica cuánto caracteres tiene como máximo en los campos de introducción de texto.

Crea una nueva colección

¡Ponle el nombre que quieras y guarda las localizaciones que más te gusten!

¿Tal vez el nombre de tu siguiente evento?

0/40

### A mejorar:

- No existen actualmente mensajes de error en la barra de búsqueda para cuando un campo introducido no es válido.
- No está indicado el límite de caracteres en los mensajes enviados desde el centro de mensajes.
- Cuando se guarda una localización en una colección, no existe manera instantánea de deshacerlo, se ha de volver a apretar en el icono del corazón. Sería interesante que se ofreciera un mensaje de confirmación que viniese con la posibilidad de "Deshacer".

## 6. Reconocimiento antes que recuerdo

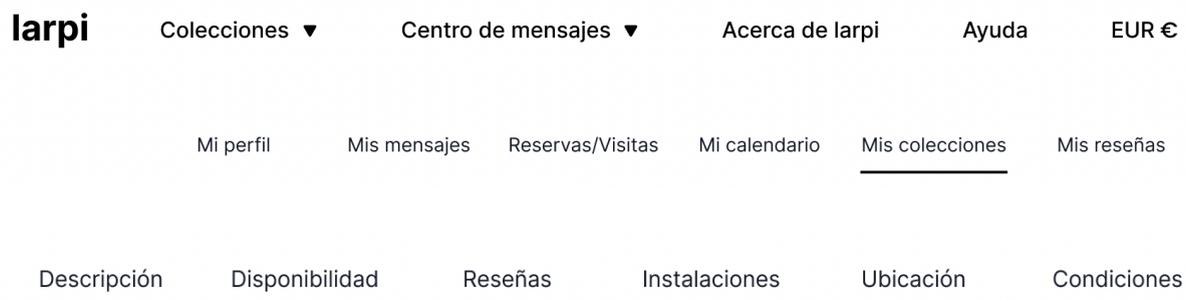
Se trata de reducir el esfuerzo que hace el cerebro del usuario ofreciendo visibilidad en las opciones, no haciendo que el usuario deba recordar dónde está o cómo funciona cada cosa.

### Buenas prácticas:

Todos los iconos van acompañados de etiquetas para recordar a qué hace referencia cada uno.

Existen placeholders en los campos de introducción de texto para ayudar a la persona usuaria.

Los layouts se repiten de pantalla a pantalla para que sea más fácil familiarizarse con ellos y navegar entre menús.



## 7. Flexibilidad y eficiencia de uso

La interfaz debe ser lo suficientemente flexible para lidiar con diferentes situaciones para los usuarios, sean veteranos o novatos. También podría dar "atajos".

### Buenas prácticas:

Se ofrece la posibilidad de llegar a diferentes zonas importantes de la web, como las colecciones y los mensajes, a través de diferentes caminos, como la barra de navegación o el desplegable.

### A mejorar:

- Debería haber un atajo en la barra de navegación para poder acceder a las visitas y reservas más rápidamente.
- Se debería añadir un atajo para acceder a los mensajes sobre esa reserva o visita en la tarjeta resumen.

## Visitas:



Can Ceremines. Xerta ⋮  
7/10/23 - 20:00 a 21:00  
[Confirmada](#)

## 8. Diseño estético y minimalista

En este principio se establece que el diseño debe contener lo que el usuario vaya a necesitar, sin superficialidades.

### Buenas prácticas:

La web sigue un sistema de diseño muy sencillo. Se ha procurado prescindir de adornos innecesarios y no causar fatiga con el exceso de información.

Por otra parte, se ha intentado que toda la información relevante se ofrezca sin necesidad de hacer scroll en la pantalla a través de desplegados.

## 9. Ayudar a los usuarios a identificar y recuperarse de los errores

Aunque a veces los errores sean inevitables, se debe hacer que el usuario entienda qué ha pasado y que puedan encontrar una solución.

### A mejorar:

- Habría que añadir mensajes de error en los formularios, especialmente en los campos de la barra de búsqueda.
- Añadir la posibilidad de cancelar reservas o visitas desde la sección dentro de la cuenta del usuario.

## 10. Ayuda y documentación

Lo mejor es que el sistema no necesite ninguna explicación adicional. Sin embargo, puede ser necesario proporcionar documentación para ayudar a los usuarios a entender cómo completar sus tareas.

### A mejorar:

- Al tratarse de un MVP, no se ha añadido ningún tipo de documentación aparte de la que aparece dada en contexto. Sería interesante, de cara al futuro, **añadir**

**apartados de preguntas frecuentes** que reflejen posibles problemas en las tareas más comunes de la web.

- Sería positivo añadir algún tipo de información de **contacto o incluso servicio de ayuda**, cosas que se propusieron en el apartado de wishing brainstorming.

### Gravedad de los hallazgos

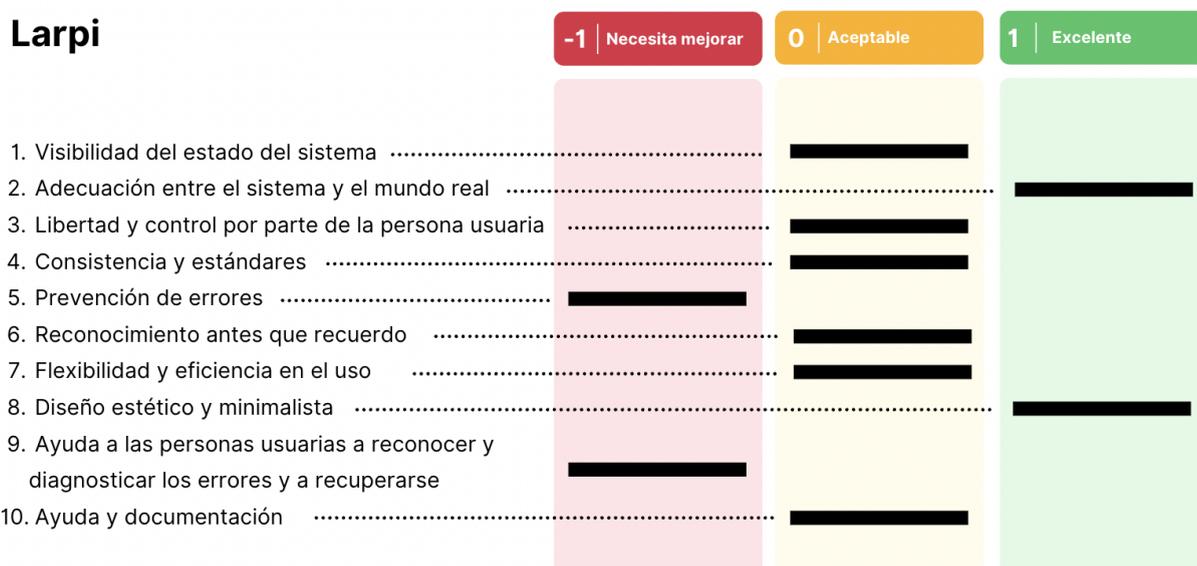


Figura 37. Tabla de la gravedad de los hallazgos de la evaluación heurística.

### Conclusiones

- El sistema debería ofrecer algún feedback de los errores.
- Se debería añadir la posibilidad de modificar o cancelar las visitas o reservas desde la cuenta del usuario.
- Se debería añadir algún tipo de documentación o ayuda para el concepto “Visitas” de una localización.

## Test con usuarios

### Plan de test

#### **Objetivos globales:**

- Identificar áreas problemáticas de usabilidad dentro de la interfaz de usuario.
- Conocer si la opción Mis colecciones es interesante para las personas usuarias.
- Identificar áreas de mejora y puntos de bloqueo en la web.

#### **Criterios de selección de los participantes y definición de la muestra**

##### Número de participantes:

Entre 4 y 6 personas.

##### Perfil demográfico de los participantes:

- Hombres y mujeres.
- Edad entre 20 y 45 años.
- Español como primer idioma
- Residentes en España

##### Perfil comportamental

- Usuarios de tecnología.
- Aficionados al rol en vivo.
- Organizadores de rol en vivo.

##### Requisitos:

- Poseedores de un ordenador propio
- Que hayan tenido que buscar al menos una localización para hacer un rol en vivo antes de la realización del test.
- Disponibilidad de micrófono, cámara y acceso a internet para hacer el test.

#### **Logística de la prueba:**

Para facilitar la realización, la prueba *será realizada en principio de forma remota y moderada*, pudiendo la moderadora realizar preguntas necesarias para aclarar los procesos realizados por los participantes y que estos puedan a su vez hacer preguntas si lo necesitan.

Se usarán las herramientas Google Meets y Figma.

Sin embargo, existe la posibilidad de hacer la prueba de forma presencial en función de la necesidades de los participantes, aunque siempre con el ordenador de la persona participante.

La *duración máxima será de 45 minutos* para evitar sesgos de resultados por fatiga.

Después de la prueba se realizará un cuestionario SUS (Sistemas de Escalas de Usabilidad) para evaluar las impresiones después del test.

### **Métricas de usabilidad y criterios de éxito:**

En este apartado se define el rendimiento del participante de la prueba medido respecto a los objetivos necesarios para completar las tareas.

**Éxito directo:** La tarea se ha completado sin ayuda y en el primer intento.

<b>Éxito indirecto:</b>	La tarea se ha completado siguiendo caminos alternativos.
-------------------------	---

**Fallo directo:** La tarea no se ha completado correctamente

<b>Fallo indirecto:</b>	La tarea no se ha completado tras explorar varios caminos.
-------------------------	--

**Abandono directo** Abandona la tarea al no comprender cómo realizarla.

<b>Abandono indirecto</b>	Abandona la tarea al no comprender cómo realizarla tras explorar varios caminos.
---------------------------	--

### **Consentimiento informado.**

En este [enlace](#) se pueden consultar los consentimientos informados de los participantes.

## Tareas del test con usuarios

### **Tarea 1: Realizar una reserva**

- Escenario** Estás buscando una localización de temática fantástica y victoriana, para más de 15 personas, en la que realizar un evento en septiembre de 2023.
- Tarea concreta:** Métete en la página de una localización que se ajuste a esa temática y a esas fechas y resérvala directamente.
- Objetivos:**
1. Determinar si el flujo de navegación resulta lógico e intuitivo.
  2. Averiguar si los usuarios se sienten seguros al realizar la reserva.
- Criterio de éxito:** La persona es capaz de reservar una localización.

### **Tarea 2: Concertar visitas**

- Escenario** Estás buscando 2 localizaciones, una de temática modernista y otra medieval, para un rol en vivo dentro de Cataluña en 2024, pero antes de reservar nada y decidirte, te gustaría al menos visitar 2 lugares, aunque solo tienes posibilidad de hacerlo el mismo día.
- Tarea concreta:** Métete en la página de una localización y concerta una visita para un día a una hora, después repite el proceso con otra localización y, por último, comprueba que las dos visitas están registradas y confirmadas dentro de tu cuenta.
- Objetivos:**
1. Comprobar con qué rapidez el usuario realiza la tarea propuesta.
  2. Averiguar si el flujo de búsqueda y vuelta a los resultados es el correcto o tiene algún bloqueo.
  3. Comprobar dónde va el usuario a buscar la sección de "Mis visitas".
- Criterio de éxito:** La persona es capaz de concertar visitas para 2 lugares el mismo día y de encontrar la sección "Mis visitas".

### **Tarea 3: Encuentra un emplazamiento con unas características concretas**

- Escenario** Estás organizando un rol en vivo para cualquier mes de 2024, de temática oriental o arabesca y quieres buscar una localización que encaje con la temática, que tenga además piscina y que puedas reservar de forma completa.
- Tarea concreta:** Refina la búsqueda usando los filtros para encontrar una localización que encaje con tus requerimientos y visita la página detalle de uno de los resultados.
- Objetivos:**
1. Comprobar el nivel de comprensión del uso de los filtros en las búsquedas.
- Criterio de éxito:** La persona es capaz de encontrar y seleccionar los filtros indicados.

### **Tarea 4: Usar las colecciones**

- Escenario** Estás buscando localizaciones para un evento de rol en vivo para el año 2024 y en España, pero todavía no tienes muy claro qué es lo que tiene que tener el sitio, solo que tiene que tener una temática arabesca, así quieres ir guardando las localizaciones que te gusten en una colección para no perderlas.
- Tarea concreta:** Guarda una localización tematizada arabesca en una colección nueva y después comprueba que está guardada en Mis Colecciones.
- Objetivos:**
1. Determinar la facilidad de uso de las colecciones.
  2. Determinar el camino más rápido para la realización de la tarea.
  3. Averiguar si la visibilidad de las opciones de guardado en las tareas son las adecuadas.
- Criterio de éxito:** La persona es capaz de crear una nueva colección.
- La persona es capaz de guardar una localización en una colección nueva.
- La persona es capaz de encontrar la sección Mis colecciones

## Resultados cuantitativos del test con usuarios

### Tabla de tiempos

¿Cuánto tardan los participantes en completar cada tarea?

	Tarea 1	Tarea 2	Tarea 3	Tarea 4
Participante A	4:48	2:53	1:06	1:14
Participante B	3:49	2:01	0:58	0:50
Participante C	6:23	2:10	1:52	0:55
Participante D	2:45	1:59	0:49	1:01
<b>Media (minutos)</b>	<b>4:33</b>	<b>2:26</b>	<b>1:18</b>	<b>1:00</b>

### Tabla comparativa de éxitos y fallos por cada tarea

E= Éxito	F=Fallo	A=Abandono
----------	---------	------------

	Tarea 1	Tarea 2	Tarea 3	Tarea 4
Participante A	E. Indirecto	E. Directo	E. Directo	E. Directo
Participante B	E. Directo	E. Directo	E. Directo	E. Directo
Participante C	E. Indirecto	E. Directo	E. Indirecto	E. Directo
Participante D	E. Directo	E. Directo	E. Directo	E. Directo

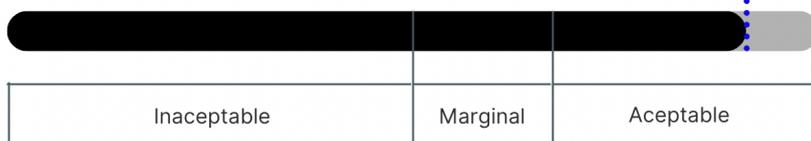
**Cuestionario SUS**

5= Totalmente de acuerdo

1= En total desacuerdo

	A	B	C	D
1. Creo que me gustaría utilizar Larpi con frecuencia	5	5	4	4
2. Encontré Larpi innecesariamente complejo	2	1	1	1
3. Pensé que Larpi era fácil de usar	5	5	4	4
4. Creo que necesitaría el apoyo de un técnico para poder utilizar Larpi	2	2	1	1
5. Encontré que las diversas funciones de Larpi estaban bien integradas	4	4	4	5
6. Pensé que había demasiada inconsistencia en esta web	3	2	1	1
7. Me imagino que la mayoría de la gente aprendería a utilizar Larpi muy rápidamente	5	5	5	5
8. Encontré Larpi muy complicado de usar	1	1	2	1
9. Me sentí muy seguro/a usando la web	5	5	4	4
10. Necesitaba aprender muchas cosas antes de empezar con Larpi	1	1	1	1

91



## Resultados cualitativos del test con usuarios

### Hallazgos positivos

- Todos los participantes muestran interés al ir descubriendo el prototipo y expresan el deseo de seguir explorando más allá de la realización de tareas.
- Las personas participantes han mostrado especial interés por las colecciones y han expresado su deseo de poder interactuar más con ellas.
- Los usuarios verbalizan que la interfaz es muy fácil de usar.
- El diseño limpio y sin adornos superfluos permiten entender mejor la web y realizar las elecciones de forma más rápida.
- El resumen de las características principales de la localización, al principio de las páginas detalle, se hace muy útil para no tener que estar buscando los datos básicos.
- Los textos de ayuda ayudan mucho para entender los filtros y las distintas partes de la web.
- Usar los filtros es muy sencillo.
- Las temáticas principales presentes en los filtros cubren el espectro de las temáticas de la mayoría de eventos en España.



**Sobre el diseño sencillo:**

*"Es muy agradable que no te apabullen con miles de datos y opciones."*

### Problemas identificados y soluciones propuestas

Ordenados según la gravedad de los hallazgos:

#### Fallos de vinculación en el prototipo

En general, se encuentran algunos fallos de vinculación en el prototipo, ya que hay links de botones que dirigen a pantallas incorrectas o que no funcionan.

*Solución:*

Se solucionan los fallos de vinculación y se añaden diferentes flujos de interacción para facilitar la comprensión del funcionamiento del prototipo.

### Falta de confirmación en las pantallas importantes

Al terminar los procesos de reserva y visita de localizaciones, los usuarios no se sienten del todo seguros de la acción que acaban de realizar, al no ver una página resumen de su acción.

*Solución:*

Añadir una pantalla resumen tras el proceso de reserva, además del pop-up de confirmación.

Añadir un link al resumen de visitas en el pop-up de confirmación de visitas.

### Falta de confirmación en el guardado de localizaciones

Al guardar una localización desde la página de resultados, no te ofrece confirmación de que el proceso se ha completado.

*Solución:*

Añadir una confirmación visual de dónde se ha guardado la colección.

### Búsquedas sugeridas

La barra de búsqueda no permite introducir varias consultas para las tareas.

Algunos usuarios no saben cómo empezar a interactuar con la sección de temáticas en la barra de búsqueda.

*Solución:*

Añadir un desplegable con búsquedas sugeridas y populares.



**Sobre la barra de búsqueda:**

*“Sería interesante que además del texto de ayuda, la web te sugiriera algunas búsquedas para empezar.”*

### Elección de fechas

El prototipo introduce una serie de fechas al azar en las localizaciones y no te deja elegir las.

*Solución:*

Dejar vacío el campo de fecha en la página detalle de las localizaciones, hasta que el usuario seleccione una.

### No queda claro el contenido de las colecciones

Aunque se ven miniaturas de las 4 primeras localizaciones guardadas en las colecciones, no existe ninguna información acerca del total de localizaciones que hay en la colección, ni si tienes una reserva en alguna de ellas.

*Solución:*

En la página de Mis Colecciones, añadir la cantidad de localizaciones que hay en cada colección y si la persona usuaria tiene reservas.

### Salir de la sección Mi cuenta

Una vez los usuarios entran en la sección de Mi cuenta, no saben cómo volver a la página donde estaban anteriormente y se quedan bloqueados.

*Solución:*

Añadir un botón más claro para volver a las búsquedas.

### Inicio de sesión para reservar una localización o concertar una visita

El prototipo no te pide registrarte cuando estás reservando una localización o eligiendo un día para una visita, asume que ya estás registrado.

*Solución:*

Añadir una pantalla de inicio de sesión antes del proceso de reserva.

## Tipo de confirmación en las visitas concertadas

En la página resumen de visitas y reservas, algún usuario expresa que sería interesante que el sistema mostrase si los responsables de la localización han confirmado la visita.

*Solución:*

Añadir el campo “confirmado por la localización” en el resumen de visitas.



**Sobre las visitas:**

*“No me queda muy claro si es la web que me confirma que he hecho el proceso bien o si la localización ha confirmado que puedo ir ese día a hacer la visita.”*

## Conclusiones generales del test con usuarios

Los tiempos de realización de tareas son adecuados, pero es cierto que la primera tarea tiene unos tiempos más altos al tener el usuario que familiarizarse primero con la web y sentirse con menos seguridad en el test, tal y como demuestran los tiempos decrecientes en la realización de tareas.

El aspecto más celebrado del prototipo es el **diseño limpio con opciones sencillas**, ya que los usuarios vienen de buscar localizaciones temáticas en muchas webs diferentes con una cantidad de información que encuentran apabullante.

La funcionalidad Colecciones ha funcionado muy bien, aunque sería interesante añadir en la pantalla de Inicio un texto explicativo de para qué sirve.

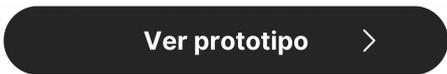
**La opción de poder realizar visitas gratuitas a las localizaciones antes de reservarlas ha sido mencionada como algo clave.** Sería interesante, de cara al futuro, añadir una acción que, tras el día y la hora de la visita, te ofreciese hacer la reserva de la localización de forma directa.

Las problemáticas halladas, en general, no suponían un impedimento mayor para la navegación y eran fácilmente solucionables, además, la implementación de estas mejoras supondrá un cambio significativo en la calidad global del prototipo.

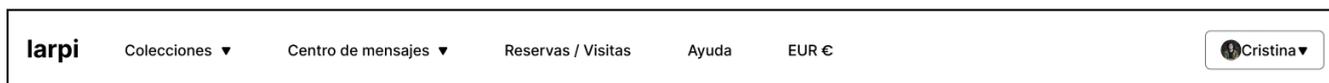
Los hallazgos extraídos muestran sus **modelos mentales que se vieron reflejados en la fase de investigación**, por ejemplo, aunque la tarea fuese reservar una localización, todos los usuarios que realizaron el test se vieron inclinados, en primer lugar, a querer visitarlo. Queda patente la importancia de hacer los test de usuarios con el target definido, ya que nos **permite validar hipótesis y obtener insights** que de otra forma no se habrían podido obtener.

## Prototipo con implementación de mejoras tras la evaluación

Tras realizar la evaluación con y sin usuarios, siguiendo el modelo de trabajo del Design Thinking, se ha hecho una iteración en el diseño del prototipo que se puede consultar en el siguiente botón:

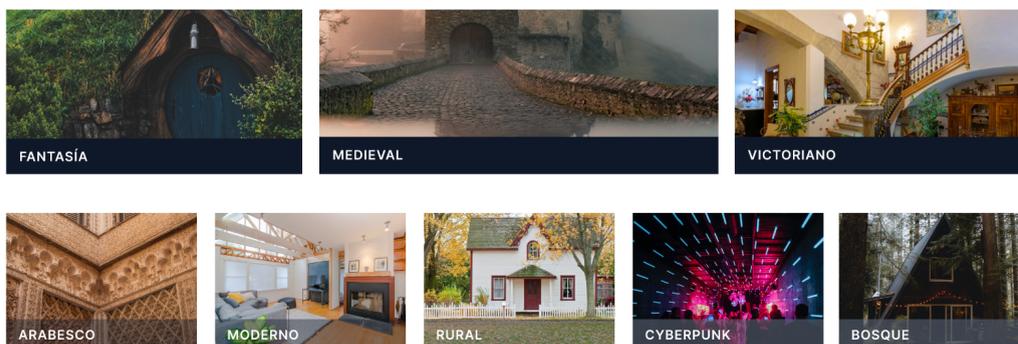


A continuación, se muestran algunas imágenes de ejemplo de estos cambios.



### Explora colecciones populares:

Las colecciones son una selección de las localizaciones más interesantes organizadas por temáticas.



larpi Colecciones Centro de mensajes Reservas / Visitas Ayuda EUR €

Medieval / Cataluña / Girona




### Castell de Llaés. Girona

15 personas 8 habitaciones 3 baños Jardín y patio Medieval, fantasia...

El Castillo de Llaés es un castillo del siglo X, Bien Cultural de Interés Nacional y Patrimonio Histórico Protegido, reformado como Casa Rural. Se trata de un proyecto de reforma y mejora constante que se puede alquilar entero o...

VER MÁS

1234 € total	
Entrada	Salida
Elige fecha	Elige fecha
Asistentes	
-- personas	
515 €/noche x 2	1030 €
Gastos de limpieza	100 €
<b>Total</b>	<b>1130 €</b>

Contacta Reserva

Elige un día para una visita gratuita

2023 Larpi Privacidad Ayuda Mapa del sitio

1234 € total	
Entrada	Salida
Elige fecha	Elige fecha
Asistentes	
-- personas	
515 €/noche x 2	1030 €
Gastos de limpieza	100 €
<b>Total</b>	<b>1130 €</b>

Contacta Reserva

Elige un día para una visita gratuita

larpi Colecciones Centro de mensajes Reservas / Visitas Ayuda EUR €

Castillo Sant Mori, Girona. MODIFICAR

**Estos son los detalles de tu reserva**

Precio: 1130 €

Entrada y salida: 15/09/2024 - 17/09/2024

Asistentes: 30 personas

Responsable de la reserva: Cristina Pons Ferrer, Calle Falga, 123, 091234, Barcelona, España.

Desglose de precio	
515 €/noche x 2	1030 €
Gastos de limpieza	100 €
<b>Total</b>	<b>1130 €</b>

Volver al inicio

Contacta con la localización

¿Tienes alguna petición especial? Puedes escribir a los responsables de la localización desde Larpi.

2023 Larpi Privacidad Ayuda Mapa del sitio

## ¡Ya tienes reservada tu visita!

Recibirás un correo con todos los datos e instrucciones para tu llegada

Ver tus visitas Volver a los resultados



Corte de invierno



Cyberpunk



Las Mil y Una Noches

Localizaciones guardadas: 5  
Reservas pendientes: 0  
Visitas pendientes: 1

Localizaciones guardadas: 4  
Reservas pendientes: 0  
Visitas pendientes: 0

Localizaciones guardadas: 1  
Reservas pendientes: 0  
Visitas pendientes: 0

## Reservas y visitas

Aquí puedes consultar tus próximos compromisos

### Visitas:



Castell de Llaés. Girona  
7/10/24 - 15:00 a 16:00  
[Confirmada por la localización](#)



Can Ceremines. Xerta  
7/10/24 - 20:00 a 21:00  
[Confirmada por la localización](#)

[< VOLVER AL BUSCADOR](#)

[Mi perfil](#)

[Mis mensajes](#)

[Reservas/Visitas](#)

[Mi calendario](#)

[Mis colecciones](#)

[Mis reseñas](#)

## Mi perfil



Hola, Cristina

[✎ Editar](#)

Acerca de:

Empezó a jugar al rol en vivo gracias a un

## 6. Conclusiones del proyecto



Figura 38. Parque temático Fort Bravo. Fuente: Not Only Larp

España es un lugar todavía por descubrir. La historia de nuestro territorio ha estado repleta de un crisol de culturas que nos han dejado una inspiración única para construir sitios en los que se podrían contar las más fabulosas historias. Sin embargo, **muchos de esos sitios todavía no han sido “descubiertos” más allá de los ojos de sus actuales propietarios.**

**La forma de ocio alternativo que supone el rol en vivo puede ser el motor perfecto para sacar estos lugares a la luz.** Lugares que tal vez no se consideraban “aptos” para otras actividades con las que el público general español sí está más familiarizado, como, por ejemplo, el turismo.

El rol en vivo es una actividad con tendencia al crecimiento y, aunque la imaginación es poderosa, cada vez más se está tendiendo a considerar el escenario donde se realizan los eventos como una parte vital de la actividad, si no como un elemento más de juego.

Existen muchos buscadores de alojamientos basados en España, alojamientos en su mayoría hoteles turísticos o casas vacacionales, sin embargo, no hay actualmente ninguna web que aúne toda la oferta especial de lugares con alma, localizaciones

tematizadas en los que no solo ir a dormir, sino a disfrutar de una forma de narración compartida que nos acerca a mundos fantásticos y que nos permite experimentar de forma auténtica cosas que no se suelen ver fuera de las obras de ficción.

**Es necesario cubrir tender un puente entre los lugares donde se podrían contar historias y aquellos que tienen ganas de vivirlas.**

Durante la realización de este proyecto se descubrió en qué se fijaban realmente los aficionados a esta actividad, pero también la cantidad de sitios espléndidos y cercanos que desprenden esa magia especial que los podría convertir en el escenario de cualquier historia.

Se proponía inicialmente un buscador para aunar todos estos espacios, sin embargo, la fase de investigación y posteriormente la de definición demostró que se podía llevar el proyecto más allá, **porque “reservar” el lugar no era lo primordial para este tipo de público, si no tener la capacidad de hacer visitas** y, también, de poder guardar las páginas de estas localizaciones en lo que en el prototipo se ha denominado como “colecciones”.

En ese aspecto, se han cumplido los objetivos iniciales del trabajo, como crear una web que aunara la oferta de localizaciones temáticas en España y se refinase el proceso de búsqueda. También, gracias a las acciones realizadas en la fase de evaluación, se ha creado a base de iteraciones una plataforma viable y accesible, que cumple las necesidades de este grupo de personas objetivo.

En principio, se había puesto como un objetivo inicial el de fomentar la búsqueda de alojamientos sostenibles y accesibles que también fueran tematizados, no obstante, en la fase de investigación se descubrió que dada la dificultad actual de encontrar localizaciones viables para realizar roles en vivo en España, la sostenibilidad no es una prioridad del público objetivo que ocupa este trabajo. **Aun así, es muy probable que una web como la que se propone en este proyecto facilite el proceso de búsqueda y cubra las necesidades básicas de las organizaciones de rol en vivo y eventos temáticos y, por tanto, puedan empezar a considerar la sostenibilidad como otro de los requisitos importantes en la búsqueda de localizaciones.**

## Trabajo a futuro

El tiempo limitado para desarrollar el presente trabajo ha dejado fuera algunas cuestiones importantes que tener en cuenta de cara a acciones futuras. En primer lugar, para la viabilidad del proyecto a futuro, **es necesaria la realización de la creación de un segundo User Persona basado en los responsables de las localizaciones temáticas que aparecerían en el buscador.** Después de ello, se seguiría el mismo proceso que con el User Persona actual, esto es la creación de escenarios y User Journey, etc.

Además, sería imprescindible crear unos diagramas de flujo específicos para este tipo de perfil, seguidos de unos wireframes interactivos que implementar a posteriori en el prototipo de alta fidelidad. Por descontado y siguiendo la metodología del Design Thinking, estas nuevas partes del prototipo también deberían ser evaluadas, para después realizar las mejoras.

**Por otra parte, a pesar de que este tipo de búsquedas se hacen más utilizando ordenadores como dispositivo principal, por supuesto, habría que crear la versión web para móviles de Larpi** y, yendo más allá, investigar si una aplicación sería adecuada para una plataforma que ofrece estos servicios.

Por último, lo ideal sería ampliar la muestra con la que se ha evaluado el diseño, para así poder obtener nuevos insights de este target. Siguiendo la metodología escogida para este trabajo, se podría decir que un proyecto no termina nunca, ya que siempre se puede seguir iterando y mejorando, para hacerlo más usable.

**El descubrimiento más relevante para un proyecto siempre está en la siguiente iteración.**

---

## Agradecimientos:

Para finalizar quisiera agradecer a mi tutor del TFM, Marc Bellés Fabregat, por su apoyo durante el proyecto y su feedback concienzudo a lo largo de las diferentes etapas de este trabajo. También a mis compañeros y compañeras de máster, cuya ayuda y aportaciones han enriquecido y facilitado este viaje.

Quisiera hacer una mención especial a todas aquellas personas de la comunidad del rol en vivo que se hayan mostrado más que dispuestas a ayudar en la realización de este proyecto.

Por último, agradecer también a mi familia y amigos, ya que sin su apoyo nada de esto habría sido posible.

## 7. Bibliografía

**Martínez, C. (2014).** Tesis Doctoral: La búsqueda de nuevos valores, referente y modelos en un mundo líquido: el refugio de la cultura friki en España. Universidad pontificia de Salamanca, Madrid.

**Montes, C. (2017).** Trabajo de Fin de Máster: la observación de competencias transversales en eventos de rol en vivo. Universidad Rey Juan Carlos, Madrid.

**Iparraguirre, J (2017).** "Informe de resultados del Censo LARP Spain 2017". Censo LARP Spain blog. [consulta: el 6 de octubre de 2022] Disponible en: [https://drive.google.com/file/d/1aOwGB\\_ZORDR1QJGRz5y1AP-HjNFGbtL6/view](https://drive.google.com/file/d/1aOwGB_ZORDR1QJGRz5y1AP-HjNFGbtL6/view)

**Rubio Asensio, María. (2020).** "REV" *Juegos de Rol En Vivo, como metodología innovadora*. Trabajo de final de grado. Universitat de Barcelona [consulta: 24 de octubre de 2022] Disponible en: <http://hdl.handle.net/2445/145605>

**Rubio-Asensio, María & Emma, Quiles-Fernández & Grande-de-Prado, Mario. (2020).** Entrevista sobre juegos de rol realizada en la Universitat de Barcelona. 10.13140/RG.2.2.36466.32961.

**Ruiz Lacasa, Aitor y Ruiz Lacasa, Unai (1995).** *Espada y Brujería, Juego de rol en vivo*, Barcelona, Yggdrasil Jocs, ISBN 84-605-4531-8 [Consulta: 25 octubre 2022]

**Abella, V. Grande de Prado, M. (2010).** Los juegos de rol en el aula. Teoría de la Educación. Educación y cultura en la sociedad de la información. Universidad de Salamanca. Vol.11 Núm. 3. 56-84. [consulta: 24 de octubre de 2022] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=201021093004>

**Travis, D., y Hodgson, P. (2019).** Think Like a UX Researcher: How to Observe Users, Influence Design, and Shape Business Strategy. Boca Ratón, USA: Taylor & Francis Group, LLC. Capítulo 2-3 pp. 64 - 109 [consulta: 1 de noviembre de 2022]

**Jackson, Steve. (1991)** Killer, juego de rol en vivo, Joc Internacional, Barcelona, junio de 1991, título original: Killer: The Game of Assassination, traducción al castellano de Lluís Salvador, ISBN 84-7831-052-5

**Nielsen, J.** "10 Usability Heuristics for User Interface Design". Nngroup [en línea] [Consulta: 22 diciembre 2022]. Disponible en: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

**Woodward, Matthew. Airbnb Statistics [2022]:** User & Market Growth Data [en línea] *matthewwoodward*. Fecha de publicación: 31 de agosto de 2022. [Consulta: 26 de

octubre 2022] Disponible en:

<https://www.matthewwoodward.co.uk/work/airbnb-statistics/>

**Calendario Larp** [en línea] [consulta: 8 de octubre de 2022]. Disponible en:  
<https://calendariolarp.wixsite.com/calendariolarp>

**Jornadas Tierra de Nadie** [en línea][consulta: 8 octubre 2022]. Disponible en:  
<http://jornadas-tdn.org/>

**Mission Together by Not Only Larp** [en línea] [consulta: 8 de octubre de 2022].  
Disponible en: <http://missiontogether.notonlylarp.com/>

**Entrerevs** [en línea] [consulta: 9 de octubre de 2022]. Disponible en:  
<http://www.entrerevs.es/inicio/>

**Booking** [en línea] [consulta: 15 de octubre de 2022]. Disponible en:  
<http://www.booking.com>

**Expedia** [en línea] [consulta: 15 de octubre de 2022]. Disponible en:  
<https://www.expedia.es/>

**Airbnb** [en línea] [consulta: 15 de octubre de 2022]. Disponible en:  
<https://www.airbnb.es/>

**Vrbo** [en línea] [consulta: 15 de octubre de 2022]. Disponible en:  
<https://www.vrbo.com/es-es/>

**GlampingHub** [en línea] [consulta: 15 de octubre de 2022]. Disponible en:  
<https://glampinghub.com/>

**REAJ** [en línea] [consulta: 15 de octubre de 2022]. Disponible en: <https://reaj.com/>

**Pixabay** [en línea] [Consulta: 30 octubre 2022] Disponible en: <https://pixabay.com/es/>

## Figuras

**Figura 1.** Casa Rural Jardín Oriental. Fuente imagen: Escapada Rural Blog.

**Figura 2.** Hotel Can Ceremines. Fuente imagen: Casa Can Ceremines.

**Figura 3.** Filtros presentes en Booking. Fuente: Booking.com.

**Figura 4.** Barra de búsqueda de Vrbo. Fuente: vrbo.com.

**Figura 5.** Tabla de número de personas máximo para las cuales se puede reservar.

**Figura 6.** Detalle del número de plazas de un alojamiento. Fuente: Booking.com.

**Figura 7.** Buscador de REAJ. Fuente: reaj.es.

**Figura 8.** Buscador de GlampingHub. Fuente: Glampinghub.com.

**Figura 9.** Tabla comparativa del benchmark.

**Figura 10:** Tabla del número de horas gastadas en la búsqueda de alojamientos temáticos.

**Figura 11:** Grado de importancia del alojamiento tematizado para la celebración de un rol en vivo.

**Figura 12:** Modos de búsqueda de localizaciones temáticas para rol en vivo.

**Figura 13.** Mas Boronat. Fuente imagen: Web Mas Boronat.

**Figura 14.** Castell Sant Mori. Fuente imagen: Web Castell Sant Mori.

**Figura 15.** Matriz de priorización. Wishing brainstorming.

**Figura 16.** Dendograma del Card Sorting.

**Figura 17.** Diagrama de flujo 1. Encontrar un emplazamiento con unas características concretas.

**Figura 18.** Diagrama de flujo 2. Concertar visitas a alojamientos concretos.

**Figura 19.** Diagrama de flujo 3. Reservar un alojamiento donde se ha estado antes.

**Figura 20.** Sketch de la página de inicio

**Figura 21.** Sketch detalle de la barra de búsqueda.

**Figura 22.** Sketch detalle del desplegable del menú de usuario

**Figura 23.** Sketch de la página de resultados.

**Figura 24.** Wireframe de la Home

**Figura 25.** Barra de búsqueda y detalle.

**Figura 26.** Wireframe de resultados de búsqueda

**Figura 27.** Wireframes de filtros de búsqueda

**Figura 28.** Wireframe de página detalle de localización

**Figura 29.** Wireframes de los pasos del proceso de reserva.

**Figura 30.** Wireframe de proceso de visita.

**Figura 31.** Wireframe de perfil de usuario.

**Figura 32.** Wireframe de centro de mensajes.

**Figura 33.** Wireframe de Mis colecciones.

**Figura 34.** Wireframe de barra de navegación.

**Figura 35.** Capturas de los wireframes lofi interactivos.

**Figura 36.** Art Seven Hostel Capsules. Fuente imagen: [www.hoteles.com](http://www.hoteles.com)

**Figura 37.** Tabla de la gravedad de los hallazgos de la evaluación heurística.

**Figura 38.** Parque temático Fort Bravo. Fuente: Not Only Larp.

## Recursos

### **Design Toolkit**

<http://design-toolkit.uoc.edu/>

**Unsplash.** Imágenes de stock

<https://unsplash.com/es>

**Heroicons.** Iconos svg

<https://v1.heroicons.com/>

**Iconify.** Iconos svg

<https://iconify.design/>

**Canva.** Diseño de fichas

<https://www.canva.com/>

**Figma.** Prototipado interactivo

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

**Google Forms.** Formularios y encuestas

<https://www.google.es/intl/es/forms/about/>

**Tom's planner.** Creación de diagramas de Gantt

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

**Tailwind CSS UI.** Librería en Figma

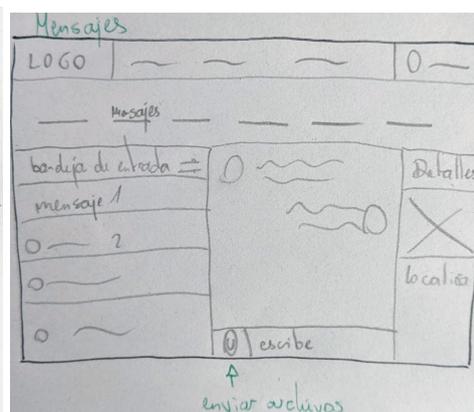
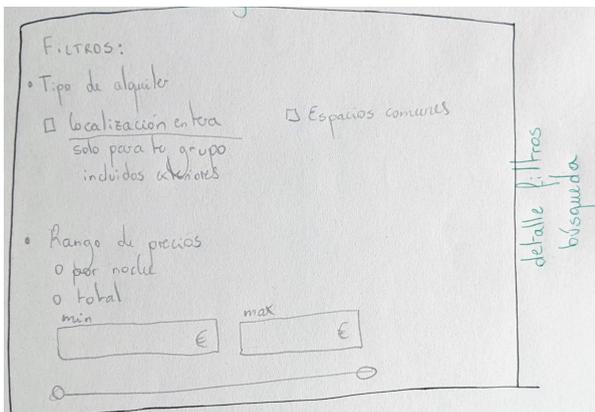
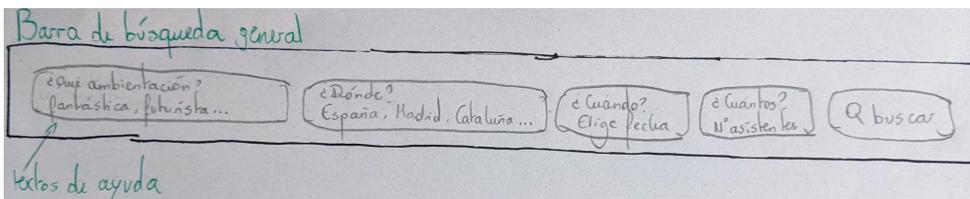
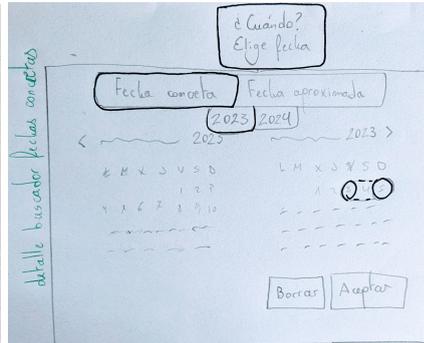
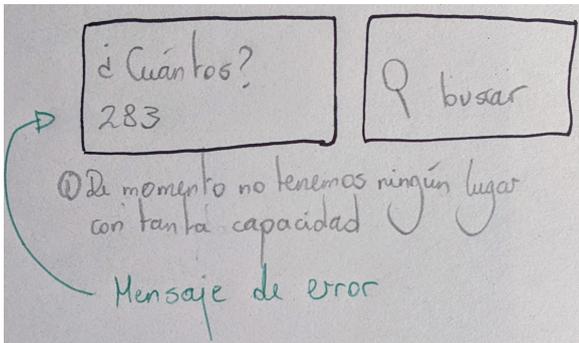
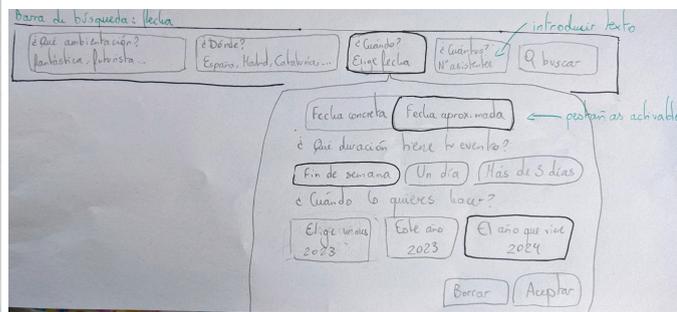
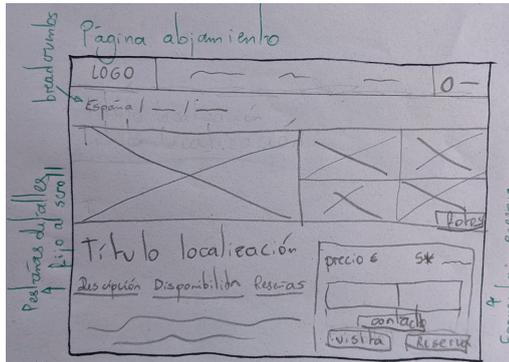
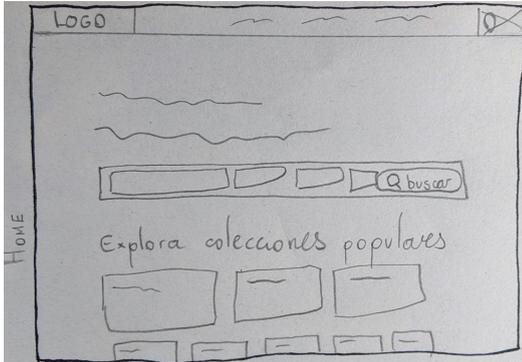
<https://www.figma.com/community/file/768809027799962739>

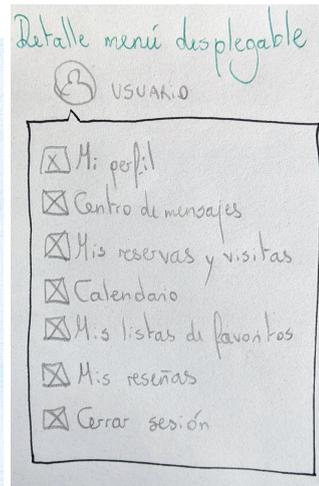
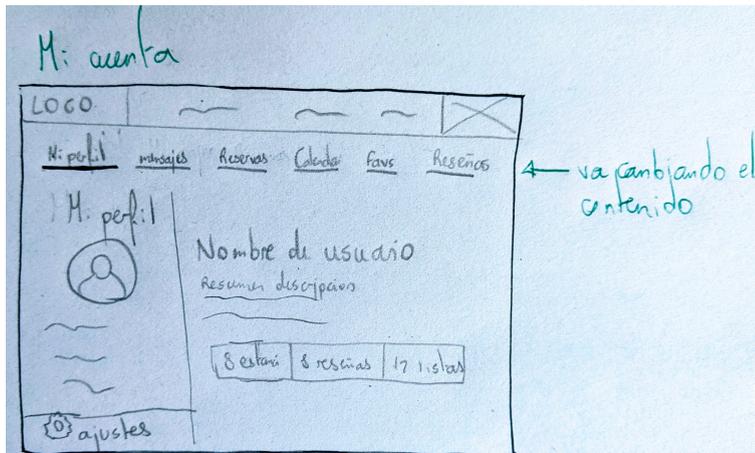
## 8. Anexos

### Plan de trabajo. Planificación de hora según el Diagrama de Gantt

Activity	Inicio	Final	Horas
<b>PLAN DE TRABAJO</b>	<b>01-10-22</b>	<b>12-10-22</b>	<b>24</b>
Investigación previa	01-10-22	02-10-22	4
Elección del tema	02-10-22	03-10-22	6
Justificación, enfoque y métodos	04-10-22	08-10-22	6
Elaboración del plan	08-10-22	12-10-22	8
<b>EMPATIZAR</b>	<b>14-10-22</b>	<b>09-11-22</b>	<b>44</b>
Desk Research	14-10-22	19-10-22	14
Benchmark	16-10-22	19-10-22	8
Encuestas	17-10-22	21-10-22	10
Entrevistas contextuales	18-10-22	21-10-22	8
Mapa de empatía	20-10-22	21-10-22	4
<b>Definir</b>	<b>22-10-22</b>	<b>09-11-22</b>	<b>34</b>
User persona	22-10-22	23-10-22	4
Escenarios	24-10-22	26-10-22	6
User journey	25-10-22	29-10-22	8
Lean UX Canvas	30-10-22	01-11-22	6
Definición de la solución y Problem Stateme...	02-11-22	04-11-22	4
Requisitos	08-11-22	09-11-22	6
<b>IDEAR Y PROTOTIPAR</b>	<b>10-11-22</b>	<b>07-12-22</b>	<b>81</b>
Wishing brainstorming	10-11-22	17-11-22	8
Inventario de contenidos	16-11-22	17-11-22	4
Card-Sorting	18-11-22	23-11-22	20
Arbol de contenidos	22-11-22	25-11-22	6
Diagrama de flujo	27-11-22	30-11-22	8
Sketch y wireframes	29-11-22	04-12-22	15
Primer prototipo	02-12-22	07-12-22	20
<b>EVALUAR</b>	<b>08-12-22</b>	<b>04-01-23</b>	<b>63</b>
Evaluación heurística			8
Test con usuarios	12-12-22	23-12-22	25
Prototipo final	25-12-22	01-01-23	25
<b>Entrega de materiales</b>	<b>11-10-22</b>	<b>04-01-23</b>	<b>53</b>
Maquetación PEC 1	11-10-22	12-10-22	4
Maquetación PEC 2	07-11-22	09-11-22	6
Maquetación PEC 3	05-12-22	07-12-22	8
Maquetación PEC 4	02-01-23	04-01-23	4
Maquetación de la memoria	01-01-23	04-01-23	8
Realización de la presentación para la defen...			12
Vídeos			12

**Sketches**





# larpi

Lugares para contar historias. Larpi: un buscador de localizaciones temáticas para eventos de rol en vivo.

María José Clemente Madrid.  
Trabajo Final de Máster.  
Diseño de interacción y experiencia de usuario.