

bo!OK

ANEXOS

Laura Nerín García-Miralles  
Universidad de Zaragoza

<b>Planificación</b>	<b>3</b>
<b>Entrevistas</b>	<b>10</b>
¿A quién preguntamos?.....	11
Variables analizadas.....	12
Cuestiones realizadas.....	13
Resultados de la encuesta.....	15
<b>Estudio de interfaces</b>	<b>20</b>
Un viaje dentro de un viaje.....	21
Couchsurfing.....	22
Air bnb.....	27
Booking.....	32
Uni places.....	35
<b>Desarrollo gráfico</b>	<b>41</b>
Metodología.....	42
Estudio de interfaces, tipografías y logotipos del mercado.....	43
Valores.....	44
Creación del logotipo.....	45
Tipografía corporativa.....	49
<b>Interacción principal</b>	<b>50</b>
Home.....	51
Create an account.....	52
Filters.....	53
Searching.....	54
Appartment.....	55
Profile.....	56
Rent a house.....	57
Viajes.....	58
Calendario.....	59
Mensajes.....	60

# Planificación

El **cronograma** que se ha seguido para la elaboración del proyecto ha sido el siguiente:

**Definición de objetivos y planificación:**

En esta fase del proyecto se definieron lo objetivos del proyecto tanto como su alcance y se realizó la propuesta de TFG una vez aprobada por ambos directores.

**Análisis del mercado, competencia, usuario:**

En esta fase del proyecto se realizaron entrevistas a distintos usuarios tipo y se analizaron tanto las interfaces como los gráficos de servicios web similares.

**Definición de las funciones propias de la web:**

Una vez realizados los estudios y sacadas sus correspondientes conclusiones surgen unas necesidades que se cubren con un servicio que realiza unas funciones específicas. En esta fase se define que realiza la plataforma y cómo.

**Diseño gráfico de la plataforma y su imagen:**

En esta fase del proyecto se crea el logo de la plataforma basado en una serie de valores que se definen a partir de los objetivos. Una vez definido se realiza el diseño gráfico de la web.

**Preparación de la memoria y presentación:**

Con el proyecto terminado y definido se realizó una memoria para la Universidad de Zaragoza con sus correspondientes anexos. Para la universidad en Polonia se defendió el trabajo mediante una serie de diapositivas.

El **seguimiento** del trabajo se estructuró de forma que:

El proyecto se revisaba cada dos semanas en una reunión con el **director en país residente**.

Por parte de la **directora en Zaragoza** se compartió una carpeta de dropbox para intercambiar archivos y se realizaron consultas por medio de emails y tutorías

A continuación se mostrará en un calendario el trabajo realizado a lo largo de 4 meses. En el calendario puede observarse lo que se realizó cada día y del mismo modo las tutorías y las consultas realizadas con los tutores. Las fases se diferencian por colores cuya leyenda puede visualizarse a pie de página.

Primer cuatrimestre

Definición de objetivos y planificación

Análisis del mercado, competencia, usuario

Definición de las funciones propias de la web

Diseño gráfico de la plataforma y su imagen corporativa

Preparación de memoria y presentación



FEBRERO

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16 Reunión con director	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29 Reunión con director						

	1	2	3	4	4	6
7	8 Reunión con director	9 ESTUDIO DE MERCADO: Maneras de buscar casa, páginas web (Couch surfin) análisis y estudio conceptual)	10 ESTUDIO DE MERCADO: Maneras de buscar casa, páginas web (Booking) análisis y estudio conceptual)	11 ESTUDIO DE MERCADO: Maneras de buscar casa, páginas web (Booking) análisis y estudio conceptual)	11 ESTUDIO DE MERCADO: Maneras de buscar casa, búsqueda de otras páginas web para alquiler, estudiar filtros.	11 ESTUDIO DE MERCADO: Maneras de buscar casa, búsqueda de otras páginas web para alquiler, estudiar filtros.
14 ESTUDIO DE MERCADO: Maneras de buscar casa, blogs y grupos de facebook	15 ESTUDIO DE MERCADO Ventajas y desventajas de cada método de búsqueda	16	17 ESTUDIO DE USUARIO: Preparación de entrevistas	18 ESTUDIO DE USUARIO Preparación de entrevistas	19 REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS	20 REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS
21 REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS	22 Reunión con director	23 REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS	24 REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS	25 REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS	26 CONCLUSIONES ENTREVISTAS: Crear usuarios tipos	27 CONCLUSIONES ENTREVISTAS: Crear usuarios tipos
28 CONCLUSIONES ENTREVISTAS: Descripción usuarios tipo	29 ESTUDIO GRÁFICO	30 ESTUDIO GRÁFICO	31 ESTUDIO GRÁFICO			

				1 REDACCIÓN ANEXO	2 REDACCIÓN ANEXO	3 REDACCIÓN ANEXO
4 DEFINICIÓN DE FUNCIONES	5 DEFINICIÓN DE FUNCIONES	6 DEFINICIÓN DE FUNCIONES	7 DEFINICIÓN DE FUNCIONES:	8	9	10
11	12 Reunión con el director	13 DEFINICIÓN DE VALORES	14 DEFINICIÓN DE VALORES	15 DISEÑO LOGOTIPO: Bocetos	16	17
18 DISEÑO LOGOTIPO: Bocetos	19 DISEÑO LOGOTIPO: Bocetos	20 DISEÑO LOGOTIPO: Bocetos	21 DISEÑO LOGOTIPO: Bocetos	22 DISEÑO LOGOTIPO: Bocetos	23 DISEÑO LOGOTIPO: Bocetos	24
25	26 Reunión con el director	27 DISEÑO LOGOTIPO: Elección y desarrollo	28	29 DISEÑO LÓGICO: Definición de pantallas	30 DISEÑO LÓGICO: Definición de pantallas	1

2	3	4 DISEÑO LÓGICO	5 DISEÑO LÓGICO	6 DISEÑO LÓGICO	7	8
9	10 Reunión con el director	11 DISEÑO LÓGICO	12 DISEÑO LÓGICO	13 REDACCIÓN ANEXOS	14 REDACCIÓN ANEXOS	15
16 DISEÑO GRÁFICO DE LA PLATAFORMA	17 DISEÑO GRÁFICO DE LA PLATAFORMA	18 DISEÑO GRÁFICO DE LA PLATAFORMA	19 DISEÑO GRÁFICO DE LA PLATAFORMA	20 DISEÑO GRÁFICO DE LA PLATAFORMA	21 DISEÑO GRÁFICO DE LA PLATAFORMA	22 DISEÑO GRÁFICO DE LA PLATAFORMA
23 DISEÑO GRÁFICO DE LA PLATAFORMA	24 Reunión con el director:	25 DISEÑO GRÁFICO DE LA PLATAFORMA	26 DISEÑO GRÁFICO DE LA PLATAFORMA	27 DISEÑO GRÁFICO DE LA PLATAFORMA	28 DISEÑO GRÁFICO DE LA PLATAFORMA	29 DISEÑO GRÁFICO DE LA PLATAFORMA
30 DISEÑO GRÁFICO DE LA PLATAFORMA	31 DISEÑO GRÁFICO DE LA PLATAFORMA					

		1 Reunión con el director	2	3 REDACCIÓN MEMORIA	4 REDACCIÓN MEMORIA	5 REDACCIÓN MEMORIA
6 PREPARACIÓN PRESENTACIÓN Y REDACCIÓN MEMORIA	7 PREPARACIÓN PRESENTACIÓN Y REDACCIÓN MEMORIA	8 PREPARACIÓN PRESENTACIÓN Y REDACCIÓN MEMORIA	9 PREPARACIÓN PRESENTACIÓN Y REDACCIÓN MEMORIA	10 PREPARACIÓN PRESENTACIÓN Y REDACCIÓN MEMORIA	11 PREPARACIÓN PRESENTACIÓN Y REDACCIÓN MEMORIA	12
13 PREPARACIÓN PRESENTACIÓN	14 PREPARACIÓN PRESENTACIÓN	15 PREPARACIÓN PRESENTACIÓN	16 PREPARACIÓN PRESENTACIÓN	17 PREPARACIÓN PRESENTACIÓN	18 DEFENSA DEL PROYECTO EN POLONIA	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Entrevistas

# ¿A Quien Preguntamos?

La encuesta nos permitió conocer mejor lo que realmente importa por parte del público al que se dirige este servicio. Por lo tanto se encuestó tanto a personas:

## Con experiencia en el extranjero:

### - Viviendo en piso compartido

A este tipo de usuarios se les realizó una serie de preguntas más relacionadas con la compañía y sus preferencias de convivencia.

### - Viviendo en piso no compartido

A este tipo de usuario se les preguntó, además de preferencias en cuanto a la vivienda, que deseos tenían y como interactuaban con otros usuarios, ya que viven solos.

### - Viviendo en residencia

Los usuarios que eligen residencia en lugar de piso tienen una serie de razones que se cuestionaron. Estas, en general, se deben a temas de relación con otras personas. En una residencia de estudiantes es más fácil y está fomentado el relacionarse con unos y con otros. Se suelen organizar actividades de ocio donde se conocen unos con otros. Se les preguntó a estos usuarios que opinan de la residencia, si está bien ubicada, si las habitaciones son lo suficientemente espaciales, si existe un espacio privado, etc.

### - Estudiantes erasmus

Los estudiantes erasmus son nuestro usuario objetivo más claro. Se les cuestiona acerca de la vivienda y la compañía como al resto de usuarios pero se indaga más en los intereses a cumplir durante este año de estudios. Conocer, aprender y viajar son tres de los deseos que más a repetirse durante las encuestas.

### - Jóvenes de prácticas

Los jóvenes de prácticas no tienen tanto tiempo libre para dedicarlo a otras actividades de ocio por lo que tendrán unos intereses y necesidades distintos. Por ejemplo, en cuanto a la localización de la vivienda, prefieren ubicarse cerca del trabajo que del centro, el tema viajes y movilidad es menos frecuente.

### - Personas trabajando

Similares a los jóvenes en prácticas pero durante más tiempo. Se trata de actividades de otro tipo, laborales, pero también importantes. En el tema de preferencias de compañía también puede afectar ya que, por ejemplo, estos usuarios prefieren un ambiente tranquilo en su entorno de hábitat que una atmósfera ruidosa y fiestera.

## Sin experiencia en el extranjero:

### - Con futura experiencia:

Nos encontramos con usuarios que ya han buscado vivienda o están en ello pero también con algunos que todavía no han comenzado dicha búsqueda.

### - Sin futura experiencia:

Aunque no tengan propia experiencia pueden dar alguna información como su opinión vista desde fuera, el tema de viajar, de hospedaje, los intereses de intercambio cultural y turístico...

# Variables analizadas

## Información de la vivienda:

### 1. Precio:

El precio que cada usuario está dispuesto a pagar. Si diferenciamos tipos de usuario podemos comprobar diferencias de límites en cuanto a mensualidad entre uno y otro.

### 2. El tamaño y el número de inquilinos:

La capacidad y extensión de la vivienda, con cuantos usuarios más está dispuesto cada miembro a compartir piso.

### 3. Ubicación

Donde se localiza la vivienda. Según el tipo de usuario, se encuentran preferencias céntricas, o próximas a los estudios, el trabajo...

### 4. Habitaciones (Cocina/salón/dormitorio/baños).

Las habitaciones preferentes y que elementos debe contar cada una, si se prefiere compartir habitación, se precisa de nevera, salón con ventanas...

### 5. Imprescindibles para vivir

Se pregunta a los usuarios a cerca de sus imprescindibles, se estudió qué imprescindibles eran comunes y se diferenció entre usuarios tipo que comparten estos imprescindibles.

## Sitios cercanos de interés

Como ya se ha mencionado en la información de la vivienda, uno de los imprescindibles a la hora de elegir sitio para vivir es donde este está ubicado. Según que tipo de usuario se encuentran unas preferencias u otras. Se diferencian entre varias categorías y se preguntó a los encuestados en cuanto a sus preferencias en cercanía y lejanía.

- Restaurantes.
- Cines y teatros.
- Las compras.
- Turismo.
- Belleza y cuidado personal.
- Asistencia médica.
- .

## Convivencia

El compartir vivienda implica la existencia de unas ciertas normas o modo de convivencia. Según con que usuarios se comparta, si comparten intereses similares o no, se convivirá de un modo u otro. Es importante conocer las normas o como se va a convivir previamente a la mudanza por el bien del usuario, para que esté cómodo en su entorno y sepa adaptarse al modo de vida en este

- Mascota.
- Ruido.
- Fumar.
- Niños.

## Información del usuario

En las encuestas se preguntó además por los datos personales junto con datos de intereses y preferencias.

- Sexo y edad.
- Frecuencia de viajes.
- Presupuesto máximo.
- Duración de la estancia.
- Compartir (Sí / No).
- Preferencias de convivencia (con que tipo de usuarios se quiere vivir
- Lenguajes hablados.
- Tipo (Estudiante / Trabajo / Práctica / Familia / intercambio).
- Intereses (música/cine/diseño/etc).
- Deseos (viajar a cierto país/ intercambio en cierto país/etc).

## Compañeros de vivienda de que clase

Se ha cuestionado a los entrevistados en el caso de querer compartir vivienda, con que tipo de usuarios desearían compartirla. Personas de la misma edad, sexo, estudios, con los mismos intereses o deseos.

- Edad.
- Sexo.
- Nacionalidad.
- Ocupación.
- Intereses.
- Deseos.
- Convivencia.



# Cuestiones realizadas

En primer lugar se completaron los **datos personales del usuario** encuestado, esto es:

- Sexo y edad.
- Ocupación (estudiante, trabajador, etc).
- Intereses y deseos.
- Lenguajes hablados.

Seguidamente se cuestionó a los usuarios si habían tenido ya una experiencia previa viviendo en el extranjero. En caso de respuesta positiva, se les preguntó cual fue el motivo, pudiendo ser este: Erasmus, prácticas, trabajo, familiares, etc.

- Se pide al usuario que nos cuente su experiencia.
- Durante cuánto tiempo vivió en el extranjero.
- En que zona de la ciudad estaba ubicado (céntrico, cerca del trabajo, cerca de la zona de ocio, etc).
- Con qué personas vivía.
- Si se sentía a gusto con esas personas y por qué.
- Si se trataba de personas que compartían algo en común (nacionalidad, sexo, estudios, amigos, etc).

Después de su experiencia, se cuestiona que tipo de cosas cambiaría y con que tipo de personas preferiría vivir y por qué.

Ahora preguntaremos al usuario **acerca de la vivienda** en sí.

A cada uno de los usuarios que ya tenían experiencia se les cuestionó:

- Como encontró y realizó el alquiler de la vivienda
- Qué problemas se encontró durante el proceso.

En el caso de alquilar por Internet:

- Si encontró problemas en el uso de la página web
- Si la página le proporcionaba la suficiente información.
- En el caso de faltar información, qué información faltaba.
- Cuanto tiempo empleo en la búsqueda.
- Como de satisfecho estaba con la vivienda.

También se les preguntó acerca de su experiencia una vez realizado el alquiler. Es decir si habían tenido algún tipo de problema ya fuera con los compañeros, el casero, la convivencia, o la vivienda en sí. Muchos de estos problemas podrían haberse evitado con una búsqueda más eficiente o con una información mejor proporcionada por parte del servicio que ha sido empleado.

# Cuestiones realizadas

Se les preguntó a los usuarios acerca de la participación en **eventos**

- Con quienes desean participar.
- En que tipo de actividades.
- Si suelen acudir a este tipo de eventos organizados y por qué.
- Qué mejorarían de la organización actual de estos eventos.
- Qué tipo de beneficios deberían recibir según que tipo de usuarios.
- Precios de los mismos y cuanto están dispuestos a pagar.

Cuando el usuario esté **de viaje**.

Los usuarios son encuestados preguntándoles qué tipo de casa está buscando para ser alojados en sus viajes. Esta puede ser un apartamento alquilado, un hostel, hotel, casa de amigos o de conocidos... Si el usuario necesita un buscador para encontrar un inmueble donde hospedarse durante su estancia en otra ciudad, necesitará de uno o varios servicios web como recursos entre los cuales los más empleados son Couch surfing y Air bnb.

A los encuestados se les preguntó acerca de que tipo de servicios suelen emplear y además se realizaron algunas preguntas acerca de estos servicios y sus funciones. Es decir, al usuario tipo es preguntado que servicios usa y cómo los emplea:

Couch surfing:

- Si alguna vez se ha empleado y por qué.
- Que opciones y filtros ha empleado.
- Tiene la cuenta verificada.
- Si se suele encontrar con facilidad Couch surfer.
- Si no encuentra Couch surfer, cuales son otras opciones.

Air bnb:

- Alguna vez se ha empleado y por qué.
- Que opciones y filtros ha empleado.
- Tiene la cuenta verificada.
- Si air bnb fue la primera opción de búsqueda y por qué.

Además de estas plataformas o servicios web o en el caso de no encontrar inmueble rentable o por propia preferencia del usuario, recurre a la búsqueda de hostales en la ciudad a la que viaja. En el caso de emplear esta vía, se basa en teclear en google "hostales en (ciudad de destino)" o bien buscadores como "Booking".

A los usuarios encuestados también se les preguntó acerca del uso de esta web referido a sus viajes:

- Si alguna vez se había empleado y por qué.
- Que filtros habían empleado y por qué.
- Si tenían una cuenta creada.
- Si habían quedado satisfechos con la búsqueda.
- Si les proporcionaba información suficiente del inmueble.

**Intereses** de este año o de este periodo de su vida. Cuestiones acerca de:

- Si les interesa viajar y por qué.

- Qué tipo de viajes.

De estudios, de ocio, por trabajo, para visitar a alguien...

- Con que tipo de usuarios viaja.

Pudiendo ser estos amigos, familia, pareja, compañeros del trabajo...

- Cuántos días viaja.

Variable que dependerá también de la disponibilidad de cada usuario.

- Si les interesaría hacer intercambios o prefieren viajar en grupo.

- Si les interesa aprender idiomas:

Aprender idiomas y mejorar los ya aprendidos, aumentar la fluidez al hablar y al mismo tiempo poder enseñar el idioma propio.

- Si les interesa aprender cosas nuevas:

Culturas, tradiciones, enriquecer sus estudios, sus conocimientos...

- Qué les limita a la hora de viajar:

Pudiendo ser el dinero, el tiempo, la familia, amigos o la pareja...

# Resultados de la encuesta

## Usuarios con experiencia en piso compartido:

### Para realizar la búsqueda:

El uso Internet es el más frecuente. A los usuarios se preguntó por el funcionamiento de estas páginas para que contasen su experiencia en el uso de las mismas y que se podría mejorar.

### Problemas y cuestiones mejorables:

Los usuarios entrevistados declararon que en general no dan información suficiente, aunque también esta cuestión depende de como de exigente sea cada usuario a la hora de elegir vivienda.

Las páginas de búsqueda suelen dar información muy limitada, lo que provoca problemas a posteriori. Algunas de las cuestiones que se gustaría de dar más información por parte de los usuarios:

- Número de baños.
- Tamaño y numero de las habitaciones.
- De que mobiliario dispone.
- De que electrodomésticos.
- Que habitaciones tienen ventanas y calefacción.
- Que tipo de suelo tiene cada habitación.
- Diferencias de precio entre una habitación y otra.

Este tipo de cuestiones provocan numerosos problemas a la hora de la convivencia según declararon algunos usuarios. Disputas a la hora de elegir habitación, compartir un baño, entre otras.

### Con que personas ha compartido piso y con quienes desea compartir

De las personas encuestadas muchas de ellas no eligieron previamente con quien iban a vivir, sobre todo si se trata de un país extranjero. Sin embargo este tipo de usuarios es precisamente lo que busca, esto es, conocer gente nueva.

El tipo de gente con la que prefiere compartirse vivienda depende mucho de la persona en sí, pero todos coinciden en que es preferible conocer gente nueva que vivir con personas ya conocidas o amigos. La gran mayoría prefieren mezclar países y culturas, para mejorar idiomas y conocer otras tradiciones, lenguajes, etc.

Algunos encuestados prefieren convivir con personas similares en algún punto, como son los estudios, para poder ayudarse unos entre otros o entenderse mejor.

Se dan casos especiales, como por ejemplo un usuario que quiere compartir piso con un ingeniero alemán por que quiere conocer como se enseñan ciertas cuestiones en ese país y le interesa completar ahí sus estudios.

Este tipo de casos, entre otros, se preguntaron durante las encuestas. De esto concluimos que un filtro para seleccionar meticulosamente los compañeros de vivienda es necesario y no existe en el mercado, es un punto de innovación de Bo!OK va a aportar.

Evidentemente no todos los usuarios precisan de este filtro, para algunos es más indiferente; sin embargo es bueno que este exista para aquellos usuarios que si le dan más importancia.

### Viajes

En el tema de viajes se cuestiono a todos los usuarios acerca de los servicios que suelen emplear pudiendo ser estos Couch surfing, air bnb, hostales para jóvenes...

Los resultados declaran que:

Se busca lo más económico. Se emplea Couch surfing pero en ocasiones debido al número de huéspedes o el número de noches, es complicado encontrar usuarios dispuestos a prestar su casa, por lo que segundas opciones son air bnb o reservar habitaciones en hostales y casas juveniles.

La elección entre estas dos opciones se basa mayoritariamente en el precio, el cual varía en función del número de huéspedes, esto es, si sale rentable alquilar apartamento se alquila, pero en otras ocasiones renta más un hostel, ya sea por precio, por localización por facilidades que este pueda ofrecer (información turística, visitas organizadas, cocina, bar propio...).

# Resultados de la encuesta

## Usuarios viviendo en residencia:

Este tipo de usuarios son en general estudiantes. No solo por que las personas encuestadas lo eran, sino por que estas personas encuestas declaran que los habitantes en este tipo d entornos son en su gran mayoría estudiantes, tanto erasmus como estudiantes fijos.

Al vivir en una residencia las preferencias en cuanto a vivienda están limitadas. Se cuestiono a los usuarios acerca del proceso de búsqueda y a partir de ello cuestiones mejorables y problemas encontrados.

### Proceso de búsqueda:

Los usuarios declaran que comparan residencias y la elección se basa en una serie de cuestiones que salieron a la luz durante las entrevistas:

- Cercanía/lejanía de la universidad y del centro de la ciudad.
- Tamaño de las habitaciones.
- Si las habitaciones son compartidas o no.
- Servicios que incluye la residencia (lavadora/cocina/gimnasio/etc).
- Si se organizan actividades.
- Precio.

Según la personalidad de cada uno le dará mas importancia a una cuestión a otra de las anteriores, pero todas ellas importan en cierta medida al usuario en cuestión que va a realizar una reserva.

Una vez realizada la reserva y todo el papeleo, el usuario no debe preocuparse hasta que llega el día de la mudanza, esto es, las habitaciones de las residencias están amuebladas y con una serie de imprescindibles que el usuario que se muda no va a necesitar prepararse.

### Problemas encontrados:

En general problemas de espacio, En muchas residencias se comparte habitación por lo que la privacidad está bastante limitada.

Otras residencias tienen habitaciones individuales por lo que cada usuario tiene su espacio para el mismo, sin embargo no suele ser de gran amplitud y con unos mínimos de supervivencia.

Muchos usuarios con experiencia declaran que ellos mismos o personas que conocen, viven en residencia durante un tiempo para conocer a nuevos usuarios, y una vez que los conocen mudan a piso para satisfacer mejor sus necesidades.

De esta forma, al final, lo obtienen todo, ocio y relaciones con otros usuarios, pero también un espacio vital para su privacidad.

## Usuarios con experiencia en no piso compartido:

A este grupo de usuarios de les preguntó la razón de no querer compartir piso:

Se trata siempre de temas de privacidad, personas que necesitan de un espacio vital privado. Este tipo de usuarios son personas con más ocupación en el trabajo o prácticas. Los estudiantes erasmus prefieren compartir.

Al vivir en piso no compartido, el tema de conocer a gente está más limitado por lo que a estos usuarios se les cuestiono como llevan o lo llevarían a cabo. Sus respuestas declararon que:

- Grupos de facebook, whatsapp, redes sociales que crean grupos de chat y hablan para realizar encuentros y otras actividades.
- El simple hecho de apuntarse a alguna actividad como un gimnasio, un curso de cocina, etc
- En el trabajo, en la universidad, donde se realicen las prácticas.

# Resultados de la encuesta

## Estudiantes Erasmus:

Como ya se ha mencionado con anterioridad, el estudiante Erasmus es el usuario en el que nos vamos a centrar en su mayoría ya que este usuario incluye todas las necesidades de los anteriores: viajar, estudiar o trabajar, vivir y relacionarse con otros usuarios.

Algunos en residencia, otros en piso compartido; pero todos coinciden en que desean relacionarse entre sí, conocer a gente nueva, gente extranjera.

A estos usuarios se les preguntó acerca de sus intereses o deseos a cumplir durante este año de sus estudios:

### - Viajar

Los usuarios con experiencia nos cuentan que uno de los problemas que limita es el presupuesto. En ocasiones no es posible realizar una movilidad de un sitio a otro porque los hostales son de precios demasiado altos o el transporte de un lado a otro también está dificultado,

Se pregunto a los usuarios acerca de como organizan los viajes, que preferencias tienen a la hora de elegir donde pasar la noche, que prefieren visitar en una ciudad, cómo de largos son sus viajes y que servicios suelen contratar tanto para el transporte como para la búsqueda de vivienda.

Sus respuestas:

- Preferencias a la hora donde ubicarse:

Algo barato e incluso gratis si se puede con Couch surfing.

Las intenciones del viaje conocer la ciudad, su gente y pasar un tiempo de ocio, no encerrarse en la vivienda, por lo que no existen exigencia ni preferencias que filtren demasiado la búsqueda que no tengan que ver con el precio y el espacio.

Es importante considerar el número de personas que viajan, ya que si se viaja en grupo es más habitual servicios como air bnb, alquiler de apartamento, o búsqueda de un hostel o casas de juventud y albergues.

- Preferencias de actividades a realizar durante los viajes:

Conocer la ciudad y sus tradiciones, pero también actividades de ocio, conocer locales y sitios donde ir, conocer a la gente, que hace ahí, cómo se vive.

Las visitas no suelen ser muy largas, de 3 a 4 días o un fin de semana. En este espacio temporal no suele dar tiempo a visitar del todo una ciudad pero si los puntos de interés que estos usuarios tienen como prioridad. El principal no es el conocer del todo la historia, la arquitectura, el arte del lugar, sino pasar un tiempo de ocio al mismo tiempo que se conocen cosas nuevas.

- Servicios empleados para la vivienda

Como ya se ha mencionado se trata de ahorrar en la medida de lo posible. Couch surfing para tamaño reducido de grupo y hostales baratos o apartamentos para grupos más grandes.

- Servicios empleados para el transporte

En función de la distancia se emplean todo tipo de transportes, avión, tren, autobús, coche... Sin embargo hay que destacar como moverse dentro de la ciudad. Depende de la amplitud de la ciudad puede emplearse el transporte público, sin embargo en ocasiones resulta difícil al no conocer la ciudad. Por ello es de gran utilidad proporcionar siempre información al usuario de como moverse dentro de la ciudad además de facilitarle llegar a esta buscando las conexiones más económicas y cómodas.

### - Relación con otros usuarios

Los estudiantes erasmus se caracterizan por su deseo de conocer a otras personas con las que poder relacionarse.

Se cuestiono sobre que tipo de usuarios y la respuesta que se obtuvo es que se prefiere mezclar nacionalidades y culturas, aprovechar el viajar para conocer gente de distintas zonas del mundo.

Los usuarios erasmus les dan gran importancia a la organización de actividades y encuentros con otras personas para fomentar estar relacionadas, organización de eventos de todo tipo, de distintas categorías ya sean nocturnos, deportivos, gastronómicos, turísticos...

También se cuestiono a los usuarios erasmus con experiencia como se apuntan a estas actividades o como encuentran más apropiado hacerlo. Estos respondieron:

- Viviendo en una residencia el conocer a gente esta hecho, conocer a los vecinos y compañeros de bloque y buscar planes propios con ellos

- Existen grupos de facebook, foros y redes sociales con chats fe grupo los cuales también fomentan encuentros y actividades donde estudiantes erasmus se reúnen.

- Cabe de gran importancia mencionar asociaciones como ESN las cuales organizan actividades y llaman a estudiantes erasmus a participar en ellas.

# Resultados de la encuesta

## Estudiantes trabajando:

Se entrevistó también a usuarios trabajado en el extranjero. Estos tienen unas preferencias un tanto diferentes que los estudiantes erasmus,

- Tienen menos tiempo libre, ya que tienen que adaptarse al horario de trabajo.

- Las personas que conozcan muchas serán del trabajo ya que tampoco disponen de ese tiempo para contactar y conocer a otros estudiantes, pero no es imposible. Aunque por comodidad, los encuestados declaran que exactamente en el mismo ambiente de trabajo, conocen a otros usuarios en situaciones similares (mismo tiempo libre y horario) con los que pueden interactuar socialmente.

- El tema de viajar también está limitado por el mismo horario. Sin embargo estos usuarios están, se encuentran en otra etapa de su vida muy distinta a la del erasmus, es una etapa más laboral, profesional, por lo que los intereses cambian.

## Estudiantes de prácticas:

Similar a los trabajadores pero con un horario un poco más abierto depende de qué practicas.

El saldo probablemente sea menor o incluso nulo, por lo que también cuentan con algunos límites monetarios además de temporales en función de las horas que trabajen cada día.

Los intereses también son distintos que los erasmus, más laborales y con ganas de aprender o ganar experiencia.

A la hora de relacionarse con otras personas, también emplean su propio entorno de trabajo ya que es el espacio donde se pasa más tiempo.

# Resultados de la encuesta

## Usuarios sin experiencia viviendo en el extranjero:

### Con futura experiencia

Si han empezado a buscar vivienda, nos encontraremos con los mismos resultados que los usuarios que ya han tenido experiencia. El uso de las páginas web sigue siendo el más frecuente.

Estos usuarios no conocen los problemas que este servicio supone, el que de información tan limitada, por que todavía no han tenido la experiencia.

Estos usuarios seleccionan un sitio donde vivir y se encontrarán con un lugar que no saben cuántos baños tiene, de que habitaciones dispone, etc. Todas estas cuestiones no son resueltas hasta que no se visita la vivienda en cuestión.

Al no tener experiencia previa, en este tipo de usuarios con encontramos que también barajan otras opciones, como la elección de una residencia de estudiantes. En este tipo de espacios la privacidad es menor, pero el ocio y la interacción con otros estudiantes esta mayormente fomentada. En el caso de buscar residencia, también se hace a través de Internet, En este tipo de páginas también se suele poder contactar con el servicio de recepción del mismo que facilita los trámites.

Volviendo a las personas con experiencia en el extranjero, algunas de ellas emplearon residencias de estudiantes en su estancia. Algunas de mantuvieron en la residencia y otras mudaron a piso. La razón de esto es siempre el espacio vital y la privacidad de cada uno.

### Sin futura experiencia

Aunque no tengan experiencia futura hay usuarios que pueden aportarnos alguna información extra. Se entrevistaron:

- Usuarios que emplean Couch Surfing y han hospedado a otros:

Cuentan experiencias de personas que ya han hospedado. Se les pregunto también acerca de por que emplean estos servicios. Que tipo de personas han hospedado y porqué viajaban. Los usuarios que están viviendo en el extranjero durante un periodo corto de tiempo emplean esta oportunidad para viajar y suelen buscar este tipo de servicios ya que son gratuitos.

Las personas que emplean servicios como Couch Surfing suele ser por razones recíprocas pero también encontramos aquellos usuarios que simplemente desean compartir su vivienda para ayudar a otros viajeros. Las razones son el conocer a personas distintas, interactuar con ellas y aprender.

- Estudiantes y jóvenes:

Se les preguntó del mismo modo que a los usuarios experimentados pero en el caso de que tuvieran que elegir, con que tipo de personas vivirían y por qué, donde preferirían ubicarse y por qué, que intereses tienen, que deseos tienen.

Las respuestas vuelven a repetirse. Los jóvenes y estudiantes desean relacionarse entre sí.

# Estudio de interfaces



# Un Viaje Dentro de un Viaje

En este anexo se van a explicar las interfaces de las páginas “Couch Surfing”, “Air Bnb” y “Booking”.

Se trata de páginas que son buscadores de viviendas donde ubicarse durante un viaje. Analizamos este tipo de páginas ya que como se ha mencionado nuestro usuario objetivo tiene una prioridad de viajar, y al realizar su propio alquiler fuera de su localidad de vivienda normal, ya esta viajando, se trata de viajes dentro de un gran viaje.

Por otra parte también se va a analizar la página de “Uniplaces” que a diferencia de las otras, no esta orientada para viajes, sino para el GRAN viaje, es decir es una página de búsqueda de pisos para estudiantes.

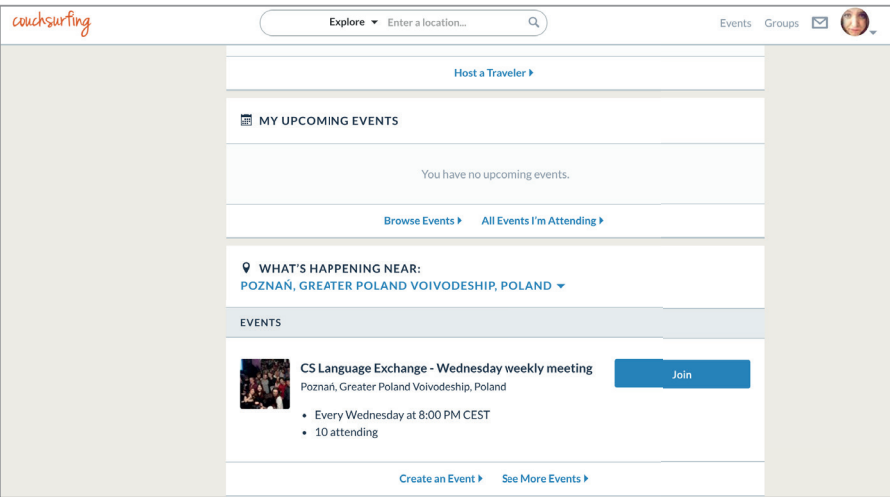
Hay que destacar que las necesidades, prioridades e intereses del usuario objetivo no son los mismos para la vivienda del **gran viaje** que para las viviendas de **los viajes**.

# Couch Surfing

Se trata de un servicio que conecta personas entre distintas partes del mundo para que estas sean hospedadas de manera gratuita. Se basa en la idea de usuarios que viajan y necesitan un sitio donde pasar la noche u hospedarse pero prefieren no gastarse dinero en el hospedaje para poder emplearlo en el viaje.

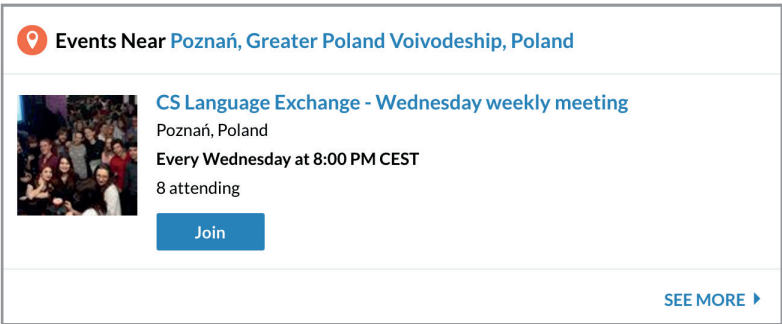
Los usuarios que emplean este servicio son personas en general jóvenes, aventureras, con ganas de viajar y de conocer.

Sin embargo también nos encontramos con usuarios que tienen intereses de conocer a gente de otras puntas del mundo y enseñarles su ciudad. Esto es, usuarios que viajan y usuarios que ofrecen.



## Otras funciones:

Couch surfing además permite ver eventos cerca, discusiones y actividades, sitios de interés; el servicio trata de conectar personas.



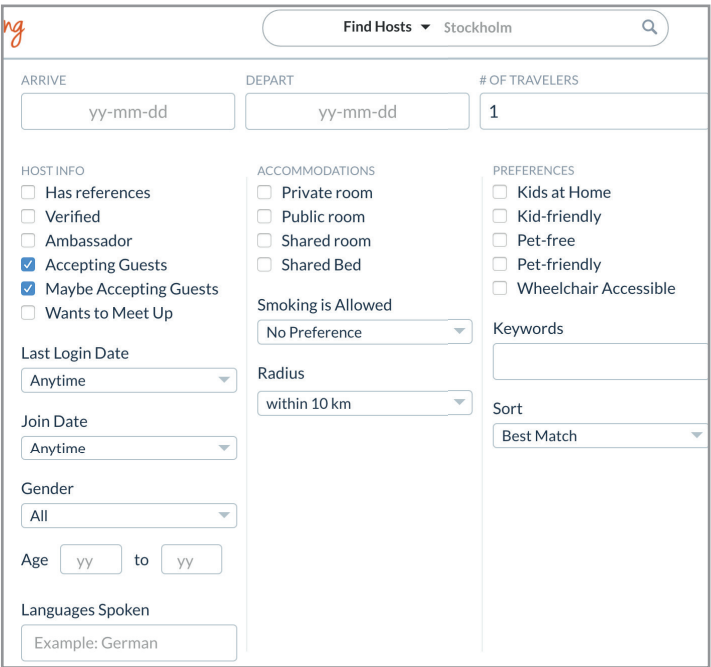
## Búsqueda

Couch surfing realiza búsquedas por medio de filtros en los cuales nos permite incluir algunas preferencias como el sexo del que va a hospedarnos, la edad, y los idiomas que habla. Además también filtramos preferencias de tipo de casa y algunas normas de convivencia, como el tema de las mascotas.

Estos filtros permiten elegir idiomas hablados de la persona que hospeda pero no su nacionalidad propia. Tampoco encontramos filtros de ocupación de la misma, ni de intereses o deseos.

Los filtros de la vivienda son muy limitados, solo nos informa del tipo de casa y algunas normas e convivencia como el fumar, los niños o mascotas permitidas. No se conoce la localización exacta de la vivienda al no ser que el usuario lo especifique en su perfil.

Además muchos de estos filtros no son obligatorios a la hora de crear un perfil y ofrecer la vivienda a huéspedes, por lo que no siempre conoceremos todas las características que podríamos conocer.



## Seguridad, referencias y feedback

A la hora de realizar una búsqueda, aparece información del número de referencias de cada usuario lo que resulta una medida de seguridad y fiabilidad del mismo.

El número de amistades también es una medida de seguridad, nos da fiabilidad de la existencia real de ese perfil.

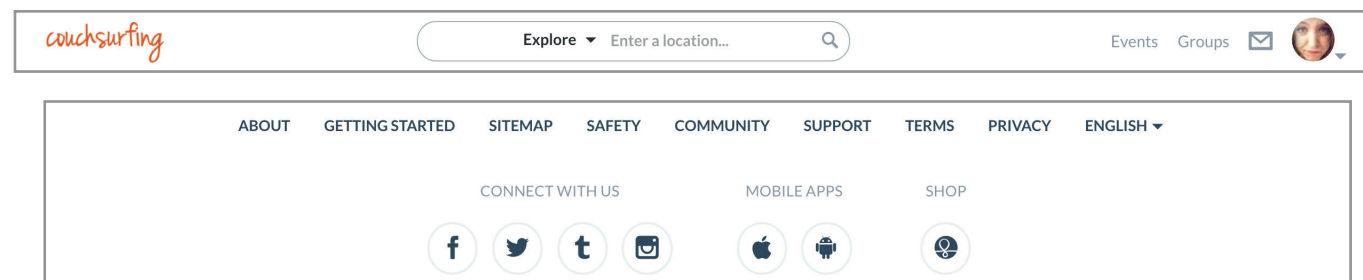


# Couch Surfing

## Menú superior

Se mantiene en la misma posición durante todo el tiempo. Nos permite:

- Acceder a la página principal clicando el logotipo.
- Realizar una búsqueda.
- Acceder a la página de eventos.
- Acceder a la página de grupos.
- Ver los mensajes.
- Acceder al perfil.



## Menú inferior

Para llegar a él hay que descender hasta el fondo de la pantalla, es decir, no siempre es legible. Nos permite:

- Acceder a pantallas que nos dan información acerca del servicio, de sus valores, de cómo emplearlo y cómo funciona.
- Acceder a páginas del servicio en redes sociales como facebook.
- Leer los términos de uso.
- Cambiar el idioma.

## Opciones perfil

El perfil es la única opción desplegable en el menú superior, desde él podemos realizar 5 acciones diferentes.

- Dashboard nos transporta a la página de inicio, esta opción puede crear confusión situándola en el perfil.
- Get verified es la opción que aparece hasta que no es completado el perfil del todo, lo que supone incluir el número de la tarjeta de crédito y el teléfono móvil.
- My Profile nos transporta al propio perfil.
- Account and Settings es la pantalla que permite realizar cambios en el perfil.
- Log out para salir del perfil.

Encontramos que hay demasiadas opciones, pueden resumirse. Cuantas más opciones tenga el usuario más probabilidades tiene de equivocarse o de crear confusión.

# Couch Surfing

## Perfil

El perfil de cada usuario permite visualizar información de él mismo y de su vivienda. Sin embargo mucha de esta información no es obligatoria para crear un perfil, es decir podemos encontrarnos con perfiles vacíos en los cuales solo se puede conocer información mínima de cada usuario y de la vivienda.

LECTURERRIGA'S PREFERENCES
<b>Max Number of Guests:</b> 1
<b>Last-Minute Requests Okay?</b> yes
<b>Preferred Gender to Host:</b> any
<b>Kid Friendly?</b> no
<b>Pet Friendly?</b> no
<b>Smoking Allowed?</b> yes
SLEEPING ARRANGEMENTS
<b>Shared room</b>
One-Room Apartment with Citchen and Bath-Room. I have folding bed for traveler, blankets and pillows. If you like sleeping on the floor, it is all yours in the room.

Warning for hotel hunters! You are going to visit a normal house with a normal people living in it, a family with our every day life, sometimes joyful, sometimes not. THIS IS NOT A HOTEL! If You are not up to be a part of the family during your stay, it might not be the best choice for you stay in town ;) - Don't worry, You will have enough privacy and time of your own in any case!\* It is not a place to stay over for pub crawlers or party-out-all-weekend-hunters with a need of coming and going when ever you feel like.

NO GUEST KEYS! We do not provide you extra keys to the apartement, so be aware of and ready to adapt your schedule/program according to our daily routine. When we leave the apartement, our surfers do the same.

Our house is gay-, bi- and straight-friendly.We accept different lifestyle concepts!

What about gay life in Tallinn/Estonia? There is many gay bars in Tallinn city center (If You want to know more and have any suggestion to spend your gay night out in Tallinn, just contact through CS Messages system or look from GayMap.ee - official gay traveler's guide to Tallinn and Estonia). Estonia is considered as tolerant in general towards gay community and lifestyle/nightlife but public affection by gays and lesbians could be disapproved still. Tallinn is safe enough to spend valuable time with your friends and loved ones, as in country side there are more traditional behavior expected I guess. The main rule is still not to push your luck too much to feel safe :)

Special cleaning notice: our house has a Self Cleaning Strategy (SCS) and it means You are always expected to clean after yourself directly after organizing any mess up and to put everything You use back on its place - so the house will stay nice, clean and cosy all the time, for you and for us and for our guests. There is no housemaid in our house.If You fail to follow our reasonable SCS guidelines, we may ask You to find some more convenient accomodation for You.

Si el usuario describe su perfil nos podemos encontrar con dos problemas:

- La traducción y el idioma:

Esta descripción debe de redactarse en algún idioma y este idioma no tiene porque ser entendido por todos.

- La extensión:

En ocasiones la extensión provoca cansancio en el usuario receptor haciendo que este evite la lectura completa provocando así saltarse algunos datos que pueden ser importantes.

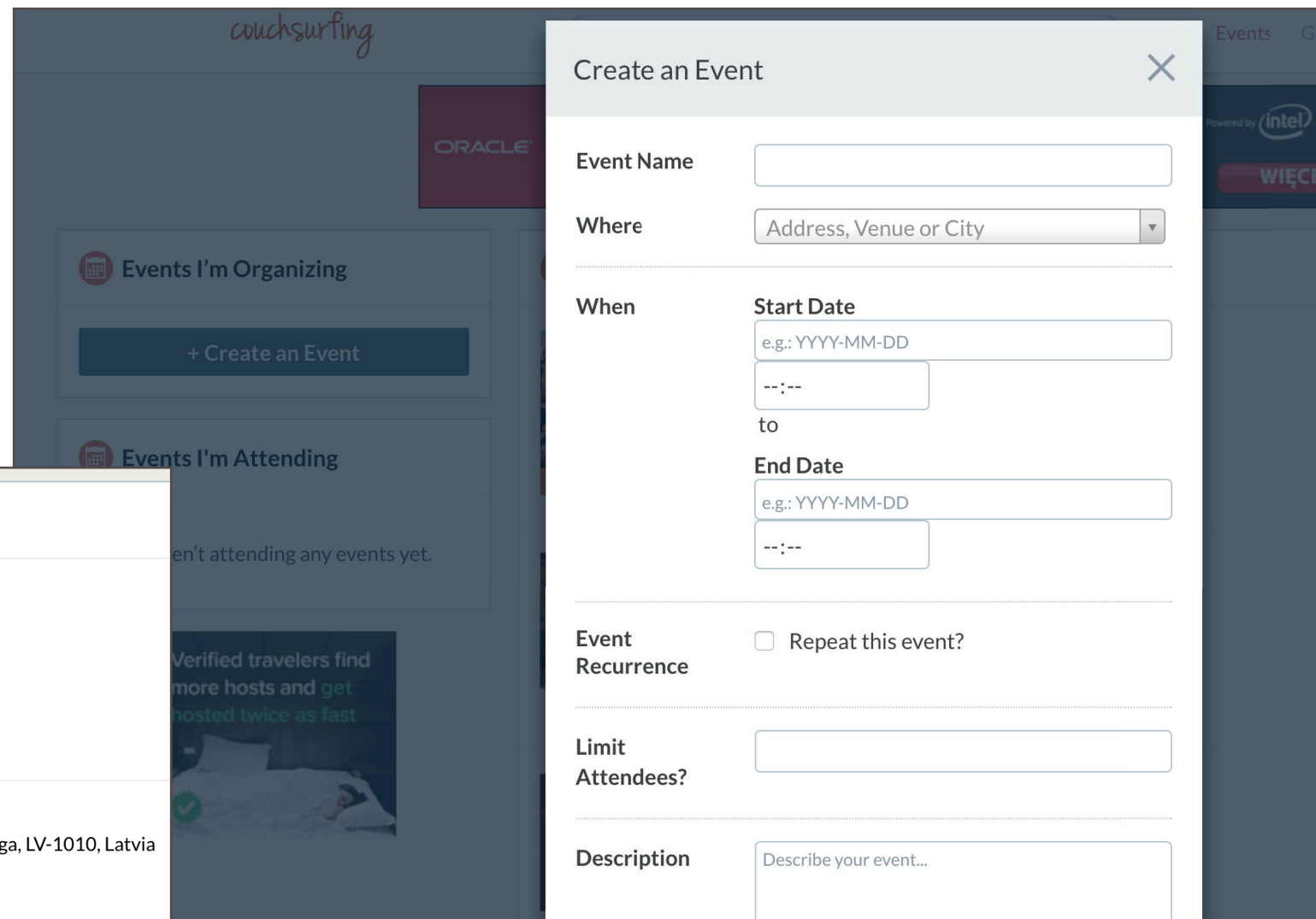
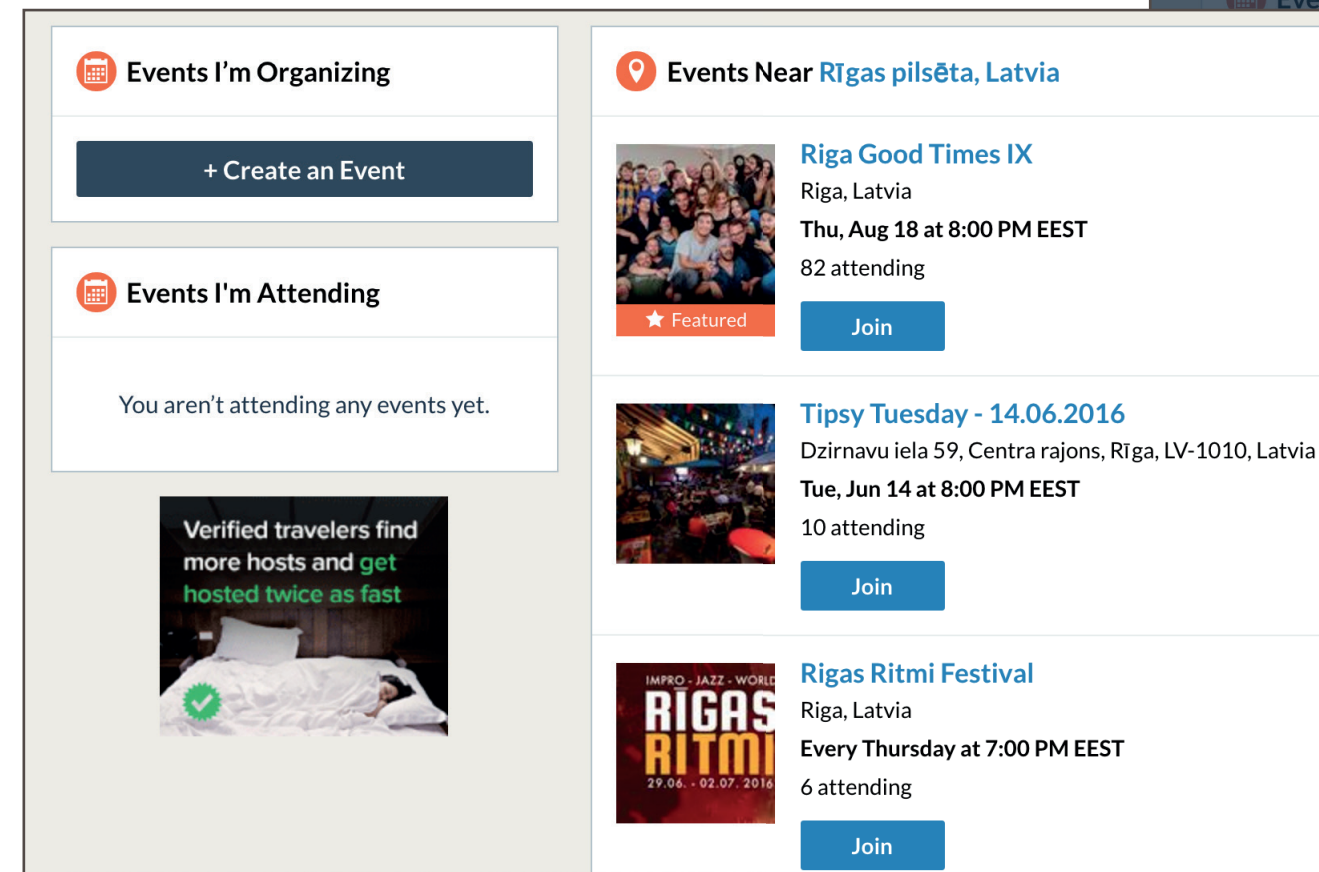
# Couch Surfing

## Eventos

Una de las opciones del menú superior como ya se ha mencionado, se trata de la página de eventos.

Desde esta pantalla el usuario puede:

- Visualizar eventos que le puede resultar interesantes.
- Visualizar los eventos a los que va a asistir.
- Crear un evento.





# Couch Surfing

## Grupos

Couch surfing ofrece también la oportunidad de crear grupos. A esta página se accede mediante el menú superior.

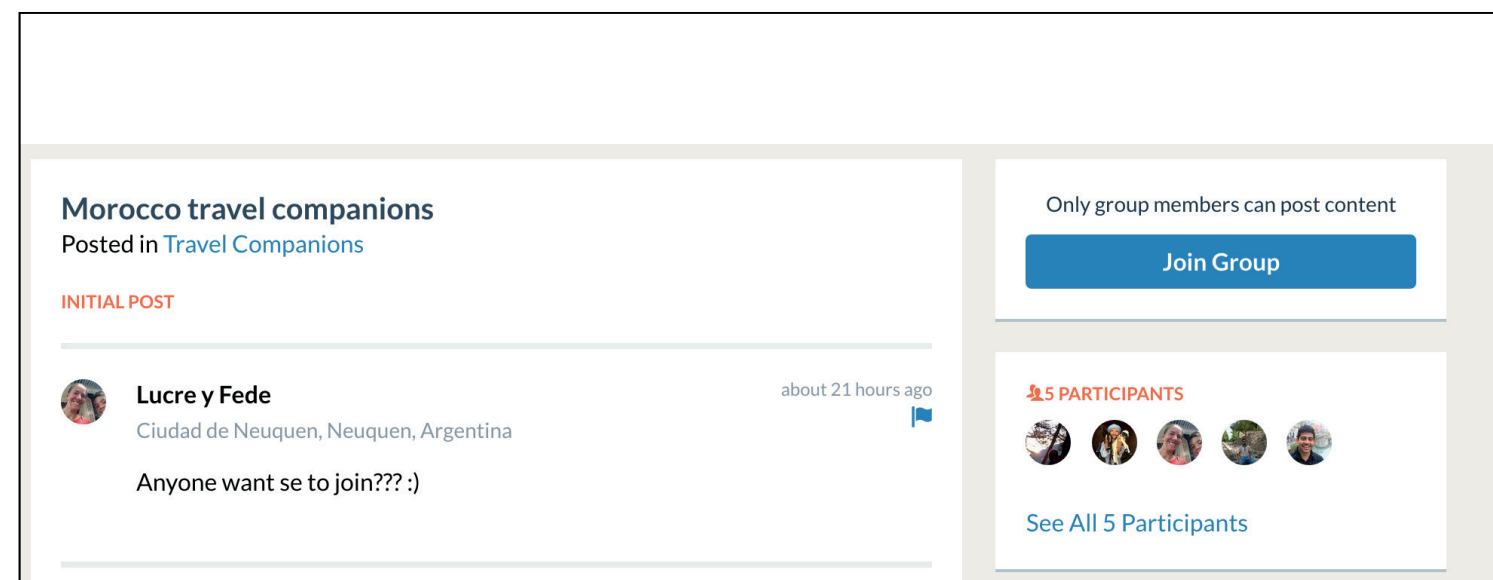
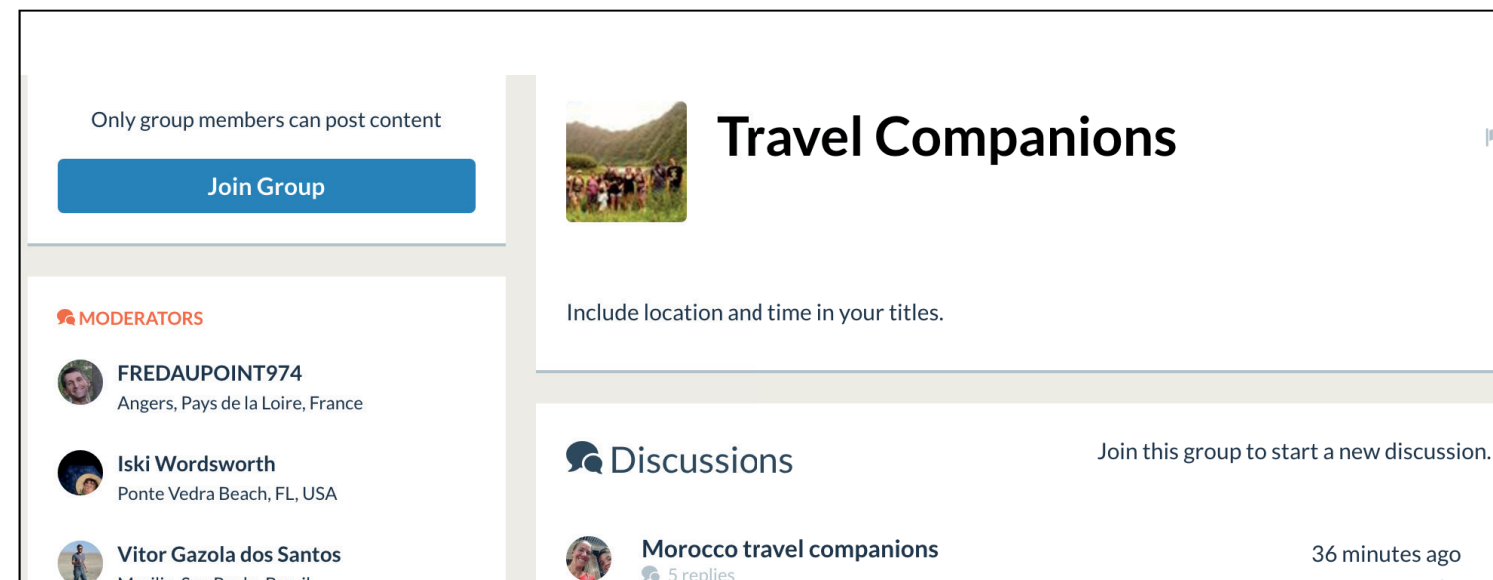
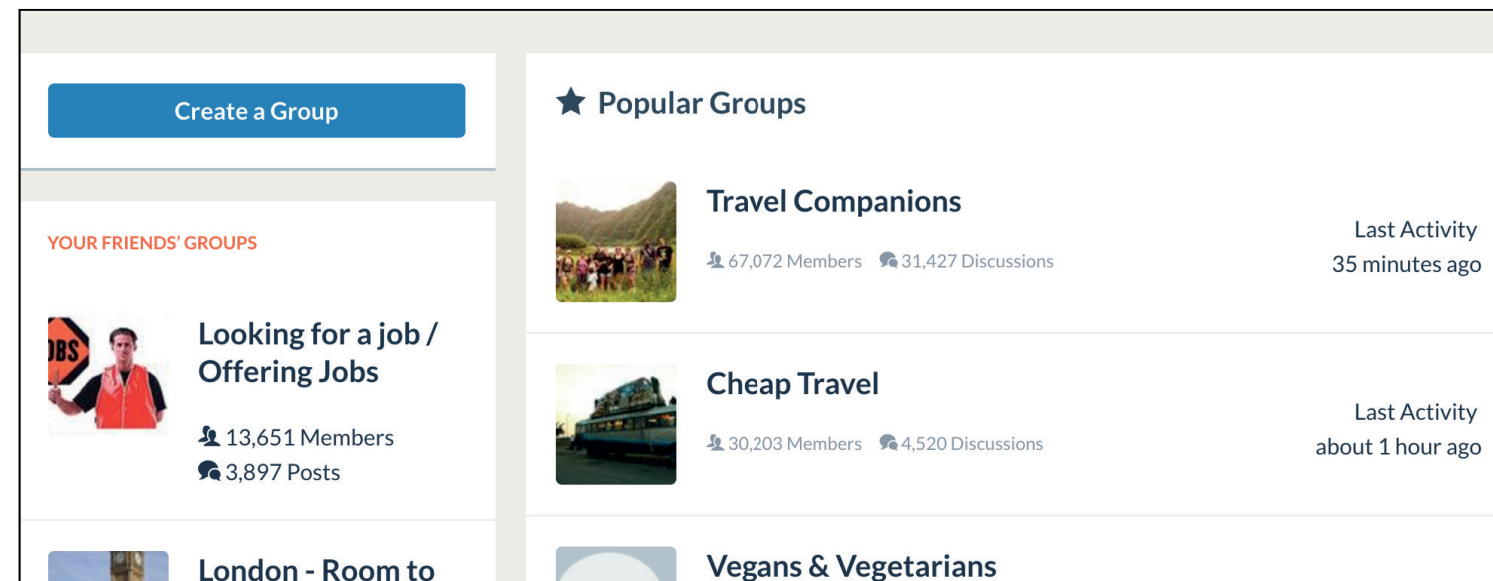
En la pantalla principal aparece la opción de crear un grupo y algunos grupos populares agrupados en categorías.

Clicando a una categoría como "Travel companions" nos llevará a discusiones distintas. El usuario puede seleccionar una de ellas y unirse al grupo.

Estos grupos tienen como objetivo conectar a personas y crear eventos, organizar viajes y otras actividades en grupo. Es una opción bien pensada pero no está bien resuelta del todo:

- Couch surfing centra demasiado su función principal de ofrecer hospedaje gratuito, por lo que sus clientes usan el servicio únicamente para eso.

- Se preguntó a los encuestados que empleaban Couch Surfing si empleaban esta acción y ninguno declaró de forma afirmativa. Las razones (además del primer punto) se basan en que el usuario que viaja le interesa más conectar con personas de su propio entorno en el que vive normalmente (universidad, residencia o simplemente la misma ciudad). Cuando viaja prefiere conectar con la ciudad en sí y también con su gente, pero de una manera diferente, no por una discusión de chat; sino siendo hospedado, siendo atendido en un restaurante o en una tienda, en la agencia de turismo, etc.



# Air Bnb

Otro servicio muy común a la hora de viajar es el de Air bnb. Se trata del alquiler de pisos para una corta estancia de visita a un lugar.

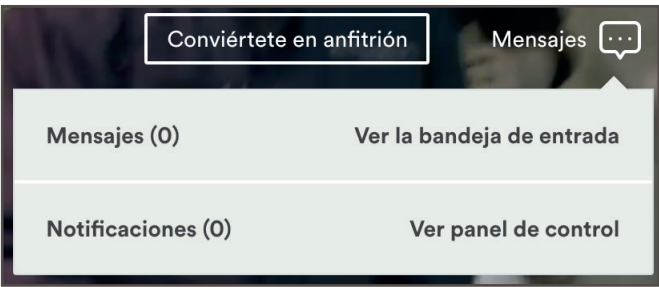
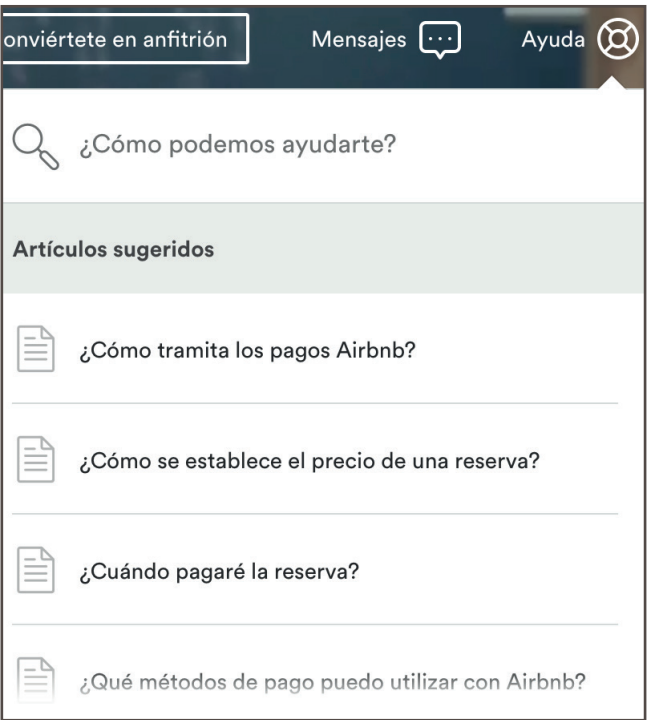
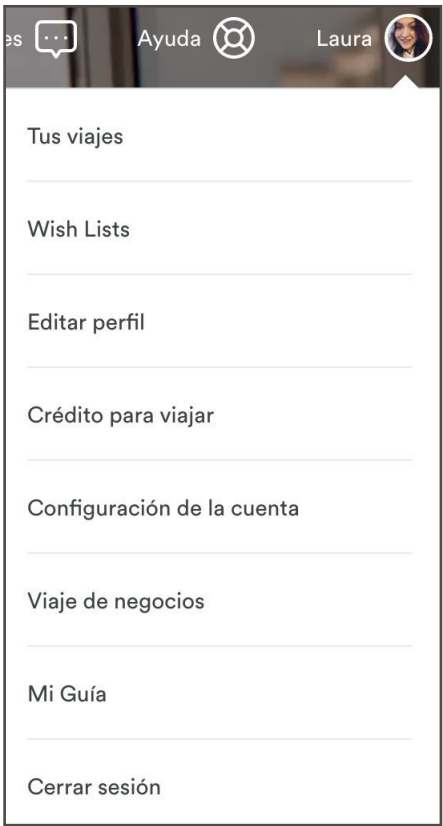
Desde la página de inicio podemos acceder:

### Menú superior:

- Perfil.
- Ayuda.
- Mensajes.

### Menú inferior:

- Cambiar idioma.
- Cambiar moneda.
- Información sobre la empresa.
- Información sobre el servicio.



En la pestaña de preguntas aparecen cuestiones que pueden surgirle al usuario en el proceso de búsqueda.

No es la mejor manera de buscar información acerca del uso ya que el usuario debe comprobar cuestión por cuestión hasta que encuentra la que está buscando.

En la pestaña de mensajes también hay confusión entre sus dos opciones, puede resultar difícil diferenciarlas o que hace cada una.

En la pestaña de perfil aparecen demasiadas opciones, muchas de ellas no son útiles o podrían serlo pero no están bien presentadas.

Hay demasiadas opciones en la pantalla de inicio, tanto en el menú superior como en el inferior. Demasiada información confusa, demasiadas pestañas innecesarias que provocan que el usuario se equivoque al buscar lo que necesita.



# Air Bnb

## Panel de control

Si pulsamos en icono de perfil sin seleccionar ninguna opción nos lleva a esta pantalla, en el “Panel de control”, pantalla a la que podemos acceder también desde la pestaña de “Mensajes” en el desplegable.

El hecho de que una misma pantalla se acceda a ella desde dos puntos así de distintos es un tanto incoherente y confuso.

En el panel de control visualizamos la foto de perfil con enlaces a acceder a este o editarlo, aparece nuestra bandeja de entrada y algunas informaciones adicionales acerca del crédito y como verificar nuestra cuenta. Es decir, en el panel de control aparece una información resumida de nuestro perfil, mensajes y como optimizar nuestra cuenta.

Panel de controlBandeja de entradaTus anunciosTus viajesPerfilCuentaCrédito para viajar

Laura

Ver perfil

Editar perfil

Verificaciones

Dirección de correo electrónico

Verificado

¡Invita a tus amigos y consigue crédito de viaje!

Gana hasta 80€ por cada persona a la que invites.

Crédito para viajar

Mensajes (0 nuevos)

Clara

22 de Abr

By the way do you know how is the easiest way of ge...

Anderlecht, Bruselas (22 de Abril de 2016 - 23 de Abril de 2016)

Aceptada

63€

Claudia

04 de Mar

Hi Claudia! We will try to find for another place d...

The Avenue, Dublín, Dublín (14 de Marzo de 2016 - 19 de Marzo de 2016)

Inviable

Hubert

14 de Feb

Good news:) hope you enjoyed the stay in Warsaw. Ye...

Juliana Bruna, Warszawa, mazowieckie (10 de Febrero de 2016 - 14 de Febrero de 2016)

Aceptada

116€

Todos los mensajes

Desde el panel de control podemos acceder al “Perfil” desde el menú de arriba. Se visualizará la pantalla de la derecha mediante la cual podemos editar y completar el perfil. Hay datos obligatorios y otros opcionales.

El hecho de que existan estos datos opcionales es que en numerosas ocasiones no existirán los datos suficientes de un usuario que nos hospeda para que este resulte fiable.

Editar perfil

Fotos, símbolos y vídeos

Confianza y verificación

Evaluaciones

Referencias

Ver perfil

Obligatorio

Nombre

Laura

Apellido

Nerin

Soy

Mujer

Fecha de nacimiento

Octubre

23

1994

Correo electrónico

laura\_nerin@hotmail.com

Número de teléfono

+48 \*\*\* \*\* 13

Confirmado

¿Dónde vives?

Zaragoza, Aragon, Spain

Describe

De Zaragoza, España. Actualmente estudiando en Poznan, Polonia como estudiante erasmus.

Airbnb se basa en las relaciones personales. Ayuda a otros usuarios a conocerte un poco mejor.

Háblales de tus intereses: ¿Cuáles son esas 5 cosas sin las que no podrías vivir? Comparte con ellos tus destinos, libros, películas, programas, canciones o platos favoritos.

Cuéntales cómo sería tenerte como huésped o anfitrión: ¿Qué tipo de viajes te interesan más? ¿Qué experiencias has tenido como anfitrión?

Incluso puedes entrar en aspectos más personales: ¿Hay alguna frase en especial que defina tu forma de ver la vida?

Opcional

Centro educativo

Sansueña, Poznań University of Technology, University of Zaragoza

Empleo

por ejemplo: Airbnb / Apple / Taco Stand

Zona horaria

(GMT+01:00) Madrid

Idiomas

Ninguno

Añadir más

Número de IVA

Añadir NIF-IVA

Contacto de emergencia

editar

Dirección postal

Añadir una dirección postal

ESTUDIO DE INTERFACES

28



# Air Bnb

Editar perfil

Fotos, símbolos y vídeos

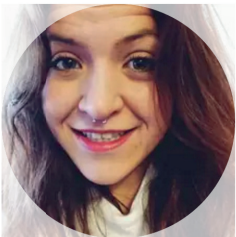
Confianza y verificación



Evaluaciones

Referencias

Ver perfil

Foto de perfil






Las fotos frontales son muy importantes para que los anfitríos huéspedes puedan conocerse mejor. ¡Hospedar a un paisaje divertido que digamos! Por favor, sube una foto en la que se ve claramente tu cara.

Haz una foto con tu webcam

Sube un archivo desde tu ordenador

Mi símbolo




Crea tu símbolo

«Crea Airbnb» es una función que te permite tener tu propio símbolo de pertenencia, que representa tu hogar, tus aventuras y tu historia. Comparte tus experiencias, únete a la comunidad y haz un símbolo sobre tu vida.

Crear

Video de perfil

Aún no has grabado ningún vídeo de perfil.



Consejos de grabación

- Nos encantan los primeros segundos, así que es mejor que dejes una distancia prudencial.
- Tienes 30 segundos, ¡así que al grano!
- Procura que el foco de luz esté en ti, no detrás.
- Mira a la cámara para crear una conexión personal.
- Podrás previsualizar el vídeo antes de subirlo.

Grabar un vídeo

## Gadgets en el perfil

Airbnb cuenta con algunas opciones en el perfil que sobran, un símbolo propio y la opción de grabar un vídeo.

En la encuesta se preguntó a los usuarios que habían empleado este servicio web si empleaban estas opciones y ninguno declaró afirmativamente.

## Verificación

Para darle más fiabilidad a cada perfil existe la opción de verificarlo. Para ello es necesario introducir el correo electrónico, el número de teléfono y cuentas en otras redes.

Editar perfil

Fotos, símbolos y vídeos

Confianza y verificación

Evaluaciones

Referencias

Ver perfil

Identificación

Verificar tu identidad es una forma sencilla de contribuir a mantener la confianza en la comunidad de Airbnb. Para hacerlo, comprobaremos si los datos de tu documento de identidad coinciden con la información de tu cuenta. [Obtén más información.](#)

También tienes la opción de elegir más abajo qué verificaciones quieres completar.

Tus verificaciones

Dirección de correo electrónico

Has confirmado tu dirección de correo electrónico: **laura\_nerin@hcm** importante, ya que nos permite comunicarnos contigo de forma segura.

Número de teléfono

Tu número solo se comparte con otros miembros de Airbnb cuando lo autorices.

Añade más verificaciones

Facebook

Conéctate con Facebook y muestra tus conexiones fiables a anfitriones y huéspedes de todo el mundo.

Google

Conecta tu cuenta de Airbnb a tu cuenta de Google para que todo sea más fácil.

LinkedIn

Crea un enlace a tu vida profesional: conecta tu cuenta de Airbnb a la de LinkedIn.

Configuración de notificaciones push

Recibe notificaciones push en tu iPhone, iPad o Android.

☒ Mensajes

De anfitriones y huéspedes

☒ Actualizaciones sobre reservas

Solicitudes, confirmaciones, cambios y mucho más

☒ Actividad de la cuenta

Cambios realizados en tu cuenta

☒ Recomendaciones para viajes

Ideas para tus viajes, avisos sobre estancias y precios

☒ Otros

Actualizaciones sobre funciones y más

Configuración de SMS

Recibe actualizaciones en tu móvil mediante SMS.

Recibir notificaciones por SMS en este número: 

+48 \*\* \* 13

[Modificar los números de teléfono](#)

☐ Mensajes

De anfitriones y huéspedes

☐ Actualizaciones sobre reservas

Solicitudes, confirmaciones, cambios y mucho más

Configuración del correo electrónico

Quiero recibir:

Puedes desactivarlos en cualquier momento.

☒ Promociones, novedades, noticias sobre Airbnb o promociones de servicios y campañas asociados, encuestas a los usuarios, historias inspiradoras y mucho cariño de Airbnb.

☒ Recordatorios sobre las reservas y evaluaciones pendientes.

Preferencias de llamadas

Quiero recibir:

Podrás modificar esta opción cuando quieras.

☒ Llamadas relacionadas con mi cuenta, mis anuncios, mis reservas o la comunidad de Airbnb

Aunque desactives esta opción, podríamos llamarte si necesitáramos ponernos en contacto contigo para informarte sobre alguna cuestión urgente relacionada con tu cuenta o debido a que no te han llegado nuestros mensajes de correo electrónico.

## Notificaciones

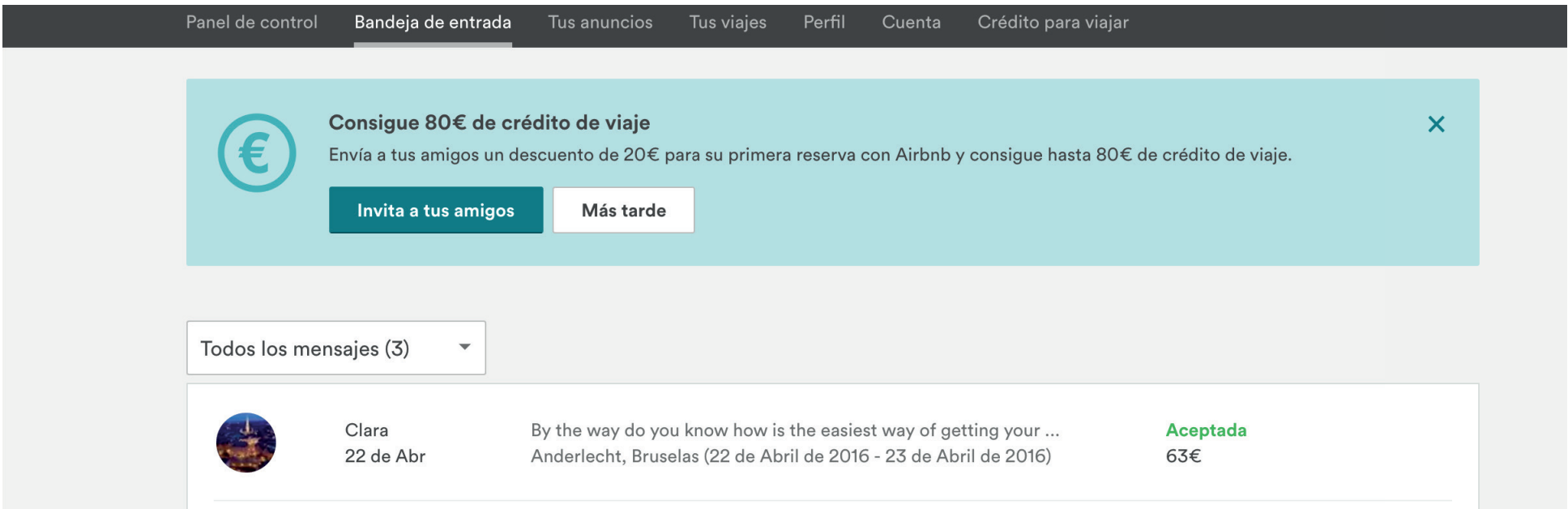
Configuraciones demasiado largas y confusas. Las encontramos en la pestaña de “Cuenta”.

# Air Bnb

## Bandeja de entrada

En la bandeja de entrada se visualizan los mensajes recibidos, escritos, las solicitudes enviadas...

Desde esta pestaña también se visualizan recordatorios de los créditos disponibles. Booking ofrece créditos a sus clientes, descuentos en sus alquileres a cambio de que estos publiquen el servicio compartiéndolo con sus amigos.



## Tus viajes

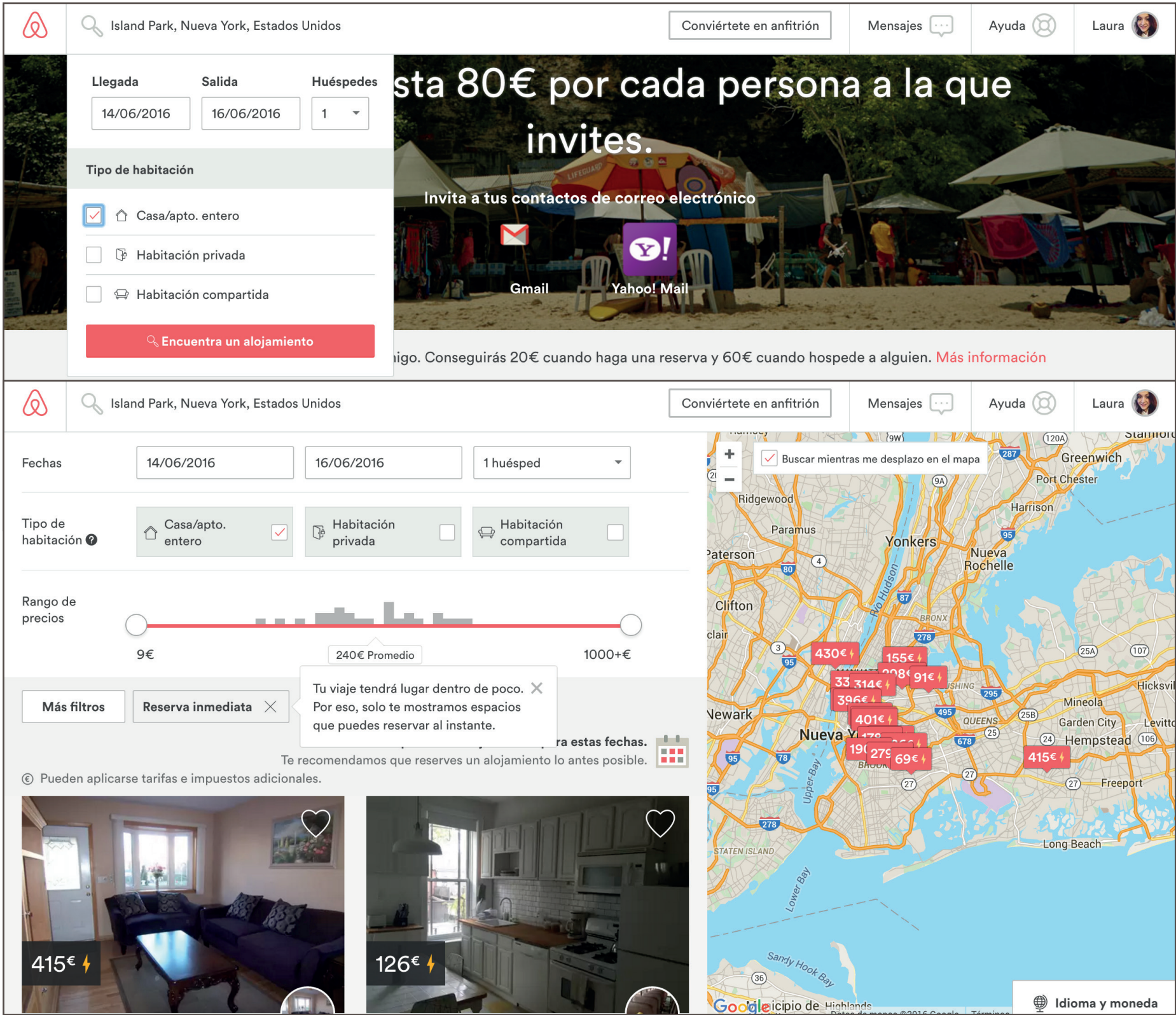
Desde esta pestaña se accede a los viajes planeados de los cuales se proporciona información acerca de:

- Fechas.
- Lugar.
- Número de huéspedes.
- Perfil del usuario que hospeda.
- Dirección de la vivienda.





# Air Bnb



## Búsqueda

Desde el menú de arriba se realiza la búsqueda introduciendo el nombre del lugar y seleccionando las fechas y tipo de habitación.

Una vez realizada esta búsqueda se pueden aplicar más filtros como son el precio, estableciendo un mínimo y un máximo.

Este mínimo y máximo se configura moviendo un cursor en una barra. No es la manera más idónea ya que es complicado establecer unos extremos con cifras exactas a las que se busca.

Una opción muy bien resuelta de Air bnb es que permite ver el en mapa las ubicaciones de los resultados con sus precios, de esta forma se compara al mismo tiempo el precio y la ubicación.



# Booking

**Booking.com**

?

zł

🇪🇸

Consultas recientes

♥ Mis listas

Hazte una cuenta

Inicia sesión

Encuentra ofertasEl viaje de tu vidaEscribe un comentarioCasas y apartamentosBooking.com BusinessBooking.com para iPhone, iPad y Android

Encuentra las mejores ofertas

Trabajamos con referentes como **NH Hotel Group**, **Meliá Hotels** y **Catalonia Hotels**.

Nombre del destino, hotel o alojamiento:

Más sitios de los que podrás llegar a visitar... ¿O sí?

Fecha de entrada

Fecha de entrada

Fecha de salida

Fecha de salida

Viaja como:

☐ Pareja☐ Familia☐ Grupo☐ Solo yo☐ Viajero de negocios☐ Otros

Habitaciones 

1

Adultos 

2

Niños 

0

Buscar

Consigue ofertas solo para suscriptores

Descubre ofertas para suscriptores e ideas a tu medida

¡Cancelación gratuita en la mayoría de habitaciones!

Más de 1.1 millones de personas en Polonia tienen una cuenta en Booking.com

¿Sigues planeando un viaje a este destino?

Budapest

🇭🇺

2.325 alojamientos

¡1.735 clientes desde Polonia han recomendado Budapest para monumentos!

[Hoteles, casas y mucho más en B](#)

Elige Viena para tu próximo viaje

Viena

🇦🇹

1.106 alojamientos

Booking también lo clasificamos como página web para buscar un sitio donde pasar la noche durante un viaje, ya que el máximo número de días para realizar una reserva son 30.

## Inicio

Desde la pantalla de inicio podemos realizar ya una búsqueda en la cual filtramos lugar, fechas y tipo de viaje.

El servicio de Booking permite crear una cuenta. los suscriptores pueden alquilar igual que los no suscriptores; pero además tienen ofertas.

Desde la pantalla de inicio además encontramos numerosa información acerca de viajes recomendados, con número de alojamientos disponibles, recomendaciones, otras ofertas...

Booking.com

?

zł

Consultas recientes

Mis listas

Hazte un

Inicio

Turquía  
12.482 alojamientos

Región del Mármara  
3.717 alojamientos

Estambul  
2.424 alojamientos

Resultados de la búsqueda  
Estambul, 2 adultos, 1 noche (17 jun - 18 jun)

Buscar

Destino/Nombre del hotel:  
Estambul

☐ Trabajo ☐ Ocio

Fecha de entrada  
17 de junio de 2016

Fecha de salida  
18 de junio de 2016

Estancia de 1 noche

Habitaciones 1

Adultos 2

Niños 0

Estambul: 73 alojamientos que se ajustan a tus filtros

Las 3 razones para visitar este lugar: historia, compras y comida

Ordenar por:

Nuestros destacados

Precio más bajo

Estrellas

Distancia desde el centro de la ciudad

Puntuación

Planet Paprika Hostel

Beyoglu, Estambul – Cerca del metro

Se puede reservar sin tarjeta de crédito

Reservado 1 vez en las últimas 48 horas

Apartamento con balcón

Puedes cancelar más tarde. Aprovecha y consigue un buen precio hoy.

¡Nos queda 1 habitación!

219 zł

Cancelación GRATIS. Sin pago por adelantado.

Elige habitación

Istanbul Symbol Hostel

Beyoglu, Estambul

Inicio

Pueden ordenarse de distintas formas.

- Precio
- Estrellas
- Puntuación
- Destacados

El más empleado es el del precio. Las estrellas y la puntuación pueden ser subjetivas, y la distancia al centro no siempre es la prioridad.

# Booking

## Filtros

Una vez realizada la búsqueda se pueden aplicar filtros que eliminarán resultados. Todos ellos son relacionados con la vivienda, hostel, albergue, etc; esto es, no con la compañía.

Muchos de los filtros no se suelen emplear, según que intenciones tenga el usuario o que prioridades tenga en su viaje.

En general, para un viaje, el tipo de usuarios encuestados que usaron Booking, declararon que:

- Importancia de la distancia más o menos céntrica.
- Precios bajos y económicos.
- Sin grandes preferencias de estrellas o puntuación.
- Interés por las ofertas.
- Servicios mínimos para ahorrar.
- Se agradece una facilidad a la hora de hacer turismo en la ciudad pero no es imprescindible.

Filtrar por:

▶ Indica tu presupuesto por noche

▶ Estrellas

▶ Oferta

▶ Recepción 24 horas

▶ Condiciones de la reserva

▶ Comidas

▶ Tipo de alojamiento

▶ Preferencia de cama

▶ Puntuación de los comentarios

▶ Servicios

▶ Ver zonas recomendadas para

▶ Servicios de la habitación

▶ Zona

## Mapa

Al igual que Air bnb, Booking permite la visualización de cada búsqueda desde un mapa.

A diferencia de Air Bnb, no solo informa acerca del precio, sino de la puntuación general y su media. Además si el apartamento está en oferta lo marca.

Clicando sobre la ubicación, se obtiene el enlace que nos informa en totalidad del lugar seleccionado.





# Uniplaces

Uniplaces se trata de un servicio para la búsqueda de pisos de estudiantes que viajan durante unos meses a otra ciudad a realizar sus estudios.

## Menú superior:

En el menú superior nos aparecen las opciones de

- Preferencias.
- Perfil.
- Anunciar una propiedad.
- Favoritos.

## Menú inferior:

En el menú superior información acerca de:

- El servicio.
- Los propietarios.
- Los estudiantes.
- Ciudades en las que está implantado.
- Redes sociales conectadas.
- Tipo de pago.

[List a property](#)[Preferences](#)[Hello, Laura](#)[English](#)[Help](#)

**BOOK YOUR ACCOMMODATION ONLINE**  
FAST TO BOOK, SAFE TO PAY

[Move-in](#)[Move-out](#)[SEARCH](#)

### UNIPLACES

[SOBRE NOSOTROS](#)  
[PARTNERS](#)  
[TRABAJA CON NOSOTROS](#)  
[TÉRMINOS Y POLÍTICAS](#)  
[MAPA DEL SITIO](#)

### ESTUDIANTES

[BLOG](#)  
[ATENCIÓN AL CLIENTE](#)  
[CONTACTA CON NOSOTROS](#)

### PROPIETARIOS

[PUBLICAR UNA PROPIEDAD](#)  
[GARANTÍA UNIPLACES](#)  
[PANEL DE CONTROL PROPIETARIO](#)  
[ATENCIÓN AL CLIENTE](#)  
[CONTACTA CON NOSOTROS](#)

### CIUDADES

[LISBOA](#)  
[OPORTO](#)  
[MADRID](#)  
[BARCELONA](#)  
[VALENCIA](#)  
[MILÁN](#)  
[ROMA](#)  
[LONDRES](#)  
[PARÍS](#)  
[BERLÍN](#)

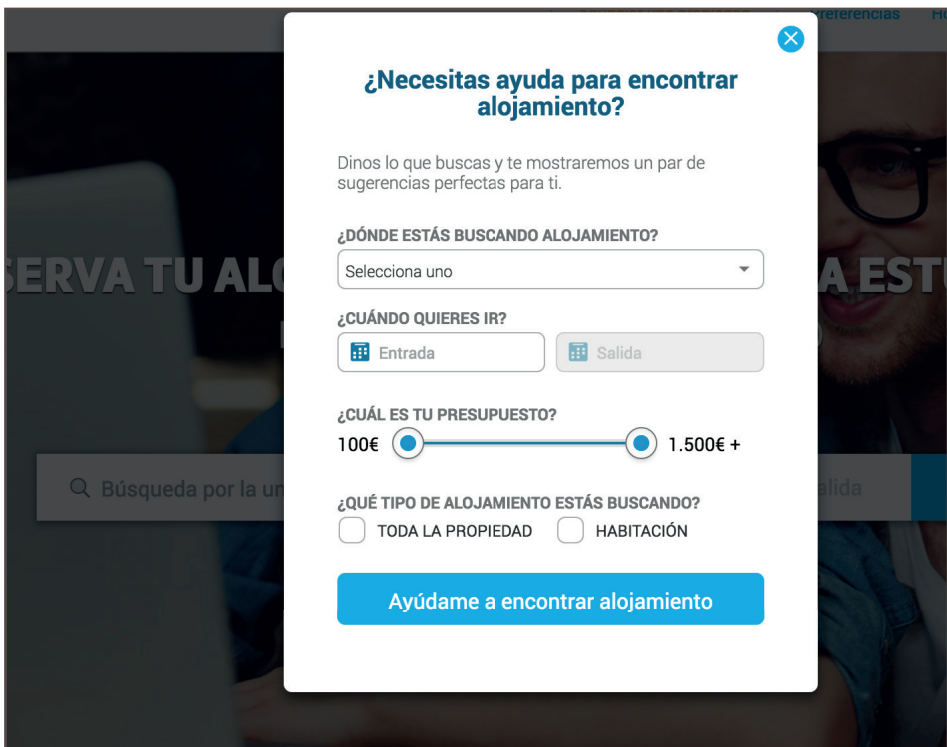
### PAGO SEGURO



TRUSTSCORE 9  
501 REVIEWS



# Uniplaces

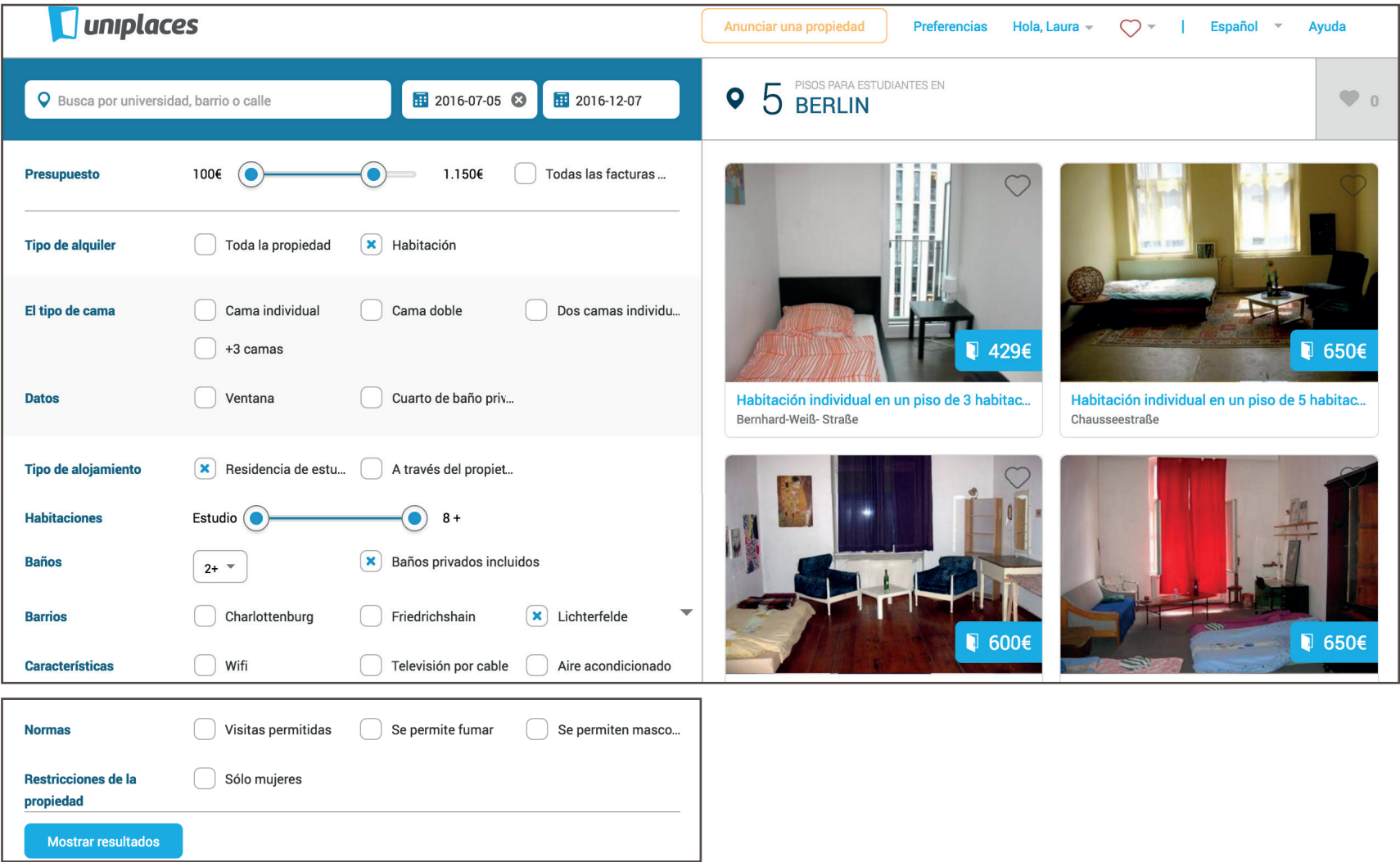


## Búsqueda:

Para buscar alojamiento de forma rápida desde la página de inicio podemos hacerlo seleccionando los filtros de Lugar, fechas y tipo de alojamiento (habitación o propiedad).

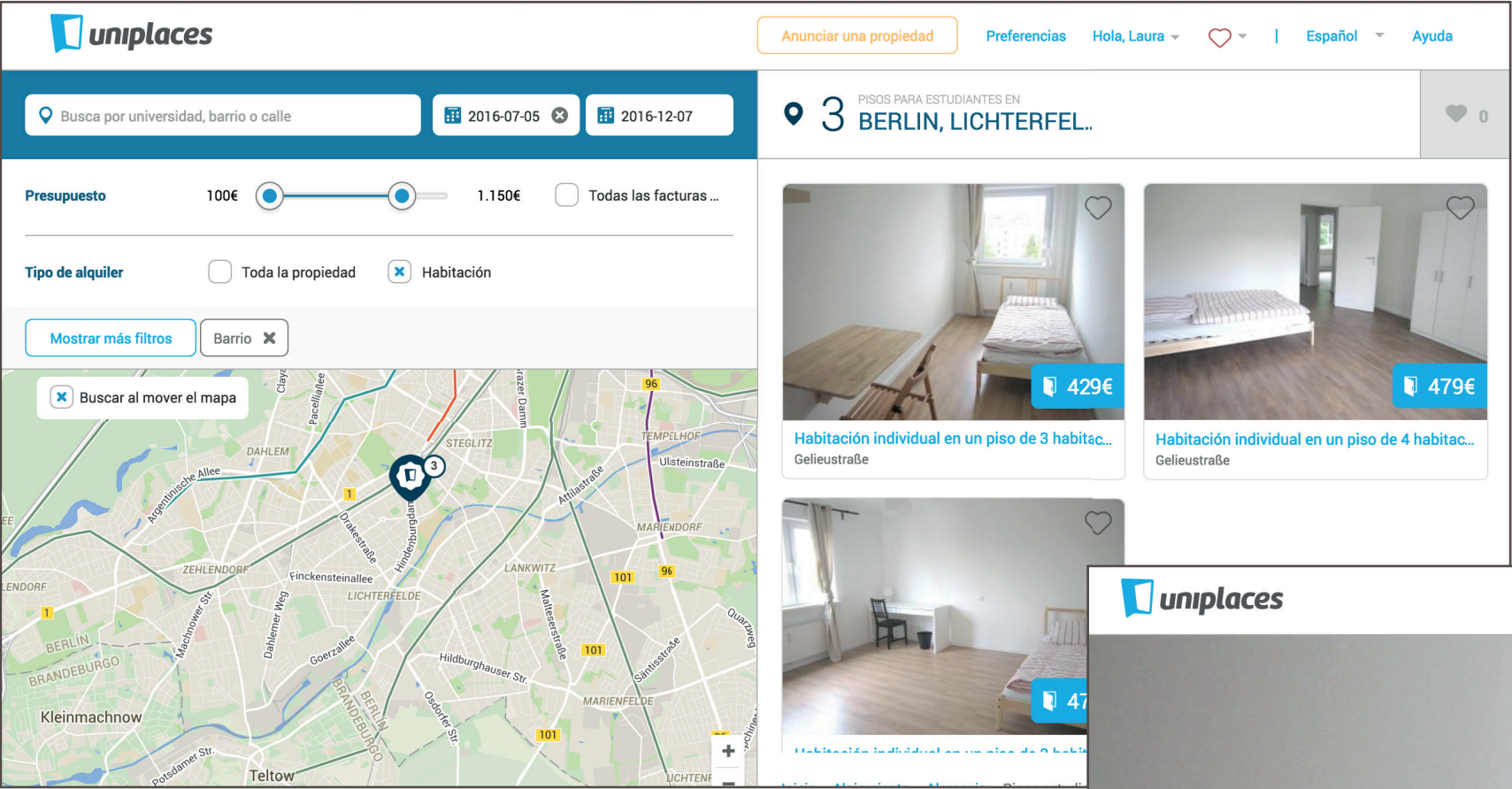
Se pueden aplicar más filtros:

- Tipo de cama.
- Datos de la habitación: ventana, cuarto de baño.
- Tipo de alojamiento: residencia, propietario.
- Baños.
- Barrio donde se ubica.
- Características: wifi, tv, aire acondicionado.
- Normas: visitas, fumar, mascotas.
- Restricciones de propiedad: solo mujeres, solo hombres.





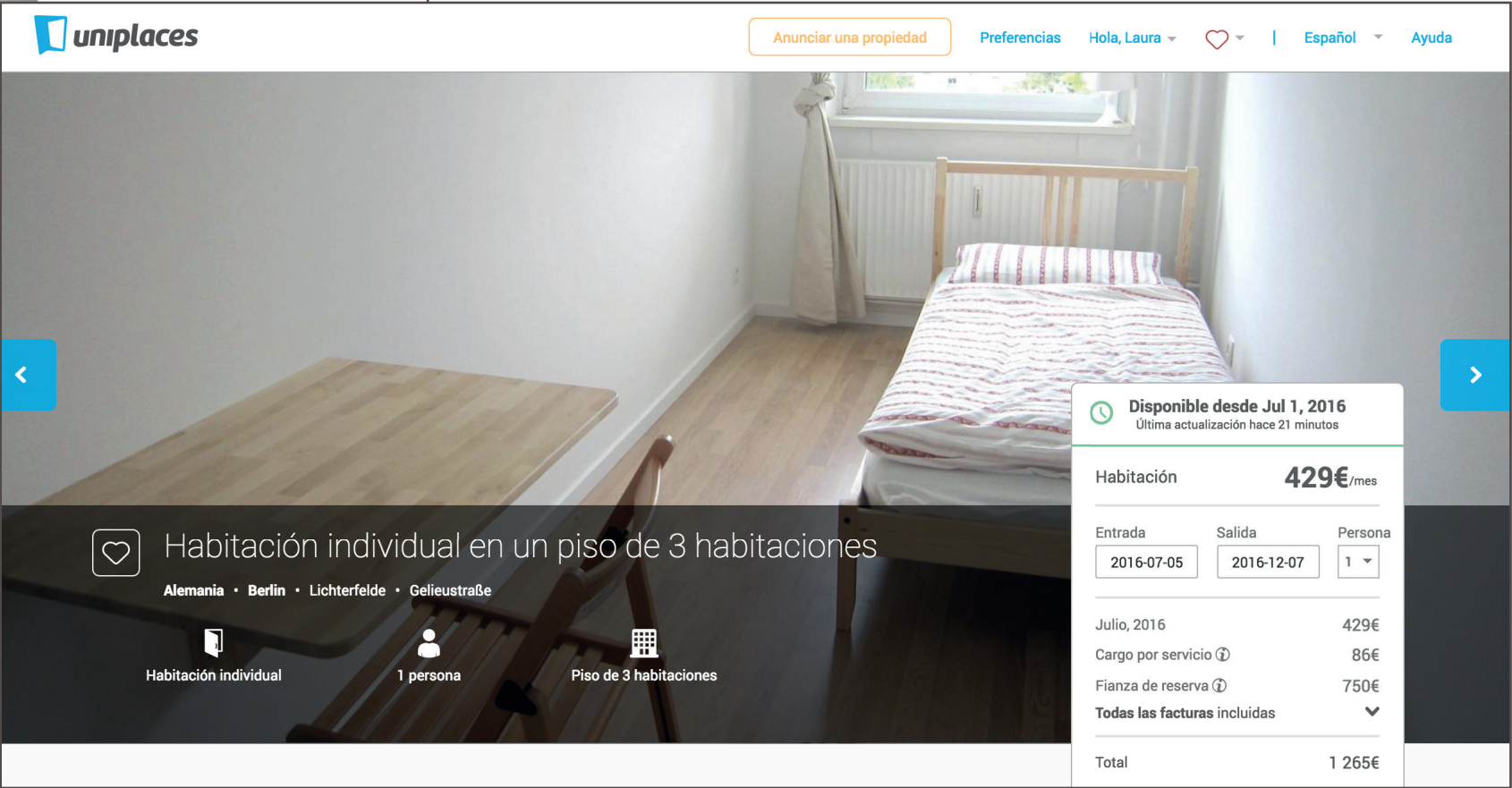
# Uniplaces



Clicando sobre uno de ellos accederemos a la pantalla correspondiente con su descripción completa:

## Resultados:

Clicando “Mostrar resultados” se visualizara un mapa en la pantalla en el cual se marca los lugares que cumplen esas características.



# Uniplaces

## Detalles de piso:

De cada piso

- Una breve descripción.
- Foto.
- Normas.
- Características.
- Zonas o habitaciones.

Problemas:

- No se conocen los tamaños ni del piso ni de las habitaciones ni como están estas dispuestas al no ser que el usuario propietario seleccione bien las fotos.
- La breve descripción según quién la lea no podrá entenderla sin traducirla.

## Detalles de habitación:

Se verifica si dispone de: Sábanas, armario, silla, cerradura, sofá cama, escritorio, armario, ventana, toallas, cómoda, tv, balcón.

Datos de la habitación

REFERENCIA 18910

La habitación

Aproximadamente 10m<sup>2</sup>

Cama individual 1

Con baño privado No

Características

✓ Sábanas

✓ Silla/s

✓ Cerradura

Sofá-cama

Sofá

✓ Escritorio

✓ Armario

✓ Ventana

Toallas

✓ Cómoda

TV

Balcón

Detalles del piso

Descripción


Este texto puede no ser fiable al 100%, ya que ha sido traducido automáticamente usando Google Translate.  
[Mostrar descripción original](#)

Si el siguiente paso en su vida está siguiendo sus metas de estudiantes en una experiencia Erasmus, entonces has venido al lugar más indicado. Este apartamento en la zona de Steglitz es precisamente lo que usted necesita tener para iniciar esta nueva aventura con el pie derecho!

El apartamento dispone de tres dormitorios confortables, una cocina equipada y, por supuesto, un baño común. Todas las habitaciones son muy cómodas y tienen todas las comodidades necesarias para sus necesidades de los estudiantes. La simplicidad y la eficiencia son las características principales de este piso, hacen más relevante por su cocina equipada y funcional moderna. Podría ser también vale la pena mencionar que la propiedad está cerca de la Freie Universität!

Foto

Obtén más información sobre las zonas comunes de esta propiedad en nuestra galería de fotos.



Normas

Se-admiten-animales

Se-permite-fumar

Visitas-permitidas

Características

? Zona exterior

✓ Wi-fi

? Aire acondicionado

✓ Calefacción central

TV por cable

? Accesibilidad

Zonas


Habitación 3

Cuarto de baño 1

Cocina 1

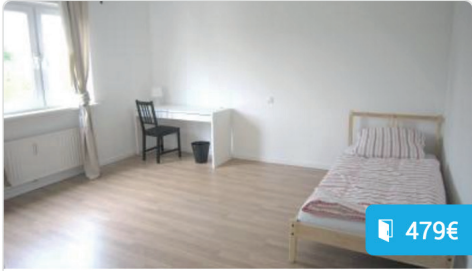
Mostrar características del alojamiento

Otras habitaciones en este piso



Habitación individual en un piso de 3 habitaciones  
Gelieustraße

429€



Habitación individual en un piso de 3 habitaciones  
Gelieustraße

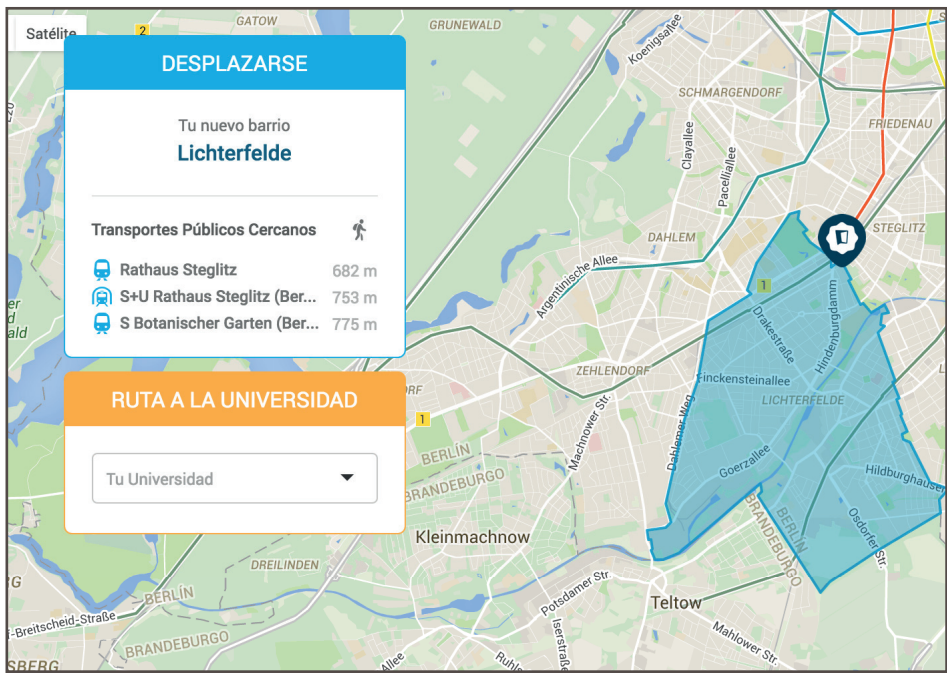
479€

ESTUDIO DE INTERFACES

38

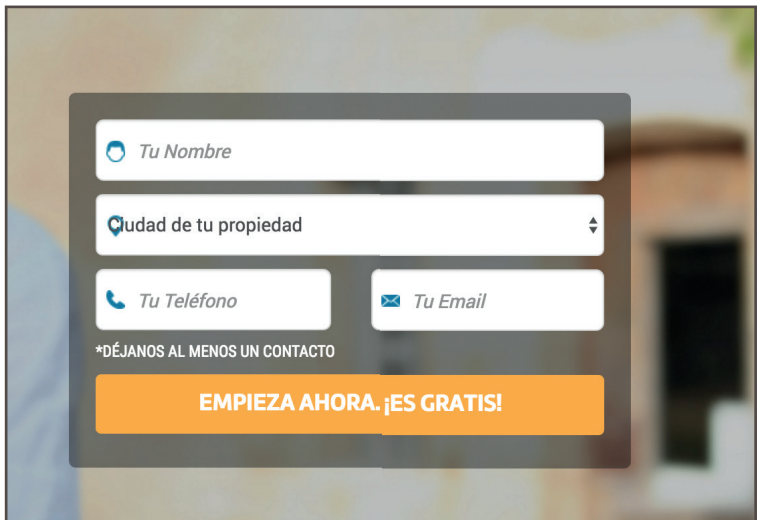


# Uniplaces



## Mapa:

Dentro de la descripción de cada habitación o propiedad, también incluye la ubicación desde la vista de un mapa. Este mapa nos indica además información acerca del transporte público y como llegar a la universidad.

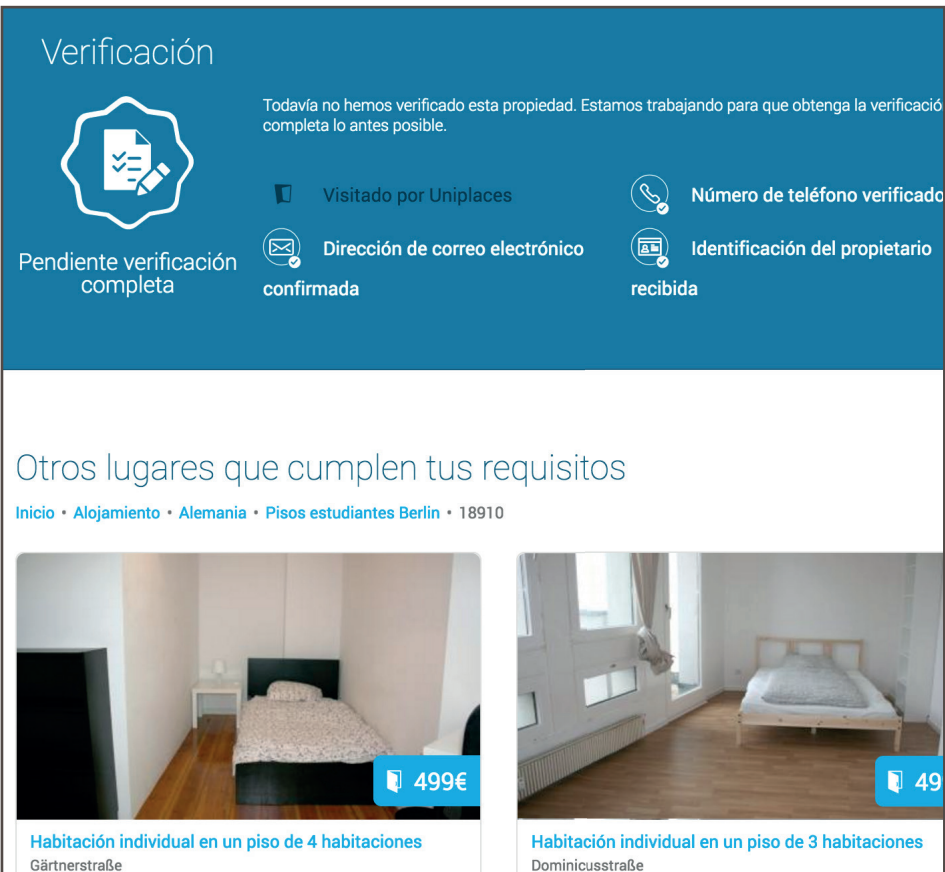


## Anunciar una propiedad:

Para anunciar una propiedad, se clicla en el menú superior en la correspondiente pestaña y se abre una pantalla la cual nos pregunta por los datos de:

- Nombre.
- Ciudad.
- Teléfono.
- Email.

Uniplaces verifica la información de la propiedad y para que quede verificada del todo dentro que además visitarla.



# Uniplaces

## Condiciones de proveedor del alquiler:

El cual incluye:

- Tipo de contrato.
- Precios.
- Facturas.
- Depósito.
- Políticas.
- Requisitos.

## Disponibilidad:

Diferenciando los meses disponibles y los no disponibles mediante un código de colores.

## Valoración:

Se valoran distintas categorías:

- Alojamiento.
- Localización.
- Precisión de la descripción.
- Zonas comunes.
- Calidad-precio.
- Propietario.

Condiciones del proveedor del alquiler

Estas condiciones fueron definidas por el proveedor y están sujetas a cambios.

Contrato

Tipo **Quincenal**

Precios

Precio para 1 persona **429€ /mes**

Tasa de gestión **249€**

Máximo **1 Persona**

Facturas

Agua **Incluido**

Internet **Incluido**

Electricidad **Incluido**

Depósito

Tipo **Fianza de reserva**

Valor **750€**

Pagado a **Uniplaces**

Políticas

Estancia mínima **90 noches**

Política de cancelación **Estricta**

Requisitos

Tras enviar la solicitud de reserva el proveedor de alojamiento pide que tu enviar una copia **de identificación** .

Tu alojamiento

★★★★★

Localización

★★★★★

Precisión de la descripción

★★★★★

Zonas comunes

★★★★★

Calidad-precio

★★★★★

Propietario

★★★★★

[Mostrar detalles](#)

Disponibilidad

2016

Enero

Febrero

Marzo

Abril

Mayo

Junio

Julio

Agosto

Septiembre

Octubre

Noviembre

Diciembre

2017

Enero

Febrero

Marzo

Abril

Mayo

Junio

Julio

Agosto

Septiembre

Octubre

Noviembre

Diciembre

● Disponible

● No disponible

Última actualización hace 21 minutos

Desarrollo gráfico

# Metodología

La metodología que se ha seguido para crear la imagen gráfica ha seguido los siguientes pasos:

## Estudio de interfaces, tipografías y logos del mercado:

Se han estudiado páginas web que ya existen en el mercado y que realizan servicios similares. Se han analizado sus interfaces y cómo funcionan y se han sacado una serie de conclusiones.

Del mismo modo se estudian las tipografías empleadas y como son sus logotipos, sus imágenes gráficas.

## Definición de valores:

Por otro lado se han descrito los valores del servicio. Una vez que conocemos nuestros objetivos como servicio podemos definir estos valores y a partir de los valores crear la imagen gráfica, ya que esta imagen gráfica representará los valores que queremos transmitir a los clientes o usuarios que empleen el servicio de Bo!OK.

## Naming:

El nombre del servicio es algo muy importante a la hora de su reconocimiento.

Hacemos uso de los valores para su creación pero también tendremos en cuenta otras cuestiones como la extensión del nombre, el uso de signos, el idioma del nombre, etc.

En primer lugar se dará la creación del logotipo y a partir de este el diseño gráfico y visual de las pantallas. Todas siguiendo una misma tendencia, una misma marca, una marca reconocible por el usuario.

# Estudio de Interfaces, Tipografías y Logotipos del Mercado

## Colores:

- Pocos colores en general.
- Los colores codifican distintos elementos indicando por ejemplo si se trata de botón interactivo; dotan el sistema de jerarquía.

## Textura:

- Suave y mate en general.
- Sin brillos ni degradados.

## Pantalla principal:

- El menú se mantiene en su posición siempre. La pantalla principal es un conjunto de elementos de todas las categorías que forman la página y que dan información al usuario.
- Elementos publicitarios.
- Notificaciones.
- Noticias y eventos.
- Actividad de amigos.

## Composición:

- Pantallas asimétricas.
- Peso de imágenes visuales.
- El uso de espacio de pantalla.

## Centro de interés:

La publicidad y las imágenes. Se lee de derecha a izquierda; así que, por lo general, los elementos que más le interesa al servicio web de ser captados por sus clientes, serán colocados a la izquierda y una vez capturada esta información, el usuario puede seguir leyendo.

## Elementos conceptuales:

Cuadrados o rectángulos que forman la retícula modular.

## Tipografía:

A menudo se emplean sin énfasis, pero se hace uso de la negrita para diferenciar el estado de un pulsado/no pulsado o para diferenciar algo visualmente marcado/no marcado, algo pendiente para abrir/ya abierto.

Son generalmente de palo seco, especialmente para una fácil lectura en la pantalla pequeña si se emplease otro dispositivo como un teléfono.

## Logotipo:

Un punto en común que tienen muchas de las imágenes gráficas de las páginas web estudiadas es que se trata de imagotipos, cuentan con un símbolo y un logotipo y además con versiones en fondo blanco y sobre fondo de color:

- En general pocos colores, dos o tres.
- Amable, divertido y tipografía redonda.
- División símbolo-logo.

Los valores que se tratan de comunicar con este tipo de logotipos e imágenes gráficas tienen algo de recursos gráficos en común ya que se dedican a los mismos servicios:

### Movimiento:

El estudio nos muestra que algunas de las páginas analizadas emplean las líneas curvas y ligeras en el símbolo para plasmar este valor.

### Seguridad:

Debe de parecer una red segura, fiable, no timable. Asegurarle al usuario que no es una página fraude. Con tipografías limpias e imágenes gráficas de calidad dotamos a la página de un aspecto más seguro.

### Diversión/entretenimiento

Este tipo de servicios han de mostrar que al emplearlos el usuario va a satisfacerse, va a entretenerse, va a pasar una buena temporada. Las tipografías amables y redondas, pueden ser un punto a favor para transmitir este valor. Jugar con los colores o con el propio nombre del servicio es otra manera.

# Valores y naming

A la hora de crear la imagen gráfica, en primer lugar hemos de definir bien nuestro producto, que objetivos tiene como servicio, definir una serie de valores. Estos valores deben quedar representados en la imagen gráfica para hacer ver al usuario con esta lo que queremos transmitir con nuestro producto.

## Seguridad, calidad y fiabilidad

Bo!OK quiere transmitir con su imagen gráfica la seguridad de que se trata de un servicio del que un usuario puede fiarse, es un servicio de calidad. La marca gráfica ha de transmitirnos esta confianza.

## Ritmo y movimiento

Lo que hace este servicio, como ya se ha mencionado, es fomentar el movimiento entre personas y países, intercambios de culturas, tradiciones, amistades, viajes. Este ritmo de vida debe ser reflejado en la imagen gráfica.

## Amable, joven y divertido

Bo! Ok también es joven, amable y divertido. Se dirige a usuarios de un rango de edad joven con intereses de entretenimiento similares. El servicio ha de familiarizarse con su usuario, para ello se dirige a él de forma amable, como un amigo. Ha de transmitirse que con este servicio el usuario va a ser feliz, a divertirse, va a cumplir sus objetivos.

## Simple y escueto

Evitando la seriedad, se quiere crear un servicio sencillo que todo usuario pueda entender y saber emplear, eliminamos todo lo innecesario y pasamos al uso de filtros para todo, ya que de esta manera es muy sencilla una traducción automática. Esta sencillez también se va a traducir en la imagen gráfica.

## Naming

El nombre de la empresa es Bo!OK.

Esta formada por una y dos palabras al mismo tiempo. El signo de exclamación separa a estas dos palabras y al mismo tiempo le da ritmo y movimientos.



# Creación del logotipo

## Conceptos

### CONCEPTO 1

En el primer concepto nos basamos en la forma y en la tipografía. Buscamos esa confianza, ese movimiento, ese ritmo; en gran parte conseguido ya por el propio nombre.

Se trata de una tipografía, redonda, sencilla, amable, pero también moderna, fácil de entender, de leer y de memorizar. Se trata de la tipografía “Amiable”



En ambos casos son demasiados colores, complica la imagen, distrae al usuario.

En el caso de RGB, son demasiados colores, crea confusión, es más difícil recordar la imagen gráfica. Además, recuerda a google.

Si empleamos los colores CMYK da una impresión no muy juvenil (a diferencia de RGB) pero si profesional y de calidad.

En cuanto a los colores se probó con un único color en la versión más sencilla y después de añadieron otros, (CMYK, RGB).

La versión en blanco y negro es demasiado aburrida, la diversión, juventud y entretenimiento no se ven reflejadas por lo que hay quedarle color.

Se decidió probar tanto con CMYK como RGB, ya que son colores primarios, colores que forman todos los demás, para darle significado de sencillez y simplificación.

# Creación del logotipo

## Conceptos

### CONCEPTO 2

En el segundo concepto seguimos centrándonos en la forma sin llegar a estudiar el color.

Hemos de encontrar que formas son las adecuadas para transmitir los valores que queremos sin hacer uso de color, solo valiéndonos de la forma.

Hablamos de una sencillez, algo escueto y sencillo. La diversión, el movimiento y el ritmo se lo damos en el mismo nombre con el signo de exclamación “!”

Esta sencillez la transmitimos con la tipografía. Elegiremos aquella que además nos transmita valores de amabilidad, esto es formas redondeadas y suaves.

En el segundo concepto se empleó la tipografía “Century Gothic”. A continuación se muestran algunos ejemplos.



Probamos con minúsculas y mayúsculas en una tipografía más fina y sofisticada, pero redonda y sencilla.

Se separan las palabras de Bo y ok mediante la exclamación pero también mediante el uso de mayúsculas y haciendo uso de la barra espaciadora.

Se comprobó también encerrar el logotipo creando un fondo de formas suaves y redondeadas para darle más solidez a la imagen, eso sí, siempre empleando solo los colores neutros.

El problema de este concepto es que quizás sea demasiado serio del mismo modo que en el primer concepto en la versión de no color.

Se busca en realidad algo amable y divertido, no la seriedad. Se confirma ya por tanto que el uso del color es necesario. Mediante el color, la imagen gráfica cobrará más vida y vibrará más.

Sin embargo se ha de mantener la sencillez tanto en sus formas caligráficas como en el número de elementos que la formen.

De este concepto también se observa que si no se añade un fondo, las letras son demasiado ligeras y es necesario aportarles más solidez, más estabilidad. Hablamos de un servicio en el cual queremos que los usuarios confíen, que sea algo precisamente sólido.

# Creación del logotipo

## Conceptos

### CONCEPTO 3

En el último concepto se trató de dibujar una propia tipografía, sin usar las ya existentes. Buscando esas curvas, esa amabilidad, diversión y suavidad de las formas.

Se explora el tema de colores. Se emplean únicamente dos colores y sólo dos para mantener esa sencillez. Se empleará un único color para todo el logotipo a excepción del signo de exclamación el cuál diferenciaremos del resto del logotipo dándole un color diferente:

– Naranja:

Este color le aporta diversión, rentabilidad, entretenimiento, fiabilidad. El naranja le da alegría y ritmo, es un color vivo y brillante pero en el logotipo se presenta sin ningún tipo de textura ni degradado.

– Verde:

Este color le da más naturalidad, frescura, juventud, calidad. El verde hace un fuerte contraste con el naranja, del mismo modo que hace el propio signo de exclamación que separa dos palabras que juntas hacen otra palabra diferente que precisamente se trata de la función de la plataforma (Bo!OK=alquilar).



Se probaron con diversas formas de tipografías hasta que se llegó a la conclusión de emplear una tipografía ya existente pero que tuviera esos mismos valores y esas mismas formas.

En cambio se mantiene la idea del uso de dos colores y que estos sean el naranja y el verde por los valores que transmiten.

Se desarrollaron ideas probando distintos grosores y tipos de trazado. Incluso letras basadas en contornos con rellenos en blanco.

Las formas siempre seguían un patrón basado en las curvas y la suavidad para darle amabilidad a la imagen gráfica.

# Creación del logotipo

## Selección final

Para la elección del logotipo final se tomaron aspectos de ambos tres conceptos:

Se empleó la tipografía del **concepto 1** ya que es la que mejor plasmaba los valores que buscábamos. Es redonda y amable pero tiene más peso visual que la empleada en el concepto 2. Sin embargo, le sobra sencillez aún teniendo un grosor mayor. Se trata de la tipografía “Amiable”.

En cuanto a los colores, usamos los del **concepto 3** ya que resumen muchos valores que el servicio quiere transmitir. Del concepto 3 también se toma la idea de separar los elementos tipográficos de la exclamación mediante el uso de dos colores distintos.

Del **concepto 2**, nos basamos en el uso de mayúsculas y minúsculas para separar las palabras. No se emplea la barra espaciadora, la única letra que se escribe en mayúscula es la “O” de “Ok!”

The final logo design for 'bo!Ok' is displayed. The letters 'b', 'o', 'O', and 'K' are rendered in a thick, rounded, orange-red font. The exclamation mark is a vibrant green color. The letters are closely spaced, with the 'b' and 'o' forming the first part, followed by the green exclamation mark, then the 'O' and 'K'. The overall style is playful and modern.

# Tipografía Corporativa

La tipografía corporativa seleccionada es “Dosis”. La elección de esta tipografía se debe a las características formales que esta posee:

## Redonda:

De un carácter más amable que le aporta confianza al usuario.

## Sencilla:

Libre de adornos y elementos innecesarios al igual que el propio servicio en sí, basado en la sencillez.

## Moderna:

La modernidad le aporta un toque más actual y cosmopolita.

## Ligera:

Hace que sea más fácil de leer. La ligereza además aporta movimiento, más libertad, se aprecian más espacios en blanco. Este ritmo se identifica con el usuario e cual va a estar moviéndose.

Se han empleado dos variedades de la tipografía:

- Extra-light: Para prácticamente todos los textos
- Regular: En títulos, elementos marcados, pulsados o pendientes.

Dosis Extra-light:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

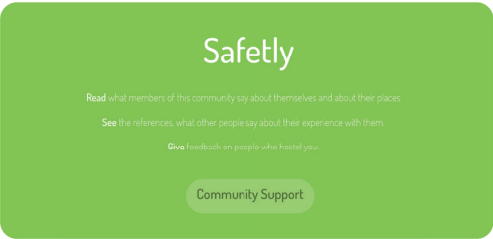
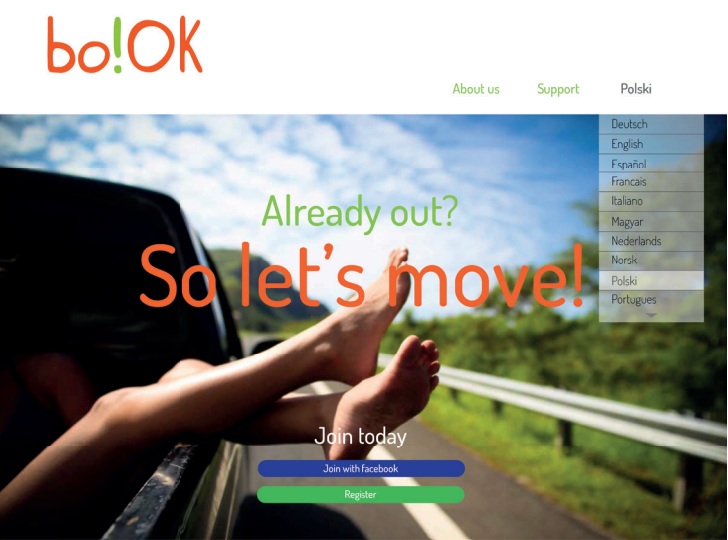
Dosis Regular:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Interacción principal

Home



Connect With Us



Al abrir la página por primer vez nos encontramos con la pantalla de inicio o “Home” desde la cual podemos visualizar distintas partes.

Lo primero que aparece en la pantalla es el eslogan “Already out? So let’s move!” Y debajo de este la opción de registrarse o entrar en la cuenta ya creada.

Justo debajo, un esquema del uso, “How it works?” No pulsable. Explica de manera breve en que se basa el servicio.

Menú superior:

Estructurado en tres acciones desplegables en la parte derecha y el logo del servicio en la parte izquierda. Este menú se mantiene en la misma posición aunque descendamos en la pantalla.

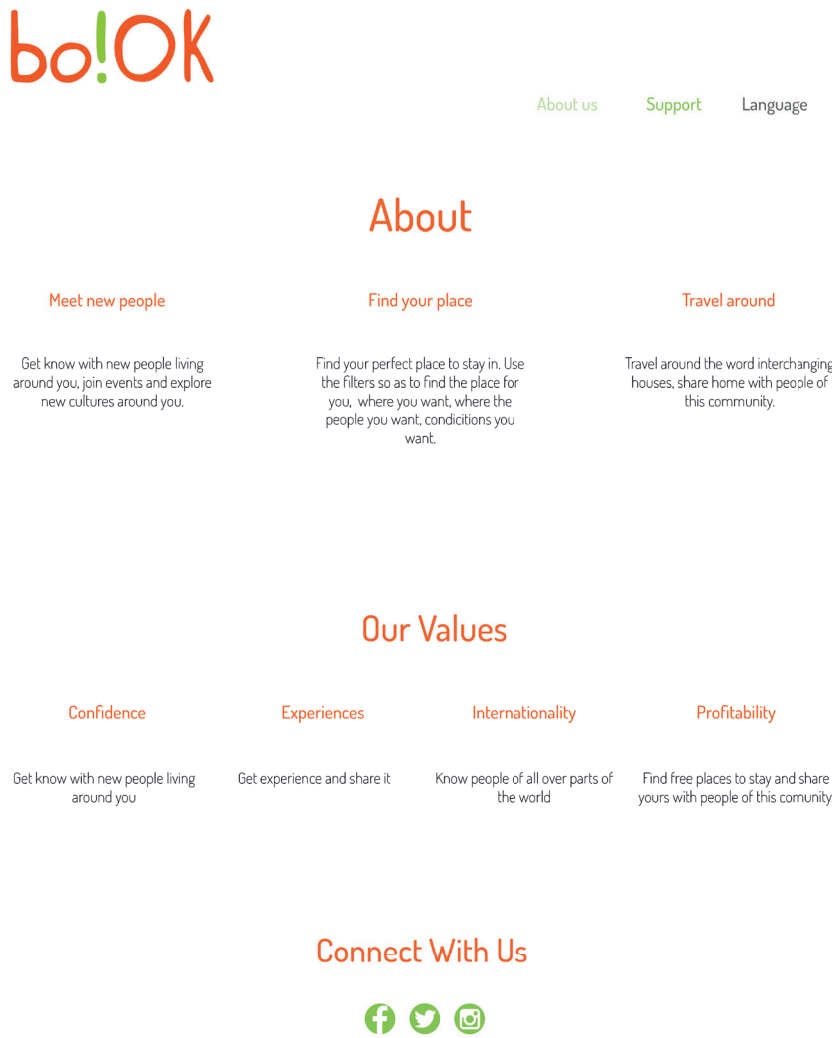
- El logo:  
Cada vez que clicamos sobre el vamos a la página de inicio o home.

- About us:  
Nos lleva a otra pantalla donde se explican los valores de la empresa como comunidad y de que trata el servicio.

- Support:  
Nos lleva a otra pantalla donde están explicados los términos de privacidad y la seguridad. A esta pantalla también podemos acceder si descendemos en la pantalla y pulsamos el botón de “Community Support” situado en un módulo de información verde.

Menú inferior:

En el menú inferior solo se encuentran las conexiones con otras redes sociales. Todo el resto de la información se resume en las pestañas del menú superior que es el que siempre va a aparecer en la pantalla.



# Create an Account

bo!OK

Find place

About us

Support

Polski

Create Account

Personal details

Profile photo

Select

First name

Laura

Last name

Nerin

Birthday

1994-10-23

Gender

Female

About

Languages

Spanish, English

Places visited

Spain, England, France, Norway

Occupancy

Spain

Study

Italy

Interest

Italy

Desires

Italy

My contact details

Phone

Location

Email

Password

Confirm Password

Create account

Si no se ha registrado nunca el usuario, hay que crear la cuenta; por lo que la página que ahora aparece en pantalla es “Create account”

## About:

En este módulo se incluirá:

### 1. Lenguajes hablados.

Filtro de gran importancia por que es un factor de importancia saber si los usuarios de cada vivienda serán capaces de comunicarse entre sí en un mismo idioma.

### 2. Sitios visitados.

Filtro de gran interés ya que al ser buscado cada usuario, puede visualizarse que experiencias referidas a viajes ya ha realizado de modo que se le puede preguntar consejos o cuestiones acerca de su experiencia.

### 3. Ocupación.

Filtro referido a qué se dedica el usuario: si está estudiando, trabajando, realizando unas prácticas...

### 4. Estudios.

Describe de que estudios dispone el usuario.

### 5. Intereses.

Filtros referidos a los intereses de cada usuario pudiendo ser estos relacionados con la música, leer, gastronomía, discotecas, etc

### 6. Deseos.

Filtro en el cual el usuario introduce sus deseos de viajar a un cierto lugar, intercambio en un cierto lugar. Este filtro es de gran importancia ya que a la hora de buscar un intercambio o un cierto viaje por parte de otro usuario que desea viajar al mismo sitio, la configuración de este filtro hace que ambos conecten y puedan cumplir sus deseos.

## Personal details

En este módulo se incluirá:

1. Foto de perfil.
2. Nombre y apellido.
3. Fecha de nacimiento.
4. Género.

## My contact details:

En este módulo:

1. Teléfono.
2. Dirección.
3. Correo electrónico.
4. Password de la cuenta .



# Filters

## About housing

Filters

City of living

Poznan

Dates

1/02/2016-1/02/2017

Location near

Faculty of Economics, Center

Price per person

Min

30 €

Max

60 €

Type of housing

Apartment

People fitting

3

Rooms

Bedroom 1

Double Bed, Locker, Desk...

Bedroom 2

Bed, Locker, Window...

Toilet

Shower, Bath

Living room

Couch, Chairs, Table...

Kitchen

Fridge

Frozen

Owen

Locker

Windows

Table

## About company

Guest 1

Sex

Female

Nationality

Different, Italian

Occupancy

Engineer

Guest 2

Age

Between 22 and 30

Sex

Female

Male

Nationality

Doesn't matter

Occupancy

Doesn't matter

Age

Doesn't matter

Pets

Yes

Smoke

No

Save changes

## Connect With Us



Una vez creado el perfil, es necesario completarlo mediante la configuración de los filtros, diferenciamos dos tipos de filtros distintos

### About housing:

En este módulo se describen los filtros correspondientes con la vivienda.

- City of living:  
Se introduce el nombre de la ciudad.
- Dates:  
Se introduce fecha de llegada y fecha de salida.
- Location near:  
Se introduce una dirección y un ratio.
- Precio por persona:  
Se introducen un mínimo y un máximo.

- Tipo de alojamiento:  
Propiedad o habitación.

- Rooms  
En el caso de que el tipo de alojamiento sea una habitación, las habitaciones que seleccionemos son las zonas comunes.

Contamos con 4 tipos de habitaciones. Si elegimos alquilar una habitación, aparecerá por defecto un dormitorio y los otros tres tipos de habitaciones; en el caso de que sea una propiedad aparecerán por defecto el número de dormitorios que corresponden con las personas, pudiéndose cambiar este (camas dobles, invitados, etc)

Para añadir elementos a cada habitación, se clican estos y aparecerá un menú desplegable con elementos de una lista que podemos seleccionar y de-seleccionar.

### About housing:

En el segundo módulo de filtros, nos basamos en los filtros relacionados con el tipo de compañía.

En la pantalla se visualiza por defecto el número de inquilinos con el que se desea compartir. De cada uno de estos inquilinos se pueden seleccionar filtros de:

- Sexo:  
Femenino, masculino o indiferente
- Nacionalidad:  
Misma nacionalidad, distinta o indiferente.  
Si se selecciona distinta, existe la opción de seleccionar una nacionalidad concreta o no en un segundo desplegable del menú.
- Ocupación:  
Del mismo modo que la nacionalidad
- Edad:  
En el menú puede seleccionarse un mínimo y/o un máximo, o ninguno de los dos

Dentro del módulo de compañía también aparecen cuestiones de convivencia.

- Mascotas
- Fumar

# Searching

Realizaremos nuestra primera búsqueda en la cual los resultados se dividirán en orden de preferencia en tres categorías:

## Best matches:

Aquellos resultados que coincidan tanto la vivienda como la compañía. Se visualiza en la pantalla un módulo de información resumida del alojamiento el cual nos da información acerca de

– Tamaño:

Por defecto en la unidad de medida internacional del idioma seleccionado

– Tipo de alojamiento:

Si se trata de una habitación, propiedad.

– Personas que caben:

En el caso de que el tipo de alojamiento sea una habitación, por defecto será 1.

– Localización:

Aparece la dirección escrita con un link el cual si se clica se abre un mapa donde se marca la ubicación del alojamiento y las facilidades que tiene cerca.

– Habitaciones:

Aparecen entre paréntesis el número de habitaciones de cada categoría que el alojamiento ofrece. Si se pulsan estas cifras se abre un desplegable que permite ver la información completa de cada uno

Del mismo modo también se visualiza en este mismo módulo un fragmento de información acerca de un usuario relacionado con ese mismo alojamiento, un usuario que se adapta a los filtros seleccionados.

Nos da información acerca de las referencias, estudios, nacionalidad y nos permite acceder a su perfil o iniciar un chat.



## Other places for you:

En este módulo de información aparecerán únicamente los resultados aplicando el filtro de viviendas.

Nos encontramos con los mismos fragmentos de información que en el primer módulo pero prescindiendo del usuario de compañía.

## People like you:

En el último fragmento, se visualizan los resultados aplicando los filtros de compañía y convivencia.

Nos da una información escueta del perfil destacando los intereses comunes. Desde este módulo podemos acceder a los perfiles, acceder a las páginas de las viviendas que estos usuarios están interesados o iniciar una conversación de chat.

# Appartment

Como ya se ha mencionado en la búsqueda se visualiza un mínimo de información de cada vivienda. Si se desea visualizar la información completa, pulsando “See more” nos dirigirá a una pantalla en la cuál aparece:

## Información general:


La cuál informa acerca:

- Tamaño.
- Localización (con link a mapa).
- Tipo de casa.
- Personas de caben.
- Si dispone de wifi.
- Si dispone de garaje.
- Personas viviendo.
- Personas interesadas.

## Habitaciones:

Las habitaciones se dividen en 4 categorías. Se podrá visualizar el número de habitaciones de cada categoría que la vivienda dispone y de que elementos dispone cada habitación. Además hay fotos adjuntadas las cuales verifican tamaños y disposición de elementos.

### Appartment in Brussels



Total size

300 m

Location

Map and direction

Type of house

Apartment

People fitting

5

Wifi

Yes

Garage

No


Living

Interested

1

2

+



Size

4m

Shower

Yes

Bath

Yes

Locker

No

Washer


No



1

2

+



Size

4m

Oven

Yes

Fridge


Yes

Frozen

No

Microwave


No



1

2

+



Size

4m

TV

Yes

Couch


Yes

Chairs

No

Table


Yes



1

2

+



Size

4m

Bed

Yes

Double bed

No

Warmer


Yes

Desk

No

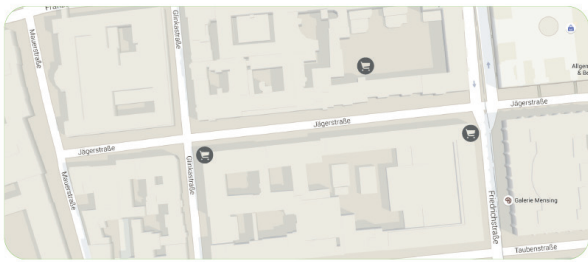
Price

50€/m



### Facilities

- Public transport stops
- Hospital
- Shopping
- Beauty center
- Faculty and studies



## Mapas:

En el mapa podemos seleccionar algunas categorías de facilidades. Aparecerán marcadas en el mapa de manera que se puede visualizar la distancia entre estas y el alojamiento de manera rápida y sencilla.

Cada usuario podrá configurar en su cuenta, según las preferencias que este tenga, que categorías de ubicaciones desea marcar en el mapa del mismo modo que una dirección concreta o su facultad.

INTERACCIÓN PRINCIPAL

55

# Profile

Para hablar sobre la página “Perfil” hay que diferenciar entre nuestro propio perfil y el perfil de otros usuarios.

En el menú se puede acceder a la página principal de nuestro perfil haciendo clic en el icono (miniatura imagen de perfil).

Llegamos a la página principal de nuestro perfil. Desde esta pantalla se puede:

## Modificar perfil:

Al hacer clic en “Edite profile” de la página principal o desde nuestras opciones de perfil de las “Account and Settings” en el menú.

## Ver la información:

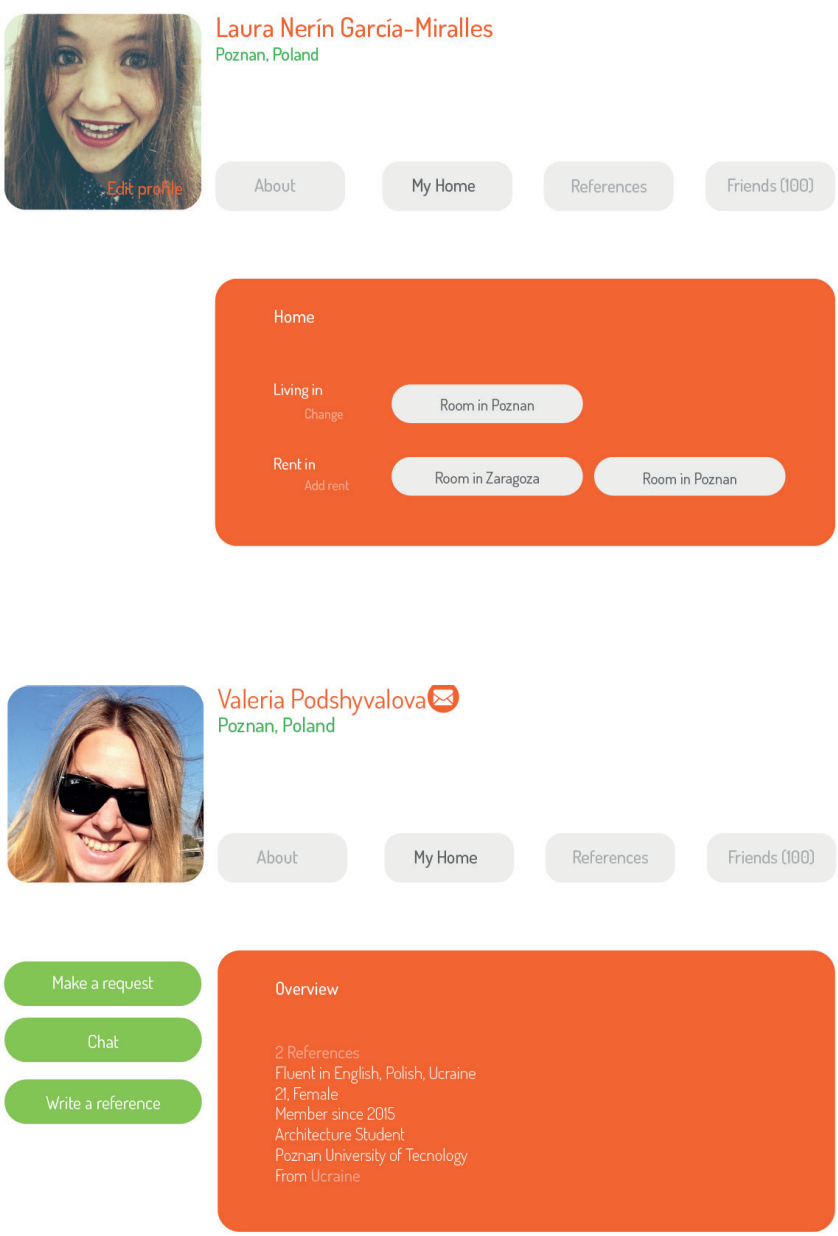
- De usuario: Datos personales, idiomas hablados, estudios y ocupación pero además sus intereses y deseos, si está interesado en un intercambio o no, experiencias...
- De la vivienda: Información acerca de su vivienda o inmuebles que pueda tener en alquiler.

## Referencias

Lo que otros usuarios opinan y su experiencia siendo hospedados. Las referencias se clasifican en las realizadas por huéspedes y las realizadas por personas que hospedan. Pueden darse puntuaciones y notificar si quedaron satisfechos con el usuario.

## Amigos

El número de amigos que dispone en la red, en cierto modo puede ser una medida de seguridad para otras personas.



Si se trata del perfil de otra persona desde esta página, además de visualizar la información anterior (pero de otra persona) podemos:

## Iniciar una conversación

Desde el chat también se pueden realizar reservas y solicitar intercambios.

## Hacer una reserva de alojamiento o solicitar un intercambio

Acciones que podemos realizar también desde el propio chat. Se explicará más adelante en la pantalla de “Mensajes”

## Escribir una referencia

Evaluando así al usuario. Las referencias se clasifican a su vez en las que son realizadas como persona hospedada y aquellas como personas que hospeda.

# Rent a House

Cada vez que se alquila una cosa, el usuario que la alquila ha de rellenar un formulario donde responde en primer lugar a una información principal sobre la vivienda y seguidamente selecciona de cada habitación los elementos que esta dispone.

Al seleccionar una respuesta afirmativa en cada elemento, aparece el icono de “foto” de manera que pulsando sobre este puede subirse una foto de dicho elemento disponible en la habitación para que así los clientes puedan apreciar sus dimensiones y donde esta situado.

Se pueden añadir tantas habitaciones por categoría como se deseen.

Para que la opción de “Save changes” este operable, es necesario que el usuario que rellene el formulario responda todas las preguntas de “si/no” de forma que queda completamente chequeada cada habitación.

About usSupportPolski

Rent a house

Main information



NameApartment in Brussels

Total size300 m

LocationMap and direction

Type of houseApartment

People fitting5

WifiYes

GarageYes

Rooms

12+



Size4m

ShowerYes

BathNo

LockerNo

WasherNo

>



Save changes

12+



Size4m

OwenYes

FridgeYes

FrozenNo

MicrowaveNo

>



Save changes

12+



Size4m

TVYes

CouchYes

ChairsNo

TableYes

YesNo

Save changes

12+



Size4m

BedYes

DoubleNo

Price50€/m

WarmerYes

DeskNo

Save changes

INTERACCIÓN PRINCIPAL

57

# Viajes

Cuando un usuario desea realizar una movilidad, un viaje debe realizar este proceso:

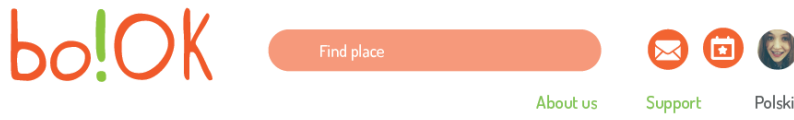
En primer lugar escribe el nombre de la ciudad a la que quiere moverse en la barra naranja superior situada en el menú.

Aparecerán en pantalla por defecto todos aquellos usuarios con cuenta en Bo!OK los cuales habitan en ese lugar.

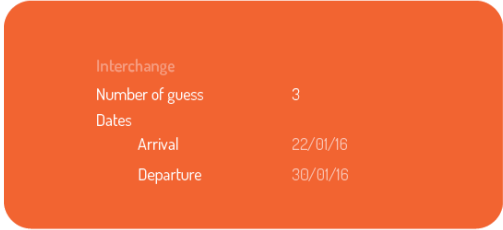
Si el usuario que busca desea aplicar algún filtro, debe configurarlos al principio de la pantalla. Existen dos tipos de filtros.

El primer filtro tiene que ver con el número de personas que viajan o de si se trata de la búsqueda de un intercambio de viviendas.

El segundo filtro en cambio, trata sobre las preferencias de compañía. Este filtro le sirve al usuario para elegir si prefiere ser hospedado por según que tipo de usuario en términos de edad, nacionalidad, ocupación y edad.



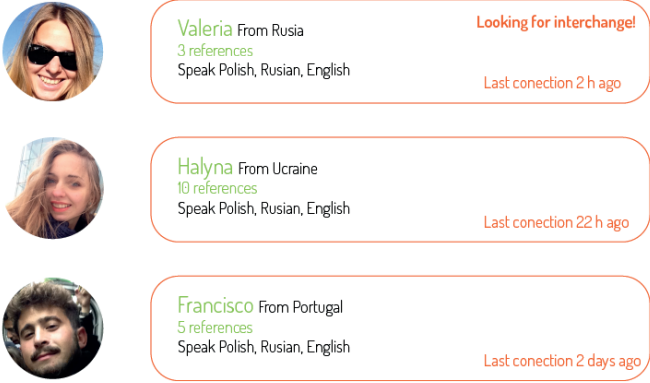
## Filters



## Preference of company



## Results:



## Connect With Us



Al realizar la búsqueda con los filtros aplicados aparecerán en pantalla los posibles resultados. En el caso de que ningún usuario esté buscando un intercambio, aparecerán en pantalla usuarios que aunque no busquen intercambio, si tienen cuenta en la plataforma y habitan en el destino seleccionado.

De cada usuario, la pantalla nos mostrará información acerca de las referencias escritas, nacionalidad, idiomas hablados y su última conexión.



# Calendario

Desde este menú se pueden ver fácilmente los diversos eventos y los viajes organizados.

Se diferencian por el color:

- Los eventos de color naranja se añaden automáticamente al calendario una vez aceptadas un intercambio o una solicitud de alojamiento.
- Los eventos de color verdes son los relacionados con el aspecto social y de ocio. Se agregan al calendario cuando desde las cuentas de usuario se confirma que asisten a ese acontecimiento.

Desde esta pantalla también se puede acceder a otras dos pantallas:

## Events around you

Para explorar que los eventos se organizan alrededor. Estos eventos están separados por categorías:

- Conciertos.
- Deportes.
- Cultura.
- Otros.

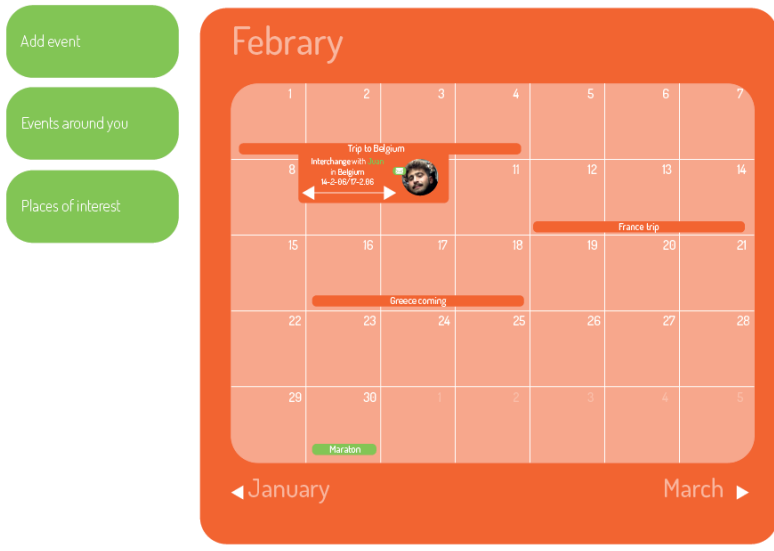
De cada evento se permite visualizar el lugar, el precio y la fecha. El lugar donde cada evento tiene lugar puede accederse a más información sobre este clicando sobre su nombre.

## Places of interest


Información acerca de sitios de todo tipo en la ciudad divididos en categorías. En las dos pantallas anteriores se puede acceder a otras pantallas donde hay información más detallada del evento o del sitio ya que en las pantallas anteriores solo se da un mínimo de información de interés.

Laura Nerin  
Poznan, Poland


## Calendar




## Events around you



Concerts




**The Killers**  
Where [Sala Młoda](#)  
When 22 April  
Price 30 €



**Jam Session**  
Where [Sala Młoda](#)  
When 22 April  
Price 30 €




Sports




**Lech match**  
Where [Sala Młoda](#)  
When 22 April  
Price 30 €



**Maraton**  
Where [Sala Młoda](#)  
When 22 April  
Price 30 €



Culture



**Flag day**  
Where [Sala Młoda](#)  
When 22 April  
Price 30 €



## Thonet

Thonet is a student premises located next to the Old Market Square. Place does not sin splendor, but offering a pleasant retrs atmosphere.

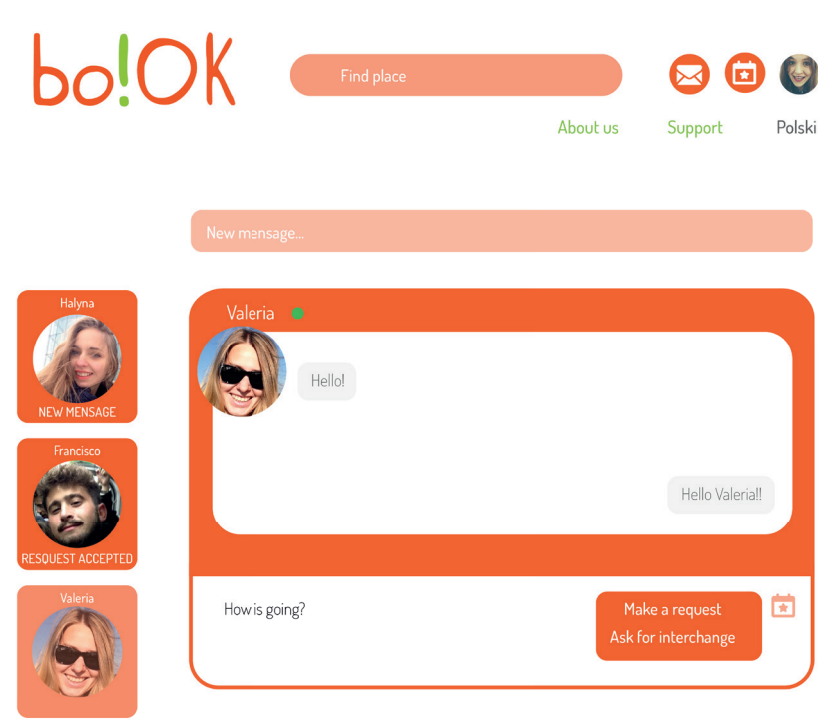
Then can taste the black fortune that attracts the biggest crowds of customers. Amateurs fond of sweet-sour, refreshing flavors also pampering your palate, putting on Fortune Wisdoma. In contrast, people who indulge in dark malt beers, they may choose Miodowa Fortune, whose secret ingredient is a natural bee honey. The bar is also available Zywiec, Warka and Desperados.



Tantos los eventos en la pantalla de “Events around you” como los lugares en la página de “Places of interest”, aparecen divididos en categorías.

Cada una de estas categorías ocupa solamente un módulo de anchura de forma que en toda la pantalla pueden apreciarse todas las categorías y es más sencillo comparar elementos.

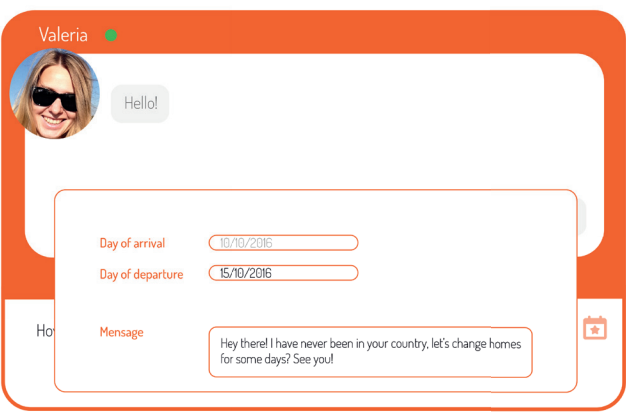
# Mensajes



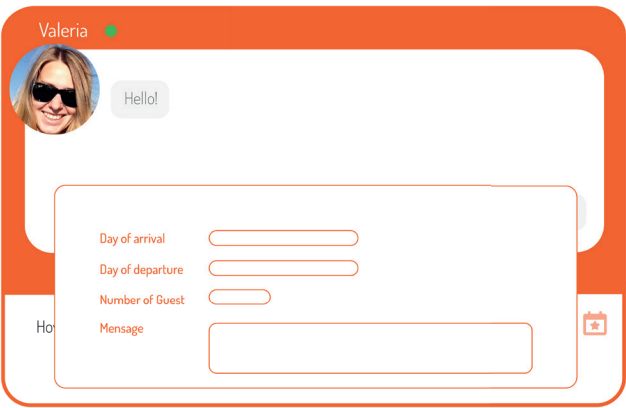
Otra de las pestañas disponibles en el menú superior es la de mensajes.

En este apartado se guardan los mensajes que se envían unos usuarios con otros, las solicitudes de reserva y referencias.

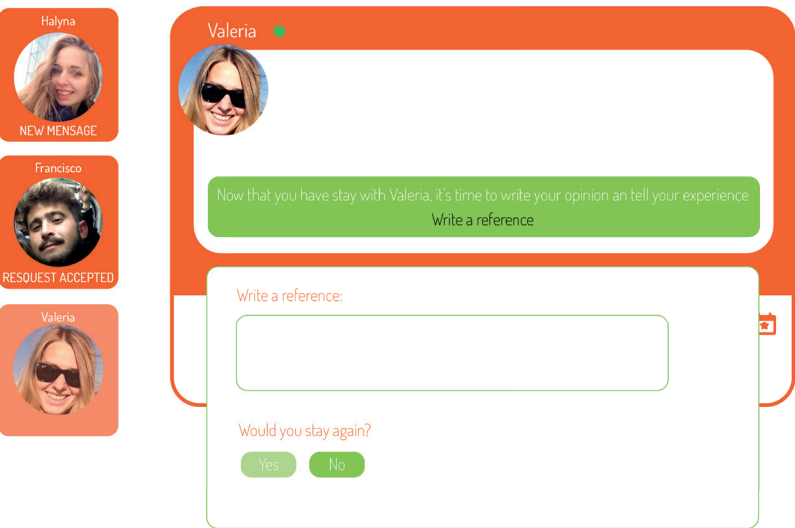
Pulsando el icono de calendario que aparece en la parte inferior derecha de la barra de escritura, aparecen las opciones de realizar una solicitud o bien un intercambio.



Opción de intercambio.



Solicitud de hospedaje.



Cuando pasa el plazo de un intercambio o de una estancia, aparece de forma automática la pregunta de hacer una referencia. Esta referencia es recíproca, es decir, aparecerá tanto al usuario que hospeda como al que es hospedado.



# Conclusiones finales

# Conclusiones de la plataforma

## Necesidad de la aportación de información más completa de cada vivienda

Se precisa de una información completa y segura de cada vivienda, tanto en términos de precio y tamaño como de localización, pero también de su interior, distribución de habitaciones y de qué elementos dispone en cada una y de cuales no.

Según los análisis de las distintas páginas web, se ha comprobado que muchos servicios similares no cuentan con los filtros suficientes o bien los que tienen no son los más adecuados. Falta y sobra información y según que tipo de usuario nos encontremos precisará de estar más o menos informado respecto a unos aspectos y otros.

Bo!OK soluciona este problema describiendo cada vivienda haciendo uso de numerosos filtros los cuales describen meticulosamente cada vivienda, su tamaño, ubicación pero también cada una de las habitaciones, de que elementos dispone, precio y como están distribuidas.

## Necesidad de la aportación de información acerca del resto de inquilinos

No existe ningún servicio actualmente que de información acerca del tipo de usuarios con lo que se comparte vivienda. En ocasiones es uno de los factores de búsqueda por unas razones u otras, por ello se precisa de un servicio que facilite este filtraje.

En las entrevistas, usuarios declararon algunas experiencias relacionadas con la convivencia con otros usuarios. Algunas de ellas habian sido conflictivas y en ocasiones estos conflictos podrían haberse evitado si el usuario en cuestión supiera con que tipo de inquilinos va a convivir. Además, para algunos usuarios resulta un importante factor de búsqueda (personas del mismo sexo, edad similar, estudios similares...) En resumen, se necesita de algun filtro de búsqueda que permita conocer previamente al resto de inquilinos y encontrar así los ideales para cada tipo de usuario.

## Necesidad de un servicio de traducción automática

El usuario al qué nos dirigimos se muda a un país extranjero en el cual no tiene porque conocer el idioma. Es necesario por tanto que la plataforma facilite la traducción. El uso de filtros para cada configuración, descripción y clasificación tanto de perfiles de usuario como de viviendas harán que esto sea posible.

Al usar filtros para describir una vivienda o para clasificar el perfil de un usuario, hacen de la plataforma que esos sean fáciles de traducir automáticamente. Cuando el usuario inicia sesión por primera vez y selecciona un idioma en concreto, todos los filtros de la plataforma se traduciran a este idioma.

## Necesidad de una plataforma sencilla

Cuantas menos opciones tenga, más sencilla e intuitiva será la interfaz de utilizar. Los servicios competentes estudiados cuentan con demasiadas opciones que en ocasiones confunden al usuario.

En las entrevistas se cuestionó a los usuarios por algunas de estas funciones disponibles en otros servicios web. Se les preguntó si las empleaban o si las encontraban útiles, ante las respuestas negativas se concluyó que es necesario simplificar el servicio y centrarse en lo que realmente busca nuestro usuario cuando accede a la plataforma. Necesita de una interfaz sencilla con el mínimo de opciones posibles pero todas útiles y entendibles.

## Aportación de información acerca de las distancias a sitios de interés

En ocasiones el usuario busca una localización específica o cercana a un lugar en concreto. Se precisa de un servicio en el cual se permita colocar en orden de preferencia las distintas categorías de lugares disponibles o bien una dirección concreta.

Algunos usuarios prefieren habitar cerca del centro de la ciudad, otros cerca del trabajo, de la facultad... para ello Bo!OK permite configurar como un filtro más la localización de la vivienda. El usuario puede introducir una dirección concreta de modo que al realizar una búsqueda podrá visualizar que viviendas se encuentran más cerca de esa localización seleccionada.

Además Bo!OK da información acerca de las distancias a distintas categorías de lugares como pueden ser centros de belleza, de asistencia médica, transporte público...

Todas estas categorías aparecen en la configuración de modo que el usuario en cuestión puede seleccionar las que les interese y estas aparecerán marcadas en el mapa junto a su ubicación.

# Conclusiones del diseño gráfico

## Calidad gráfica

Es necesaria la creación de una imagen gráfica agradable a la vista, que atraiga al usuario. La calidad gráfica es además importante por que le da fiabilidad al servicio. Se busca una imagen que sea fácilmente reconocible por el usuario. El empleo de pocos colores y formas simples son recursos a emplear para su diseño.

Los valores que se tratan de comunicar con este tipo de logotipos e imágenes gráficas tienen recursos gráficos en común ya que se dedican al mismo tipo de servicios.

## Naming

Es necesario que el nombre del servicio sea fácil de recordar y de escribir en cualquier idioma. La originalidad y simplicidad al mismo tiempo del nombre es otro recurso que ayuda a que el usuario lo recuerde.

El nombre del producto, Bo!OK. Está formado por una y dos palabras al mismo tiempo. El signo de exclamación separa a estas dos palabras y al mismo tiempo le da ritmo y movimientos.

## Imagen corporativa

El diseño de la plataforma va acorde con la imagen gráfica del servicio. Se crea la imagen corporativa del producto en sí, toda ella basada en los mismos valores. Se emplean los mismos colores y las mismas formas.

## Tipografía

La tipografía empleada debe ser fácil de leer. Hay que tener en cuenta que la plataforma puede que se inicie desde otro dispositivo más pequeño como un teléfono móvil. Por esta razón debe estar preparado para poder leerse en pantallas más pequeñas.

## Composición

A base de módulos rectangulares. Las imágenes se colocan a la izquierda con su información correspondiente a la derecha. El menú superior se mantiene siempre en la misma posición para facilitar al usuario moverse de una pantalla a otra.

## Interacción con el usuario

Para diferenciar un elemento en un estado de otro (pulsado/no pulsado, marcado/no marcado, pendiente...) es necesario diferenciarlo mediante recursos caligráficos entre otros, el uso de la negrita o un aumento de tamaño. Si se trata de elementos con un fondo de color, otro recurso es modificar el mismo, cambiar la opacidad o aumentar su tamaño.

También es necesario diferenciar los elementos pulsables de los no pulsables. El usuario debe saber reconocer intuitivamente que se trata de un título, que elementos son botones o direccionan a otra pantalla y cuales no. Los recursos empleados son los tamaños, colores, grosores y los distintos elementos tipográficos.

# Aportación personal

Tras estos meses viviendo en Polonia como una estudiante eramus, puedo aportar mi experiencia personal como cualquier otro estudiante en mi situación. Durante este año de estudios es frecuente viajar más de lo habitual para visitar distintas ciudades europeas de forma más barata. Sin embargo el tema de búsqueda de un lugar para hospedarse no está bien resuelto.

Los usuarios de este tipo, tratan siempre de buscar la opción más barata, incluso gratis. Estos viajes se realizan en grupo por lo que la opción de Couch Surfing es más bien complicada ya que está orientada para uno o pocos usuarios inquilinos. El resto de servicios de pago en ocasiones son demasiado caros para estudiantes.

Si existiera un servicio en el cual todos los usuarios con este mismo problema se ayudasen entre ellos intercambiando y compartiendo viviendas, sería la solución al problema.

Esta razón fue la que motivó a realizar el proyecto. Los objetivos son los de solucionar estos problemas existentes relacionados con el tema de viajes entre este tipo de usuarios que desean aprovechar su curso erasmus para conocer y viajar y mediante este servicio se vería facilitado. Además del problema de viajar, otros problemas existentes relacionados con la búsqueda de vivienda son solucionados con el mismo servicio de forma que se realiza una unificación en una misma plataforma toda ella dirigida para un mismo usuario con la finalidad de que pueda satisfacer sus necesidades.

“Ya que estamos fuera, vamos a movernos”...