

# Trabajo Fin de Grado

## Diseño gráfico de una plataforma digital

Autor/es

Laura Nerín García-Miralles

Director/es

Grzegorz Stanzewski  
Anna Biedermann

Politechnika  
Poznanska y  
Universidad de  
Zaragoza  
2016



DECLARACIÓN DE  
AUTORÍA Y ORIGINALIDAD

(Este documento debe acompañar al Trabajo Fin de Grado (TFG)/Trabajo Fin de Máster (TFM) cuando sea depositado para su evaluación).

D./D<sup>a</sup>. Laura Nerín García-Miralles,

con nº de DNI 73000316H en aplicación de lo dispuesto en el art.

14 (Derechos de autor) del Acuerdo de 11 de septiembre de 2014, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Reglamento de los TFG y TFM de la Universidad de Zaragoza,

Declaro que el presente Trabajo de Fin de (Grado/Máster)  
Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo del prod, (Título del Trabajo)

Diseño gráfico de una plataforma digital

es de mi autoría y es original, no habiéndose utilizado fuente sin ser citada debidamente.

Zaragoza, 21-7-2016

Fdo:



# 0.0 ÍNDICE

0. INTRODUCCIÓN AL PROYECTO	3
0.1 Resumen.....	4
0.2 Objetivo y motivación.....	5
0.3 Metodología.....	6
0.4 Planificación.....	7
1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	8
1.1 Usuario.....	9
1.2 Formas de encontrar vivienda.....	12
1.3 Estudio gráfico.....	18
2. FUNCIONES Y REQUERIMIENTOS	20
2.1 Definición de funciones.....	21
2.2 Requerimientos funcionales.....	23
3. PROPUESTA FINAL	25
3.1 Imagen gráfica.....	26
3.2 Pantallas.....	27
4. PREPARACIÓN DE LA PRESENTACIÓN	36
5. CONCLUSIONES DE PROYECTO	38
6. BIBLIOGRAFÍA	41

# 0. Introducción al proyecto

# 0.1 RESUMEN

## Introducción al proyecto

### ¿Para quién?

Cada vez es más común entre los jóvenes y los estudiantes viajar una temporada a otro país, ya sea para estudiar, unas prácticas, un máster o incluso trabajar.

Dichos usuarios suelen seguir un proceso de búsqueda de vacaciones en línea. Es una ardua búsqueda ya que por un lado no se conoce el lugar, quizás no sepa el idioma o la situación de la ciudad, donde los lugares de interés se encuentran, las distancias entre un lugar y otro...

No todos los usuarios son iguales, no todos los usuarios necesitan el mismo tipo de servicios alrededor ni tienen las mismas preferencias. Sin embargo hay algunos puntos que estos usuarios comparten en común. Uno de ellos es el interés por viajar, intercambiar y aprender nuevas culturas e idiomas pero en ocasiones se ve dificultado.

### ¿Para qué?

Mediante este servicio web se quiere fomentar este intercambio y movimiento, "Ya que estamos fuera, vamos a movernos".

La plataforma se ha diseñado para resolver los problemas que otros buscadores de vivienda poseen, dar una información más completa de las viviendas que todos los usuarios puedan entender hablen el idioma que hablen.

### ¿Qué se ha realizado?

El proyecto consta de una plataforma para el alquiler de pisos que filtra las búsquedas y así permitir a los usuarios encontrar una vivienda perfectamente adaptada a sus preferencias. En su diseño se incorporaron además filtros relacionados con la compañía de forma que los usuarios podían elegir con que tipo de usuario habitaban.

En esta plataforma, los usuarios están conectados y pueden intercambiar información, cultura, experiencias e incluso vivienda.

En el diseño se incluyeron funciones que facilitaron la interacción de unos usuarios con otros, esto es, información acerca de eventos y sitios de interés.

## 0.2 OBJETIVOS Y MOTIVACIÓN

### Introducción al proyecto

#### Objeto y objetivos

El proyecto consta de la creación de diseño gráfico de la interfaz de una plataforma digital para la búsqueda de vivienda temporal dedicada principalmente a los estudiantes erasmus o bien aquellos tipos de usuarios que van a vivir en el extranjero durante un cierto periodo de tiempo.

El objetivo principal es el de satisfacer al máximo al cliente proporcionándole una vivienda adaptada a sus necesidades y conforme a sus preferencias tanto en términos de localización, precio y tamaño como de convivencia y compañía.

El otro objetivo es el de fomentar la cultura, el ocio y la movilidad entre los usuarios que emplean este servicio mediante la creación de una comunidad que promociona el intercambio de viviendas.

#### Motivación

En un principio el proyecto se planteó como el diseño de un servicio web para alquiler de pisos, sin embargo la especificación del usuario principal como estudiante erasmus incrementó la motivación del proyecto debido a que el mismo se ha realizado a partir de la propia experiencia siendo el autor uno de ellos y conviviendo durante 9 meses con usuarios del mismo tipo con necesidades y preferencias similares.

## 0.3 METODOLOGÍA

### Introducción al proyecto

La metodología aplicada en el proyecto se trata de la metodología de diseño aprendida durante los estudios de Grado que se basa en el análisis e investigación del problema de diseño, usuario al que va dirigido el servicio, contexto o entorno y estudio de la competencia existente, otras páginas web que realicen servicios similares. También se realiza un estudio gráfico de las interfaces y sistemas con los que el proyecto compete.

A partir de este estudio se concluyen una serie de funciones necesarias las cuales para cumplirse precisan de una serie de requerimientos. Una vez definido qué hace el servicio se procede a definir “cómo” lo hace, esto es el diseño lógico y visual de cada pantalla.

El diseño gráfico se ha apoyado en la imagen corporativa que se ha diseñado previamente una vez se han definido los valores del servicio, dichos valores se definieron a partir de los objetivos del proyecto.

### Usuario

Para estudiarlo, la metodología que se sigue es la de realizar entrevistas y estudiar los usuarios tipo definiendo de cada uno de ellos necesidades, intereses y preferencias. Se realizaron un total de 20 entrevistas las cuales se estructuraron de forma que se realizaron cuestiones a distintos perfiles buscando así intereses comunes y diversos en función de sus características.

### Lenguaje gráfico

Al tratarse de un servicio en forma de página web, el diseño y los gráficos son importantes. Se busca transmitir mediante la imagen gráfica los valores que queremos plasmar y que los clientes aprecien esos valores. Para ello se ha realizado un estudio gráfico de páginas o servicios que realizan tareas similares y a su vez se han incluido nuestros elementos propios.

### Interacción e Interfaz

Por la misma razón de tratarse de una página web, el objetivo ha sido realizar un diseño lógico que permita una interfaz intuitiva, que todo usuario entienda y sea de fácil uso.

### Traducción automática

El servicio se ofrece a usuarios de todas las partes del mundo por lo que es necesario una traducción automática para llegar a todos. Se va a seguir por tanto a la hora de definir y como realizar las funciones un método que permita a cualquier usuario entender el proceso. Se trata del uso de filtros de traducción automática.

## 0.4 PLANIFICACIÓN

### Introducción al proyecto

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 los 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 qué 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.

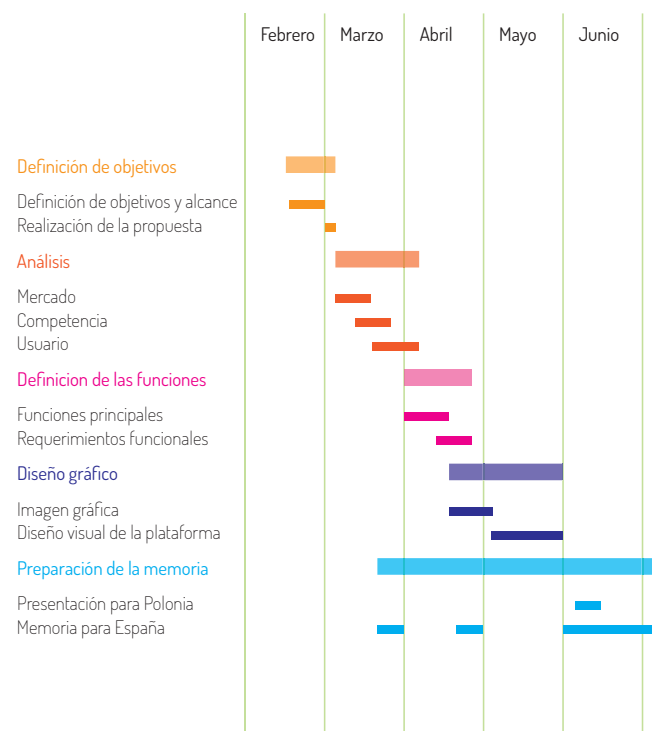
#### Preparación de la memoria y presentación:

Con el proyecto terminado y definido se realizó una memoria para la Universidad de Zaragoza con su correspondiente anexo. 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.



En este esquema se representa la duración de cada fase gráficamente y relación con los meses.

Una planificación más detallada podrá encontrarse en el correspondiente anexo "Planificación".



# 1. Análisis de la situación actual

# 1.1 USUARIO

## Análisis de la situación actual

En este apartado se ha estudiado el usuario, sus preferencias, sus necesidades...

En las entrevistas se detectó lo que buscan los usuarios y lo que les interesa. Además, se encontró lo que echan en falta estos usuarios en servicios similares ya existentes.

Nos dirigimos en general a una persona que va a vivir al extranjero durante un cierto periodo de su vida, puede ser por razones de estudio, trabajo, familia...

Puede no conocer el lugar.  
Puede no conocer el idioma.  
Puede no conocer a la gente.  
Puede no saber cómo convivir.  
Puede no saber valerse por si mismo.  
Puede no saber cómo integrarse por si mismo.  
Puede no saber cómo moverse.  
Puede no tener la iniciativa de compartir.  
Puede querer viajar y conocer pero no disponer de recursos.  
Para todo esto, se crea bo!OK

Mediante entrevistas en persona también se han preguntado experiencias y deseos para así llegar a las correctas conclusiones que nos lleven a crear un servicio que satisfaga al máximo las necesidades de nuestro cliente estrella.

No todas las entrevistas fueron iguales debido a que se trata de distintos usuarios pero todas tuvieron una estructura similar.

Para clasificar al usuario, se cuestiona primero acerca de su experiencia, si la ha tenido o no, durante cuanto tiempo y por qué razones decidió mudarse al extranjero. Se realizaron un total de 20 entrevistas. Los perfiles de usuario:

### Con experiencia en el extranjero:

- Viviendo en piso compartido.
- Viviendo en piso no compartido.
- Viviendo en residencia.
- Estudiantes erasmus.
- Jóvenes de prácticas.
- Personas trabajando.

### Sin experiencia en el extranjero:

- Con planes futuros de movilidad.
- Sin planes futuros de movilidad.

A los usuarios con experiencia se les cuestionó acerca de cómo encontraron su vivienda y si quedaron satisfechos con el servicio y por qué. Además se cuestionó acerca del uso de algunas funciones de las páginas web estudiadas en los análisis, si son comprensibles por los usuarios y si las encuentran útiles.

A aquellos usuarios que respondieron haber vivido en pisos compartidos (ya fuesen erasmus, jóvenes de prácticas o trabajadores) se les cuestionó acerca de sus compañeros, si los eligieron ellos o si les hubiese gustado elegirlos, si tuvieron problemas de convivencia...

Además se recopiló información haciendo algunas preguntas a usuarios como aquellos que hospedan a gente mediante otros servicios como Couch Surfing ya que pueden aportarnos información de usuarios que han hospedado, sus experiencias, porque emplean este servicio y que cambiarían de cómo funciona.

En el correspondiente anexo "Entrevistas" se proporciona más información acerca de las variables analizadas, cuestiones realizadas y resultados obtenidos tras las encuestas.

Como ya se ha mencionado nos dirigimos a un usuario que se va a vivir en un país extranjero durante un corto período de tiempo por necesidades de estudio o trabajo.

En base a los resultados de las entrevistas podemos definir los siguientes tipos de usuario:

(Los estudiantes “Erasmus” engloban también los estudiantes en prácticas y aquellos que están trabajando).

## Erasmus:

### - Preferencia de localización:

Prefieren estar cerca del centro donde se encuentra el centro de ocio. Algunos sin embargo, también prefieren estar cerca de la universidad, especialmente los que viven en las grandes ciudades donde las distancias son más largas.

### - Intereses

Suelen tener preferencias de ocio y de encuentro social. Están muy interesados en conocer nuevas personas de otros lugares y nacionalidades, conocer otras culturas, lenguajes y tradiciones. Otro interés es aprovechar esta oportunidad de viajar y vivir en el extranjero para ver nuevos lugares.

### - Tipo de inmueble

Los usuarios eligen el piso compartido porque uno de sus objetivos de viaje es conocer gente nueva. Aunque muchos de ellos también prefieren vivir en residencia ya que asegura el encuentro con otros estudiantes. Sin embargo muchos se mueven de residencia a piso tras conocer a esta gente. Se mudan por la necesidad de más espacio, más recursos para vivir... Es necesidad vital tener el espacio disponible para actividades de ocio (organizar fiestas, eventos...).

### - De viaje

El interés en los viajes es muy común como ya se ha mencionado. En este caso el alojamiento el más barato es el mejor, y si es gratis aún más. Se requiere un espacio mínimo para pasar la noche y poco más.

## Estudiante fijo extranjero:

### - Preferencia de localización

Para mayor comodidad, en general, prefieren estar más cerca de la facultad.

### - Intereses

Son muy parecidos a los de un inexperto erasmus a diferencia de que ellos ya saben otros idiomas y culturas, y conocen el lugar como si viviesen en un erasmus continuo. No les interesa tanto viajar ni conocer a gente de otros lugares pues ya la conocen. Sin embargo es interesante que usen esta web durante sus estudios. Por ejemplo en un piso pueden convivir un estudiante fijo con erasmus, que cada año son distintos. El usuario de estudiante fijo sirve de gran ayuda a los erasmus para integrarse en la ciudad, con la gente, con los estudios... puede dar ayuda informativa acerca de viajes, sitios a donde ir, eventos a los que asistir... El estudiante fijo se beneficia además de esta interacción en términos culturales, sociales y de aprendizaje de idiomas.

### - Viajar

A la hora de viajar, la opinión en cuanto al tipo de acomodamiento se asimila mucho a un erasmus corriente. Se busca lo más barato posible y si es gratis mejor. No se buscan lujos, no importa el sexo, edad del que acoje, solo que sea rentable. A pesar de que no importe en exceso siempre se agradece que la persona que hospede sea de ayuda en el viaje.

## Empresario

La persona que alquila. Para que este servicio funcione es necesario alguien que alquile y alguien que sea alquilado. La persona que pone su casa, o habitación/es en alquiler le llamaremos "empresario". Ambos usuarios ganarían, uno consigue casa, otro dinero y ambos interaccionan dándose ese intercambio.

### - Características

Puede ser cualquier tipo de usuario que le sobre espacio en su vivienda y pueda permitirse alquilar parte de esta o en su totalidad.

### - Intereses

A todo empresario le interesa que su anuncio se visualice y se realicen reservas lo antes posible para poder cobrar la mensualidad correspondiente. Necesita dar una información lo más completa de su vivienda posible para que el usuario comprador se sienta más seguro. Hemos destacar que: mediante Bo!OK la vivienda dispone de más información y más detallada pero redactada de manera simplificada, es decir con el uso de filtros. En este formato resulta mucho más fácil de leer, asimilar y entender. Un usuario mejor informado, es más probable que compre.

# 1.2 FORMAS DE ENCONTRAR VIVIENDA

## Análisis de la situación actual

Para realizar una parte importante del estudio de mercado, el estudio de éste se basa en la búsqueda de formas para encontrar vivienda que actualmente existen, los servicios que actualmente están en marcha y que funcionan, mejor o peor.

El objetivo de este estudio es sintetizar los modos de búsqueda y encontrar que ventajas y que desventajas tienen cada uno de ellos, de esta forma a partir de las conclusiones que posteriormente saquemos podremos elaborar un único servicio que resuelva los defectos de los anteriores, que unifique todas las formas en una ofreciendo las ventajas de todos y suprimiendo las desventajas de los mismos.

### AGENCIAS:

Este método no es el más habitual en este tipo de situaciones, no obstante hay que estudiarlo sobre todo por el tema viajes, las agencias organizan las estancias en hoteles, hostales, etc, cuando cierto usuario desea viajar a un lugar.

#### Ventajas:

El usuario no trabaja apenas, da sus preferencias a la agencia y esta se ocupa de todo el trabajo.

#### Desventajas:

- Hay que pagar además de la vivienda, el servicio de la agencia. Hay un cierto riesgo de que no gusten los resultados. Hay que moverse hasta la agencia para ser atendido.
- No es una solución directa sino que hay que acudir a la agencia más de una vez: para ser entrevistado, para ver resultados, tomar decisiones, hacer la reserva...

### BOOKING:

Mediante "Booking" ([www.booking.com](http://www.booking.com)) se alquilan casas. Las páginas o servicios web que ofrecen este tipo de servicio no están creadas para un usuario específico, sino que simplemente proporcionan vivienda de alquiler durante tanto tiempo y en tal precio con una capacidad de tantas personas. Esto son términos muy generalizados.

#### Ventajas:

Fácil y seguro. Simplemente se basa en utilizar el motor de búsqueda para seleccionar la vivienda deseada durante el tiempo necesario.

#### Inconvenientes:

La generalización del servicio. No existen los suficientes filtros para que un usuario pueda elegir su tipo de vivienda. Esta generalización provoca que después de cada búsqueda, el usuario debe realizar una revisión de cada uno de los resultados y un estudio del mismo para comprobar que satisface sus necesidades de espacio, localización entre otros.

Aun con esta revisión, el usuario no podrá conocer la información al completo de la vivienda (como por ejemplo: el número de baños, número de camas, de que muebles dispone, etc.) hasta que no vaya a visitarla personalmente.

NOTA: En el correspondiente anexo "Estudio de interfaces" figuran de forma más detallada los análisis realizados de las páginas web que cumplen servicios de búsqueda de vivienda.



## COUCH SURFING:

Se trata de un servicio que conecta personas de 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.

### Usuarios:

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 el alojamiento.

### 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.

### Otras funciones:

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

### Seguridad, referencias y feedback

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

### Ventajas

Servicio Gratuito. Permite conocer y conectar con otras personas de otros lugares que pueden ayudar a la hora de visitar la ciudad, conocen los lugares de ocio, los sitios de interés, que y donde comer, que visitar...

### Desventajas

No siempre se encuentra lo que se busca, no siempre hay Couch. Por la espera de respuesta de Couch a veces aumentan los precios de los hostales y al final el hospedaje en vez de salir más barato aumenta el presupuesto. Otra desventaja es que Couch surfing en general no admite demasiados inquilinos debido a la falta de espacio.

## UNIPLACES:

Uniplaces se trata de un servicio web pensado para estudiantes que busca viviendas para alquiler orientadas para este perfil de usuario.

### Ventajas:

- Está mas orientada al perfil de usuario, está directamente pensada para estudiantes erasmus o aquellos que están realizando una movilidad por lo que está más adaptada a estos.
- Existen filtros relacionados con el tipo de inmueble el cual incluye residencias de estudiantes además de alquiler de habitaciones o viviendas completas.

### Desventajas:

Es algo limitada ya que solo esta disponible en algunas ciudades europeas.

## 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.

Cuenta con filtros de número de invitados y de presupuesto estableciendo un mínimo y un máximo.

### Ventajas:

Comodidad y más libertad que en Couchsurfing al tratarse de una casa "propia" durante un periodo corto. Al tratarse de una casa tiene más capacidad de invitados.

### Desventajas:

No es gratis. No se contacta o interacciona con nadie, simplemente se emplea su vivienda.

## GRUPOS DE FACEBOOK

A partir de redes sociales como facebook se crean grupos de conversación en los cuales se publicitan viviendas, en general por parte de otros estudiantes que les sobra espacio.

### Ventajas:

- Casas más preparadas si ya hay inquilinos que las habitan. El nuevo inquilino solo tiene que preocuparse de pagar el alquiler.
- Los compañeros serán probablemente estudiantes, por lo cual es de suponer que compartirán algunos intereses similares y podrán participar juntos en las actividades de ocio, eventos, etc

### Inconvenientes:

Fallos en la presentación de información ya que esta está representada de una manera algo caótica. Es difícil comparar los distintos pisos.

## RESIDENCIAS:

Es bastante común entre los erasmus basarse en la búsqueda de residencias a la hora de hospedarse durante su estancia erasmus.

### Ventajas:

- El pago de la cuota mensual ya tiene incluidos los gastos como: luz, gas, lavandería, alimentación etc.
- Asegura que habrá otros estudiantes erasmus ahí viviendo por lo que el ambiente estará al gusto y los intereses de conocer a gente extranjera están cubiertos.

### Desventajas:

- Habitaciones compartidas, a veces no hay espacio privado de vital importancia que todos necesitamos. Además no se elige al compañero, no sabemos si la convivencia será buena o no.
- Es necesario adaptarse a las normas y horarios de la residencia, no existe tanta libertad como la que se tiene si se tratase de una casa propia.

## CARTELERÍA:

En ocasiones el papel y los anuncios es una forma de recurrir para alquilar piso o vivienda. En general encontramos este tipo de anuncios colgados en los tableros informativos de las universidades, o en otros sitios del campus donde los estudiantes puedan verlos.

Una buena extrategia es colocarlos cerca de carteles que también anuncian eventos para el mismo público. Se trata de información para el mismo tipo de usuario.

### Ventajas:

El resto de inquilinos son de un mismo entorno lo que puede resultar de gran interés a la hora de compartir piso.

### Desventajas:

- El número de usuarios que puedan ver el anuncio es limitado, y el anunciante no tiene el control sobre el tiempo en el que el anuncio permanecerá visible.
- Es posible que esta forma de anuncio no de seguridad suficiente al usuario y este busque por su cuenta con métodos distintos.

Uniplaces	Residencia	Grupo Fb	Couch surfing	Air bnb	Booking	Da información No da información
			GRATIS			Precio
	NO HACE FALTA				NO HACE FALTA	Crear cuenta
						Restaurantes
						Compras
						Turismo
						Vuelos
						Eventos
						Discos
						Playa y montañas
						Parkings
						Gasolinas
						Transporte público
						Cines y teatros
						Alquiler de coche
						Asistencia medica
						Belleza y cuidado personal
						Ubicación
						Lenguaje
						Itinerarios
						Links
						Webb app
						GPS

Un estudio de las variables que se querían analizar se resume de esta forma:

Toda la información se recoge en una tabla para mostrar que servicio ofrece cada uno de una manera más gráfica e intuitiva.

Nuestro objetivo como un servicio es la creación de una tabla verde. Estudiamos de cada una de las webs mencionadas, de que variables dan información y de cuales no.

A partir de los resultados obtenidos en esta tabla sacamos algunas conclusiones:

- A pesar de que booking es un servicio muy generalizado, es el único que ofrece información acerca de restaurantes, compras, turismo, transporte, cuidado personal, hospitales... sin embargo en cuanto a espacios de ocio como discotecas y eventos para jóvenes no facilita la información.
- Los servicios de Air bnb, Couch surfing en cambio si informan de sitios de interés, eventos, discotecas y cosas que hacer cerca, pero no dan información acerca de otro tipo de lugares como pueden ser hospitales, parkings y gasolineras...
- Todos los servicios ofrecen cambio de lenguaje y todos muestran itinerarios.
- En el caso de la residencia toda la información acerca de sitios cercanos ha de buscarse a parte con otros servicios web, aunque depende de que residencia se trate puede facilitarse información en papel en la recepción pero no es algo asegurado. Sin embargo viviendo en una residencia esta información va de boca en boca entre los residentes, ya que todos tienen intereses similares y se mueven en entornos parecidos.



## 1.3 ESTUDIO GRÁFICO

### Análisis de la situación actual

En este apartado se explican las conclusiones de un estudio gráfico de las distintas interfaces y pantallas de otros servicios que realizan tareas similares. También se estudian los logotipos e imágenes gráficas de estos servicios junto con su tipografía, en general la imagen gráfica.

#### 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.

#### Menú:

- De despliegue de información, información clasificada.
- Aparecen las opciones de:
  1. Perfil
  2. Mensajes
  3. Soporte
  4. Lenguaje

Es usual contar con un doble menú: Uno en la parte superior con las opciones más relevantes y otro en la inferior para cosas más secundarias.

#### 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.



Booking.com

Booking.com



couchsurfing

couchsurfing



airbnb

airbnb

## 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 algunos recursos gráficos en común ya que se dedican a los mismos servicios. Estos valores se han resumido en: movimiento, seguridad y diversión.

### 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.

## 2. Funciones y requerimientos

## 2.1 DEFINICIÓN DE FUNCIONES

### Funciones y requerimientos

#### Encontrar la casa perfecta

El propósito principal del servicio web diseñado es que el usuario utilice diferentes filtros creados a fin de encontrar el hogar que mejor se adapte a sus necesidades.

Tras el estudio de mercado en las entrevistas realizadas preguntando experiencias, opiniones, puntos de vista y perspectivas de distintos usuarios tipo; se concluyó entre muchas otras cosas la necesidad humana del estar cómodo con las personas que viven en el mismo medio ambiente, mismo entorno y aún más si se trata de una vivienda.

Algunas de las entrevistas dieron información acerca de problemas encontrados con la compañía de la vivienda, en ocasiones provocada por las propias personas y en otras ocasionada por la vivienda. Discusiones por elección de habitación podría ser un ejemplo. (Una enumeración de problemas más detallada se encuentra en el correspondiente anexo “Entrevistas”).

En el estudio de mercado usuarios dijeron que prefieren mezclar nacionalidades y culturas pero también encontramos aquellos que prefieren vivir con personas de ocupaciones similares, del mismo sexo y edad. Bo!Ok filtra y clasifica cada usuario para que todos los miembros de la comunidad estén satisfechos con sus compañeros.

Por otro lado, además de la compañía cabe destacar el filtrado de tipo de vivienda. Cada usuario tiene ciertas preferencias en cuanto a su formato de vivienda ideal.

Bo!OK va mucho más allá que cualquier página. Clasifica las viviendas mediante filtros de traducción automática al tratarse de la elección de una opción entre varias. (Más información en el apartado “Pantallas”).

Estos filtros clasifican la vivienda y dan una completa información de esta. De cada vivienda se divide las habitaciones en categorías y cada una de estas dispone de sus propios filtros adaptados al tipo de habitación.

Un usuario podrá elegir si quiere vivir en una habitación o en otra de un mismo piso, podrá visualizarla mediante fotos, saber si dispone de ventana, calefacción... pero también podría saber si la cocina dispone de nevera, que tamaño tiene, que mobiliario se encuentra en el salón... En resumen, una información completa de la vivienda.

Además, otro punto importante a la hora de elegir vivienda es la localización de la misma. Una visualización en el mapa nos permitirá comprobar la cercanía o lejanía de los puntos de interés que cada usuario seleccione.

## Viajar alrededor del mundo

Uno de los intereses más prominentes detectados en encuestas es viajar por todo el mundo. El principal problema con el que se topan estos usuarios es el encontrar un lugar para quedarse. Es cierto que hay páginas que facilitan el hospedaje gratuito como CouchSurfing, pero no siempre es fácil de encontrarlo. Muchas personas se crean cuenta en este servicio nombrado para encontrar hospedaje en sus viajes pero luego ellos no lo ofrecen por que de alguna forma ya están viajando, no están en su casa, están ya fuera de ella.

Bo!OK asegura que las personas de esta comunidad colaboran entre sí. Si un usuario realiza un viaje a otra ciudad en la cual se encuentran viviendas contratadas con el mismo servicio, tiene la seguridad de que puede habitar en alguna de ellas durante su estancia. Esta seguridad esta garantizada ya que es uno de los valores del servicio, un usuario alquila una vivienda que va a compartir, no es del todo suya, es de una comunidad de usuarios.

Por otra parte lo que hace que sea muy especial Bo!OK es que fomenta el intercambio. No sólo se ofrece un lugar para quedarse o para pasar algunas noches, pero si dos personas de la misma comunidad están de acuerdo se realiza un intercambio de vidas durante el tiempo que ellos acuerden.

Para solicitar un viaje se realiza una búsqueda mediante la escritura de la ciudad a la que se desea viajar y aplicando únicamente dos filtros muy sencillos:

- Número de personas (si se trata de un intercambio es automáticamente 1).
- Fechas de estancia.

Al realizar está búsqueda, aparecen diferentes usuarios con sus viviendas que son miembros de Bo!OK y tienen su alquiler contratado a través este servicio. El usuario que ha realizado la búsqueda podrá visualizar como es la vivienda y las personas que viven en ella, sus perfiles, intereses, referencias...

## Crear una red social

Uno de los objetivos del Bo!OK es crear la red social que fomenta las relaciones entre los usuarios.

En la página principal, el usuario puede observar los diferentes eventos que están disponibles para su ciudad.

Además de los eventos, el servicio proporciona información sobre los lugares y sitios de interés de todo tipo ya sea deportes, días de fiesta, culturales...



## 2.2 REQUERIMIENTOS FUNCIONALES

### Funciones y requerimientos

#### Localización en el mapa:

Información necesaria como ya fue observado en el estudio de la ubicación de la vivienda. Según el tipo de usuarios cobra más o menos importancia. Cabe destacar que el tamaño de la ciudad influye notablemente ya que la relación de distancias no es igual para una ciudad grande que para otra más pequeña.

#### Marcado de los sitios de interés

Clasificación de los mismos en distintas categorías. No todos los usuarios tienen los mismos intereses en cuanto a cercanía/lejanía de cada uno de los sitios. Algunos prefieren vivir cerca del centro, otros del trabajo o de la universidad, otros prefieren las afueras...

#### El tamaño y la capacidad del apartamento:

Información prioritaria ya que según que usuarios y a qué se dediquen, necesitarán más o menos espacio para ubicar ciertas herramientas para trabajar y vivir.

#### Cuántas personas caben:

El máximo número de inquilinos en el apartamento. Este número está dado por el mismo propietario lo que no es la tarea de Bo!OK.

#### Si hay alguien ya que ocupa el lugar:

Factor que afectará a la búsqueda filtrada. Es posible que cierto inmueble buscado ya tenga un inquilino, se podrá acceder a su perfil y ver sus intereses. Deja una plaza ocupada.

#### Si hay alguien interesado en alquilar:

Bo!OK proporciona de cada vivienda información acerca de los inquilinos que ya están habitando en la misma y/o de aquellos usuarios interesados en su alquiler.

Los usuarios interesados en el alquiler tienen la opción de incorporarse a un chat de grupo en el cual también está presente el usuario que alquila y los usuarios que ya habitan. De esta forma, los usuarios interesados pueden discutir algunas cuestiones antes de alquilar un piso juntos.

Estas viviendas se clasifican mediante un formulario que el usuario que alquila rellena. Por otro lado, el usuario que realiza la búsqueda deberá rellenar distintos datos y seleccionar sus preferencias para así filtrar la búsqueda y adaptarla a sus necesidades.

### Datos de usuario:

#### Datos personales:

- Perfil.
- Sexo y edad.
- Fechas de estancia.
- Nacionalidad.
- Ocupación.

#### Asuntos de convivencia:

- Mascotas.
- Fumar.

#### Intereses:

- Con que tipo de personas se desea vivir (Sexo y edad, nacionalidad, ocupación).
- Tipo de vivienda en la que desea vivir.
- Intereses personales (Intercambio en cierta ciudad, viaje a cierta ciudad, música, cine, belleza, diseño, arquitectura...).

De esta manera los usuarios pueden poner en orden de preferencia el tipo de compañeros.

En el estudio se observó que muchos usuarios prefieren combinar nacionalidades pero en cambio hay diversidad de preferencias con las variables de edad, sexo e interés.

Algunos usuarios prefieren vivir con gente de estudios similares mientras otros en su lugar prefieren compartir vivienda con otras personas de la vida completamente diferente.

## 3. Propuesta final

## 3.1 IMAGEN DE EMPRESA

### Propuesta final

En esta sección se hablara de la imagen corporativa del servicio, el logo del mismo, el diseño gráfico en si.

En el correspondiente anexo “Desarrollo gráfico” se podrá comprobar como se ha llegado a este diseño.

### VALORES

Como servicio y como comunidad social en cuestión, Bo!OK posee una serie de valores:

- Seguridad y fiabilidad
- Ritmo y movimiento
- Amable, joven y divertido
- Simple y escueto

### NAMING

El nombre de la empresa es Bo!OK.

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

### LOGOTIPO



El logotipo emplea unas formas suaves, amables, divertidas que transmiten los valores definidos.

La elección de colores naranja y verde. Verde por la frescura, la rentabilidad, fiabilidad y calidad. Naranja por la diversión, la juventud y entretenimiento, color vivo.

### TIPOGRAFÍA

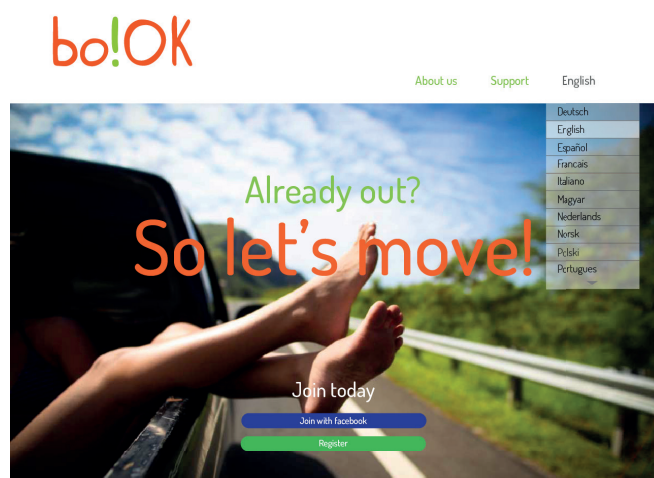
La tipografía corporativa que va a emplearse es la de dosis. Tipografía redonda, moderna, ligera y clara.

## 3.2 PANTALLAS

### Propuesta final

En este apartado se explican las pantallas resultantes y como funciona cada una de ellas.

Una explicación de la interacción más detallada, el diseño lógico de las mismas y como se relacionan entre ellas se encuentra redactado en el anexo “Interacción de la interfaz”.



Al abrir la página web a la pantalla que nos dirigimos es a la de “Home”.

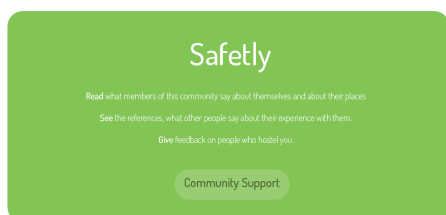
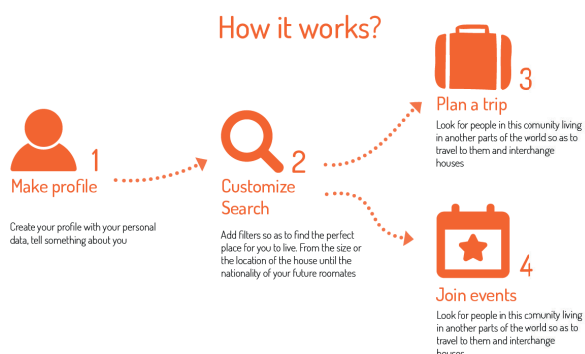
Esta pantalla nos da la opción a registrarnos en el servicio o acceder a este si tenemos una cuenta. Cada usuario puede registrarse usando su cuenta de facebook o introduciendo su email.

Desde la página de “Home” podemos también acceder a alguna información acerca del servicio sin tener que registrarnos o identificarnos en la cuenta ya creada.

Las opciones para acceder a esta información se encuentran en el menú de arriba para facilitar el acceso. En este menú también encontraremos la opción para cambiar de lenguaje.

Otra opción que aparece en este menú es “About us”. Nos dirige a otra pantalla en la cual nos informa como funciona en el servicio y los valores que este mismo tiene.

Al final de la pantalla aparece “Connect with us” con sus tres iconos que redirigen a respectivas páginas de facebook, instagram y twitter del servicio de Bo!OK.



Connect With Us





Desde la página de “Home” si es la primera vez que nos registramos, pasaremos directamente a crear una cuenta en Bo!OK.

Para crear una cuenta por una parte necesitaremos rellenar todos nuestros datos personales requeridos y por otra administrar los filtros, tanto aquellos referidos a la vivienda como los referidos a la compañía.

The screenshot shows the Bo!OK registration and filter interface. At the top, the Bo!OK logo is on the left, and navigation links for 'Find place', 'About us', 'Support', and 'Polski' are on the right. The main content is divided into several sections:

- Create Account**: A form for personal details including Profile photo, First name (Laura), Last name (Narin), Birthday (1994-10-23), and Gender (Female).
- About**: A form for personal information including Languages (Spanish, English), Places visited (Spain, England, France, Norway, Italy), Study (Belgium), Interest (Netherlands), and Desires (Hungary, Poland, Portugal).
- My contact details**: A form for contact information including Phone, Location, Email, Password, and Confirm Password.
- Filters**: A form for housing preferences including City of living, Dates (1/02/2018-1/02/2017), Location near (Faculty of Economics, Center), Price per person (Min 30 €, Max 60 €), Type of housing (Apartment), People fitting (3), Rooms (Bedroom 1, Bedroom 2, Toilet, Living room, Kitchen), and Amenities (Fridge, Frozen, Oven, Locker, Windows, Table).
- About company**: A form for company information including Guest 1 (Sex: Female, Nationality: Different, Italian, Occupation: Engineer, Age: Between 22 and 30), Guest 2 (Sex: Female, Nationality: Male, Occupation: Doesn't matter, Age: Doesn't matter), Pets (Yes), and Smoke (No).

At the bottom, there is a 'Connect With Us' section with social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram.

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

## Best matches

Aquellos resultados en los que coincidan tanto la vivienda como la compañía.

## Other places for you

Aquellos lugares que se asimilen a las preferencias elegidas

## People like you

Personas con necesidades similares. Desde esta página se puede ver las casas en las que estos usuarios están interesados para facilitar la búsqueda de una casa en común.

Para los interesados en de una vivienda se puede crear un grupo de chat donde se puede discutir algunos aspectos antes de hacer un alquiler compartido. En este chat se incluyen por defecto aquellos usuarios que ya ocupan la casa.



Searching...

Best matches



Size

300m

People fit it

5

Location

Map and direction

Type of house

Apartment

Rooms

Kitchen

Living

Bathroom

Bedrooms

Others

WiFi (Yes)

Garage (No)

Facilities

Public transport stops (10m)

Facility (50m)

Shopping (100m)

Living

Interested

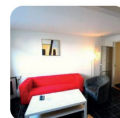
Profile

Chat

2 References

Fluent in English, Polish, Ukraine  
 25 Female  
 Member since 2015  
 Science Student  
 Poznan University of Technology  
 From Ukraine

Other places for you



Size

300m

People fit it

5

Location

Map and direction

Type of house

Apartment

Rooms

Kitchen

Living

Bathroom

Bedrooms

Others

WiFi (Yes)

Garage (No)

Facilities

Public transport stops (10m)

Facility (50m)

Shopping (100m)

Living

Interested

Profile

Chat

2 References

Fluent in English, Polish, Ukraine  
 25 Female  
 Member since 2015  
 Science Student  
 Poznan University of Technology  
 From Ukraine

Size

300m

People fit it

5

Location

Map and direction

Type of house

Apartment

Rooms

Kitchen

Living

Bathroom

Bedrooms

Others

WiFi (Yes)

Garage (No)

Facilities

Public transport stops (10m)

Facility (50m)

Shopping (100m)

Living

Interested

Profile

Chat

2 References

Fluent in English, Polish, Ukraine  
 25 Female  
 Member since 2015  
 Science Student  
 Poznan University of Technology  
 From Ukraine

People like you



Valeria Podshyalova

2 References

Fluent in English, Polish, Ukraine  
 25 Female  
 Member since 2015  
 Science Student  
 Poznan University of Technology  
 From Ukraine

Interest in knowing new people

Want to visit Spain  
 Pets are welcome

Likes 1 houses

Halyna Syma

2 References

Fluent in English, Polish, Ukraine  
 25 Female  
 Member since 2015  
 Architecture Student  
 Poznan University of Technology  
 From Ukraine

Interest in knowing new people

Want to visit Spain  
 Student of Architecture  
 Live with people of similar age

Likes 2 houses

Connect With Us



Cuando se realiza la búsqueda no aparece toda la información completa de la vivienda, sino la más relevante. Para acceder a más información hay que pulsar el link que nos llevará una otra pantalla con la información completa de la vivienda de otros usuarios.

De cada vivienda se dividen las habitaciones en cuatro categorías y cada una de ellas contará con una serie de elementos propios de la misma. La web informará al usuario de que dispone cada habitación. Todas las categorías informan del tamaño, de la existencia de ventanas y calefacción.

#### 1. Baños:

Ducha, lavabo, bañera, armarios, espejo.

#### 2. Cocinas:

Horno, microondas, nevera, congelador

#### 3. Salones:

Sofá, sillón, mesa, sillas, tv, armarios.

#### 4. Dormitorios:

Cama, doble, pupitre, precio.

Al afirmar que una habitación dispone de un cierto elemento, la aplicación permite adjuntar una foto.

Para visualizar de manera rápida la cercanía de los sitios de interés, Bo!OK divide a estos en categorías y permite marcar aquellas de interés en el mapa.

The screenshot displays the bo!OK app interface. At the top, the logo 'bo!OK' is visible next to a 'Find place' button and links for 'About us', 'Support', and 'Polski'. Below this, the title 'Appartment in Brussels' is shown. A small photo of a living room is on the left. To its right, a summary box lists: Total size (300 m), Location (Map and direction), Type of house (Apartment), People fitting (5), Wifi (Yes), and Garage (No). Below this are 'Living' and 'Interested' buttons with user avatars. The main content area features four categories, each with an icon, a list of items with 'Yes' or 'No' status, and a photo icon with a count:

- Baños (Bathroom):** Shower (Yes), Bath (Yes), Locker (No), Washer (No). 1 photo icon.
- Cocinas (Kitchens):** Oven (Yes), Fridge (Yes), Frozen (No), Microwave (No). 1 photo icon.
- Salones (Living rooms):** TV (Yes), Couch (Yes), Chairs (No), Table (Yes). 1 photo icon.
- Dormitorios (Bedrooms):** Bed (Yes), Double bed (No), Warmer (Yes), Desk (No), Price (50€/m). 1 photo icon.

Below these categories is a 'Facilities' section with icons for Public transport stops, Hospital, Shopping, Beauty center, and Faculty and studies. To the right of this is a map showing the location. At the bottom, a 'Connect With Us' section includes social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram.

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 permite:

### 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:

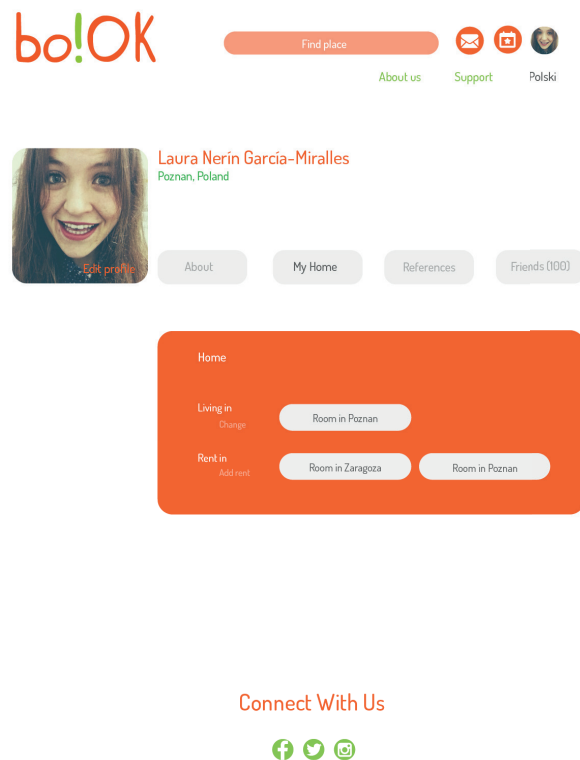
Tanto de usuario como de la vivienda.

### Referencias

Lo que otros usuarios opinan y su experiencia siendo hospedados.

### 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) se puede:

### 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”.



Cuando un usuario desea alquilar un piso, deberá rellenar un formulario clasificando así su vivienda.

En primer lugar se rellena una información general la cual incluye:

- Nombre de la vivienda.
- Tamaño de la misma.
- Dirección.
- Tipo de alquiler.
- Personas que caben en la vivienda.

Seguidamente se selecciona de cada habitación de cada categoría con que elementos dispone de forma que se clasifica y describe por medio de filtros.

[Find place](#)
[About us](#)
[Support](#)
[Polski](#)

Rent a house

Main information

Name	Apartment in Brussels		Wifi	Yes
Total size	300 m		Garage	Yes
Location	Map and direction			No
Type of house	Apartment			
People fitting	5			

Rooms

1  
2  
3

Size	Shower	Bath	Locker	Washer	
4m	Yes	No	No	No	

Save changes

1  
2  
3

Size	Oven	Fridge	Frozen	Microwave	
4m	Yes	Yes	No	No	

Save changes

1  
2  
3

Size	TV	Couch	Chairs	Table	
4m	Yes	Yes	No	Yes	
				No	

Save changes

1  
2  
3

Size	Bed	Double	Price	Warmer	Desk
4m	Yes	No	50€/m	Yes	No

Save changes

Facilities

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

Connect With Us

Cuando un usuario desea realizar un viaje o un intercambio debe realizar una búsqueda.

Para realizar esta búsqueda, el usuario debe primero escribir el nombre del lugar y luego aplicar filtros.

Esta página también además de facilitar la búsqueda de alojamiento, tiene la opción de organizar los intercambios. Si la búsqueda de un intercambio desde Poznan a Bruselas, por ejemplo, se lleva a cabo, van a aparecer como resultado aquellos usuarios que están buscando lo mismo pero inversa. Si no existen, aparecerán usuarios que forman parte de esta comunidad y que residen en esa ciudad.

The screenshot shows the bo!OK website interface. At the top, there is a logo 'bo!OK' and a search bar with the placeholder text 'Find place'. To the right of the search bar are links for 'About us', 'Support', and 'Polski'. Below the search bar, there are two main sections: 'Filters' and 'Preference of company'. The 'Filters' section includes a table with the following data:

Interchange	
Number of guests	3
Dates	
Arrival	22/01/16
Departure	30/01/16

The 'Preference of company' section includes a table with the following data:

Sex	Female
Nationality	Different
Occupancy	Doesn't matter
Age	Doesn't matter

Below these sections is a 'Results:' section showing three user profiles:

- Valeria** From Russia, 3 references, Speak Polish, Russian, English. Status: Looking for interchange! Last connection 2 h ago.
- Halyna** From Ukraine, 10 references, Speak Polish, Russian, English. Last connection 22 h ago.
- Francisco** From Portugal, 5 references, Speak Polish, Russian, English. Last connection 2 days ago.

At the bottom, there is a 'Connect With Us' section with social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram.



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 aceptado un intercambio o una solicitud de alojamiento.
- Los eventos de color verde son los relacionados con el aspecto social y de ocio. Se agregan al calendario cuando desde las cuentas de usuario se confirma que el usuario asistirá a ese acontecimiento.

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

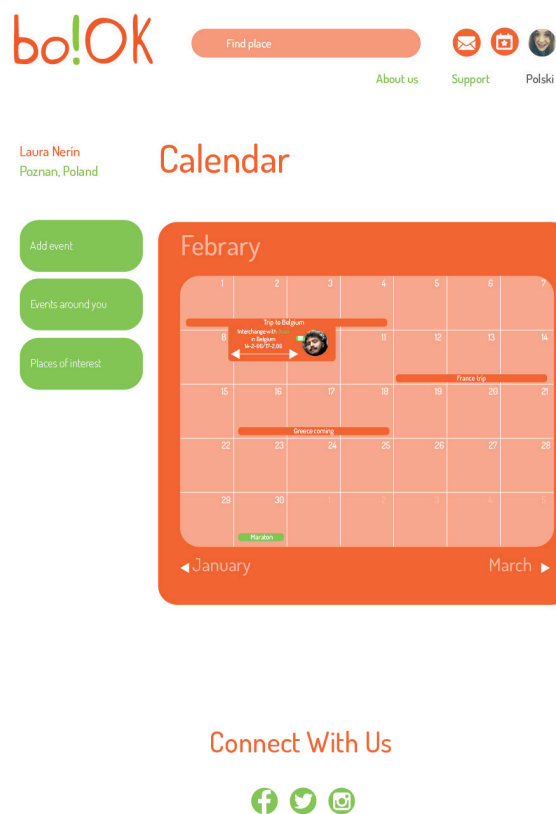
## Events around you

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

## 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 sólo se da un mínimo de información de interés.



## 4. Preparación de la presentación

Una vez finalizado el proyecto se realizó una presentación del mismo. La presentación se basó en un documento compuesto a base de diapositivas realizado con el software Adobe Illustrator en el cual se explicaron los objetivos del proyecto, conclusiones de los análisis y presentación de una propuesta final que solucionase los problemas detectados.

## 5. Conclusiones del proyecto

### **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 que elementos dispone en cada una y de cuales no.

### **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.

### **Necesidad de un servicio de traducción automática**

El usuario al que 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.

### **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.

### **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.

### **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.

### **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.

### **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.

## 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.

## Viajes y 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.

Se trata 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.

## 6. Bibliografía

## Páginas web consultadas

Couch Surfing

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

Air bnb

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

Booking

<http://www.booking.com/>

Uniplaces

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

## Manuales consultados

Apuntes de taller de diseño

Universidad de Zaragoza

Apuntes de diseño gráfico

Universidad de Zaragoza

Apuntes de interacción usuario producto

Universidad de Zaragoza