



UNIVERSIDAD
DE GRANADA

Mención en Ingeniería del Software
3º Grado de Ingeniería Informática / 4º Grado de Ingeniería Informática y Matemáticas

DISEÑO DE INTERFACES DE USUARIO

PRÁCTICA 1:
ANÁLISIS DEL INTERFAZ DE USUARIO. REVISIÓN DE USABILIDAD

Autores:
Daniel Pérez Ruiz
Emilio Vargas Ibáñez

ANÁLISIS COMPETITIVO

Breve análisis de la aplicación Asignada: LemonRock

El local desde hace unos meses ha dejado de ser un hostel para dedicarse unicamente a la restauración, es un sitio que concentra gente joven y dedican especial importancia a la música en directo durante las comidas, se centran en platos elaborados de precio no muy elevado y copas. La página web se centra sobre todo en mostrar la comida y el ambiente con gran cantidad de imágenes, está bien hecha, no hemos encontrado bugs, pero para hacer una reserva hay que ir a una página externa lo cual puede ser un poco molesto ya que si queremos volver atrás debemos hacerlo desde las flechas del navegador. Además en la propia página de la reserva no parece que tenga ningún método para impedir datos erróneos como que la reserva vaya a nombre de una cadena de números.

TABLA COMPARATIVA			
Preguntas	Puede acceder a los sitios web de las respectivos locales haciendo click en su nombre.		
	LemonRock Hostel	EcoHostel	Urban Jungle Hostel
Análisis de comparación de Servicios ofertados			
¿Los servicios son de alto o bajo coste?	Restauración: Precio Medio (Hay que tener en cuenta el alojamiento a parte)	Low Cost sin apenas variación en temporadas altas.	Temporada alta High cost en temporada baja Low Cost.
¿Características y necesidades de sus clientes ideales?	Persona joven y en busca de buena comida y música.	Persona algo mas mayor o unidad familiar que busca desconexión y conocer granada.	Jóvenes o grupos que busquen un espacio con buen ambiente y música donde reunirse por un precio económico.
¿Qué diferencias tiene con respecto a los demás competidores a analizar?	Amplia oferta gastronómica con menús variados y picoteo además de un gran calendario de eventos como conciertos. No dispone de alojamiento.	Ofrece servicio gratuito de habitación para niños de menos de 12 años, extras como cocina comunitaria, lavandería, WiFi y varias actividades de ocio.	Ofrece una terraza al aire libre donde tomar algo y disfrutar de conciertos en vivo o participar en noches de cine.
Comparación de técnicas de venta y resultados			
¿Cómo es el proceso de venta?	Seleccionar que día y a que hora va a querer la reserva el número de personas que irán y proceder a rellenar los datos de la reserva.	Seleccionas el intervalo de dias a reservar, eliges el tipo de habitación(privada, compartida, mixta, solo mujeres...) y procedes a rellenar los datos de la reserva.	Seleccionas el intervalo de dias a reservar, eliges el tipo de habitación(privada, compartida, mixta, solo mujeres...) y procedes a rellenar los datos de la reserva.
¿A través de qué canales venden?	Exclusivamente desde su portal web e información de contacto: tlf, email.	Desde su portal web e información de contacto e intermediarios como Booking.com	Desde su portal web e información de contacto e intermediarios como Booking.com
¿Se están expandiendo? ¿O contraen sus servicios?	Han contraído sus servicios cerrando el hostel y centrandose únicamente en la restauración y el ocio.	Se han expandido añadiendo servicios en la propia ciudad como visitas guiadas	Sin información al respecto, mantienen los mismos servicios
¿Razones de un cliente para no adquirir el servicio?	La calidad de la comida no corresponde con su valor. El trato del personal a veces no es adecuado.	Problemas a la hora de alterar/cancelar las reservas a raíz de la pandemia. Algunas quejas también en el mantenimiento de las camas/habitaciones.	Descuido del inmobiliario, en algunos momentos trato deficiente por parte del personal.
¿Cómo de involucrado está el vendedor en el proceso?	Prácticamente nula intervención, salvo contacto directo a través de tlf o email.	Prácticamente nula intervención, salvo contacto directo a través de tlf o email o uso de intermediarios.	Prácticamente nula intervención, salvo contacto directo a través de tlf o email o uso de intermediarios.
Análisis de contenidos de la página principal del sitio			
¿Tienen sección de FAQs?	No tiene una sección dedicada a resolver las posibles dudas más frecuentes.	Tiene una sección dedicada a resolver las posibles dudas más frecuentes pero está escondida al fondo de la página y tiene un nombre poco identificativo.	No tiene una sección dedicada a resolver las posibles dudas más frecuentes, pero puedes interactuar con un chat que responde en pocos minutos.
¿Usan contenido estático, o dinámico?	Usan vídeos y carruseles de imágenes en su página principal sobre los platos de la carta y el ambiente del local	Usa contenido exclusivamente estático como fotos e imágenes para mostrar la ubicación o las habitaciones.	Usan contenido dinámico, carruseles de imagenes del local, de bebidas y estas van cambiando su aspecto al pasar el cursor.
¿Muestran información acerca de cómo llegar al lugar?	Sí. Token de Google Maps interactivo con señalización de ubicación. Además de dar instrucciones en la propia página.	Sí. Imagen del mapa de la ciudad de Granada, no interactiva, señalizando la ubicación y puntos de referencia. Explicación en la propia página detallada.	Sí. Token de Google Maps interactivo con señalización de ubicación. No proporcionan más instrucciones.
¿Qué tan preciso es su contenido? ¿Están claros los servicios que ofertan?	Los contenidos relacionados con la restauración están claros pero en las páginas de terceros no se especifica que ya no es un hostel.	Los contenidos que oferta están claros y bien organizados en una pestaña a parte.	Los contenidos relacionados con las habitaciones están claros pero el resto de actividades disponibles no se especifican.
¿Presenta errores gramaticales o de redacción en el contenido?	No. Todo está bien redactado.	No. Todo está bien redactado.	No. Todo está bien redactado.
¿El contenido está estructurado para una fácil lectura?	El contenido está bien estructurado y permite una lectura fácil y cómoda.	El contenido está bien estructurado y permite una lectura fácil y cómoda.	El contenido está bien estructurado y permite una lectura fácil y cómoda.
¿Los contenidos de la página se adaptan adecuadamente a cualquier dispositivo móvil / zoom?	Se adapta bien a cierta cantidad de zoom pero algunas partes no regresan a su sitio cuando se vuelve al zoom por defecto.	Se adapta bien a todo tipo de zoom y tamaños de ventana	Se adapta bien a los distintos tamaños pero algunos botones se cambian de sitio
Análisis de la promoción de sus servicios en RRSS y notoriedad en sitios externos			
Redes sociales que manejan	Instagram , Facebook (Visible desde web)	Instagram , Facebook (Visible desde Web)	Instagram
Frecuencia de Actualización de contenidos en sus RRSS	Actualización de contenidos en ambas redes es diario, relacionado con sus servicios.	Actualización de contenidos irregular y en ocasiones escaso, relacionado con la presentación de su local.	Frecuencia normal pero mensual. El contenido es promocional del local incluyendo algún contenido adicional esporádicamente.
¿Cuánto interactúan los usuarios con sus perfiles?	Feedback pobre.	Feedback pobre.	Feedback pobre. No se puede asegurar que la gran mayoría de los comentarios sean de personas reales.
¿Alcanza las RRSS un segmento de perfiles suficiente como para ser clave a la hora de captar clientes?	Puede llegar a ser importante a la hora de hacer difusión a sus eventos y su marca.	No. Su presencia en RRSS es insignificante.	No. Su presencia en RRSS es insignificante.
¿Tienen artículos dedicados a su empresa (en prensa, blog, portal...)?	Sí. Artículos sobre eventos realizados en periódicos de la localidad.	No dispone de artículos o notas de prensa.	No dispone de artículos o notas de prensa.

Valoración

Aunque en la propia página pone que es un restaurante todavía sigue apareciendo en algunos agregadores disponible como un hostel, pero sin posibilidad de reservar habitación, con respecto a la competencia, el LemonRock tiene unas redes sociales bien organizadas aunque sin demasiadas interacciones, los servicios que ofrece están claros y bien estructurados en la página, te muestran la carta con los productos disponibles y su precio, unas buenas indicaciones de como llegar al lugar. Con respecto a sus competidores el LemonRock tiene unos servicios un poco más caros que la competencia en temas gastronómicos aunque en este aspecto es mucho mejor, la información que muestra sobre como llegar al sitio con respecto a la competencia es muy buena ya que te muestra en google maps la ubicación y como llegar desde distintos medios y en el aspecto relacionado con las redes sociales actualizan su contenido más y tienen más seguidores.

FICHA DE LAS PERSONAS FICTICIAS: JUSTIFICACIÓN Y ESQUEMA	
Olivia	La hemos elegido ya que es una chica joven, que encaja en el perfil de las personas que suelen ir al LemonRock según hemos observado en redes sociales, puesto que es una persona a la que le gusta mucho hacer amigos y conocer gente, por tanto puede ser un lugar atractivo para alguien como ella. En cuanto al perfil psicológico, hemos recreado el caracter de una persona que espera que sus trámites por internet se resuelvan sin inconvenientes, ya que de lo contrario le produce inquietud, frustración, y una alta tendencia a rechazar aquellos lugares donde la navegación no sea cómoda. Se verá más detalladamente este concepto en el Exp Journey Map.
Enrique	Es un hombre que disfruta de salir siempre que puede y que está acostumbrado a viajar, además de ser un amante de la comida, por tanto personas como él pueden verse atraídas por este tipo de locales cuya oferta se centra en la "espontaneidad" y el flujo constante de gente. En cuanto al perfil psicológico, a diferencia del otro personaje, es una perosna que tiene un claro manejo de las tecnologías TIC, y es capaz de comprender, analizar y resolver de forma propia los inconvenientes que puedan surgir.

User Persona Template

CC BY DIU1.sigma_2021/22 <https://github.com/SigmaDIU/DIU>

Olivia

Journey MAP

Olivia

"Enseñar es no parar de aprender"

- Edad 25
- Ocupación Diseñadora
- Familia Con pareja estable desde hace 3 años. Sin hijos.
- Residencia Barcelona
- Motivación Le gusta conocer a las personas

Personalidad

Introvertido/reservado vs Extro/activo

Realista/práctico vs Intuición/imaginativo

Racional/analítico vs Emocional/impulsivo

Plemático/apático vs Colérico/visceral

Acerca de (About)

Es de Barcelona y lleva cuatro años trabajando como diseñadora, pero su verdadera vocación es la enseñanza, un mundo al que le gustaría entrar y por el que lleva mucho tiempo luchando, su pareja siempre le ha apoyado en ese aspecto. Nunca le dice no a una buena conversación con cualquier tipo de persona que se lo pida.

Necesidades (Goals)

- Viajar para conocer a más gente
- Evadirse de la rutina
- Conseguir su propia casa

Frustraciones (Pain Points)

- No le gusta mucho la tecnología, pero se obligada a utilizarla
- Le gustaría dedicarse a completamente a la enseñanza
- A su pareja no le gusta viajar muy lejos

Tecnología (skills)

TIC/Internet

Movil

RRSS

Software

Contexto (Situación)

Lleva un tiempo estresada por el trabajo y ha convencido a su pareja para hacer un viaje a la otra punta de España

Canales

Publicidad Tradicional

online & Social Media

Recomendaciones & sugerencias

Persona confianza (amigos, boca a boca)

UX DIU Toolkit 2019 v1.2- Basado en [oliverCaine](#) References: [Personas - The Beginner's guide by Chris Mears, 2018](#) Alternative Tools: [xtensio](#) [github](#) [ux DIU Toolkit](#) [ETSIIIT-universidad de granada](#)

User Persona Template

CC BY DIU1.sigma_2021/22 <https://github.com/SigmaDIU/DIU>

Enrique

Journey MAP

Enrique

"Lo importante es ver aquello que resulta invisible para los demás"

- Edad 30
- Ocupación videógrafo
- Familia Sin ataduras, su familia son sus amigos.
- Residencia Madrid (Móstoles)
- Motivación Fotografar los mejores momentos de la vida

Personalidad

Introvertido/reservado vs Extro/activo

Realista/práctico vs Intuición/imaginativo

Racional/analítico vs Emocional/impulsivo

Plemático/apático vs Colérico/visceral

Acerca de (About)

videógrafo madrileño enamorado del bocata de calamares y de la comida en general, tiene mucha experiencia en distintos eventos como bodas y eventos municipales, por ello la diputación le ha llamado para un trabajo, nunca se queda en casa un fin de semana.

Necesidades (Goals)

- Fotografiar todos los países del mundo
- Terminar el reportaje sobre los destinos turísticos de granada
- Formar una familia (de verdad)
- Hacer un tour gastronómico por el mundo

Frustraciones (Pain Points)

- Viajar tanto le impide asentarse en un sitio estable
- Por el alto precio de los materiales no puede disponer de todos los que le gustaría
- Lleva tiempo buscando pareja estable pero debido a su trabajo le cuesta encontrar una

Tecnología (skills)

TIC/Internet

Mobile

RRSS

Software

Contexto (Situación)

La diputación de granada le ha encargado hacer un reportaje sobre diferentes sitios turísticos de la provincia

Canales

Publicidad Tradicional (Ads)

online & Social Media

Recomendaciones & sugerencias

Persona confianza (amigos, boca a boca)

UX DIU Toolkit 2019 v1.2- Basado en [oliverCaine](#) References: [Personas - The Beginner's guide by Chris Mears, 2018](#) Alternative Tools: [xtensio](#) [github](#) [ux DIU Toolkit](#) [ETSIIIT-universidad de granada](#)

EXPERIENCE JOURNEY MAP: JUSTIFICACIÓN Y ESQUEMAS	
Olivia	Hemos querido recrear los pasos que seguiría para buscar un alojamiento una persona que no tiene mucha idea de tecnologías y cuya principal influencia es su círculo más cercano, al ser una persona más emocional sus conflictos le afectan más al no poder reservar comodamente, lo que hace que personas como ella puedan acabar rechazando el sitio.
Enrique	Ya que tiene amplio conocimiento sobre las tecnologías y sabe usarlas hemos querido hacerle usar sitios web de terceros para buscar alojamiento, por ello no le cuesta encontrar el LemonRock y descubrir en su página que ya no ofrecen servicio de hostel, en cuanto a sus emociones al ser una persona más racional es capaz de buscar alternativas fácilmente, este tipo de personas pueden ver más allá de que simplemente ya no sea un hostel y reservar ahí igualmente porque les gusta la comida y el ambiente que muestra.



Olivia

User Journey Map
CC BY DIU1.sigma_2021/22 <https://github.com/SigmaDIU/DIU>

Olivia

PASOS	➤ 1 INSPIRACION	➤ 2 DECIDE	➤ 3 ACTUA	➤ 4 OBSERVA	➤ 5 ANALIZA	➤ 6 CONCLUSION
Objetivo	quiere preparar un viaje con su pareja para desconectar del estrés	Pregunta a sus amigos si conocen una buena ciudad en el sur para ir de vacaciones	Decide ir a granada y alojarse en un hostel el LemonRock, ya que le gustó mucho a uno de sus amigos	Entra en la página del LemonRock e investiga sobre los servicios que ofrece	En la sección de contacto ve un teléfono al que llama para preguntar por las habitaciones	Decide hacer caso a la recomendación LemonRock, llama al sitio consigue un alojamiento via telefónica sin problemas una vez lo tiene llama de nuevo al LemonRock y reserva una mesa
Punto Contacto	agenda	Móvil	Móvil (buscador google)	Móvil	Móvil (llamada)	Móvil (llamada)
Emoción						
Conflicto	ver que días pueden tener libres ambos para organizar el viaje	Sus amigos le recomiendan demasiados sitios y a su pareja no termina de convencerle viajar tan lejos	Está preocupada por si la página web le va a facilitar el proceso de realizar una reserva online, ya que las anteriores veces le costo mucho	Se empieza a poner nerviosa porque solo encuentra referencias a la zona restaurante y ninguna a las habitaciones	Llama al sitio y le comunican que desde hace unos meses no es un hostel pero quien le atiende le recomienda uno cercano	Tras haberlo conseguido, se da cuenta que es un proceso mucho más complicado de lo que esperaba, pero queda tranquila ya que está todo solucionado
Imagen						

UX DIU Toolkit 2019 v1.1 - Basado en [olivercaine](#) - Referéncias [user Journeys-The Beginner's guide](#) - Alternative Tools [uxPressia](#) [github](#) [UX DIU Toolkit ETSIT-Universidad de granada](#)



Enrique

User Journey Map
CC BY DIU1.sigma_2021/22 <https://github.com/SigmaDIU/DIU>

Enrique

PASOS	➤ 1 INSPIRACION	➤ 2 DECIDE	➤ 3 ACTUA	➤ 4 OBSERVA	➤ 5 ANALIZA	➤ 6 CONCLUSION
Objetivo	Necesita buscar un alojamiento económico en granada por motivos laborales	Decide que lo más económico es buscar un hostel en un agregador llamado granadahotelsweb.com	Encuentra el LemonRock que parece atraer a muchos jóvenes y tiene una comida buena y económica	Intenta hacer una reserva desde el mismo agregador	Decide intentar reservar desde la propia página del LemonRock	Ya que la comida si que le parecía buena decide reservar una mesa para ir a comer y hacer el reportaje de ese loc
Punto Contacto	agenda	Portatili (navegador web)	Portatili (navegador web)	Portatili (navegador web)	Portatili (navegador web)	Portatili (navegador web)
Emoción						
Conflicto	A pesar de que le gusta su trabajo le cansa tener que viajar tanto	Es bastante exigente en algunos aspectos como en el ambiente del sitio y la comida, por lo que ninguno le termina de convencer	Mientras busca información sobre el sitio a penas encuentra comentarios recientes sobre las habitaciones	Tras muchos intentos no es capaz de encontrar un día en el que haya habitaciones disponibles	ve que la reserva es solo para mesas y decide mirar el resto de la página, ahí descubre que ya solo ofrecen servicio de restaurante	Está un poco frustrado porque tiene q buscar otro sitio donde alojarse
Imagen						

UX DIU Toolkit 2019 v1.1 - Basado en [olivercaine](#) - Referéncias [user Journeys-The Beginner's guide](#) - Alternative Tools [uxPressia](#) [github](#) [UX DIU Toolkit ETSIT-Universidad de granada](#)

Usability review			
Lemonrock GastroBar		Score	Comments
Features & functionality			
1	Features and functionality meet common user goals and objectives.	Excellent	Las funcionalidades que posee la página web son totalmente acordes con los servicios que ofrece la empresa.
2	Features and functionality support users desired workflows.	Excellent	La página permite solicitar una reserva y ponerse en contacto de forma clara y concisa para el usuario.
3	Frequently-used tasks are readily available (e.g. easily accessible from the homepage) and well supported (e.g. short cuts are available).	Excellent	La página dispone de una cabecera con los 4 elementos básicos: información del restaurante, reserva, contacto y programación con los diferentes eventos.
4	Users are adequately supported according to their level of expertise (e.g. short cuts for expert users, help and instructions for novice users).	Moderate	El uso de la página es sencillo, pero no dispone de diferencias significativas entre usuarios novatos y expertos.
5	Call to actions (e.g. register, add to basket, submit) are clear, well labelled and appear clickable.	Excellent	Todas las acciones que se muestran en la página se pueden realizar y se visualizan correctamente.
Homepage / starting page			
6	The Homepage / starting page provides a clear snapshot and overview of the content, features and functionality available.	Excellent	La página principal muestra un resumen general de todo el contenido de forma clara y simple.
7	The home page / starting page is effective in orienting and directing users to their desired information and tasks.	Excellent	Las directrices para cumplimentar la reserva, localizar el sitio, entre otras, son claras.
8	The homepage / starting page layout is clear and uncluttered with sufficient 'white space'.	Good	El diseño de la página es moderno y cuidado, aunque algunas secciones dedicadas a mostrar el local son demasiado amplias en proporción al resto de ítems.
Navigation			
9	Users can easily access the site or application (e.g. the URL is predictable and is returned by search engines).	Excellent	La URL es fácil de recordar, y cuando se busca el nombre de la empresa aparece el portal como primer resultado.
10	The navigational scheme (e.g. menu) is easy to find, intuitive and consistent.	Excellent	La navegación de la página reside en la cabecera, presente en todo momento.
11	The navigation has sufficient flexibility to allow users to navigate by their desired means (e.g. searching, browse by type, browse by name, most recent etc...).	N/A	La navegación sólo dispone de los accesos esenciales.
12	The site or application structure is clear, easily understood and addresses common user goals.	Excellent	Cumple con el estándar de cualquier página HTML responsive.
13	Links are clear, descriptive and and well labelled.	Good	Todo correcto, exceptuando la transparencia de la cabecera, que puede presentar problemas de accesibilidad para algunas personas.
14	Browser standard functions (e.g. 'back', 'forward', 'bookmark') are supported.	Excellent	Todas las acciones se cumplen.
15	The current location is clearly indicated (e.g. breadcrumb, highlighted menu item).	Excellent	Se muestra con claridad la sección de la web en la que se está.
16	Users can easily get back to the homepage or a relevant start point.	Excellent	Funcionalidad en la cabecera de la web.
17	A clear and well structure site map or index is provided (where necessary).	Excellent	El sitemap se localiza en el header/cabecera.
Search			
18	A consitent, easy to find and easy to use search function is available throughout (where desirable).	N/A	La página no dispone de función de búsqueda, y tampoco es imprescindible ya que todas las opciones son fácilmente localizables.
19	The search interface is appropriate to meet user goals (e.g. multi-parameter, prioritised results, filtering search results).	N/A	
20	The search facility deals well with common searches (e.g. showing most popular results), misspellings and abbreviations.	N/A	
21	Search results are relevant, comprehensive, precise, and well displayed.	N/A	
Control & feedback			
22	Prompt and appropriate feedback is given (e.g. following a successful or unsuccessful action).	Excellent	A la hora de la reserva, si algun dato está incompleto o no aparece se muestra un cuadro de dialogo indicando que falla
23	Users can easily undo, go back and change or cancel actions; or are at least given the chance to confirm an action before committing (e.g. before placing an order).	Good	Se dispone de un boton de volver para hacer cambios en el paso anterior
24	Users can easily give feedback (e.g. via email or an online feedback / contact us form).	Good	Vemos en el menú principal una opcion de contacto que nos lleva directamente a escribir el mensaje, no dan un límite de tiempo exacto para la respuesta
Forms			
25	Complex forms and processes are broken up into readily understood steps and sections. Where a process is used a progress indicator is present with clear numbers or named stages.	Moderate	Está dividido en una primera parte en la que se selecciona el día y la mesa y otra donde se rellenan los datos personales
26	A minimal amount of information is requested and where required justification is given for asking for information (e.g. date of birth, telephone number).	Excellent	Como información personal únicamente piden Nombre, Apellidos, email y un número de teléfono

Weighting (out of 5)	Weighting ratio	Rating (0 - 5)	Score	Out of
5	100%	5	5	5
5	100%	5	5	5
4	80%	5	4	4
3	60%	3	1,8	3
3	60%	5	3	3
3	60%	5	3	3
4	80%	5	4	4
3	60%	4	2,4	3
2	40%	5	2	2
4	80%	5	4	4
3	60%	0	0	0
5	100%	5	5	5
3	60%	4	2,4	3
4	80%	5	4	4
2	40%	5	2	2
2	40%	5	2	2
1	20%	5	1	1
4	80%	0	0	0
4	80%	0	0	0
2	40%	0	0	0
4	80%	0	0	0
4	80%	5	4	4
3	60%	4	2,4	3
1	20%	4	0,8	1
3	60%	3	1,8	3
2	40%	5	2	2

27	Required and optional form fields are clearly indicated.	N/A	No he encontrado ningun campo a rellenar opcional	2	40%	0	0	0
28	Appropriate input fields (e.g. calendar for date selection, drop down for selection) are used and required formats are indicated.	Poor	Todos los campos tienen el mismo tamaño	3	60%	2	1,2	3
29	Help and instructions (e.g. examples, information required) are provided where necessary.	Good	No hay muchos, pero son concisos	3	60%	4	2,4	3
Errors								
30	Errors are clear, easily identifiable and appear in appropriate location (e.g. adjacent to data entry field, adjacent to form, etc.).	Excellent	Cuando hay un error salta una ventana de alerta del navegador	4	80%	5	4	4
31	Error messages are concise, written in easy to understand language and describe what's occurred and what action is necessary.	Excellent	El mensaje indica en que campo especifico ha habido un error	3	60%	5	3	3
32	Common user errors (e.g. missing fields, invalid formats, invalid selections) have been taken into consideration and where possible prevented.	Very poor	Me dejaron hacer una reserva poniendo como nombre y apellidos una cadena de números	3	60%	1	0,6	3
33	Users are able to easily recover (i.e. not have to start again) from errors.	Good	Cuando hay fallos te permite modificar unicamente la casilla incorrecta guardando el valor del resto de casillas rellenas	3	60%	4	2,4	3
Content & text								
34	Content available (e.g. text, images, video) is appropriate and sufficiently relevant, and detailed to meet user goals.	Good	Muestran la comida y el interior del sitio	5	100%	4	4	5
35	Links to other useful and relevant content (e.g. related pages or external websites) are available and shown in context.	Moderate	Hay links a páginas externas pero están escondidos en el fondo de la página	2	40%	3	1,2	2
36	Language, terminology and tone used is appropriate and readily understood by the target audience.	Good	Usan un lenguaje jovial y cercano, ya que intenta atraer a clientela joven	4	80%	4	3,2	4
37	Terms, language and tone used are consitent (e.g. the same term is used throughout).	Good	Todos los cuadros de texto están escritos en el mismo tono	3	60%	4	2,4	3
38	Text and content is legible and scanable, with good typography and visual contrast.	Moderate	En algunos sitios la letra está escrita sobre una imagen y no se ve bien	3	60%	3	1,8	3
Help								
39	Online help is provided and is suitable for the user base (e.g. is written in easy to understand language and only uses recognised terms). Where appropriate contextual help is provided.	N/A	No tienen página de ayuda online, solo un correo electronico	4	80%	0	0	0
40	Online help is concise, easy to read and written in easy to understand language.	N/A		3	60%	0	0	0
41	Accessing online help does not impede users (i.e. they can can resume work where they left off after accessing help).	N/A		3	60%	0	0	0
42	Users can easily get further help (e.g. telephone or email address).	Good	Muestran en la página principal un botón de contacto donde aparece numero de teléfono y correo, pero no muestran el horario en el que atienden	2	40%	4	1,6	2
Performance								
43	Site or application performance doesn't inhibit the user experience (e.g. slow page downloads, long delays).	Good	La página en general carga rápido todos los contenidos	4	80%	4	3,2	4
44	Errors and reliability issues don't inhibit the user experience.	Good	Solo he visto un pequeño error en el menú al hacer zoom	4	80%	4	3,2	4
45	Possible user configurations (e.g. browsers, resolutions, computer specs) are supported.	Excellent	La página responde bien en distintos navegadores y tamaños de ventana	3	60%	5	3	3
Overall usability score (out of 100) *		86	-	Good	5		98.8	11

RESUMEN DE LA VALORACIÓN

En términos generales la interfaz de la página web cumple con las expectativas: el contenido que la empresa quiere ofertar está claro, y es accesible, y dispone de formas sencillas, con un estilo limpio y concreto, de acceder a los diferentes servicios. Concluimos también que el encabezado puede ser un poco grande en proporción con el cuerpo de la página, y también puede presentar algunos problemas de visionado de contenido con algunas transparencias que se proudcen en la barra de navegación situada también en el encabezado. La página dispone de información suficiente como para localizar adecuadamente el sitio mostrando diferentes formas de acceso (en coche por autopista, desde el aeropuerto, desde estación de autobuses...) además de emails, tlf y formularios de contacto, aspecto que puede ser clave para que el cliente decida ir al lugar.

En cuanto a las herramientas utilizadas en la página web, podemos ver que el contenido es totalmente dinámico, con carruseles de videos, imágenes, etiquetas llamativas, transiciones de textos, aspecto que ayuda a que la experiencia del usuario navegando con la página, sea más relajada. Además, la disposición de los elementos y la sencillez de la web, hace que cualquier usuario pueda utilizarla sin importar cuál sea su nivel de conocimiento en tecnologías TIC, aunque no se menciona en ningún momento el hecho de que LemonRock ya no es un hostel y no dispone de alojamientos, factor que podría ser advertido con un cuadro de diálogo a la hora de realizar una reserva, o una sección a parte, evitando así que ciertos clientes se sientan "engañados" si visitan portales de terceros con información obsoleta.