

Instituto Tecnológico de Costa Rica
Escuela de Ing. en Diseño Industrial

App Huéspedes

DingDone

Proyecto de graduación para optar por el título de
Ingeniero en Diseño Industrial con el grado académico de
Bachiller

Jose Andrés Mena Howell - 2014088202

Asesores:

Franklin Hernández Castro (Académico)

Cartago, Junio 2019.



Resumen ejecutivo

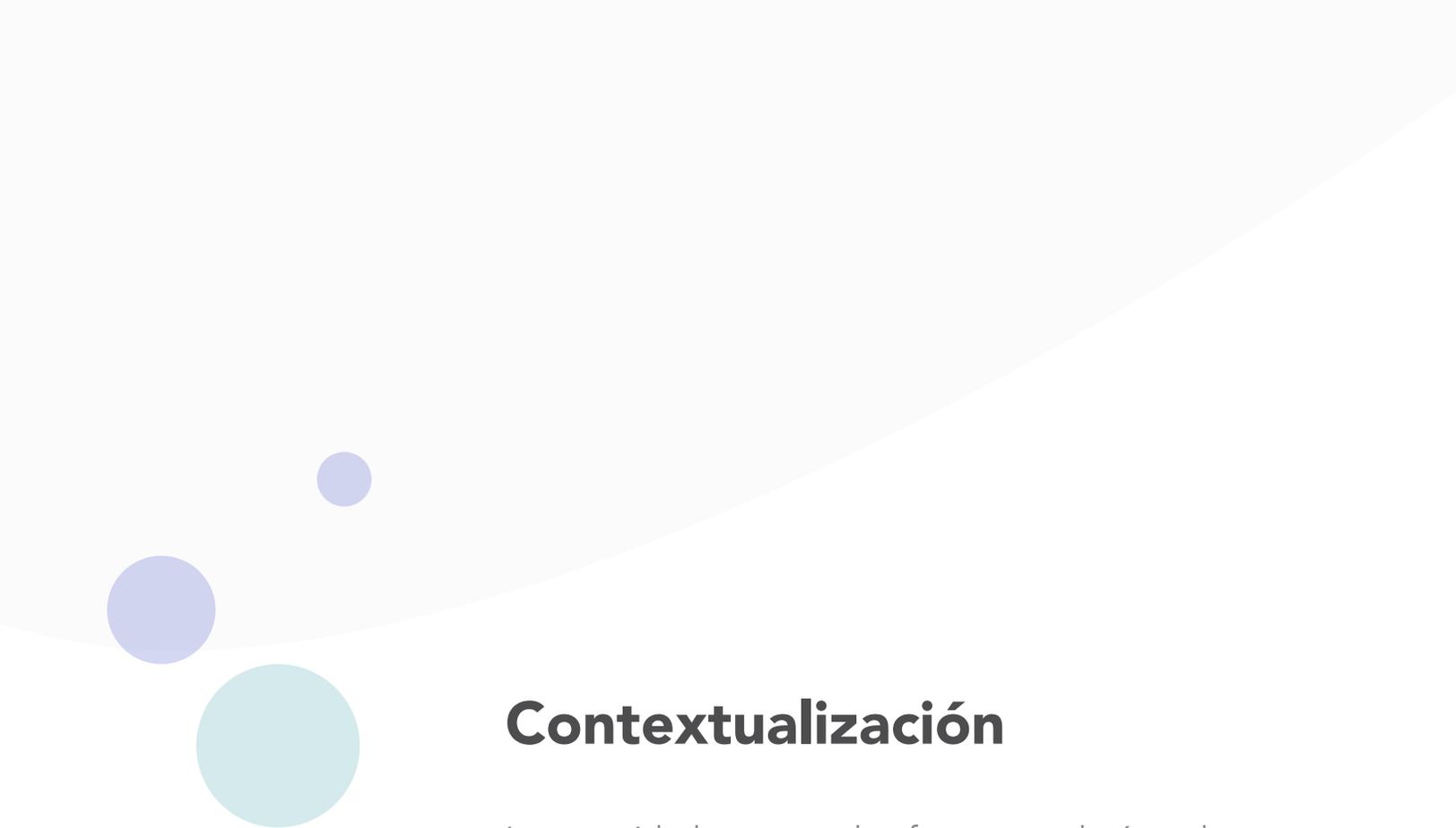
Este primer apartado funciona como una contextualización que pretende resumir el proceso de diseño con el cual se desarrolló el proyecto. Se expondrán una vista general de los contenidos y consideraciones más importantes que se deben contemplar para entender la plataforma. De igual manera se insta a leer el documento completo si se desea entender de forma detallada el proceso y justificación del porque se llegó a la solución propuesta.

A continuación se muestran estas secciones destacadas y la contextualización mencionada en el apartado anterior.

Abstract

This first section of the document works as an introduction that aims to summarize the design process that helped develop this project. The main parts of the process will be explained with the according validations. The reading of the whole document is still recommended in order to understand the process on a more detailed way.

This main sections will be shown in the next pages.



Contextualización

La necesidad por una plataforma para huéspedes se encuentra cuando DingDone descubre que la mayoría de sus clientes tienen problemas logísticos y de comunicación con los huéspedes, que resultan en situaciones que deterioran su nivel de satisfacción y su experiencia general durante su estadía. Por esta razón se propone crear como complemento a la plataforma administrativa actual una nueva etapa dedicada a brindarle el control de los servicios que ofrece el hotel a los usuarios que los requieren, los huéspedes.

Problema

“Generar una plataforma para huéspedes que se adapte a diferentes hoteles y que mejore la experiencia de los clientes en el establecimiento, facilite la comunicación con la administración y genere información que incentive la identificación de problemas y posibles soluciones que puedan existir en el negocio.”

Objetivo General:

Diseñar una plataforma capaz de adaptarse a las necesidades de distintos hoteles, y que mejore la comunicación entre el huésped y el hotel donde se encuentre, aportando valor al establecimiento y resaltando los servicios que este brinda.

Objetivos Específicos:

Proponer una herramienta que sea capaz de ajustarse a las necesidades de distintos hoteles, permitiendo que DingDone utilice un mismo formato para distintos clientes.

Brindar catálogo de servicios para dar a conocer al huésped las actividades y posibilidades que ofrece el hotel.

Permitir que la solución funcione como complemento a la plataforma existente de DingDone, con fin de simplificar el proceso de reporte y evitar retrabajos.

Habilitar una línea de comunicación de mensajería directa entre el hotel y el huésped.

Generar una sección de Perfil de usuario que permita recopilar información sobre su estadía y recomendaciones del mismo.

Estilo gráfico definido:

Cards



Botones



Elementos constantes



Texto

H1 - Montserrat Semibold _ 26

H2 - Montserrat Regular _ 26

H3 - Montserrat Regular _ 20

H4 - Montserrat Medium _ 17

H5 - Montserrat Semibold _ 14

H6 - Montserrat Regular _ 14

Body - Montserrat Regular _ 15

Paragraph - Montserrat Regular _ 13

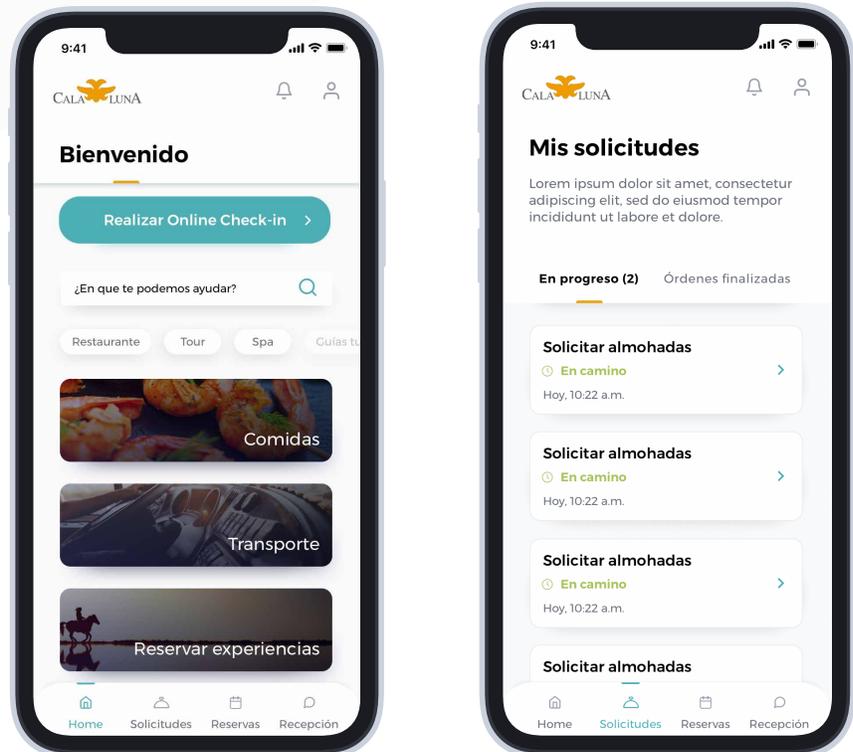
Detail - Montserrat Regular _ 12

Proporción cromático



Resultado:

Se obtiene como resultado final una maqueta funcional del diseño de la plataforma contemplando el cumplimiento de los objetivos y logrando un equilibrio entre la experiencia del usuario y las necesidades de la empresa.



Gradiente de mejora:

Se logra mejorar el paradigma de visualización de servicios establecido en este tipo de plataformas.

Se logra brindar flexibilidad de identidad a la plataforma garantizando que sea clara y fácil de entender.

Se brinda una línea directa de comunicación entre el hotel y el huésped.

Se logran optimizar procesos como el online check-in que en general mejoran la experiencia del huésped.

Índice

Introducción	9
Empresa	10
Justificación	11
Problema	13
Objetivos	14
Alcances y limitaciones	15
Antecedentes	16
Actualidad	17
Marco Teórico	18
Glosario	19
Metodología	22
Cronograma	25
Investigación	29
Investigación de campo	30
Supuestos	34
Referencias	37
Mínimos comunes	46
Personas	48
Necesidades	54
Tráfico y pareto	56
Desarrollo	63
Arquitectura	64
Cardsorting	67
Corrección de arquitectura	71
Navigation Paths	74
Journey Map	79

Wireframes	81
Paper Prototyping	93
Arquitectura Beta	102
Análisis de UI	104
Aplicación del UI	108
Pruebas Heurísticas	117
Resultados	122
Entregables finales	123
Conclusiones	129
Recomendaciones	131
Bibliografía	133
Anexos	134

Introducción

Empresa

Justificación

Problema

Objetivos

Alcances y limitaciones

Antecedentes

Actualidad

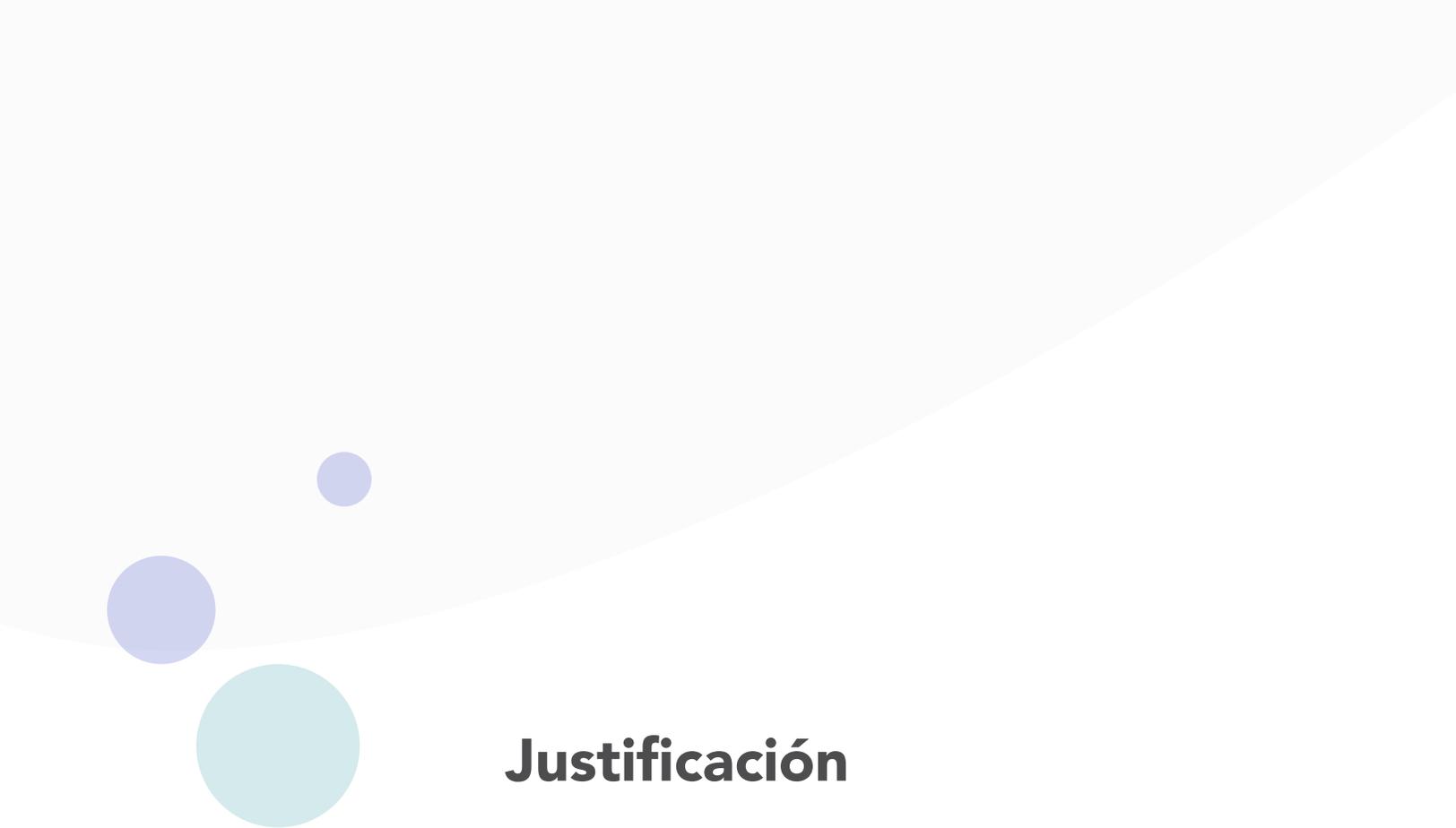




Sobre la empresa

El proyecto se está desarrollando dentro de la empresa CreativeDrive Latam. La empresa es parte de una red internacional enfocada en el desarrollo de contenido y tecnología. Esta red cuenta con 21 sedes en 9 países, y a nivel nacional, cuentan con áreas especializadas en experiencias y activaciones, tecnología y publicidad. En el área de tecnología, se cuenta con un departamento especializado en el análisis y desarrollo de plataformas enfocadas en el usuario y de diseñar experiencias tecnológicas centradas en el mismo.

CreativeDrive tiene de cliente a un emprendimiento nacional llamado DingDone. Esta empresa surge como un desarrollador de plataformas enfocadas en la industria hotelera. Actualmente cuentan con una aplicación para gestiones administrativas de hotel y manejo de personal que busca facilitar la organización dentro de distintos alojamientos. Con este objetivo, se han logrado colocar en el mercado nacional e internacional. En resumen, DingDone actualmente cuenta con una plataforma que es un administrador de flujo de trabajo que le facilita a los hoteles el manejo administrativo del mismo y optimiza el proceso de manejo de tareas del personal.



Justificación

Gracias a la experiencia de la empresa en el mercado, se logró identificar una oportunidad de mejora y de optimización para el paradigma de manejo y organización en la industria hotelera. Al darle seguimiento a esta oportunidad, se genera el proyecto de desarrollar una aplicación concierge. Esta aplicación funcionaría como un complemento a la plataforma con la que la empresa cuenta actualmente, y atacaría específicamente la deficiencia entre la comunicación del hotel con el huésped y viceversa. Con este proyecto se mejoraría la experiencia de los mismos y se lograría modernizar un paradigma de servicio al cliente, volviéndolo digital de una forma carismática y enfocada en la usabilidad. Esta solución también ayudaría a agilizar procesos en los hoteles y estandarizarlos, mejorar la experiencia del huésped, mejorar la comunicación entre el mismo y el hotel, y generar data útil para los hoteles, ya que la actividad que el huésped tenga y su experiencia se podrá documentar y tabular de manera automática gracias a la plataforma.

Con base en esto, se definen 4 pilares de justificación:

Comunicación:

Debido a que se genera una línea de comunicación directa entre el huésped y el hotel, se optimizaría el proceso actual que utilizan los huéspedes para realizar solicitudes y comunicarse de forma general con el hotel.

Innovación:

Se pretende modernizar el paradigma de servicio al cliente a nivel de hotelería. Presentando una solución que aproveche la tecnología y optimice el proceso

Trazabilidad:

Gracias a la digitalización de los procesos internos del hotel, se aumentará la actividad que el usuario realice desde algún dispositivo, y toda esta actividad genera data tabulable para métricas y control de calidad del hotel. Con estas métricas, el hotel puede fortalecer los servicios que los usuarios más solicitan e identificar puntos de mejora entre la oferta del hotel.

Valor Agregado:

La capacidad que tendría el hotel de mejorar sus servicios y además de eso otorgar al usuario una solución digital para facilitar su interacción, generarían una mejor experiencia para el huésped durante su visita. Estas razones rescatan el valor agregado que aportaría la plataforma y resalta la razón de ser del proyecto.



Problema

Basándose en todo lo que se ha visto hasta ahora, el problema a solucionar con el proyecto se definió como:

“Generar una plataforma para huéspedes que se adapte a diferentes hoteles y que mejore la experiencia de los clientes en el establecimiento, facilite la comunicación con la administración y genere información que incentive la identificación de problemas y posibles soluciones que puedan existir en el negocio.”

Objetivos

Con el fin de solucionar el problema definido en el desarrollo del proyecto, se definen los siguientes objetivos a cumplir:

Objetivo General:

Diseñar una plataforma capaz de adaptarse a las necesidades de distintos hoteles, y que mejore la comunicación entre el huésped y el hotel donde se encuentre, aportando valor al establecimiento y resaltando los servicios que este brinda.

Objetivos Específicos:

Proponer una herramienta que sea capaz de ajustarse a las necesidades de distintos hoteles, permitiendo que DingDone utilice un mismo formato para distintos clientes.

Brindar catálogo de servicios para dar a conocer al huésped las actividades y posibilidades que ofrece el hotel.

Permitir que la solución funcione como complemento a la plataforma existente de DingDone, con fin de simplificar el proceso de reporte y evitar retrabajos.

Habilitar una línea de comunicación de mensajería directa entre el hotel y el huésped.

Generar una sección de Perfil de usuario que permita recopilar información sobre su estadía y recomendaciones del mismo.

Alcances y limitaciones

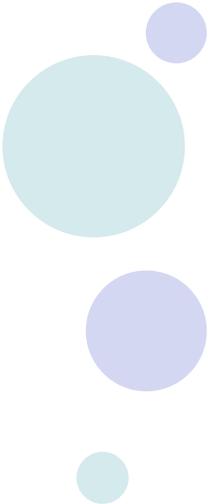
Para cumplir estos objetivos se definió el alcance que tendría el proyecto como generar el diseño y la arquitectura de una plataforma para huéspedes de hotelería que solucione la problemática planteada, definiendo además los siguientes entregables:

Una maqueta funcional que simule como ser verá y cómo será la interacción con la plataforma

Un animatic que ayude a transmitir la experiencia deseada al utilizar la aplicación

Guías de animación, journey map y arquitecturas, que ayuden a contextualizar a los desarrolladores en cómo funcionará la aplicación.

Además de la definición de alcances, también es importante definir una serie de limitaciones que tendría el proyecto debido al contexto con el que se afrontará. La plataforma deberá funcionar como complemento para la herramienta de gestión que existe actualmente (DingDone), por lo tanto, deberá contar con una sección de reporte de problemas con el fin de que los huéspedes puedan solicitar ayuda de forma independiente. Debido al método de negocio de DingDone, se plantea que la plataforma sea capaz de ajustarse a las necesidades de distintos hoteles, debido a esto, las funciones y el diseño se deben comportar de manera modular, permitiendo ser ajustadas para cada hotel, sin comprometer la experiencia final.

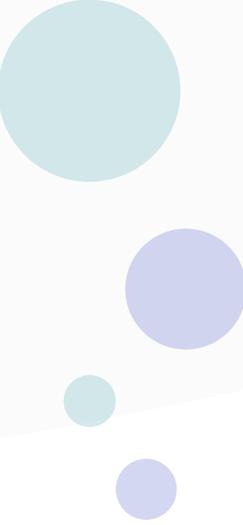


Antecedentes

La necesidad por una plataforma de este tipo se encuentra cuando DingDone descubre que la mayoría de sus clientes tienen problemas logísticos y de comunicación con los huéspedes, que resultan en situaciones que deterioran su nivel de satisfacción y su experiencia general durante su estadía.

Muchos hoteles no cuentan con personal dedicado a servicios de concierge, y estas tareas caen en colaboradores que ya de por sí están saturados con su carga laboral normal. Debido a esto, los hoteles recibían feedback que refería a que la atención al cliente podía sentirse “apresurada” o “problemática”. Al tratar de afrontar este problema, los gerentes se dieron cuenta además de la falta de información y estadísticas tabulables que tenían con respecto a esta oferta de servicios.

Tomando en cuenta que DingDone es una empresa que busca brindar soluciones digitales al sector hotelero, estos gerentes se comunican con ellos para hacerles notar esta situación y así solicitar una solución. Debido al gran resultado que ha tenido DingDone (administrativo), se espera una solución que se pueda complementar con dicha herramienta para dar un producto mucho más útil y completo.



Actualidad

Actualmente no existe gran variedad de oferta en plataformas concierge en el mercado, y casi nulas a nivel nacional. La mayoría de los procesos que se pretenden digitalizar ahora se resuelven con métodos tradicionales, desde una línea telefónica directa (ubicada solo en la habitación), hasta pequeñas notas o radios móviles que los colaboradores deben cargar. Estos procesos transmiten una sensación de desorden y falta de profesionalismo, y a la vez causa el tipo de feedback del que se habló anteriormente.

Encontrar una plataforma que les resuelva el problema se convierte en una tarea imposible, más aún una que sea compatible y aproveche la plataforma de gestión de tareas que el hotel ya maneja. A su vez los hoteles no tienen una organización clara de servicios y contenidos, lo cual causa una falta de estandarización de procesos que los entorpece. Logrando generar un proceso óptimo, y brindando las herramientas necesarias para seguirlo, también se atacaría la problemática de falta de información, que en este momento dificulta a los hoteles generar reportes y análisis estadísticos de la actividad que sucede en su establecimiento.

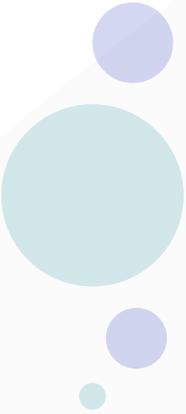
Marco Teórico

Glosario

Metodología

Cronograma





Glosario

En la siguiente sección, se pretende explicar algunos de los términos que se utilizarán en el desarrollo del proyecto. Con estas definiciones se pretenden estandarizar algunos conceptos y facilitar el entendimiento de este informe.

Gestor administrativo:

El gestor administrativo hace referencia a la plataforma actual con la que cuenta la empresa DingDone, especializada en organizar las gestiones del día a día de los hoteles.

Kickoff:

El kickoff se refiere a la reunión inicial que se tendrá con el cliente. La reunión tiene como objetivo idear y establecer una base y un primer acercamiento al proyecto.

Reach mapping:

El reach map es una herramienta comúnmente utilizada en el kickoff y es un medio de visualizar gráficamente la idea inicial de un proyecto.

Journey map:

El journey map es una herramienta similar a los navigation paths, pero con un perfil más técnico. Su función es generar un mapa que incluya todos los posibles escenarios con los que se podrá encontrar el usuario.

Concierge:

El concierge es un colaborador en hoteles que se encarga de mantener a los huéspedes con una buena experiencia y ayudarlos con sus necesidades.

App Concierge:

Las app concierge son un tipo de plataforma que intentan transmitir todas las funciones de un concierge a un medio digital.

PWA:

Diminutivo de "Progressive Web App", es un tipo de tecnología que se utiliza al desarrollar plataformas y permite que la plataforma sea obtenida desde un punto distinto a las tiendas principales de aplicaciones.

Plantilla:

Hace referencia a las plataformas que permiten adaptar su línea gráfica y contenidos según las necesidades de un usuario específico.

Custom-Made:

Se refiere a las plataformas desarrolladas con las necesidades de una empresa en específico en mente.

Booking:

Se refiere al proceso de reserva en línea de un hotel. En este informe se refiere específicamente a las plataformas que se especializan en esto.

App Catálogo:

Se refiere al tipo de plataformas especializadas en mostrar un gran inventario de contenidos al usuario.

Catálogo:

Se refiere específicamente a la sección propia de una plataforma donde se muestran los contenidos que esta ofrece. Por lo general, esta sección contiene una gran cantidad de información.

Check-In:

Se refiere al proceso de registro de un huésped al ingresar a un hotel.

Check-Out:

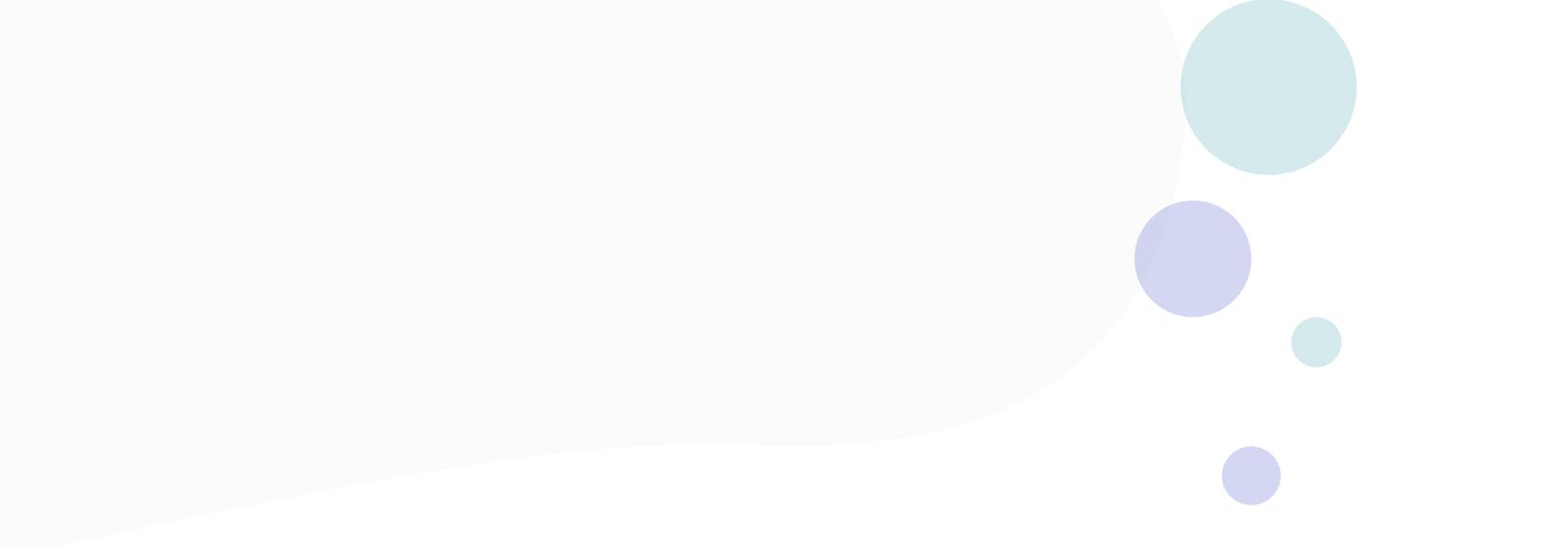
Se refiere al proceso de salida de un huésped al finalizar una estadía en algún hotel.

Hotel Survey:

Se refiere al formulario que tienen los hoteles durante el proceso de check-out para los huéspedes. Su intención es captar los comentarios de los huéspedes sobre su experiencia.

Servicios de hotel:

Se refiere a todos los servicios, actividades, productos o experiencias que el hotel ofrece como valor agregado a sus clientes.



Metodología

Para explicar la metodología a seguir durante la realización de este proceso, éste se separa en 9 etapas que abarcan desde el inicio del proyecto hasta el entregable final que funcionaría como insumo principal para que el desarrollo de la aplicación suceda de forma clara y sin perder la experiencia deseada en el producto final.

Investigación:

En esta etapa se realiza una recolección de información pertinente al proyecto con el fin de contextualizarse en el ambiente del mismo.

Herramientas a utilizar: kickoff (reunión inicial), visitas, entrevistas, referenciales, búsqueda de antecedentes, entre otros.

Análisis de lo existente:

Esta etapa consta de filtrar toda la información obtenida en la etapa anterior y obtener los resultados, solo la información útil.

Herramientas a utilizar: Referenciales, análisis de información, resúmenes, supuestos y requerimientos,, mínimos comunes, ejes semánticos.



Análisis de usuarios:

Se plantean las personas y se genera un análisis de las mismas. Esto se realiza con el fin de contextualizarse y poder entender al usuario final, ayudando al diseñador a entender de forma más completa al usuario final, mejorando la calidad del producto final del proyecto.
Herramientas a utilizar: Personas, Journey maps

Definición de contenidos:

Con la información filtrada, en esta etapa se comienzan a definir las posibilidades, los alcances, los contenidos y la organización completa de la plataforma.
Herramientas a utilizar: Arquitectura Alfa, Navigation paths, Cardsorting, Arquitectura beta.

Diseño (UX):

En esta etapa se utilizan los resultados de la definición de contenidos como guía para generar la propuesta de diseño de la plataforma, comenzando desde wireframes en grises y de baja fidelidad.
Herramientas a utilizar: Wireframes (Grises), prototipos.

Validación:

Durante la validación se prueba la propuesta en diferentes ambientes con el fin de recibir la mayor cantidad de retroalimentación. Normalmente, esta etapa genera cambios que deben aplicarse en la propuesta generada, para aumentar la usabilidad de la misma.
Herramientas a utilizar: Reuniones, pruebas de usuario, paper prototyping, prototipo en grises.

Diseño. (UI):

Con la navegación aprobada, se adapta el diseño, aplicando cambios de UI con la línea gráfica definida por DingDone. En esta sección el prototipo demuestra la navegación y el look & feel final del diseño.

Realización de guías:

Las guías generadas en este proceso son las que permiten que la plataforma transmita la experiencia deseada, y además funciona como insumo para cualquier proceso que se deba realizar en el futuro.

Herramientas a utilizar: Guías de animación, guías de marca.

Conclusiones:

En esta última etapa se debe realizar el análisis de todo el proceso, y los contenidos pertinentes para transmitir el conocimiento generado y el facilitar el entendimiento del proyecto.

Herramientas a utilizar: Resúmenes, informes, presentaciones, videos.

Todo el proceso además se basara en los principios de Design Thinking y Value Proposition Design, principalmente en la naturaleza iterativa de algunas etapas (Principalmente las de Diseño y Validación) que ayudan a curar la propuesta y garantizar la efectividad de la propuesta final en su entorno. Además se trabajará bajo la guía del libro "usability cookbook" para apegarse al método estandarizado de trabajo, y complementar las otras metodologías con una orientada más a lo académico e investigativo.



Cronograma

Una vez definidos los pasos de la metodología, estos se incorporan en un cronograma que pretende ordenar los tiempos para que la realización del proyecto se complete de la mejor manera.

Semana 1

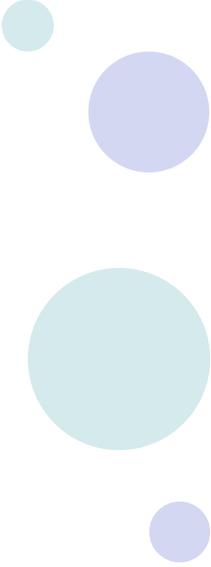
Esta semana inicia el proyecto con una reunión de kickoff y entrevistas con usuarios de la plataforma actual y a posibles usuarios de la plataforma que se diseñará en este proyecto.

Actividades: Reunión de kickoff, entrevistas y visitas.

Semana 2

La segunda semana dará pie a una fase investigativa donde se recopilará información acerca del proyecto y de lo existente en el mercado. Esta investigación se hará basándose en lo establecido en la semana anterior.

Actividades: Recopilación de información



Semana 3

Con toda la información recopilada de la semana 2, se dedicará la tercera semana a analizar toda la información y generar conclusiones que funcionarán como insumo para las herramientas necesarias en el proceso de diseño. Además de estas conclusiones, en esta semana se concluye el análisis de referenciales y de usuarios. Actividades: Reunión de entrega de research y conclusiones

Semana 4

Basándose en las conclusiones de la semana, la semana 4 propone desarrollar los contenidos que existirán en la plataforma con el fin de definir la extensión y la cantidad de información que se incluirá en la plataforma. Actividades: Cardsorting, Arquitectura de información, Navigation paths, validación con el cliente

Semana 5

Esta semana se dedicará a corregir los contenidos propuestos con el insight del cliente y a desarrollar otras herramientas que mostrarán de distintas formas más completas los contenidos que la plataforma tendrá. Actividades: Corrección de contenidos, validación del cliente, Journey Map

Semana 6

Con todos los contenidos e insumos definidos, se inicia en semana 6 con el diseño en grises de la estructura de la plataforma, diseñando así el primer acercamiento a la aplicación en baja fidelidad. Actividades: Diseño de Wireframes

Semana 7

Esta semana se separa para exponer las primeras iteraciones de diseño desarrolladas la semana anterior con el fin de iniciar ajustes y mantener el proyecto encaminado en la visión deseada. Actividades: Diseño de Wireframes y validación con el cliente

Semana 8

La semana 8 se utilizaría para terminar los wireframes, y una vez que estos estén finalizados, generar una maqueta funcional con el fin de poder realizar pruebas en usuarios. Actividades: Desarrollo de maqueta, validación con el cliente.

Semana 9

Con la maqueta desarrollada, se aplicarán pruebas tanto con usuarios finales como con expertos de hotelería con el fin de generar la mayor cantidad de información que permita que las conclusiones queden mejor alimentadas. Actividades: Realización de pruebas de usuario

Semana 10

Una vez aplicadas las pruebas de usuario y analizados los resultados, se definen los cambios necesarios a aplicar en el diseño de la plataforma con el fin de mejorar la navegación, según lo visto en dichas pruebas. Actividades: Diseño de Wireframes

Semana 11

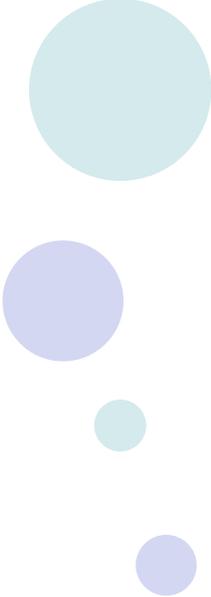
Con la maqueta en grises desarrollada, se separa la semana 11 para definir claramente el look & feel que se le pretende dar a la plataforma y desarrollar los insumos que le faciliten el proceso de incorporación de dicho look & feel a los wireframes en grises. También se debe analizar el estilo que tiene definido la plataforma actual y buscar los paradigmas que esta sigue, para utilizar como punto de referencia.

Actividades: Análisis y propuesta para UI

Semana 12

Es en semana 12 que se inicia el diseño a color de los wireframes, aplicando todas las conclusiones generadas en la semana anterior.

Actividades: Diseño de Wireframes a color



Semana 13

La semana 13 se maneja una maqueta completa con el look & feel aplicado y se presenta al cliente. Esta maqueta además se utiliza para realizar las pruebas heurísticas.
Actividades: Diseño de Wireframes a color, Pruebas heurísticas

Semana 14

Con las pruebas analizadas, se realizan los ajustes necesarios y se finaliza la maqueta de alta fidelidad.
Actividades: Ajuste de Wireframes a color

Semana 15

La semana 15 se utilizaría para generar documentación del proyecto, así como las guías necesarias para contextualizarse en el proyecto y facilitar la fase de desarrollo.
Actividades: Generación de documentación

Semana 16

Para finalizar, la semana 16 se lleva a cabo la presentación del proyecto final.

Investigación

Investigación de campo

Supuestos

Referencias

Mínimos comunes

Personas

Necesidades

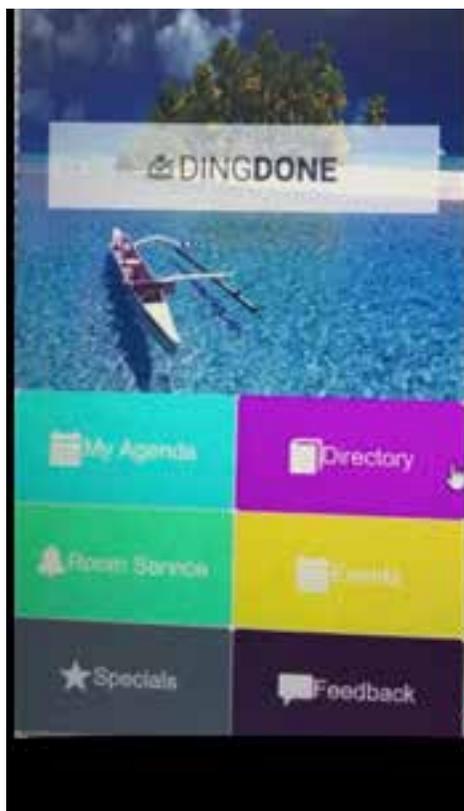
Tráfico y pareto

Contextualización de necesidades



Investigación de campo

Para la primera etapa de investigación, se inició realizando la primera reunión con el cliente. En esta reunión se plantea la necesidad base del proyecto, además el cliente explica la idea y orientación que tiene DingDone como empresa. Él tenía preparado una base diseñada por él de cómo se imaginaba la plataforma, la cual mostró en la reunión.



Referencia mostrada y generada por el cliente en la reunión de kickoff

La imagen anterior es la referencia que el cliente había generado como punto de partida para iniciar el proyecto. Tras analizarla se concluye que, si bien desde el punto de vista de diseño y usabilidad el insumo no contaba con mucho valor, funcionaba muy bien para generar un mapa general de contenidos y alcances (Reach mapping) que permitiría definir una lista de contenidos preliminares que le interesaban al cliente. Si bien este ejercicio no dictara una estructura final, al involucrar al cliente se puede comprender mejor la dirección que este tiene planeada para la plataforma. El mapa mencionado se muestra a continuación.

Agenda

Eventos del hotel

Reservar hotel

Mi Agenda

Feedback

Calificación de servicios

Survey

Validar estadía

Reporte de problemas

Eventos

Información de eventos

Reservar hotel

Cancelar reserva

Directorio

Tours

Comidas

Especiales

Ofertas

Destacados

Room Service

Solicitar comidas

Perfil

Información general

Check-In / Check-out

Número de habitación

Al finalizar con la reunión, se realizan visitas a distintos hoteles para experimentar los métodos que se utilizan actualmente en cada uno, y así conseguir el testimonio de las personas que experimentan de primera mano el contexto real al que se expondrá el producto final del proyecto. Se realizaron varias entrevistas, tanto con expertos de hotel como con huéspedes de cada uno y se agregaron algunos contenidos a la lista preliminar que se inició con el cliente. A continuación se muestran los contenidos que se obtienen de estas entrevistas, los contenidos que se agregan en esta etapa se demarcan con color.

Agenda

Eventos del hotel

Reservar hotel

Mi Agenda

Eventos cercanos

Lugares de interés

Directorio

Tours

Comidas

Servicios de habitación

Transporte

Reservar espacios

Contacto Importantes

Feedback

Calificación de servicios

Survey

Validar estadía

Reporte de problemas

Recomendaciones

Especiales

Ofertas

Destacados

Room Service

Solicitar comidas

Preferencias para la habitación



Eventos

Información de eventos
Reservar hotel
Cancelar reserva
Destacados cercanos
Notificaciones de eventos

Perfil

Información general
Check-In / Check-out
Número de habitación
Extender estadía
Preferencias de habitación

Online Booking

Realizar reserva
Seleccionar habitación
Pago en línea

Online Check-In

Información del huésped
Información de pago
Preguntas del hotel

Como se muestra en el diagrama anterior, el insumo que se agrega en esta etapa incluye contenidos en las categorías que se habían generado con el cliente, Sin embargo el mayor insumo fue la creación de dos secciones nuevas, el online booking y el online check-in.

Como se especificó anteriormente, este mapa no funciona como una regla, sino más bien como una guía base y una visualización tangible de las ideas que tienen en este caso el cliente y los involucrados.

Supuestos

Basándose en la investigación de campo generada en la etapa anterior, se limitan algunos de los contenidos deseados en la plataforma. Se eliminan detalles de algunos contenidos en las secciones definidas, pero principalmente se generan dos conclusiones que dictan si un contenido se elimina o no, generados principalmente por la visión de la plataforma, y por que de no seguir estas reglas, la plataforma aumentaría en complejidad.

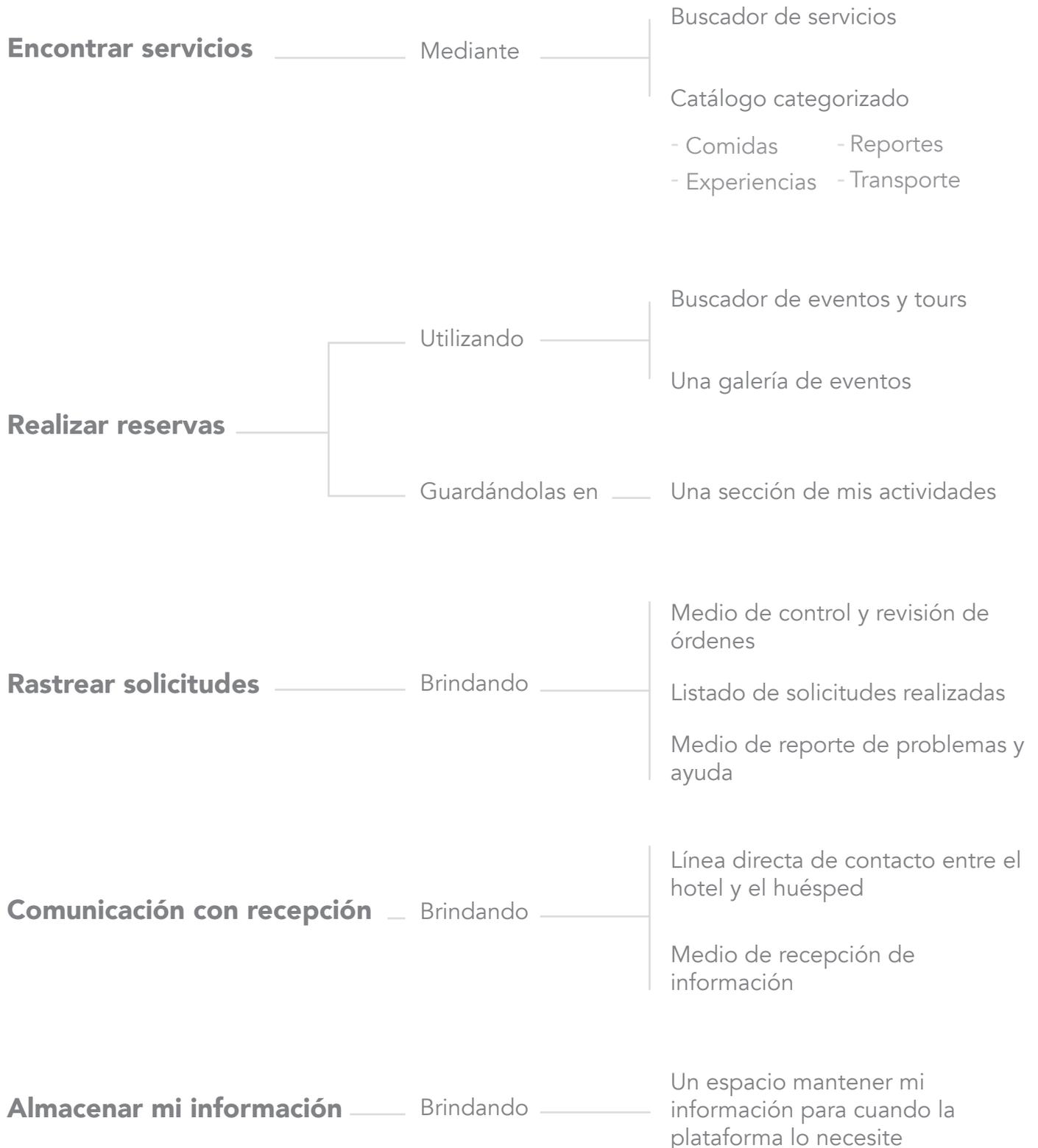
Estas dos conclusiones son:

La plataforma no contemplará ninguna función de booking, ya que de incluirlo, se complicaría la función principal de la misma y se incluirían una serie de procesos que no se pretenden contemplar.

La plataforma no incluirá servicios de los cuales el hotel no tenga control, esta restricción nace más que todo por un tema de logística, seguridad y control.

A continuación se muestra en detalle el mapa de supuestos y requerimientos generados para el proyecto.

App huéspedes



Realizar pagos

Otorgando

Una selección de distintos métodos de pago

Componente transaccional incorporado

Reportar problemas

Garantizando

Un método de reporte y resolución de problemas

La trazabilidad de los reportes realizados

Organizar mi estadía

Facilitando

Un almacenamiento de datos de reservas

Una visualización de mis actividades

Teniendo el diagrama de supuestos y requerimientos definido, se puede continuar la investigación, basándose en la información generada para identificar que detalles se deben destacar al analizar el contexto y los referenciales. La realización de esta herramienta ayudará a justificar las decisiones a tomar y la información que se genere.



Referenciales

Con el fin de conocer la oferta de soluciones que existen actualmente en el mercado, es importante rescatar una lista de referenciales que analizar durante la fase de investigación del proyecto. Este análisis permite encontrar paradigmas existentes en este tipo de plataformas, que pueden indicar soluciones correctas de las cuales se puede aprender o soluciones problemáticas que se deben desarrollar de una mejor manera en el transcurso del proyecto.

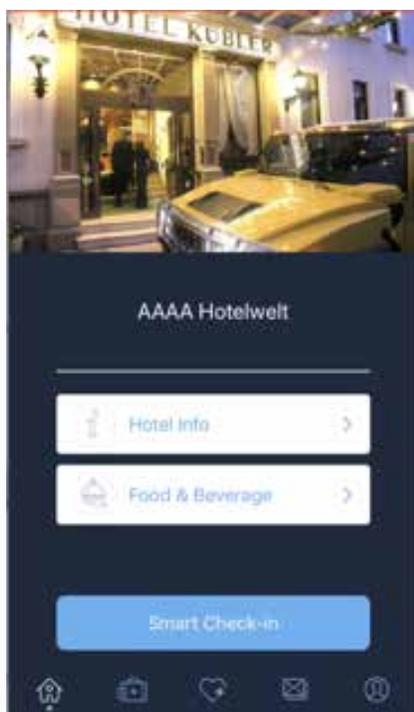
En esta sección del proyecto se expondrán las conclusiones generales obtenidas del análisis, y además se mostrarán algunos ejemplos puntuales de observaciones realizadas en algunas referencias. En total se obtienen 9 referencias, 6 de plataformas de concierge y 3 de aplicaciones que cumplen con una función de catálogo de servicios. Esta decisión se toma debido a que un paradigma que todas las plataformas de hotelería presentan, es una mala diagramación de los contenidos o servicios que ofrece. Esta debilidad en las plataformas se contrarresta agregando referencias especializadas en catálogos de servicios, que los convierte en el estándar al cual el usuario está acostumbrado para navegar entre una gran oferta de contenidos.

Referencias de Aplicaciones de Concierge:

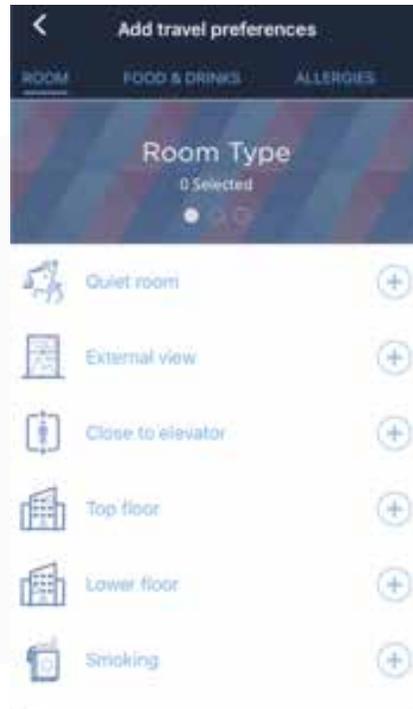
La primera conclusión que se obtiene al realizar un primer acercamiento a estas referencias es que existe una categorización entre plataformas de esta naturaleza, debido a esto se inicia examinando cada categoría con el fin de obtener los positivos y negativos de cada una. Este análisis dará una guía del camino que se debería seguir en el desarrollo del proyecto. Estas tres categorías son: aplicaciones de booking, aplicaciones custom-made y aplicaciones de plantillas.

Booking:

Las aplicaciones de booking se especializan en el proceso de reserva al hotel, la selección de habitaciones, la selección de hotel y una visualización general de cada hotel que permita comparar y escoger en cuál de los hoteles se querría hospedar el usuario. Estos sistemas por lo general incluyen métodos de pago en línea y conexión directa con los sistemas de reserva que presentan los hoteles. Como se muestra en la siguiente imagen, estas aplicaciones se encargan de guiarme en el proceso de selección de hotel, brindando a cada uno un tipo de perfil que destaque la información principal de cada hotel.



Otra ventaja que presentan estas plataformas es la solución es la capacidad de almacenar preferencias del usuario de manera útil, ya que estas plataformas están diseñadas para mantenerse instaladas en el dispositivo del usuario.

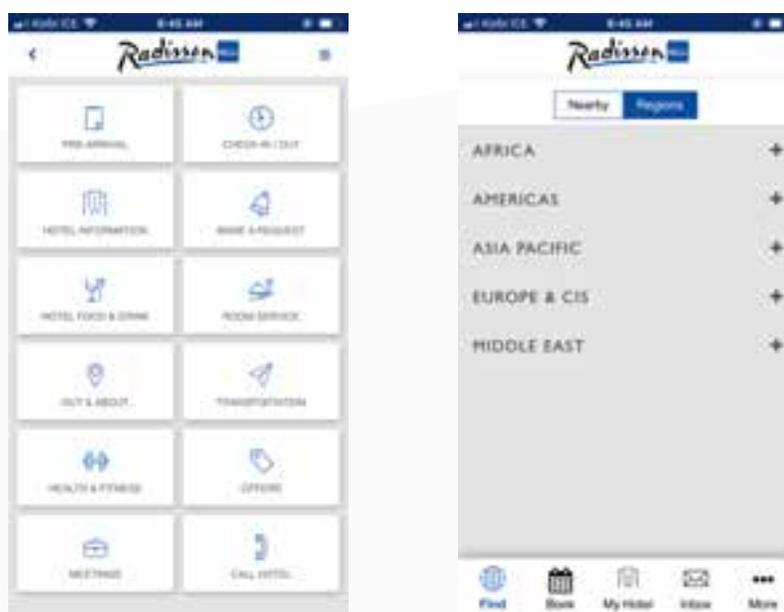


Como se muestra en el ejemplo anterior, gracias a la constancia de la que goza este tipo de plataforma por sobre otras referencias, tienen la capacidad de incorporar los gustos y preferencias del usuario en la plataforma, generando un sensación de apego y pertenencia por parte del usuario hacia la aplicación.

Si bien estas cualidades son útiles para el usuario, como se explicó en la sección de supuestos, existen funciones que se descartan a nivel de alcance para la plataforma. En el caso de las plataformas tipo booking, el enfoque se encuentra en la experiencia previa a la reserva, y la plataforma pierde utilidad al estar dentro del hotel. Este enfoque causa que la mayoría de funciones en las cuales se especializan las plataformas de booking queden por fuera del alcance definido, por lo tanto la solución a plantear puede rescatar algunas funciones de este tipo de plataforma, pero no será una plataforma de booking en si.

Custom-made:

Custom-made se traduce de forma literal en “hechas a la medida” y se refiere en este contexto a plataformas que se desarrollan desde cero con un hotel o una línea de hoteles en mente. Gracias a este método de trabajo, las plataformas generadas con este sistema se ajustan perfectamente al hotel y sus capacidades.



En el ejemplo anterior se muestra la plataforma generada por la cadena de hoteles Radisson que combina las funcionalidades de app concierge y de plataforma de booking. Si bien este método de trabajo presenta muchas ventajas para los hoteles, es un modelo de desarrollo que tiene un costo elevado, limitando el tipo de hoteles que pueden tener acceso a la herramienta. Además de esto, las cadenas de hoteles por lo general tampoco le dan el presupuesto adecuado a los desarrolladores que generan este tipo de plataforma, esto causa que sufran de desarrollos con deficientes y carentes de buenas practicas que afectan de gran forma el producto generado durante el proceso. Un claro ejemplo que se muestra en la referencia de Radisson mostrada es el cambio de tipo de navegación y la mala implementación de elementos fijos como lo es la barra inferior.

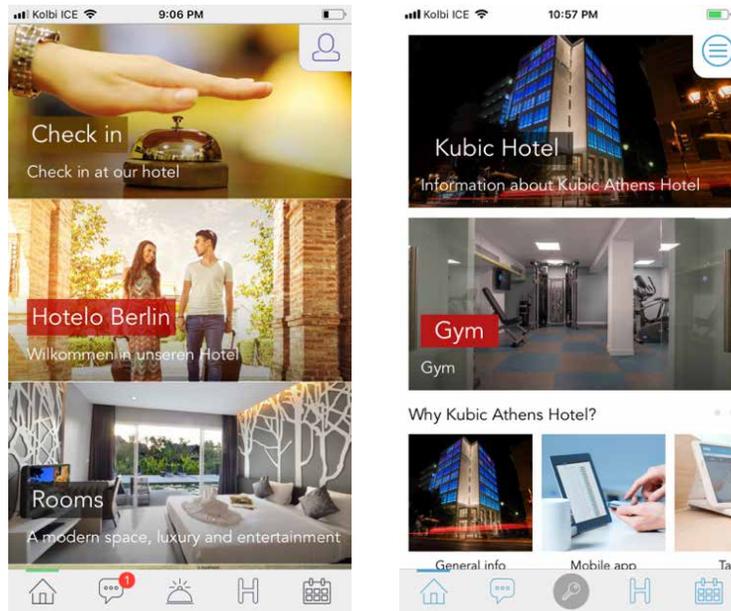


En la imagen anterior se muestran resultados de este desarrollo forzado que se mencionaba. Al intentar reducir costos el proceso no incluye una fuerte consideración por la usabilidad ni por la estructura de la misma. En el ejemplo anterior, la aplicación abre el navegador con el sitio web para cumplir funciones que se deberían incorporar en la aplicación misma, y al abrir un navegador interrumpe la navegación rompe la fluidez con la que el usuario se estaba moviendo en la plataforma. Debido a los problemas que presentan las aplicaciones custom made, y a que este sistema no se acopla al método de negocio de DingDone, se tomarán aspectos positivos de como se acoplan estas plataformas al hotel, pero el resultado de este proyecto no se desarrollará como una plataforma custom-made.

Plantilla:

Se definen cómo plataformas de plantilla las aplicaciones que se desarrollan con el fin de brindar un “machote” de interacción que se pueden personalizar para distintos hoteles. Este medio permite disminuir de gran manera el tiempo de desarrollo y el costo que este tendrá. El lograr disminuir costos se permite dirigir la plataforma a un mercado de hoteles de menor tamaño, que de otra forma no tendrían acceso a un servicio premium como este.

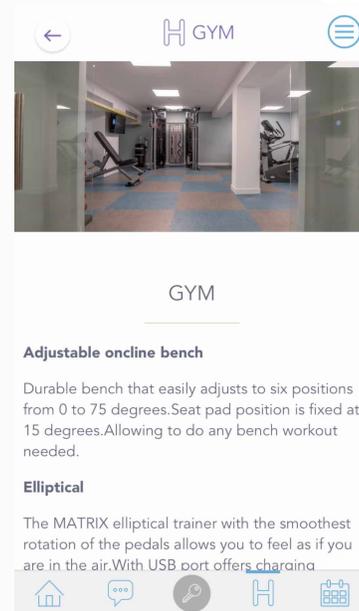
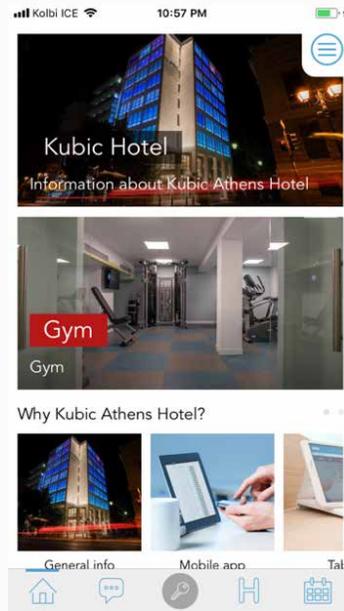
Las plantillas además se logran acoplar muy bien al tipo de negocio que busca DingDone, ya que es un producto único que se puede adaptar al cliente que lo solicite. Este tipo de plataforma debe solucionarse de manera bastante modular, que permita eliminar o incluir funciones distintas.



El ejemplo anterior muestra una plantilla siendo utilizada para 2 establecimientos diferentes. Se puede observar como la plantilla se adapta para incluir una función de "smart key" en el ejemplo de la derecha.

En el caso de esta referencia, también se puede destacar que otorgar la posibilidad de una gran cantidad de personalización a los hoteles puede entorpecer la navegación. En el ejemplo de la derecha se muestra que el hotel crea un menu de hamburgues en la esquina superior derecha, elemento que no es muy recomendado para lograr una buena navegación

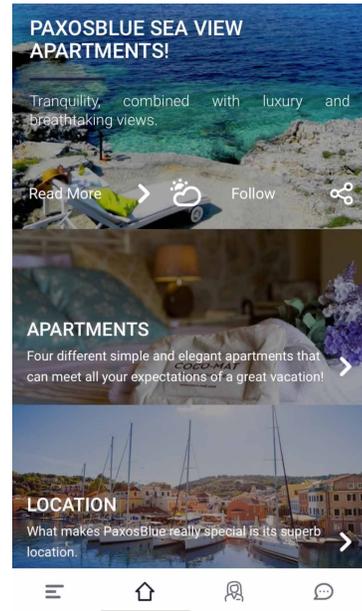
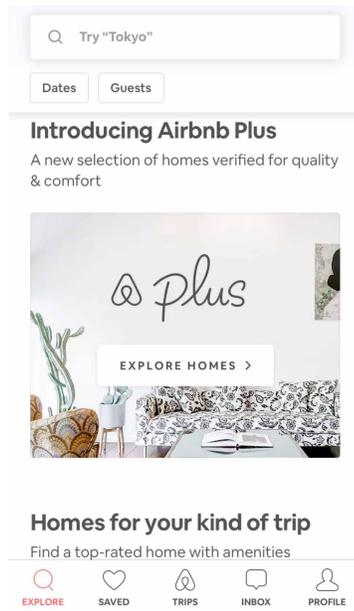
La mayoría de aplicaciones concierge tienen problemas manejando el catálogo de contenidos, debido a que no logran optimizar una categorización clara de los mismos, y optan por generar una lista larga de servicios que el usuario debe navegar hasta encontrar el deseado, especialmente por que tampoco se incluye un barra de búsqueda.



En los ejemplos anteriores se aprecia esta deficiencia con respecto a organización de contenido tanto en el catálogo principal, como dentro del servicio seleccionado. En el caso del gimnasio, como la retícula se debe utilizar para una gran cantidad de distintos servicios, se opta por incluir un espacio de texto corrido donde los hoteles luego definirían que incluir.

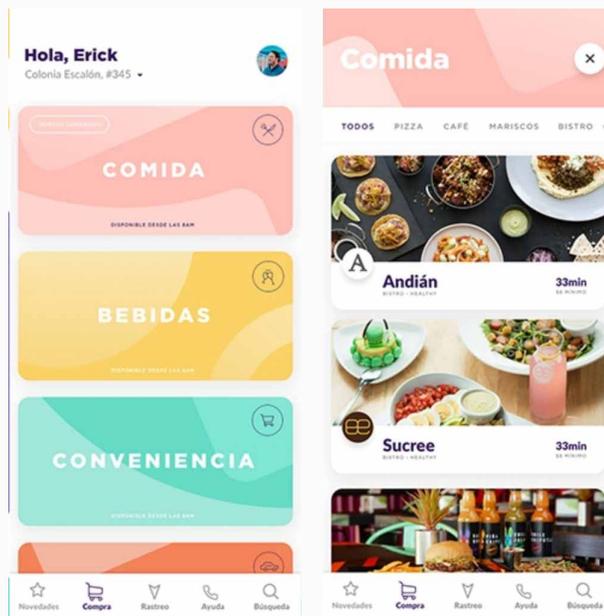
Apps catálogo:

Al destacar esta problemática de organización de información, y con el fin de obtener la mayor cantidad de insumos posibles, se decide incluir referencias de plataformas que se especialicen en mostrar una gran cantidad de información. Las referencias muestran grandes cantidades información, por ejemplo UberEats de comidas o Netflix en películas. Estos insumos se agregan a la investigación en esta etapa de referenciales, y su insumo permitirá dar un valor agregado a esta plataforma por sobre otras Apps Concierge, ya que se podrá romper el paradigma organizacional de estas plataformas, incluyendo una serie de buenas prácticas basadas en estas nuevas referencias a agregar.



En el ejemplo anterior, se puede ver una comparación de como estas nuevas referencias manejan su catálogo de contenidos (izquierda) y como lo hacen las apps concierge (derecha). La primero a destacar es la inclusión de un buscador fijo y accesible, un buen catálogo motiva al usuario a explorar, pero además le da la posibilidad de localizar facilmente lo que busca si ya lo tiene claro.

Otro aspecto de estas referencias es el aprovechamiento del espacio vertical, aprovechando sliders horizontales, el usuario puede aprovechar y ver la mayor cantidad de tipos de contenido, y seleccionar un tipo si desea explorar a fondo.



En esta otra referencia (aplicación de envíos “Hugo”), se encuentra con un catálogo que soluciona una categorización de distintos tipos de servicio, problema al que también se afrontan las Apps Concierge. Logrando una categorización que luego aproveche elementos como “tabs” para filtrar todavía más a fondo en la plataforma, se garantiza un método ordenado para que el usuario localice el servicio deseado.

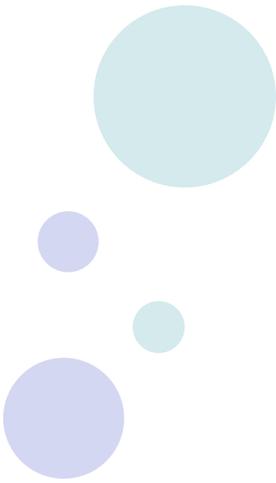
Como se habló con las referencias anteriores, y se podría denotar como punto de mejora en esta, incluir un buscador le da más rutas al usuario para localizar el servicio o producto deseado de una forma más rápida.

Luego de realizar el análisis de referenciales, se obtienen una lista de problemas con posibles soluciones para implementar en el proyecto, a su vez se aumenta el criterio para tomar decisiones en las próximas etapas. A continuación se debe realizar un gráfico de mínimos comunes para ver de forma tangible los paradigmas de diseño que se deben seguir o que se deben mejorar.

Mínimos comunes

Luego de resumir las referencias, y como método de conclusión, se realiza una lista de mínimos comunes basados en los insumos de la etapa anterior. La lista de mínimos comunes se muestra en el cuadro a continuación.

	hotelgenius	iLUMIO	KUBIC athens hotel	ALICE	conichi	Radisson BLU	NETFLIX	UBER eats	airbnb
Sistema de reviews					●		●	●	●
Recomendaciones personalizadas							●	●	●
Agenda / calendario		●	●						●
Chat	●	●	●						
Mensajería		●		●	●	●			●
Catálogo	●	●	●	●		●	●	●	●
Configuración de preferencias					●			●	
Registro de actividad				●			●	●	●
Buscador	●	●			●	●	●	●	●
Selección de idioma		●	●			●	●		●
Reservas de hotel					●	●			
Reservas de eventos		●		●		●			●
Herramienta de asistencia	●		●	●	●		●	●	●
Herramienta para pagos					●			●	●
Utilización de recurso gráficos	●	●	●	●	●		●	●	●
Llave digital			●						
Notificaciones					●	●	●	●	●
Online check-in				●	●				



En el cuadro anterior se ve una clara distinción entre las categorías de referencias que se definieron en la sección anterior. Aprovechar esta distinción, principalmente entra apps concierge y de catálogos, donde funciones indispensables en los catálogos destacan deficiencias en las concierge que podrían ser causantes de la deficiencia en la navegación de servicios que estas últimas presentan. El ejemplo más claro que se muestra en el cuadro es la implementación de sistemas de reviews que existen tanto en Netflix, UberEats y Airbnb, mientras que en la parte de concierge solo 1 referencia presenta. Además de esta función, los medios de pago, notificaciones y el buscador presentan una situación similar.

En el caso contrario, también se pueden encontrar funciones que deben estar presentes en plataformas de concierge que no son necesarias en las de catálogos, y que condicionan la estructura que llega a tener la aplicación, por ejemplo el sistema de chat y la sección de idiomas.

En resumen, este cuadro permite examinar a fondo los paradigmas que existen en él las aplicaciones concierge. Además permite observar que herramientas utilizan las plataformas de catálogo que las separan de las demás. Este insumo es muy importante por que permite encontrar que reglas de concierge se deben seguir y que reglas de catálogo se pueden implementar en el diseño final, con el fin de lograr la mejor solución de diseño posible.



Personas

Antes de definir las personas, se debe definir el contexto en el que se utilizará el diseño propuesto. Para esta plataforma el contexto cambia, ya que su función final será ser distribuida entre varios hoteles, debido a esto se realiza una generalización del tipo de hotel que podría solicitar esta plataforma, tanto a nivel económico como a nivel de logística y tamaño.

Denotando este la necesidad de realizar procedimiento, se define un perfil de hotel que funcionará como ejemplo del tipo de alojamiento al que se orienta el proyecto, lo cual ayudará a definir las personas de una forma más consolidada. A continuación se muestra el perfil de hotel generado:

Hotel de referencia



Nombre: Calaluna hotel

Rango de precios: Medio - Alto

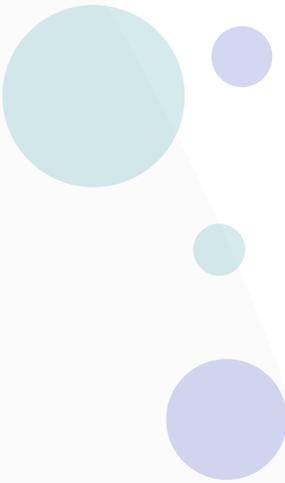
Tipo de hotel: Boutique de playa

Análisis:

Tras analizar el flujo de huéspedes y ciertas características demográficas de cada uno se puede aproximar mediante un proceso de generación de personas el tipo de usuarios que utilizarían la plataforma en un hotel como este. Se logran identificar gran cantidad de categorías de huéspedes, que podrían ameritar ser consideradas como "personas" para el análisis.

Al realizar un análisis superficial de las mismas, se concluye que se puede cometer el error de incluir personas con necesidades muy similares, que complicarían innecesariamente el proceso.

Se logra identificar más allá que las personas, los factores que generan mayor distinción en las necesidades que requieren los huéspedes. Estos factores van más allá que demográfica, y se refieren más bien a sus motivaciones. Principalmente se logran destacar 3 motivaciones que generan la mayor distinción en las necesidades de los usuarios.



La primera motivación se basa en una necesidad puntual de los hoteles boutique, los eventos privados que se realizan en ellos. Estos eventos pueden variar desde bodas, conferencias y hasta retiros de yoga, y en cualquiera de estos eventos existe una figura que debe mantener el control del mismo. Wedding planner, profesor de yoga, o el coordinador de eventos, todos comparten la cualidad de que no se encuentran vacacionando, sino que tienen la responsabilidad de asegurarse que los invitados de sus eventos pasen la mejor experiencia posible.

Para las otras 2 personas se denotó un factor distinto que generaba gran distinción en las necesidades que priorizaban. Este factor es si viajan o no encargándose de alguien. Pueden ser adultos o niños, lo importante es la responsabilidad que siente la persona de deber cuidarlos. Esta cualidad genera una gran división en necesidades, ya que una persona que viaja encargada de una familia, va a buscar distintas experiencias, y en general mayor relajamiento que una que viaja sola o con acompañantes completamente independientes.

Tras realizar este análisis se plantean 3 personas que ejemplifican cada uno de los escenarios mostrados, de esta forma se conseguirá la mayor cantidad de insumo al realizar el análisis de necesidades, brindando una justificación de mayor valor al análisis base del resto del proyecto.

Persona 1 (Coordinadora de eventos):



Nombre: Emily Hopper (42 años)

Frase: "Necesito que todo salga bien estoy muy ocupada para atrasos"

Escenario:

A Emily la contrataron como la coordinadora de una boda en Costa Rica. Ella y todos los invitados viajarán de Canada y se hospedarán una semana en el hotel. Mientras que para muchos el viaje es de turismo y de disfrutar, ella debe encargarse de que todo salga bien. Le es muy importante la transparencia y la comunicación del hotel, y necesita asegurarse de la satisfacción del cliente, ya que de esto dependen futuras recomendaciones y en general su trabajo.

Motivaciones:

Optimizar el uso de su tiempo.

Cumplir eficientemente con el trabajo que se le asigno.

Mantener un perfil profesional

Necesidades:

Poder planear el itinerario de los invitados y comunicarlo de forma clara a ellos y al hotel.

Poder solicitar comidas y otros servicios de manera rápida.

Tener seguridad en el servicio que solicita.

Aprovechar un sistema de alertas que le evite olvidarse de algún compromiso.

Comunicar de forma rápida si existe alguna deficiencia que pueda perjudicar la experiencia

Persona 2 (Joven Profesional):



Nombre: Mariela Poyatos (27 años)

Frase: "Soy super apuntada y quiero experimentar y conocer"

Escenario:

Mariela es una joven de Ecuador que le encanta conocer distintos países. Ella vive con sus padres y mantiene un trabajo fijo donde gana bien, por lo tanto la mayoría de sus ganancias son propias. Planea viajes con sus amigos por lo menos 1 vez al mes, y disfruta al conocer nuevos lugares y vivir nuevas experiencias. A ella le gusta vivir la mayor cantidad de experiencias disponibles en el hotel, sin embargo es bastante exigente con el servicio que se le brinda ya que ella "Pago por un buen servicio".

Motivaciones:

Conocer y realizar todo lo le de tiempo

Disfrutar al máximo con sus amigos

Sentir que su opinión le importa al hotel y podrá influenciar personas

Necesidades:

Encontrar y reservar servicios, experiencias y eventos

Poder dar su opinión con respecto a lo que está consumiendo

Conocer todo lo que ofrece el hotel

Sentir una atención personalizada por parte del hotel

Mantenerse actualizada con sucesos del hotel o en las cercanías del mismo

Persona 3 (Padre de familia):



Nombre: Claudio Pappini (36 años)

Frase: “Me gustaría descansar, no complicarme y asegurarme que mi familia disfrute sus vacaciones”

Escenarios:

Julián es un hombre casado con 2 hijos que trabaja un turno de 8 horas en una oficina todos los días. Logró acomodar vacaciones junto con su esposa e hijos y decidieron visitar un hotel en la playa. Sus hijos son inquietos y ellos necesitan que todas los protocolos se realicen de la manera más ágil posible. Cuando logran estar cómodos, no quieren tener que desplazarse para solicitar algún servicio. A Julián le encanta realizar actividades junto con su hija mayor. Sus hijos disfrutaban de sentirse en un hotel y realizar “cosas de hotel”.

Motivaciones:

Que la familia disfrute de sus vacaciones
Sentir siempre que la familia se encuentra segura
Encontrar formas de mantener entretenidos a sus hijos

Necesidades:

Conocer los servicios que ofrece el hotel
Solicitar servicios de forma práctica
Realizar reserva de manera sencilla
Mantener un contacto directo con el hotel
Resaltar si existe algún problema que disminuye su nivel de satisfacción con la experiencia
Mantener un control de actividades y compromisos que realizarán

Necesidades

Basándose en el análisis de personas realizado en la sección anterior, se realiza la siguiente tabla de necesidades. Esta tabla funcionará como insumo principal para el desarrollo del tráfico y del gráfico de pareto. La tabla muestra, de forma ordenada, las necesidades que cada persona tendría en el contexto de huésped de hotel. A continuación se marca con un punto las necesidades presentes en cada tipo de usuario.



Cómo se puede apreciar, y luego se reforzará con otras herramientas, existen algunas funciones que son de necesidad global, y otras que se podrían convertir en necesidades secundarias, debido a que solo pertenecen a un tipo de usuario.



Tráfico y pareto

Una vez realizada la tabla de necesidades, se debe realizar una serie de gráficos que ayudarán a definir la importancia que tendrá cada una para cada tipo de usuario. Esto se logra definiendo un porcentaje de importancia a cada necesidad, forzando la definición de una jerarquía de necesidades para cada usuario. Luego de este paso, se agrega un porcentaje de relevancia a cada tipo de usuario y se crea un consolidado de necesidades que las agrupa y denota la relevancia real que debería tener cada necesidad en el producto final. A continuación se muestran los resultados para cada usuario, y luego se muestra el consolidado real de importancia de necesidades.



Persona 1 Coordinadora de eventos:

Relevancia 15%

Explorar los servicios que ofrece el hotel	14%	15*0.14	2.10
Comunicarse con el hotel	12%	15*0.12	1.80
Reservar experiencias	2%	15*0.02	0.30
Solicitar Servicios	2%	15*0.02	0.30
Calificar mis servicios	9%	15*0.09	1.35
Reportar problemas	8%	15*0.8	1.20
Mantener un itinerario organizado	15%	15*0.15	2.25
Checkeo y control de órdenes	4%	15*0.04	0.60
Recibir notificaciones de mi actividad y del hotel	7%	15*0.07	1.05
Agilizar procesos de Check-In y Check-out	17%	15*0.17	2.55
Almacenar mi información	2%	15*0.02	0.30
Registro de actividad claro	8%	15*0.08	1.20



Persona 2 (Joven Profesional):

Relevancia 35%

Explorar los servicios que ofrece el hotel	21%	$35*0.21$	7.35
Comunicarse con el hotel	6%	$35*0.06$	2.10
Reservar experiencias	14%	$35*0.14$	4.90
Solicitar Servicios	13%	$35*0.13$	4.55
Calificar mis servicios	8%	$35*0.08$	2.80
Reportar problemas	3%	$35*0.03$	1.05
Mantener un itinerario organizado	2%	$35*0.02$	0.70
Checkeo y control de órdenes	14%	$35*0.14$	4.90
Recibir notificaciones de mi actividad y del hotel	8%	$35*0.08$	2.80
Agilizar procesos de Check-In y Check-out	6%	$35*0.06$	2.10
Almacenar mi información	5%	$35*0.05$	1.75
Registro de actividad claro	0%	$35*0.00$	0.00



Persona 3 (Padre de familia):

Relevancia 50%

Explorar los servicios que ofrece el hotel	22%	50*0.22	11.00
Comunicarse con el hotel	22%	50*0.04	2.00
Reservar experiencias	12%	50*0.12	6.00
Solicitar Servicios	17%	50*0.17	8.50
Calificar mis servicios	3%	50*0.03	1.50
Reportar problemas	5%	50*0.05	2.50
Mantener un itinerario organizado	2%	50*0.02	1.00
Checkeo y control de órdenes	12%	50*0.12	6.00
Recibir notificaciones de mi actividad y del hotel	1%	50*0.01	0.50
Agilizar procesos de Check-In y Check-out	18%	50*0.18	9.00
Almacenar mi información	0%	50*0.00	0.00
Registro de actividad claro	4%	50*0.04	2.00

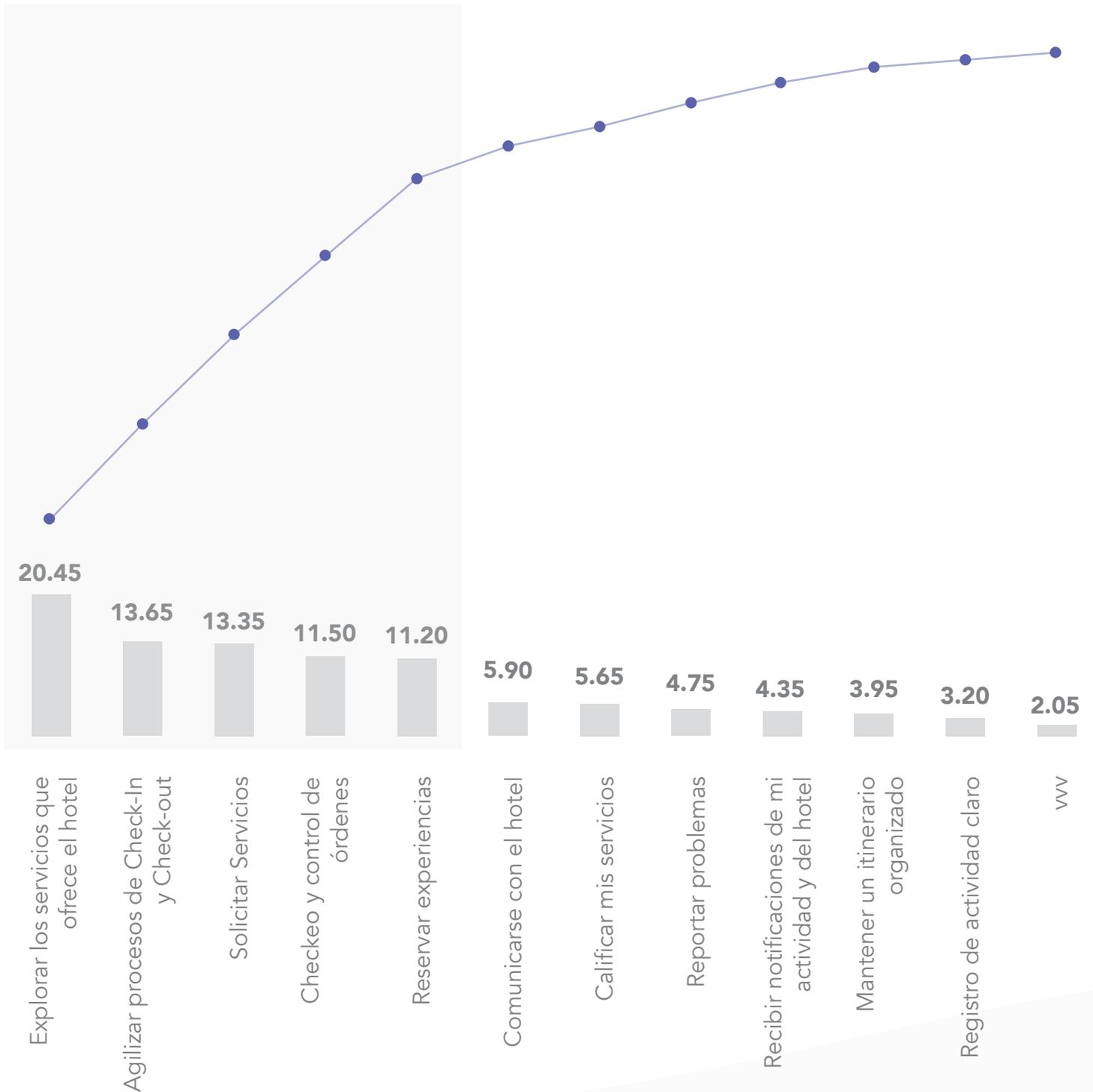
Consolidado

Con las necesidades de cada persona analizadas por separado, en la siguiente tabla se realiza un consolidado de necesidades que muestra la relevancia final de las mismas.

	Persona 1 Coordinadora de eventos		Persona 2 Joven Profesional		Persona 3 Padre de familia	
Explorar los servicios que ofrece el hotel	2.10	+	7.35	+	11.00	20.45
Comunicarse con el hotel	1.80	+	2.10	+	2.00	5.90
Reservar experiencias	0.30	+	4.90	+	6.00	11.20
Solicitar Servicios	0.30	+	4.55	+	8.50	13.35
Calificar mis servicios	1.35	+	2.80	+	1.50	5.65
Reportar problemas	1.20	+	1.05	+	2.50	4.75
Mantener un itinerario organizado	2.25	+	0.70	+	1.00	3.95
Checkeo y control de órdenes	0.60	+	4.90	+	6.00	11.50
Recibir notificaciones de mi actividad y del hotel	1.05	+	2.80	+	0.50	4.35
Agilizar procesos de Check-In y Check-out	2.55	+	2.10	+	9.00	13.65
Almacenar mi información	0.30	+	1.75	+	0.00	2.05
Registro de actividad claro	1.20	+	0.00	+	2.00	3.20

Gráfico de Pareto

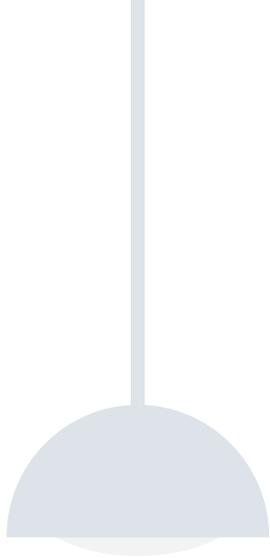
Con las necesidades de cada persona analizadas por separado, en la siguiente tabla se realiza un consolidado de necesidades que muestra la relevancia final de las mismas.



En el gráfico anterior se puede apreciar el resultado final del análisis previo. Este resultado funciona como insumo para generar una primera arquitectura basada en las necesidades del usuario. Esto quiere decir que según la jerarquía generada, se pueden resaltar algunas necesidades sobre otras.

Observando el gráfico, se rescata un claro cambio en la pendiente de crecimiento. Las 5 primeras necesidades representan la mayor cantidad de tráfico que tendría la plataforma. A partir de la sexta función, la pendiente disminuye considerablemente, lo cual indica una disminución en la cantidad de tráfico que experimentarán esas necesidades.

El ideal a seguir para la próxima etapa es conseguir que las necesidades más importantes, que presentan una pendiente más grande y denotadas en el gráfico con un fondo gris, deberán considerarse como principales y deberán ser fáciles de acceder. Por otra parte, las necesidades jerárquicamente menos importantes pueden mantenerse ocultas o de incorporarse a una herramienta que soluciona alguna otra necesidad.



Desarrollo

Arquitectura

Card Sorting

Corrección de arquitectura

Navigation Paths

Journey Map

Wireframes

Storyboard

Paper Prototyping

Arquitectura Beta

Análisis de UI

Aplicación del UI

Pruebas Heurísticas





Arquitectura Alfa

Una vez terminada la fase de investigación y para iniciar la fase de desarrollo, se analizan todos los insumos generados con el objetivo de que el proyecto siga encaminado con los hallazgos que se hicieron. La etapa de arquitectura pretende generar un diagrama que funcione como guía visual y que genere una organización entre todos los contenidos que se pretenden incluir en la plataforma. Es importante recalcar que este diagrama regirá por las relaciones jerárquicas de las necesidades definidas en la etapa investigativa.

El siguiente gráfico es esta representación gráfica de la organización de contenidos, el primer acercamiento a la arquitectura Alfa.

App huéspedes



Como se muestra en el mapa, en esta etapa se plantean secciones que comienzan a plantear soluciones a las necesidades definidas. Las más importantes se solucionan de una forma directa, por ejemplo el catálogo, que muestra todos los servicios del hotel.

Esta primer arquitectura se validará en el próximo paso, el cardsorting, y luego funcionará como insumo para el desarrollo de los Wireframes.





Cardsorting

Con la arquitectura planteada, se aplican las pruebas de cardsorting. Estas tienen como objetivo verificar que la arquitectura está bien orientada y acorde a lo esperado por los usuarios.

La prueba se aplica a 10 personas y le permite a cada una ordenar los contenidos de la plataforma de la manera que más le parezca. Esto obliga a los futuros usuarios a generar conexiones y categorías para estos contenidos. Este proceso y sus resultados luego podrán analizarse y brindar retroalimentación específicamente de como el cerebro del usuario genera su propia arquitectura de la plataforma.

Las pruebas se realizan, y en esta sección se podrán observar los resultados de las mismas, analizadas desde dos distintas herramientas.

La primera herramienta es una tabla de estandarización, que muestra como se distribuyen los contenidos en su totalidad. En esta tabla en particular, el color de cada elemento también representa la cantidad de repeticiones que este muestra. Utilizando esta metodología, la gráfica también funciona como un mapa de calor, mostrando la distribución de contenidos generada por los usuarios.

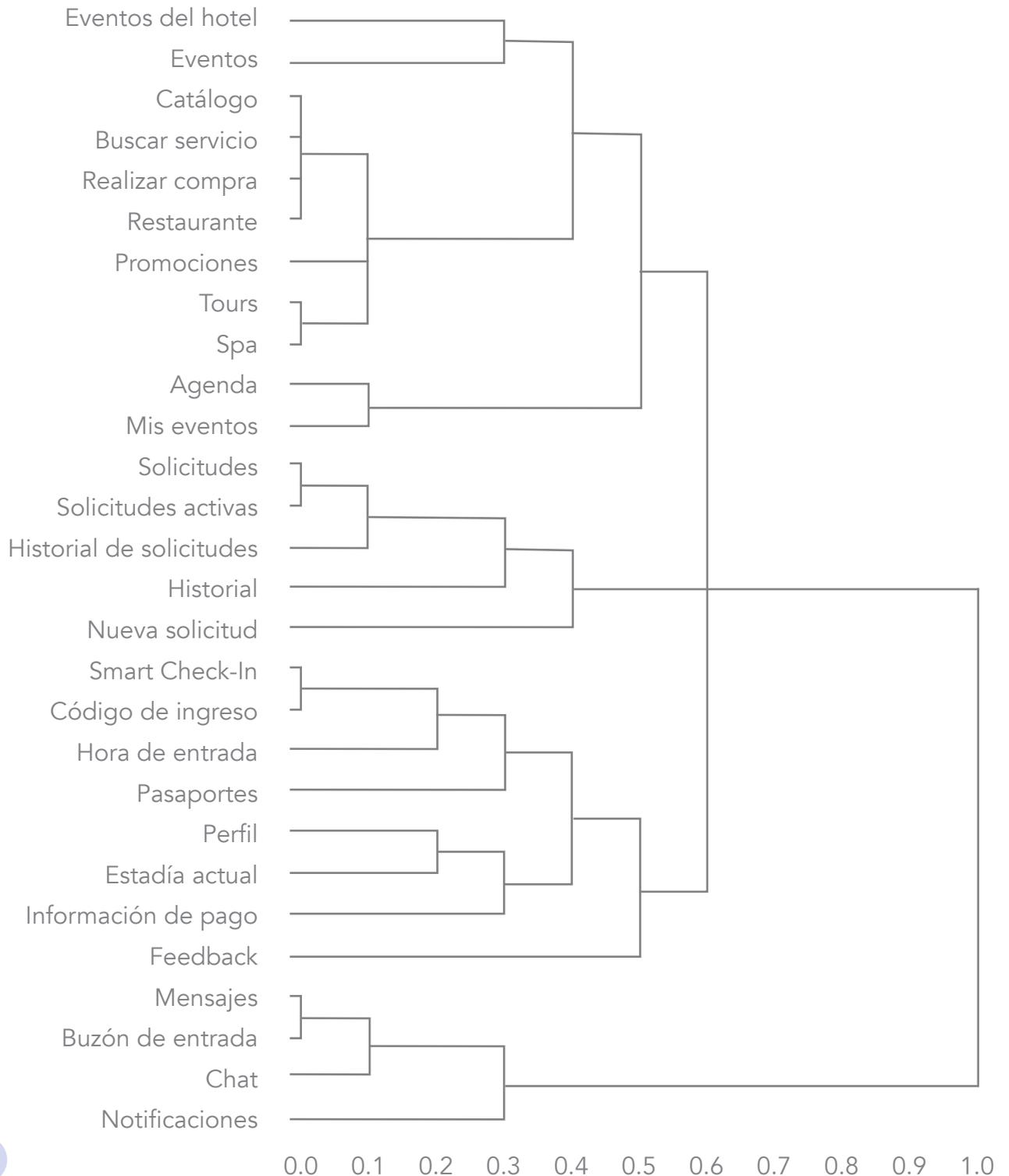
1. Tabla de estandarización

	Smart Check-In	Catálogo	Solicitudes	Perfil	Agenda	Mensajes	Chat
Pasaportes	7			3			
Código de ingreso	10						
Hora de entrada	8			2			
Información de pago	3			7			
Restaurantes		10					
Eventos		7			3		
Tours		9			1		
Buscar servicio		10					
Realizar compra		10					
Spa		9			1		
Promociones		9		1			
Nueva solicitud		4	6				
Eventos del hotel		4			6		
Historial			7	3			
Historial de solicitudes			9				
Solicitudes activas			10				
Estadía actual	2			8			
Feedback			1	5			
Mis eventos				1	9		
Buzón de entrada						10	
Chat						9	1
Notifications						6	

Se puede apreciar que existen contenidos con ubicaciones claras, de 7 repeticiones o más, que poseen un claro posicionamiento dentro de la arquitectura, como restaurantes o el código de ingreso. Para otras con posicionamiento no tan claro, se plantea colocarlas en una de las secciones, y reforzarlas con la posibilidad de redireccionamiento desde la segunda posición.

Además de la tabla de estandarización, se genera un dendrograma, que muestra en forma de niveles, la relación que se genera tras realizar el ejercicio con los usuarios.

2. Dendrograma



Utilizando este tipo de herramientas, se pueden ordenar y visualizar los resultados de un forma gráfica y más sencilla de entender y explicar, lo cual a la vez facilita su aplicación en el desarrollo del proyecto.

En general se puede apreciar que el primer acercamiento a la arquitectura no se distancia de gran manera de los resultados obtenidos con este proceso. Se puede apreciar además una clara separación de contenidos en 4 categorías principales que generan el usuario agrupa por función.

La primer categoría se compone del catálogo y todos sus contenidos, que cumplen la función de localizar lo que el usuario desee. En esta primera sección también se incluye la sección de agenda, que se relaciona de gran forma con la oferta de eventos, sin embargo los usuario loe entienden más como una sección personal.

La segunda es una sección independiente, la de solicitudes, que busca ofrecer al usuario control sobre las cosas que puede solicitar, las que ya solicitó, y además una forma de mostrar la historia del huesped.

La tercer sección cumple una función primordialmente informativa, se trata de los contenidos propiamente del usuario, y no se consideran funciones que utilizará seguido. Por ejemplo el smart sign in es muy importante, sin embargo el usuario solo lo realizaría una vez, y el perfil es una función que queda de lado desde el punto de vista del usuario final.

La última categoría es la sección comunicativa, que involucra los posibles medios por los cuales el usuario puede comunicarse con el hotel.



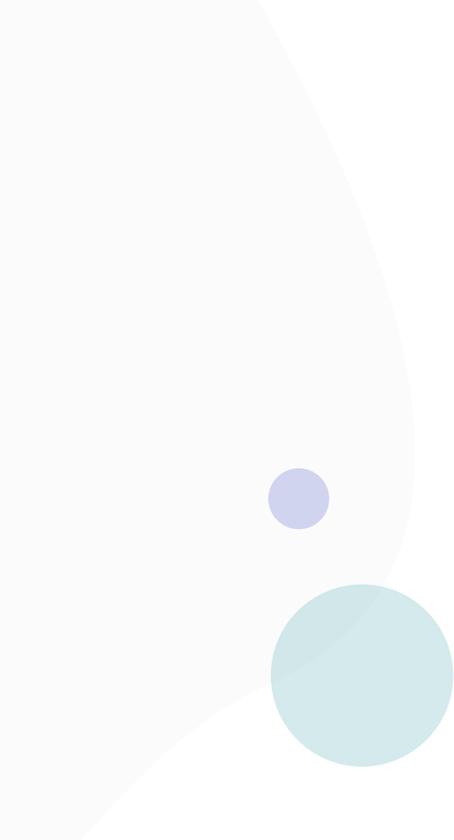
Arquitectura Alfa Corregida

Al realizar el cardsorting, se obtiene la primera sesión de feedback organizada por el dendrograma mostrado en la sección anterior. Tras realizar una revisión de dicho dendrograma, se compara la percepción de los conceptos de los usuarios con la arquitectura propuesta anteriormente. Es luego de esta comparación que se puede modificar la arquitectura para que esta cumpla con el feedback de los usuarios reales.

A continuación se muestra la arquitectura corregida, destacando con color los conceptos modificados.

App huéspedes





Como se mencionó en la sección anterior, los cambios realizados no afectan de gran manera la arquitectura inicial, y obedecen más una función de orden que de nuevos contenidos. A pesar de esto, en la realización de las pruebas se denotaron algunos contenidos que se debían agregar al planteamiento del problema, por ejemplo la adición del escaneo de pasaportes al llegar a un hotel, los métodos de pago y las funciones de check-out son contenidos que se agregan gracias a la realización del ejercicio.

Otro cambio se puede encontrar en la sección de agenda. Esta sección se había propuesto como un repertorio de eventos para que el usuario logrará encontrar, sin embargo estos lo entendieron como un itinerario vacacional, donde todos sus intereses se almacenaban, y le otorgaban el control a él.

Siguiendo la misma línea, el cambio en la agenda se logra debido a que los usuarios entienden el catálogo como un centro consolidado con todo lo que deseen encontrar. Debido a esto, los eventos del hotel, con los que el usuario no se ha relacionado, se unen al catálogo de servicios.



Navigation paths

Utilizando como insumo la arquitectura corregida, a continuación se plantean 4 tareas de alto tráfico, para luego definir que tan sencillo es para el usuario localizarlas. La metodología será definir la cantidad de pasos que el usuario debe realizar para llegar a la sección interés que desee. Estas 4 tareas definidas son:

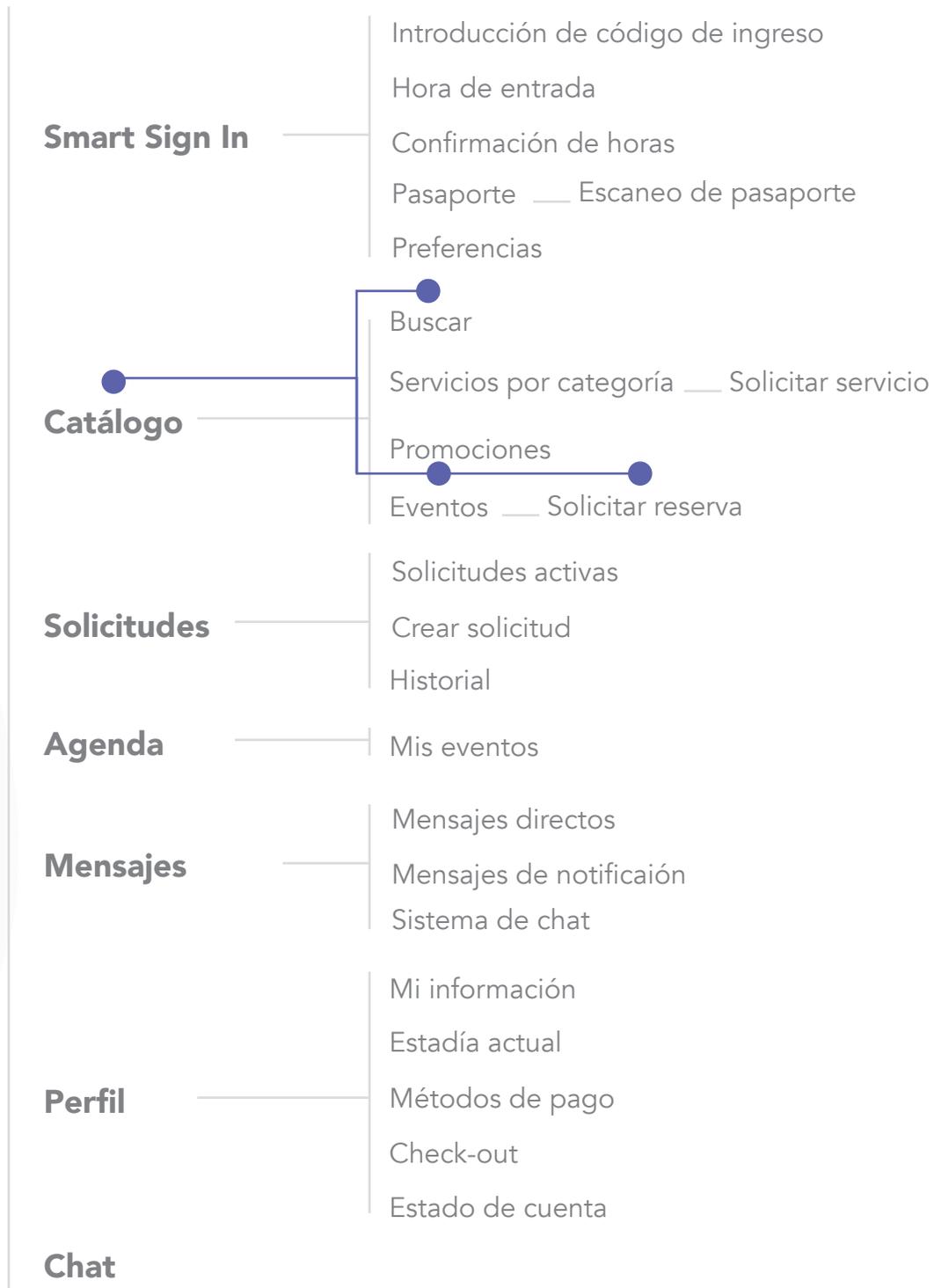
1. Localizar servicio
2. Realizar reserva
3. Dar seguimiento a una solicitud
4. Comunicarse con el hotel

1. Localizar servicio



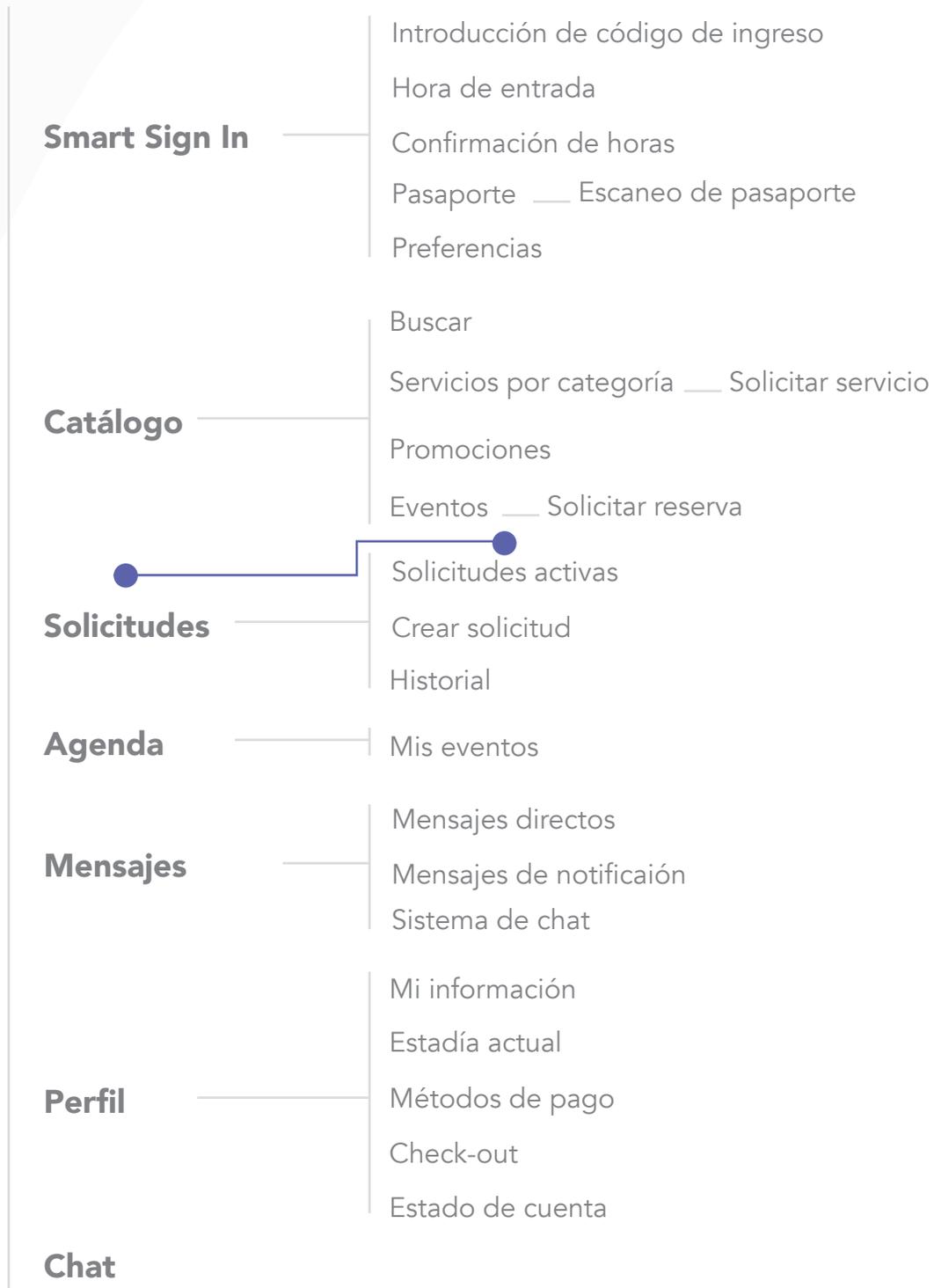
Con este mapa se muestra que el usuario tiene dos posibles rutas para encontrar un servicio, ambas accesibles desde el catálogo, explorando y buscándolos por categoría, o aprovechando el buscador incorporado.

2. Realizar reserva



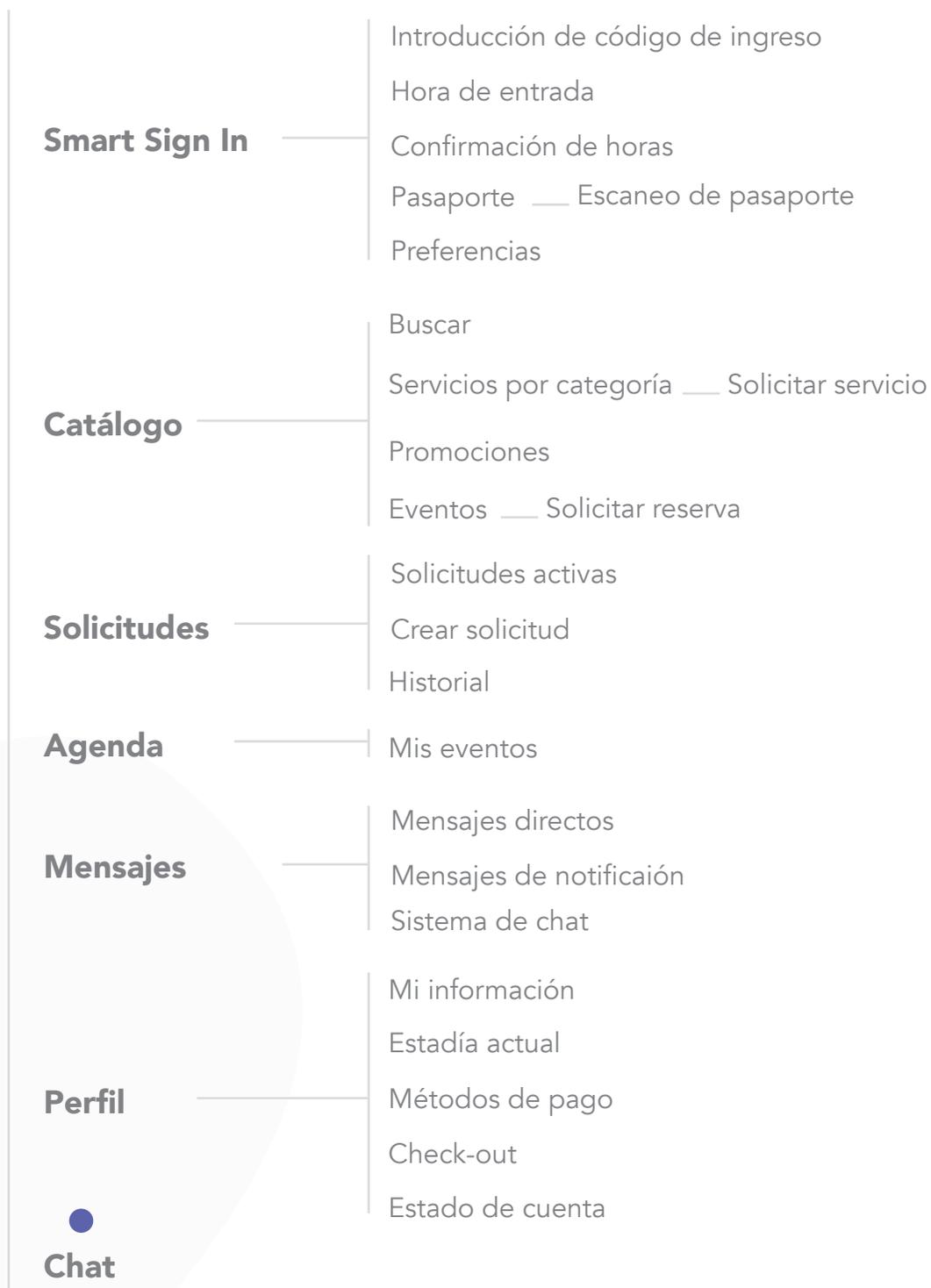
La ruta para encontrar un evento es igual a la que se vio en el paso anterior. Esto ayuda a estandarizar procesos y que el usuario se familiarice con la navegación en la plataforma.

3. Dar seguimiento a una solicitud

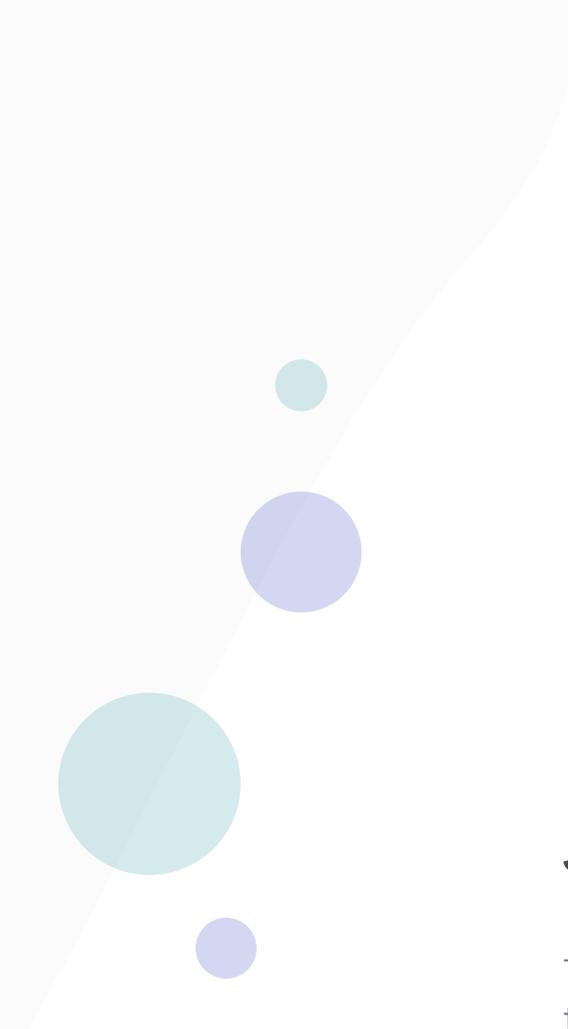


Para esta necesidad, se aprecia en el diagrama una solución intuitiva para el usuario, según lo visto en el cardsorting. Desde solicitudes, el usuario solo debe seleccionar la solicitud que requiere verificación o control.

4. Comunicarse con el hotel



Gracias al cambio realizado después del cardsorting, se puede ver que mantener un acceso directo al chat en todo momento facilita de gran manera que el huésped pueda comunicarse con el hotel de una forma sencilla y eficiente.



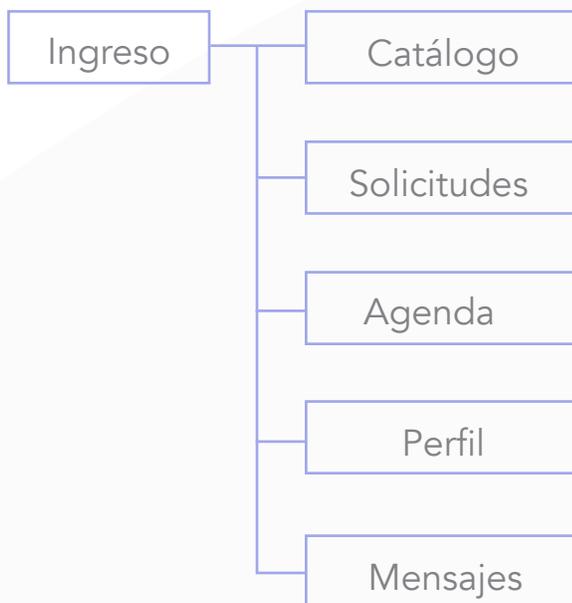
Journey Map

Tras tener una idea general de como se realizarían las tareas y cual sería el flujo general del usuario en la plataforma, se plantea un Journey Map que pretende detallar toda la interacción que ofrecería la plataforma. El objetivo puntual de este Journey Map es visualizar, en forma de diagrama, todos los posibles escenarios con los que se podría encontrar el usuario. También se plantea denotar posibles puntos de dolor a los que se podría enfrentar el mismo.

Este diagrama presenta un perfil más técnico que los navigation paths de la sección anterior, por lo tanto a continuación se mostrará dividido por secciones generales con el fin de lograr una idea general. El Journey Map completo encuentra adjunto en los anexos del documento.

Distribución general

Antes de visualizar de forma detallada el journey map, se debe justificar la distribución que se da al mismo. A continuación se muestra un diagrama general de las secciones definidas para la plataforma.



Como se muestra en la sección anterior, el mapa contempla un función principal, el ingreso a la plataforma, que abre la posibilidad de navegar el resto de funciones de una manera paralela. El usuario al realizar un proceso de ingreso, el cual será detallado a continuación, tendrá la posibilidad de explorar el resto de funciones de la plataforma. Las funciones agrupan las necesidades del usuario de forma que la herramienta no se convierta en una plataforma excesivamente segmentada y compleja.

Según el estudio realizado por George A. Miller, el cerebro humano recuerda de manera intuitiva 7 conceptos en un corto plazo, con la posibilidad de sumar o restar 2 más sin comprometer la experiencia. Este concepto se conoce como el mágico número 7. Siguiendo este principio, los contenidos de la plataforma se agrupan de una forma intuitiva y fácil de recordar.



Wireframes

En esta sección se mostrarán los wireframes generados con base a la investigación realizada. Los wireframes se trabajan a baja fidelidad y en grises, con el fin de poder enfocarse en la estructura a trabajar, evitando distracciones de UI.

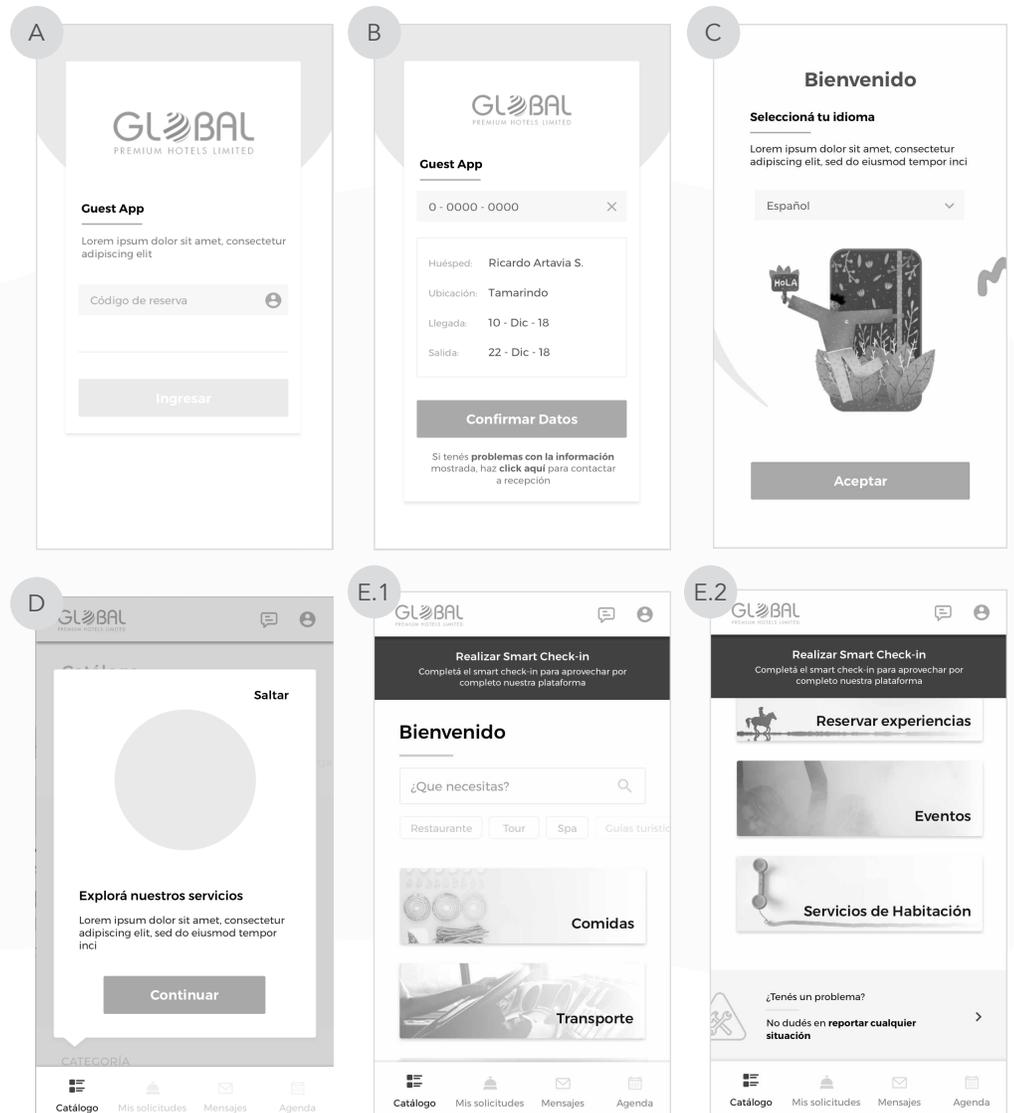
Para este informe, se muestran los wireframes agrupados según su necesidad, con el objetivo de mostrar un poco el flujo y las necesidades que se asocian con dichas pantallas. Utilizando este método, se podrá también visualizar el user story a través de esta sección.

Luego de los screenshots destacados, se expondrá una breve descripción de su función, y una una explicación justificando algunas de las desiciones tomadas a la hora de realizar el diseño de la plataforma.

Existe una maqueta funcional de estos wireframes, localizada en:

https://invis.io/4WPS4JOZ7XH#/338682912_Login

1. Ingreso a la plataforma



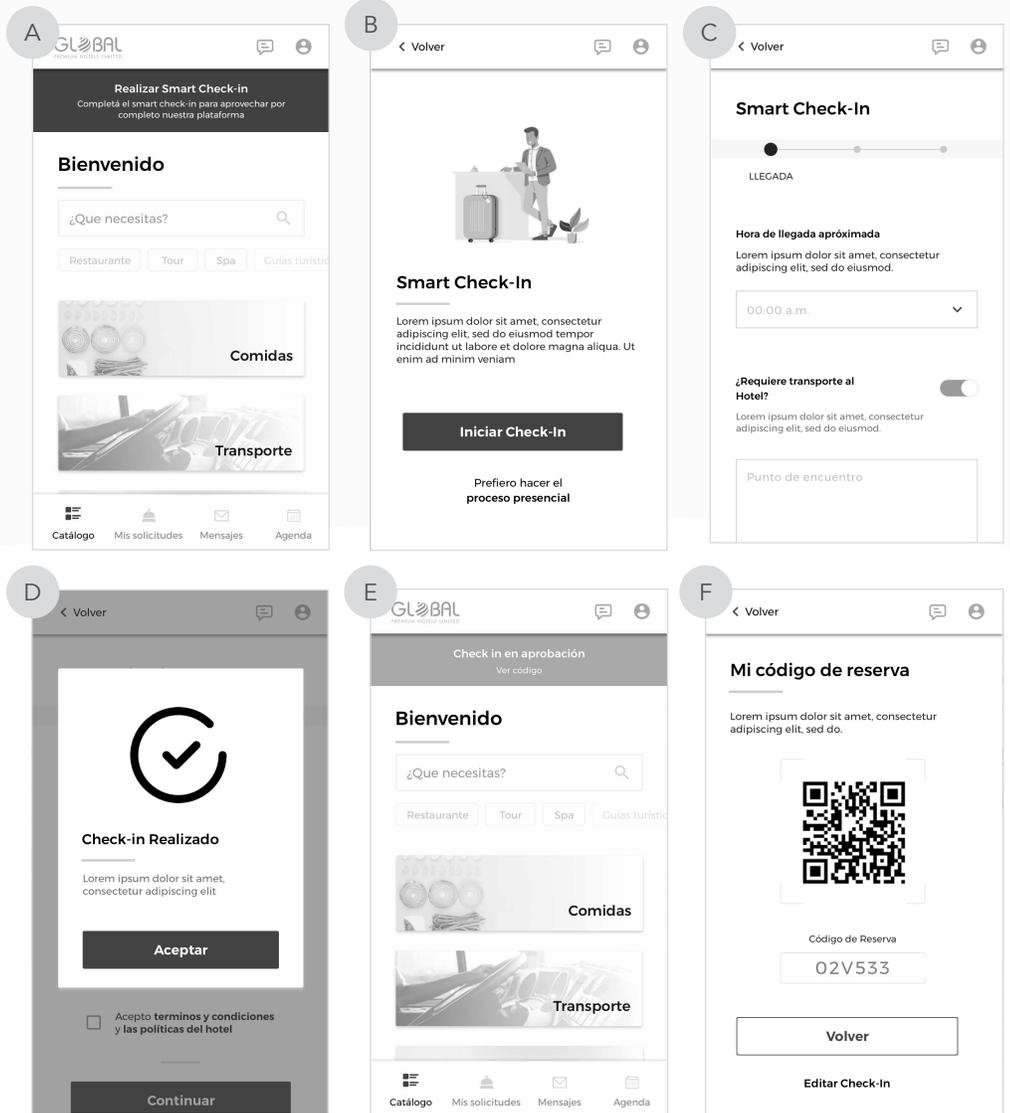
Este flujo muestra la interacción con la que la plataforma recibiría al usuario. El proceso inicia solicitando al usuario un código de comprobación (A), para mostrar la información de la reserva. Una vez que el usuario confirma que la información es correcta (B), la plataforma le solicita confirmar el idioma en el que desea observar la plataforma (C). Previo a esta selección, la plataforma se muestra en el idioma que el teléfono tiene configurado como predeterminado.

Luego de este paso, al usuario se le muestra una introducción de onboarding, que se puede omitir, cuya función es dar una breve guía a los contenidos

y las funciones de la plataforma (D). Al entrar en la plataforma, el usuario puede caer una de dos categorías, un huésped ya registrado dentro del hotel, que puede continuar navegando la plataforma de forma normal, sin embargo existirán huéspedes que ingresen desde antes a la misma. Para estos huéspedes, y con el fin de evitar un punto de ruptura en la navegación, se permite una interacción limitada. Esta permite ver todos los contenidos de la plataforma, sin embargo no le permite al usuario completar ninguna orden ni reserva, hasta llegar al alojamiento.

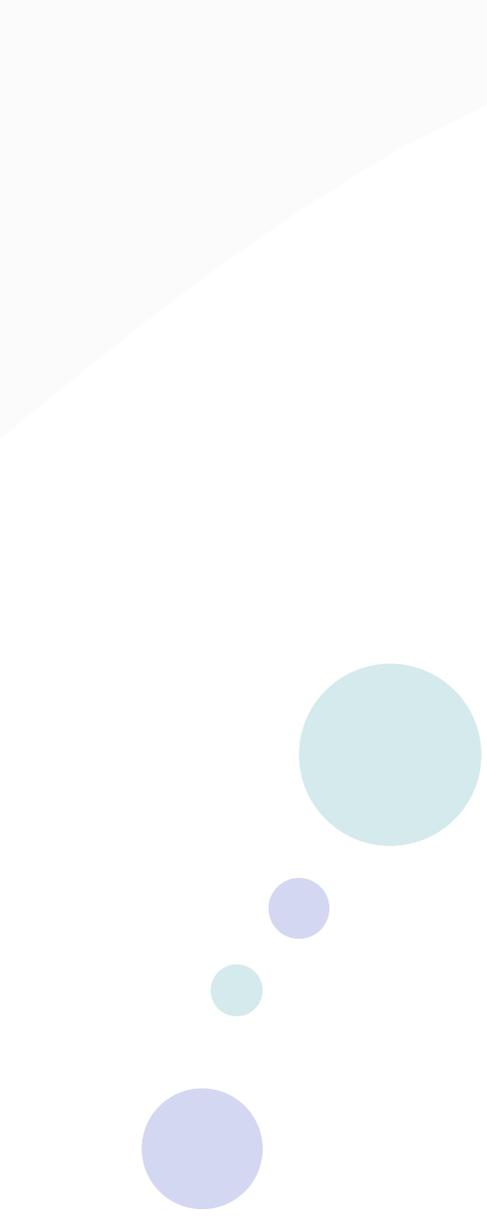
En las pantallas (E.1) y (E.2) se muestra el catálogo principal de la plataforma durante esta navegación. Se propone un anuncio en la sección superior de la plataforma que permite iniciar el online-check in, y que funciona como diferenciador entre los estados de la plataforma, antes de llegar al hotel y huésped registrado en el hotel.

2. Online Check-In



Como se mencionó en la sección anterior, durante la navegación limitada se muestra un mensaje superior que le permite al usuario iniciar el proceso de smart Check-In (A). La navegación limitada rompe el paradigma de muchas plataformas de mostrar un punto de ruptura en la navegación. Donde se le muestra al usuario una pantalla que le imposibilita continuar navegando dentro de la plataforma. Al iniciar el proceso de online check-in, se muestra una pantalla de introducción a la función (B).

El formulario que se despliega a continuación (C) debe ser completamente personalizable por el hotel. Existen hoteles que requieren contenidos distintos dependiendo



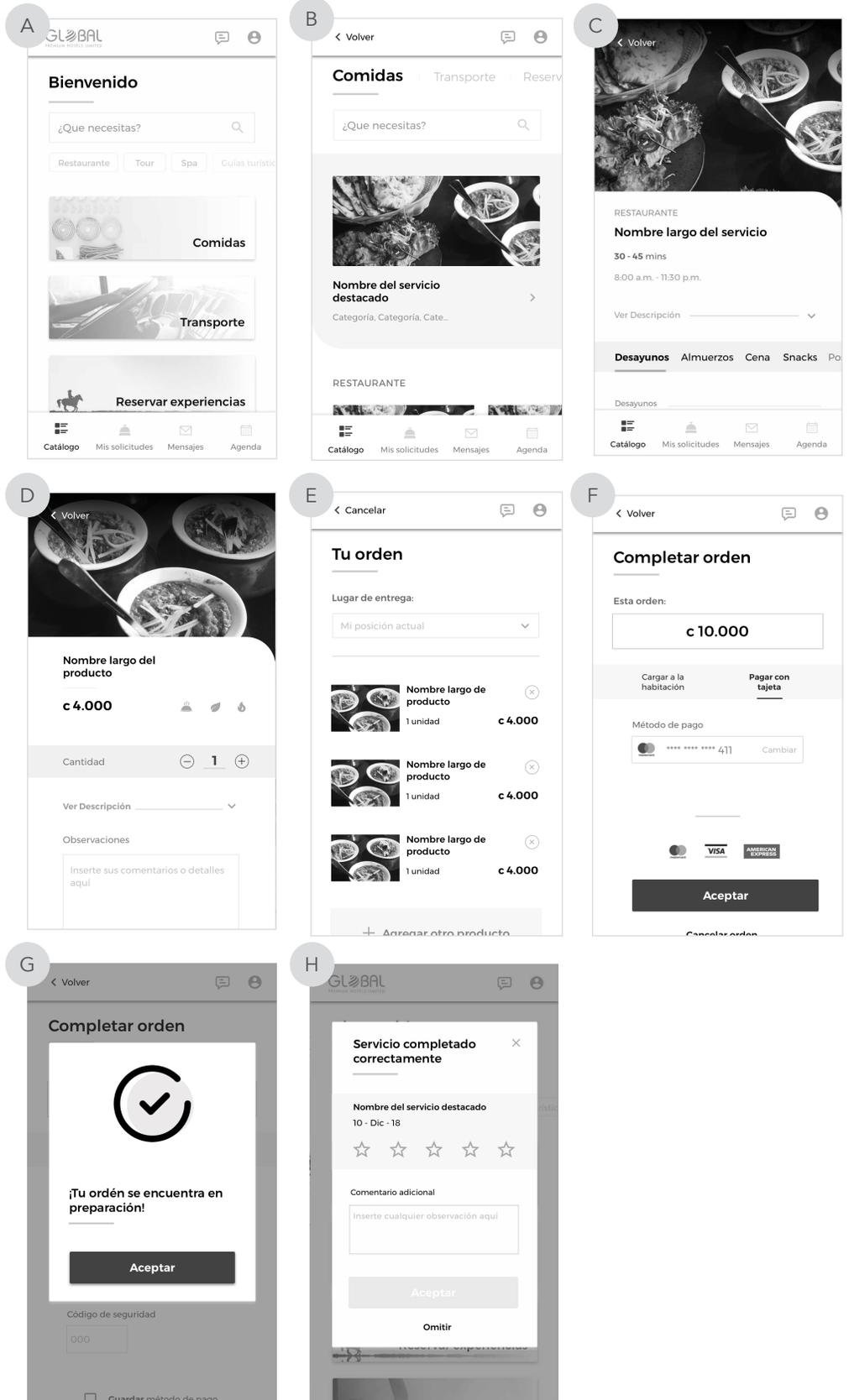
de su proceso de registro de huéspedes. El formulario puede mostrar opciones como escanear pasaporte e información de pagos. Los contenidos de esta sección serán administrables, con la única restricción siendo la separación de estos contenidos en pasos.

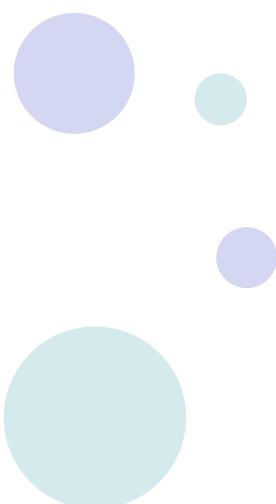
Al finalizar este formulario, se confirma con un pop-up (D) el envío del formulario. Luego de realizar el online Check-In, el mensaje superior se convierte en un mensaje de “aprobación en espera” de los usuarios (E).

Este mensaje además de permite visualizar el código de reserva (F) en caso de que el usuario no haya sido aprobado al llegar al hotel. El código que se dispone puede ser escaneado por el recepcionista para registrar al usuario dentro del hotel.

Todo este proceso es opcional, debe recalcar que el usuario accederá de forma regular a la plataforma en el caso de que haya ingresado al hotel antes de descargar la plataforma.

3. Realizar orden





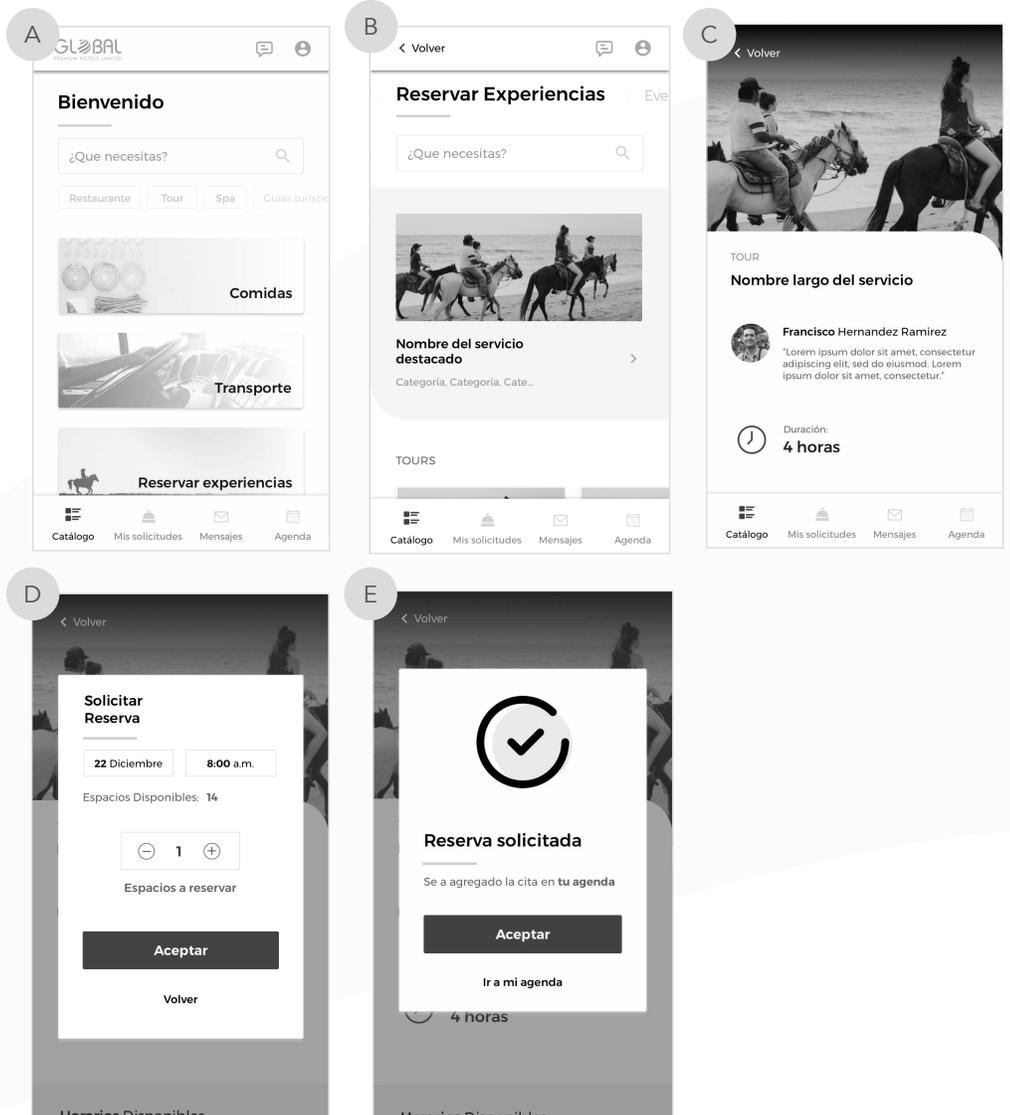
Una vez que el usuario está dentro del hotel, la navegación general de la plataforma se da desde una barra inferior dividida en 4 secciones, con 2 secciones de menor jerarquía en la barra superior. Estas secciones obedecen el journey map generado en la fase anterior del proyecto.

La sección de catálogo muestra un mensaje de bienvenida, seguido de un motor de búsqueda, brindando la forma más rápida de encontrar lo que busca al usuario. Además de estos componentes, el catálogo muestra las categorías de servicios con los que cuenta el hotel, disponiéndolos con una visualización que responde al carácter administrable del contenido. Gracias a esto, el diseño no se ve mayormente afectado cuando el hotel organiza lo que desea ofrecer a los huéspedes.

Para realizar una orden, estando en la sección de catálogo, la cual además es la sección principal o "Home" de la plataforma (A) el usuario selecciona la categoría deseada, mostrando la oferta de servicios de esta categoría (B). Al seleccionar el servicio deseado, el ejemplo mostrado siendo servicio a la habitación (C), el usuario puede armar una orden, seleccionando el producto (D), y confirmando el pedido (E,F).

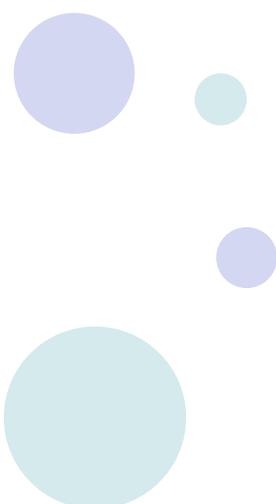
Al realizar la orden, esta pasa a "mis solicitudes activas" y se muestra una confirmación para el usuario (G). La orden podrá controlarse desde esa sección, proceso que se mostrará más adelante. Al recibir la orden, la plataforma despliega un sistema de feedback mediante un formulario de evaluación para el servicio recibido (H). Este formulario es opcional y pretende capturar tanto las mejores como las peores experiencias del hotel, permitiendo identificar huéspedes que necesitan compensaciones por alguna mala experiencia.

4. Realizar reserva



Otro tipo de proceso que puede realizar el usuario es realizar una reserva. Este proceso se diferencia del anterior debido a que su resultado final es apartar un espacio de tiempo del huésped. Desde el punto de vista de la plataforma, las reservas se dirigen propiamente a "la agenda", mientras que las solicitudes se almacenan en "mis solicitudes". Cada tipo de actividad cumple su función, y los hoteles pueden personalizar entre este tipo de secciones para su adaptación de la plataforma.

Las reservas también se realizan primordialmente por medio del catálogo (A), en la distribución propuesta, las reservas son transportes, experiencias, y eventos.

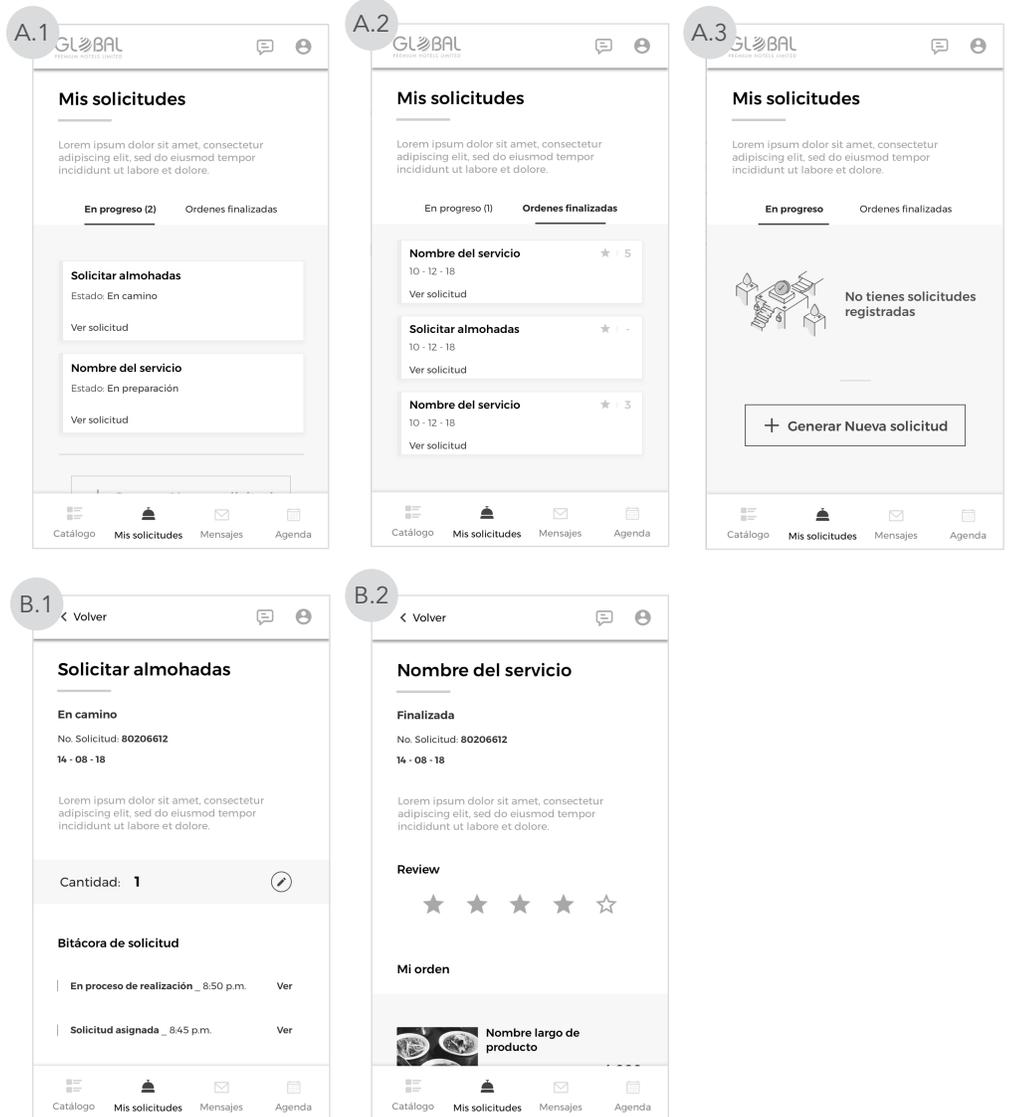


Al igual que en el ejemplo anterior, al seleccionar una categoría, también se muestra una vista de toda la oferta del hotel de esa categoría (B). Cada una de estas opciones cuenta con un perfil propio (C), donde se visualiza la información principal de dicho servicio.

En el ejemplo mostrado el Tour dispone de una descripción, características destacadas y posibles horarios, al seleccionar uno de estos horarios el usuario puede realizar una reserva especificando otros detalles que el hotel necesita (D).

Una vez realizado este proceso la plataforma confirma que la reserva pasa a aprobación y es agregada a la agenda (E).

5. Control de solicitudes

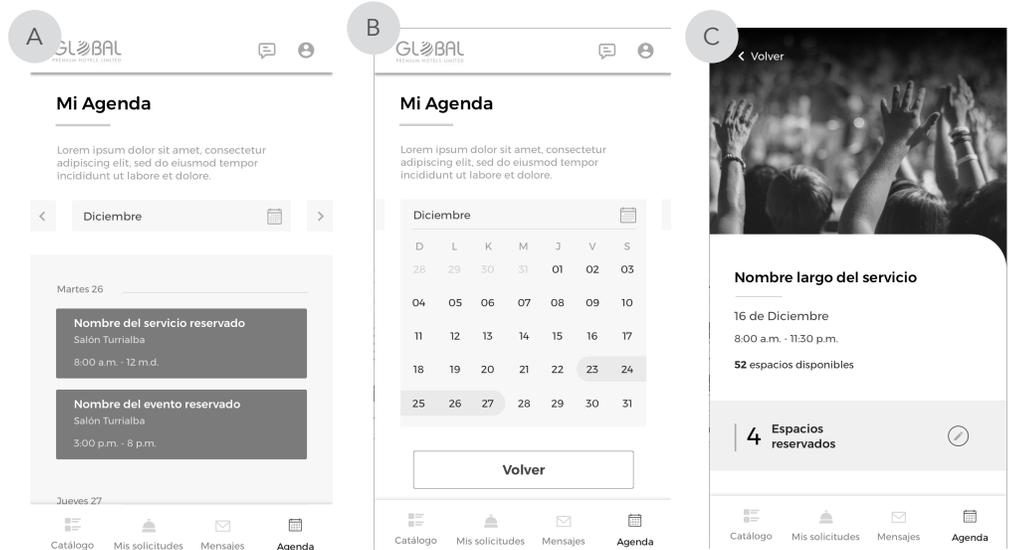


Como se mencionó en las tareas anteriores, cuando el usuario realiza una solicitud esta es almacenada en la sección de solicitudes. Esta sección cuenta con dos subsecciones principales; solicitudes en progreso (A.1) e historial de solicitudes (A.2). Cada una de estas despliega la lista de solicitudes pertinentes al título y en caso de estar vacías (A.3), disponen de un botón que guía directamente al usuario al catálogo, motivándolo a realizar una solicitud. De esta forma el usuario no encuentra en ningún momento esta pantalla como un punto final o un bloqueo, ya que siempre otorga una función al usuario ya sea verificar información sobre una orden realizada, para

conocer de sus servicios o realizar una orden.

Al seleccionar una orden en camino (B.1) el usuario puede ver el estado de la orden, los contenidos de la misma y la bitácora de movimientos que esta orden ha realizado. Es mediante esta transparencia que se pretende brindar control y seguridad al usuario durante todo el proceso, aclarando las dudas que surgirían de no tener acceso a esta información.

6. Agenda



La agenda es el medio primordial por el cual se le otorga el control al usuario sobre sus reservaciones. Esta no solo almacena reservas sino que también las dispone en orden cronológico, otorgando esta función de agenda. De esta forma además de el valor de transparencia que ya se mencionó, también agrega un valor de orden ayudando al usuario a organizar su estadía de la forma más conveniente posible. Para usuarios que sean parte de un grupo que tiene actividades personales o reservadas, el encargado puede comunicarse con el hotel para que este disponga en la agenda de los invitados estas actividades privadas.

La visualización principal de esta sección (A) muestra una vista por día de la estadía del usuario con las actividades que este tenga. Se otorga también un calendario que permite controlar las fechas a visualizar (B). Al seleccionar el evento se dispone el mismo con mi reserva donde puedo editarla o cancelarla (C).

Paper prototyping

Con la base de los wireframes generada se procede a realizar la primera validación de la plataforma con usuarios reales, para esto se realiza un paper prototyping en distintos hoteles del país. Los hoteles visitados fueron: Cala Luna y Capitán Suizo en Tamarindo y el Tryp Sabana en San José; logrando un total de 10 personas entrevistadas.

A continuación se explica la metodología utilizada en estas pruebas y se muestran los resultados obtenidos. Además se muestran los cambios aplicados acorde al feedback proporcionado por los usuarios.

Las pruebas se aplican utilizando una interacción simulada de baja fidelidad destinada a validar la fluidez de navegación que le brinda la plataforma a los usuarios y en general que tan intuitiva es la misma.



Metodología utilizada

Como se mencionó anteriormente las pruebas se realizaron utilizando una interacción simulada de baja fidelidad, donde se le permitió al usuario manejar la maqueta según una serie de tareas definidas estratégicamente para probar la fluidez de navegación del usuario en cada una de las secciones de la misma.

Se tomó nota de cada comentario y observación realizada por las personas con el fin de validar al final que cambios de peso debían realizarse en la propuesta.

La prueba se realiza mediante dos personas donde una registra de forma textual todo lo que dice el usuario y otra guía al mismo durante todo el proceso. Toda la información recolectada se tabula en un cuadro y se evalúa el desempeño del usuario en una escala del 1 al 5.

Esta tabla se encuentra en los anexos y en el siguiente link: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Yaop9JCWlQVfd_09w79cDkPPrN9vV1BxCBCD9UHAAQI/edit?usp=sharing

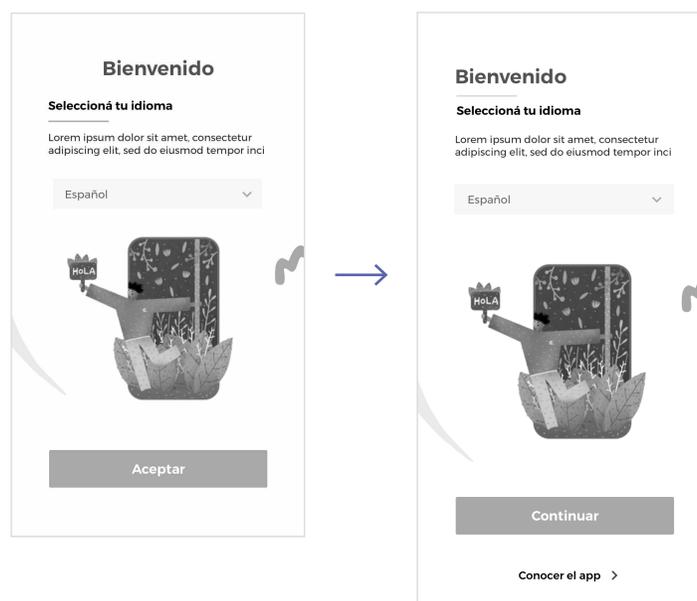
Los videos de evidencia de las pruebas se pueden encontrar en el siguiente link: https://drive.google.com/open?id=1thAZy__6xyU239ISSwgpqg9K3PHVTsDw

Tareas valoradas:

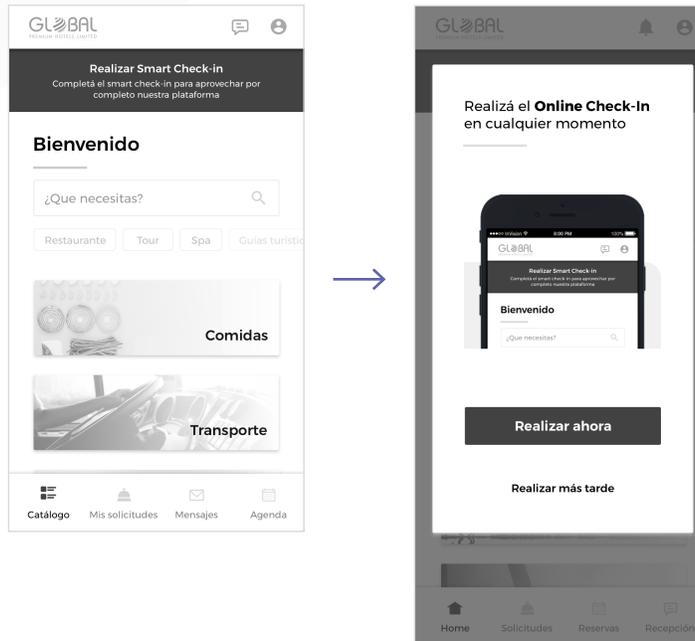
- A. Ingresar en la plataforma
- B. Realizar el smart check-in
- C. Realice una orden de comida
- D. Realice un reporte de problema
- E. Cancele una solicitud realizada
- F. Inicie una conversación con recepción
- G. Explore la sección de agenda

Hallazgos:

En general los usuarios sintieron largo el proceso de ingreso, principalmente por el on-boarding, ya que la función de "saltar" no fue fácilmente encontrada. Por esta razón se propone la solución mostrada a continuación, donde el on-boarding se convierte en una función secundaria habilitada por un botón de menor jerarquía denominado "Conocer el app" en la sección de idioma.



Otro cambio en el proceso de ingreso es que el usuario no localiza de forma acertada el anuncio de “Smart Check-in”. Por lo cual se propone una visualización más evidente en forma de pop-up, dándole así la posibilidad a usuario de decidir si hacer el proceso en el momento o esperar a llegar al hotel. Sin eliminar el anuncio superior que le permite completar el proceso más tarde.



Los usuarios entrevistados expusieron que a pesar de encontrarle gran valor a la función de “Smart Check-in” necesitarían siempre de un proceso físico de validación con alguna persona para procesos como la entrega de llaves, resolver dudas de la estada y en general sentirse bienvenidos en el hotel. También se encontró que según la experiencia de los usuarios, distintos hoteles solicitan información muy distinta a la hora de hacer el check-in.

Durante una de las pruebas un usuario comentó que durante su visita había estado en dos hoteles diferentes, y que mientras que uno le solicitaba de información como fotocopias de todos los pasaportes de su familia otros hoteles solo solicitaban información de pago y firmas. Esto ayuda también a concluir que se puede recomendar una circunstancia ideal de formulario, sin embargo estos formularios deben de ser completamente administrables y el hotel deben de tener la facilidad de ajustarlo de acuerdo a sus necesidades.

Además de hacer estos formularios administrables se incluye recomendaciones de como se vería una sección en donde el huésped necesita ingresar su información de pago, y siguiendo el feedback de los usuarios se incluye la opción de escaneo de pasaporte y tarjeta. A continuación se muestra el ejemplo de esta pantalla, donde se puede apreciar esta propuesta

< Volver

Online Check-In

Paso 2 de 3

Tarjeta de respaldo
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod.

Tours **Room Service** **Events**

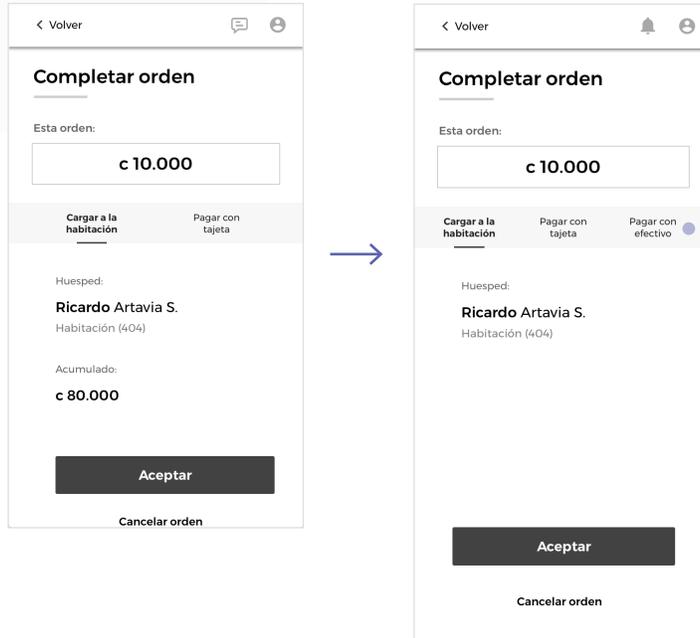
Número de tarjeta
**** * -4545

Código de seguridad

Mastercard VISA AMERICAN EXPRESS

< Anterior Siguiente >

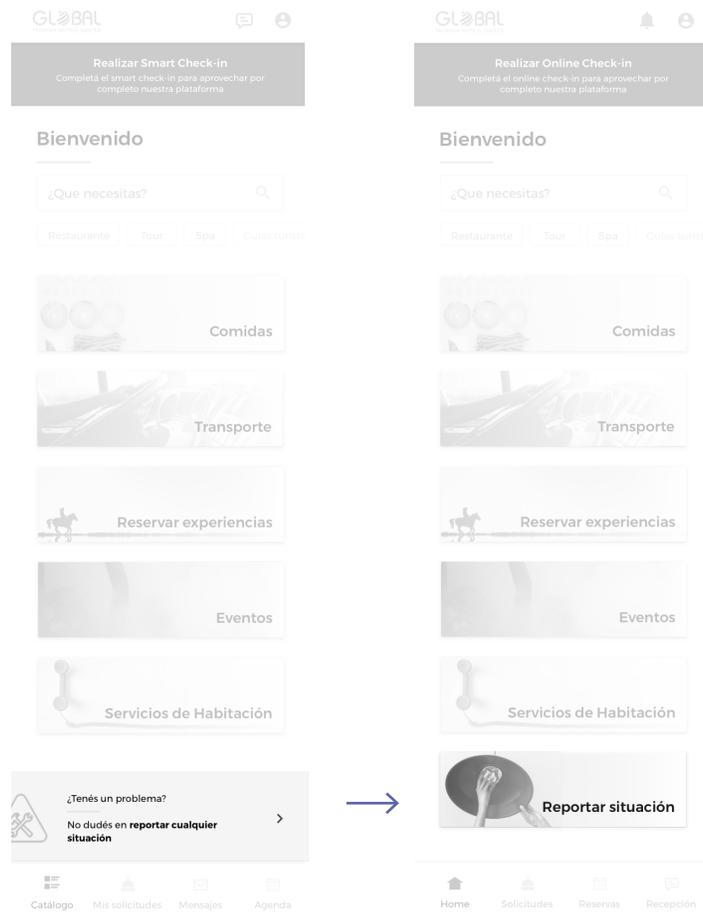
A la hora de realizar una orden, los usuarios sugieren que es importante incluir métodos alternativos para cancelar la misma. Por esta razón se define una propuesta donde a la persona se le brinda adicional a los métodos de pago anteriores la posibilidad de pagar con efectivo adicional a las previamente definidas.



Otra observación importante por parte de los usuarios fue el separar los servicios de restaurantes y room service como categorías distintas. Debido a que en su experiencia los hoteles del restaurante por lo general no cuentan con el mismo menú para el room service y para el establecimiento. Esto se soluciona precisamente al separar estos en dos servicios diferentes, evitando posibles problemáticas con los productos que se expondrían en cada uno de ellos.

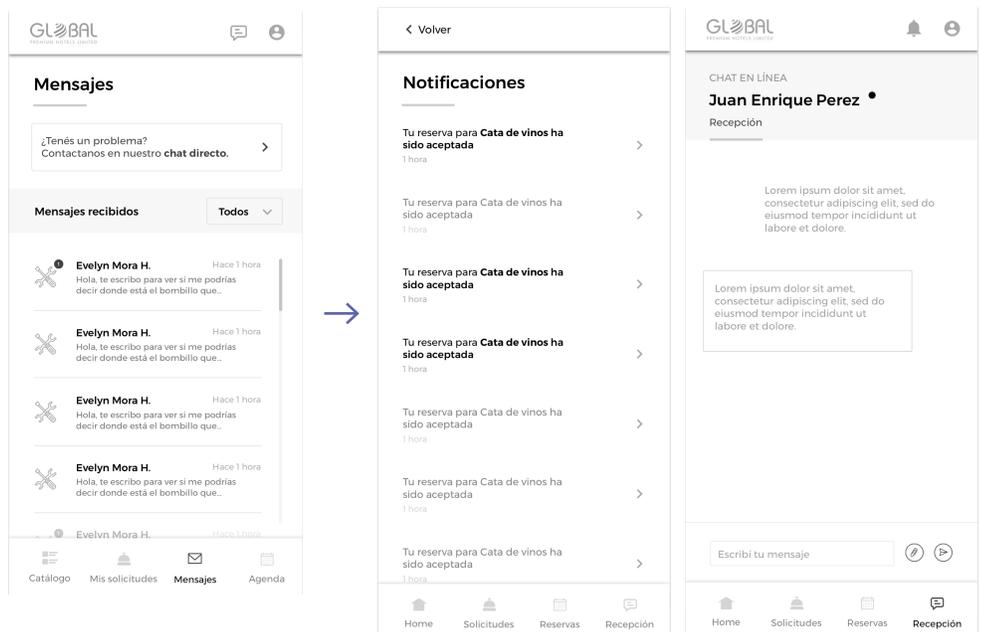


Por otra parte al analizar la función de reporte de problemas de la propuesta, a algunos usuarios se les dificulta encontrar el llamado a la acción que me dirige a esto en primera instancia. Además la manera original en que se proponía este llamado a la acción se interpretó como el reporte de un problema técnico propio de la plataforma o no con respecto al servicio brindado por el hhotel. Por esta razón se propone darle un peso visual igual al de los demás bloques de servicios desplegados en esta sección.



Por último, una de las mayores modificaciones realizadas a la propuesta posterior a las pruebas de usuario consta de la transformación de la función de mensajería en un espacio para notificaciones y chat. Durante las pruebas los usuarios mostraron una mayor familiaridad hacia un sistema de notificaciones y a un chat constante, que a un sistema de mensajería que intentará cumplir con la función de notificación.

Estas a su vez consideran aspectos y necesidades diferentes del usuario final ya que las notificaciones cumplen la función de alertar a las personas sobre cambios en la plataforma y/o sus solicitudes. Y por otro lado el chat continúa siendo el canal directo de comunicación entre el huésped y el hotel.





Arquitectura Beta

Gracias a los hallazgos obtenidos en las pruebas de usuario detalladas anteriormente, se definen aspectos importantes a corregir en la arquitectura de los elementos planteada en un principio para la plataforma.

Esta arquitectura funcionará como punto de partida para realizar la visualización final de la maqueta del proyecto, comprendiendo todos aquellos contenidos y funciones realmente esenciales tanto para el usuario final como para el hotel que administrará la misma. No obstante este último tendrá la potestad de manejar que contenidos y servicios mostrará específicamente en cada sección definida en este diagrama según sus necesidades y posibilidades.

A continuación se muestra esta nueva iteración de la arquitectura llamada arquitectura beta, la cual despliega los contenidos finales de los cuales constará la aplicación.

A continuación se muestra la arquitectura corregida, destacando con color los conceptos modificados.

App huéspedes

Smart Sign In	Introducción de código de ingreso Hora de entrada Confirmación de horas Pasaporte — Escaneo de pasaporte Preferencias Método de pago
Catálogo	Buscar Comidas Transporte Experiencias Eventos Servicios de habitación Reportar problema
Solicitudes	Crear solicitud Solicitudes activas Historial
Agenda	Mis eventos
Notificaciones	Mensajes de notificación
Perfil	Mi información Estadía actual Métodos de pago — Habitación, tarjeta, efectivo Check-out Estado de cuenta
Chat	



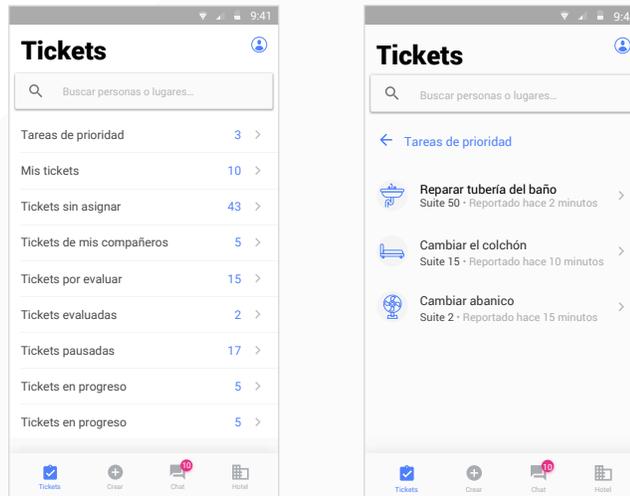
Análisis de UI

Como se ha mencionado a lo largo del informe, DingDone posee una plataforma actual la cual se dirige al mercado administrativo de hotelería. Esta plataforma cuenta con un estilo gráfico que se definió en un inicio para satisfacer las necesidades que tenía el mercado el proyecto (Administración de los hoteles). No obstante para la segunda etapa de huéspedes se debió realizar un rediseño de esta, dirigido a un mercado (Huéspedes) con necesidades de diseño y estructura diferentes.

A continuación se muestra el análisis realizado al diseño de la plataforma administrativa, los paradigmas utilizados que funcionarían como referencia y los puntos que debieron sufrir cambios para lograr satisfacer las necesidades de la nueva versión de DingDone.

Jerarquía y diagramación:

Como se puede observar en las siguientes vistas de la aplicación, DingDone administrativo utiliza un estilo de interfaz muy minimalista. Esto se evidencia en el uso de encabezados fuertes para señalar cada una de las secciones y textos de bajo peso visual para los demás elementos que lo componen. Este juego de tipos de texto ayuda a definir una clara jerarquía de los elementos.



En general la plataforma se basa mucho en la utilización de texto con una baja cantidad de iconografía y un uso casi nulo de imágenes. Por lo general la diagramación se percibe pesada y se relaciona mucho con contenido de carácter laboral y poco interesante.

+ Pros

Buena jerarquización de textos mediante pesos y tamaños

- Contras

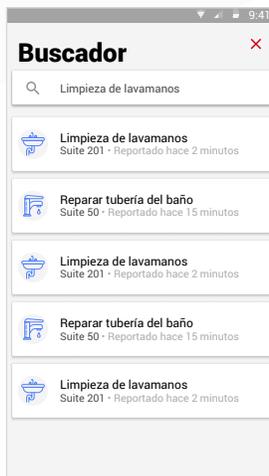
Bajo uso de elementos gráficos

Percepción general de herramienta empresarial

Cromática:

La cromática utilizada se compone de una pareja de colores predominantes para los detalles de la aplicación, en este caso azul y fucsia, con una serie de colores secundarios utilizadas para marcar estados y tonos neutros para el resto de elementos de la composición. El estilo general de diseño es claro, manteniendo un fondo en tonos grises con alta luminosidad a través de la mayoría de la plataforma.

Para la plataforma de huéspedes se destaca el estilo light de la plataforma, debido a que resulta menos intimidante para la gran mayoría de usuarios y también se destaca el uso de color para destacar interacción. Una restricción muy fuerte a la que se enfrenta la plataforma, es su necesidad de acoplarse a diferentes estilos gráficos, característica a la que en este proyecto se le ha llamado su cualidad de plantilla. Para cumplir con esta limitación se propone dejar de lado los colores principales y enfocarse mas bien en el manejo de dos tonos que esta plataforma tiene, permitiendo a los hoteles seleccionarlos acorde a su línea gráfica sin comprometer la visualización de la plataforma



+

Utilización de un estilo claro
Buen manejo de dos tonos
de color

-

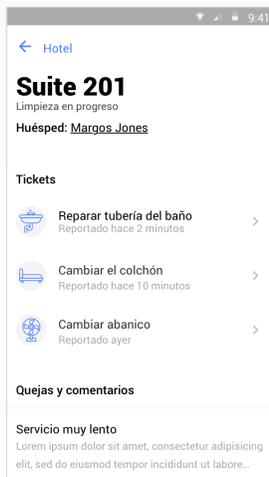
Debido a la naturaleza
del proyecto no se puede
limitar la cromática a os
colores definidos

Identidad:

Un aspecto negativo encontrado es el que se utilice una gráfica tan neutra y monótona puede provocar una falta de identidad de marca en la aplicación, lo cual no puede permitirse en el App de Huéspedes. Los hoteles requieren que sus usuarios recuerden e identifiquen su aplicación cuando la hayan utilizado. Por esta razón en esta versión se pretende mejorar la distribución del uso de color y recursos gráficos, sin perder de vista los espacios negativos y limpieza de la aplicación.

Afrontar este conflicto es un enorme reto debido a que la plataforma debe poder cambiar de marca según la gráfica del hotel así transmitir la identidad del mismo.

Como propuesta para solucionar este reto se planea utilizar un mayor uso de color, debido a que este es seleccionado en concordancia con la marca. También mantener un logo constante en la mayoría de la plataforma y una fuerte utilización de ilustraciones ayudará a que la la aplicación tenga mayor pertenencia con el establecimiento.



+

Identidad muy limpia y fácil de personalizar

-

Debido a la naturaleza del proyecto no se puede limitar la cromática a os colores definidos



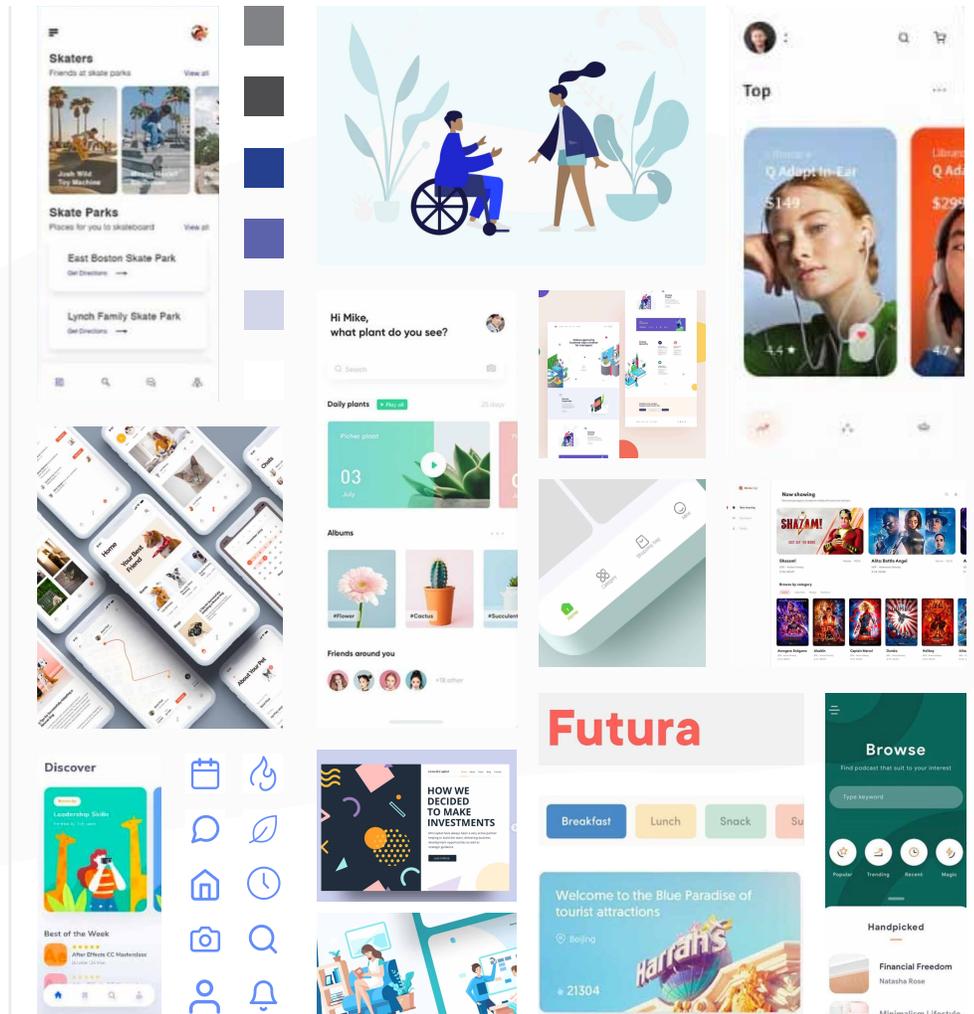
Look and feel

La siguiente sección comprende la definición del estilo gráfico que se le da a la aplicación, partiendo de un look and feel generado según las necesidades de parte de los hoteles. Este esta compuesto por un moodboard de referentes de estilos, tipografías, cromática y la familia de iconografía definida para la misma.

Se propone estandarizar tanto las tipografías seleccionadas como la estructura de todos aquellos elementos base que se utilizaran como lo son los botones, barras de estado y cards, con el fin de no comprometer la legibilidad de la plataforma.

Una vez plantada esta guía de estilo base se muestra el diseño final implementado en las pantallas. Al trabajar bajo la modalidad de plantilla se generan varias propuestas variando las imágenes, cromáticas, contenidos y logos de las marcas con el fin de demostrar la flexibilidad que el diseño brinda y la manera en que se acopla.

1. Moodboard de referenciales



El moodboard anterior se realiza contemplando las reglas que se desean implementar basadas en el diseño de la plataforma actual, especificadas en la sección anterior, como la tipografía y en general el estilo de alta luminosidad. Además también se incorporan ciertos referenciales que solucionan algunos puntos de mejora obtenidos.

En el gráfico se muestra una mejor implementación de imágenes e iconografía, junto con un mejor desarrollo de elementos como cards y barras de búsqueda, que dan una identidad gráfica a la plataforma.

Basandose en este moodboard se plantea una serie de elementos que permitirán aplicar el look and feel a la plataforma.

2. Línea gráfica

Cards



Botones



Elementos constantes



Texto

H1 - Montserrat Semibold _ 26

H2 - Montserrat Regular _ 26

H3 - Montserrat Regular _ 20

H4 - Montserrat Medium _ 17

H5 - Montserrat Semibold _ 14

H6 - Montserrat Regular _ 14

Body - Montserrat Regular _ 15

Paragraph - Montserrat Regular _ 13

Detail - Montserrat Regular _ 12

Proporción cromático



Los lineamientos mostrados pretenden mostrar los diferentes elementos utilizados para dar identidad a la plataforma generada en la sección de Wireframes de baja fidelidad. Se muestra una versión finalizada de como trabajar los cards con imágenes, solución que se obtuvo principalmente del moodboard, ya que debía replantearse del estilo actual.

Se buscó además una tipografía más amigable con el usuario, pasando de roboto, tipografía que le daba un estilo empresarial a la plataforma, a Montserrat, que mantiene el mismo perfil san serif, sin embargo es más redondeado y de mayor ancho. Estas cualidades junto con un mejor manejo de espaciado, permite acomodar información de una manera más sencilla y visualmente más agradable.

Los botones se basan en los que posee la plataforma actual, principalmente en el redondeo y distinción entre botón activo e inactivo.

Por último, y debido a la condición de plantilla con la que cuenta la plataforma, no se puede hablar de limitar el proyecto a una única solución cromática, sino más bien se habla de las proporciones que debe seguir el diseño, manteniendo la posibilidad de sustituir los tonos Color A y Color B, mostrados en el diagrama.

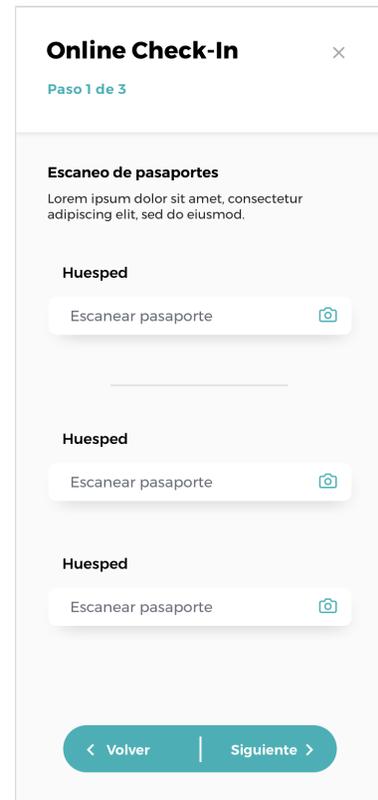
3. Aplicación del look and feel (Caso de estudio)

Con el estilo de los elementos, y una línea gráfica definida para la plataforma, se aplica la misma a los wireframes generados, para continuar la línea del proyecto, se aplica el estilo del caso de estudio planteado, el hotel Calaluna. Con este ejercicio además se analiza la flexibilidad de la plataforma para adaptarse a distintas líneas gráficas. A continuación se muestran algunas pantallas con el fin de ejemplificar la solución planteada con la línea gráfica del hotel de estudio. Además se muestran algunos ejemplos de como se adaptarían estas pantallas a otros estilos.

Pantalla de ingreso

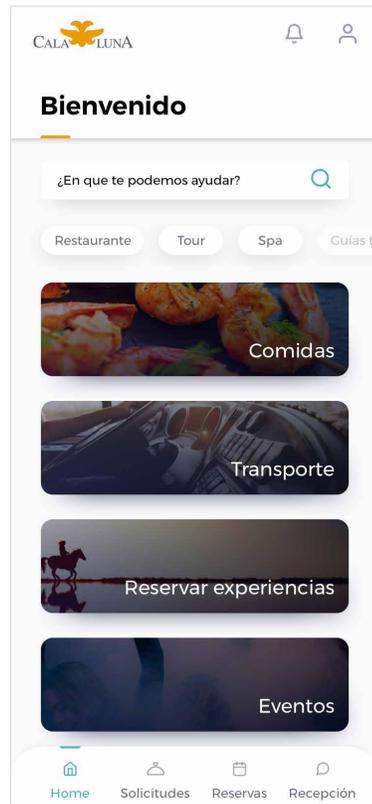


Visualización de formularios

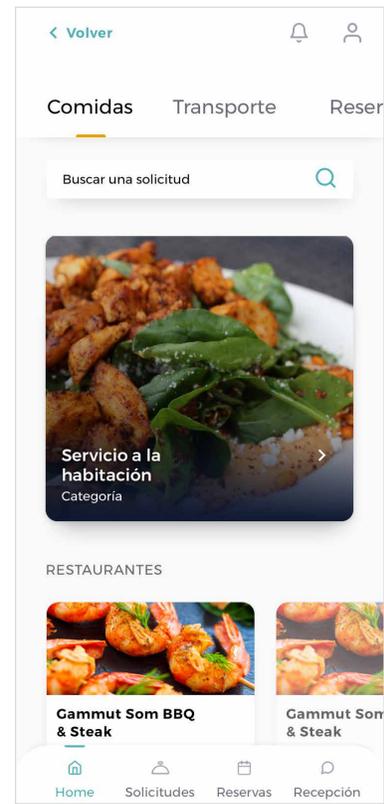


Las pantallas mostradas anteriormente reflejan las primeras interacciones que tendrá el usuario con la plataforma. En estas se aprecia la proporción cromática y la jerarquización de contenidos por medio del peso de la tipografía.

Catálogo principal



Sección del catálogo



Estas dos pantallas muestran la visualización de la navegación propuesta para el usuario que permitirá que este busque los contenidos de su interés en el catálogo. Se proponen constantes barras de búsqueda y categorizaciones claras para facilitar al usuario la ubicación de contenidos y brindar una buena experiencia a lo largo de las mismas.

En esta sección se utilizan imágenes para representar cada una de las categorías del catálogo. Estas a su vez poseen una capa oscura de baja opacidad para aumentar el contraste con la tipografía y así mostrar de manera clara y legible el nombre correspondiente a cada categoría. Por otro lado la utilización de acentos cromáticos, ayuda a indicar y dirigir al usuario a realizar acciones para completar el proceso, como sucede en el caso del ícono de búsqueda y menú inferior.

Sección de solicitudes



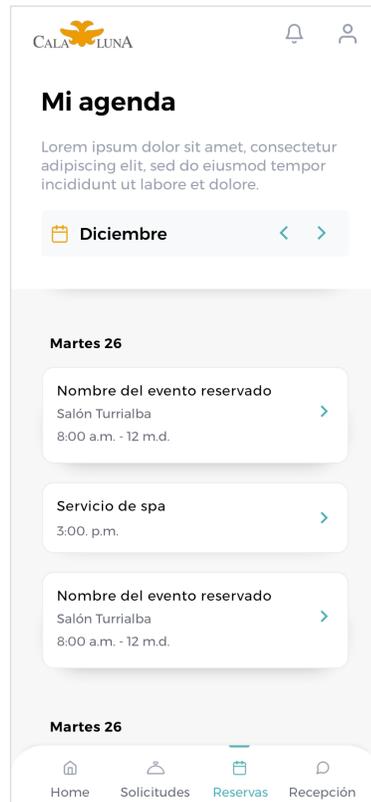
Perfil de solicitud



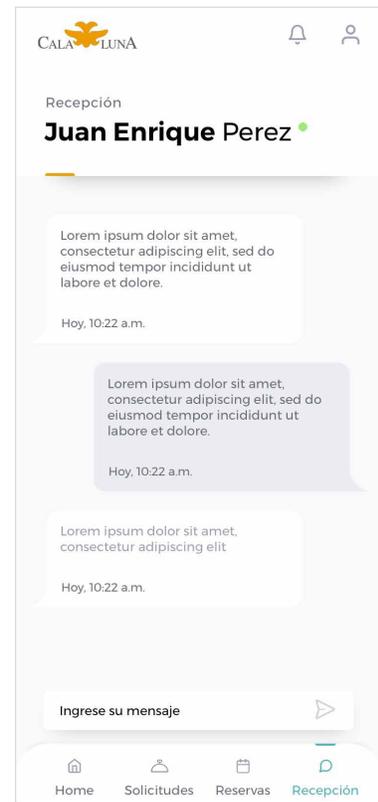
En las pantallas anteriores se muestra la sección de solicitudes tanto en progreso como el historial. Además del perfil de una solicitud realizada, mostrando información que le facilita al usuario darle seguimiento a orden como el estado, detalles y bitácora del proceso de la misma. También se continua la implementación de los dos tonos cromáticos para dirigir al usuario a diferentes zonas de interacción, ya que los tonos se plantean para que contraste con el tema claro de la plataforma.

El estado de cada una de las solicitudes se señala utilizando color alusivo, esto para diferenciar entre cada una de ellas de manera evidente. Por otro lado los contenidos en la vista previa de cada una tienen diferentes pesos que definen mejor jerarquía de estos contenidos.

Agenda de actividades



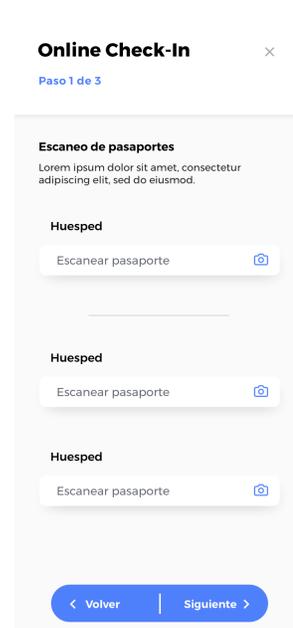
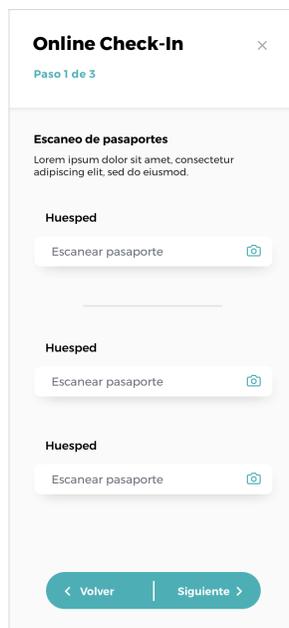
Chat con recepción



Las pantallas mostradas corresponden a la sección de agenda y a la de chat con recepción. En la agenda se puede apreciar el mes en el que se encuentra el calendario y todos los eventos que el usuario tenga planeado para el periodo de su estadía. Estos eventos se encuentran divididos por día. Y al igual que en los casos anteriores se da la utilización de acentos cromáticos para señalar espacios de interacción o indicación para el usuario.

Por otro lado el chat con recepción consiste en un espacio de comunicación directa del usuario con el hotel. En esta se muestra un distintivo cambio en el tono de las burbujas del mensaje dependiendo del autor del mismo, esto con el fin de diferenciarlos de manera clara.

Línea gráfica modificable



Las pantallas anteriores pretenden ejemplificar la manera en que se adaptaría el diseño a la identidad de marca del hotel a la que se aplique. Se muestra como los acentos cromáticos cambian según el estilo gráfico tomado sin embargo se mantiene el tema claro y limpio de la plataforma.



Pruebas heurísticas

Una vez con la visualización final del prototipo lista, se procede a realizar pruebas heurísticas a 10 potenciales usuarios de la aplicación. El objetivo de estas pruebas es realizar otra validación a la interacción deseada, esta vez con la línea gráfica ya aplicada. De esta forma se evita que en el producto final la línea gráfica interfiera en la facilidad de uso para el huésped.

Durante las pruebas se recopila la información en una tabla que permite analizar los datos y poder generar conclusiones con respecto al feedback de los usuarios. El link de acceso a esta tabla se localizará en los anexos del documento.

A continuación se muestran las conclusiones generales obtenidas tras analizar los resultados de las pruebas, y los cambios que se procedieron a realizar con el fin de generar una versión final y corregida de la plataforma.

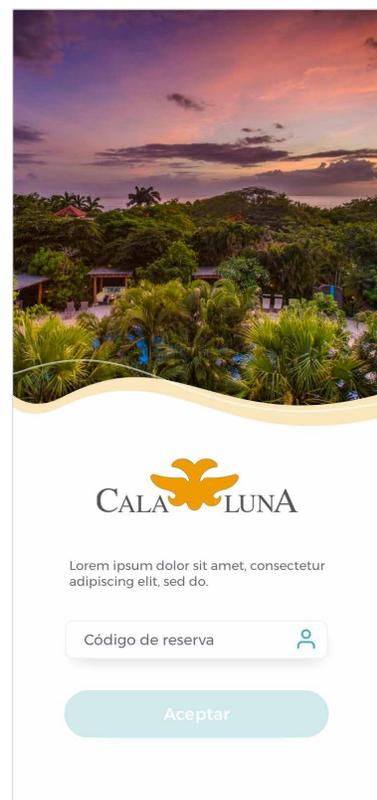
1. Login

La mayoría de usuarios comentaron durante las pruebas que el login no les parecía relevante o alusivo a la imagen del hotel. Por esta razón se decide realizar una propuesta en la cual se muestre una fotografía que le genere emoción al usuario con respecto al hotel y la plataforma y le transmita un poco sobre la experiencia que podrá vivir durante su estadía.

Versión anterior



Versión con cambios



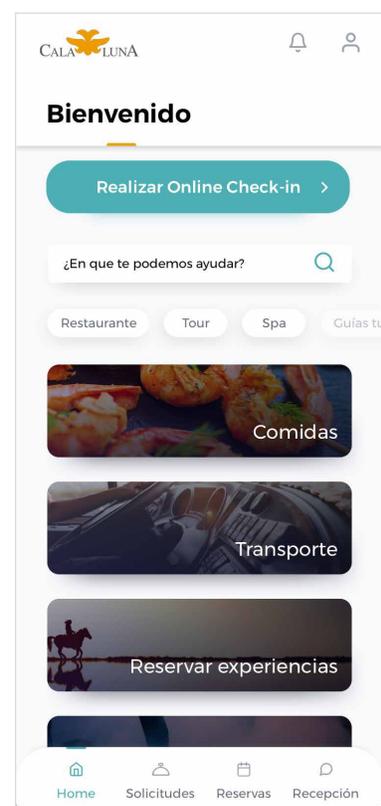
2. Catálogo

Otra conclusión obtenida a partir de las pruebas fue el hecho de que al solicitarle a los usuarios que realizar el proceso de Online Check-in desde el catálogo, algunos de ellos no percibían el mensaje como un llamado a la acción. Por esta razón se propone cambiar la visualización del mismo de forma que se perciba más como un botón y así sea intuitiva la interacción.

Versión anterior



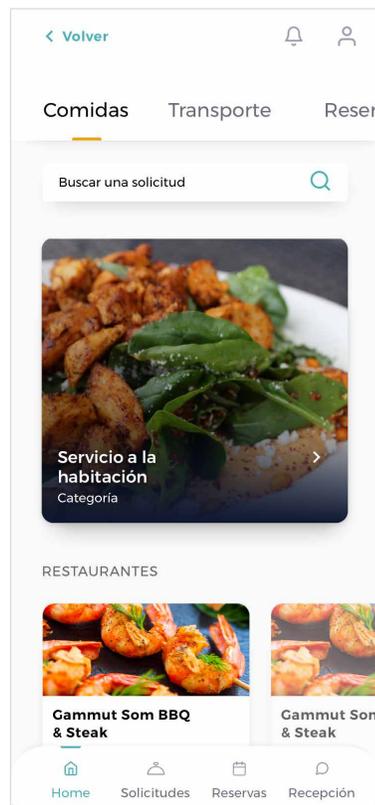
Versión con cambios



3. Subsección del catálogo

Durante las pruebas surgió el comentario acerca de la forma en que se desplegaba la información de los restaurantes del hotel. Varios usuarios expresaban que por su experiencia al hospedarse un hotel no cuenta con una gran cantidad de restaurantes y que por ende les gustaría poder verlos al mismo tiempo sin la necesidad de realizar swipe para navegar entre ellos. Por esta razón se decide cambiar la visualización de los restaurantes a una lista vertical en lugar de horizontal.

Versión anterior



Versión con cambios



4. Online Check-in

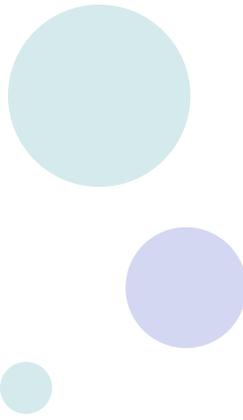
Por último un cambio sugerido por algunos de los usuarios entrevistados. Esta consistía en el hecho de que al realizar el un proceso al inicio de su experiencia como lo es el online check-in les gustaría que estuviera la identidad de la marca siempre presente.

Versión anterior

The screenshot shows a mobile application interface for 'Online Check-In'. At the top, the title 'Online Check-In' is displayed with a close button (X) on the right. Below the title, it indicates 'Paso 1 de 3'. The main content area is titled 'Escaneo de pasaportes' and contains a placeholder text: 'Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod.' Below this, there are three sections, each labeled 'Huesped'. Each section contains a button labeled 'Escanear pasaporte' with a camera icon on the right. At the bottom of the screen, there are two buttons: 'Volver' (left) and 'Siguiente' (right).

Versión con cambios

The screenshot shows the updated mobile application interface for 'Online Check-In'. At the top, the 'CALA LUNA' logo is visible on the left, and the title 'Online Check-In' is on the right with a close button (X). Below the title, it indicates 'Paso 1 de 3'. The main content area is titled 'Escaneo de pasaportes' and contains the same placeholder text as the previous version. Below this, there are three sections: the first is labeled 'Huesped titular' and the other two are labeled 'Huesped'. Each section contains a button labeled 'Escanear pasaporte' with a camera icon on the right. At the bottom of the screen, there are two buttons: 'Volver' (left) and 'Siguiente' (right).



Resultados

Entregables

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía



Entregables

Al inicio del proyecto se plantean una serie de alcances en formato de entregables en esta sección se especifica la realización de estos entregables, la metodología implementada y su objetivo. Esto con el fin de validar el cumplimiento del proyecto y ejemplificar medios por los cuales se pueden cumplir alcances similares en otros proyectos.

De forma más puntual por cada entregable se mostrará el nombre del mismo, el objetivo, una breve justificación y la herramienta utilizada.

1. Mockup

A partir de la última versión de la plataforma se genera una maqueta funcional en la herramienta de prototipado Invision. Esta permite simular toda la interacción entre pantallas más no la animación que estas supondrían en la versión programada. A continuación se muestran las pantallas principales de la plataforma con el estilo del hotel Cala Luna y para poder interactuar con la maqueta funcional el acceso se encuentra en el siguiente link:

Herramientas utilizadas:



Sketch

Herramienta para creación de diseño de la plataforma

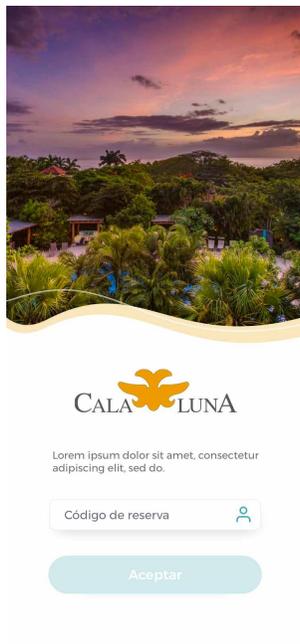


Invision

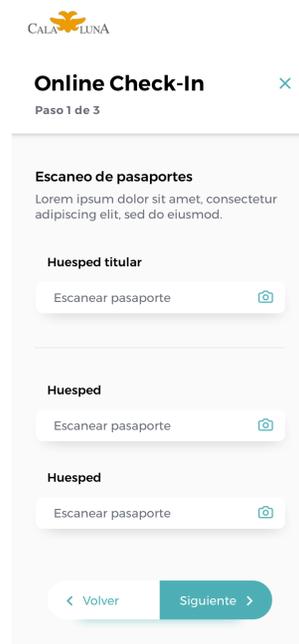
Herramienta de prototipado para la maqueta funcional



Pantalla de ingreso



Online check-in



Catálogo



Solicitudes



Agenda

CALA LUNA

Mi agenda

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore.

Diciembre

Martes 26

Nombre del evento reservado
Salón Turrialba
8:00 a.m. - 12 m.d.

Servicio de spa
3:00 p.m.

Nombre del evento reservado
Salón Turrialba
8:00 a.m. - 12 m.d.

Martes 26

Home Solicitudes Reservas Recepción

Chat con recepción

CALA LUNA

Recepción

Juan Enrique Perez

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore.

Hoy, 10:22 a.m.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore.

Hoy, 10:22 a.m.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Hoy, 10:22 a.m.

Ingrese su mensaje

Home Solicitudes Reservas Recepción

Perfil

< Volver

Ricardo Artavia S.

Estadía actual

Habitación: C-680
Llegada: 10 - Dic - 18
Partida: 22 - Dic - 18

Mi información

Correo: correousuario@gmail.com
Pasaporte: 0 - 0000 - 0000

Mi métodos de pago

Calificá tu estadía

Conocé el app

Home Solicitudes Reservas Recepción

Notificaciones

< Volver

Notificaciones

Tu reserva para **Cata de vinos** ha sido **aceptada**

1 hora

Tu reserva para **Cata de vinos** ha sido **aceptada**

1 hora

Tu reserva para **Cata de vinos** ha sido **aceptada**

1 hora

Tu reserva para **Cata de vinos** ha sido **aceptada**

1 hora

Tu reserva para **Cata de vinos** ha sido **aceptada**

1 hora

Tu reserva para **Cata de vinos** ha sido **aceptada**

1 hora

Home Solicitudes Reservas Recepción

2. Animatic

Como parte de los entregables también se planteó la creación de un animatic promocional dirigido tanto a nuevos hoteles que buscan optar por la incorporación de un app a su sistema de trabajo como a clientes de DingDone actuales. El video se desarrolla con un enfoque de venta y mercadeo que muestra todas las funciones principales que brinda DingDone huéspedes y los beneficios que la plataforma traería al hotel.

3. Guías para programación y de animación

Como parte del alcance y debido a que es un proyecto que pretende ser desarrollado por el mismo cliente se generan ciertos documentos de ayuda para facilitar el proceso de desarrollo de la plataforma.

Estos documentos brindarán tanto recursos gráficos como exportables en lenguaje de programación y permitirán que ni la interacción ni las animaciones queden a interpretación del programador y corran el riesgo de perders y facilitará que la intención de diseño se transfiera a la plataforma final de la forma más completa.



Zeplin

Herramienta de conversión de contenidos a lenguaje de programación



Anima

Herramienta para crear y mostrar animaciones planteadas para el diseño

Gracias a la utilización de las herramientas antes mencionadas no es necesario crear un documento que explique de forma textual los requerimientos de animación y diseño. Estas se encargan de exportar los elementos a lenguaje de programación listos para que el equipo dedicado a esto los utilicen.

Conclusiones

En este apartado se mostrarán el conocimiento generado a partir del proceso de diseño que se trabaja para desarrollar esta plataforma, específicamente se hablará sobre el valor que aporta tanto el diseñador como el proceso de diseño a la estructura y visualización como tal de la aplicación y como este insumo distingue DingDone de otras plataformas similares analizadas en los referenciales.

1. Desarrollo de la plataforma

Se concluye que la plataforma generada presenta una solución a nivel de diseño que logra resolver de gran manera el problema planteado, proponiendo una navegación pensada primeramente para los usuarios finales.

2. Manejo de contenidos

Se logra proponer una distribución de contenidos intuitiva y con posibilidad de crecer que por ende lograrán simplificar el proceso de localización de contenidos al usuario.

3. Comprensión del usuario

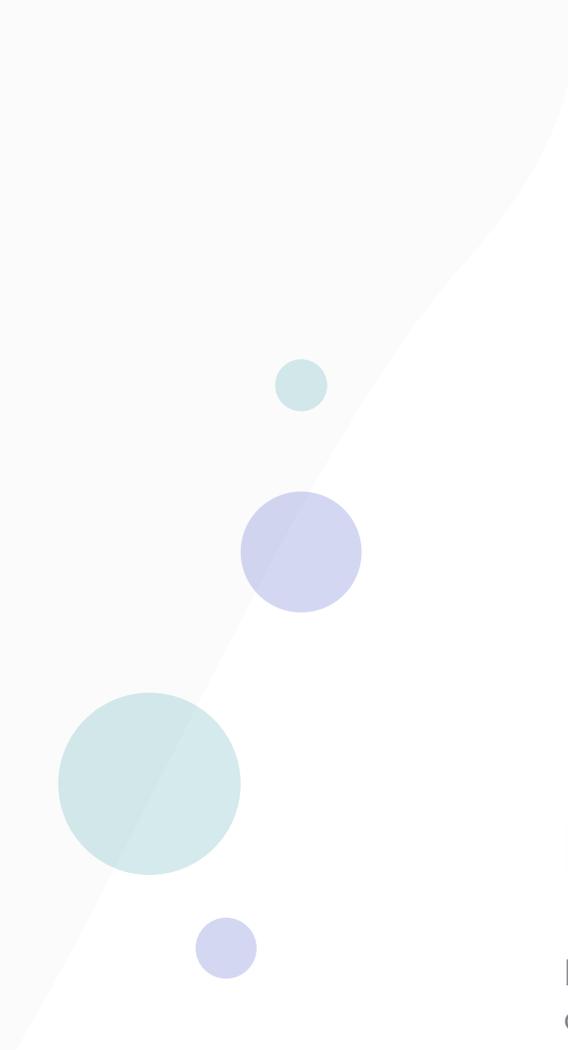
Se logra validar con usuarios finales que la solución de diseño propuesta garantiza una buena experiencia y navegación intuitiva por medio de varias rondas de intervención de los mismos y pruebas de usuario.

4. Identidad de marca

Se logra generar una solución que se basa en la línea gráfica de DingDone y es lo suficientemente flexible para acoplarse a la imagen de otras plataformas.

5. Trazabilidad

Fue posible digitalizar los procesos de forma que cuando los usuarios realicen cualquier solicitud y reserva por medio de la plataforma será posible que estas generen información de negocio para los hoteles.



Recomendaciones

Debido al marco de tiempo y la motivación académica del proyecto existen ciertas limitaciones que restringen el alcance del mismo. Debido a esto además de generar una serie de conclusiones del proyecto, se formaliza por este medio una serie de recomendaciones a seguir para asegurarse que la plataforma puede llegar a cumplir su mayor potencial.

Estas recomendaciones cumplen se centran cada una en una temática y oscilan desde recomendaciones propias que se deben recomendar al implementar la la plataforma a hoteles específicos hasta posibles oportunidades de crecimiento de la misma.

A continuación se muestra la lista de dichas recomendaciones.

1. Crecimiento

Se recomienda valorar la posibilidad de expandir la plataforma por medio de etapas para agregar otras funciones a la misma y de esta forma aumentar la funcionalidad de esta.

2. Integración

Se recomienda generar un estudio similar a este para generar la solución de diseño de la integración de estas funcionalidades con el gestor de tareas de DingDone.

3. Recursos gráficos

Al acoplar la plataforma a distintos establecimientos, estos deben de procurar que sus fotografías no comprometan la legibilidad de los textos y que sean lo suficientemente realistas para no comprometer la realidad con las expectativas del cliente.

4. Cromática

Se recuerda a lo hoteles que pretendan utilizar la plataforma que la solución está pensada para que los tonos cromáticos que se utilicen generen contraste con el tema claro de la plataforma por ende se debe procurar que sean saturados.

5. Responsive

Se recomienda generar una visualización de la plataforma en modo escritorio para que la misma se pueda en visualizar tanto en computadoras como en pantallas interactivas dentro de los hoteles.

Bibliografía

Hernández-Castro, P. F. (2016). Metodología de Análisis y Diseño de Usabilidad. Cartago, Costa Rica

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadakos, T. (2014). Value proposition design. Hoboken, NJ: Wiley.

Miller, G. A. (1994). The magical number seven, plus or minus two some limits on our capacity for processing information. Washington, D.C.: American Psychological Assoc.

Krug, S. (2000). Don't make me think. Que.

Saffer, D. (2010). Designing for Interaction. New Riders.

Norman, D. (2013). The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition. New York: Basic Books.

Anexos

Entrevistas

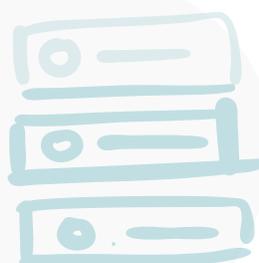
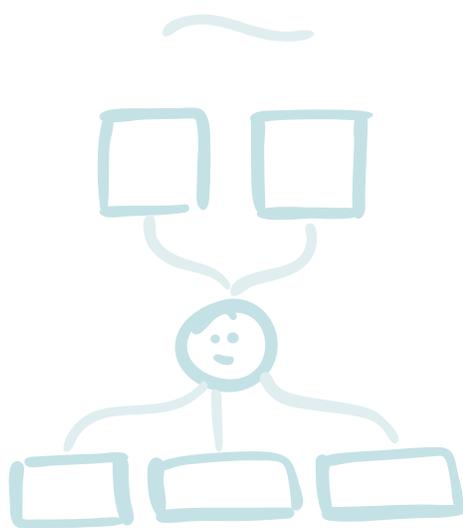
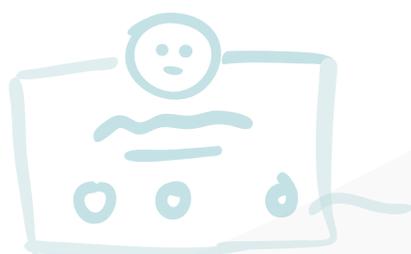
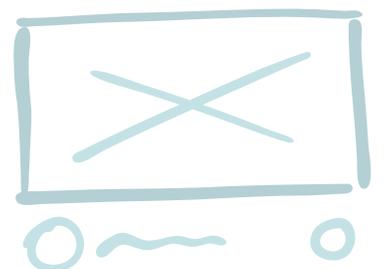
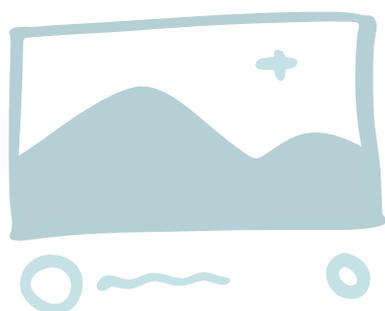
Análisis de referencias

JourneyMap

Cardsorting

Paper prototyping

Pruebas Heurísticas



Anexo 1 - Entrevistas

Se realizaron entrevistas a usuarios expertos en el campo de hotelería con el propósito de recolectar información valiosa para la definición de supuestos y requerimientos. A continuación se muestra la evidencia de dichas entrevistas y el formato utilizado para las mismas.



Entrevista a usuarios expertos

Priscilla Howell Campos

Concierge

1. ¿Cómo funciona normalmente el contacto de los huéspedes con usted?

Bueno generalmente ellos se acercan a mi escritorio y yo los atiendo desde ahí, ya que no hay un contacto directo conmigo vía teléfono.

2. ¿Cuáles son las consultas más comunes de los huéspedes?

Constantemente preguntan acerca de recomendaciones de actividades cercanas al hotel, servicios a los que tienen acceso durante su estadía, reporte de problemas.

3. ¿Normalmente debe atender muchas quejas de los huéspedes?

Si, a todas horas Es de esperarse que un huésped desee recibir el mejor servicio en sus vacaciones sin embargo a veces son quejas un poco subidas de tono o que se salen de mis manos.

4. ¿En su experiencia, cree que un app para huéspedes sería útil para los hoteles?

Si me parece una excelente alternativa, podría alivianarnos un poco el trabajo a nosotros y posiblemente brindar soluciones más rápidas a los huéspedes. Debemos embarcarnos a la era tecnológica.

5. ¿Qué aspectos le gustaría poder mejorar en la experiencia de los huéspedes?

Posibilidad de reportar problemas de manera ágil,
Comunicación constante con recepción
Lista de actividades o eventos disponibles.

Entrevista a usuarios expertos

Verónica Barquero

Recepcionista

1. ¿Cómo funciona normalmente el contacto de los huéspedes con usted?

Antes de llegar al hotel normalmente me contactan vía correo electrónico, pero me resulta muy difícil contestarles por la cantidad de correos que me envían.

2. ¿Cuáles son las consultas más comunes de los huéspedes?

Servicios a la habitación, horarios y menú de los restaurantes, reporte de problemas, posibilidad de extender una estadia.

3. ¿Normalmente debe atender muchas quejas de los huéspedes?

Sí, quejas y comentarios en general sobre el servicio. Los huéspedes las realizan pero es un poco complicado mantener un record de las mismas.

4. ¿En su experiencia, cree que un app para huéspedes sería útil para los hoteles?

Por supuesto, a mí me parece genial este tipo de soluciones. Sería mucho más sencillo informar a las personas sobre eventos y ellos comunicarse con nosotros

5. ¿Qué aspectos le gustaría poder mejorar en la experiencia de los huéspedes?

Comunicación ágil
Actividades disponibles
Información sobre restaurantes y servicio a la habitación

Entrevista a usuarios expertos

Ricardo Poyatos

Gerente

1. ¿Cómo funciona normalmente el contacto de los huéspedes con usted?

Generalmente conmigo no existe ningún contacto a menos de que se presente un problema muy grave. Sin embargo la comunicación del hotel con los huéspedes se basa en el teléfono de recepción.

2. ¿Cuáles son las consultas más comunes de los huéspedes?

Siempre consultan sobre eventos que realicemos en el hotel y servicios a la habitación.

3. ¿Normalmente debe atender muchas quejas de los huéspedes?

Sí, a los huéspedes les gusta aportar sus opiniones acerca de su estadia con nosotros. No obstante a la gerencia le resulta sumamente útil este feedback para una mejora constante de nuestros hoteles.

4. ¿En su experiencia, cree que un app para huéspedes sería útil para los hoteles?

Sí claro, facilitaría mucho el trabajo de nuestros colaboradores, y de esta manera se le podría brindar una mejor calidad de servicio a nuestros clientes.

5. ¿Qué aspectos le gustaría poder mejorar en la experiencia de los huéspedes?

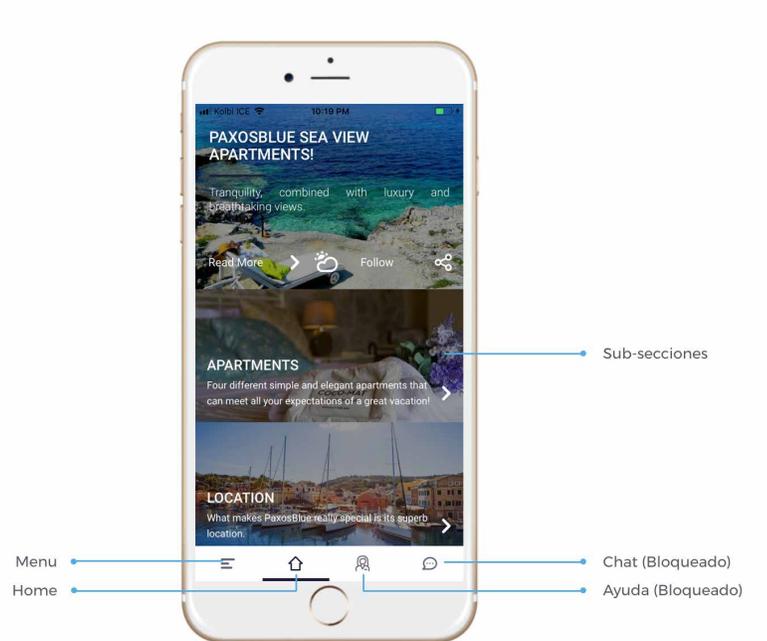
Sistema de feedback
Comunicación hotel-huésped

Anexo 2 - Análisis de referencias

Se analizó un total de 9 referencias con el fin de evaluar el estado actual de las soluciones digitales. Durante el proceso se analizaron aplicaciones de tipo concierge y también referencias donde se utilizan catálogos para definir algunas buenas prácticas a seguir en el diseño de la plataforma de DingDone.

Referencias Concierge

hotelgenius 



1. **Menú lateral atractivo**
2. **Iconografía clara**
3. **Secciones informativas**
atractivas



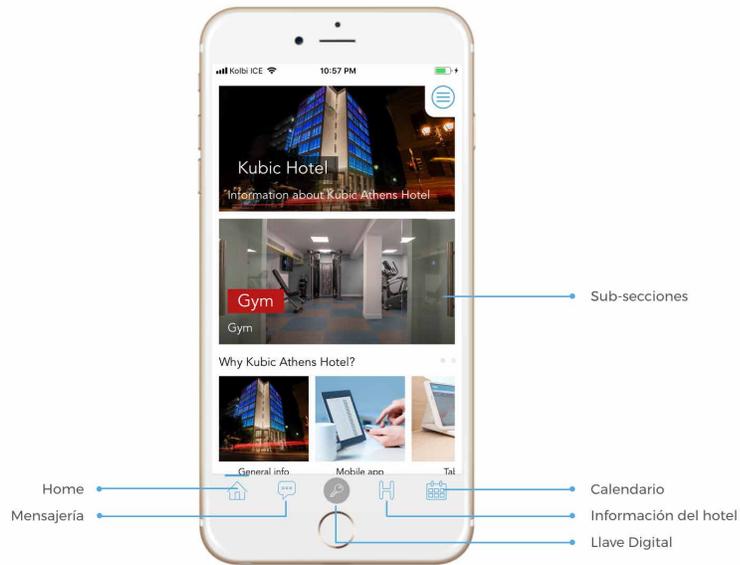
1. Fotografías causan **largos tiempos de espera**
2. **Poca legibilidad**
3. **Distintos tipos de navegación**
4. **Navegación no es constante** ni fluida
5. **Pop ups**, pantalla completa, **rompen la fluidez** en la navegación



1. Buen manejo en la **sección de mensajería/notificaciones**
2. Posibilidad de **registrarme en eventos/actividades** en línea
3. Sección de **"Mi calendario"** para ver mis eventos
4. Servicio de **Check-in en línea**



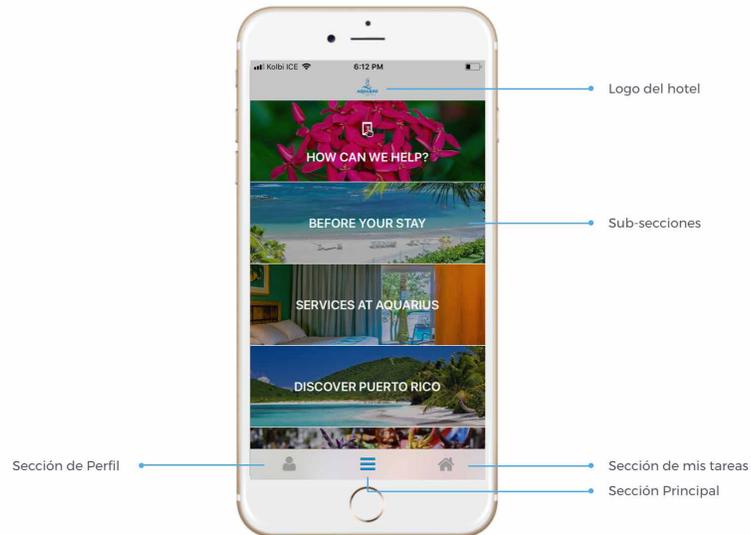
1. **Repetición de información** en distintas secciones.
2. **Distinción poco clara** entre secciones
3. **Navegación confusa**



1. Selección de idioma previo
2. Sistema de llave digital
3. Calendario que muestra mis eventos y los del hotel
4. Jerarquía clara de información
5. Buen uso de iconografía

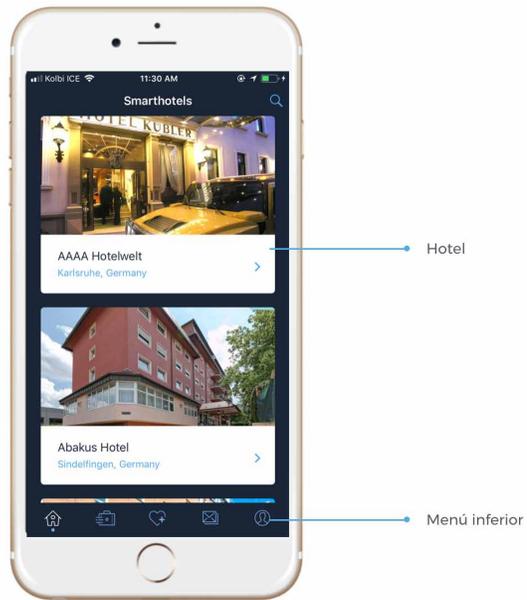


1. Sección de servicios muy escondida
2. Sección de contacto solo en el home
3. No es posible realizar reservas



1. Posibilidad de **cambiar los idiomas**
2. Buena utilización de **recursos gráficos**

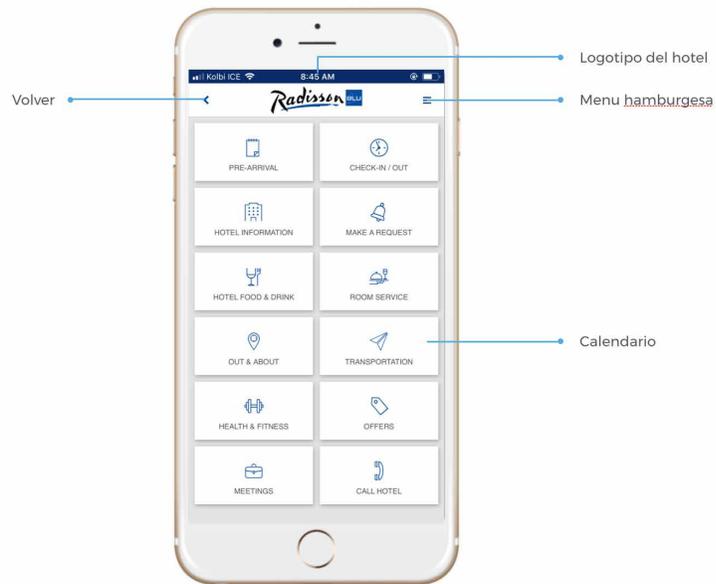
1. Usuario debe **seleccionar un hotel**
2. **Muchas capas de información** para llegar a un destino
3. **Sección de perfil** poco útil y mal aprovechada
4. Algunas **subsecciones** abren **sitios web externos**
5. Mala **arquitectura de información**



1. Gran herramienta de asistencia **al ingresar o salir** del hotel
2. Permite la realización de **pagos desde la plataforma**
3. Posibilidad de agregar **preferencias de viajero** a mi perfil
4. **Sistema de mensajería** con el hotel



1. Se **convierte en una plataforma informativa** una vez que el cliente se hospeda.
2. **Diagramación de la información** es pesada y disminuye la legibilidad



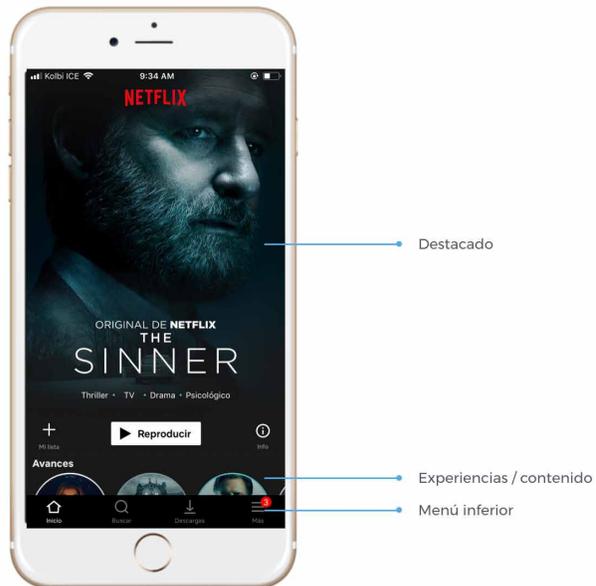
1. Buen **aprovechamiento del espacio** vertical
2. Selección del **idioma según preferencias**
3. Sistema de **booking online**



1. Mala utilización del **menú inferior**
2. Presenta **dos tipos de navegación** en casos distintos
3. **Poca distinción y jerarquización de links** por tipo/ función

Referencias Catálogos

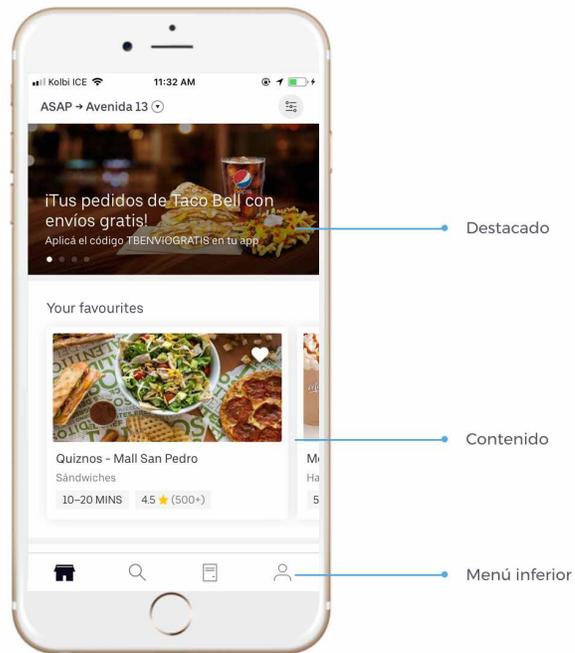
NETFLIX



1. Colocación adecuada de los CTA según la necesidad del cliente
2. Categorización y jerarquía clara



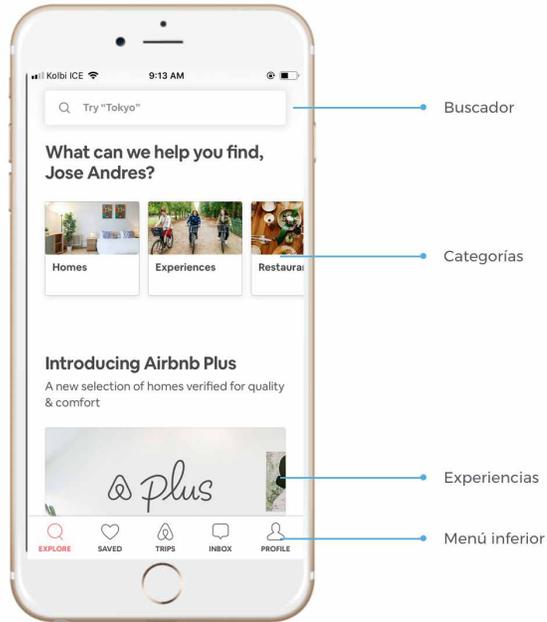
1. Buscador se presenta en una posición poco natural
2. Destacado ocupa mucho espacio vertical



1. Buen **manejo de la navegación** dentro del catálogo (Diagramación y jerarquía)
2. **Registro de actividad** y de compras fácil de acceder
3. **Configuración de preferencias** (dirección) siempre presente
4. Opción de **feedback** presente en los momentos necesarios



1. **Buscador** se presenta en una posición **poco natural**
2. Opción de **filtros** no se percibe como un complemento con el buscador



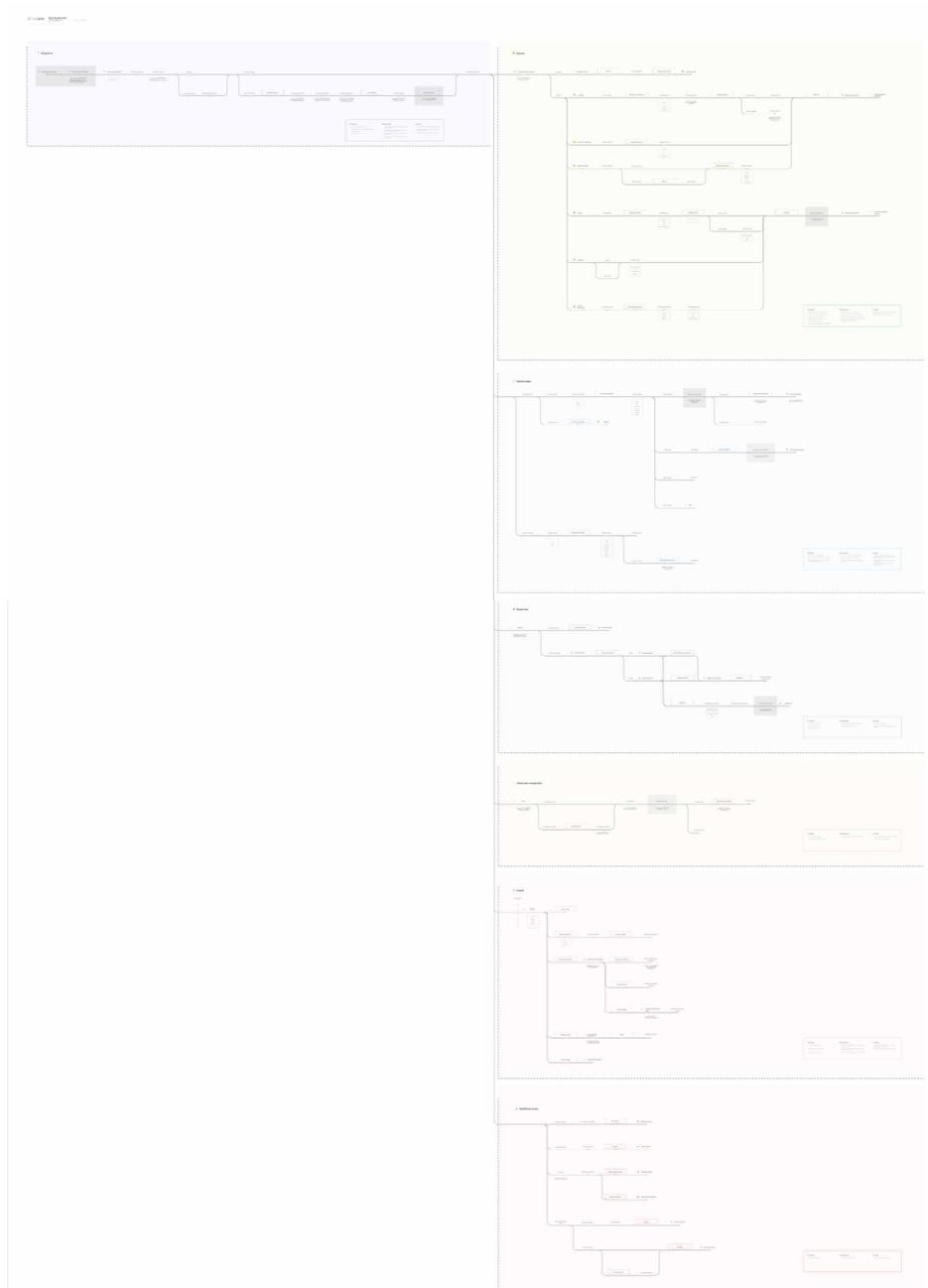
1. **Categorización clara** entre experiencias
2. Incluye **sistema de reviews**
3. **Recomendaciones personalizadas**
4. **Diagramación** de la información **facilita la lectura** y la hace atractiva



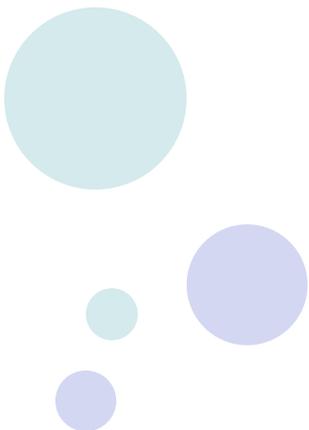
1. **Diagramación requiere de que existan muchos servicios** para ordenarse
2. **Tamaños de letra** reducidos en algunas secciones
3. **Ausencia de** una sección de **calendario / agenda**

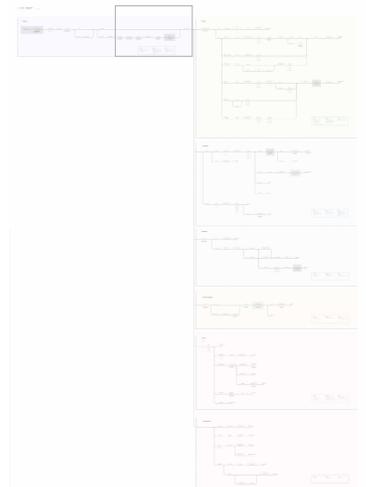
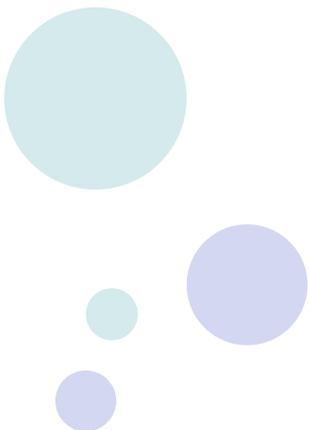
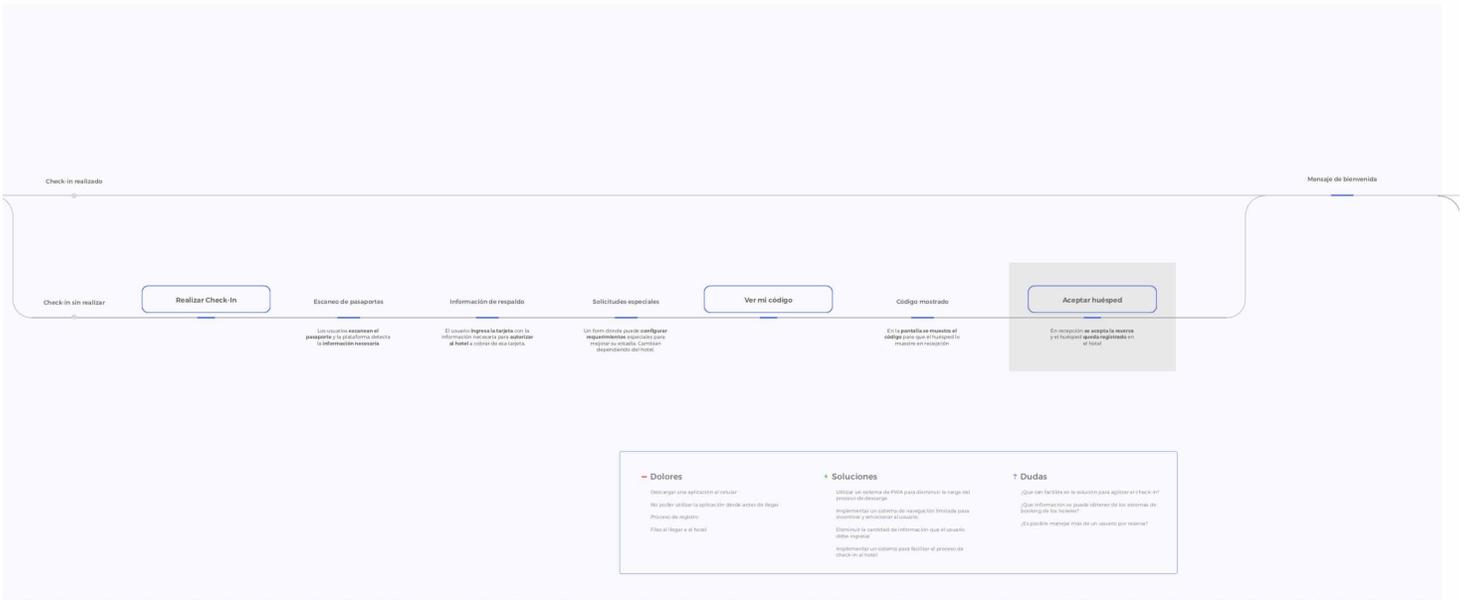
Anexo 3 - Journey Map

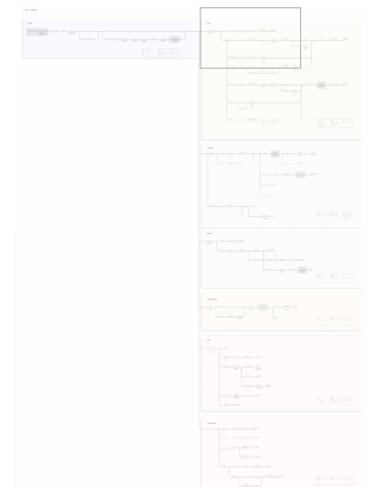
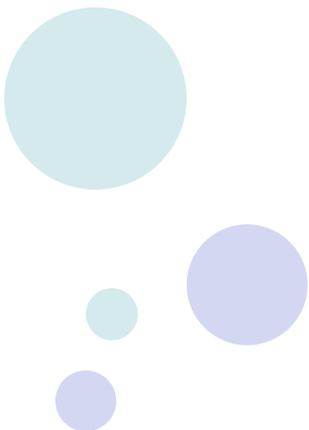
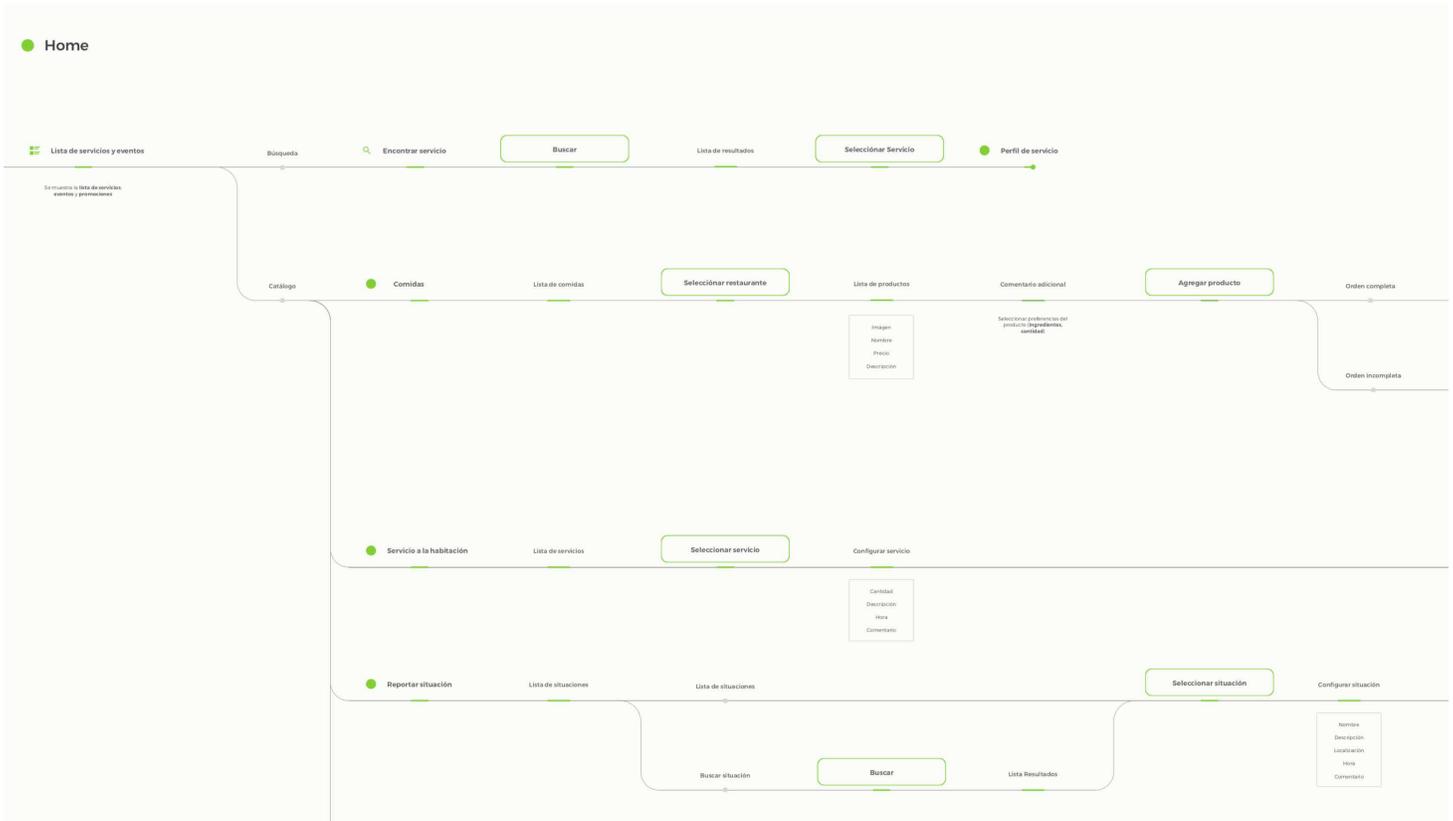
Se realiza un journey map en el cual se definen todos los posibles escenarios a los cuales puede enfrentarse el usuario al utilizar la plataforma. Este se encuentra dividido sección las secciones y necesidades de la misma.

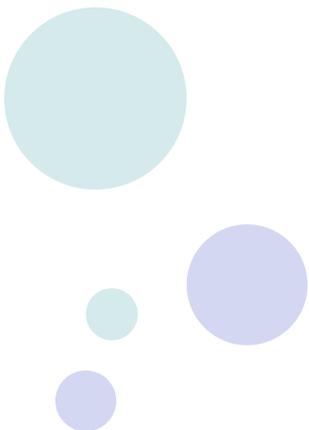
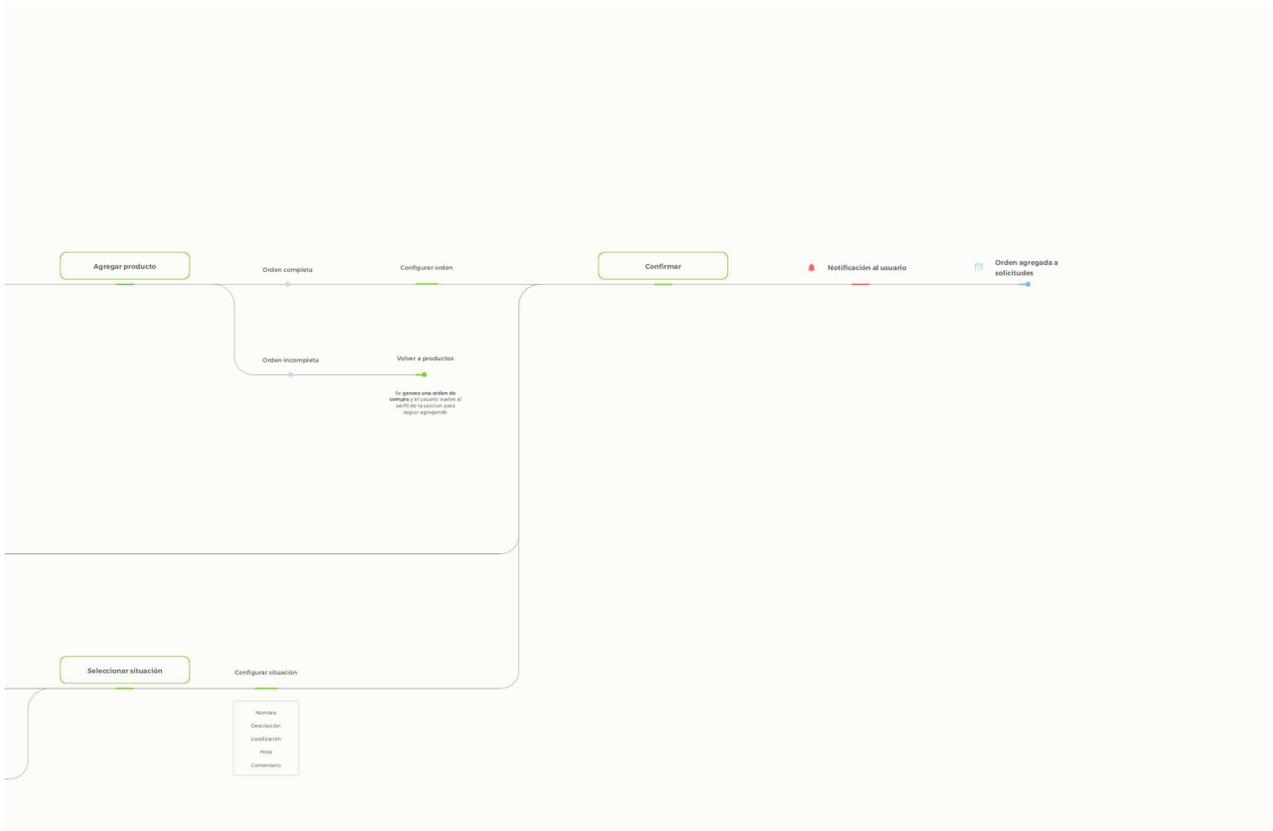


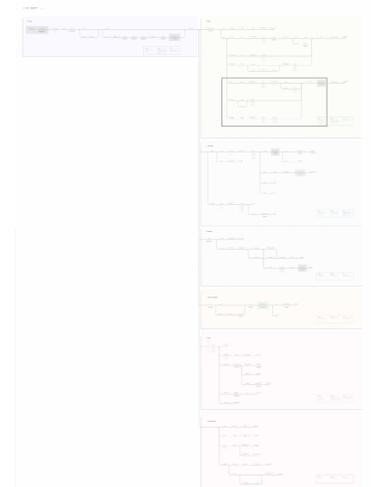
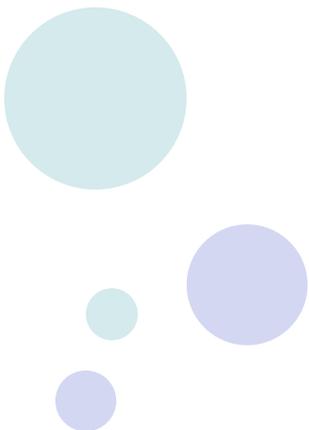
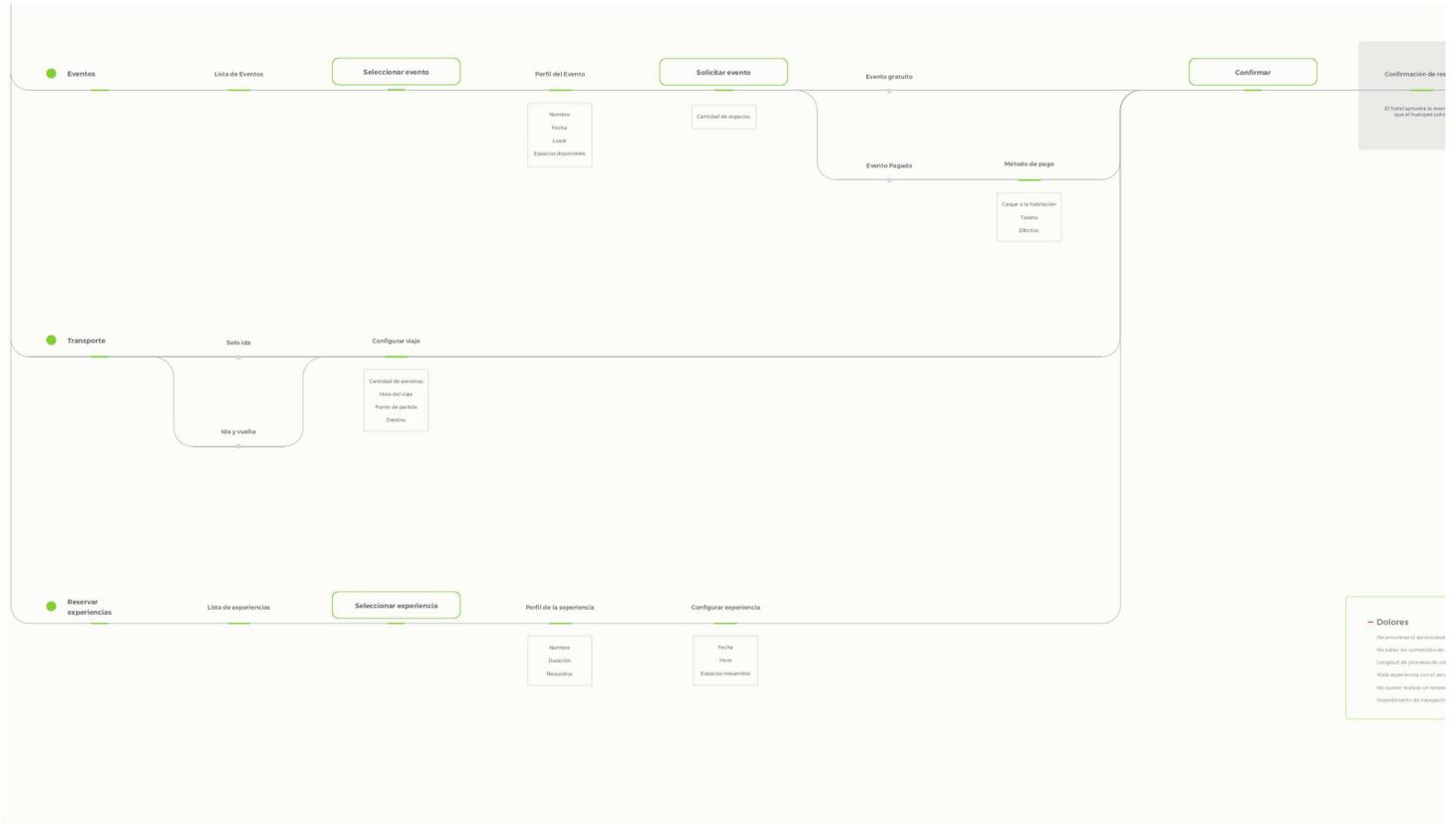
Check-In

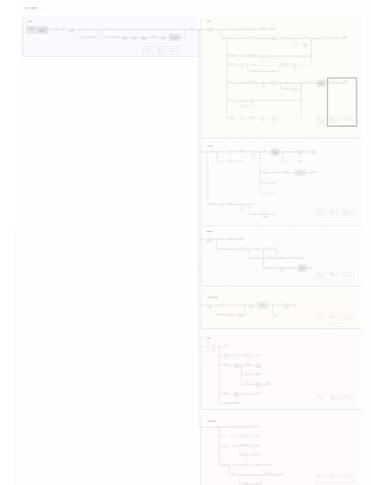
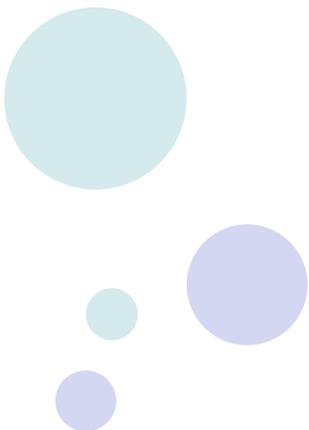
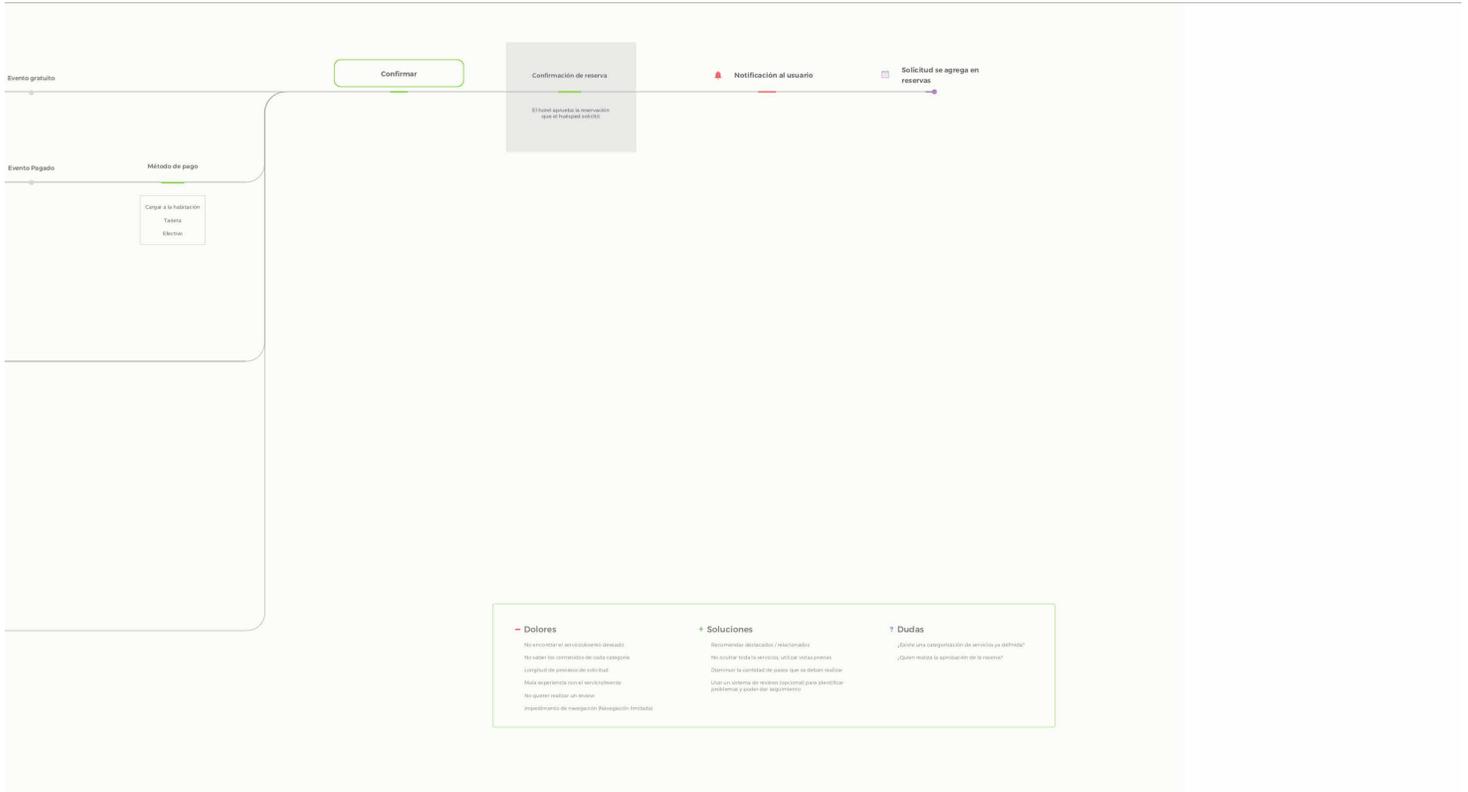




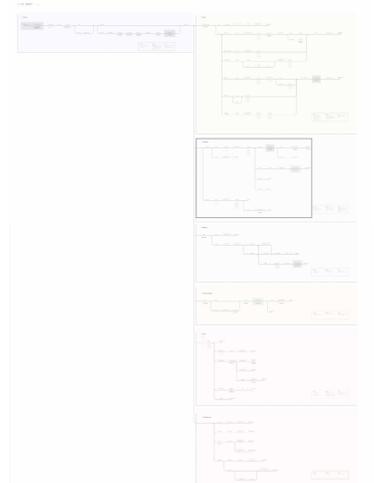
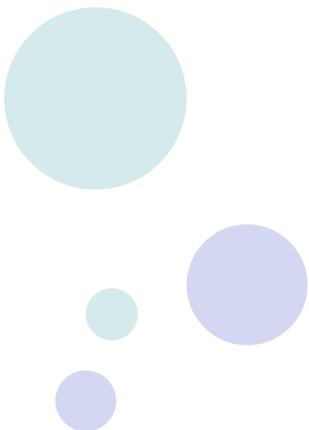
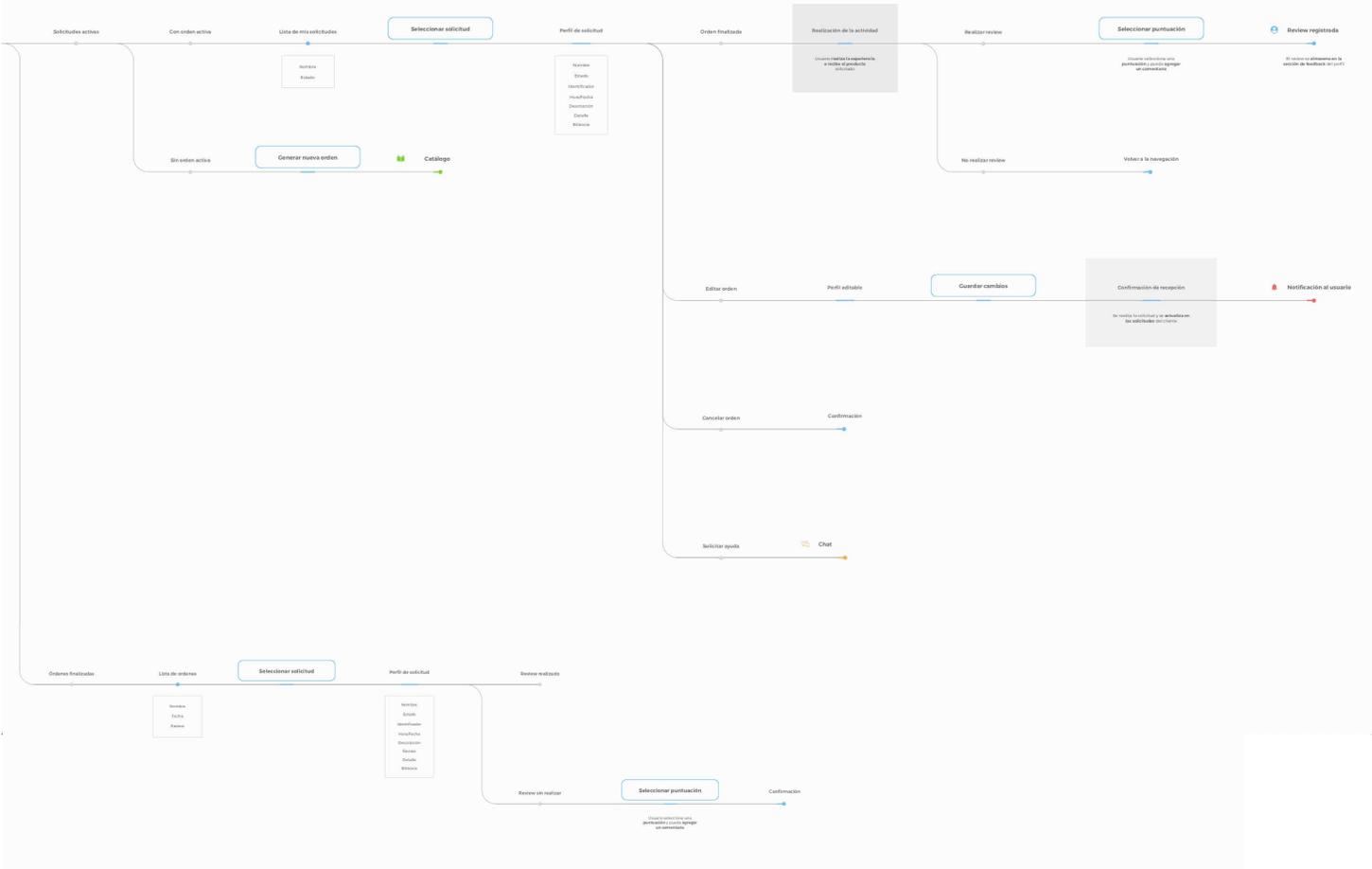


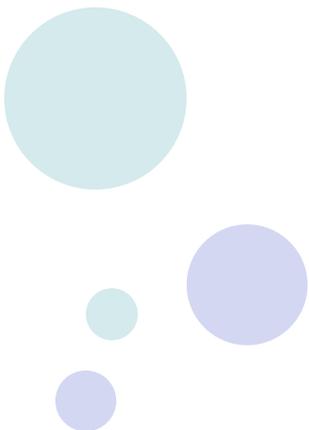
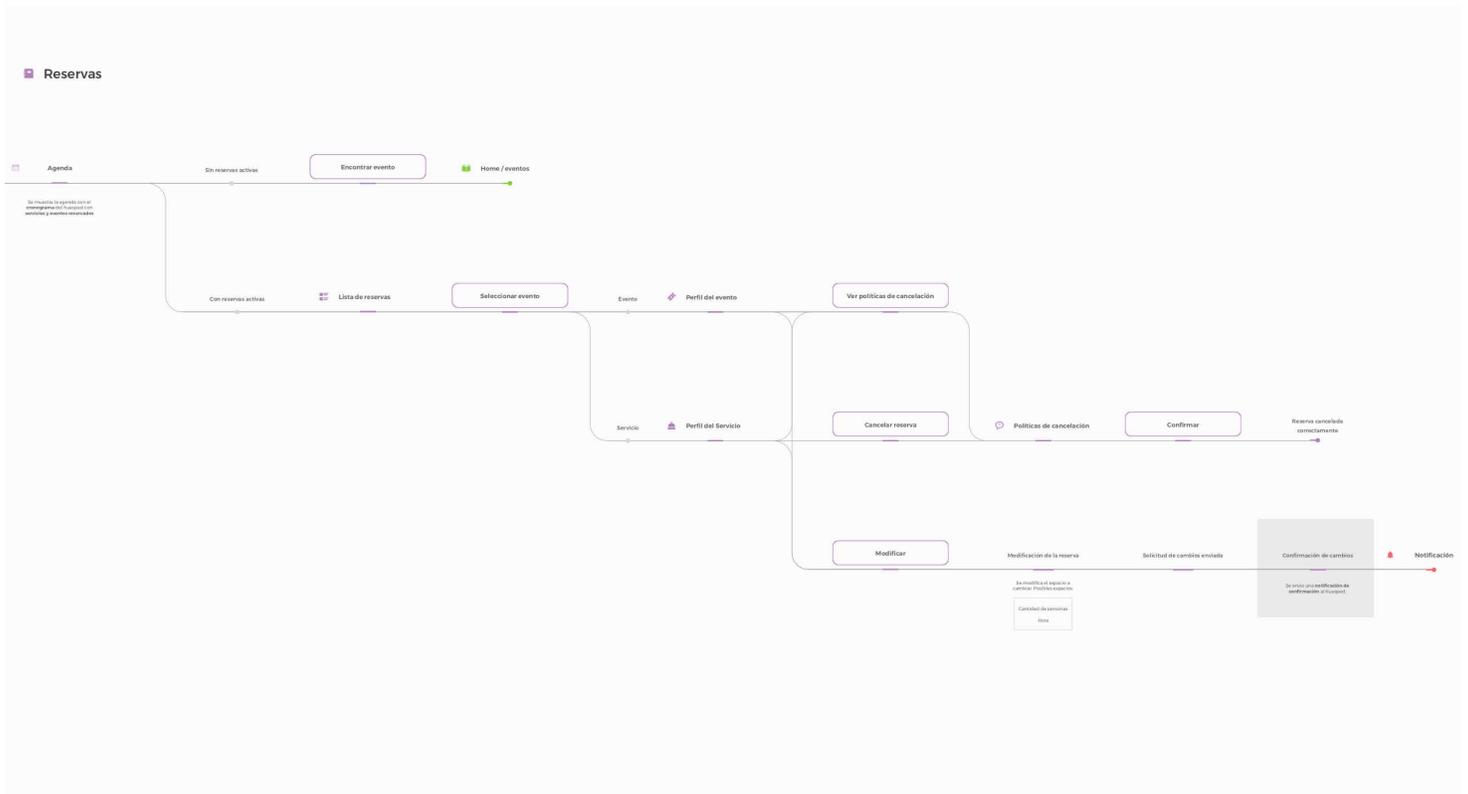




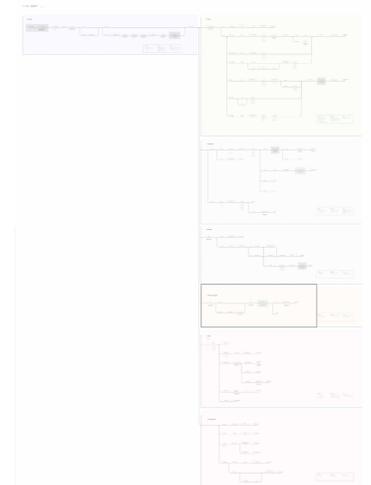
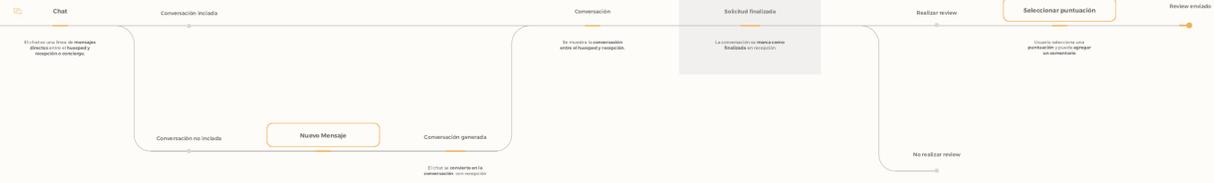


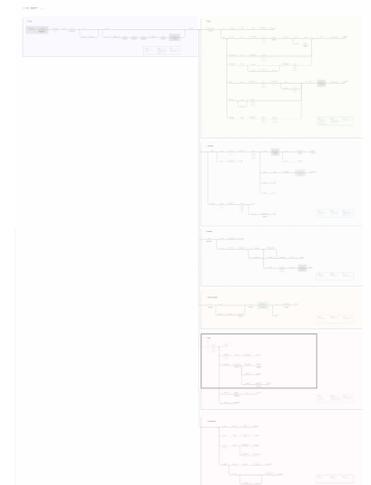
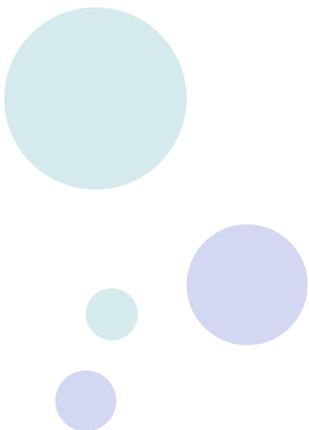
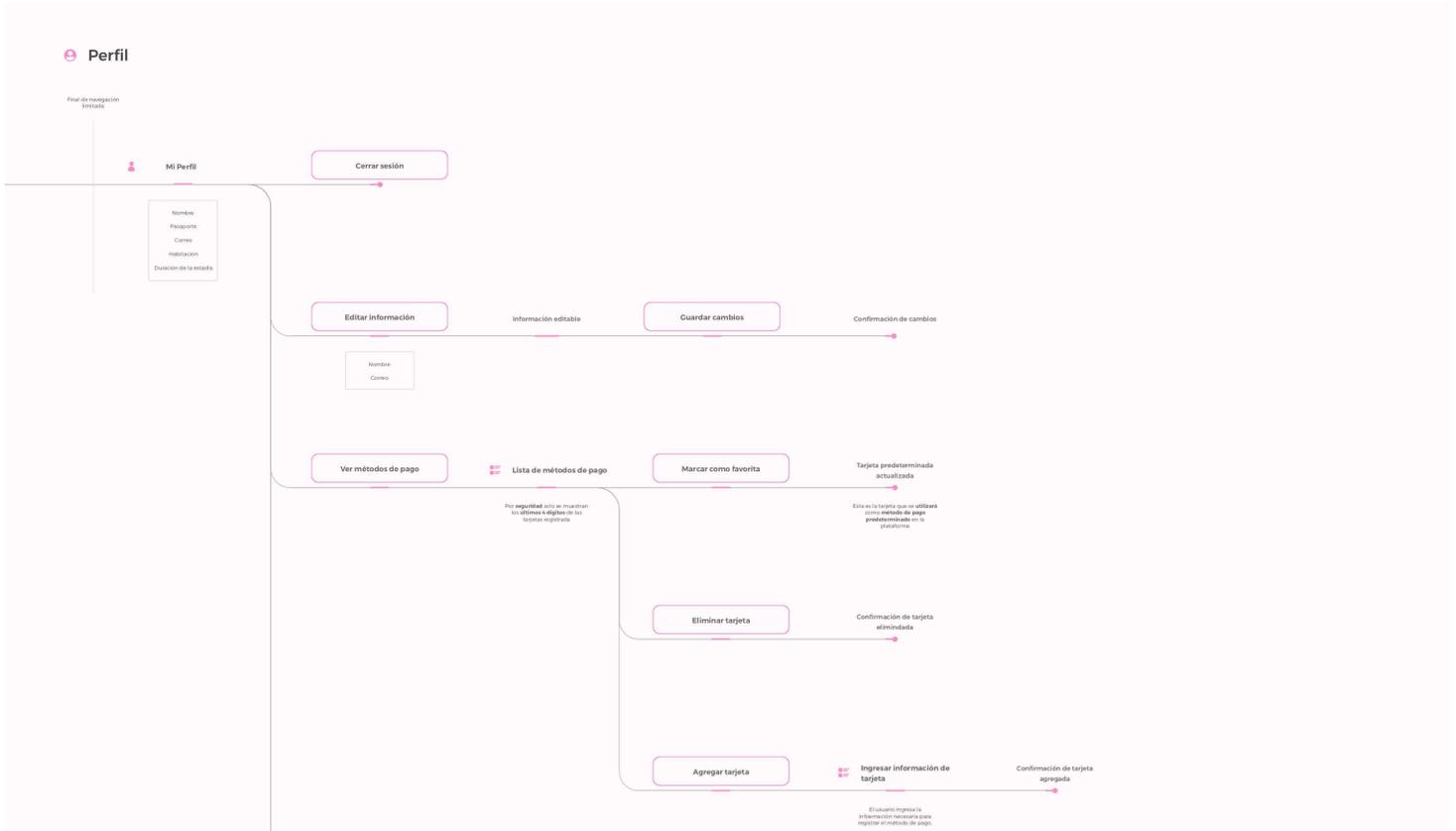
Solicitudes

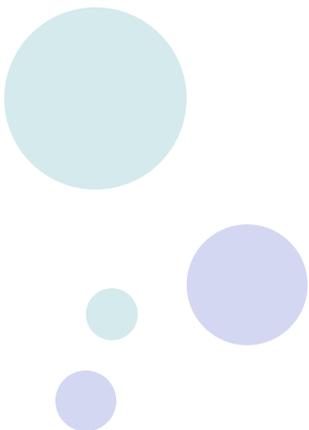
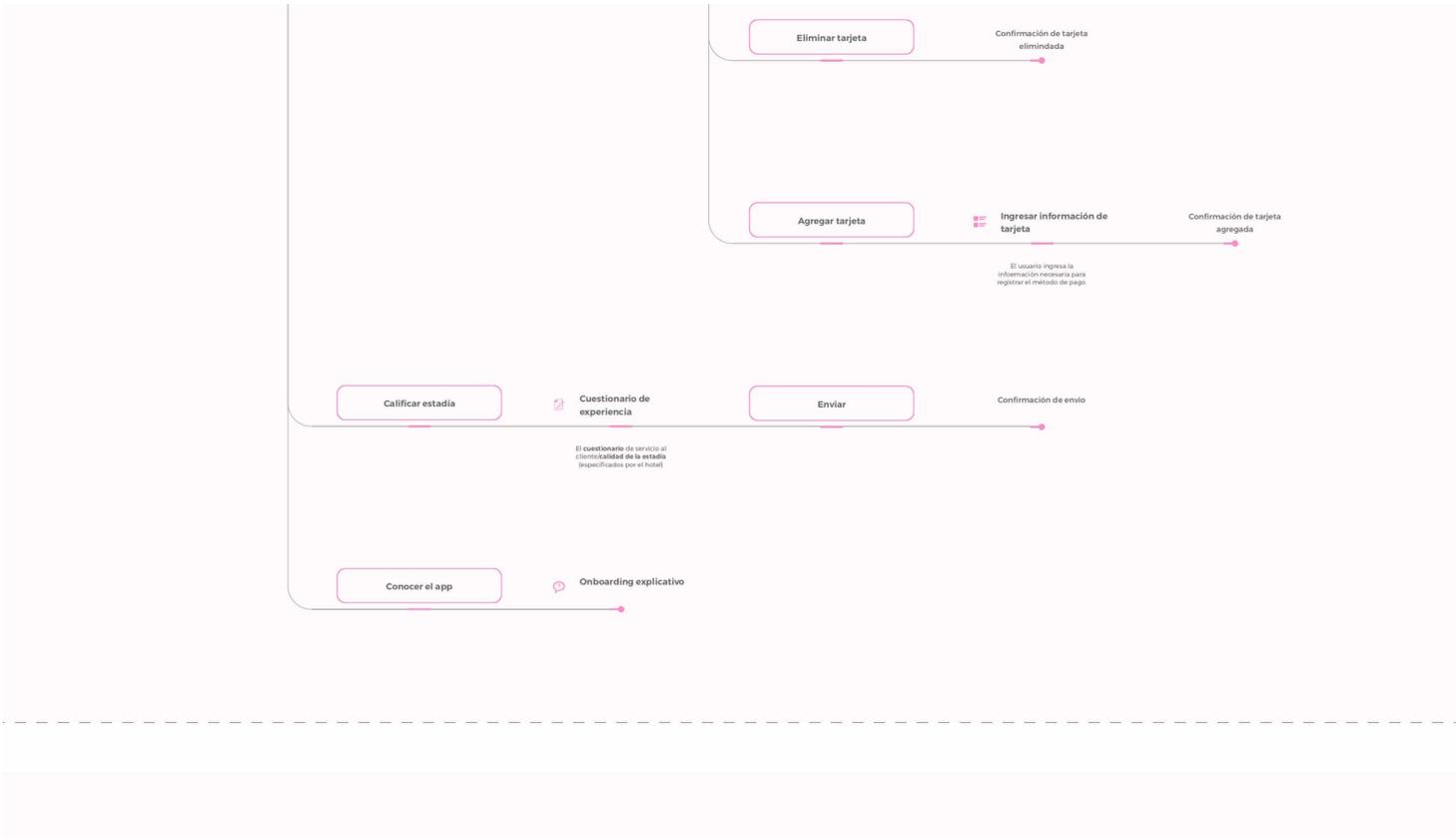




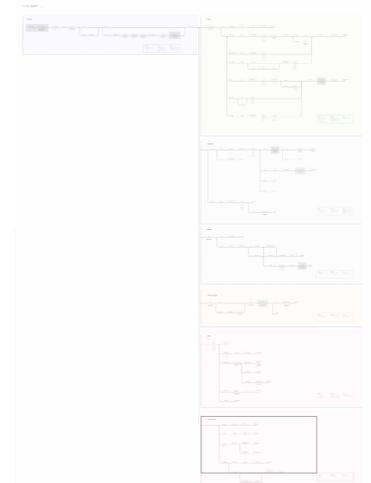
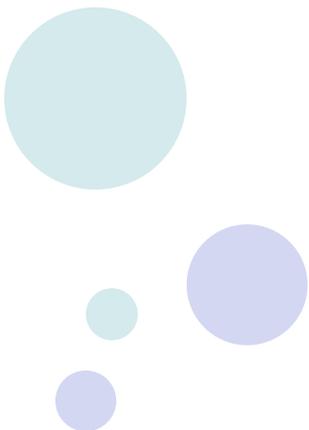
Chat con recepción

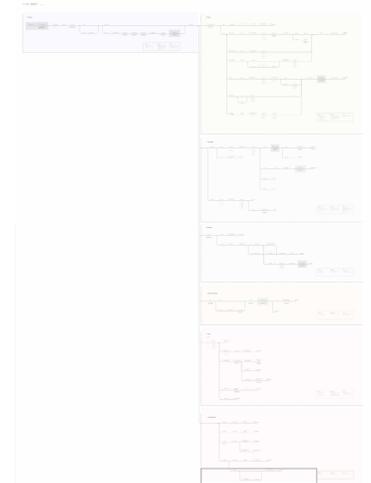
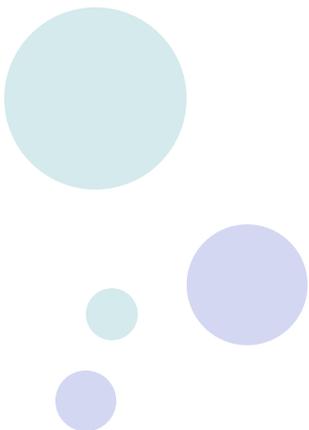






🔔 Notificaciones





Anexo 4 - Paper prototyping

Con el fin de validar la primera versión de wireframes en baja fidelidad se realizan pruebas a 10 diferentes usuarios en hoteles. Generando una matriz de resultados la cual puede consultarse en el siguiente link: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Yaop9JCWlQVfD_09w79cDkPPrN9vV1BxCBCD9UHAAQI/edit?usp=sharing

CreativeDrive		Actualizado 6 de Febrero					
Proyecto: App Huéspedes Cliente: DingDone Pruebas usuario (Huéspedes)		Prototipo https://invis.io/A6Q929K2YRX#/343640293_Login					
Acción	TOTAL	Usuario 1	Usuario 2	Usuario 3	Usuario 4	Usuario 5	
Nombre de usuario		Anastasia Molina Ross	David ten Brink	Angela Vindas Quiros	Daniela Gómez Gómez	Paola Solano Mata	
Cédula / (edad si es posible)		24	36	29	23	23	
A Ingresar en la plataforma	5,00	5	5	5	5	5	
B Realizar el online check-in	4,38	4	5	5	5	4	
C Realice una orden de comida	4,63	4	5	5	5	5	
D Relice un reporte de problema	4,25	3	4	4	4	5	
E Cancele una solicitud realizada	4,50	5	5	4	4	4	
F Inicie una conversación con recepción	4,00	5	5	4	3	3	
G Explore la sección de agenda	4,50	5	4	5	4	4	
Comentarios Finales							
Total general	4.464285714						

Anexo 5 - Pruebas heurísticas

Con el fin de validar la primera versión final de la maqueta funcional se realizan pruebas a 10 diferentes usuarios en hoteles. Generando una matriz de resultados la cual puede consultarse en el siguiente link: https://drive.google.com/open?id=1IMdny3Tqu3kT9-pdDuZ33mxEMOL0hN3UXd3_otxmxgM



Proyecto: App Huéspedes
Cliente: DingDone
Pruebas usuario (Expertos)

Actualizado 21 de Enero
Prototipo <https://invis.io/VQS2CLCSTCZ>

Acción	TOTAL	Usuario 1		Usuario 2	
		Julia Abernathy	Marie Lancaster	Julia Abernathy	Marie Lancaster
Nombre de usuario		40		30	
Cédula / (edad si es posible)					
A Ingresar en la plataforma	5.00	5	5	5	5
B Realizar el smart check-in	4.00	4	4	4	4
C Realice una orden de comida	4.50	4	5	5	5
D Relice un reporte de problema	5.00	5	5	5	5
E Cancele una solicitud realizada	5.00	5	5	5	5
F Inicie una conversación con recepción	5.00	5	5	5	5
G Explore la sección de agenda	5.00	5	5	5	5
Comentarios Finales					
Total general	4.785714286				